

UNIVERSIDAD ACADEMIA
DE HUMANISMO CRISTIANO
CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL

DESARROLLO DE PORTAL WEB DE LAS
MISIONES DE CHILE EN EL EXTERIOR

DE LO CORPORATIVO A UN
INSTRUMENTO DE NEGOCIO

Tesis para optar al título de Ingeniero Comercial, y al grado académico de
Licenciando en Ciencias en Administración de Empresas

Profesor Guía: Luis Valencia
Profesor Informante: Arno Klenner
Alumnos: Darwin Alvarado Tello
Héctor Quintanilla Peña

Santiago, Octubre de 2014

DESARROLLO DE PORTAL WEB DE LAS MISIONES DE CHILE EN EL EXTERIOR

DE LO CORPORATIVO A UN INSTRUMENTO DE NEGOCIO

INDICE DE CONTENIDOS

1. AGRADECIMIENTO

2. RESUMEN

3. INTRODUCCION

4. HIPÓTESIS

4.1 CONTEXTO

4.2 HIPOTESIS DE TRABAJO DEL PROYECTO

4.3 HIPOTESIS SECUNDARIAS

4.4 ÁREAS DE ACCIÓN

4.5 COOPERACIÓN DE LA COMUNIDAD ECONOMICA EUROPEA

4.6 RIESGOS

5. LEVANTAMIENTO DE USUARIOS

5.1 DEFINICIÓN DE NECESIDADES

5.2 PRODUCTOS Y SERVICIOS

5.3 ¿POR QUE HACERLO?

5.4 METODOLOGIA UTILIZADA EN EL LEVANTAMIENTO DE USUARIOS

5.5 PLAN DE TRABAJO

5.6 INSTRUMENTOS UTILIZADOS EN EL LEVANTAMIENTO

5.7 PERFIL DE LOS ENTREVISTADOS

5.8 ¿CÓMO SE ABORDO EL LEVANTAMIENTO?

5.9 ACTIVIDADES

5.10 ENCUESTA APLICADA PARA LEVANTAMIENTO DE USUARIOS

5.11 SEGMENTACION DE PUBLICO

5.12 DESCRIPCION DE SEGMENTOS Y SUBGRUPOS

5.12.1 CHILENOS EN EL EXTERIOR

5.12.2 EXTRANJEROS

5.13 RESULTADOS OBTENIDOS

5.14 SÍNTESIS DE LEVANTAMIENTO DE USUARIOS

6. ESTADO DEL ARTE

6.1 EN LA CANCELLERIA

6.2 EVOLUCION DE LA WEB: ASPECTOS A CONSIDERAR

- 6.3 DESARROLLO CONCEPTUAL
- 6.4 NORMAS QUE AFECTAN A LOS SITIOS WEB DEL ESTADO DE CHILE
- 6.5 INSTRUCTIVOS PRESIDENCIALES
- 6.6 LEYES
- 6.7 DECRETOS SUPREMOS
- 6.8 GUIAS DE APLICACIÓN
- 6.9 ACERCA DEL CUMPLIMIENTO DE NORMAS

7. ESTANDARIZACIÓN

- 7.1 ¿POR QUÉ ES NECESARIO ESTANDARIZAR?

8. AMBITO DEL DESARROLLO

- 8.1 OBJETIVOS DEL PROYECTO
- 8.2 RESULTADOS ESPERADOS
- 8.3 SOBRE LA PLATAFORMA

9. ALCANCES DEL PROYECTO

- 9.1 USO DE ESTANDARES
- 9.2 USABILIDAD
- 9.3 ARQUITECTURA DE LA INFORMACION
- 9.4 DISEÑO DE INTERFAZ

10. ENFOQUE METODOLOGICO

- 10.1 ENFOQUE METODOLOGICO DEL PROYECTO
- 10.2 MODELO DE GESTION, CONOCIMIENTO, CAMBIO, VISION Y APLICACIÓN DE TI

11. BRIEF

- 11.1 ¿QUÉ ES UN BRIEF?
- 11.2 BRIEF DEL PROYECTO
- 11.3 ALCANCE DEL BRIEF
- 11.4 BRIEF: PREGUNTAS Y RESPUESTAS
- 11.5 SÍNTESIS DE BRIEF

12. BENCHMARK

- 12.1 ¿QUÉ ES UN BENCHMARK?
- 12.2 BENCHMARK: DESARROLLO Y RESULTADOS
- 12.3 METODOLOGIA PARA BENCHMARK
- 12.4 SITIOS WEB EVALUADOS
- 12.5 FICHA DE LA EVALUACIÓN
- 12.6 RESULTADOS DE LA EVALUACION
- 12.7 ANALISIS DE LOS RESULTADOS POR ITEMS
 - 12.7.1 ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN: ANALISIS CASO A CASO
 - 12.7.2 PODER DEL USUARIO: ANALISIS CASO A CASO
 - 12.7.3 DISEÑO VISUAL: ANALISIS CASO A CASO

12.8 SÍNTESIS DE BENCHMARK

13 MAPA DE CONTENIDOS

13.1 MAPA DE CONTENIDOS DEL PORTAL WEB

13.2 MAPAS DE CONTENIDO POR CATEGORÍA

13.2.1 EMBAJADA

13.2.2 CONSULADOS

13.2.3 MISIONES MULTILATERALES

13.3 MODELO DE MAPA DE CONTENIDO

13.4 SÍNTESIS DE MAPA DE CONTENIDOS

14. CARD SORTING

14.1 CARD SORTING: CONDUCCION DE LA PRUEBA

14.2 DESARROLLO DE CARD SORTING

14.3 SÍNTESIS DE CARD SORTING

15. WIREFRAMES

15.1 WIREFRAMES PORTAL WEB

15.2 ESTRUCTURA GENERAL

15.3 PÁGINA DE INICIO PORTAL WEB

15.4 EMBAJADAS

15.5 CONSULADOS

15.6 MISIONES

15.7 SOBRE CHILE

15.8 ESTRUCTURA DE PÁGINA WEB DE UNA EMBAJADA

15.9 ESTRUCTURA DE PÁGINA WEB EMBAJADA: ASUNTOS COMERCIALES

15.10 ESTRUCTURA DE PÁGINA WEB DE UN CONSULADO

15.11 ESTRUCTURA DE PÁGINA WEB DE CONSULADO: CEDULA DE IDENTIDAD

15.12 SÍNTESIS DE WIREFRAMES

16. MAQUETAS

16.1 PROPUESTAS GRÁFICAS

16.1.1 MAQUETA DE PÁGINA HOME (INICIO)

16.1.2 MAQUETA DE PÁGINA EMBAJADAS

16.1.3 MAQUETA DE PÁGINA CONSULADOS

16.1.4 MAQUETA DE PÁGINA MISIONES

16.2 SÍNTESIS DE MAQUETAS

17. CARACTERÍSTICAS DE LA IMPLEMENTACIÓN

17.1 FUNCIONALIDADES DEL SISTEMA

17.2 HOSTING

17.2.1 ANSI/TIA-942

18. INTERNET: LA EXPERIENCIA DE LA CANCELLERÍA

18.1 DIRECTORIO WEB: EL MODELO IMPLEMENTADO EN LA CANCELLERÍA

18.2 LANZAMIENTO DEL PROYECTO

19. DIAGNÓSTICO

19.1 EL PARADIGMA DEL CAMBIO

19.2 LO CORPORATIVO

19.3 EL DILEMA Y EL CONFLICTO

19.4 DE LO CORPORATIVO A UN INSTRUMENTO DE NEGOCIO

19.5 SÍNTESIS

20. CONCLUSIONES FINALES

21. BIBLIOGRAFIA

1.AGRADECIMIENTOS

Queremos agradecer a nuestras familias, por su constante apoyo a lo largo de los años, especialmente a nuestras madres.

Agradecer también a todos aquellos que han hecho posible el llegar a este momento.

2. RESUMEN

El Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile hizo el tránsito de la comunicación de tipo corporativa a establecer una relación de colaboración con sus usuarios, este tránsito ha permitido definir cuales son los usuarios, que buscan o requieren, cual es la información que el Ministerio debe publicar y que lenguaje debe utilizar. Además, cuales son los trámites y servicios que ofrece y cuales son los requisitos que los usuarios deben cumplir para acceder a ellos.

Pero, ¿qué se gana con esto? Primero que nada, contar con un estrategia clara de relación con los usuarios a través de Internet. Mejorar la atención, entregando información oportuna de fácil acceso y entendimiento. Transparentar los procedimientos y requerimientos de trámites y servicios; en resumen, mejorar la relación con los usuarios y dar respuesta a las necesidades y requerimientos

Al final de cada capítulo se agregó una imagen que contiene la “nube de palabras” del tema tratado. Una nube de palabras es una representación visual de las palabras que conforman un texto, en donde el tamaño de la fuente es mayor para las palabras que aparecen con más frecuencia.

Uno de sus usos principales es la visualización de las etiquetas de un sitio web, de modo que los temas más frecuentes en el sitio se muestren con mayor prominencia. Las etiquetas son solo palabras y por lo general suelen estar en orden alfabético. La importancia de una etiqueta se muestra con el tamaño de la fuente y/o color.¹

El uso de nube de palabras es uno de los recursos más utilizados por la web 2.0, es por esta razón que se aplicó a este documento, como una herramienta de apoyo a la lectura y comprensión de los temas tratados.

¹ Wikipedia.org

3. INTRODUCCION

Más de 900 mil chilenos viven en el exterior; lo que se suma a la tendencia de las empresas chilenas de internacionalizar sus operaciones, abriendo oficinas en distintos países. Todos ellos, junto a una creciente tendencia de ciudadanos extranjeros que se interesan en nuestro país, demandan trámites y servicios a través de la red de representaciones de Chile en el exterior.

El Ministerio de Relaciones Exteriores es la Secretaría de Estado encargada de la planificación, dirección, coordinación, ejecución y difusión de la Política Exterior que formula el Presidente de la República. A esta Secretaría de Estado le corresponde también, entre otras materias, coordinar las actividades de los distintos ministerios y organismos públicos en asuntos que inciden en la aplicación de la Política Exterior e intervenir en todo lo relacionado con la determinación y demarcación de las fronteras y límites del país, así como en las cuestiones que atañen a sus zonas fronterizas y a sus espacios aéreos, marítimos y a la política antártica.

El Ministerio tiene un órgano central que es la Cancillería, la cual está ubicada en Santiago, ciudad capital de la República de Chile. Así mismo dispone de una red de representaciones: Embajadas, Misiones ante Organismos Internacionales, Consulados y Oficinas Comerciales en el mundo.

La Embajada es la representación diplomática del gobierno chileno ante un gobierno de otro país. Sus objetivos principales son: representar los intereses del Estado de Chile ante el país donde se encuentra y profundizar la relación bilateral entre ambos Estados.

La Misión es la representación diplomática ante organismos internacionales como la ONU, OEA y UNESCO, entre otros. Tiene como objetivo principal, el conducir la relación de Chile con los organismos internacionales y coordinar con otras naciones líneas de acción multilateral en intereses comunes

El Consulado es el órgano de la administración pública de un Estado en el territorio de otro, con el objetivo principal de asistir y proteger a sus nacionales. Dentro de algunas de sus funciones principales se encuentran: la protección y asistencia de los nacionales, la entrega de pasaportes y documentos de viaje a chilenos, así como emisión de visados o documentos adecuados a los extranjeros que deseen viajar a Chile y las funciones registrales en calidad de notario y funcionario del registro civil.

Chile mantiene relaciones diplomáticas con 171 Estados y cuenta con Embajadas residentes en 66 naciones. Ellas son el principal vínculo para el entendimiento político, comercial y cultural y les corresponde representar los intereses de Chile ante los Estados extranjeros y proyectar su imagen.

Desde las últimas dos décadas del siglo pasado el escenario internacional ha venido sufriendo profundas transformaciones que han alterado el papel tradicional de la acción exterior de los Estados; la irrupción de nuevos actores, los retos planteados por fenómenos hasta entonces inéditos como la globalización, la interdependencia, así como la emergencia de las nuevas tecnologías de la información han obligado a la mayoría de los países a llevar a cabo sustanciales reformas en los planteamientos, sistemas operativos y medios materiales de sus servicios exteriores.

En el caso de Chile, el escenario mundial ha abierto en gran parte nuevas oportunidades que han facilitado su integración internacional basada en los principios de la libertad y democracia.

Chile ha tenido un crecimiento económico sostenido durante la última década; se ha insertado en la economía global como un gran exportador de materias primas; y ha firmado más de 20 acuerdos internacionales de comercio con 56 países de Europa, Asia, América del Norte y Latinoamérica.

A este respecto, a fines de 2007, El Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile impulsó una serie de proyectos en el área de las tecnologías de la información (TIC), dos de los proyectos apuntaban a abordar la presencia en Internet de esta Secretaría de Estado.

El primer proyecto buscaba mejorar de manera sustancial el sitio web ministerial. En cuanto al segundo, se especifica que se busca “diseñar e implementar un portal web que estandarice el contenido de las páginas web de las Misiones de Chile en el exterior”, enmarcado todo, en el proceso de modernización del Estado y del propio Ministerio de Relaciones Exteriores. En la actualidad, mantenemos relaciones diplomáticas con 171 Estados, tenemos 66 Embajadas residentes y contamos con 300 oficinas consulares.

Este trabajo trata del “rol y la influencia de las tecnologías de la información y las comunicaciones en la política exterior de los Estados como actor esencial de una nueva dinámica global”¹, y de la decisión que tomó el Ministerio de Relaciones Exteriores en cuanto a redefinir la comunicación a través de Internet con sus usuarios, pasando de un sitio web corporativo a dos plataformas web diferentes, definidas como instrumentos de negocio.

La necesidad de potenciar la comunicación con sus usuarios permitió separar la misión y labor del Ministerio, por un lado, y los servicios prestados por otro, en dos plataformas web:

La reformulación del Sitio Web del Ministerio (<http://www.minrel.gov.cl>) mejoró la difusión e información de su cometido a los usuarios internos y externos, desde un punto de vista corporativo, pero centrado en los usuarios como público objetivo.

Por su parte, el Portal Web de las Misiones de Chile en el Exterior, permitió mejorar la difusión de los servicios prestados por las representaciones de Chile, en especial el de los trámites y servicios prestados por los consulados, ofreciendo a la comunidad un nuevo espacio de información e interacción, orientado a la satisfacción de los usuarios.

¹ Perspectivas, Proyecciones y Desafíos de la Política Exterior de Chile 2010



La nube de palabras muestra los conceptos más utilizados en el capítulo Introducción.

4. HIPOTESIS

4.1 CONTEXTO

Chile avanza en materia tecnológica al ritmo de la evolución internacional, el Estado no es ajeno a esta evolución, incorporando innovaciones tecnológicas que apoyen los requerimientos de la modernización del país y el aparato público.

4.2 HIPOTESIS DE TRABAJO DEL PROYECTO

El Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile requiere transitar desde un modelo corporativo de comunicaciones en Internet a contar con aplicaciones web que mejoren la comunicación y atención de sus usuarios, incorporando los aspectos de negocio que le son propios.

4.3 HIPOTESIS SECUNDARIAS

- 1) El Ministerio de Relaciones Exteriores debe generar instrumentos de negocio que permitan mejorar la atención de sus usuarios.
- 2) El Ministerio de Relaciones Exteriores aplicará en el desarrollo de sus proyectos de tecnologías de información y comunicaciones (TIC's) las normas definidas por el Estado.

Al hacer referencia en la hipótesis al “modelo corporativo de comunicaciones”, se quiere hacer hincapié en que la presencia en Internet del Ministerio se manifestaba publicando en el sitio web la información que daba cuenta de su estructura interna: Ministro, Subsecretario, Direcciones, etc., y las noticias vinculadas a las actividades públicas de las autoridades.

Este modelo corporativo de las comunicaciones no consideró definir cuáles son sus usuarios y establecer mecanismos para mejorar la comunicación con estos. Tampoco buscaba dar respuesta a los servicios que requieren los usuarios (negocio), solo se centraba en la publicación de la información básica del Ministerio.

4.4 ÁREAS DE ACCIÓN

El cambio que se propició en el Ministerio se centró en aquellos aspectos que el Gobierno había establecido como prioridades en cuanto a:

- a) Atención al ciudadano: nuevas formas de relación Gobierno / ciudadano mediante el uso de tecnologías de la información (TI), que permitan al Estado brindar sus servicios en forma más eficiente, eficaz y con independencia del lugar físico.
- b) Buen Gobierno: establecimiento e introducción de nuevas formas y procesos internos en la Administración del Estado que permitan la integración de los sistemas de diferentes Servicios, compartir recursos y el mejoramiento de la gestión interna de los mismos.
- c) Desarrollo de la Democracia: creación de mecanismos que, usando TI, permitan al ciudadano jugar un rol activo en el quehacer del país, permitiendo abrir nuevos espacios y formas de participación. Estado más participativo, transparente y democrático².

² Fuente: Instructivo Presidencial de Mayo de 2000, sobre Gobierno Electrónico

4.5 COOPERACIÓN DE LA COMUNIDAD ECONOMICA EUROPEA

La Unión Europea cooperó con el proceso de Modernización del Estado Chileno, apoyando el desarrollo de proyectos TIC.

El proyecto “Programa de Modernización del Estado: un Estado Participativo al Servicio de la Ciudadanía” se inserta en el Programa Plurianual de cooperación bilateral entre Chile y la Unión Europea, cuyas prioridades para el período 2000-2006 fueron definidas en el Memorándum de Entendimiento sobre Orientaciones Plurianuales de la Cooperación firmado por ambas partes en marzo 2001³.

4.6 RIESGOS

Los riesgos involucrados en el desarrollo y puesta en marcha de nuevas herramientas web se definieron en cuanto a que:

- Los sistemas o herramientas de tecnología de la información (TIC) consideradas en el proyecto no produzcan un cambio significativo en la gestión futura de la Cancillería.
- La resistencia natural al cambio y la incorporación de nuevas tecnologías dificulten o demoren su incorporación en los procesos internos

³ *Convenio de Financiación N°ALA/2004/16825 del 10 de diciembre de 2004*



La nube de palabras muestra los conceptos más utilizados en el capítulo Hipótesis.

5. LEVANTAMIENTO DE USUARIOS

El requerimiento de implementar un Portal Web para las Misiones de Chile en el Exterior, implica cumplir con objetivos como difundir de manera eficiente las actividades de las misiones, mejorar los mecanismos de comunicación, establecer un formato estándar y ofrecer servicios de calidad a los diferentes tipos de usuarios.

5.1 DEFINICIÓN DE NECESIDADES

El desarrollo del proyecto se planteó el entender y conocer a los usuarios: potenciales y secundarios (público objetivo), su contexto, conocer como éstos se enfrentan a sitios web similares en busca de información y servicios (necesidades); conocer quiénes son y su experiencia en el uso de sistemas de información, orientando estratégicamente el diseño al público objetivo del portal web.

La metodología de trabajo consideró el levantamiento y procesamiento de la información recopilada, una clara definición del público objetivo y la necesidad de triangular y profundizar la información entregada inicialmente por el Ministerio de Relaciones Exteriores.

La información procesada permitió tomar decisiones, trazar objetivos, estrategias de trabajo y directrices de diseño; respondiendo a preguntas básicas como: ¿Quiénes son los usuarios? ¿Qué buscan o requieren y cómo lo hacen? ¿Cómo les hablo? ¿Qué necesitan? y ¿Cuáles son sus frustraciones?, entre otras.

5.2 PRODUCTOS Y SERVICIOS

Cuando se busca dar respuesta a los requerimientos específicos de los distintos tipos de usuarios, surgen una gran cantidad de opciones, algunas claramente atingentes a necesidades reales y otras más bien secundarias, que están más allá de las posibilidades reales de la Cancillería.

Una respuesta adecuada debe proceder por agrupar estas necesidades de información, definir la fuente oficial (origen de la información) y presentar la información para cada una de los distintos tipos de Misiones con que cuenta Chile en el exterior. A este respecto, la primera agrupación es la que habla de las diferencias de temas y de las dinámicas a las que se avoca cada Misión.

Las **Embajadas** se encargan de atender los temas políticos entre dos Estados, las relaciones comerciales, de intercambio tecnológico, militares, etc. Por lo tanto, el sitio web de una embajada en particular deberá dar cuenta de los temas bilaterales: acuerdos y tratados vigentes, relación económica y de inversión, cooperación internacional, entre otros.

Por su parte, un **Consulado** tiene a su cargo la relación directa con las personas, sean estos chilenos o extranjeros; particulares o empresas. Estas misiones son las encargadas de dar respuesta a los trámites y servicios consulares y representan en el exterior a otras reparticiones del Estado como es el caso del Registro Civil e Identificación, al momento en que un ciudadano solicita renovar su pasaporte o su cédula de identidad.

Entonces, un Consulado debe considerar como productos los actos civiles y las inscripciones (ej.: inscripción de nacimiento, matrimonio y defunción); las actuaciones notariales realizadas por el Cónsul; las solicitudes de documentos de identidad, salvoconductos y autorizaciones de viaje, visas y otros documentos o certificados necesarios para cada tipo específico de usuario.

Junto a lo anterior, es el espacio en que se puede dar a conocer las actividades de los connacionales en el exterior, informaciones, noticias de interés y contenidos que ayuden a la relación entre el Estado de Chile, su representación consular y los chilenos y extranjeros.

Las **Misiones Multilaterales**, tiene como misión el conducir la relación de Chile con organismos internacionales y coordinar con otras naciones líneas de acción multilateral en intereses comunes.

Por lo tanto, una Misión Multilateral ofrecerá información sobre los temas que trata, sus objetivos, las opciones y oportunidades que esa Misión en particular ofrece a los chilenos: becas, pasantías, opciones de trabajo, etc.

5.3 ¿POR QUE HACERLO?

Chile es un país inmerso en el contexto internacional de naciones, con representación en los foros y organizaciones internacionales, que cuenta con prestigio y respecto por su apego a las reglas de la convivencia democrática y respecto al derecho internacional.

Desde la vuelta a la democracia, el país a experimentado una tendencia constante a convertirse en un país desarrollado, con aumentos significativos en el PIB per cápita y otros indicadores sociales y económicos.

Al mismo tiempo que mejoran las cifras, los chilenos hemos comenzado a realizar actividades económicas, culturales, deportivas y recreacionales más allá de las fronteras de Chile. Las empresas chilenas se instalan otros países, especialmente en América Latina; los deportistas chilenos destacan en competencias internacionales y son figuras en los mejores equipos de futbol y los ciudadanos disfrutan de viajar por el mundo, al mismo tiempo que los extranjeros se interesan en visitar e invertir en Chile.

La descripción anterior deja entrever el cambio que se ha producido en el país y en los chilenos y es por esto que Chile debe adaptarse como nación (a las puertas del desarrollo) y mejorar la comunicación con sus usuarios y los servicios que sus reparticiones en el extranjero ofrecen, operar bajo estándares internacionales de calidad y optar por una disposición organizada de sus productos.

Solo los países desarrollados cuentan con servicios de clase mundial y estandarizados para atender las necesidades de sus ciudadanos en el exterior, estos incluyen sistemas de información web y sistemas de atención online (tramites y servicios). Al momento de escribir este documento, se contabilizó un total de 19 países (todos países desarrollados),

que cuentan con los sistemas antes descrito. Chile es el país más avanzado en la región, cuyo modelo ha sido imitado por países como Panamá.

El desarrollo del Portal Web para las Misiones de Chile en el Exterior, facilita la comunicación con los usuarios y la disposición de servicios, al mismo tiempo que permite soportar otros sistemas relacionados como el Sistema de Atención Consular, que permite a los usuarios acceder online a más de 90 trámites y servicios consulares; y que en el futuro será la base sobre la cual operará el voto de los chilenos que viven fuera del país.

El Portal Web para las Misiones de Chile en el Exterior sitúa a Chile entre los pocos países del mundo que han invertido recursos e inteligencia en desarrollar plataformas informáticas que cuenten con la calidad de servicio requerida para sus connacionales más allá de sus límites fronterizos.

5.4 METODOLOGIA UTILIZADA EN EL LEVANTAMIENTO DE USUARIOS

La Metodología utilizada en esta etapa de levantamiento estratégico consistió en la profundización de los perfiles definidos por el Ministerio de Relaciones Exteriores y el procesamiento de la información recopilada.

Se buscó depurar el reconocimiento de los usuarios reales y potenciales del portal web, lo anterior permitió orientar el trabajo según estos usuarios y sus requerimientos específicos.

5.5 PLAN DE TRABAJO

Se definió un plan de trabajo, en el que en una primera etapa se estableció una entrevista estructurada a funcionarios del Ministerio de Relaciones Exteriores, con el propósito de establecer más claramente los perfiles de público objetivo, definidos inicialmente como: chilenos que residen en el exterior, público en general, extranjeros y empresas; con el fin de recoger antecedentes que solventaran la estructuración y jerarquización de los

contenidos para la etapa de arquitectura de información y antecedentes que permitieran establecer prioridades y orientaciones estratégicas para la etapa de diseño visual.

En la segunda etapa se analizaron los requerimientos de los usuarios en un Consulado. Se trabajó con el Consulado General de Chile en Barcelona (España), quienes proporcionaron la información respecto del público que acudía al Consulado, la información que requería y los trámites y servicios solicitados.

La tercera etapa consistió en entrevistas semiestructuradas a funcionarios del Ministerio y a chilenos que residen o residieron en el extranjero, de modo de comparar la apreciación de los funcionarios versus la experiencia de chilenos en el exterior. Finalmente, se realizó una video-conferencia con funcionarios de la Embajada de Chile en los Estados Unidos, que sirvió para afirmar y complementar los resultados obtenidos anteriormente.

5.6 INSTRUMENTOS UTILIZADOS EN EL LEVANTAMIENTO

Los instrumentos utilizados en el levantamiento de la información fueron:

1. Entrevistas semiestructuradas, donde en base a preguntas abiertas, el entrevistado puede opinar libremente.
2. Entrevistas abiertas, donde el entrevistado habla libremente respecto al tema propuesto.
3. Entrevistas estructuradas, donde el entrevistado responde un cuestionario de preguntas.
4. Análisis de información secundaria, entregada por los entrevistados.

Es a partir de esta información se pudo obtener los “insights” para la definición de interfaz.

Nota: “insights” es la capacidad de captar o comprender intuitivamente la esencia de algo, su naturaleza interna: una situación, un problema, una persona. Son esas percepciones, vivencias, experiencias o sentimientos que generan un vínculo con un producto, servicio o marca⁴.

5.7 PERFIL DE LOS ENTREVISTADOS

El perfil de los entrevistados fue la siguiente:

En Chile:

- Funcionarios de la central telefónica del Ministerio de Relaciones Exteriores.
- Funcionarios de la oficina de informaciones del Ministerio de Relaciones Exteriores.
- Funcionarios diplomáticos de la Dirección de Protocolo del Ministerio de Relaciones Exteriores.
- Chilena que vivió en Francia.

En el exterior:

- En embajadas: secretarías y diplomáticos.
- En consulados: secretarías o funcionarios de atención a usuarios.
- Ciudadana chilena residente en Francia por treinta años.
- Ciudadanos chilenos residentes en Venezuela.
- Ciudadana chilena residente en España.
- Chilenos residentes en Estados Unidos.
- Blog de chilenos residentes en Barcelona, España. Foro que actúa como canal no oficial de preguntas y respuestas a requerimientos:

http://directorio.barcelona.com/link_details.php?n=212

⁴ Wikipedia.org

5.8 ¿CÓMO SE ABORDO EL LEVANTAMIENTO?

El levantamiento de usuarios buscó profundizar los perfiles y la triangulación de la información recopilada, de manera tal, de afinar el reconocimiento de los usuarios reales y potenciales de las misiones; y asimismo, orientar el trabajo según estos requerimientos.

Para esto, se trabajó un cuestionario y entrevistas a grupos de interés de manera de lograr una definición acabada del público al cual dirigir el portal web. El cuestionario está conformado por preguntas que ayudan a responder temas contingentes para el diseño como por ejemplo: ¿qué uso dan las visitas al portal?, ¿qué acciones solucionan los usuarios mediante otros medios que pudiesen ser resueltos a través de los portales?, etc.

Las respuestas permitieron obtener valiosos *insights* que fueron utilizados posteriormente en la definición de interfaz gráfica del portal web.

A partir de reuniones de trabajo con funcionarios del Ministerio, quienes fueron asignados al proyecto de desarrollo del portal web. Se logró con las reuniones:

1. Un afinamiento de los cuatro perfiles de público establecido: chilenos que residen en el exterior – público en general - ciudadanos extranjeros – empresas
2. Antecedentes que solventen la estructuración y jerarquización de los contenidos para la etapa de arquitectura de información.
3. Antecedentes que permitan establecer prioridades y orientaciones estratégicas para la etapa de diseño de visual.

La información requerida se levanto a través de tres tipos de aproximaciones:

4. cuestionarios
5. videoconferencias
6. entrevistas personales.

5.9 ACTIVIDADES

Cuestionarios

- Cantidad: 15
- Informantes:
 - Personas de la central telefónica de Minrel
 - Personal de la oficina de informaciones
 - En embajadas, secretarias o jefes de gabinete
 - En consulados; secretarias o funcionarios
 - Personas de la dirección de protocolo

Videoconferencias

- Cantidad: 3
- Informantes:
 - Embajada Estados Unidos
 - Secretaria
 - Personal de Recepción
 - Consulados de Chile en Buenos Aires y Barcelona
 - Cónsul
 - Canciller
 - Secretaria
 - Atención de Personal

Entrevistas

- Cantidad: 4
- Informantes:
 - Personal de la Dirección de Protocolo
 - Personal de la Central telefónica
 - Funcionarios que hayan estado en misiones como Cónsules y que hoy residan en Chile
 - Personal de Sistemas integrales (mesa de ayuda)

La información recabada en este levantamiento se utilizó de antecedente para orientar estratégicamente los procesos de arquitectura de información y diseño visual. Asimismo, el número de entrevistas y levantamiento de antecedentes, quedó sujeta a la calidad de la información entregada y la triangulación satisfactoria de las fuentes.

5.10 ENCUESTA APLICADA PARA LEVANTAMIENTO DE USUARIOS

En relación a los cuatro segmentos de público definidos anteriormente, se realizaron ocho preguntas encaminadas a potenciar y profundizar la descripción existente:

1. ¿Cuál de todos los grupos de usuarios es el más importante?
2. ¿Cuál (es) de todas las funciones descritas son: las más utilizadas / más importantes?
3. ¿Existe algún otro tipo de servicio que presten las misiones vía Web y que no este mencionada?
4. ¿Existe algún otro tipo de público relevante que no esté incluido en esta segmentación?

5. ¿Qué información, que no está disponible en el portal, cree que debiera estar?
6. ¿Qué elementos son los que más se preguntan por otros medios que no son Web?
7. ¿Qué acciones que no se solucionan vía Web se podrían solventar por este medio?
8. ¿Cuál es la importancia que tienen las misiones para el público que las visita?

5.11 SEGMENTACION DE PUBLICO

La segmentación de los usuarios fue enriquecida y profundizada por las entrevistas realizadas a diferentes funcionarios. De esta forma se logró una segmentación más acabada que permitió orientar los contenidos y el diseño de la interfaz de usuario, acorde a definiciones de audiencia y aspectos funcionales.

Los segmentos considerados inicialmente fueron descritos en relación al tipo de información que solicitaban al Ministerio:



Chilenos en el exterior

Público en General

Extranjeros

Empresas

El trabajo, consistió en construir un modelamiento basado en estos grupos, pero más detallado y descriptivo en relación a las personas y su relación con las misiones, lo que resultó en:

1. Chilenos en el exterior:
 - i. Chileno melancólico
 - ii. Chileno pragmático
 - iii. Chileno turista
2. Extranjeros:
 - i. Viajeros
 - ii. Escolares
3. Empresas, Inversionistas

5.12 DESCRIPCION DE SEGMENTOS Y SUBGRUPOS

5.12.1 CHILENOS EN EL EXTERIOR

Este segmento en general es al que se prestó mayor atención en el proyecto, debido a la enorme descongestión de funciones y agilidad en la entrega de información que significaría plasmar sus necesidades en un sitio web.

En la dimensión más emocional, las misiones simbolizan un trozo de Chile recordado con nostalgia por los chilenos en el exterior; no obstante, en cuanto a lo funcional, las misiones son visitadas para realizar trámites, buscar una solución y exigir el cumplimiento de sus derechos.

Se dividió a los chilenos en el exterior en tres subgrupos que grafican y canalizan de mejor manera las diversas necesidades de estos:

1. Chileno melancólico: este grupo de personas, identificado generalmente como personas mayores, son aquellos residentes que llevan mucho tiempo viviendo en el extranjero y nunca pudieron adaptarse bien a la vida en el exterior, la cultura e idioma del país de residencia. Su nexos con la embajada o consulado es muy emocional y está marcado por un gran arraigo con Chile. Escuchan radio y leen diarios chilenos, y son los principales interesados y motivados por las actividades culturales organizadas, especialmente la celebración del 18 de septiembre. Otros intereses asociados a este grupo son, por ejemplo, los convenios de seguridad social, previsión social, etc.



2. Chileno pragmático: asociado a un público etéreo más joven, en ocasiones son connacionales que nacieron fuera y que se sienten ciudadanos más bien globales. Denominados pragmáticos, por su relación funcional y práctica con las misiones, sus requerimientos son: renovar pasaportes, salvoconductos, poderes, etc. Algunos pueden tener incluso dos nacionalidades, hablar más de un idioma y ser viajeros intensivos, por lo que su relación con la embajada y el consulado



se remite a solucionar alguna dificultad, responder a dudas o a realizar un trámite específico. Tienen un mayor acceso a nuevas tecnologías que el segmento anterior y tienen un mayor conocimiento y dominio de la Internet, por lo que este grupo es clave como público para ser informado en estos casos puntuales a través un sitio web, a partir de secciones como ¿qué hacer en caso de...? ¿cómo obtener...?

3. Chileno turista: este segmento corresponde a los chilenos que por razones de turismo, trabajo, etc., pasan un tiempo acotado en el extranjero. Para satisfacer las necesidades de este grupo, de características similares al segmento pragmático, se debe dar énfasis a la encontrabilidad de servicios funcionales e información de ayuda para el chileno en viaje. Por ejemplo, la necesidad de vacunas para ingresar a determinadas áreas geográficas, impuestos y documentos de entrada a un país, que hacer en caso de robo y pérdida de pasaportes, entre otros.

