



¿Lloverá hoy? Pregúntaselo a tu móvil

**PUEDES HACERLO NO SÓLO EN ESTADOS UNIDOS SINO
EN 98.000 CIUDADES DE TODO EL MUNDO**



**Dácil
Hernández**

PRODUCT MANAGER
ESMERO
Grupo ALMA

La versión móvil del portal web del Canal del Tiempo de Estados Unidos (The Weather Channel) ha alcanzado un media de 6 millones de visitas mensuales, apenas un año después de su puesta en marcha.

Según un estudio de las Consultoras comScore y Telephia, Weather.mobi ha logrado, en poco tiempo, el mismo porcentaje de entradas de su web original, es decir, un 20-22 % de los accesos totales a Internet (tanto móvil como fijo).

The Weather Channel Mobile Web es, según un análisis de M:Metrics, el segundo portal web móvil más visitado de Estados Unidos.

Si bien el secreto de este éxito puede basarse en gran medida en la utilidad de los servicios que ofrece, éstos se han organizado de una forma tal que el usuario móvil encuentra rápidamente la información que requiere, sin perder tiempo en búsquedas ni complejos niveles de navegación.

Basada en una plataforma multidispositivo, weather.mobi ofrece entre otros muchos contenidos, información precisa sobre retrasos en vuelos, las condiciones meteorológicas (boletines cada hora), niveles de polen en el ambiente; situación de tráfico; y los datos básicos del tiempo. No sólo de Estados Unidos, sino de 98.000 ciudades en todo el mundo.

Sin embargo, esta información no sería realmente valiosa si no estuviese personalizada de acuerdo a la ubicación del usuario móvil. Y sí, este portal móvil lo hace, con lo cual facilita el acceso sin que se deba perder tiempo configurando nuestra localización exacta. Aunque, si se desea información de otra ciudad o región, no hay ningún problema en cambiar la ubicación.

Y por si fuera poco, desde principios de 2007 la versión móvil de The Weather Channel ofrece gran parte de sus contenidos en español, respondiendo a las