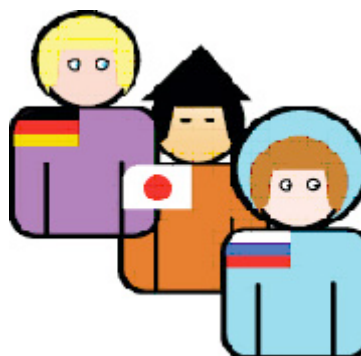


5.12..2 EXTRANJEROS

Este público, corresponde a ciudadanos de otras nacionalidades que buscan en nuestras embajadas o consulados información más bien general sobre Chile. Su atención es de menor urgencia que el de los chilenos en el exterior, por la naturaleza de sus requerimientos, que está más bien relacionada con motivos turísticos y académicos.

Los subgrupos distinguidos en esta ocasión son:

1. Viajeros: en este segmento se agrupa a todos aquellos extranjeros que por razones de turismo, estudios o trabajo, requieren información sobre Chile. Muy útil para este grupo es la información general sobre el país como el clima de determinada época, ¿cómo llegar a...? , información sobre visas, permisos y requisitos para entrar o residir en el país.

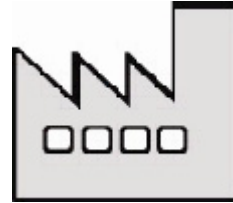


2. Escolares: denominados de esta manera por las características de sus requerimientos, este segmento orienta sus necesidades a conocer los aspectos generales de Chile como país, mostrando interés por sus tradiciones, cultura, sistema político, geografía, entre otros. Se grafica la figura del escolar por ser una especie de ícono que representa a este grupo y que necesita información para trabajos, presentaciones, etc. Comparte con los “viajeros” la necesidad de información



general del país, aspectos noticiosos y turísticos.

3. Empresas e inversionistas: este segmento lo componen tanto empresas en general como empresarios e inversionistas que necesitan información de carácter productivo o comercial sobre Chile para realizar negocios, o sobre convenios de tributación, por ejemplo. Todo el contenido que tenga que ver con importaciones o exportaciones, se orientó a este tipo de público, que básicamente necesita antecedentes para conocer más a fondo los ámbitos del interés de su negocio.



5.13 RESULTADOS OBTENIDOS

A partir de la información recopilada y la triangulación de los datos entregados por las diversas fuentes, se identificaron patrones en relación a las necesidades tanto de chilenos, como de extranjeros; por lo que se pudieron definir relaciones de requerimientos, dependiendo del tipo de público que solicita información o requiere servicios.

Este modelamiento se realizó principalmente a partir de las consultas al Consulado General de Chile en Barcelona y se complementó con los datos obtenidos de las entrevistas.

Así se identificaron inquietudes clasificadas en tres grupos principales:

- a) Chilenos
- b) Relación chileno – extranjera
- c) Extranjeros

a) El grupo identificado como chilenos básicamente se relaciona con inquietudes que tienen que ver con saber cómo obtener ciertos productos o servicios y qué hacer en caso de alguna eventualidad, como se detalla a continuación:

- i. Renovar:
 - 1. Pasaportes
 - 2. Visa
 - 3. Licencias de Conducir
 - 4. Cédula de Identidad
- ii. Conocer costos de:
 - 1. Certificados
 - 2. Otros trámites y documentos
- iii. ¿Qué hacer en caso de?:
 - 1. Documentos vencidos
 - 2. Robo de documentos
 - 3. Extravío de documentos
- iv. Obtener certificados, legalizar documentos
- v. Obtención de nacionalidad
- vi. Obtención de papeles para trabajar
- vii. Estudios:
 - 1. Legalizar títulos de estudio
 - 2. Homologar títulos de estudio
 - 3. Que hacer para ir a estudiar
- viii. Información sobre el propio consulado
 - 1. Dirección
 - 2. Teléfonos
 - 3. Horarios

- b) Los requerimientos de quienes interactúan entre Chile y el Extranjero o viceversa, tienen relación con:
- i. Busco a:
 - ii. ¿Es mi hijo chileno o extranjero?
 - iii. ¿Cómo traer/ llevar a?:
 1. Esposas
 2. Padres
 3. Hijos
 - iv. ¿Cómo separarse/casarse?
 - v. ¿Cómo dar poder para trámites?
- c) Por último, el grupo de extranjeros busca información relacionada con:
- i. ¿Qué necesito para ir a Chile?
 1. Clima
 2. Mapas ruteros
 3. Información turística
 4. Documentos necesarios para ingresar al país
 5. Impuestos

5.14 SÍNTESIS DE LEVANTAMIENTO DE USUARIOS

La información obtenida en el “levantamiento de usuarios” nos permitió cruzarla con el mapa de contenidos previamente definido, definiendo más claramente la futura estructura del los sitios web, de acuerdo a los requerimientos de usuarios.

La segmentación de usuarios y la profundización en los distintos perfiles, permitió relevar los requerimientos específicos de cada grupo. La diferenciación de requerimientos entre chilenos, extranjeros y empresas, permitió orientar de mejor manera el desarrollo, generando áreas específicas de información a cada grupo en particular.

6. ESTADO DEL ARTE

En la década de los noventa surgieron los primeros sitios web de las distintas reparticiones del Estado de Chile. No existían normas que les fueran aplicables y, por lo mismo, su contenido y características obedecían más al criterio de sus autores y al de las autoridades de cada entidad que a una norma general.

Poco a poco se fue tomando conciencia respecto del rol que jugaban los sitios web en la política comunicacional del Estado y las necesidades de los ciudadanos y de las distintas organizaciones, que eran claramente insatisfechas. Esto obligó al gobierno a entregar las primeras directrices en 1998. La primera fue el resultado del trabajo de la Comisión Presidencial de Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación, que determinó que cada servicio público debía tener presencia en Internet y para ello se motivó a la creación de los sitios web correspondientes.

En 2001, a través del Instructivo Presidencial N° 005 sobre "Desarrollo del Gobierno Electrónico", se definió este concepto como "el uso de las tecnologías de información y comunicaciones que realizan los órganos de la Administración para mejorar los servicios e información ofrecidos a los ciudadanos, aumentar la eficiencia y la eficacia de la función pública e incrementar sustantivamente la transparencia del sector público y la participación de los ciudadanos".

Asimismo, se definieron las etapas del Gobierno Electrónico: Presencia, Interacción, Transacción y Transformación.

El 2003 se emitió el Decreto Supremo 32 del Ministerio de Economía, mediante el cual se creó el Premio Web para destacar a los mejores sitios de la administración pública. Posteriormente, el año 2004, se promulgaron los decretos supremos 77, 81 y 83 del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, mediante los cuales se definieron las características que tendría el uso de las tecnologías de información y comunicación para los servicios gubernamentales.

El año 2006 se emitió el Decreto Supremo 100 del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, que fijó la "Norma Técnica para el desarrollo de Sitios Web de los órganos de Administración del Estado". Este define temas de relevancia tales como Accesibilidad para discapacitados, Uso de herramientas automáticas para verificar cumplimiento de estándares y Elementos que se deben incorporar para dar protección a los datos personales de los ciudadanos que sean entregados a través de las plataformas digitales.

Dentro del marco de la Agenda de Probidad, Transparencia, Calidad de la Política y Modernización del Estado, se emitió en 2006 el Instructivo sobre Transparencia Activa que transformó a los sitios web en la herramienta fundamental para su cumplimiento. A ella se agregaron guías de aplicación que permiten tener una base concreta de trabajo para su correcta implementación.⁵

6.1 EN LA CANCELLERIA

Hasta octubre del 2008, el Ministerio contaba con un sitio web corporativo, que se limitaba a publicar la estructura que la compone y las noticias vinculadas al actuar de sus máximas autoridades. Claramente, este sitio web no cumplía con las normas dispuestas por el Estado y tampoco reflejaba los avances en cuanto a las nuevas tecnologías disponibles y el enfoque en el usuario y sus necesidades.

El dilema que se presenta es el de dar respuesta a la demanda de los usuarios, implementando para esto conceptos como usabilidad, encontrabilidad y colaboración, que permitan mejorar la relación con estos y los aspectos de comunicación en general.

El Ministerio de Relaciones Exteriores cuenta con diversos sitios web habilitados en diferentes países del mundo donde Chile mantiene representaciones diplomáticas. Dichos sitios no responden necesariamente a criterios únicos, y la información publicada en ellos es, en algunos casos, esta incompleta o es incorrecta.

⁵ (GUIA WEB 2.0)

Las representaciones de Chile en el Exterior: Embajadas con sus respectivas Secciones Consulares, Consulados y Misiones ante Organismos Internacionales, requerían contar con su propio sitio web.

Cada sitio web cuenta con una estructura donde se anida la información particular de cada representación. La plataforma desarrollada cuenta con la capacidad de incorporar a cada una de las representaciones y considera su completa administración, de tal manera de homologar los contenidos para satisfacer la necesidad de contenidos de los usuarios.

La plataforma cuenta con la capacidad de administrar información en 14 idiomas, que dan cuenta de la diversidad cultural en las que se emplazan nuestras representaciones. Cada sitio web en particular permite presentar la información hasta en 4 idiomas.

El proyecto Portal Web para el Ministerio de Relaciones Exteriores buscó estandarizar el contenido de las páginas web de las Misiones de Chile en el Exterior, de tal forma de mejorar la difusión de información al público: chilenos y extranjeros.

6.2 EVOLUCION DE LA WEB: ASPECTOS A CONSIDERAR

Es importante tomar en consideración el desarrollo que ha tenido la Internet en los últimos años. La World Wide Web ha permitido desde su nacimiento "un flujo de comunicación global a una escala sin precedentes", ha contribuido a que las barreras desaparezcan, permitiendo un intercambio interpersonal e intergrupar de experiencias, pensamientos, saberes de todos los ámbitos, ideas, sueños e incluso emociones, favoreciendo un mayor entendimiento cultural e ideológico de la humanidad.

Se considera el nacimiento de la Web 1.0, desde la fundación de la World Wide Web Consortium (W3C) en 1997. Esta se caracteriza por que las publicaciones se realizan en páginas web estáticas que no se actualizaban, programadas en Lenguaje de Mercado de Hipertexto (HTML) y con imágenes comprimidas en formato GIF.

A finales del siglo XX ya se apreciaba un número importante de sitios web que habían incluido en su desarrollo el uso de bases de datos y programación en DHTML (HTML dinámico), PHP y ASP ambos lenguajes utilizados para la programación de páginas web dinámicas y el uso de CSS (lenguaje para la presentación de HTML o XML), en lo que se considera la etapa previa a la Web 2.0. El uso de bases de datos permitió que los contenidos publicados en los sitios web pudieran ser modificados fácilmente lo que masificó el desarrollo de nuevas aplicaciones que requerían de bases de datos y de una plataforma dinámica para su funcionamiento.

La Web 2.0, nace a partir de la contribución que los propios usuarios hacia la Internet. Se masifican los conceptos de usabilidad, encontrabilidad y colaboración; la comunicación toma un nuevo rumbo con la aparición de sitios web que parecen expandir las fronteras a nuevos límites: Google, Skype, Wikipedia y Facebook son algunos de los casos más conocidos de esta nueva web.

El desarrollo de nuevas tecnologías como AJAX, Web Service, XML y RSS ha ayudado a cimentar la Web 2.0, basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios,

6.3 DESARROLLO CONCEPTUAL

Es sobre la Web 2.0 que se sustenta el desarrollo conceptual del Portal Web de las Misiones de Chile en el Exterior, se busca lograr una interacción entre usuarios, embajadas, consulados, misiones y Ministerio, entregando información oportuna en un lenguaje entendible, que facilite la relación y permita interactuar a todos los involucrados.

Pasar de un sitio web corporativo a un Portal Web centrado en el “negocio”, orientado a satisfacer las necesidades de información (trámites y servicios) de los usuarios, es un primer paso en el Estado en cuanto a la atención de los chilenos que viven en el exterior, de los extranjeros y de las empresas que requieren de los servicios del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. ⁶

6.4 NORMAS QUE AFECTAN A LOS SITIOS WEB DEL ESTADO DE CHILE ⁷

Respecto de la normativa que afecta a los sitios web chilenos, es importante indicar que se pueden separar en cuatro tipos, cada una desde su temática entrega un marco de acción para el desarrollo, operación y mantención de los sitios web de Gobierno:

1. **Instructivos presidenciales:** determinan las políticas generales que se deben cumplir en el área de los sitios web. Por ejemplo, el que regula la publicidad de información de los servicios para apoyar la Transparencia.
2. **Leyes:** abarcan diferentes temas que afectan a la operación de los sitios web. Por ejemplo, la protección a la privacidad de los datos personales.

⁶ 20 años creciendo con la Web: Evolución y Futuro - Elena García (artículo)

⁷ Guía Web 2.0

3. **Decretos supremos:** son emitidos por entidades dependientes del Poder Ejecutivo. Por ejemplo, el Decreto Supremo 100-2006 sobre estándares que deben ser cumplidos por los sitios web.
4. **Guías de aplicación:** son un conjunto de buenas prácticas emitidas por los organismos del Estado para orientar y precisar la forma de dar cumplimiento a las normas que se han emitido sobre temas determinados. Por ejemplo, la "Guía para la accesibilidad de discapacitados en los sitios web de la Administración del Estado".

A continuación se entrega un detalle de las normas, sus características y la forma de dar cumplimiento a lo que indican en su articulado.

6.5 INSTRUCTIVOS PRESIDENCIALES

Los Instructivos Presidenciales son documentos emitidos bajo la firma del Presidente de la República que tienen como objetivo fijar la política de la administración sobre un tema específico, más allá de las normas que rijan el tema de que se trate.

En lo que se refiere a la utilización de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), ya a mediados de los años noventa se acuña el término "Gobierno Electrónico" y se comienza a utilizar habitualmente al reseñar el interés existente en el ámbito de la modernización del Estado. Luego en el año 1998 y con motivo del trabajo realizado por los expertos reunidos en la Comisión Presidencial de Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación, se determina la necesidad de avanzar claramente en estos temas y se generan una serie de instrucciones en el ámbito gubernamental para potenciar el uso de las TIC. No obstante, el primer Instructivo Presidencial relacionado a esta materia propiamente tal llegaría en el año 2000.

A continuación se detallan los Instructivos Presidenciales emitidos en esta área desde esa época y hasta la fecha de edición de este documento:

Instructivo Presidencial N° 030 - 2000 sobre Participación Ciudadana.- Este documento fue emitido el 7 de diciembre del año 2000 por el Presidente Ricardo Lagos, con el nombre de "**Instructivo Presidencial sobre Participación Ciudadana**". Su referencia inmediata es a la forma en que el Gobierno debe garantizar a la población los medios para participar en las decisiones del sistema democrático del país.

Aunque no hace una mención directa a un medio en particular, sí llama a los órganos de la Administración del Estado a otorgar la mayor información posible a los ciudadanos y a generar mecanismos que garanticen que éstos reciban respuesta a sus peticiones.

Este instructivo contaba con un anexo mediante el cual se reseñaban los compromisos que habían adoptado los Ministerios y sus servicios anexos y relacionados, a través de los cuales se puede ver que en casi todos ellos había una mención concreta a los Sitios Web y a la forma en que éstos serían empleados para dar cumplimiento al instructivo. Dicho documento permite revisar además el grado de adopción que habían alcanzado los servicios digitales en el Estado.

Instructivo Presidencial N° 005 - 2001 sobre Gobierno Electrónico.- Este documento fue emitido el 11 de mayo del año 2001 por el Presidente Ricardo Lagos, y su materia es "**Imparte instrucciones para el desarrollo del Gobierno electrónico**".

En este instructivo se define que el Gobierno Electrónico es "el uso de las tecnologías de información y comunicaciones que realizan los órganos de la administración para mejorar los servicios e información ofrecidos a los ciudadanos, aumentar la eficiencia y eficacia de la gestión pública e incrementar sustantivamente la transparencia del sector público y la participación de los ciudadanos".

Además se indica que el Gobierno Electrónico se desarrolla a través de un proceso evolutivo de cuatro fases: Presencia, Interacción, Transacción y Transformación. Por lo mismo, se hace un llamado a la introducción progresiva de las TIC y al mejoramiento de la gestión y de los procesos internos gracias a éstas.

Finalmente se indica que el Ministerio Secretaría General de la Presidencia, efectuará la coordinación y seguimiento de las instrucciones referidas al Gobierno Electrónico.

Instructivo Presidencial N° 006 - 2004 sobre Firma Electrónica.- Este documento fue emitido el 10 de junio del año 2004 por el Presidente Ricardo Lagos, y su materia es "**Imparte instrucciones sobre implementación y uso de la Firma Electrónica en los actos, contratos y cualquier tipo de documento de la Administración Central del Estado**".

El objetivo es entregar las instrucciones necesarias para poner en funcionamiento las normas incluidas en las leyes 19.799 sobre documentos electrónicos y la 19.880 sobre bases del procedimiento administrativo, mediante las cuales se implementa la firma electrónica en los actos, contratos y cualquier tipo de documento en la Administración del Estado. De esta manera se entrega un mayor grado de seguridad a las actuaciones gubernamentales, que tienen lugar por medio de documentos electrónicos, y al mismo tiempo, se da un mayor grado de certeza respecto de las personas que suscriben tales documentos.

Instructivo Presidencial N° 008 - 2006 sobre Transparencia Activa.- Este documento fue emitido el 4 de diciembre del año 2006 por la Presidenta Michelle Bachelet, con el nombre de "**Instructivo Presidencial sobre transparencia activa y publicidad de la información de la Administración del Estado**". A diferencia de los instructivos anteriores, éste sí contiene normas que son directamente atingentes a los Sitios Web, ya que determina un conjunto de contenidos mínimos que deben ser incorporados dentro de sus páginas.

En este instructivo se define la transparencia activa como "la publicidad de la información por parte de los organismos públicos, de propia iniciativa y sin necesidad de requerimiento alguno", en este instructivo se plantea la necesidad de "acercar la información a las personas" y también de "garantizarles el acceso a ella por medios expeditos y gratuitos".

Para hacer efectiva la aplicación de los principios de transparencia y publicidad, se asigna a los Sitios Web de los órganos de la Administración Pública la tarea de hacer la publicación de la información relevante relacionada con el funcionamiento administrativo y financiero de la institución. Entre dichos contenidos se incluyó lo relativo a adquisiciones y contrataciones, el personal que se desempeña en el servicio, transferencias de fondos realizadas, marco normativo aplicable y actos y resoluciones que tuvieran efecto sobre terceros.

Incluso para apoyar estas publicaciones, se creó un Sitio Web en el que se ofrecieron las plantillas de trabajo, de tal manera de asegurar que todos los servicios cumplieran en forma similar con estas solicitudes. Asimismo se emitió la Circular N° 3 de los Ministerios de Interior y Hacienda en la que se precisó el uso del material entregado en dicho sitio.

6.6 LEYES

Las leyes abarcan diferentes temas que afectan a la operación de los Sitios Web, aunque al presente no existen normas de este rango que estén dedicadas a esta temática tecnológica de manera específica. Por lo mismo, sólo se pueden citar como relacionadas, las siguientes:

1. **Ley N° 17.336** de Propiedad Intelectual, especifica las obligaciones referidas a la propiedad sobre las creaciones intelectuales.
2. **Ley N° 19.628** de Protección de la vida privada en lo concerniente a datos personales.
3. **Ley N° 19.653** sobre probidad administrativa aplicable de los órganos de la administración del Estado, que establece la publicidad y transparencia de los actos del Estado.
4. **Ley N° 19.799** sobre la Firma electrónica y los documentos electrónicos.
5. **Ley N° 19.880** que establece las bases de los procedimientos administrativos que rigen los actos de los órganos de la administración del Estado.

6.7 DECRETOS SUPREMOS

Dentro de las normas que generan las obligaciones más directas con los Sitios Web de la Administración del Estado se encuentran los Decretos Supremos, a través de los cuales se determinan ciertas obligaciones que deben ser cumplidas.

Decreto Supremo 32 (2003) sobre el Premio Web.- Este decreto del Ministerio de Economía fue publicado el 24 de junio del año 2003 y su título es "Crea Premio a los mejores Sitios Web del Gobierno de Chile". En su articulado se crea el sistema para destacar los Sitios Web con el objeto de incentivar a las instituciones públicas a desarrollar las acciones necesarias para el modelamiento y la mantención en el tiempo de sus Sitios Web.

Este decreto del Ministerio de Economía fue publicado el 24 de junio del año 2003 y su título es "Crea Premio a los mejores Sitios Web del Gobierno de Chile".

En su articulado se crea el sistema para destacar los Sitios Web con el objeto de incentivar a las instituciones públicas a desarrollar las acciones necesarias para el modelamiento y la mantención en el tiempo de sus Sitios Web.

Decreto Supremo 77 (2004) sobre comunicaciones entre el Estado y los Ciudadanos.- Este decreto del Ministerio Secretaría General de la Presidencia fue promulgado el 3 de junio del año 2004 y su título es "Aprueba norma técnica sobre eficiencia de las comunicaciones electrónicas entre órganos de la Administración del Estado y entre éstos y los ciudadanos".

Su objetivo es instrumentalizar administrativamente el derecho de petición consagrado en el número 14 del artículo 19 de la Constitución Política de la República, utilizando técnicas y medios electrónicos. Asimismo, sus artículos se relacionan con el reglamento dictado con motivo de la Ley 19.799 sobre documento electrónico, firma electrónica y la certificación

de dicha firma, que ordena elaborar una norma técnica para la operación eficiente de las comunicaciones por medios electrónicos.

Respecto de los Sitios Web, este decreto establece obligaciones concretas acerca de las comunicaciones que se reciban por su vía; las más relevantes son las que se explican a continuación:

- Se debe ofrecer sistemas que sean compatibles con los de los usuarios, con el objetivo de que ellos puedan enviar las comunicaciones que deseen (Artículo 4).
- Se debe solicitar a los usuarios una casilla electrónica para avisarles la disponibilidad de respuesta (Artículo 5).
- Se deben conservar registros de las comunicaciones con los usuarios, por un plazo de seis años (Artículo 6).
- Los órganos de la Administración del Estado deberán designar uno o más funcionarios para que reciban las comunicaciones electrónicas y las distribuyan para dar respuesta adecuada y oportuna (Artículo 12).

Decreto Supremo 81 (2004) sobre Interoperabilidad.- Este decreto del Ministerio Secretaría General de la Presidencia fue promulgado el 3 de junio del año 2004 y su título es "Aprueba norma técnica para los órganos de la Administración del Estado sobre interoperabilidad de documentos electrónicos".

Su objetivo asegurar la interoperabilidad en la comunicación de datos, disponer de marco semántico que asegure la operabilidad entre los diferentes organismos, que utilicen documentos electrónicos y proveer de un mecanismo que permita a los diferentes organismos que utilicen estos documentos encontrarse, comunicarse y facilitar la consulta por parte de los diferentes servicios de la información que cada uno de ellos mantiene y maneja sobre el tema.

En su contenido se plantea la obligación de que los documentos electrónicos que se generen en los órganos de la Administración Pública cumplan con estándares internacionales que

faciliten su intercambio efectivo por parte de los organismos públicos. En este sentido, esta normativa plantea principalmente el uso de XML para la generación de documentos electrónicos, xml signature para firma electrónica y, http, smtp, ftp o webservices para el intercambio de documentos.

En lo referido a las obligaciones para los Sitios Web del Gobierno, se desprende la obligación de utilizar algunos estándares específicos. De acuerdo a lo que se plantea en el artículo 8 y siguientes, los documentos electrónicos deberán ser codificados "en formato XML v.1.1 y utilizar XML Schema para definir los esquemas de los diferentes tipos de documentos". También en el artículo 25 hay otra referencia importante, al señalar que cuando se creen repositorios de documentos que sean accesibles por medios electrónicos, "la presentación visual de los documentos almacenados en los repositorios, deberá ser realizada en XHTML. Se fija como estándar mínimo del Estado, el XHTML transicional".

Decreto Supremo 83 (2004) sobre Seguridad y Confidencialidad.- Este decreto del Ministerio Secretaría General de la Presidencia fue promulgado el 3 de junio del año 2004 y su título es "Aprueba norma técnica para los órganos de la Administración del Estado sobre seguridad y confidencialidad de los documentos electrónicos".

Su objetivo es garantizar estándares mínimos de seguridad en el uso, almacenamiento, acceso y distribución del documento electrónico; además de facilitar la relación electrónica entre los órganos del Estado y entre éstos y la ciudadanía.

En su contenido se plantea la obligación de que las entidades regidas por el decreto adopten políticas de seguridad permanente, que incluyan planes de contingencia frente a fenómenos de toda índole que pudieran poner en riesgo la continuidad operacional de los sistemas de información. Si bien este decreto no se refiere explícitamente a los Sitios Web, naturalmente los afecta por el hecho de que se refiere a la forma de cuidar el equipamiento a través del cual éstos se operan.

Decreto Supremo 93 (2006) sobre Mensajes electrónicos masivos no solicitados.- Este decreto del Ministerio Secretaría General de la Presidencia fue publicado el 28 de julio del año 2006 y su título es "Aprueba norma técnica para la adopción de medidas destinadas a minimizar los efectos perjudiciales de los mensajes electrónicos masivos no solicitados recibidos en las casillas electrónicas de los órganos de la Administración del Estado y de sus funcionarios".

Su objetivo es fijar estándares sobre el adecuado manejo de los mensajes electrónicos, de manera de mitigar los efectos perjudiciales de los mensajes masivos no solicitados (SPAM) enviados a las casillas electrónicas de los órganos de la Administración del Estado y a las asignadas a sus funcionarios.

En su contenido establece recomendaciones tendientes a evitar que la recepción de mensajes electrónicos masivos no solicitados recargue innecesariamente los sistemas informáticos y busca asegurar de la integridad y subsistencia de la documentación electrónica de los órganos de la Administración del Estado. Publicado en el Diario Oficial el 28 de julio de 2006.

En su contenido se hace una revisión extensa de las medidas que deben tomar las instituciones para enfrentar este tipo de correos. En lo que se refiere a la operación de los Sitios Web, el mandato que emana de este decreto está contenido en el Artículo 6º, donde se plantea que "los órganos de la Administración del Estado deberán, salvo circunstancias calificadas, evitar que las casillas electrónicas institucionales sean difundidas a través de su Sitios Web, construir directorios o índices de usuarios, y suministrar casillas electrónicas personales compartidas".

Se explica que "cuando fuese necesario difundir las casillas institucionales, los órganos de la Administración del Estado deberán optar por la inclusión de una imagen con la dirección electrónica, el ofuscamiento de ésta, o su despliegue mediante la ejecución de un script por parte de quien la requiera".

Decreto Supremo 100 (2006) sobre Desarrollo de Sitios Web.- Este decreto del Ministerio Secretaría General de la Presidencia fue publicado el 12 de agosto del año 2006 y su título es "Aprueba norma técnica para el desarrollo de Sitios Web de los órganos de la Administración del Estado".

Su objetivo es determinar las características mínimas obligatorias que deben cumplir los Sitios Web de los órganos de la Administración del Estado, La norma establece que dichos sitios sean desarrollados para garantizar la disponibilidad y la accesibilidad de la información, así como el debido resguardo a los derechos de los titulares de datos personales, asegurando al mismo tiempo la interoperabilidad de los contenidos, funciones y prestaciones ofrecidas por la respectiva institución.

En su contenido se encuentra el conjunto más concreto sobre las características que deben tener los Sitios Web del Gobierno chileno, ya que se refiere directamente a sus contenidos, estándares que deben cumplir sus páginas y plazos para dar cumplimiento a dichas obligaciones.

Se establecen dos niveles de cumplimiento, generando con ello un grupo de obligaciones que deben atenderse en forma precisa y en un marco de tiempo determinado. La forma de cumplir éstas será explicada en detalle en el Capítulo 2 de esta Guía.

En el primer plazo, que se cumple a un año de la promulgación y al que se denomina Nivel I, se obliga a los Sitios Web a adoptar las siguientes características:

- Los Sitios Web deben utilizar para su identificación registrar los dominios .GOB y .GOV, ante el Ministerio del Interior. Asimismo deben utilizar el icono del Gobierno, a menos que obtengan una autorización que los exceptúe (Artículo 3°).
- Los Sitios Web deben velar por la disponibilidad de la información, generando un acceso rápido y simple a contenido de utilidad. Además deben adherir a las recomendaciones de la **Guía Web** respecto del peso y acceso a contenidos de utilidad que deban contener los sitios (Artículo 4°).

- El código de despliegue del Sitios Web debe ser HTML o XML y cumplir con los estándares HTML 4.01 o XHTML 1.0, validar el HTML y las Hojas de Estilo en Cascadas a través de las herramientas provistas por la W3C (World Wide Web Consortium, <http://www.w3.org>). Asimismo, se debe hacer dicha validación para detectar y corregir posibles enlaces rotos y la presencia de imágenes perdidas en el Sitios Web validados ante el W3C (Artículo 5°).
- El administrador del Sitio Web debe desarrollar un permanente monitoreo de la actividad del Sitios Web para conocer el comportamiento de los usuarios que lo visitan, a fin de introducir acciones que permitan adoptar las medidas preventivas y correctivas oportunas y enfrentar los problemas que genere su operación (Artículo 6°).
- El órgano de la Administración del Estado propietario del Sitios Web debe contar con un Plan de Contingencia para enfrentar los problemas derivados de la operación del Sitios Web y de posibles ataques externos (Artículo 7°).
- El set de caracteres del Sitios Web preferentemente debe ser UTF-8 (Artículo 8°).
- El órgano de la Administración del Estado propietario del Sitios Web debe contar con una Política de Privacidad para la cual se entregan indicaciones muy concretas mediante una "Guía Modelo Política de Privacidad de los Sitios Web de la Administración del Estado" (Artículo 9°).

En el segundo plazo, que se cumple a dos años de la promulgación y que agrupa a las obligaciones que se denominan Nivel II y para la cual se ofrece la "Guía para la accesibilidad de discapacitados en los Sitios Web de la Administración del Estado" y que requiere la adopción de las siguientes características:

- Las páginas del Sitios Web deben ser diagramadas utilizando hojas de estilo en cascada, separando el contenido, la estructura y la presentación (Artículo 10°).
- En caso de utilizarse marcos, se debe ofrecer información para cada uno de ellos a fin de permitir una navegación adecuada (Artículo 11°).
- En caso de que se utilicen Plug-ins, deben ser informados y proporcionados enlaces para que puedan ser obtenidos (Artículo 12°).

- Los Sitios Web deben ser accesibles utilizando diferentes navegadores. (Artículo 13°).
- Las hojas de estilo en cascada deben ser validadas con las herramientas proporcionadas por el World Wide Web Consortium (Artículo 14°).

6.8 GUIAS DE APLICACION

Las Guías de Aplicación son un conjunto de buenas prácticas emitidas por los organismos del Estado para orientar y precisar la forma de dar cumplimiento a las normas que se han emitido sobre temas determinados.

Tal como se indicó antes, tras la publicación del Decreto Supremo 100/2006 del Ministerio Secretaría general de la Presidencia, se emitieron dos guías que estaban mencionadas en el Artículo Cuarto, y que corresponden a las siguientes:

Guía Modelo Política de Privacidad de los Sitios Web de la Administración del Estado, que es el documento que explica cómo dar cumplimiento al Artículo 9°, entregando incluso una plantilla para que el Sitios Web, previa inclusión de los datos particulares del órgano de la Administración Pública al que pertenece, pueda publicar dicha información y dar cumplimiento a dicha norma.

Guía para la accesibilidad de discapacitados en los Sitios Web de la Administración del Estado. Ofrece toda la información necesaria para dar cumplimiento a los principios que permitirán que el Sitios Web sea utilizado por personas con discapacidad. Se define a sí a quienes "como consecuencia de una o más deficiencias físicas, psíquicas o sensoriales, congénitas o adquiridas, previsiblemente de carácter permanente y con independencia de la causa que las hubiera originado, vea obstaculizada, en a lo menos un tercio, su capacidad educativa, laboral o de integración social".

6.9 ACERCA DEL CUMPLIMIENTO DE NORMAS

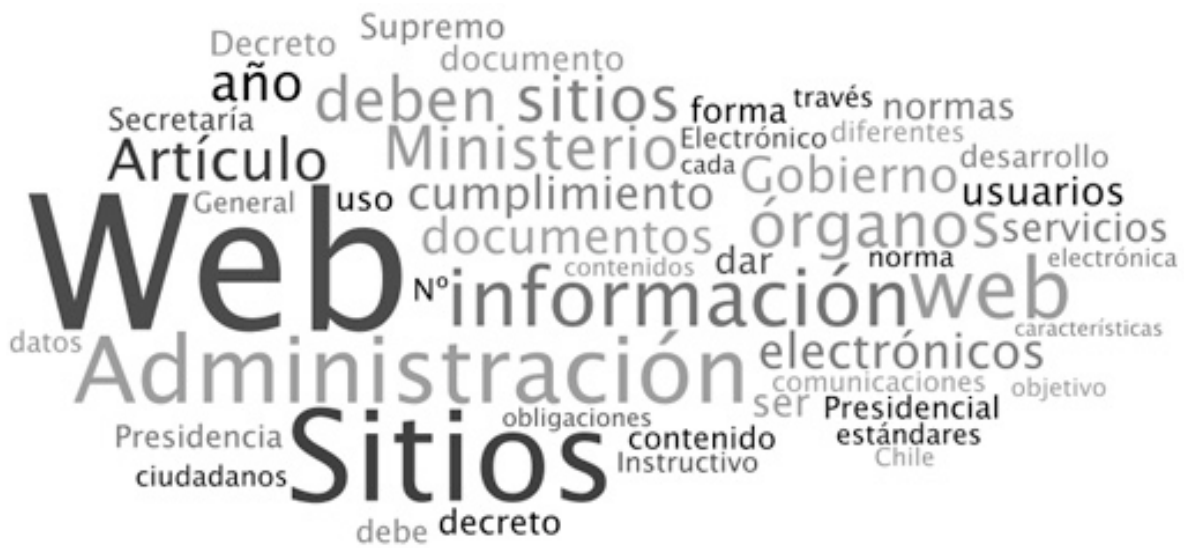
Si bien las normas que se incluyen en este capítulo no indican directamente la forma en que será controlado su cumplimiento, corresponde al Comité de Normas para el Documento Electrónico -que es un órgano asesor del Presidente de la República, creado por el Decreto Supremo 181, del Ministerio de Economía, de 2002- generar las herramientas que permitan la evaluación del nivel en el cual están los servicios respecto de este cumplimiento.

Adicionalmente, los organismos públicos deben dar cumplimiento estricto a las normas que son emitidas por la Administración del Estado, incluyendo dentro de ellas a los instructivos y decretos que mencionamos en este capítulo.

También es importante tener en cuenta que en gran parte de los servicios públicos dichas normativas forman parte del Sistema PMG (Programas de Mejoramiento de Gestión) de Gobierno Electrónico, en el cual se incorpora el cumplimiento de diferentes aspectos incluidos en ellas.

Adicionalmente, el Ministerio Secretaría General de la Presidencia desarrolló instancias de revisión de los Sitios Web de los órganos de la Administración del Estado, a través del desarrollo de la evaluación denominada "Premios Web" que tienen su origen en un primer concurso realizado en el año 1999 y que luego continuó con un trabajo mucho más amplio en los años 2002-3 y 2004-5.

- En cada caso se entregaron distinciones a los ganadores y se destacó su capacidad para generar Sitios Web que junto con permitir un contacto directo con los ciudadanos, tuvieran la capacidad de cumplir estándares internacionales.



La nube de palabras muestra los conceptos más utilizados en el capítulo Estado del Arte.

7. ESTANDARIZACIÓN⁸

“Estandarización es el proceso de elaboración, aplicación y mejora de las normas que se aplican a distintas actividades científicas, industriales o económicas con el fin de ordenarlas y mejorarlas”⁹

La Internet no es ajena a la estandarización, ya sea de los protocolos de comunicación (HTTP, IP, etc.), de los lenguajes de programación de páginas web (HTML, XHTML, ASP, PHP, etc.), de la arquitectura de servidores y del software que utiliza para que los usuarios puedan acceder a través de Internet y consultar los contenidos dispuestos en páginas web.

La estandarización permite que distintos usuarios, utilizando distintas plataformas computacionales (sistemas operativos y software), puedan acceder de igual manera a un sitio web y disfrutar de las mismas funcionalidades. Esto se debe, a que existen organizaciones a nivel mundial, que regulan los estándares o normas con que se desarrollan tanto el hardware como el software: normalización tecnológica.

“El Gobierno de Chile a través de la Guía para el Desarrollo de Sitios Web y luego mediante el Decreto Supremo 100, ha tomado la decisión de adoptar estos estándares para los órganos de la Administración del Estado, con el objetivo de que todos ellos puedan ser accedidos por los ciudadanos sin que existan barreras tecnológicas mayores para acceder a la información y funcionalidades ofrecidas” (Guía Web 2.0).

En cuanto a lo referente a este trabajo, entenderemos como estándar: a las “especificaciones que determinan la manera en que se construye y funciona a una tecnología en particular”.

⁸ fuentes: Guía Web y Wikipedia

⁹ Wikipedia

En cuanto a sitios web, el uso de estándares define la forma en que se desarrollan o programan las páginas web, siendo la W3C, la organización a nivel mundial que regula la adopción de normas y certifica (válida) el uso de estas.

7.1 ¿POR QUÉ ES NECESARIO ESTANDARIZAR?

Para permitir que sistemas operativos, software y plataformas sean compatibles entre sí. El HTML permitió solucionar este problema en la web, dando un estándar a la programación en lenguaje de hipertexto, el cual podía ser interpretado por los distintos servidores y navegadores web.

El objetivo principal de la estandarización en Internet, es el permitir la interoperabilidad de sitios web, entendiendo a esta como “la capacidad, conocimiento y acuerdo de dos o más partes de un todo para que operen o funcionen de manera conjunta y mancomunada para lograr un fin determinado”

Este mismo objetivo fue incorporado por el Gobierno en su normativa, especificando dentro del Decreto Supremo 100/2006 (que se analiza más adelante) donde se indica que los Sitios Web “deben ser accesibles por diferentes navegadores”, en un claro llamado a la compatibilidad con las distintas plataformas computacionales (Guía Web 2.0).



La nube de palabras muestra los conceptos más utilizados en el capítulo Estandarización.

8. AMBITO DEL DESARROLLO

El Ministerio de Relaciones Exteriores definió los siguientes ámbitos de acción del Portal Web para las Misiones de Chile en el Exterior:

- a) Difundir de manera eficiente las actividades e hitos relevantes que desarrollan las Misiones de Chile en el Exterior a través de un Portal Web amigable;
- b) Mejorar los mecanismos de comunicación con los usuarios de servicios que ofrece la Cancillería tanto en Chile como en el exterior;
- c) Establecer un formato estándar de sitio web para todas las Misiones en el exterior, tanto en la estructura como el contenido publicado;
- d) Ofrecer un servicio de calidad en la información entregada a los diferentes tipos de usuarios;
- e) Reducir las cargas de trabajo vinculadas con solicitudes de información.

La implementación de la política comunicacional y de servicios del portal web implica el uso de las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) como herramientas definidas para mejorar la gestión en la Administración del Estado, esto constituye un objetivo prioritario dentro de las políticas gubernamentales.

En concordancia con lo señalado, durante el año 2003 se decidió incluir en los Programas de Mejoramiento de la Gestión (PMG)¹⁰ al Sistema de Gobierno Electrónico, que tiene como propósito aplicar un modelo de gestión integrado entre diferentes Servicios Públicos. Esto implicó en una primera etapa, rediseñar las funciones y procesos, para optimizar el uso de la tecnologías de información, tanto en la áreas internas, tendientes a las acciones

¹⁰ PMG: instrumento de apoyo a la gestión de los Servicios Públicos cuyo objetivo es mejorar la gestión global de estos. Se basa en el desarrollo de áreas estratégicas comunes de la gestión pública y comprende etapas de desarrollo o estados de avance para cada una de ellas. El cumplimiento de estas etapas permite que los funcionarios accedan a un incentivo monetario. (Ministerio de Hacienda, DIPRES)

referidas a gestión dentro del propio Servicio Público y en el área externa, referida a acciones vinculadas al otorgamiento de servicios e información a los usuarios.

En este contexto, el Ministerio de Relaciones Exteriores no ha estado ajeno a ese proceso de Modernización de la Administración Pública del Estado, que en definitiva, permitió introducir el Sistema PMG de Gobierno Electrónico en la institución.

Uno de los objetivos estratégicos del gobierno es la estructuración del Estado con un enfoque al servicio de la ciudadanía. En este sentido, para tener un Estado moderno, es decir eficiente y no tan solo eficaz, es preciso efectuar cambios en los servicios públicos, avanzando en la modernización de los procedimientos de gestión y estilos de trabajo, para brindar un servicio de calidad en función de los intereses y necesidades de los ciudadanos. Por lo tanto, es fundamental hacer el esfuerzo en disminuir la excesiva tramitación de los procedimientos para acceder a un beneficio público y de esta forma satisfacer las necesidades y requerimientos solicitados por las personas de manera oportuna y rápida: lo que se busca es simplificar los trámites

Respecto del Sistema de Gobierno Electrónico, cabe mencionar que las autoridades de la institución tienen entre sus prioridades el colaborar con el desarrollo y la modernización del Ministerio, a través de los proyectos de implementación y mantenimiento del Sitio Web ministerial, del Portal Web de las Misiones de Chile en el Exterior y en el referido a la implementación de un Sistema de Atención Consular, que permita solicitar servicios o iniciar alguno de los tramites que ofrece el Ministerio a través de Internet a los connacionales en el exterior, a ciudadanos y empresas extranjeras, lo anterior, relacionados con el fortalecimiento de la interacción entre el Estado y los usuarios, incorporando el uso de tecnologías de información, el cual cuenta con el apoyo de la Comunidad Económica Europea.

El ministerio, se avocó a identificar los principales trámites efectuados por aquellos Departamentos que solo atienden público y que otorgan servicios a la ciudadanía, como

son: Acción Social, de Previsión, Remesas y Medicamentos, de Legalizaciones, de Inmigración, de Pasaportes y de Asesoría Legal.

Al mismo tiempo, se procedió a levantar los trámites y revisar los procesos o etapas que intervienen; el análisis de los procesos inter- servicios vinculados a los trámites, con la finalidad de identificar las brechas o dificultades que existen para su adecuado desarrollo y posterior demora del beneficio al ciudadano.

8.1 OBJETIVOS DEL PROYECTO

Los objetivos definidos por el Ministerio de Relaciones Exteriores para el proyecto Portal Web de las Misiones de Chile en el Exterior son los siguientes:

1. Homogeneizar el contenido de los sitios web de todas las embajadas, consulados y misiones multilaterales de Chile en el mundo.
2. Centralizar en una plataforma única todos los sitios web, con administrador de contenido único, multi-lenguaje y multi-usuario, considerando las condiciones de seguridad informática y alta disponibilidad.
3. Desarrollar una plataforma que responda a los requerimientos del Gobierno de Chile, establecidos en sus decretos supremos 93 y 100, y las guías de desarrollo de sitios web del Gobierno de Chile y de accesibilidad para discapacitados.

Estos objetivos daban cuenta de la necesidad de migrar del modelo corporativo de comunicación, estableciendo los ámbitos del desarrollo, los requerimientos de la plataforma a desarrollar y las normas a cumplir, de tal manera que se pudiera definir a los usuarios, establecer mecanismos de comunicación con estos e informar de los servicios y trámites prestados por la institución.

Algunas misiones contaban con sitios web propios, los que no consideraban lineamientos institucionales, ni daban cuenta de una lógica de Estado, simplemente se establecían como

mecanismos de comunicación con sus usuarios inmediatos y como apoyo en cuanto a comunicar requisitos para realizar trámites y solicitar servicios.

Centralizar en una sola plataforma todos los sitios web responde a la necesidad de que todas las misiones cuenten con una imagen común que las asocie, el que se unifique la estructura de contenidos y los servicios que se ofrecen a los usuarios y facilitar las tareas de administración, mantención e implementación de mejoras.

El desarrollo de la plataforma se planificó de tal manera que su implementación diera cumplimiento de todas las normativa dispuesta, específicamente al desarrollo de sitios web del Estado.

8.2 RESULTADOS ESPERADOS

El proyecto estableció los resultados que se debían alcanzar, de tal manera que se diera respuesta a las necesidades del Estado, del Ministerio, de cada misión en particular y de los usuarios finales.

Los resultados esperados definidos fueron:

- Disponer de un “portal web” con administrador de contenidos, que permita gestionar información en diferentes lenguajes con diferentes perfiles de usuario.
- El “portal web” debe responder a requisitos establecidos en decretos supremos 93 y 100, y las guías de desarrollo de sitios web del Gobierno de Chile y de accesibilidad para discapacitados.
- Dotar a dicho “portal web” de políticas de seguridad informática, respaldo de información y condiciones de alta disponibilidad, a través de un servicio de hosting y mantención.

El que la plataforma cuente con la posibilidad de incorporar información en múltiples idiomas responde a la necesidad de comunicarse con usuarios que se encuentran repartidos en todo el mundo, que son parte de distintas culturas y hablan distintos idiomas.

En cuanto a la estandarización dispuesta para el desarrollo de sitios web, se definieron dos decretos específicos, el DS 93 y 100, que establecen las normas mínimas fijadas por el Estado a este respecto.

La seguridad informática es un tema de primera importancia en todo proyecto web, en especial en sitios web del Estado que por su naturaleza se encuentran más expuestos al ataque de hackers. A este respecto, se establecieron patrones para el desarrollo, alojamiento y respaldo del portal web en un data center de primer nivel.

8.3 SOBRE LA PLATAFORMA

Respecto de la plataforma a implementar, se estableció que el portal web debía contar con un administrador de contenidos, que permita actualizar, mantener y generar contenido automáticamente, de forma eficiente y sencilla. Dicha aplicación cuenta con una interfaz única de administración que permite a los administradores del portal web un acceso fácil y seguro desde el cual se pueden manejar todos los aspectos relacionados con la información publicada, ya sea texto, multimedia, formularios, encuestas, documentos para descarga, contenido interactivo, etc.

De igual manera, debe permitir la configuración de perfiles diferenciados de administrador de contenidos, asignado a cada uno de ellos nombre de usuario y contraseña propio, así como las restricciones de acceso que correspondan por secciones de contenido asignadas. Las sesiones de trabajo de estos usuarios administradores deberán ser encriptadas.

La plataforma deberá registrar en archivos logs¹¹ las tareas realizadas por cada uno de los usuarios. Se requiere que el administrador de contenidos del Portal Web maneje al menos 3 categorías de usuarios:

- **Administrador:** junto a las tareas de configuración del sistema, puede ingresar, editar y publicar información en todos los sitios web dispuestos en la plataforma.
- **Editor:** Puede ingresar, editar y publicar información en los sitios web autorizados de la plataforma.
- **Periodista:** Puede ingresar información en los sitios web de la plataforma, pero no cuenta con autorización para publicar.

La arquitectura del Portal Web, debe considerar secciones de contenido transversal a cada sitio web, las cuales deberán ser administradas de forma centralizada. Del mismo modo, cada sitio web contará con páginas web propias, que podrán ser actualizadas sin involucrar a los restantes sitios web.

La estructura de la plataforma que se requiere implementar, consta de un menú temático, desde el cual se podrá acceder a las distintas Misiones de Chile en el Exterior, agrupadas según el país en que estas residen. Dentro de cada una de estas se extenderán los distintos aspectos generales que se desean destacar.

El Portal Web debe responder a los criterios establecidos en los Decretos Supremos 93 y 100, y su guía para accesibilidad a personas discapacitadas, así como utilizar como directriz la Guía de Desarrollo de Sitios Web del Gobierno de Chile (<http://www.guiaweb.gob.cl/>). Tanto los decretos como la guía mencionada, se encuentran disponibles en el sitio web del Proyecto de Reforma y Modernización del Estado de Chile (<http://www.modernizacion.cl/>).

¹¹ Log: registro de actividad de un sistema computacional

9. ALCANCES DEL PROYECTO

El proyecto considera dotar de un sitio web a cada una de las Embajadas, Consulados y Misiones Multilaterales de Chile en el Exterior que permita:

1. Difundir de manera eficiente las actividades e hitos relevantes que desarrolla cada Misiones;
2. Mejorar los mecanismos de comunicación con los usuarios de servicios;
3. Establecer un formato estándar de sitio web, tanto en la estructura como el contenido publicado;
4. Ofrecer un servicio de calidad en la información entregada a los diferentes tipos de usuarios;
5. Reducir las cargas de trabajo vinculadas con solicitudes de información.

9.1 USO DE ESTANDARES

El portal web se diseñó basándose en estándares universales de accesibilidad que permiten - de manera real - la construcción de comunicación efectiva y eficiente con los usuarios, la importancia de realizar un diseño de las páginas web de acuerdo a normas estándares y a la importancia que se le debe conceder a la experiencia que tiene el usuario que lo visita.

Es importante el uso de buenas prácticas sobre accesibilidad y el administrar la retroalimentación proporcionada por los usuarios, además del uso de metodologías en la realización de pruebas de usuarios orientadas a mejorar el portal web.

Los siguientes son los atributos considerados:

- **Usabilidad:** atributo de calidad de una página o sitio web, que determina la facilidad de la interfaz para ser utilizada. La palabra también se refiere a los métodos para mejorar la facilidad de uso durante el proceso de diseño.
- **Arquitectura de la información:** descripción o especificaciones de diseño sobre como debe ser tratada y organizada la información. En diseño web, se aplica a la organización del contenido dispuesto a los usuarios en categorías y la creación de un interfaz para mostrar esas categorías.
- **Diseño de Interfaz:** diseño visual de la propuesta. Se aplican todos los aspectos gráficos necesarios para una buena relación entre el usuario y el sistema. Se definen los conceptos de diseño, diagramación, cromática y tipográfico. Procura construir la experiencia y el feeling de la pieza comunicacional.
- **Diseño Front:** comprende una etapa de cruce entre la ingeniería (programación) del portal web y el diseño. Esto permite poder contar con un producto que cumpla con los más altos niveles de estandarización y de mejor programación de código.¹²

9.2 USABILIDAD

Análisis de la utilidad, facilidad de uso y la satisfacción de sus Clientes en la Internet a través de distintas herramientas. En esta etapa se realizan **análisis cualitativos e interpretativos** guiados por psicólogos expertos en conductas del consumidor.

¹² Más información en <http://www.w3c.org>

- **Análisis de Estadísticas.** Análisis, interpretación y sugerencias de modificaciones al sitio web. Se establecen criterios de análisis para un posterior informe.(La fuente del análisis se sustenta por la herramienta Google Analytics o Certifica.)
- **Test de Usuarios.** Es una prueba de usabilidad que se basa en la observación y análisis de cómo un grupo de usuarios reales utiliza el sitio web, anotando los problemas de uso con los que se encuentran para poder solucionarlos posteriormente. Se trata de una prueba llevada a cabo en 'laboratorio de usabilidad', es decir, no debemos confundirla con un estudio de campo.

9.3 ARQUITECTURA DE LA INFORMACION

Se diseñó la estructura lógica y adaptiva de navegación e interacción de los sitios web, para que los usuarios encuentren rápido lo que buscan y hagan las operaciones de manera segura y eficiente a través de procesos virtuosos evitando un stress innecesario en el uso del sistema.

- **Card Sorting (u ordenación de tarjetas)** es un ejercicio que se realiza con los usuarios, consiste en entregarles a éstos un conjunto de tarjetas de cartón, en las que aparecen rotulados los posibles items que pueden constituir la estructura principal de navegación del sitio web, para que las ordenen y agrupen.
- **Mapas de Navegación:** Los mapas de navegación proporcionan una representación esquemática de la estructura del sitio web, indicando los principales conceptos incluidos en cuanto a cajas de información y las relaciones entre ellas. Un mapa es, por ejemplo, una representación completa (o resumida) del sitio web para orientar al usuario durante el recorrido o para facilitarle un acceso directo al lugar que le interese. Reflejará la estructura del sitio web por medio de enlaces a los nodos principales, y éstos también

pueden desarrollarse para mostrar los subnodos. El mapa de navegación puede representarse bien en forma textual, de forma gráfica, o una combinación de ambas.

- **Wireframes:** Son los acercamientos más claros al diseño de distribución de los contenidos sin interfaz de usuarios. Permiten acercarse rápidamente al prototipo de diagramación en el browser de manera muy clara. Es la aplicación en imagen de la manera que se sugiere estén ordenados y luzcan las porciones de contenidos. Los wireframes son susceptibles de ser testeados en prototipos de papel y/o en pantallas de manera que el usuario pueda simular una navegación por el sitio web, antes de ser construido.

9.4 DISEÑO DE INTERFAZ

Una buena Interfaz permite destinar los esfuerzos del usuario a una lectura y comprensión más rápida y eficiente del contenido.

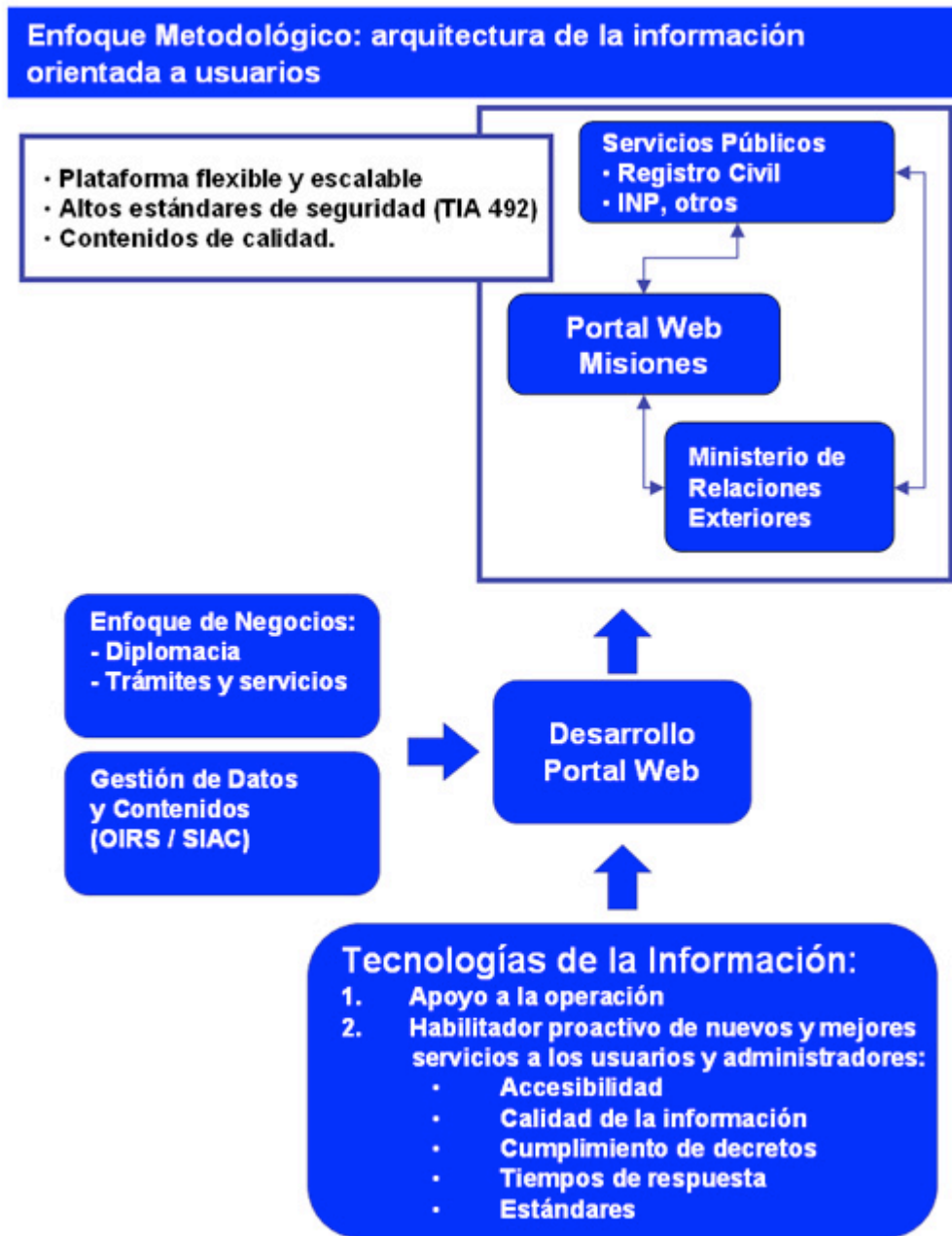
- Define y aplica los conceptos de Diseño y Diagramación.
- Define la cromática y tipografías.
- Diseña la iconografía y le da sentido y ubicuidad al accionar de las personas en un medio digital.
- Construye las experiencias y entrega las claves para obtener un aprecio estético.
- Construye el feeling de la pieza comunicacional.

10. ENFOQUE METODOLOGICO

10.1 ENFOQUE METODOLOGICO DEL PROYECTO

A continuación se presenta los dos modelos metodológicos utilizados en el proyecto:

MODELO DE NEGOCIO, GESTION, TI E INTERACCIONES



(*) OIRS / SIAC: Oficina de Información, Reclamos y Sugerencias / Sistema Integral de Atención a Clientes, Usuarios y Beneficiarios

Enfoque de negocio: se buscó en el desarrollo del portal web que este se enfocará en los aspectos de negocio y de este modo se relacionase de mejor manera con los usuarios.

Existía la idea de que la comunicación a través de Internet (sitio web) tenía que ser “corporativa”, por lo tanto, se buscó considerar un enfoque de negocios (core business), para enfocar el desarrollo y de esta manera dar cuenta de las necesidades de los usuarios y, al mismo tiempo, cubrir las expectativas de las distintas áreas que componen al Ministerio de Relaciones Exteriores.

Gestión de datos y contenidos: la administración de la información que se recopila desde el portal web (datos), considerando que esta proviene de todos los sitios web de embajadas, consulados y misiones de Chile en el exterior, requirió definir una estructura que se hiciera cargo de recibir esta información, procesarla, derivarla, administrar las posibles respuestas y el contacto con el usuario (fuente generadora de los datos).

La recepción de datos, por parte de usuarios en el Portal Web, corresponde a un formulario de contacto y un formulario de encuestas. Las consultas recibidas a través del formulario de contacto son recibidas y procesadas por la Oficina de Información; Reclamos y Sugerencias (OIRS).

En cuanto a los contenidos, estos se dividen en dos categorías. **Contenidos genéricos** a todos los sitios web, llamados **contenidos transversales** y los específicos de cada embajada, consulado o misión, denominados contenidos locales.

Los contenidos genéricos son provistos y validados por las Direcciones Ministeriales y corresponden a los trámites y servicios disponibles a los usuarios; que hacer en caso de robo, matrimonio u otros; que se requiere para estudiar y trabajar en Chile e información específica sobre nuestro país.

Los contenidos locales, corresponden a la información de quienes conforman la misión, la ubicación y la información de contacto, mapa de acceso, datos de comercio, tratados

bilaterales, etc. Esta información es generada por cada misión y validada por el nivel central (Ministerio).

Tecnologías de la información: aspectos importantes que fueron considerados en el proyecto son los asociados a la operación de la plataforma web, el proveer nuevos servicios a los usuarios y administradores del sistema y que estos cuenten con una calidad superior de servicio.

Al mismo tiempo, se consideraron como requisitos la calidad de la información (redacción ciudadana), el cumplimiento de las normativas vigentes (DS 93 y 100), el tiempo de respuesta en acceder a la información y la seguridad de esta y el cumplimiento de estándares internacionales en cuanto a accesibilidad, encontrabilidad, diseño, etc.

Interacción: el portal web interactúa tanto con el Ministerio de Relaciones Exteriores, como con otros servicios público, como son el Servicio de Registro Civil e Identificación y el Instituto de Previsión Social (ex INP).

El Servicio de Registro Civil e Identificación, aporta los contenidos referidos a Pasaporte y Cédula de identidad: obtención, renovación y verificación de identidad. El Instituto de Previsión Social, es el generador de los contenidos respecto a beneficios previsionales, pensiones, imposiciones, etc.

10.2 MODELO DE GESTION, CONOCIMIENTO, CAMBIO, VISION Y APLICACIÓN DE TI



La **gestión del proyecto**, corresponde a la planificación del trabajo en todos sus aspectos (levantamiento, programación, etc.), la administración de las tareas a realizar (carta gantt),

las acciones de control del desarrollo del proyecto, los plazos y el aseguramiento de resultados.

Transferencia de conocimiento: es la implementación o puesta en marcha de la metodología de trabajo de la empresa desarrolladora en el desarrollo del proyecto. Permite a la organización el seguir un camino o ruta de trabajo en función del logro de los objetivos.

Administración del cambio: uno de los aspectos más importantes a considerar en el desarrollo del proyecto, permite visualizar el impacto de la implementación de este en la organización y el trabajo de las personas.

Se busca comunicar e involucrar a toda la organización en las tareas de planificación, levantamiento, desarrollo y puesta en marcha, de tal manera que el costo de la puesta en marcha no afecte el resultado final.

La **Visión integral de la organización** permite dar contexto al proyecto y buscar el apoyo para el correcto desarrollo de este. Se busca contar con respaldo en todos los niveles de la organización.

Los **aspectos tecnológicos** corresponden a las capacidades con que contará el desarrollo. Busca asegurar que los proveedores cuenten con las capacidades requeridas de acuerdo a las especificaciones y la planificación del proyecto.

Al mismo tiempo, el portal web considera utilizar la arquitectura web provista por las aplicaciones 2.0, orientadas a brindar mejores experiencias de navegación a los usuarios y lograr de esta manera una mejor relación con estos.

11. BRIEF

11.1 ¿QUÉ ES UN BRIEF?

Al momento de plantearse el desarrollo de un proyecto, el punto de partida natural es la recopilación de los antecedentes generales. Lo anterior, permite definir algunos de los aspectos centrales del desarrollo como las metas a cumplir. Del mismo modo, nos entregan una guía en el logro de la solución requerida.

En general, en torno a una serie de preguntas respecto del proyecto se busca describir las características, metas y entorno, a grandes rasgos, de una organización, producto o servicio. Permite tener un mejor panorama que permita realizar una planificación efectiva.

La estructura básica de un Brief esta compuesta por: la información general de la organización, las preguntas de contexto organizadas en un cuestionario, y la información adicional de utilidad para la comprensión del trabajo a realizar.

11.2 BRIEF DEL PROYECTO

El proyecto se inició con un Brief que permitiera identificar a los responsables: jefe del proyecto, técnicos, etc., y describir la estrategia a seguir, la situación actual, los objetivos y alcances del proyecto, los aspectos específicos, los servicios involucrados y que se busca promover, identificar usuarios potenciales y posibles, contenidos, imagen corporativa, imagen que se desea proyectar y todos aquellos tips que ayudaron a perfilar el trabajo a desarrollar y la forma de dar cumplimiento a los objetivos planteados.

11.3 ALCANCE DEL BRIEF

La aplicación de TIC's en el Ministerio de Relaciones Exteriores le aportó nuevas metodologías, que implicaron una nueva forma de afrontar los proyectos de tecnología. Esta nueva forma implica entender a la Internet como una herramienta de información y a la web 2.0, como una herramienta clave de comunicación e interacción con los usuarios.

El Brief se orientó en la descripción de la institución y su aspiración de comunicación e interacción con los usuarios, se definió la “forma de conversación con el usuario” y la disposición de los contenidos y servicios de tal manera de agilizar trámites.

La idea fuerza, inspiradora en el llenado del Brief fue desarrollar un portal web que facilite la interacción con los usuarios y ayude a mejorar la calidad de vida de estos.

11.4 BRIEF: PREGUNTAS Y RESPUESTAS

Se destaca del llenado del Brief los siguientes puntos:

1. Nombre sitios web de la competencia que le agraden:

Nombre	URL
Suecia en el extranjero	http://www.swedenabroad.com
Sitio web Embajada de Dinamarca	http://www.ambmadrid.um.dk/es/
Embajadas de Italia en el mundo	http://www.amsantiago.esteri.it/
Embajadas de Noruega en el mundo	http://www.norway.info/splash.aspx

2. Liste brevemente su público objetivo:

- a. Gobierno de Chile
- b. Chilenos en el extranjero
- c. Chilenos que desean viajar al extranjero
- d. Empresas chilenas en países extranjeros
- e. Extranjeros que desean viajar a Chile
- f. Gobiernos extranjeros
- g. Misiones diplomáticas extranjeras
- h. Extranjeros que desean conocer Chile
- i. Funcionarios en el extranjero (gestión)

3. Segmento de edad: transversal a todo segmento etéreo.

4. Segmentación geográfica: todo el mundo

5. Segmentación psicográfica (por estilos de vida): variados

6. ¿Otro tipo de segmentación?

- a. Oficinas gubernamentales
- b. Agentes económicos
- c. Agentes sociales
- d. Agentes culturales
- e. ONG, etc.

7. ¿Posee algún tipo de investigación, como estudios de audiencia, usabilidad o de mercado? ¿cuáles?

No

8. Según su opinión ¿Qué es lo primero que el usuario debiera ver o realizar al entrar al sitio?

La imagen de Chile y los servicios que ofrece el sitio web.

9. ¿Qué tareas debe realizar el usuario en su sitio?

- a. Suscripción (boletines, listas de correos)
- b. Descarga de archivo
- c. Contacto

10. ¿Existe otro aspecto de sus usuarios que sea relevante?

El nivel etéreo es transversal, con usuarios que se comunican en variados idiomas y responde a pautas culturales y tecnológicas disímiles.

11. ¿Quién genera el contenido?

Las distintas Direcciones y Departamentos que componen el Ministerio y las Misiones en el exterior.

12. ¿El sitio incluye formularios? ¿cuántos? ¿de qué tipo? (online, descargables, etc.).

El sitio web debe contar con un formulario para el SIAC (sistema integral de atención a clientes, usuarios o beneficiarios), además de contar con la opción de encuestas, etc.

13. ¿El sitio debe tener contenido variable? (publicaciones periódicas como noticias).

a. Noticias, notas, documentos, etc.

14. ¿Necesita el sitio un generador o administrador de contenidos? Si es así, ¿con qué debe contar el manejador de contenidos? (Administrador de niveles, creación de secciones, almacenamiento de información, otros).

a. Administrar niveles de usuarios: administrador, generador de contenidos, publicador.

b. Creación de áreas, secciones y subsecciones.

c. Almacenamiento de información: base de datos.

d. Email: correo electrónico para funcionarios, formularios, etc.

15. ¿Necesita que el sitio esté traducido? ¿parcial o completamente? ¿En qué idioma?

a. Si, debe manejar al menos cuatro (4) idiomas por cada representación de Chile en el Exterior, los cuales se habilitarán según la sección de la Misión de Chile que corresponda.

b. En total se consideran en los requerimientos un total de 14 idiomas distintos para el Portal.

16. Posee alguna estructura del contenido (mapas de navegación o índices de contenidos).

No.

17. ¿Posee alguno de estos elementos?

a. Tendencia cromática: sí

b. Posee logotipos: sí

c. Colores corporativos: sí

d. Tipografías corporativas: sí

e. Manual de estilo similar: sí

f. Las fuentes son el Ministerio y la fundación Imagen País.

11.5 SÍNTESIS DE BRIEF

Como conclusiones generales de esta etapa, se puede destacar cómo el hecho de responder a preguntas generales va configurando los aspectos que se requiere abordar para ir definiendo el desarrollo del portal web.

En una de las preguntas del Brief se solicitó nombrar los sitios web de otros Estados que cuentan –al menos en parte- con lo que se desea ofrecer a los usuarios con este proyecto. La respuesta considero a los países más avanzados en el uso eficiente de TIC's para la comunicación, relación y prestación de servicios con sus usuarios, esto dejó de manifiesto que el Ministerio buscaba contar con herramientas al más alto nivel y con la mejor tecnología y un canal eficiente para relacionarse e interactuar con sus usuarios. La respuesta a esta pregunta se utilizó posteriormente en el desarrollo del Benchmark, que se describe y analiza más adelante.

El ejercicio de identificar los distintos tipos de público objetivo (principal) y los secundarios, definir sus parámetros de edad, donde se encuentran, etc. permitió definir la forma en que se comunicará el Ministerio con sus usuarios, el tipo de lenguaje a utilizar y la interfaz que se debía implementar. Estos parámetros se utilizaron en las etapas de levantamiento y construcción de wireframes.

La idea fuerza, de contar con un portal web que facilite la interacción con los usuarios y ayude a mejorar la calidad de vida de estos, se fue configurando con las respuestas, que serán la base de las siguientes etapas del desarrollo.

12. BENCHMARK

12.1 ¿QUÉ ES UN BENCHMARK?

La técnica de Benchmark o comparación, se utiliza para medir o comparar sistemas o partes de este. “Benchmarking, es el proceso continuo de medir productos, servicios y prácticas contra los competidores más duros o aquellas empresas u organizaciones reconocidas como líderes”¹³.

El objetivo principal del análisis comparativo es establecer un punto de referencia entre quienes ofrecen un servicio similar al cliente, de manera de conocer las prácticas presentes en el mercado y enmarcar el trabajo dentro de un contexto global, mostrando además la posición que tiene uno de sus sitios dentro de esta estructura.

“Benchmarking es un proceso de descubrimiento y una experiencia de aprendizaje. Es una estrategia de negocios que ayuda a lograr un buen desempeño”.

12.2 BENCHMARK: DESARROLLO Y RESULTADOS

Se realizó el análisis comparativo de los sitios web que el Ministerio mencionó en el Brief, sumando a estos el del sitio web ministerial disponible hasta mediados de 2008. Los sitios web seleccionados representan al rubro de los portales de embajadas y tienen directa relación con la forma de comunicarse y los servicios que se desean ofrecer a los usuarios.

Se esperaba que con el uso de esta herramienta el Ministerio de Relaciones Exteriores se hiciera una idea clara acerca del panorama general y sobre el desarrollo del portal web. La idea era trazar una estrategia de diseño fundamentada y orientada por esta investigación.

¹³ David T. Kearns, director general de Xerox Corporation

12.3 METODOLOGIA PARA BENCHMARK

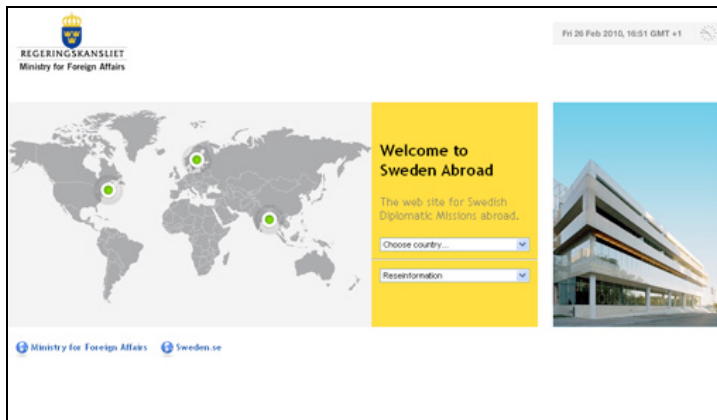
Para el análisis de los sitios web, se establecieron parámetros de aplicación gráfica, comunicacionales, disposición de la información, uso y acceso:

- a. **Diseño gráfico, fuerza comunicacional:** son atributos diferenciadores entre los sitios web. Se busca identificar aquellos elementos destacados o positivos y como estos se disponen a los usuarios.
- b. **Arquitectura de la información:** corresponde a la disponibilidad de los contenidos en el sitio web. Se analiza el como esta organizada la información y la facilidad para encontrar lo que se busca.
- c. **Usabilidad:** se revisa la facilidad de uso por parte de los usuarios, su navegabilidad y su eficacia en cuanto al funcionamiento del sitio web.
- d. **Accesibilidad:** se evalúa el nivel de accesibilidad que ofrece el sitio web, la indexación de sus contenidos en los motores de búsqueda. El acceso y la navegación del sitio web se miden independiente de la limitaciones propias que puedan presentar los usuarios o derivadas de su contexto de uso.

12.4 SITIOS WEB EVALUADOS

En el Brief, frente a la pregunta: nombre sitios web de la competencia que le agraden, la respuesta de los usuarios consultados fue:

- Suecia en el extranjero: <http://www.swedenabroad.com>



- Sitio web de la Embajada de Dinamarca: <http://www.ambmadrid.um.dk/es/>



- Embajadas de Italia en el mundo: <http://www.ambsantiago.esteri.it/>

Embajada de Italia en Santiago mapa | contactos | Italiano | búsqueda

La Embajada	Relaciones bilaterales	Informaciones y servicios	En línea con el usuario
<ul style="list-style-type: none"> El Embajador La sede Las oficinas La red consular Noticias 	<ul style="list-style-type: none"> Cooperación política Cooperación económica Cooperación cultural Cooperación al desarrollo Cooperación científica 	<ul style="list-style-type: none"> Servicios consulares Visas Hacer negocios en Chile Fare affari in Italia Bases de datos 	<ul style="list-style-type: none"> Autocertificación Formularios Preguntas frecuentes

Bienvenidos en el sitio web de la Embajada de Italia en Santiago

El Embajador
Vincenzo Palladino
*Municipium Vitae

Entes feriales italianos
Dove siamo nel mondo
Istituto Italiano di Cultura di Santiago

Welcome to Italy
Viaggiare Sicuri

Contacto:
Clemente Falcón 1050
Presidencia - Santiago
Teléfono: 0056 - 2 - 4708400
Fax Embajada: 0056 - 2 - 2232467
E-Mail Embajada: info.santiago@santiago.it
Fax Consulado: 0056 - 2 - 4708470
E-Mail Consulado: consulato.santiago@santiago.it

[Lista completa de direcciones y teléfonos de las Oficinas](#)

- Embajadas de Noruega en el mundo: <http://www.norway.info/>

norway the official site

You are here: Root

Choose your country >

Welcome to Norway – the official site. Please select your region.
 Bienvenue en Norvège – le site officiel. Sélectionnez votre région.
 Bienvenido a Noruega – el portal oficial. Elija una región.
 Willkommen in Norwegen – die offizielle Seite. Wählen Sie eine Region.

Region / Région / Región / Region
 • Africa / Afrique / África / Afrika

Weather in Oslo
 27 February 00:00 - 06:00
 -3°C /
 Last updated: 26 February 18:56
 Next update: 26 February 22:20
 See more www.yr.no

Time in Norway 21:07

- Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile (a marzo de 2008):
<http://www.minrel.gov.cl>

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES

Ministerios ... Seleccione Ministerio ... Búsqueda intranet

Nuestro Ministerio

- Política Exterior
- Gestión Administrativa
- Asuntos Consulares
- Relaciones Económicas
- Fronteras y Límites
- Agencia de Cooperación
- Instituto Antártico
- Asuntos Culturales
- Academia Diplomática
- Servicios
- Contáctenos (OIRS)
- Discursos
- Utilidades Minrel
- Exención Responsabilidad

AGENDA

PAUTA DE ACTIVIDADES
 Miércoles 21 de noviembre de 2007:

No hay actividades públicas programadas para el día de hoy.

[más noticias >>](#)
[Galería de fotos >>](#)

El Subsecretario de Relaciones Exteriores (s), Carlos Portales, inauguró el II Curso Internacional para Jóvenes Diplomáticos Iberoamericanos, que se realiza en la Academia Diplomática de Chile "Andrés Bello".

misiones en el exterior

- América del Norte
- América Central
- América del Sur
- Europa
- Medio Oriente y África
- Asia
- Oceanía

XVII Cumbre Iberoamericana

Novedades

12.5 FICHA DE LA EVALUACIÓN

EVALUADORES

Para realizar la evaluación de los sitios web seleccionados, se eligió a un grupo de profesionales, expertos en desarrollo de sitios web, que incluyó:

- Dos diseñadores gráficos: para evaluar los aspectos de diseño y accesibilidad.
- Un periodista: quien analizó la arquitectura de la información.
- Un psicólogo: que avalúo la usabilidad y estudio de usuarios.

SISTEMA OPERATIVO

Los evaluadores, utilizaron computadores con dos sistemas operativos distintos:

- Microsoft Windows XP
- MAC OSX

NAVEGADORES

Los evaluadores evaluaron los sitios web utilizando los navegadores:

- Mozilla Firefox 2
- Microsoft Internet Explorer 7
- Macintosh Safari

12.6 RESULTADOS DE LA EVALUACION

Los expertos calificaron con notas desde 1.0 (malo) a 7.0 (muy bueno). A continuación se presenta el cuadro resumen con el resultado de la evaluación realizada por los expertos:

	Suecia	Dinamarca	Italia	Noruega	Minrel
Arquitectura de la información	6,0	4,5	3,5	5,5	2,0
Poder del usuario	5,5	6,0	4,5	6,5	4,0
Diseño visual	6,0	5,0	3,0	6,5	4,0
Accesibilidad	4,0	3,0	4,0	5,0	2,0
Total	5,4	4,6	3,8	5,9	3,0

12.7 ANALISIS DE LOS RESULTADOS POR ITEMS

12.7.1 ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN: ANALISIS CASO A CASO

Todas las imágenes correspondientes a los sitios web de embajadas, consulados y otros organismos son los originales utilizados en su momento, sobre los cuales se trabajo.

Embajada de Suecia

De la revisión realizada, se consigna que la organización de los contenidos no es óptima en cuanto a agrupación de estos, el menú tiene demasiadas opciones (11 en total). Lo recomendable es que el contenido se agrupe en un máximo de cinco o seis opciones principales, debido a que el exceso de información produce “ruido visual” y crea distracción, es decir, ante tantas alternativas de la misma jerarquía, el usuario puede pasar por alto lo que está buscando.

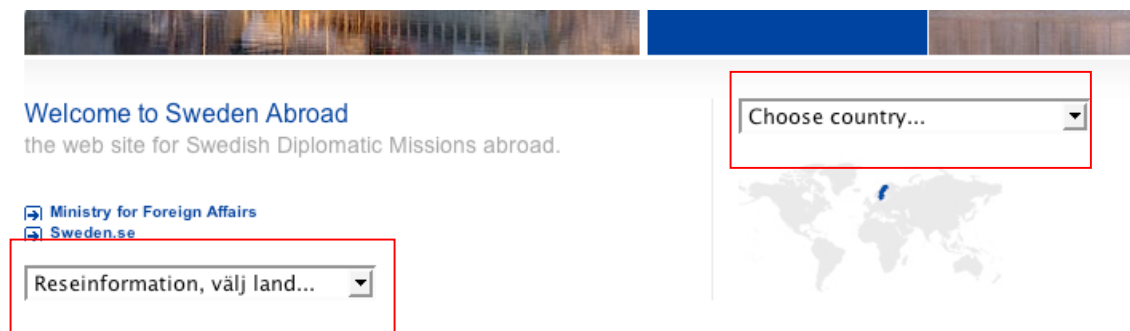
Además, se corre el riesgo de saturar al usuario con estímulos similares, haciendo difícil la identificación en pocos segundos (las personas en Internet tomamos decisiones en cuestión de segundos).

A pesar de que el contenido se puede agrupar en un menor número de alternativas principales, la navegación es bastante amigable, como se analiza más adelante.

En cuanto a los contenidos, es destacable que la información esté desplegada en párrafos cortos y, aunque no hay presencia de anclas (negritas que destacan información importante), el contenido es preciso y claro.

El uso de etiquetas es simple, el usuario no tiene que descifrar ni adivinar de qué se tratan los nombres, son muy explicativos y es muy fácil saber qué hay detrás de cada clic.

La única excepción a lo anterior se presenta en la página de inicio, donde hay dos combo box (ver imagen), donde se puede elegir exactamente lo mismo, bajo distintas preguntas.

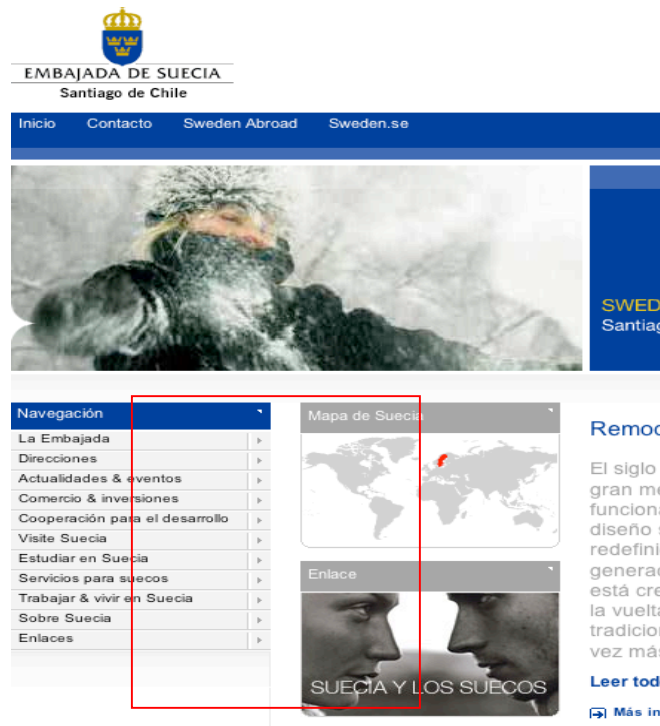


Nota: Reseinformation, välj land significa información de viaje, elija país.

Aunque el menú de navegación principal se ubica en el sidebar (barra lateral) y no en la cabecera como lógicamente debiera ser, las opciones auxiliares que aparecen en el header

(cabecera), crean pertenencia y ubicación, siempre está presente la idea que este sitio está relacionado a un contexto más global (Sweden.se).

Este sitio web presenta una navegación muy intuitiva, facilita la encontrabilidad de los contenidos debido a que la disposición de las opciones del menú es muy simple.



Permite movimientos rápidos ya que el usuario no necesita esforzarse demasiado para acceder a las opciones. Todo el contenido relevante está visible y el usuario no hace grandes sacrificios para obtener la información que necesita.

Tiene información relacionada aunque gráficamente no se distingue como tal, porque hay ocasiones en que no se diferencia de jerarquía entre ambos links.

poseer un título universitario y/o experiencia laboral relevante.

Las organizaciones, las instituciones, las corporaciones y las autoridades tanto del sector público como del sector privado serán invitadas a nominar candidatos. Las candidaturas están abiertas tanto para hombres como para mujeres, pero ya que la mayor parte de los solicitantes son hombres, se anima especialmente a las mujeres a enviar sus solicitudes.

[Más información sobre estos programas 2007](#)

[Más información sobre estos programas 2008](#)

En esta página puede encontrarse información relacionada con Suecia en el Perú.

Para fines de visas de turismo (visas Schengen), Suecia es representado por la Embajada de Finlandia en Lima.

> [Direcciones de los consulados suecos en Peru](#)

> [Empresas suecas en Peru](#)

> [Nuevas rutinas al solicitar pasaporte sueco en Peru](#)

Como se ve en la imagen anterior, no hay grandes diferencias gráficas para los links, los enlaces de la imagen inferior son externos a diferencia de los anteriores que son internos.

Aún así es un aspecto destacable que dentro del contenido se incluya información relacionada del mismo sitio. Esto no sólo es una ayuda para que el usuario tenga alternativas relevantes sino porque el cruce de los contenidos dentro de un sitio Web agrega valor a la información tanto en calidad como en encontrabilidad en los buscadores.

Hay un menú secundario que rompe con la lógica de navegación. Al navegar por el tercer nivel de información, aparece un menú secundario a la derecha, rompiendo con el esquema clásico de navegación a la que se acostumbró al usuario desde un comienzo.

Esta intención es positiva, entrega aún más visibilidad, pero la ubicación del menú es a juicio de los expertos errónea.



Cursos de sueco en Suecia

x

Algunas instituciones ofrecen estudios de sueco en Suecia, para personas que van a estudiar o trabajar en Suecia. Entre ellos hay Grennaskolan, que ofrecen cursos para jóvenes entre 14 y 17 años con conocimientos básicos de sueco. El curso dura tres semanas y el precio es 11.900 coronas suecas, incluyendo pensión completa. <http://www.grennaskolan.se>

Folkuniversitetet tienen cursos de sueco para adultos. Hay cursos normales, intensivos y extra intensivos, de ocho diferentes niveles. La duración de los cursos es de dos a cuatro semanas, y el costo varía de 1000 hasta 4200 coronas suecas dependiendo de la intensidad y duración del curso. <http://www.folkuniversitetet.se>

Glossa es una escuela privada de idiomas que tiene clases en varias ciudades de Suecia. Ofrecen cursos intensivos de Sueco en el verano, cada curso dura dos o tres semanas. El precio es entre 4700 y 6900 coronas suecas. Glossa también tiene becas para estudiantes extranjeros.

Contenido

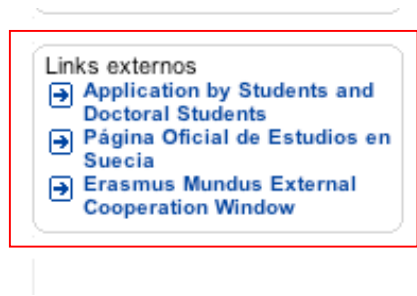
- Cursos de verano
- Programa de becas del Instituto sueco
- Cursos de sueco en Suecia

Otra de las características positivas son los recursos y las posibilidades de navegación que la interfaz le entrega al usuario, como los link externos que, en este caso, están claramente identificados, y que están contextualmente relacionados al contenido que se presenta en cada página.

Para estudios por más de 3 meses se necesita un permiso de estadía. Después de haber terminado los estudios la persona tiene que irse de Suecia.

Documentación necesaria:

- 2 formularios (se retiran en la embajada o se bajan de la página web de la Dirección General de Migraciones de Suecia www.migrationsverket.se).



Embajada de Dinamarca en España

Este sitio web tiene un menú principal ubicado en la cabecera y un menú secundario en el sidebar, además de uno auxiliar arriba a la derecha. La disposición de estos elementos en todo el sitio es muy lógico e intuitivo por lo que a primera vista, la navegación parece fácil e instintiva.



La organización de los contenidos es muy precisa ya que todo el contenido del sitio web se agrupa en cinco opciones principales, dispuestas en el menú de la cabecera.

Es destacable además el orden jerárquico de estas opciones, que está clasificada según los intereses del usuario. Eso es evidente al ubicar el “Servicio Consular” al inicio y el

“Quiénes Somos” al final, dando más relevancia a lo que usualmente busca un usuario en un sitio como éste y dejando la información institucional en un nivel menor.

El etiquetado del menú principal es deficiente. El nombre Servicio Consular es muy amplio y poco amigable, es difícil establecer en un par de segundos qué quiere decir, y necesariamente el usuario tendrá que hacer clic en la opción para despejar cualquier duda. Lo mismo ocurre con el término sitemap que está en inglés y cuya traducción no es conocida por todos los usuarios.

La jerarquización de los menús (principal y secundario) en este caso es el aspecto más destacable.

En cuanto al menú secundario de navegación, es posible distinguir dos características fundamentales: la primera que las opciones que la contienen están muy identificadas con su conjunto, es decir, no hay ningún elemento fuera de su contexto, toda la información relativa a trámites administrativos se encuentra en la primera opción y si el usuario necesita información turística sabe de antemano que la encontrará en “Viajes y turismo”, lo mismo ocurre con las otras opciones.

La segunda característica es que el etiquetado del menú secundario es acertado y muy claro.

En cuanto a los contenidos, es destacable que la información esté desplegada en párrafos cortos y, aunque no hay presencia de anclas (negritas que destacan información importante), el contenido es preciso.

En cuanto a arquitectura de la información, el aspecto negativo de este sitio web es la forma de navegación.

El esfuerzo realizado en la correcta agrupación de los contenidos no se aprecia porque la navegación es confusa. El usuario pierde constantemente la ubicación debido a la poca visibilidad de las opciones: cuando un usuario elige una opción secundaria, por ejemplo

“Estudiar en Dinamarca”, el contexto se pierde, no es posible saber si lo que hay bajo “Estudiar en Dinamarca” pertenece a la misma jerarquía o a un nivel menor, por lo tanto, tampoco es posible saber si hay otras opciones al mismo nivel que “Estudia en Dinamarca”. Es necesario recordar que hay un gran número de usuarios que ingresarán al sitio a través de buscadores web y que no necesariamente comenzarán el recorrido por la página de inicio.

SERVICIO CONSULAR INFORMACIÓN SOBRE DINAMARCA VIAJES Y TURISMO CULTURA QU

Servicio Consular > Estudiar en Dinamarca > Otra Forma de Admisión

SERVICIO CONSULAR

Estudiar en Dinamarca

Becas CIRIUS

Sócrates/Erasmus

Otra Forma de Admisión

Valoración de Estudios Extranjeros

Financiación

Lengua

Permiso de Residencia Estudiantil

Universidades y Centros Educativos en Dinamarca

Residencias Estudiantiles en Copenhague

Imprimir Enviar

OTRA FORMA DE ADMISIÓN

Cursos de Verano de 2008

Los estudiantes comunitarios que deseen cursar estudios en un centro de educación superior en Dinamarca, pueden solicitar la admisión en los mismos términos que los estudiantes daneses.

Son aptos para ello si pueden probar que dominan de forma suficiente el idioma danés, y que disponen de la cualificación exigida.

La decisión acerca de la admisión de un alumno depende del centro educativo en cuestión.

Para más información:

Para más información sobre las cualificaciones necesarias para el ingreso y pruebas suplementarias, hay que dirigirse a las oficinas de admisión de los diferentes centros educativos o a **CIRIUS**.

Otro aspecto destacable de este sitio es que presenta al usuario información relacionada y contextual dependiendo del contenido que se esté visualizando.

SERVICIO CONSULAR INFORMACIÓN SOBRE DINAMARCA VIAJES Y TURISMO CULTURA QUIÉNES SOMOS

Servicio Consular > Permiso de Residencia

SERVICIO CONSULAR

DNI y Visado

Permiso de Residencia

Legalización de Documentos - Apostilla de la Haya

Traducciones jurados

Trabajar en Dinamarca >

Estudiar en Dinamarca >

Casarse en Dinamarca

Viajar a Dinamarca acompañado

Imprimir Enviar

PERMISO DE RESIDENCIA

Las normativas para residir y trabajar en Dinamarca dependen si Usted es ciudadano español/ciudadano comunitario o de nacionalidad no comunitaria. Un permiso de residencia en España NO da derecho a residir en Dinamarca - únicamente da derecho a visitas turísticas hasta un máximo de 90 días. Sobre permisos para estudiar, véan el enlace a la izquierda: Estudiar en Dinamarca.

ENLACES

- > Lista de Departamento Estatal
- > The Ministry of Employment
- > Ciudadano en Dinamarca
- > Tasas consulares

Embajada de Italia en Chile

A diferencia del sitio Web de la Embajada de Dinamarca, se percibe una orientación absolutamente diferente. En este caso y según la disposición de los contenidos, se le da más importancia a la información institucional.

La organización de los contenidos es suficiente, pero no óptima. Podría ser más refinada, menos genérica, que estuviera más centrada en los intereses de las personas que lo visitan. A pesar de ello, es destacable que el contenido esté siempre visible en el menú y que éste se encuentre ubicado en la cabecera del sitio.

 **Embajada de Italia en Santiago** mapa | contactos | Italiano | búsqueda



La Embajada	Relaciones bilaterales	Informaciones y servicios	En línea con el usuario
El Embajador	Cooperación política	Servicios consulares	Autocertificación
La sede	Cooperación económica	Visas	Formularios
Las oficinas	Cooperación cultural	Hacer negocios en Chile	Preguntas frecuentes
La red consular	Cooperación al desarrollo	Fare affari in Italia	
Noticias	Cooperación científica	Bases de datos	

El sitio mantiene la estructura en toda la navegación, sin embargo la cantidad de contenido que presentan las páginas no es siempre la misma, de hecho hay páginas que confunden al usuario al presentar contenidos como existentes dentro de algún link, pero en realidad la información no está presente.

The screenshot shows the website 'Embajada de Italia en Santiago'. The header includes the logo, the title 'Embajada de Italia en Santiago', and links for 'mapa | contactos | Italiano'. Below the header is a banner image of a coastal scene. The main content area is divided into four columns: 'La Embajada', 'Relaciones bilaterales', 'Informaciones y servicios', and 'En línea con el usuario'. Each column lists various services and links. A red box highlights a section on the left side of the page, which contains a text input field with the placeholder 'Inserire qui il contenuto nella terza lingua...', a link labeled 'Link correlato (nella terza lingua)', and a footer area with 'notas legales | credits | F.A.Q.' and 'Italian Diplomatic Network ©2004'.

Una situación muy diferente a la que se observa en la página de inicio, donde la cantidad de información satura la página, dejando al usuario con demasiadas opciones jerárquicamente iguales.

Esta saturación dificulta la lectura de los elementos relevantes, y pueden pasar varios segundos antes de comprender qué son los diferentes componentes de la página Home.

A pesar de ello, la navegación se vuelve confusa por la manera en que están utilizados los menús laterales. Es muy destacable la utilización de menús secundarios para ayudarle al usuario en la navegación, pero en este caso su utilización es errónea, no entrega ni contexto ni ubicuidad.

La Embajada	Relaciones bilaterales	Informaciones y servicios	En línea con el usuario
El Embajador La sede Las oficinas La red consular Noticias	Cooperación política Cooperación económica Cooperación cultural Cooperación al desarrollo Cooperación científica	Servicios consulares Visas Hacer negocios en Chile Fare affari in Italia Bases de datos	Autocertificación Formularios Preguntas frecuentes

Home > La Embajada > El Embajador

Los Jefes de Misión italianos en Chile

Antonio Maria Miglorati
25 febrero 1864
ministro residente con C.C.

Ippolito Garrou
1 octubre 1870
cónsul general, encargado de negocios con C.C.

Fabio Sanminiatielli
2 noviembre 1873
cónsul general, encargado de negocios con C.C.

[El Embajador](#)

[Mensaje](#)

[La sede](#)

[Las oficinas](#)

[La red consular](#)

[Noticias](#)

 Italian Diplomatic Network ©2004

En cuanto a los contenidos, la información está desplegada en párrafos largos y sin anclas (negritas que destacan información importante), lo que dificulta la lectura. Además hay sectores donde el contenido está en inglés, sin previo aviso para el usuario.

General Registry

The Registry Office is authorised for the Registry of Citizens Residing Abroad (AIRE). Law no. 470/1988 states that all Italian citizens who intend to live abroad must register at an authorised Consulate within 90 days of arriving in their country of residence. Even those who emigrated before this law went into effect must register. AIRE registration is necessary in order to obtain any and all documents and certificates issued by the Consulate as well as requests for passport renewal or issuance. Registration with the Consulate significantly reduces the time required for all procedures.

Italian citizens should be registered at the Registry of an Italian municipality. Registration permits the exercise of all the rights and duties of a citizen depending on each individual situation. The Italian citizen is obliged to inform his/her municipality, as well as the Consulate, of all registry data changes (marital status, citizenship, address, family composition, residency).

Italian citizens can be residents either in Italy or abroad: in the former case they will be registered in the Resident Population Registry (A.P.R.) of their Italian municipality and will refer directly to that municipality for all registry-related procedures; in the second case their names will appear in the AIRE lists of their Italian municipality of origin, or where they most recently resided before expatriating: these citizens must refer to the Italian Consulate of their place of residence abroad for all registry-related procedures. The Consulate will act as go-between for citizens residing abroad and the Italian municipality in which those citizens are registered.

- [Registro civil](#)
- [Asistencia](#)
- [Ciudadanía](#)
- [Servicio militar](#)
- [Notarial](#)
- [Servicios electorales](#)
- [Pasaportes](#)
- [Pensiones](#)
- [Estado civil](#)
- [Estudios](#)
- [Adozioni](#)

El etiquetado, en general es sencillo, pero existen términos en otros idiomas que rompe con la navegación es español.

Embajada de Noruega en Chile

Este sitio web no presenta un menú principal en la cabecera, mantiene la información de contacto sobre la embajada, comercio y consulados.



Aunque la navegación principal se ubica en el menú lateral, la navegación es lógica, facilita el movimiento por el sitio y contribuye a la “encontrabilidad” de los contenidos.

La organización de los contenidos no responde a ningún orden lógico, no existe un criterio de jerarquía, ni de funcionalidad para ordenar la información. Por ejemplo, preguntas frecuentes que es un contenido auxiliar se encuentra en el mismo nivel que el resto de la información y ubicado en un lugar más preponderante.

Hay demasiadas opciones en el menú, lo que provoca ruido visual y distracción al usuario. Existen contenidos que podrían estar ubicados en lugares menos preponderantes para dejar espacio de relevancia a las informaciones más importantes para los usuarios.

A pesar de que la navegación es bastante lógica, hay páginas que se comportan de manera diferente, algunas cuentan con un menú secundarios y otras con contenido textual. Además, hay diferencias entre el etiquetado del menú y el de contenido.

Datos sobre Noruega

Jefe de Estado:	Su Majestad el Rey Harald V de Noruega
Jefe de Gobierno:	Primer Ministro Jens Stoltenberg
Superficie (km2):	385 155
Población (a 1 de enero de 2006):	4 640 219
Densidad de población por km2:	12,1
Capital:	Oslo
Lengua:	Noruego (Bokmål y Nynorsk) (En algunos distritos, el Sámi es también lengua oficial)
Iglesia estatal:	Iglesia de Noruega (Evangélica Luterana)
PIB (2005):	NOK 1 906 miles de millones (243,3 miles de millones de EUROS)
PIB (por habitante):	NOK 412 000 (52 600 EUROS)
Moneda:	Corona Noruega (NOK) 1 corona = 100 céntimos
Día de la Constitución:	17 de mayo
Crecimiento demográfico (2005):	0,7
Esperanza de vida 2005:	mujeres: 82,5 años hombres: 77,7 años

El nombre de Noruega proviene del significado "Camino hacia el Norte" | [Oficina Central de Estadísticas \(INE\)](#)

Envíe este artículo a un amigo

Print version

minidatos
sobre noruega / 2007

Foto:
[Enlaces](#)
Minidatos 2007

Clima

A pesar de la posición tan septentrional de Noruega, el clima de la zona continental es sorprendentemente templado. Noruega es el único país del norte con aguas abiertas. Esto se debe a los vientos alíseos del Océano Atlántico ... [+ Lea más](#)

Archivo

[Embajada](#) [Comercio](#) [Consulados](#)

Inicio

Datos

- Clima
- Economía**
 - Crecimiento Económico
 - Economía Mixta
 - Mercado de Trabajo
 - Política Económica
- El pueblo Sami
- Energía
- Gente
- Información General
- La Monarquía
- Medios de Comunicación
- Nivel de Vida
- Religión
- Sistema Político

Preguntas frecuentes

Visado y otros permisos

Negocios

Educación e investigación

Cultura

Noruega en Chile

Sociedad y Política

Turismo

Historia

Newsletter

Informasjon på norsk

Búsqueda

Crecimiento Económico

Desarrollo económico

Noruega es un país industrial y muy desarrollado con una economía abierta orientada a la exportación. Considerado uno de los países más ricos del mundo, también ha alcanzado altas cotas con respecto al nivel de vida, a la esperanza de vida ... [+ Lea más](#)

Política Económica

Política económica

La política económica de Noruega está diseñada para estabilizar y contener el desempleo y la inflación, para estimular el crecimiento, la estructura de la industria y la distribución de la renta. Las regiones con industrias pequeñas están ... [+ Lea más](#)

Mercado de Trabajo

El mercado laboral

El logro de una alta tasa de empleo ha sido un elemento prioritario en la agenda política noruega durante la posguerra. En los años setenta, el desarrollo del campo del petróleo en el Mar del Norte combinado con una activa política del ... [+ Lea más](#)

Economía Mixta

Economía mixta

La economía noruega está considerada, generalmente, como una economía mixta: una economía de mercado capitalista con una clara influencia del Estado. Como en el resto del oeste de Europa, el crecimiento de gran parte de la industria en ... [+ Lea más](#)

Archivo

Inicio

Datos

- Clima
- Economía**
 - Crecimiento Económico**
 - Economía Mixta
 - Mercado de Trabajo
 - Política Económica
- El pueblo Sami
- Energía
- Gente

Datos

Desarrollo económico

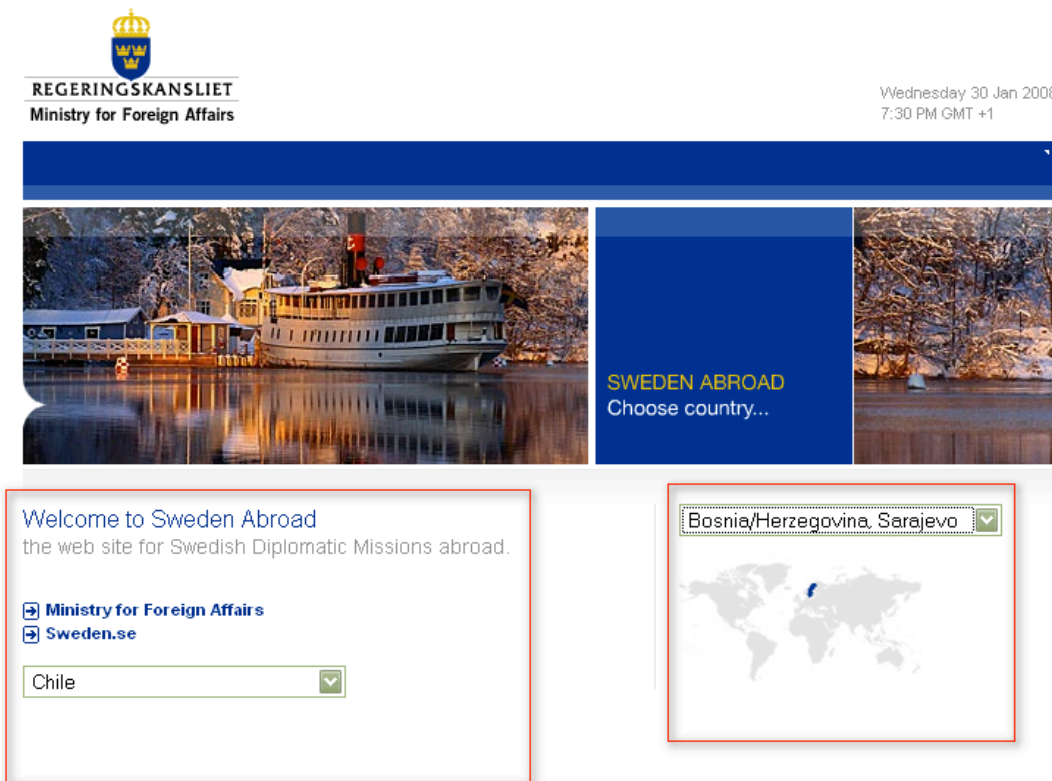
Noruega es un país industrial y muy desarrollado con una economía abierta orientada a la exportación. Considerado uno de los países más ricos del mundo, también ha alcanzado altas cotas con respecto al nivel de vida, a la esperanza de vida y sobre todo en relación con la salud y con la vivienda.

El alto nivel de desarrollo se debe en parte a la estabilidad de

12.7.2 PODER DEL USUARIO: ANALISIS CASO A CASO

Embajada de Suecia

En este caso el sitio web se muestra con una interfaz de bienvenida que permite seleccionar el país y la misión diplomática que los usuarios desean navegar. Lo que centraliza la información de manera lógica y natural para quienes desean buscar información asociada a la representación del país en el exterior.



En este sitio web destaca la coherente estructura de navegación que mantiene tanto a lo largo de las misiones como dentro de cada una de sus páginas, dando seguridad a los usuarios quienes tendrán que aprender el funcionamiento del sistema una sola vez, lo que conforma un elemento fundamental para un eficiente y rápido cumplimiento de objetivos por parte de los usuarios.

Pese a la clara y transversal disposición de los contenidos, existe una escasa diferenciación que señale jerarquía en el trato de la información. El menú superior, el menú lateral, la bajada del título del contenido y la fecha en el extremo superior tienen un similar tamaño de tipografías, lo que confunde jerarquías, niveles o relevancia. Asimismo, el contenido central donde se aloja la sección de noticias, es absolutamente ilegible.

The screenshot shows the website for the Swedish Embassy in Buenos Aires. At the top left is the Swedish coat of arms and the text 'EMBAJADA DE SUECIA Buenos Aires'. At the top right, a box displays 'Svenska' and the date 'Wednesday 30 Jan 2008 8:02 PM GMT +1'. Below this is a blue navigation bar with links: 'Inicio', 'Contacto', 'Sweden Abroad', and 'Sweden.se'. The main content area features a large image of clothespins on the left. To the right of the image is a 'Volver' button and an 'Imprimir' button. The central news section is titled 'TRÁMITES DE PASAPORTE' and includes contact information for the embassy. Below this are three news items with dates: '2007-11-14', '2007-11-23', and '2007-10-03'. On the left side, there is a 'Navegación' menu with categories like 'La Embajada', 'Direcciones', 'Actualidades & eventos', and 'Actualidades'. The text in the news items and the sidebar menu is very small and difficult to read.

Aunque la “navegabilidad” del sitio web es muy buena y fluida, este carece de elementos de usabilidad básicos como, por ejemplo, la falta de un buscador que agilice los procesos de encontrabilidad de los contenidos o un formulario de contacto que permita la interacción con los visitantes, se muestra una ventana emergente y referencias solo a direcciones, teléfonos y mail, no cuenta con una plataforma directa para consultas de los usuarios.

EMBAJADA DE SUECIA
Buenos Aires

Contacto

Embajada de Suecia
Tacuari 147, piso 6
C1071AAC Buenos Aires

Tel: +54-11-4329 0800
Fax: +54-11-4342 1697

E-mail:
ambassaden.buenos-aires@foreign.ministry.se

Listo

Embajada de Dinamarca en España

El sitio web de la embajada de Dinamarca en Madrid, posee un inicio que cuenta con una navegación fácil e intuitiva. Tienen un menú principal que presenta en orden jerárquico las principales opciones del sitio, dando un buen punto de partida para iniciar la navegación.

Posee un buscador en la parte superior de la página y secciones claramente delimitadas según sus distintas funciones a cumplir.

The screenshot shows the website of the Danish Embassy in Madrid. The header features the text "MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES DE DINAMARCA" and "EMBAJADA DE DINAMARCA, MADRID". A search bar is located in the top right corner. Below the header is a navigation menu with categories: "SERVICIO CONSULAR", "INFORMACIÓN SOBRE DINAMARCA", "VIAJES Y TURISMO", "CULTURA", and "QUIÉNES SOMOS". The main content area is divided into several sections: a welcome message from the ambassador, a list of news articles, a section for "OTRAS PÁGINAS WEB", a section for "ENLACES RÁPIDOS", and promotional banners for "INVEST IN DENMARK" and "DANISH EXPORTERS".

MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES DE DINAMARCA
EMBAJADA DE DINAMARCA, MADRID

Páginas web del Ministerio

SUSCRÍBETE CONTACTO SITEMAP ENLACES DANSK

SERVICIO CONSULAR INFORMACIÓN SOBRE DINAMARCA VIAJES Y TURISMO CULTURA QUIÉNES SOMOS

Bienvenido a la página oficial de la Embajada de Dinamarca en Madrid.
Niels Pultz, Embajador

Cocineros daneses en Madrid Fusión
21 de enero de 2008

Distinción del gurú gastronómico danés, Claus Meyer, en Madridfusion
21 de enero de 2008

El gobierno danés presenta una nueva estrategia para África
10 de enero de 2008

Artista danés participará en el Proyecto Arte Contemporáneo en Murcia
8 de enero de 2008

Siguientes noticias >

OTRAS PÁGINAS WEB
> Ministry of Foreign Affairs

Embajada de Dinamarca
Calle Serrano 26 - 7º
28001 Madrid
Tif. +34 91 431 8445
Fax +34 91 431 9168
madamb@um.dk

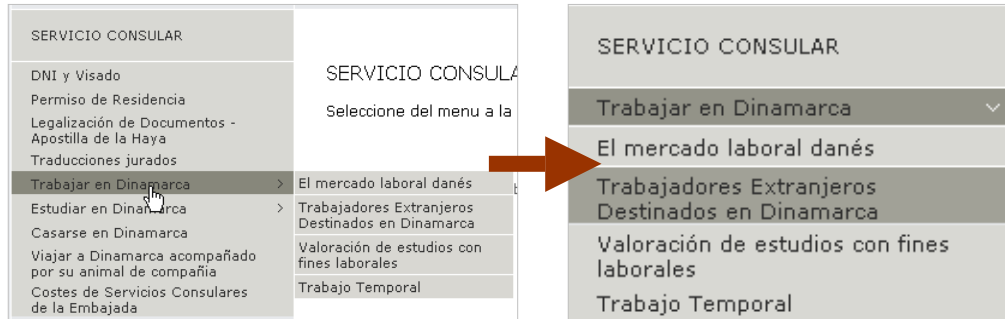
ENLACES RÁPIDOS
> Permiso de residencia estudiantil en Dinamarca
> Becas Cirius - Becas para estudiar en Dinamarca
> Dinamarca Para Niños

INVEST IN DENMARK
JUST ONE CLICK AWAY
www.investindk.com

DANISH EXPORTERS
BUSCAR

El sitio está construido sobre un contexto que mantiene una diagramación constante a través de sus páginas, pero que, no obstante, posee un menú lateral que cambia cuando se

navega en un 3er o 4to nivel. Lo cual confunde a los usuarios en el orden y disposición de los elementos.



La interfaz que muestra las búsquedas está en danés, por lo que, pese a que los resultados están traducidos, puede confundir a los usuarios que intentan buscar algo directamente a través de este medio.



El sistema posee variados comandos de navegación que permiten una interacción ágil y amigable de los usuarios con el sitio web. Por ejemplo, botones de “impresión amigable”, enviar o subir; además de ofrecer enlaces contextuales a las fichas de contenido que se visitan.

Pese a estos positivos elementos de usabilidad, no se aprovechan completamente en el diseño de la interacción. Por ejemplo, en la página de Servicio Consular que, en vez de exponer una página índice para la navegación, señala crudamente: “Seleccione del menú a la izquierda”, lo cual muestra la escasa flexibilidad del diseño de interfaz para mejorar la experiencia de los visitantes.

Imprimir Enviar

SERVICIO CONSULAR
Seleccione del menu a la izquierda

Actualizado al 27 de diciembre de 2006

Arriba | Imprimir | Enviar

Embajada de Italia en Chile

Este portal se caracteriza por tener una diagramación muy coherente que se mantiene a través de todas las páginas, compuesta por un menú principal en la parte superior, que dispone a primera vista todas las opciones que lo componen, lo cual hace que sea altamente navegable, al menos en los primeros dos niveles.

Embajada de Italia en Santiago | mapa | contactos | Italiano | búsqueda

La Embajada	Relaciones bilaterales	Informaciones y servicios	En línea con el usuario
El Embajador La sede Las oficinas La red consular Noticias	Cooperación política Cooperación económica Cooperación cultural Cooperación al desarrollo Cooperación científica	Servicios consulares Visas Hacer negocios en Chile Fare affari in Italia Bases de datos	Autocertificación Formularios Preguntas frecuentes

Bienvenidos en el sitio web de la **Embajada de Italia en Santiago**

 Clemente Fabres 1050
Providencia - Santiago
Teléfono: 0056 - 2 - 4708400
Fax Embajada: 0056 - 2 - 2232467
E-Mail Embajada: info.santiago@esteri.it
Fax Consulado: 0056 - 2 - 2045286
E-Mail Consulado: consolato.santiago@esteri.it

[Listado completo de direcciones y teléfonos de las Oficinas](#)

El Embajador

Paolo Casardi
[Curriculum Vitae](#)
[mensaje](#)

[Entes feriales italianos](#)
[Dovesiamonelmondo.it](#)
Istituto Italiano di Cultura di Santiago

[Welcome to Italy](#)

[Viaggiare Sicuri](#)

No obstante lo anterior, en un tercer y cuarto nivel, la navegación a través de la barra lateral, comienza a ser confusa, se pierden los niveles anteriores de navegación y es difícil intuir porque cambia la barra lateral con cada clic.

En general, los textos son muy planos y es difícil identificar jerarquías dentro del contenido, caracterizado por tipografías pequeñas (entre 10 y 11 píxeles) que dificultan la diferenciación en cuanto a relevancia de la información.

En relación a las ayudas, se destaca un menú completo dedicado a funciones específicas de los usuarios, además de breadcrumbs que colaboran con la referencia y contextualización de las páginas internas; sin embargo, otros elementos como el buscador o el contacto, no se encuentran desarrollados en todo su potencial. El buscador está presente solamente en la página de inicio y su campo de búsqueda tiene muy poca visibilidad por su leve contraste con el fondo; asimismo, el contacto (al igual que en el caso de Suecia), se limita a dar información sobre direcciones, e-mails, etc., sin embargo, no implementa un formulario que permita la directa interacción con la embajada.



Embajada:
Dirección: Clemente Fabres 1050 - Providencia - Santiago
Teléfono: 0056 - 2 - 4708400
E-Mail: info.santiago@esteri.it

Segreteria:
Fax: 0056 - 2 - 2232467
E-Mail: segreteria.santiago@esteri.it

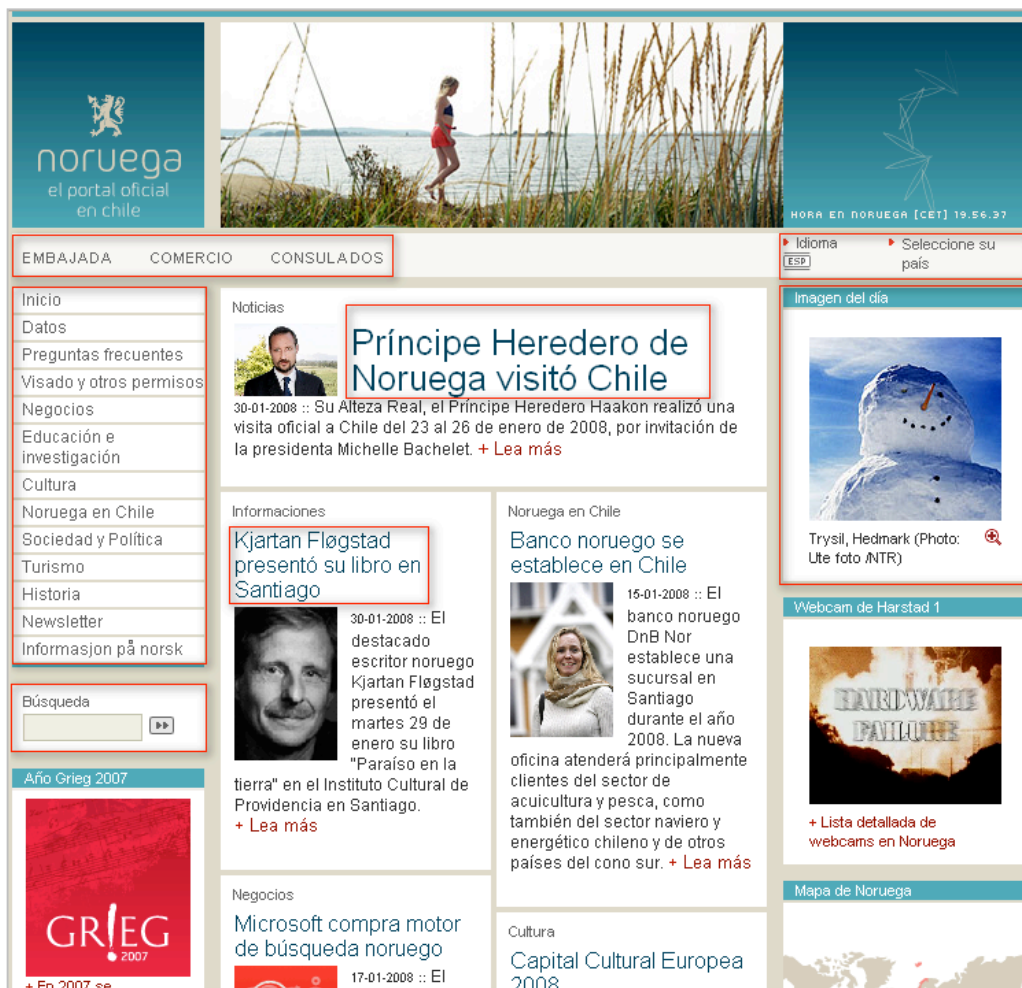
Oficina Consular:
Fax: 0056 - 2 - 2045286
E-Mail Anagrafe consular: anagrafe.santiago@esteri.it
E-Mail Asistencia: assistenza.santiago@esteri.it
E-Mail Ciudadania: cittadinanza.santiago@esteri.it
E-Mail Legalizaciones: legalizzazioni.santiago@esteri.it
E-Mail Notarial: notarile.santiago@esteri.it

Nota: breadcrumbs o “migas de pan” es un elemento muy utilizado para que el usuario no se pierda, indicándole dónde está y la relación jerárquica de esa página web con el resto de la estructura del sitio web.

Embajada de Noruega en Chile

En cuanto a usabilidad, este sitio web es el que cumple de mejor manera en cuanto a entregar a los usuarios una experiencia satisfactoria, fácil y eficiente de navegación.

El sitio web posee una diagramación similar al resto, compuesta por un menú superior con información general del portal y un menú lateral con las funciones principales; ambos presentes en todas las páginas interiores.



Este sitio web es más enfático que el resto en exponer información claramente segmentada, etiquetada y jerarquizada, mostrando distintos tamaños y colores en las tipografías en el

contenido central dependiendo de la relevancia y actualidad de las noticias, lo cual ayuda a dar prioridad a los elementos más relevantes del sitio sin tener que leerlo entero.

Otro elemento que hace destacar a este sitio web por sobre el resto, es la constante referencia sobre la ubicación y recorrido de los usuarios al navegar, mostrando estados activos (en rojo) en el menú lateral, según el nivel de la información en que se encuentra, además de mostrar un título, de mayor tamaño y diferente color, como encabezado del contenido central.



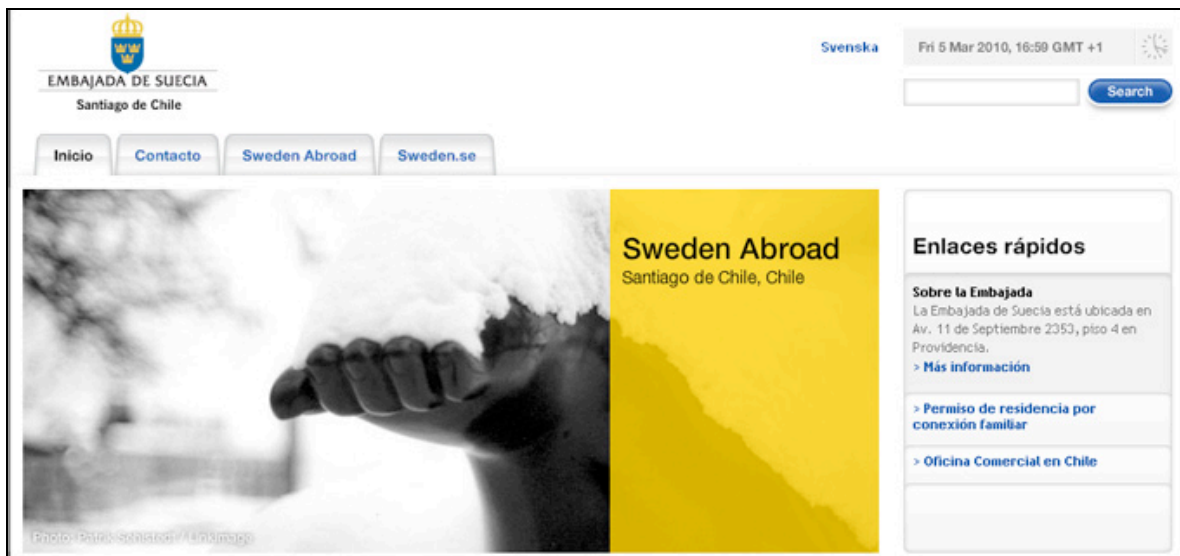
Posee también comandos para impresión amigable y enviar a un amigo, además de una caja de enlaces relacionados al contenido que se está visitando. Por último, otro atributo que diferencia a Noruega de los otros sitios web, es la capacidad para entregar el contenido en distintos formatos (vía RSS), lo cual flexibiliza el acceso a la información y la difunde por otros canales para incrementar su alcance.

12.7.3 DISEÑO VISUAL: ANALISIS CASO A CASO

Embajada de Suecia

En términos gráficos este es un sitio web que destaca sobre los demás, por su elegancia, sobriedad y minimalismo.

La imagen en la página de inicio es una imagen que mediante su formato horizontal exagera la geografía del país con sus paisajes. La imagen sólo posee un gesto en la parte inferior izquierda para darle algo de plasticidad y una barra horizontal trabajada al porcentaje que le resta densidad y peso gráfico y además ayuda a complementarse con la barra azul de la cabecera.



Se utilizan tres colores básicos, el color predominante (usado en una medida justa) es un azul que es utilizado como cabecera y para textos con links.

El color azul se distribuye en toda la pantalla de manera dosificada mediante grises, usados para textos y algunos elementos de menores tamaños como el mapa o en cajas auxiliares de información. Todo esto, sobre fondo blanco que permite un sólido contraste de dichos elementos, excepto algunos textos cuya legibilidad se hace difícil.

Navegación

- La Embajada
- Direcciones
- Actualidades & eventos
- Comercio & inversiones
- Cooperación para el desarrollo
- Visite Suecia
- Estudiar en Suecia
- Servicios para suecos
- Trabajar & vivir en Suecia
- Sobre Suecia
- Enlaces

Mapa de Suecia

Enlace

SUECIA Y LOS SUECOS

Remodelación de la artesanía sueca

El siglo XX estuvo centrado en gran medida en la funcionalidad, pero, ahora, el diseño sueco experimenta una redefinición. Una nueva generación de diseñadores está creando objetos que dan la vuelta a la forma y la función tradicionales, al tiempo que se difuminan cada vez más los límites entre arte, diseño y artesanía.

[Leer todo el artículo de Charlotte West](#)

[Más información](#)

En cuanto a las tipografías sólo se usa una familia tipográfica: Arial. Esta sólo tiene expresiones en cuanto a su tamaño, estilo (normal o negrita) y escala de grises. A través de estos últimos se logra un buen ritmo de lectura en las páginas interiores.

Hay un uso correcto del logo en relación a un tamaño legible para pantalla; uso de mapas funcionales y sobrios.

No posee “breadcrumbs”; el azul del link es muy oscuro y tiende a parecerse y mimetizarse con los textos de color negro. Algunos textos poseen tamaños de tipografía muy pequeños, además de haber poca consistencia en el despliegue y selección de menú principal de navegación.

Embajada de Dinamarca

Similar al sitio web anterior, propone una estética sobria y elegante a través de una relación de colores oscuros, cuenta con pocos elementos en pantalla, sin ser minimalista. En este sitio web hay una importante zona de la pantalla donde no hay jerarquías y esto se comprueba comparando esta home con la página de inicio original de Relaciones Exteriores del país:



En la misma diagramación general se aprecian ciertos elementos (banners) dispuestos en zonas que están definidas generalmente para otros fines, esto termina por ensuciar la estética establecida. A la derecha se aprecia una diagramación ordenada, donde los márgenes entre los textos y las cajas grises contenedoras son uniformes y logran entregar información ordenada.

El uso de colores es adecuado y bien trabajado. La diagramación a través de guías ayuda al orden de lectura lógico de los elementos comunicacionales: logo > menús auxiliares > menú principal > imagen país > noticias > información anexa.

Hay un adecuado uso de las tipografías: familia de Verdana, excepto en el logo y menú auxiliar que corresponde a imágenes. Los juegos de tamaños y colores entre ellas son más generosos que en el sitio anterior. Sin embargo, los atributos de links son débiles no existiendo una clara diferenciación entre texto y link.

El menú principal es claro y funcional, sin embargo al ingresar a páginas interiores se vuelve confuso: se aprecia debilidad para indicar al usuario donde se encuentra.



A la izquierda se aprecia solidez para destacar un menú seleccionado. A la derecha se hace patente la debilidad para indicar ubicación, junto al poco contraste cromático.

La diagramación es un punto alto en el diseño del sitio web, esta facilita y simplifica la lectura, por ejemplo, en la entrega de dirección de la embajada en la página home.

El despliegue del submenú lateral es poco consistente, no existe un contraste cromático entre color de la tipografía y fondos; no hay un color diferenciador marcado para presentar links.

Embajada de Italia

Es un sitio web que a primera lectura promete entregar mucha información. Esta se presenta mal desplegada en la pantalla debido a que no se logra una jerarquía de lecturas, de colores, ni una diagramación consistente.

Se presenta a los usuarios una lectura vertical dividida en tres horizontes fuertemente marcadas: la cabecera de imagen más el menú, la bienvenida y la zona de las noticias. Se vuelve absolutamente plano al usar sólo un color azul para todos los textos sin discriminar entre texto normal y links.

La imagen propone un relato interesante donde la identidad del país se despliega en su pertenencia a Europa, más el país mismo (bandera más lugar geográfico de Italia), además texturas digitales.

Hay un uso de logo en un tamaño muy pequeño, ilegible. Sólo se lee el nombre. Además, no existe una clara diferencia entre el texto y el link, sólo se infiere por el subrayado. No cuenta con criterios consistentes en el diseño de los banners del menú lateral derecho y poca nitidez en el color y despliegue del campo buscador. Asimismo no hay indicación para links que permitan descargar documentos.

La Embajada	Relaciones bilaterales	Informaciones y servicios	En línea con el usuario
El Embajador	Cooperación política	Servicios consulares	Autocertificación
La sede	Cooperación económica	Visas	Formularios
Las oficinas	Cooperación cultural	Hacer negocios en Chile	Preguntas frecuentes
La red consular	Cooperación al desarrollo	Fare affari in Italia	
Noticias	Cooperación científica	Bases de datos	

Al seleccionar un submenú aparece una estructura mucho más limpia donde el menú lateral derecho muestra sólo el submenú del ítem seleccionado. Existe una buena intención de dejar a la vista todo el menú a los usuarios.

Embajada de Noruega

Este es un sitio web que cuenta con más información en comparación a los dos sitios web europeos revisados anteriormente. Utiliza una diagramación a través de zonas o áreas blancas que se despliegan sobre un fondo neutro.

En la cabecera se utilizan una serie de imágenes en movimiento que describen gráficamente el país y las actividades que se pueden realizar, más conceptos emocionales como el uso de rostros en primer plano.

Las otras imágenes utilizadas siempre van en un formato que procura ser cuadrada siendo ésta una forma recurrente dentro del diseño del sitio web.



Hay una selección de colores nítida y lúdica a través del cambio de color en el menú dispuesto en la cabecera, sin embargo, este cambio no es tan consistente, repitiéndose algunas veces en los menús. Otro punto a destacar en cuanto al color, es que existe una diferencia entre texto y links.

Solamente con el uso de tipografías de la familia Arial se logra la mejor relación de jerarquías utilizadas para textos en relación a los otros sitios web. Los tamaños y colores son bien usados para jerarquizar la información.

Uno de los puntos negativos es la disposición del buscador en una zona no adecuada (lo ideal es que siempre esté arriba a la derecha). Además, del uso de una textura muy particular como elemento gráfico y la jerarquía en el despliegue del menú lateral.

12.8 SÍNTESIS DE BENCHMARK

Pese a que los sitios web de las embajadas de Noruega y Suecia fueron los mejores evaluados, es posible destacar variados elementos positivos en todos los sitios web evaluados que fueron de gran utilidad para el diseño.

Atributos diferenciadores, fuerza comunicacional:

1. Se considera un elemento sumamente importante la utilización de imágenes, grandes, cargadas de atributos emocionales que buscan generar identificación – por parte de los usuarios - a través de éstos, generando un contexto en relación al país de origen.
2. Se hace mucho más atractivo el exponer los contenidos a los usuarios, junto a elementos visuales relacionados a la información expuesta, que permitan a estos entender el contenido sin necesariamente leerlo completamente, particularmente en los casos donde las personas buscan información que perfectamente puede estar relacionada: trámites, obtención de documentos, etc.
3. Se destaca la identificación que se genera en cada uno de los sitios web con respecto a su país de origen. Cada uno es capaz de lograr un contexto comunicacional relacionando elementos, colores y mensajes que son propios de cada país.

Disponibilidad de la información:

1. Se enfatiza la importancia de contar con estructuras de contenidos sólidas y congruentes dispuestas en las páginas web, que permitan un eficaz funcionamiento del sitio web.
2. Es importante que la organización de los contenidos privilegie un menú orientado a compartir la información que es relevante para los usuarios, probablemente en este caso, las personas acuden al sitio web a buscar información que les sea de utilidad para la gestión de un trámite, por lo tanto, hay que priorizar información y contenidos para ese público y no dar un exceso de relevancia a la información institucional, que si bien debe estar presente, lo importante es acortar el camino para que los usuarios encuentren lo que buscan.

3. En cuanto al etiquetado y el lenguaje, no siempre se utiliza el lenguaje apropiado para lograr empatía con el usuario. Es necesario establecer una estrategia orientada a contar con un mensaje preciso.

Diseño visual coherente:

1. Se hace necesario diseñar el sitio web de manera coherente en su totalidad como en sus elementos específicos, que permita ofrecer a los usuarios una experiencia de navegación satisfactoria e integrada.
2. El contar con una diagramación intuitiva, lógica y natural, facilita a los usuarios la navegación, sólo tendrán que averiguar cómo funciona el sistema una sola vez. Resulta sumamente confuso el navegar a través de estructuras ambiguas y poco claras, lo cual se traduce en usuarios descontentos y frustrados, lo que perjudica directamente el éxito y tráfico del sitio.
3. El realizar el diseño web de acuerdo a estándares, permite asegurar que los usuarios tengan una navegación fácil e intuitiva por las páginas, sin realizar una navegación ensayo-error. Claro ejemplo de esto es el sitio web de la embajada de Noruega, que destaca por tener un sitio que fomenta la integración y uniformidad de sus estructuras, lo que facilita la navegación y promueve la encontrabilidad de la información.

Facilidad de uso:

1. El contar con un sitio web que cuente con buena usabilidad favorece el que los usuarios puedan realizar sus tareas al interior del sitio web. Una navegación rápida y fluida permite que los usuarios encuentren la información que buscan sin problemas ni distracciones. El tener un diseño atractivo, no asegura que el público objetivo pueda usar correctamente el sitio web y los contenidos. Se requiere contar con un lenguaje web orientado a los usuarios, evitando textos largos y complejos de entender, buscando empatía con los visitantes.
2. Otro aspecto a destacar es la variedad y flexibilidad de los recursos utilizados para agregar valor a la experiencia de usuario en el uso del sitio web, por ejemplo, el

contar con preguntas frecuentes, una barra de herramientas y sindicación de contenidos vía RSS, además de mensajes de error constructivos, etc.

3. Varios de los sitios web que fueron analizados cumplen con la función principal de mostrar en todas las páginas: ¿qué sitio es? (identidad corporativa), ¿en qué página estoy? (títulos), ¿Cuáles son las principales secciones del sitio?, ¿qué opciones tengo? y ¿dónde estoy en el esquema de las cosas? (migas de pan, pestañas activas, etc.).

Accesibilidad:

Un atributo diferenciador en cuanto a responsabilidad social, es contar con un sitio web accesible, lo que permitirá:

1. El acceso de todos los usuarios, sin importar las limitaciones propias para la interacción ni de su contexto de uso.
2. Una buena indexación de los contenidos del sitio web en motores de búsqueda como Google, aumentará el tráfico del sitio web debido a su mayor encontrabilidad.

A continuación se presenta un cuadro con la información de accesibilidad:

	Suecia	Dinamarca	Italia	Norway	Minrel
Verificación Automática					
Validación HTML	Home: NO 38 errores Páginas: NO 23-34	Home: NO 10 errores Páginas: Parcialmente 120-22	Home: NO 24 errores Páginas: NO 23-16	Home: NO 85 35(homeChile) Páginas: NO 35- 105	Home: NO 128 Páginas: NO 37-379
Validación CSS	SI Valida	NO valida	No Valida con solo 5 errores	No Valida con solo 4 errores	No reconoce las CSS implementadas
TAW	Prioridad 1 1 5 2 52 Prioridad 2 2 12 2 52 Prioridad 3 3 1 2 17	Prioridad 1 1 2 2 248 Prioridad 2 2 82 2 165 Prioridad 3 3 18 2 39	Prioridad 1 1 8 2 69 Prioridad 2 2 32 2 83 Prioridad 3 3 3 2 16 Home Chile Prioridad 1 1 4 2 76 Prioridad 2 2 7 2 102 Prioridad 3 3 6 2 40	Prioridad 1 1 5 2 167 Prioridad 2 2 3 2 42 Prioridad 3 3 4 2 92	Prioridad 1 1 3 2 5 Prioridad 2 2 7 2 11 Prioridad 3 3 1 2 9
Contraste CCS (Colour Contrast Analyser)	Menu Principal AA: SI AAA: NO Menu lateral AA: SI AAA: NO Contenido AA: NO AAA: NO	Menu Principal AA: SI AAA: NO Menu lateral AA: SI AAA: SI Contenido AA: SI AAA: NO	Menu Principal AA: SI AAA: NO Menu lateral AA: SI AAA: SI Contenido AA: SI AAA: NO	Menu Principal AA: SI AAA: NO Menu lateral AA: SI AAA: NO Contenido AA: SI AAA: SI	Menu lateral AA: SI AAA: SI Contenido AA: NO AAA: NO
Verificación Manual					
Página de Error	NO	SI, con opciones de navegación pero con interfaz similar.	NO	NO	NO
SEO (Search Engine Optimization)	Redefine elementos Meta (Keyword, Description, Title) sin contenido o con No implementa Alternativas al contenido (RSS) limitando considerablemente el acceso a un grupo considerables de usuarios.	Las declaraciones de los principales elementos Meta (Keyword, Description) tienen contenido vacío, no pudiendo ser clasificado por los motores de búsqueda.	No dialoga con los motores de búsqueda, no tiene declaraciones de elementos Meta.	Implementa Alternativas al contenido (RSS) pero no dialoga con buscadores. Está implementado hibridamente al definir estructuras principales en Tablas, diseño en CSS externa y a la vez define comportamientos de fuentes en el HTML con elemento deprecados actualmente.	No entrega información a los buscadores tornándose prácticamente invisible para ellos

Estructura Semántica	Errores de jerarquía en los títulos (H2 antes de H1)	maquetado en tablas no utiliza semánticamente los elementos HTML, en la Home no tiene título <H1> en cambio en las páginas si bien implementa correctamente los títulos como H1, en general todos los elementos están mal utilizados o NO utilizados. Por ejemplo los párrafos no están contenidos en <p> sino en <div>,	Maquetado en CSS permite administrar el diseño de forma independiente del contenido, sin embargo implementa algunos elementos de diseño (imágenes) en el HTML. La home no contiene H1	Utiliza bien los elementos principales de titulación (H1-H2)	No utiliza los elementos HTML para la definición de los contenidos.
Color	La información entregada a través de color sigue disponible en B&N	La información entregada a través de color sigue disponible en B&N	La información entregada a través de color sigue disponible en B&N	La información entregada a través de color sigue disponible en B&N	La información entregada a través de color sigue disponible en B&N
Alt	En Home 0 de 5 imágenes tienen atributos de Texto Alternativo	En general los elementos no contienen Texto Alternativo o Títulos definidos	No implementa Texto Alternativo a las imágenes	No implementan texto alternativo a las imágenes, aunque utilizan pocas imágenes en el contenido	No implementa textos alternativos para las imágenes que al ser utilizadas
Tamaños Ctr + +	Fuentes escalables en ancho fijo restringido solo para 800px de ancho.	Fuentes escalables en ancho fijo restringido solo para 1024px de ancho.	Fuentes escalables en ancho fijo restringido solo para 800px de ancho.	Fuentes escalables en ancho fijo restringido solo para 800px de ancho.	Fuentes escalables en ancho fijo restringido solo para 800px de ancho.
URL	No amigable	medianamente amigable	Amigable, permite deducir fácilmente otras URL de otras URL o mismos servicios en otros países.	URL amigable, permite deducir o recordar direcciones específicas.	Al estar implementado en FrameSet (Conjunto de Marcos) no son accesibles las URI de las páginas de contenido, al mantener una sola URL por defecto, la del conjunto de Marcos
HIJAX	Parcialmente: Los links del menú lateral quedan operativos al no tener JavaScript habilitado, pero el link a Contacto del Menú principal queda inactivo. En la Home tampoco carga el Flash de la imagen perdiendo toda identificación fotográfica. Los links de contenido quedan inhabilitados.	Implementado en su mayoría permite navegar todo el sitio cuando el usuario tiene deshabilitado JavaScript. Ejemplo combo superior, botón actualizar noticias en home, eliminación de elementos que solo funcionan con esta tecnología.	Sin JavaScript se inhabilita el Buscador (invisible por lo demás)	Implementa con errores de rutas la opción NoScript para el Flash superior de la página principal.	Se pierde totalmente la navegación desde el menú lateral sin JavaScript.
Tiempos conexión/carga Pesos Requerimientos Servidor	2,1s/5,1s 113kb 20Rq	1,9s/8,1s 145kb 36Rq	0,4s/4,7s 31kb 28Rq	0,8s/19,6s 128kb 34Rq	1,3s/6,8s 392kb 53Rq
Comentarios	Claramente es un sitio implementado hace varios años (2002) que se ajusta a los estándares W3C con trabajo pendiente en la accesibilidad aplicada a la interfaz, aunque limpia, clara y directa no cumple los niveles básicos de contraste, en elementos fundamentales como el contenido. No tiene buscador	Durante el examen el servidor presentó problemas de acceso. al estar maquetado en tablas, pero muestra claras intenciones de actualización, tanto en sus contenidos. Buscador claro y directo	Al estar incompleto genera confusión en el usuario al llegar constantemente a páginas sin contenido. No diferencian tipos de vínculos (Externos, documentos, etc).	Aunque está maquetado en tablas combina satisfactoriamente la aplicación de estilos externos.	Utiliza frameSet (Marcos), tecnología no recomendada e implementada sin alternativa para dispositivos que no soportan la utilización de Marcos
Evaluación de Accesibilidad	4	3	4	5	2

13 MAPA DE CONTENIDOS

Mapas de contenido, ¿qué son y para qué sirven?

Sobre la base de un mapa de jerarquías, los contenidos son agrupados en distintas secciones y áreas de interés y recurrencia. Los mapas permiten distinguir cómo los contenidos se relacionan entre ellos, cómo se repiten y sobre todo cuánta es la profundidad de las jerarquías pensadas

Un mapa de contenidos es el documento que especifica todos los contenidos que se quieren incluir en una intranet o sitio web, organizados y definidos con detalle. Por lo general, de cara a una mejor comprensión y visualización del contenido, el análisis detallado va acompañado de un gráfico que muestra las secciones, los documentos y sus relaciones¹⁴.

Puede ser tanto un documento en cualquier formato usado como herramienta de planificación para el diseño de una web como una página que lista las páginas de una web (ya realizada), organizadas comúnmente de forma jerárquica. Esto ayuda a los visitantes y a los bots de los motores de búsqueda a hallar las páginas de un sitio web.

Los mapas de sitio pueden mejorar el posicionamiento en buscadores de un sitio, asegurándose que todas sus páginas puedan ser encontradas.

El mapa de contenidos suministra además información sobre la vigencia de cada contenido, los usuarios hacia los que va dirigido y el responsable de su creación/supervisión.

Es, por lo tanto, la espina dorsal que identifica el qué, el quién, el cómo y el para quién.

No se debe confundir el mapa de contenidos con el diseño gráfico, ya que el diseño se encuentra en el estadio final del desarrollo mientras que el trabajo de creación del mapa de contenidos se sitúa en el primer peldaño del proyecto. Su creación es incluso previa a la

¹⁴ Wikipedia: mapa de sitio web

selección del software de implementación, ya que nos proporcionará las necesidades que el programa debe cubrir.

Para la configuración de un mapa de contenidos es preciso realizar un trabajo de análisis de lo que se requiere en el sitio web y lo que se desea tener en el futuro. Se trata de una labor cuidadosa en la que debemos contar con los propios interesados: los usuarios. Y esto es así porque, a pesar de que un proyecto web esté coordinado por un gran equipo de profesionales: documentalistas, informáticos, abogados, etc., en definitiva, esta será creada para que lo utilicen tanto usuarios internos como externos y debe estar adaptado a sus necesidades y su forma de trabajo. Se trata, por consiguiente, tanto de un análisis como de una negociación¹⁵.

¿Quién mejor que el departamento de RR.HH. para saber qué información es la más útil para los empleados? ¿Quién mejor que la dirección de comunicaciones para conocer los documentos de trabajo interno? ¿Quién mejor que el responsable de capacitación para conocer las necesidades formativas del despacho?.

Se busca involucrar y hacer partícipes a las personas claves de la organización que en definitiva, son el punto clave de información y acceso a contenidos.

¹⁵ Elisa Prieto Castro, Gestión del conocimiento - Legaltoday.com

13.1 MAPA DE CONTENIDOS DEL PORTAL WEB

El Portal web de las Misiones de Chile en el Exterior cuenta con tres categorías distintas de sitio web: embajadas, consulados y misiones multilaterales.

El desarrollo del mapa de contenidos contó con la participación de expertos de negocio para cada una de las categorías: funcionarios, profesionales y diplomáticos, los que permitieron definir las áreas, secciones y subsecciones con que cuenta cada tipo de sitio web.

En esta tarea, las distintas direcciones que componen el Ministerio de Relaciones Exteriores hicieron sus aportes en base a sus pertinencias: temas, trámites y servicios que ofrecen a usuarios.

Adicionalmente, se definieron los contenidos transversales, es decir, aquellos cuyo contenido es el mismo y se debe publicar en todos los sitios web, o en todos los sitios web de una categoría. A modo de ejemplo, el área “Sobre Chile”, es transversal a todos los sitios web. De manera similar, el contenido “Objetivo y funciones del Consulado” es transversal a todos los consulados.

El mapa de contenidos, en cuanto a estructura, permite agregar áreas, secciones y subsecciones a cada sitio web, para satisfacer necesidades específicas de una embajada, consulado o misión.

13.2 MAPAS DE CONTENIDO POR CATEGORIA

A continuación se presentan los mapas de contenido:

13.2.1 EMBAJADA

Home (inicio)

1. Relación bilateral

- 1.1. Relaciones bilaterales
- 1.2. Acuerdos y tratados
- 1.3. Cooperación internacional

2. Asuntos comerciales

- 2.1. Oficina comercial
 - 2.1.1. Para invertir en Chile
 - 2.1.1.1. Inversiones de Chile en el exterior
 - 2.1.1.2. Inversiones: país plataforma
 - 2.1.1.3. Impuestos
 - 2.1.2. Exportaciones/importaciones
 - 2.1.3. Comercio exterior

2.2. Oficina agrícola

3. Sobre la embajada

- 3.1. Objetivos y funciones
- 3.2. ¿Quiénes somos?
 - 3.2.1. Embajador
 - 3.2.2. Funcionarios
- 3.3. Agregadurías
- 3.4. ¿Donde estamos?
 - 3.4.1. ¿Como llegar?

4. Sobre Chile

- 4.1. Así es Chile
 - 4.1.1. Síntesis histórica

- 4.1.2. Organización territorial
 - 4.1.2.1. Clima, moneda, idioma y población
- 4.1.3. Organización política
 - 4.1.3.1. Sistema político
 - 4.1.3.2. Poderes del Estado
 - 4.1.3.3. Política exterior
- 4.1.4. Panorama Actual
 - 4.1.4.1. Panorama social
 - 4.1.4.2. Cultura
 - 4.1.4.3. Economía
 - 4.1.4.4. Medio Ambiente
 - 4.1.4.5. Transporte y telecomunicaciones
 - 4.1.4.6. Medios de comunicación
- 4.2. Información turística
 - 4.2.1. Turismo
 - 4.2.2. Mapas ruteros
 - 4.2.3. Condiciones de seguridad

13.2.2 CONSULADOS

Home (inicio)

1. Trámites

1.1. Para chilenos

1.1.1. Documentos

- 1.1.1.1. Cédula de identidad
- 1.1.1.2. Pasaporte
- 1.1.1.3. Nacionalidad
- 1.1.1.4. Salvoconductos y documentos de viaje
- 1.1.1.5. Legalizaciones
- 1.1.1.6. Certificados
- 1.1.1.7. Inscripciones civiles
- 1.1.1.8. Actos notariales
- 1.1.1.9. Actos de navegación

1.1.2. Asuntos familiares

- 1.1.2.1. Autorizaciones a menores para viajar
- 1.1.2.2. Como casarse/separarse
- 1.1.2.3. Repatriaciones
- 1.1.2.4. Inscripciones civiles
- 1.1.2.5. Localización de personas
- 1.1.2.6. Violencia intrafamiliar

1.1.3. Previsión social

1.1.4. Obligaciones militares

1.1.5. Trámites aduaneros (SAG)

1.2. Para extranjeros

1.2.1. Obtención de visas

1.2.2. Legalización de documentos

1.2.3. Salvoconductos

1.2.4. Autorización a menores para viajar

1.2.5. Trámites aduaneros (SAG)

- 1.3. Para empresas
 - 1.3.1. Visas para hombres de negocio
 - 1.3.2. Legalizaciones
- 2. ¿Qué hacer?**
 - 2.1. Extravío
 - 2.2. Robo
 - 2.3. Vencimiento
 - 2.4. Para trabajar o estudiar en Chile
 - 2.5. Para casarse / separarse
 - 2.6. En caso de accidente
- 3. Estudie y trabaje en Chile**
 - 3.1. Para trabajar o estudiar en Chile
 - 3.2. Ciclo de legalización de certificados de estudio
 - 3.3. Obtención de papeles para trabajar
 - 3.4. Reconocimiento de títulos
- 4. Sobre el consulado**
 - 4.1. Objetivos y funciones del Consulado
 - 4.2. ¿Quiénes somos?
 - 4.2.1. Cónsul
 - 4.2.2. Funcionarios
 - 4.3. ¿Dónde estamos?
 - 4.3.1. ¿Cómo llegar?
 - 4.3.2. Circunscripción
- 5. Sobre Chile**
 - 5.1. Así es Chile
 - 5.1.1. Síntesis histórica
 - 5.1.2. Organización territorial
 - 5.1.2.1. Clima, moneda, idioma y población
 - 5.1.3. Organización política
 - 5.1.3.1. Sistema político
 - 5.1.3.2. Poderes del Estado

- 5.1.3.3. Política exterior
- 5.1.4. Panorama Actual
 - 5.1.4.1. Panorama social
 - 5.1.4.2. Cultura
 - 5.1.4.3. Economía
 - 5.1.4.4. Medio Ambiente
 - 5.1.4.5. Transporte y telecomunicaciones
 - 5.1.4.6. Medios de comunicación
- 5.2. Información turística
 - 5.2.1. Turismo
 - 5.2.2. Mapas ruterros
 - 5.2.3. Condiciones de seguridad

13.2.3 MISIONES MULTILATERALES

Home (inicio)

1. Sobre la Misión

- 1.1. Objetivos y funciones
- 1.2. Temas y comisiones
- 1.3. Embajador
- 1.4. Funcionarios

2. Oportunidades

- 2.1. Becas, práctica profesional

3. Sobre Chile

3.1. Así es Chile

3.1.1. Síntesis histórica

3.1.2. Organización territorial

3.1.2.1. Clima, moneda, idioma y población

3.1.3. Organización política

3.1.3.1. Sistema político

3.1.3.2. Poderes del Estado

3.1.3.3. Política exterior

3.1.4. Panorama Actual

3.1.4.1. Panorama social

3.1.4.2. Cultura

3.1.4.3. Economía

3.1.4.4. Medio Ambiente

3.1.4.5. Transporte y telecomunicaciones

3.1.4.6. Medios de comunicación

3.2. Información turística

3.2.1. Turismo

3.2.2. Mapas ruteros

3.2.3. Condiciones de seguridad

14. CARD SORTING

“Cuando conocemos como piensa el usuario y organiza la información en su cabeza, podemos diseñar nuestro sitio web facilitando la localización de su objetivo en el sitio”¹⁶.

Continuando con el trabajo de estudio, análisis, organización, disposición y estructuración de la información realizada a partir del benchmark, el mapa de contenido y el levantamiento de usuario, corresponde realizar el card sorting.

Card sorting es una técnica que se tomó prestada desde la psicología y que a partir de la agrupación de tarjetas de papel o cartón, permite conocer como el usuario organiza mentalmente la información. Se basa en la observación de cómo los usuarios agrupan y asocian entre sí un número predeterminado de tarjetas etiquetadas con las diferentes categorías temáticas del sitio web a desarrollar.

El resultado obtenido en el card sorting permite definir las categorías: áreas, secciones y subsecciones, que más se aproximan a la manera de pensar de los usuarios, respetando su modelo mental. Cada tarjeta representa un elemento de los que componen los contenidos del sitio web, ya sea un producto, servicio o cualquier tipo de ítem.

En la práctica, los usuarios hacen "montoncitos" de tarjetas, agrupando las que ellos piensen que están relacionadas. Luego deben poner un nombre a cada "montoncito". Posteriormente se analizan estadísticamente las coincidencias entre los usuarios para elaborar unas categorías lo más próximas posibles al modelo mental de los usuarios.

Manual o software

Existen distintos software que permiten realizar el card sorting utilizando un computador, pero la ventaja del sistema manual con tarjetas de papel en una mesa es que es más natural e intuitivo para los usuarios.

¹⁶ Eduardo Manchón - Diseño web fácil de usar - <http://www.ainda.info>

El proceso de definir los nombres de las tarjetas es lo más delicado del proceso debido a que si el etiquetado es poco claro los usuarios no pueden agrupar bien aquellos elementos que no comprenden.

Podemos diferenciar entre dos tipos de card sorting: abierto y cerrado. En el card sorting abierto el usuario puede agrupar las categorías libremente en el número de conjuntos que estime; mientras que en el cerrado, los grupos o conjuntos están predefinidos y etiquetados y el usuario únicamente deberá colocar cada categoría en el grupo que crea corresponda.

Este segundo tipo de card sorting se recomienda para verificar si una clasificación de información es familiar y comprensible para el usuario, mientras que el abierto tiene el objetivo de descubrir qué tipo de clasificación de categorías sería más correcto utilizar.

14.1 CARDSORTING: CONDUCCION DE LA PRUEBA

En cuanto a los participantes de la prueba, es recomendable en la selección tener en cuenta que éstos deben tener características y perfiles acordes con el público objetivo del sitio web. En cuanto a los participantes, se recomienda que el número deba ser al menos de 5 personas. El tiempo destinado para la prueba dependerá del número de categorías a ordenar, aunque a modo indicativo, para unas 40 categorías se debe destinar al menos unos 20 minutos.

Estadísticamente, se dice que los usuarios coinciden en la agrupación de entre un 60% y 80% de las tarjetas. A mayor claridad en el contenido de las tarjetas y menor número de ellas, mayor nivel de coincidencia. Hay contenidos que son inherentemente difíciles de clasificar, pero si tenemos menos de un 60% de coincidencia, entonces hay que revisar las tarjetas.

Se dice que existe un 20% a 40% de tarjetas de difícil agrupación, pero esto es normal. Se explicado por las diferencias individuales en experiencia y aprendizaje.

¿Qué hacer con los elementos no agrupados? Ese 20% a 40% de tarjetas que no han sido agrupadas por suficientes usuarios en el mismo grupo son un problema a resolver. Un margen de error de entre el 20% y 40% que nos da el card sorting no es algo aceptable como solución debido a que ese porcentaje de usuarios o de elementos no serán localizados en nuestro futuro sitio web.

14.2 DESARROLLO DE CARD SORTING

El desarrollo de card sorting consideró una hora de trabajo con los participantes.

Participaron representantes diplomáticos con destinación en consulados, embajadas y funcionarios de la Dirección General Consular.

Se utilizaron como etiquetas, las categorías definidas en el mapa de contenidos estructurado anteriormente.

El objetivo básico, fue validar y enriquecer las categorías establecidas tanto en el benchmark como en el mapa de contenidos y establecer un formato común para la estructura de los sitios web de embajadas, consulados y misiones.

15. WIREFRAMES

En diseño web, un wireframe es una representación esquemática de una página web sin elementos gráficos, que muestran el contenido y comportamiento de las páginas. Sirven como herramienta de comunicación y discusión entre arquitectos de información, programadores, diseñadores y clientes. También se pueden utilizar para pruebas de usuarios. (Wikipedia.org)

Como parte del proceso de diseño de un sitio web y luego de haber realizado las etapas de planeación estratégica, investigación de usuarios (levantamiento), análisis de sitios web similares (benchmark), pruebas de card sorting, , diagramación de mapas de contenido, entre otras, se llega a la realización de prototipos o wireframes por su término en inglés.

Esta es una técnica que consiste en desarrollar dibujos en papel o con la ayuda de un software destinado para tal fin, en los cuales se describe cómo se verían las páginas individualmente desde una perspectiva arquitectónica (fuente: Rosenfeld y Morville).

En estos dibujos se trata de especificar y mostrar claramente en donde estarán ubicados cada uno de los elementos que componen una determinada página, tales como el encabezado, el buscador, los sistemas de navegación, el contenido, el pie de página (footer), entre otros.

Louis Rosenfeld y Peter Morville le llaman a estos bocetos wireframes y manifiestan que su realización es importante porque ayudan a probar las ideas en contexto, permitiendo visualizar posibilidades y hacer cambios, las cuales es mejor llevar a cabo en el papel antes que tener que desarrollar en el futuro un rediseño entero del sitio. Igualmente, los wireframes contribuyen a decidir cómo agrupar y ordenar los componentes del contenido.

Los wireframes describen el contenido y la arquitectura de información para ser incluida en espacios bidimensionales relativamente limitados conocidos como páginas; por tanto, los

wireframes deberán ser limitados en tamaño. Esas limitaciones le imponen al arquitecto de información escoger qué componentes de la arquitectura podrían ser visibles y accesibles para los usuarios; después de todo, si los componentes arquitectónicos absorben demasiado estado real de la pantalla, ningún espacio podría ser adecuado para el actual contenido.

Los wireframes son creados comúnmente para las páginas más importantes del sitio: página de inicio, las principales categorías, las interfaces de búsqueda y otras aplicaciones importantes: contacto, formularios, etc.

Dan Brown, afirma que aunque para algunos pueda parecer que el trabajo de realizar wireframes fuera algo simple, ésta es una de las más controversiales técnicas de arquitectura de información entre la documentación sobre experiencia de usuario, puesto que hace parte tanto de la estructura subyacente como del diseño visual del sitio web. Afirma al respecto que: los wireframes cruzan los límites entre estructura (cómo un tipo de información está relacionada con otro tipo) y presentación (cómo representar información en la pantalla).

15.1 WIREFRAMES PORTAL WEB

El proceso de pensar el portal web implicó una serie de definiciones respecto de la forma en que los usuarios se relacionarían con la información, a este respecto, se buscó aplicar conceptos de usabilidad, encontrabilidad y todos aquellos que podemos asociar con un criterio de implementación de buenas prácticas en diseño web.

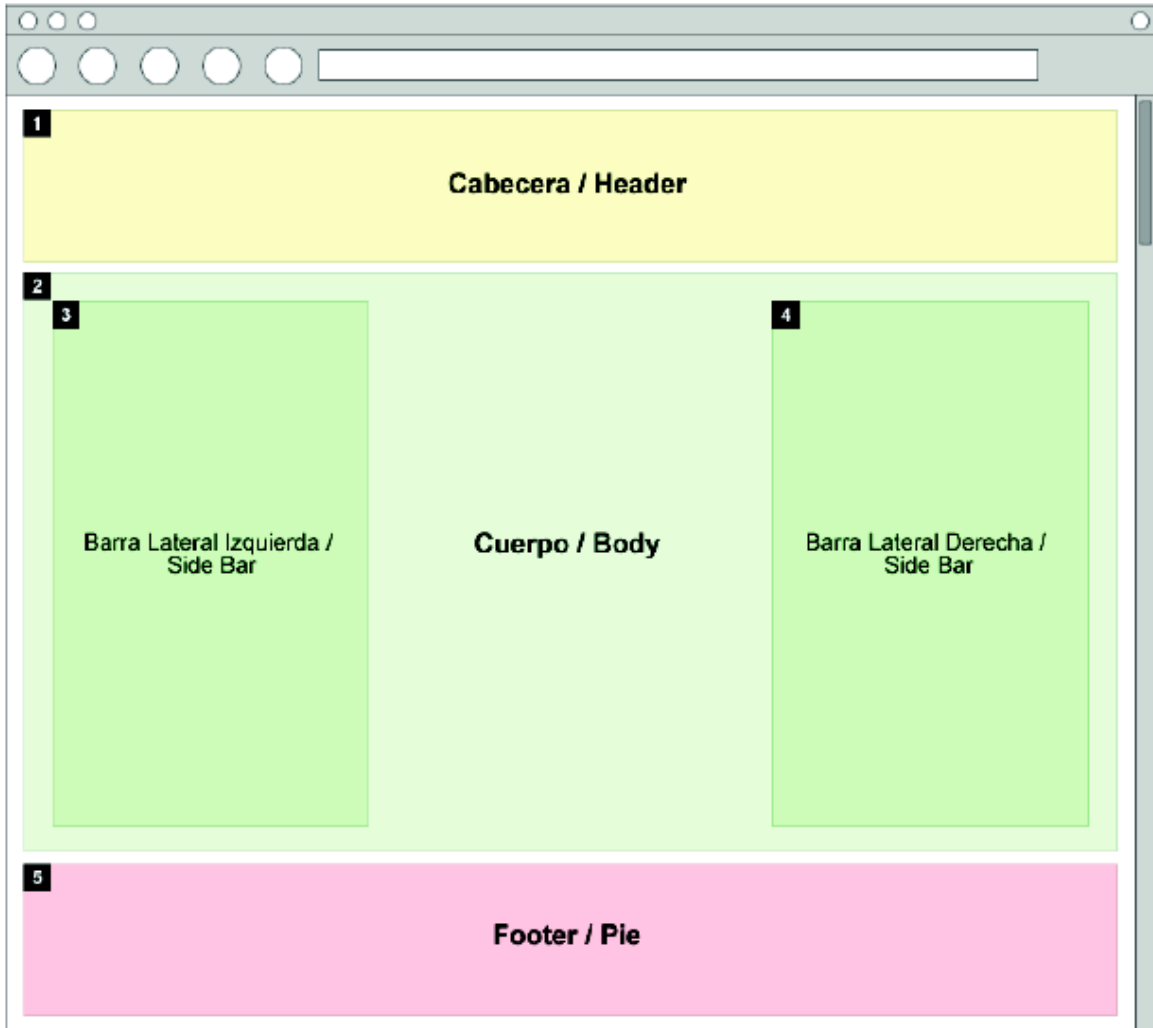
El objetivo principal en el desarrollo de wireframes se enfocó en lograr una interfaz de usuario amigable, con accesos claros a los contenidos: centrada en el usuario. Se consideró a los usuarios finales, definidos en las etapas anteriores, para determinar el grado de detalle de cada wireframe.

El trabajo práctico, se enfocó en el desarrollo en cuanto a la disposición de los elementos para el diseño, dimensiones, etc. Se trabajó el menú y las principales vistas, que permitieran definir una clara visión de la implementación de los sitios web.

15.2 ESTRUCTURA GENERAL

A continuación, se describen los elementos que componen la estructura general de todas las páginas que componen el portal web:

1. Cabecera: corresponde a la parte superior de todas las páginas de un sitio web y ocupa aproximadamente un quinto de la pantalla.
2. Cuerpo: es la parte más extensa de la página donde se despliega la mayor parte de la información.
3. Barra lateral izquierda / sidebar: es el espacio lateral que se ubica a la izquierda del cuerpo
4. Barra lateral derecha / sidebar: es el espacio lateral que se ubica a la derecha del cuerpo
5. Footer: es la parte inferior de todas las páginas de un sitio web. Ocupa aproximadamente un quinto de la superficie de la pantalla.

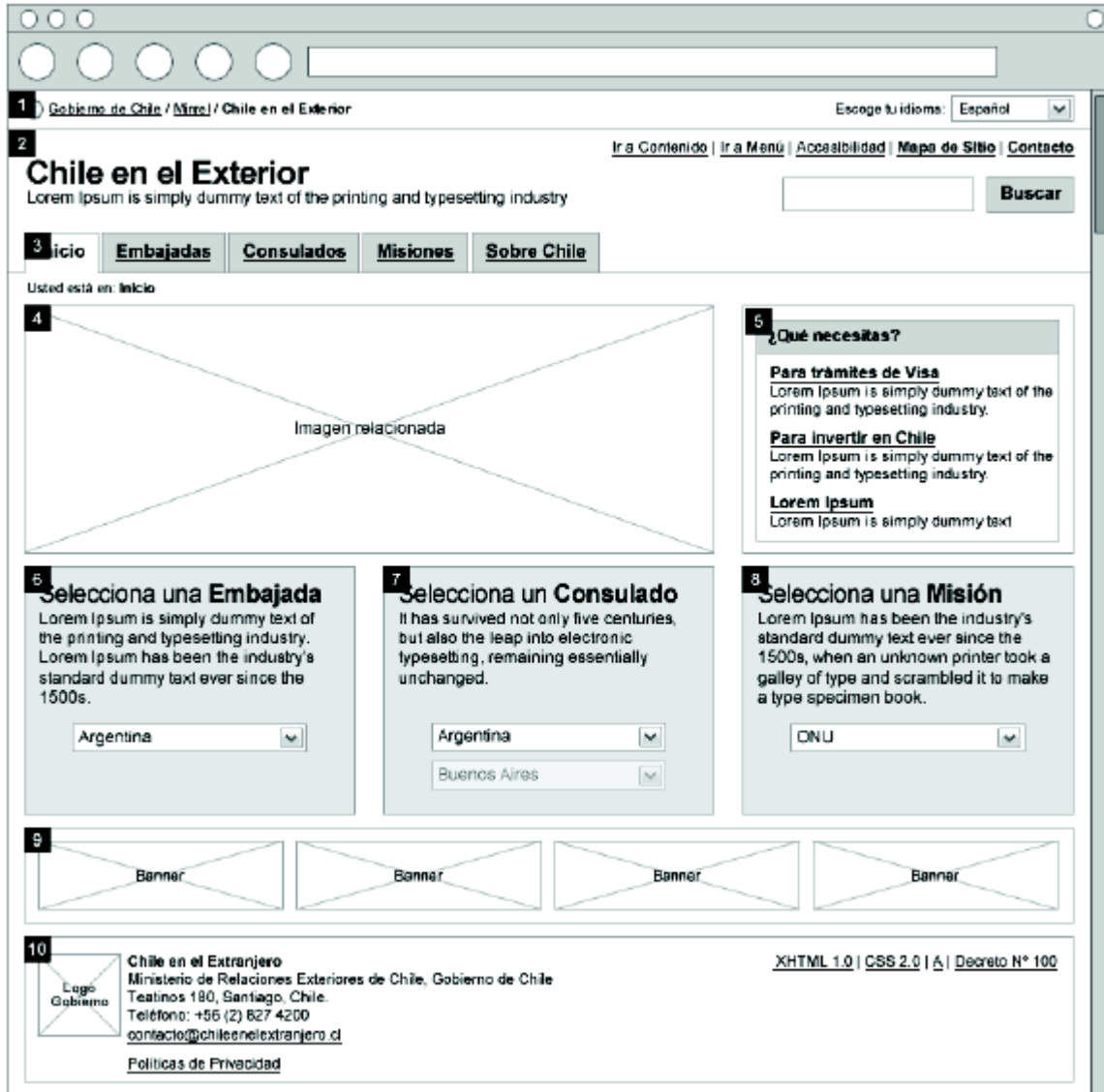


15.3 PÁGINA DE INICIO PORTAL WEB

A continuación, se describen los elementos que componen la página de inicio del portal web:

1. Pertenencia: es el espacio que alberga la información relacionada al origen del sitio web. Su objetivo es indicar al usuario quién es el responsable del sitio web, lo que se hace evidente en el extremo superior izquierdo, En tanto, en el extremo superior derecho se encuentra la información que indica la fecha actual.
2. Cabecera: este sector se definió para establecer la marca de la institución, siempre al extremo superior izquierdo. La marca está acompañada por una breve frase que describe al usuario en pocas palabras, dónde está. Por otra parte, se despliega el menú auxiliar con las diferentes acciones secundarias de navegación. Por último, se estableció el buscador, en el extremo derecho de la cabecera.
3. Menú principal: muestra las principales opciones de navegación. En este menú de cinco alternativas se basa la estructura del sitio y, por lo tanto, su navegación. Inmediatamente bajo el menú principal se ubican las breadcrumbs (migas de pan) cuya finalidad es decirle al usuario en qué lugar de la estructura del sitio web esta navegando: donde se encuentra.
4. Cuerpo: esta ubicación permite alojar una imagen relacionada al contexto del portal web: una imagen que represente a Chile.
5. ¿Qué necesita?: ubicada en la barra lateral derecha, alberga la información transversal sobre los requerimientos específicos de información de los usuarios.

6. Selecciona una Embajada: espacio dedicado al acceso directo que permite al usuario ir directamente a una Embajada. Se aplica a través de un combo box, que despliega todas las embajadas disponibles.
7. Selecciona un Consulado: similar al anterior, este acceso permite al usuario seleccionar directamente el consulado que desea visitar. Para seleccionar un consulado, es necesario seleccionar previamente un país; a continuación se despliega la lista con los consulados disponibles para ese país.
8. Selecciona una Misión: del mismo modo que en la selección de embajadas, el usuario elige directamente el sitio web de la Misión que desea visitar a través del menú desplegable.
9. Banner: espacio destinado para alojar hasta cuatro banners.
10. Footer: pie de página donde se dispone la información institucional, contacto, política de privacidad, etc. Esta se replica el menú principal, en base a links HTML, con el objetivo de que los usuarios no pierdan la navegación si llegan al final del sitio web.



-Wireframes de página de inicio

15.4 EMBAJADAS

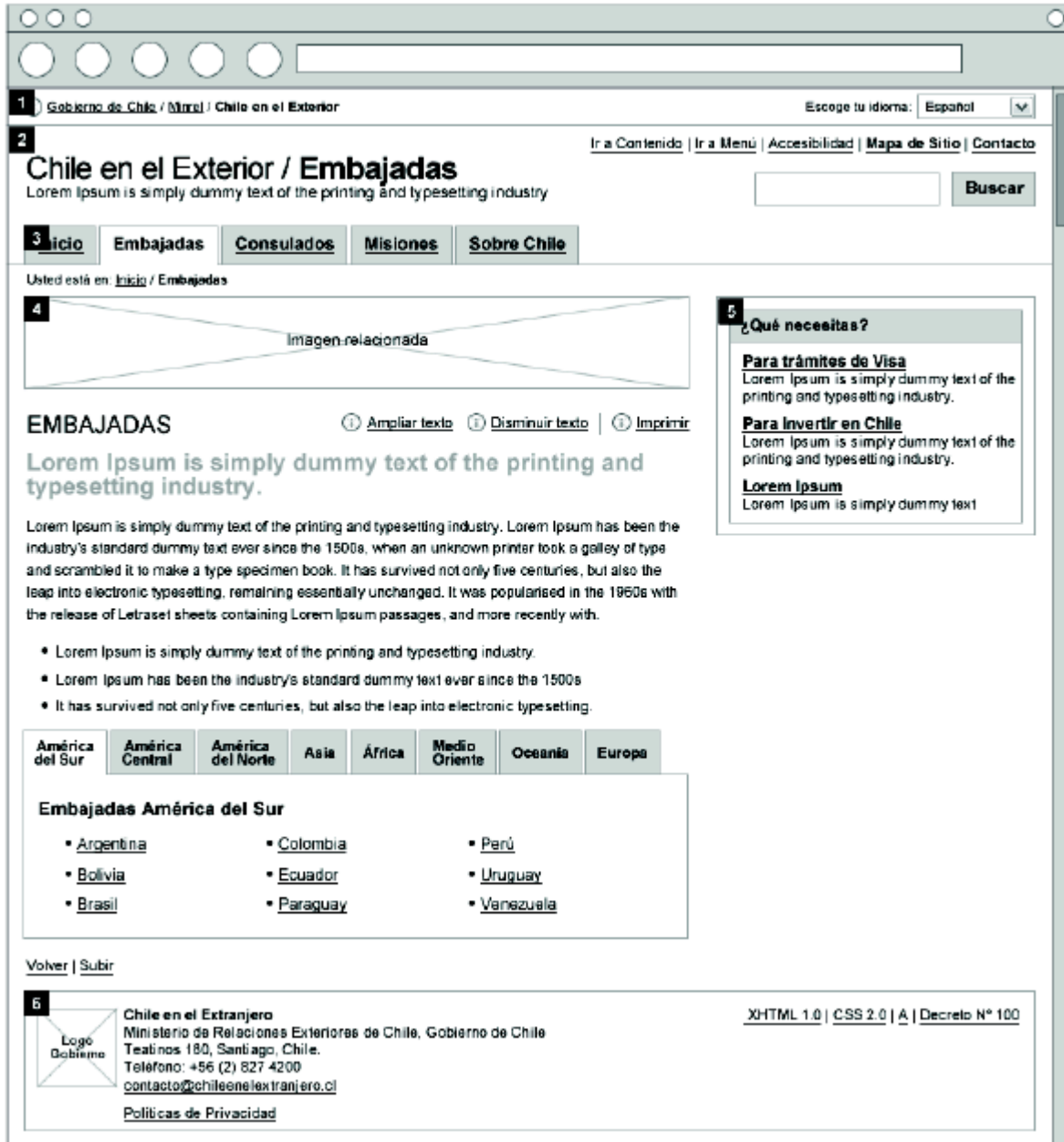
A continuación, se describen los elementos que componen la página de embajadas del portal web:

4. Cuerpo: ubicación que aloja una imagen que representa a Chile. A continuación se presenta una explicación sobre qué es una embajada. La finalidad es que a través de un texto explicativo los usuarios puedan entender las principales funciones y objetivos de éstas.

El texto está compuesto de un título, bajada, menú de continentes que actúan como anclas (accesos directos a los países que componen cada uno de éstos), y texto explicativo. Posteriormente, se presentan todos los países donde Chile tiene embajada, ordenados por continente.

En la etapa de desarrollo, se optó por utilizar un mapa gráfico, que ayudara al usuario a seleccionar geográficamente la embajada.

5. ¿Qué necesita?: ubicada en la barra lateral derecha de la página, despliega información de utilidad para los usuarios.



Wireframes de página de embajadas

15.5 CONSULADOS

A continuación, se describen los elementos que componen la página de consulados del portal web:

4. Cuerpo: ubicación que aloja una imagen que representa a Chile. A continuación se presenta una explicación sobre qué es un consulado. La finalidad es que a través de un texto explicativo los usuarios puedan entender las principales funciones y objetivos de éstos.

El texto está compuesto de un título, bajada, menú de continentes que actúan como anclas (accesos directos a los países que componen cada uno de éstos), y texto explicativo. Posteriormente, se presentan todos los países donde Chile tiene consulados, ordenados por continente.

En la etapa de desarrollo, se optó por utilizar un mapa gráfico, que ayudara al usuario a seleccionar geográficamente el país y sus consulados asociados.

5. ¿Qué necesita?: ubicada en la barra lateral derecha de la página, despliega información de utilidad para los usuarios.

1 | Gobierno de Chile / [Inicio](#) / [Chile en el Exterior](#) | Escoge tu idioma: [Español](#)

2 | [Ir al Contenido](#) | [Ir a Menú](#) | [Accesibilidad](#) | [Mapa de Sitio](#) | [Contacto](#)

Chile en el Exterior / Consulados

3 | [Inicio](#) | [Embajadas](#) | [Consulados](#) | [Misiones](#) | [Sobre Chile](#)

4 | Usted está en: [Inicio](#) / [Consulados](#)

5 | **¿Qué necesitas?**

- Para trámites de Visa**
Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry.
- Para invertir en Chile**
Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry.
- Lorem Ipsum**
Lorem Ipsum is simply dummy text

Imagen relacionada

CONSULADOS

[Ampliar texto](#) | [Reducir texto](#) | [Imprimir](#)

Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry.

Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book. It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting, remaining essentially unchanged. It was popularised in the 1960s with the release of Letraset sheets containing Lorem Ipsum pas.


- Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry.
- Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s.
- It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting.

América del Sur | América Central | América del Norte | Asia | África | Medio Oriente | Oceanía | Europa

Consulados América del Sur

<ul style="list-style-type: none"> • Argentina <ul style="list-style-type: none"> • C.G. Buenos Aires • C. Mar del Plata • C.G. Córdoba • C.G. Rosario • C. Comodoro Rivadavia • C.G. Neuquén • C. Bahía Blanca • C.G. Río Gallegos • C. Río Grande • C. Ushuaia • C.G. Salta • Colombia <ul style="list-style-type: none"> • C.G. Sta Fe de Bogotá • Perú <ul style="list-style-type: none"> • C.G. Lima • C.G. Tacna • C. G. de Arequipa 	<ul style="list-style-type: none"> • Bolivia <ul style="list-style-type: none"> • C.G. Paz • C.G. Sta Cruz de la Sierra • C. Cochabamba • Ecuador <ul style="list-style-type: none"> • C.G. Guayaquil • C.G. Quito • Uruguay <ul style="list-style-type: none"> • C.G. Montevideo 	<ul style="list-style-type: none"> • Brasil <ul style="list-style-type: none"> • C.G. Río de Janeiro • S.C. Brasília • C.G. São Paulo • C.G. Porto Alegre • C.H. de Chile en Belém • C.H. de Chile en Belo Horizonte • C.H. de Chile en Salvador Bahia • C.H. de Chile en Recife • C.H. de Chile en Florianópolis • C.H. de Chile en Manaus • Paraguay <ul style="list-style-type: none"> • S.C. Asunción • Venezuela <ul style="list-style-type: none"> • C.G. Caracas • C. Puerto Ordaz
--	--	---

[Volver](#) | [Subir](#)

6 |  Chile en el Exterior
Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile, Gobierno de Chile
Teatinos 186, Santiago, Chile.
Teléfono: +56 (2) 827 4200
contacto@chileenel exterior.cl
[Políticas de Privacidad](#)

XHTML 1.0 | CSS 2.0 | [Decreto Nº 192](#)

Wireframes de página consulados

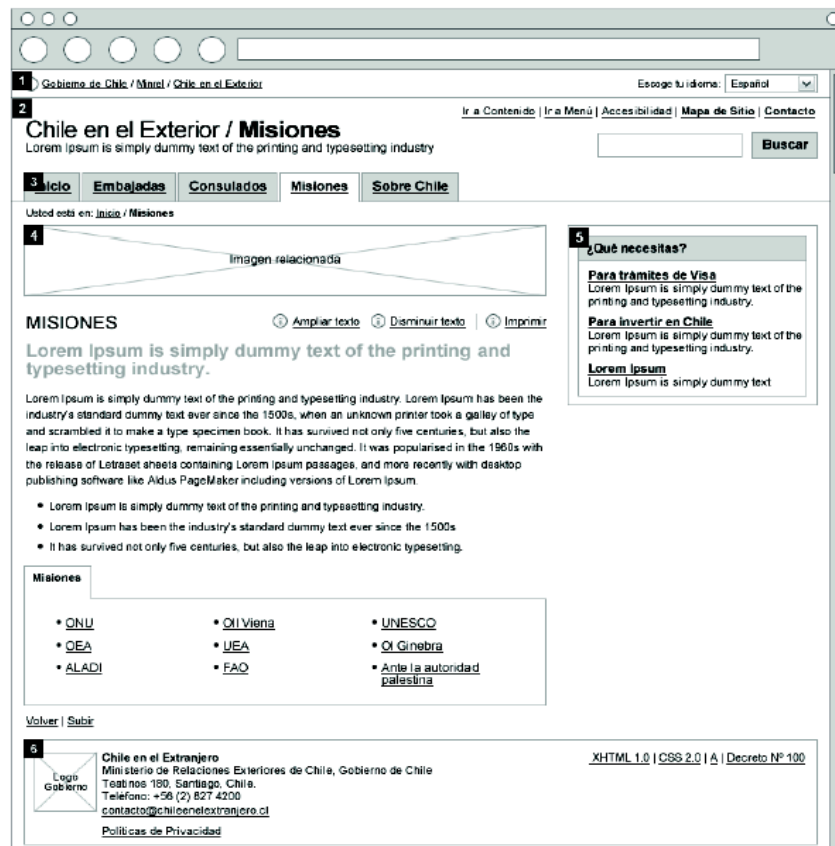
15.6 MISIONES

A continuación, se describen los elementos que componen la página de las misiones multilaterales del portal web:

4. Cuerpo: ubicación que aloja una imagen que representa a Chile. A continuación se presenta una explicación sobre qué son las misiones. La finalidad es que a través de un texto explicativo los usuarios puedan entender las principales funciones y objetivos de éstos.

El texto está compuesto de un título, bajada, listado de misiones con acceso directo a cada uno de éstos y texto explicativo.

5. ¿Qué necesita?: ubicada en la barra lateral derecha de la página, despliega información de utilidad para los usuarios.

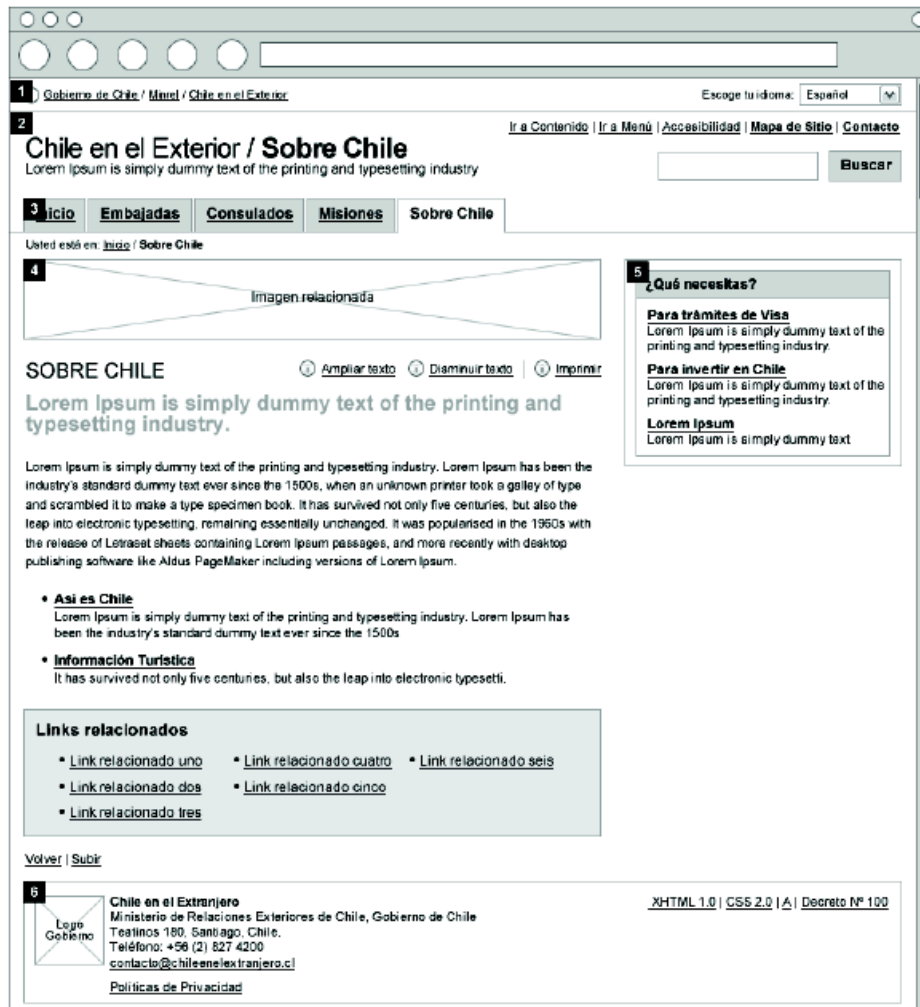


Wireframes de página misiones

15.7 SOBRE CHILE

A continuación, se describen los elementos que componen la página de acceso a la sección “Sobre Chile”:

4. Cuerpo: ubicación que aloja una imagen que representa a Chile. A continuación se presenta un texto explicativo Sobre Chile Este texto está compuesto de un título, bajada y contenido, además de opciones secundarias.
5. ¿Qué necesita?: ubicada en la barra lateral derecha de la página, despliega información transversal de utilidad para los usuarios.

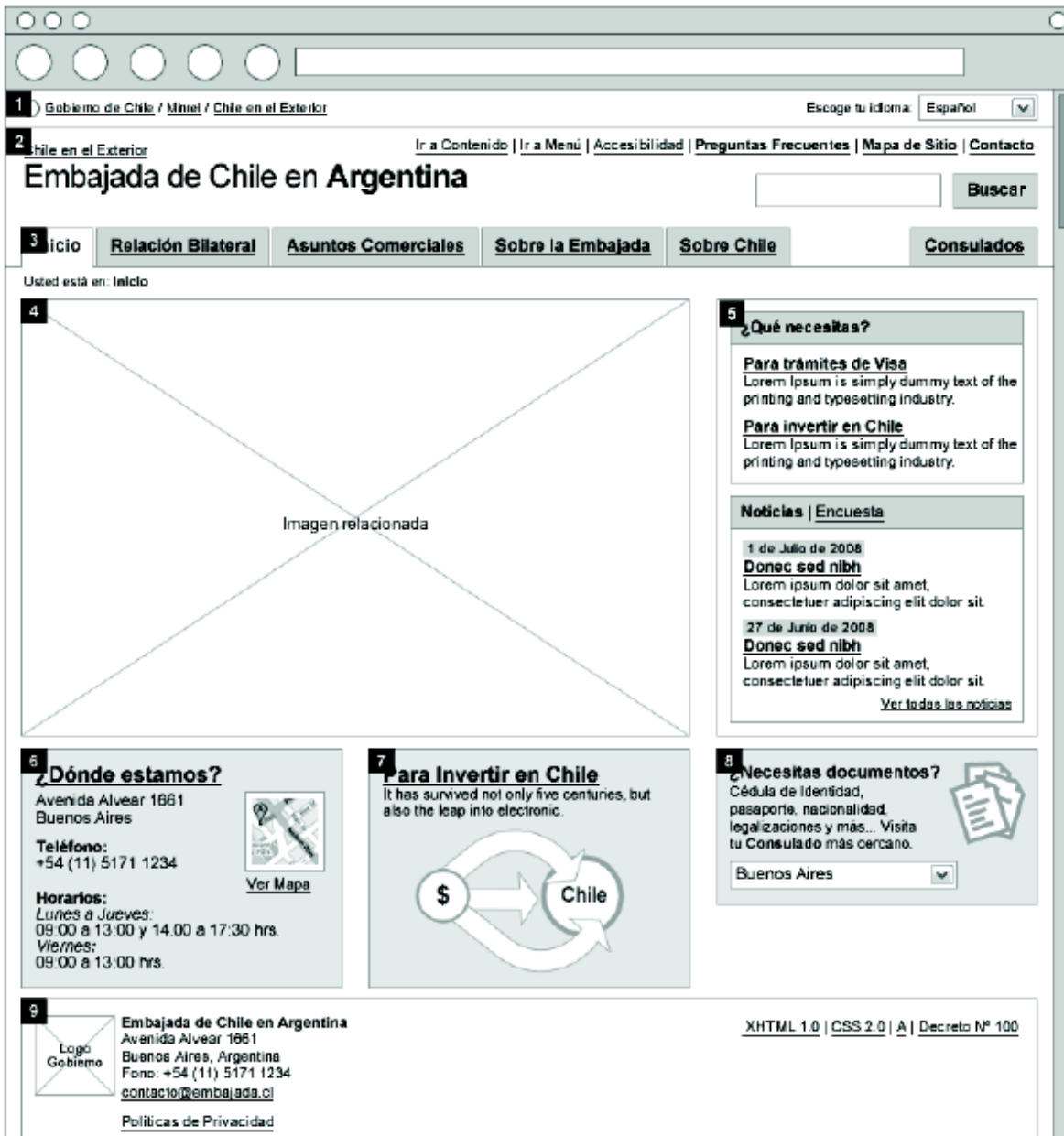


Wireframes de página “sobre Chile”

15.8 ESTRUCTURA DE PÁGINA WEB DE UNA EMBAJADA

A continuación, se describen los elementos que componen la página web específica de una embajada. Al igual que las anteriores, su estructura contiene elementos comunes:

4. Cuerpo: ubicación que aloja una imagen que representa a Chile.
5. ¿Qué necesita?: ubicada en la barra lateral derecha de la página, despliega información transversal de utilidad para los usuarios. Novedades y Encuesta son parte también de este espacio, en que el usuario puede optar por visualizar una u otra dependiendo de sus necesidades.
6. Dónde estamos: muestra la información de ubicación de la Embajada. Es un acceso directo que permite al usuario conocer de manera rápida datos de ubicación y contacto.
7. Para invertir en Chile: zona destinada a destacar información de carácter económico sobre Chile.
8. ¿Necesitas documentos?. Enlace directo a los consulados asociados a un país determinado, en este caso de Argentina. Este acceso directo va acompañado con una explicación que indica a los usuarios que existen ciertos tipos de trámite que son parte de las competencias de los Consulados y no de las Embajadas. En la etapa de desarrollo, se cambió esta opción por la de una infografía animada que ayuda a entender a los usuarios diversos trámites.



Wireframes de página web de una embajada

15.9 ESTRUCTURA DE PÁGINA WEB EMBAJADA: ASUNTOS COMERCIALES

A continuación, se describen los elementos que componen la página web específica de asuntos comerciales dispuesta en las embajadas. Al igual que las anteriores, su estructura contiene elementos comunes:

4. Cuerpo: ubicación que aloja una imagen que representa a Chile. A continuación se presenta un texto explicativo sobre “asuntos comerciales” de Chile en el país donde reside la embajada. Este texto está compuesto de un título, bajada y contenido, además de opciones secundarias que son parte de Asuntos Comerciales.
5. ¿Qué necesita?: ubicada en la barra lateral derecha de la página, despliega información transversal de utilidad para los usuarios: donde estamos, encuesta, etc.

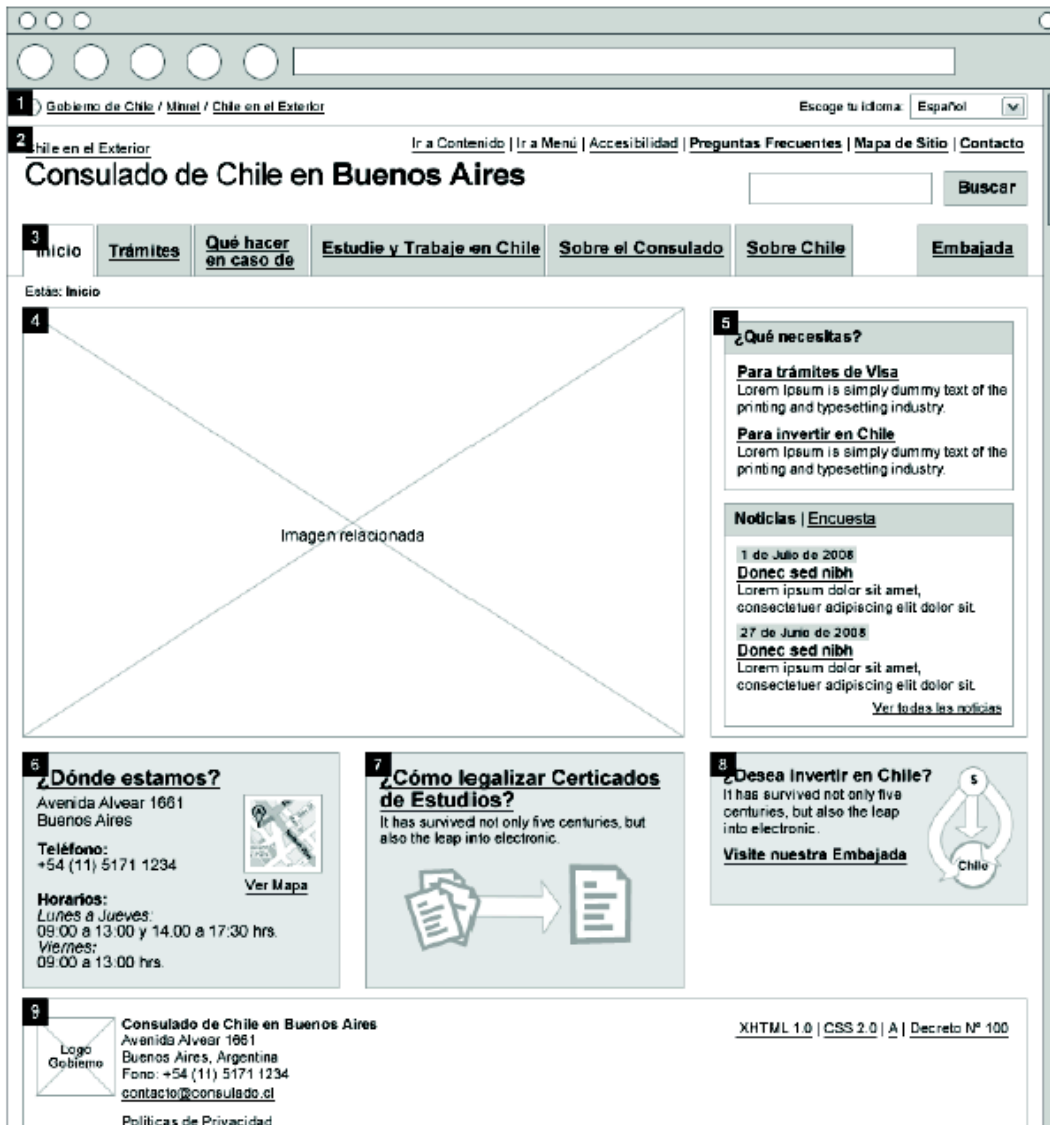


Wireframes de página interior de embajada

15.10 ESTRUCTURA DE PÁGINA WEB DE UN CONSULADO

A continuación, se describen los elementos que componen la página web de un consulado. Al igual que las anteriores, su estructura contiene elementos comunes a todo el portal:

4. Cuerpo: ubicación que aloja una imagen que representa a Chile.
5. ¿Qué necesita?: ubicada en la barra lateral derecha de la página, despliega información transversal de utilidad para los usuarios: noticias, encuesta, etc., el usuario puede optar por visualizar una u otra dependiendo de sus necesidades.
6. Dónde estamos: muestra la información de ubicación del consulado. Es un acceso directo que permite al usuario conocer de manera rápida la dirección y contacto.
7. Cómo legalizar certificados: espacio destinado para indicar al usuario cómo se realiza el trámite de legalización de certificados, enlazado a la información relacionada con este contenido y otros trámites.
8. Para invertir en Chile: zona destinada a destacar información de carácter económico sobre Chile.



Wireframes de página de un consulado

15.11 ESTRUCTURA DE PÁGINA WEB DE CONSULADO: CEDULA DE IDENTIDAD

A continuación, se describen los elementos que componen una página web interna de un consulado. Al igual que las anteriores, su estructura contiene elementos comunes a todo el portal:

4. Imagen: ubicación que aloja una imagen que representa a Chile.
5. Menú secundario: segundo menú de navegación que ofrece al usuario opciones de navegación asociadas a uno de los temas del menú principal.
6. Cuerpo: despliega un texto explicatorio sobre el tema tratado. A continuación, se ubica un cuadro donde se le indica al usuario información más directa en cuanto a requisitos, demora y valor. La implementación de los contenidos desecho la opción del cuadro, incorporando la información directamente en el cuerpo.



Wireframe de página interior de un consulado

15.12 SÍNTESIS DE WIREFRAMES

El uso de wireframes se ha convertido en un estándar en el desarrollo de proyectos web, su uso es una alternativa valiosa que permite a los desarrolladores el validar una estructura con los usuarios finales.

El desarrollo de wireframes es utilizado también para apoyar las tareas de construcción de HTML y CSS. Es también una valiosa herramienta para determinar claramente los contenidos a nivel de página y los hitos en el desarrollo de un proyecto.

Los wireframe como tal son una herramienta utilizada en la definición de la arquitectura de información, pero es posible agregarle dimensiones adicionales que enriquezcan su valor como herramienta de diseño conceptual y de análisis: junto con los dar cumplimiento a los objetivos originales de un wireframe, agregar más información puede facilitar la construcción de la estructura de HTML.

Muchos desarrolladores consideran la etapa de desarrollo de wireframes como la más entretenida en el desarrollo de un sitio web. Esta etapa permite enfocarse en los aspectos de marketing y aquellos aspectos que el proyecto busca comunicar, ayuda a construir un sitio web más efectivo y definir claramente los canales de comunicación con los usuarios finales.



La nube de palabras muestra los conceptos más utilizados en el capítulo Wireframes.

16. MAQUETAS

“...el foco central de una interfaz es permitir que el usuario que llega como visitante logre los objetivos que lo trajeron al sitio web”¹⁷ .

Posterior a las etapas de Mapa de Contenido y Wireframes correspondió el desarrollo de las primeras maquetas. La maqueta corresponde a la estructuración de los elementos de un sitio web, es una de las etapas más importantes del diseño visual, pues será la forma en que se organice y visualice la información en las páginas web.

El objetivo en el desarrollo de maquetas se enfocó en aplicar la interfaz de usuario definida en los wireframe; se trabajó en la disposición de los elementos definidos de manera gráfica en la página menú home), y en las principales páginas web, de tal manera que se permitiera definir una clara visión de la implementación de los sitios web.

En la Guía Web 2.0, se establece que...”uno de los autores más citados en cuanto a usabilidad de sitios web, destaca que los elementos más importantes de la portada de todo sitio web se pueden resumir en cuatro postulados generales:

1. Dejar claro el propósito del sitio web: se refiere a que el sitio web debe explicar a quién pertenece y qué permite hacer a quienes lo visitan; se entiende que debe hacerlo de manera simple y rápida. Por ejemplo, ayuda en este sentido el cumplimiento de las normas referidas a uso de URLs y logotipos oficiales.
2. Ayudar a los usuarios a encontrar lo que necesitan: implica que debe contar con un sistema de navegación visible y completo, pero que además deberá estar complementado por algún sistema de búsqueda que sea efectivo para acceder al contenido al que no se logra acceder o que no se encuentra a simple vista.
3. Demostrar el contenido del sitio: significa que el contenido se debe mostrar de manera clara, con títulos comprensibles por parte del usuario y con enlaces hacia las secciones más usadas que estén disponibles donde el usuario los

¹⁷ Guía Web 2.0

busque. Ayudará en este sentido tener un seguimiento de las visitas para comprender qué es lo más visto y lo más buscado del Sitio Web.

4. Usar diseño visual para mejorar y no para definir la interacción del Sitio Web: se refiere a que los elementos gráficos del Sitio Web deben estar preparados para ayudar en los objetivos del sitio y no sólo como adornos utilizados para rellenar espacio. Aunque se trata de uno de los temas más debatibles, su alcance no es el de restringir el uso de imágenes y elementos gráficos, sino a que su uso sea adecuado para la experiencia de uso que se desea ofrecer.

Como se puede apreciar, el foco central de una interfaz es permitir que el usuario que llega como visitante logre los objetivos que lo trajeron al sitio web y que ésta le facilite el acceso a los contenidos que están incorporados a través de sus pantallas.

Para conseguir esto, es necesario que la interfaz adopte los elementos, que detallamos en este capítulo, a través de los cuales será posible conseguir el cumplimiento de los postulados antes señalados¹⁸.

¹⁸ Guía Web 2.0

16.1 PROPUESTAS GRÁFICAS

A continuación se presentan algunas de las maquetas que posteriormente se implementaron en el portal web. En cuanto a la home y las embajadas, se muestra la página inicial y una página interior. En consulados y misiones se agrega sólo la página inicial.

16.1.1 MAQUETA DE PÁGINA HOME (INICIO)



16.1.2 MAQUETA DE PÁGINA EMBAJADAS

Gobierno de Chile / [Minirel](#) / Chile en el Exterior

Noticias Mapa de Sitio Preguntas frecuentes Contacto Language

Chile en el Exterior / Embajadas

¿Qué busca?

[Búsqueda Avanzada](#)

Inicio **Embajadas** Consulados Misiones Sobre Chile



Palañitos en Chiloé, región de Los Lagos.

Usted está en: [Inicio](#) / [Embajadas](#)

Embajadas

Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book. It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting, remaining essentially unchanged.



Probablemente necesitas...

- **Acuerdos y tratados bilaterales**
Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book.
- **Para invertir en Chile**
Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s.
- **Saber nuestros objetivos y funciones**
Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s.

En tu **consulado**
Accede al qué hacer para obtener papeles para trabajar en Chile.

Gobierno de Chile / [Minirel](#) / Chile en el Exterior

Noticias Mapa de Sitio Preguntas frecuentes Contacto Language

Chile 13.30hrs. Argentina 13.30hrs.

Embajada de Chile en Argentina

¿Qué busca?

[Búsqueda Avanzada](#)

Inicio **Relación Bilateral** Asuntos Comerciales Sobre la embajada Sobre Chile

CONSULADOS MISIONES



Puerto de San Antonio, región de Valparaíso, Chile.

Probablemente necesitas...

- Saber todo lo relacionado a **acuerdos y tratados bilaterales**.
- Encontrar todo lo relacionado a **impuestos** para invertir en Chile.
- Conocer los **objetivos y funciones** de la embajada de Chile en Argentina.

Novedades

21/04/08 [Gira Presidencial en Argentina el 25 de julio](#)

21/04/08 [Comunicado oficial](#)

21/04/08 [Nuevo embajador inicia funciones el 4 de agosto](#)

[Ver todas las novedades](#)

Encuestas

¿Necesitas **documentos**?
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

¿Dónde estamos?

Embajada de Chile
Avenida Alvear 1661
Buenos Aires

[Ver Mapa](#)

- **Teléfono:**
+54 (11) 5171 1234
- **Horarios:**
Lunes a Jueves:
09:00 a 13:00 y 14:00 a 17:30 hrs.
Viernes:
09:00 a 13:00 hrs.

Para invertir en Chile

Lorem Ipsum [dolor sit amet](#), consectetur adipiscing elit. Morbi semper sollicitudin nisi. Sed malesuada enim non tellus.



16.1.3 MAQUETA DE PÁGINA CONSULADOS

Gobierno de Chile / Minre / Chile en el Exterior

Noticias Mapa de Sitio Preguntas frecuentes Contacto Language

Chile en el Exterior / Consulados

¿Qué busca? **Buscar**

[Búsqueda Avanzada](#)

Inicio Embajadas **Consulados** Misiones Sobre Chile



Muñecas artesanales de Ancud, región de Los Lagos, Chile.

Usted está en: [Inicio](#) / [Consulados](#)

Consulados

Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book. It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting, remaining essentially unchanged.



Probablemente necesitas...

- Para trámites de visa**
Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a [galley of type](#) and scrambled it to make a type specimen book.
- Para invertir en Chile**
Lorem Ipsum is simply **dummy** text of the printing and [typesetting industry](#). Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s
- Lorem ipsum**
Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. [Lorem Ipsum](#) has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s

16.1.4 MAQUETA DE PÁGINA MISIONES

[Gobierno de Chile](#) / [Minrel](#) / [Chile en el Exterior](#) [Noticias](#) [Mapa de Sitio](#) [Preguntas frecuentes](#) [Contacto](#) [Language](#)

Chile en el Exterior/ Misiones

¿Qué busca? [Buscar](#)
[Búsqueda Avanzada](#)

[Inicio](#) [Embajadas](#) [Consulados](#) [Misiones](#) [Sobre Chile](#)



Infraestructura de zona comercial de Santiago, región Metropolitana, Chile.

Usted está en: [Inicio](#) / [Misiones](#)

Misiones ante Organismos Internacionales

Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry.

Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book. It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting, remaining essentially unchanged. Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book. It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting, remaining essentially unchanged.

Misiones

- [ONU](#)
- [OEA](#)
- [ALADI](#)
- [FAO](#)
- [UNESCO](#)
- [OOII Ginebra](#)
- [Autoridad Nacional Palestina](#)
- [Unión Europea](#)

[Volver](#) [Subir](#)

Probablemente necesitas...

- ✓ **Para trámites de visa**
Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book.
- ✓ **Para invertir en Chile**
Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s
- ✓ **Lorem ipsum**
Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s

16.2 SÍNTESIS DE MAQUETAS

Uno de los aspectos importantes del nuevo diseño, fue el introducir una imagen de tamaño considerable de Chile en la parte superior del diseño. Con sentido épico, esta imagen busca colocar a Chile como centro iconográfico en la aplicación gráfica.

Las imágenes utilizadas se aplicaron de acuerdo al tipo de sitio web. En los sitios web de embajadas se utilizaron paisajes que mostraran la diversidad territorial del país. En los sitios web de consulados, que es donde la parte de servicios a usuarios es más fuerte, se utilizaron imágenes de personas de Chile, de manera de hacer presente la cercanía con los usuarios. En cuanto a los sitios web de las misiones multilaterales, se utilizaron imágenes de diversas estructuras, como las grúas del puerto de San Antonio y edificios de grandes ciudades.

Al no existir un catálogo de imágenes del Estado, disponible para ser utilizado en los sitios web de ministerios y servicios públicos, es necesario recurrir a catálogos y bancos de imágenes privados, para la búsqueda y selección de las imágenes que se adapten a la idea de aplicación gráfica definida para el sitio web.

El colocar la caja de contenido: probablemente necesite, sobre la imagen principal, generó la tensión entre los elementos gráficos y los contenidos que se disponen a usuarios. Claramente, lo importante es que el usuario pueda encontrar lo que busca, los aspectos gráficos deben ayudar a esta búsqueda y a la navegación: encontrabilidad y usabilidad.

En las maquetas, se aprecia las dos formas de seleccionar un sitio web de embajada, consulado o misión: a través de combo box, que no valida decreto 100; y a través de un mapa gráfico, que permite acceder a la embajada y consulados asociados y un listado en el caso de las misiones. Esta última opción sí valida decreto 100.

17. CARACTERÍSTICAS DE LA IMPLEMENTACIÓN

17.1 FUNCIONALIDADES DEL SISTEMA

El desarrollo del Portal Web consideró las siguientes funcionalidades:

a) Formulario de contacto: herramienta para permitir la recepción de consultas, reclamos, sugerencias y felicitaciones, de acuerdo a los criterios establecidos por la SEGEGOB. Debe remitir los antecedentes ingresados por correo electrónico al encargado de la Oficina de Informaciones (OIRS) y a la dirección electrónica de contacto de la Misión de Chile que establezca el usuario como más cercano.

b) Actividades y Novedades: sección de noticias de la misión respectiva, que deberá contar con dos sub-secciones:

- Noticia principal: en esta se destacará una noticia con título, descripción e imagen si procede. Debe contar con link para ingresar a más detalle de la noticia.
- Actividades: sección de tipo panel de noticias, donde se identifican éstas por su fecha de publicación y título. Debe incluir link para ingresar a más detalle de la noticia.

Cada una de las noticias, debe contar con la capacidad de agregar imágenes, texto completo, así como el título y un resumen. Al establecer cual de todas las noticias es la principal, esta se configura dentro de la sección respectiva.

c) Motor de búsqueda: El Portal Web debe contar con un motor de búsqueda propio, con gran capacidad de indexación, que permita encontrar contenido de forma rápida, sencilla y contar con opción para búsqueda avanzada. Los criterios mínimos de búsqueda esperados son: palabra (s) clave(s), frase, ubicación, fecha, tema y autor. Los resultados de la búsqueda deben poder ser filtrados y ordenados por el usuario según los criterios de búsqueda.

d) Contador de visitas y estadística: El administrador de contenidos del Portal Web debe proveer estadísticas de navegación exportables a formato xls, que respondan al menos a los siguientes elementos:

- Hits: páginas web más visitadas, indicando la cantidad de visitas.
- Quién: accesos separados por dominios: países, redes, etc.
- Enlaces: origen del enlace que trajo a un usuario al sitio web (buscadores, vínculos, etc.)
- Palabras clave: frases y palabras clave utilizadas comúnmente por los usuarios en los buscadores para acceder al Portal Web. Así como frases y palabras clave más buscadas al interior del portal.
- Navegadores: navegadores web más utilizados por los usuarios.
- Errores: descripción de los errores más frecuentes y de las páginas no encontradas en el Portal Web.

e) Encuesta en línea: el sistema debe permitir crear encuestas y ubicarlas en un lugar determinado. Las respuestas deben ser capturadas de forma automática en una base de datos generadas para cada consulta, permitiendo la migración de las mismas a formato xls.

f) Banners: sección que permita la inserción de banners particulares de cada sitio web o común a toda la plataforma.

g) Links de interés: sección donde se definan links de acceso común para todos los sitios web de cada una de las Misiones.

17.2 HOSTING

La plataforma cuenta con un servicio de hosting implementado en un Data Center de Nivel 3 de acuerdo con las especificaciones del estándar ANSI/TIA-942.

Dicho servicio considera un perímetro de seguridad que resguarda la información publicada en el Portal Web ante la posibilidad de ataques de terceros, así como una política de respaldos de información diarios que permiten el reestablecimiento del Portal Web en caso de desastre o pérdidas parciales de datos.

Considerando que el público objetivo del sitio se encuentra en el exterior, el Data Center provee un enlace de datos internacional que permite tiempos de respuesta aceptables para usuarios distribuidos en todo el mundo.

17.2.1 ANSI/TIA-942¹⁹

La norma ANSI/TIA-942 define los requerimientos y lineamientos necesarios para el diseño e instalación de un Data Center o centros de cómputo, aprobado por: TIA (Telecommunications Industry Association) y ANSI (American National Standards Institute)

Algunos de los requerimientos de los diferentes elementos que son considerados en un Data Center son:

1. Estructura: ubicación, acceso, protección contra incendios.
2. Aspectos arquitectónico: protección ante desastres naturales, sismos, inundaciones, huracanes. Considera específicamente requerimientos antisísmicos según la zona donde se ubique el data center.

¹⁹ Telecommunication Industry Association: <http://www.tiaonline.org/>

18. INTERNET: LA EXPERIENCIA DE LA CANCELLERÍA

Hasta el año 2007, la práctica generalizada en el Estado chileno a la hora de poner al aire un nuevo sitio web, se limitaba a determinar la necesidad de comunicar algo en particular, levantar algunos contenidos y entregar a una empresa externa la responsabilidad del desarrollo y puesta en marcha del sitio web.

A partir de la creación del Comité Público-Privado “Estrategia Digital” en 2007²⁰, se definió por primera vez una política pública para profundizar el desarrollo de las tecnologías de información como un eje impulsor del progreso de Chile. Este Comité Público-Privado, está integrado por un comité de Ministros de Estado:

- Ministro de Economía, Presidente del Comité
- Ministro de Educación
- Ministro Secretario General de la Presidencia
- Ministro de Hacienda
- Ministro de Transportes y Telecomunicaciones

A estos, se suma la Secretaría ejecutiva del Comité de Ministros, que tiene por misión coordinar la ejecución de las políticas sancionadas por el Comité de Ministros. Además esta integrada por un Secretario Ejecutivo, el Consejo Consultivo de la Estrategia Digital integrado por Universidades, ONG’s, empresas del área tecnológica, asociaciones gremiales y representantes del Senado y la Cámara de Diputados. Finalmente, cuenta con un Consejo Internacional, compuesto por un panel de expertos chilenos y extranjeros.

En la Guía Web 1.0²¹, se recomienda a las instituciones del Estado la creación de un equipo de trabajo, en esta se indica que: “para el correcto desarrollo del proyecto de sitio web en la institución, será imprescindible contar con un equipo de profesionales multidisciplinario que cumpla las tareas que correspondan, para ofrecer soluciones adecuadas a los desafíos que se irán presentando a lo largo de las etapas que deberán cumplirse.

²⁰ <http://www.estrategiadigital.gov.cl/>

²¹ <http://www.guiaweb.gob.cl/guia/index.htm>

Ellos serán los encargados de definir las tareas específicas a realizar y deberán estar frente a las acciones concretas que se comprometan para avanzar, desde la planificación, hasta la puesta en marcha del sitio web”.

Por lo anterior, es necesario realizar una conformación adecuada de dicho grupo, para lo cual se recomienda dar los siguientes pasos:

- Creación del Comité Web
- Asegurar la relación con autoridades superiores
- Definir competencias internas: perfiles requeridos
- Definir características de la "contraparte" interna

Creación del Comité Web²²

En las instituciones en que se han logrado los mayores éxitos en proyectos web, se ha considerado clave la existencia del "Comité Web". Este es un equipo de trabajo multidisciplinario que integra las diferentes visiones de la institución, generando un grupo de trabajo que interpreta las necesidades existentes.

Los integrantes del Comité Web provienen principalmente de las áreas de gestión, informática y comunicaciones y en conjunto su trabajo es conseguir varias metas, entre las que resaltamos las más importantes:

- Comunicar adecuadamente a través de la institución, los desafíos que se están asumiendo en materias tecnológicas.
- Conseguir el compromiso de todas las áreas de la organización con el proyecto que se desarrolla.
- Recibir ideas y sugerencias respecto del Sitio Web que se va a construir, desde los más diversos planos, aprovechando la visión interdisciplinaria del grupo.

No obstante, así como hay elementos positivos asociados a su acción, igualmente se deben evitar las características negativas asociadas a los grupos de trabajo, entre las cuales se incluyen la baja capacidad de reacción ante decisiones, la burocratización de los procesos y el estancamiento de la toma de decisiones. Pese a ello, los ejemplos

²² <http://www.guiaweb.gob.cl/guia/index.htm>

positivos de su uso dan cuenta de que con una buena organización y sistematización de las decisiones, siempre pesarán más a favor las ventajas que sus problemas.

18.1 DIRECTORIO WEB: EL MODELO IMPLEMENTADO EN LA CANCELLERÍA

Siendo el Ministerio de Relaciones Exteriores la Secretaría de Estado encargada de la planificación, dirección, coordinación, ejecución y difusión de la Política Exterior, se consideró necesario el contar con una instancia que delineara el desarrollo e implementación de los proyectos web y las acciones de comunicación que se realizan a través de ellos.

La constitución de un Directorio Web, conformado por funcionarios diplomáticos de alto nivel, buscó dar respuesta a la necesidad de definir y validar la información publicada por los sitios web y fijar la línea comunicacional de la presencia en Internet del Ministerio: lineamientos estratégicos.

El Directorio Web está compuesto por los Jefes de Gabinete del Ministro y del Subsecretario, El Director General de Asuntos Consulares e Inmigración, representantes de la Dirección General de Política Exterior, de Política Multilateral, el Director de Prensa y Comunicaciones y el Director de Recursos Humanos. Todos diplomáticos de carrera, a excepción del Director de Prensa y Comunicaciones.

Previo a la creación del Directorio Web, se conformó un Equipo Técnico multidisciplinario de profesionales que administró una cartera de proyectos en los que se incluía el desarrollo del nuevo sitio web ministerial y el Portal Web de las Misiones de Chile en el Exterior. Este equipo de profesionales cumplió la misión de ser contraparte interna entre el Ministerio y las empresas desarrolladoras de cada proyecto y ser el interlocutor con estas.

El Equipo Técnico estaba compuesto por ingenieros informáticos, un periodista y un ingeniero comercial, reportaba directamente al Directorio Web los avances en cada proyecto, quienes a su vez, validaban el proceso y entregaban las líneas de acción.

Esta conformación de dos equipos trabajando en conjunto: Directorio Web y Equipo Técnico, es una implementación inédita en el Estado, que facilitó la transferencia de conocimientos y el desarrollo e implementación de proyectos tecnológicos al interior de la Cancillería y las misiones de Chile en el exterior.

Toda la cartera de proyectos encomendada al Equipo Técnico se desarrolló satisfactoriamente, siendo considerada como una experiencia muy exitosa al interior del Ministerio, y el sitio web ministerial destacado como caso de éxito en el Estado por parte de Estrategia Digital²³.

Un aspecto importante a considerar en la implementación del Portal Web es el que el proyecto se desarrolló en torno a tres tipos de clientes distintos: embajadas, consulados y misiones. La etapa de levantamiento de usuarios, permitió definir claramente las diferencias y usuarios finales de cada uno de los distintos tipos de sitios web. El Directorio Web facilitó el entendimiento de las diferencias:

1. Embajadas: representación política de Chile en el exterior (bilateral).
2. Consulados: servicios consulares.
3. Misiones. Representación de Chile en organismos multilaterales.

²³ http://www.minrel.gov.cl/prontus_minrel/site/artic/20081222/pags/20081222073837.php

18.2 LANZAMIENTO DEL PROYECTO

El Portal Web de las Misiones de Chile en el Exterior contó con una acabada formulación de proyecto, la que se vio reflejada en la publicación de los Términos de Referencia (TDR), documento que dio inicio a la etapa de licitación del proyecto. La licitación establecía un monto de sesenta y cinco millones de pesos para que la empresa que se adjudicara el proyecto lo pudiese desarrollar de acuerdo a las especificaciones establecidas en los TDR.

Una vez licitado y adjudicado el proyecto, se nombró a un jefe de proyecto de negocio y se encomendó al Equipo Técnico el ser la contraparte técnica entre el Ministerio y la empresa desarrolladora.

El equipo de proyecto, conformado por el jefe de proyecto, la empresa desarrolladora y el Equipo Técnico, dio inicio al desarrollo del proyecto a principios de 2008. Los primeros meses se utilizaron para hacer el levantamiento formal del proyecto, que incluye el benchmark, levantamiento de usuarios, mapa de contenidos, cardsorting, wireframes y maqueta.

Posteriormente, en base a los insumos antes mencionados, se definieron las funcionalidades y se procedió a la programación del Portal Web. La última etapa correspondió a la marcha blanca y la puesta en funcionamiento del sistema.



La nube de palabras muestra los conceptos más utilizados en el capítulo Internet: la experiencia de la Cancillería.

19. DIAGNÓSTICO

Este documento ha retratado el trabajo realizado por el Ministerio de Relaciones Exteriores en cuanto al uso de Internet como medio de comunicación y las implicancias que ha tenido definir sus sitios web para dar respuesta a la necesidad de comunicación con los usuarios y cubrir las necesidades de información, productos y servicios que estos requieren.

El trabajo realizado en la institución requirió crear un Directorio Web – de carácter político-estratégico - que tomara las decisiones respecto de la comunicación hacia los usuarios: implicancias, objetivo, medios, forma, lenguaje, pertinencia, etc. Adicionalmente, se conformó un equipo técnico, que hizo de puente entre el requerimiento del Ministerio y la solución ofrecida por el mercado, apoyando el trabajo interno y el de la empresa desarrolladora, traduciendo las demandas de la organización a un lenguaje entendible que facilite el entendimiento entre todos los actores que fueron parte del desafío de dotar a Chile de sitios web para sus embajadas, consulados y misiones multilaterales.

19.1 EL PARADIGMA DEL CAMBIO

“Para el capitán de un barco, el objetivo es el puerto; el paradigma, el faro que lo conducirá seguro al objetivo”²⁴.

El cambio en toda organización es algo complejo de administrar, más aún en el Estado. Es por ello que el proceso desarrollado en el Ministerio de Relaciones Exteriores se ha convertido en un ejemplo a seguir por otras reparticiones públicas.

El trabajo realizado ha sido destacado por Estrategia Digital, presentando al nuevo sitio web del Ministerio²⁵ como caso de éxito. Este sitio web, junto al Portal Web de las Misiones de Chile en el Exterior y al desarrollo del Sistema de Atención Consular son el resultado del trabajo de un equipo multidisciplinario, al que se encomendó la

²⁴ Publicado por diversas fuentes en Internet

²⁵ <http://www.minrel.gov.cl>

tarea de actualizar la presencia en Internet de la institución dando respuesta a las necesidades de la organización y de los usuarios externos.

El paradigma del cambio (“el faro”), siempre fueron los usuarios finales, aquellos que requieren contar con información accesible y actualizada, y servicios oportunos. Esto permitió que en todo el proyecto participaran los expertos de negocio de la Cancillería, aquellos funcionarios que se relacionan directamente con los usuarios y que son en definitiva los que dan respuesta a sus requerimientos.

19.2 LO CORPORATIVO

En las primeras reuniones de trabajo del Directorio Web conformado en el Ministerio de Relaciones Exteriores se presentó la idea de transitar desde un modelo comunicacional de tipo corporativo a uno distinto, que diera cuenta de las necesidades de los usuarios internos y externos y de la diversidad de estos.

La comunicación corporativa se manifestaba de la forma más clásica, publicando en el sitio web del Ministerio la “misión”, la “visión” y la estructura de la institución, buscando establecer empatía con los usuarios.

La comunicación establecida a través del sitio web no contaba con una planificación que estableciera los temas a tratar; se carecía de dinamismo en la carga de contenidos; las noticias daban cuenta solamente de información generada para la aparición en medios de comunicación nacional de las máximas autoridades del Ministerio; no existía dirección u orientación clara; tampoco había la sinergia necesaria con las Direcciones ministeriales que permitiera contar con información actualizada de trámites y servicios.

En la etapa de benchmark, el análisis del anterior sitio web del Ministerial dejó en evidencia todas sus falencias, siendo el peor evaluado por el panel de expertos²⁶. Su

²⁶ Capítulo 11: Benchmark

mal diseño y funcionamiento perjudicaba la navegación y comprensión de los contenidos por parte de los usuarios.

No existía la necesaria interacción entre los distintos estamentos que componen el Ministerio: autoridades políticas, diplomáticos, profesionales y funcionarios, que permitiera comprender a los encargados del sitio web cuáles eran los objetivos y decisiones de la institución que debían ser tratados; los contenidos, la forma de estos y el lenguaje utilizado no eran los acordes al público objetivo.

El objetivo de contar con un medio de comunicación no estaba claro. Muchos de los contenidos pertenecían más a una intranet que a un sitio web público... Como se ha señalado, "una comunicación eficiente está basada en el establecimiento de un puente donde el emisor tenga detectado el objeto, el lenguaje y el contenido correcto, conociendo previamente quién es el perceptor y previendo cuál será su feedback (hacer las cosas correctas correctamente)"²⁷.

Si se considera que una comunicación corporativa eficiente está basada en dos aspectos fundamentales: la estructuración de una política de comunicación y la coordinación que integra toda la comunicación, en el caso del Ministerio esta no se cumplía.

En cuanto a la estructuración de una política de comunicación, esta carecía de estándares, no existía una política de comunicación definida para Internet y no estaba definida la proyección que se buscaba.

La coordinación para integrar toda la comunicación proyectada no existía o era de carácter parcial, no se había definido una estrategia comunicacional. Ni la necesidad de contar con indicadores que permitieran medir la efectividad de la comunicación que se establecía con los usuarios²⁸.

²⁷ Jorge Escobar Fernández, <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/comucorp.htm>

²⁸ Idem 24

19.3 EL DILEMA Y EL CONFLICTO

La necesidad de reformular la presencia del Ministerio (comunicación) en Internet había establecido un dilema: que se va a comunicar a los usuarios y como se realizará esta comunicación; correspondía entonces al Directorio Web pronunciarse y tomar una decisión a este respecto.

El dilema planteado dejó de manifiesto el conflicto: mantener una comunicación de tipo corporativa y distante con los usuarios, o establecer una nueva relación con estos y convertir la presencia en Internet del Ministerio en un instrumento de negocio, más allá de lo meramente comunicacional.

Los aspectos políticos involucrados no fueron menores, algunos países publican abiertamente sus visiones respecto de otros países, organizaciones, conflictos y situaciones en particular que pueden afectar a sus connacionales. En el caso de Chile, la visión se situó en “no colocar información que pudiese considerarse controversial”, lo que implicó que toda la información referente a la visión de Chile de otros países fuese retirada a los pocos días de lanzado el nuevo sitio web del Ministerio. Esta decisión política se mantuvo al momento del lanzamiento y mantenimiento del Portal Web de las Misiones de Chile en el Exterior.

En este escenario, el Directorio Web centro su discusión en los aspectos novedosos que ofrecía la Internet, las opciones que planteaban las nuevas tecnología y el impacto que estas podían producir en la relación Ministerio - Usuario.

La toma de decisión se realizó escuchando al Equipo Técnico y a los expertos de la empresa desarrolladora, los que entregaron el contexto tecnológico del trabajo (Web 2.0), presentaron los resultados de las distintas etapas de trabajo del proyecto y apoyaron al Directorio Web respondiendo a sus consultas técnicas y a las referidas a la aplicación de leyes y normativas vigentes que impactaban en el desarrollo.

Después de analizar las opciones, la solución al problema planteado se resolvió a favor de satisfacer las necesidades de los usuarios y hacia allá apunto el esfuerzo de

cambio: dar respuesta a las necesidades específicas de información para cada tipo de usuario y entregar información sobre los trámites y servicios que presta la institución.

19.4 DE LO CORPORATIVO A UN INSTRUMENTO DE NEGOCIO

Una vez definido el camino a seguir por parte del Directorio Web, se encomendó al Equipo Técnico el implementar la nueva política que implementaría el Ministerio en Internet, la construcción de sitios web que dieran respuestas concretas a los distintos tipos de usuarios, identificados claramente en la etapa de levantamiento²⁹.

El uso de Internet como un instrumento de negocio busca ofrecer a los usuarios una mayor transparencia en el tráfico de información y una interlocución equilibrada entre los distintos actores que intervienen en este proceso.

Se tiene el convencimiento que a través de la inclusión de todos los usuarios y de la publicación de información oportuna y transparente, esta será utilizada para mejorar la comunicación y el entendimiento del trabajo de la Cancillería y de los procesos involucrados en los trámites y servicios que esta ofrece.

¿Pero cuales son las diferencias reales entre un modelo y otro?. El modelo corporativo apela sólo a reflejar la estructura de la organización como forma de comunicación web que no se pregunta quienes son sus usuarios y que necesitan estos; es más propio de los primeros años de la Internet y de lo que hoy se define como una intranet, enfocado a usuarios internos.

La Internet entendida como modelo de negocio, busca entregar información útil a los distintos tipos de usuarios, y por esta vía establecer una relación con estos, que le permita dar cuenta de la actividad que desarrolla el Ministerio, los servicios que ofrece y como se accede a estos servicios.

²⁹ Ver Capítulo 14: Levantamiento de Usuarios

La implantación de un modelo de negocio permitió al Ministerio conocer las rutas virtuales recorridas por cualquier usuario, por ende su flujo de demandas de información, trámites y servicios. El uso de estas trazas (estadísticas) se ha convertido en una parte importante del instrumento de negocio, ya que facilita la tarea de fidelización de usuarios.

La arquitectura de la información definida en las etapas de Mapa de Contenidos, Card Sorting, Levantamiento de Usuarios, Wireframes y Maquetas permite que los usuarios cuenten con sitios web con una alta usabilidad y encontrabilidad, lo que ha facilitado el uso e interpretación de las estadísticas de navegación y el trabajo de mantenimiento e implementación de mejoras en el Portal Web.

La idea fuerza que apoyo la decisión de establecer un modelo de negocio en Internet, permitiendo explotar el potencial de esta red en cuanto al uso de tecnologías de la información y comunicaciones fue: equidad, efectividad y eficiencia.

La “equidad”, se refleja en que todo usuario tiene acceso a la información y los servicios que se ofrece. El disponer estos de forma transparente, de manera que puede ser encontrada y utilizada por todos permite lograr una mayor “efectividad”, del mismo modo, la arquitectura de la información aplicada al sistema permitió lograr resultados de eficiencia en el Portal Web.

19.5 SÍNTESIS

El Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile hizo el tránsito de la comunicación de tipo corporativa a establecer una relación de colaboración con sus usuarios, este tránsito ha permitido definir cuales son los usuarios, que buscan o requieren, cual es la información que el Ministerio debe publicar y que lenguaje debe utilizar. Además, cuales son los trámites y servicios que ofrece y cuales son los requisitos que los usuarios deben cumplir para acceder a ellos.

Pero, ¿qué se gana con esto? Primero que nada, contar con un estrategia clara de relación con los usuarios a través de Internet. Mejorar la atención, entregando información oportuna de fácil acceso y entendimiento. Transparentar los procedimientos y requerimientos de trámites y servicios; en resumen, mejorar la relación con los usuarios y dar respuesta a las necesidades y requerimientos de estos:

- a. Completa información del Ministerio, sus embajadas, consulados y misiones multilaterales.
- b. Evitar que el usuario se pierda en los laberintos de la burocracia: requerimientos claros, precisos y entendibles (a cualquier persona), necesarios para realizar trámites y acceder a servicios.
- c. Ahorrar llamados telefónicos solicitando información y/o viajes innecesario con largas esperas antes de ser atendido. La necesidad de solicitar una cita previa a los usuarios, es una medida que ayuda a mejorar los niveles de atención, esta puede solicitarse a través del sitio web.
- d. Hacer partícipes a los usuarios en su propia atención: formulario de contacto para resolver consultas.
- e. Datos de contacto: dirección, teléfono, fax, email, mapa de acceso e indicaciones que ayuden a tomar contacto o desplazarse hasta la oficina de atención, etc.

Finalmente, lo que se busca es contar con una red de sitios web (portal) que ayude a quien lo requiera, a acceder a la información necesaria y a los requisitos exigidos para realizar un trámite o acceder a un servicio y por esta vía satisfacer sus requerimientos.

20.1 CONCLUSIONES FINALES

El propósito general de este trabajo fue evaluar la facilidad, eficiencia y satisfacción de los procesos en el Portal Web de las Misiones de Chile en el Exterior. Primeramente se realizaron estudios de benchmarking, de manera que esto permitiera sumar experiencias y conocimientos al desarrollo. Sumado a esto, implícitamente el objetivo es la evaluación de aspectos de Usabilidad, Accesibilidad, Arquitectura de Información y Diseño.

Pese a que los sitios web de las embajadas de Suecia y Holanda fueron las mejores evaluadas, es posible destacar variados elementos positivos en todos los sitios que pueden ser de gran utilidad para el nuevo diseño.

Atributos diferenciadores, fuerza comunicacional:

1. Según el análisis, se considera un elemento sumamente importante el provecho que se le saca al sitio a través (principalmente) de su página de inicio; relacionado con recursos, generalmente imágenes, muy potentes y cargadas de atributos emocionales que intentan generar identificación a través de la utilización de estos elementos con el objetivo de mantener un contexto que se relacione con un país determinado.
2. La forma de exponer los contenidos, se hace mucho más atractiva con elementos visuales relacionados a la información expuesta, que permiten a los usuarios entrelazarse con los contenidos sin necesariamente leerlo completamente.
3. Se destaca también las páginas de inicio con claras invitaciones a la navegación, mediante mensajes influyentes, gráficas o llamados de información que sea relevante para los usuarios.

Disponibilidad de la información:

1. En este criterio se debe enfatizar la importancia de las estructuras de contenidos sólidas y congruentes a través de las páginas, que permitan una eficaz aprehensión del funcionamiento del sitio.

2. En el análisis vimos bastantes acercamientos, algunos de muy buenas intenciones, pero que no lograban a cabalidad el objetivo de una navegación intuitiva o que fallaban principalmente en la jerarquización de la información.
3. Es importante que la organización de contenidos privilegie un menú orientado a compartir la información que es relevante para sus usuarios, por ello, hay que priorizar información y contenidos para ese público. Lo primordial es dar acceso según la jerarquía de información pensando en los usuarios.
4. En cuanto al etiquetado y el lenguaje, se observó que no siempre se utiliza el lenguaje para lograr empatía. Sin embargo, es necesaria una estrategia que vaya orientada a manifestar un mensaje con mayor precisión. Mensajes que vayan orientados tanto a los objetivos comunicacionales de la institución como a los requerimientos de los usuarios, obviando términos técnicos y redundantes.

Diseño visual coherente:

1. Es necesario diseñar un sitio coherente tanto en su totalidad como en sus elementos específicos, que permita crear una experiencia de uso satisfactoria e integrada.
2. Con una diagramación intuitiva, lógica y natural, los usuarios sólo tendrán que averiguar cómo funciona el sistema una sola vez. Resulta sumamente confuso navegar a través de estructuras ambiguas e imprecisas, lo cual se traduce en usuarios descontentos y frustrados, lo que perjudica directamente el éxito y tráfico del sitio.
3. El seguir las convenciones en el diseño Web, permite que los usuarios tengan un recorrido fácil e intuitivo por las páginas, sabiendo qué esperar sin realizar una navegación ensayo-error. Claro ejemplo de esto fue la Embajada de Noruega que destaca por tener un sitio que fomenta la integración y uniformidad de sus estructuras, lo que facilita la navegación y promueve la encontrabilidad de la información.

Poder del usuario

1. La alta usabilidad de las páginas favorece el cumplimiento de las tareas de los usuarios dentro del sitio; una navegación rápida y fluida a través de sus páginas permite que los usuarios encuentren la información que buscan sin

problemas ni distracciones. Nada se consigue entonces, con tener un diseño muy atractivo, si nuestro público objetivo no encuentra la forma de usar el sitio o los contenidos, o si no existe un lenguaje Web orientado a ellos, que evite textos largos y complejos, y que logre empatía con los visitantes.

2. Muchos de los sitios que fueron analizadas no cumplen con la función principal de mostrarnos en todas las páginas: ¿qué sitio es? (identidad corporativa), ¿en qué página estoy? (títulos contundentes), ¿Cuáles son las principales secciones del sitio?, ¿qué opciones tengo? y ¿dónde estoy en el esquema de las cosas? (breadcrumbs, pestañas activas, etc.); por lo que es sumamente esencial que exista un conjunto de señales que permitan a los usuarios dar referencia y contexto, además de guiarlos en el eficaz cumplimiento de sus objetivos, a través de jerarquías de información y navegación claras y coherentes a través de las páginas.
3. En general, todos los sitios favorecen una navegación congruente en los primeros dos niveles de contenido, no obstante, en información más profunda, eran generalmente débiles; a excepción de la embajada de Noruega que tiene resuelto mediante títulos contundentes y un menú de navegación (sidebar) que muestra todas las opciones recorridas y la actualmente visitada.

El seguir las normas de accesibilidad no sólo permite estar al día en el cumplimiento del decreto (DS 100) que rige las comunicaciones Web en el Estado, sino que además tiene directas implicancias en aspectos relacionados con:

1. El acceso de todos los usuarios, sin importar las limitaciones físicas propias para la interacción ni las derivadas de su contexto de uso. (Diseño para cualquier plataforma, navegador o usuario con limitaciones físicas).
2. La mejor indexación del sitio en los motores de búsqueda como Google, lo cual aumentará el tráfico de las misiones debido a su mayor encontrabilidad.
3. Liderar en un fundamental tema que hoy está rigiendo Internet, y que muy pocas organizaciones privadas o gubernamentales están considerando como norma.

4. Mostrar una imagen pública (tanto en Chile como en el extranjero) moderna y adecuada a los diversos tipos de público que visitan las misiones.

El levantamiento de usuarios permitió comprobar lo que en general se entendía como el grupo de chilenos que vive en el exterior y que serían los destinatarios principales de este proyecto, junto a los extranjeros interesados en Chile (viajes, negocios, etc.) y las empresas chilenas y extranjeras que requieren de productos y servicios específicos.

Los principales aspectos logrados tienen relación con el cumplimiento que se dio a las necesidades relevadas en el levantamiento de usuarios. Este permitió modelar la respuesta a cada grupo de usuarios – chilenos y extranjeros- la que se vio reflejada en la separación de los contenidos de acuerdo al perfilamiento de cada misión de Chile en el exterior.

De acuerdo a lo anterior, las Embajadas dan respuesta a las necesidades de información respecto de los temas políticos, comerciales, tecnológicos y militares entre otros. Los Consulados, que son los encargados de la relación directa con los ciudadanos, dan respuesta a las necesidades de trámites y servicios consulares (pasaporte, permisos de viaje, etc.). Por su parte, las Misiones Multilaterales entregan la información respecto de la relación con los Organismos Multilaterales internacionales, respecto de los temas que tratan, agendas de trabajo y las oportunidades de trabajo en estas organizaciones.

Solamente aquellos países con un alto desarrollo en sistemas de información y comunicación con sus ciudadanos cuentan con plataformas como la desarrollada por la Cancillería chilena, lo que sitúa a Chile como uno de los líderes mundiales en información y transparencia de sus servicios.

Unos de los hitos del desarrollo del Portal Web de las Misiones de Chile en el Exterior fue definir metas estratégicas como buscar la eficiencia en la difusión de sus actividades, mejorar los mecanismos de comunicación con sus usuarios, estandarizar el formato de esa comunicación, ofrecer servicios de calidad y reorganizar las solicitudes de información; lo que finalmente se alineaba con el objetivo del gobierno,

en cuanto a dotar al Estado de un enfoque de servicio hacia la ciudadanía, más allá de las fronteras de Chile.

Algunas de las Misiones de Chile en el Exterior contaban con sus propios sitios web, en su mayoría muy mal desarrollados y que no contaban con información actualizada. El Portal Web vino a remediar esta situación, homogeneizando el contenido, centralizando todo en una única plataforma bajo estándares internacionales.

Respecto de los contenidos, el proyecto logró congeniar los contenidos universales de las misiones con sus contenidos locales, principalmente debido a la flexibilidad en el desarrollo del sistema, que permitió agregar valor asociado como la hora local, noticias específicas de cada misión y noticias generales, integrar aplicaciones como Google Maps para mostrar las oficinas en el mundo, etc.

Claramente los objetivos generales fueron ampliamente logrados: difundir de manera eficiente actividades e hitos relevantes, mejorar la comunicación con los usuarios, estandarizar formatos y sistemas; y entregar servicios de calidad, con información oportuna.

El utilizar un enfoque metodológico que incorporara la “visión de negocio”, de gestión de información, de la interacción y del uso de tecnologías de información, permitió dotar al sistema de la robustez necesaria. En el sistema y sus bases de datos recae la gestión de la información, considerando que esta proviene de múltiples fuentes (sitio web de cada misión), y que esta información debe ser recepcionada, procesada, derivada y en caso de ser necesario respondida.

Al enfoque metodológico se le adiciono un componente que permitiera gestionar el conocimiento y la visión del cambio que significaba a la organización el contar con esta plataforma. A la visión integral de la organización y a los aspectos tecnológicos involucrados se sumo la administración del cambio, en cuanto al impacto en la organización, los procesos internos y las personas. A esto se agrego una componente para la transferencia de conocimiento y la gestión integral de un proyecto de largo plazo.

Los aspectos de seguridad fueron abordados desde todo punto de vista, llegando a la conclusión de que el sistema completo debía estar alojado (hosteado) en una empresa que ofreciera servicios de World Class, que asegurara el cumplimiento de normas internacionales de seguridad y de disponibilidad (TIA 942); esto se logró de manera óptima, ya que el sistema contó los primeros 4 años con disponibilidad superior al 98%, sin que se produjeran “hackeos”.

Finalmente, la implementación del Directorio Web en la Cancillería le entregó al proyecto la definición de estratégico al interior de la organización y del Estado. La configuración del Directorio Web, conformada por funcionarios de alto nivel, asesorados por los expertos de negocio y los técnicos aseguraron la calidad y continuidad del proyecto en el tiempo.

Página de inicio actual del Portal Web de las Misiones de Chile en el Exterior:

www.chileabroad.gov.cl

The screenshot shows the homepage of the Chile en el Exterior website. The header includes the logo of the Ministry of Foreign Affairs and the text "Chile en el Exterior" with a search bar. Below the header is a navigation menu with options like "INICIO", "ESTUDIE Y TRABAJE EN CHILE", "¿QUÉ HACER?", "SOBRE CHILE", and "TRÁMITES". The main content area features a large image of colorful houses on stilts in Castro, Isla de Chiloé, Chile. To the right of the image is a section titled "Probablemente necesite" with three bullet points: "Conocer sobre nuestras relaciones bilaterales, asuntos comerciales y más sobre Chile", "Encontrar información de como obtener visa, renovar su pasaporte y otros trámites", and "Conocer sobre nuestras representaciones en organismos internacionales". Below this are three columns for selecting an embassy, consulate, or mission, each with a dropdown menu. The footer contains logos for ProChile, esto es Chile.cl, the Ministry of Foreign Affairs, Chile Somos Todos, and a project financed by the European Union, along with contact information and accessibility links.

21. BIBLIOGRAFIA

1. Bibliografía: card sorting
2. Diseña como piensan los usuarios. Técnica de agrupación de tarjetas o Card Sorting.
3. Eduardo Manchón Hassan Montero, Y.; Martín Fernández, F.J.; Hassan Montero, D.; Martín Rodríguez, O. Arquitectura de la Información en los entornos virtuales de aprendizaje: Aplicación de la técnica de Card Sorting y análisis cuantitativo de los resultados. En: <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/index.html>
4. Referencias bibliográficas: wireframes
5. Mauricio Candamil Llano. Editor del portal web de la Universidad del Cauca. Diseñador web y arquitecto de información del proyecto de diseño del nuevo portal web de Unicauca.
6. Adrián Fernando Guevara. Monitor de contenidos web del portal web de Unicauca. Coordina el proceso de gestión, redacción y edición de información para el nuevo portal web de Unicauca.
7. Documentos de trabajo interno, informes y otros documentos de apoyo desarrollados por la Oficina de Ingeniería de Proyectos del Ministerio de Relaciones Exteriores, Ayerviernes (empresa desarrolladora) y la Dirección de Contenidos del Ministerio de Relaciones Exteriores.
8. Brown, Dan (2006). "Communicating Design: Developing Web Site Documentation for Design and Planning". New Riders Press.
9. Garret, Jesse James (2002) "The elements of user experience. User-centered design for the web". New Riders.
10. Rosenfeld, Louis y Morville, Peter (2006). "Information architecture for the World Wide Web". O'Reilly & Associates. Tercera edición.
11. Ronda León, Rodrigo; (2007). "La diagramación en la arquitectura de información. En: No Solo Usabilidad, nº 6, 2007. <nosolousabilidad.com>. ISSN 1886-8592.
12. Ronda León, Rodrigo; (2007). "Revisión de técnicas de arquitectura de información. En: No Solo Usabilidad, nº 6, 2007. <nosolousabilidad.com>. ISSN 1886-8592.
13. Wodtke, Christina (2002). "Information architecture: blueprints for the web". New Riders.

.....-.....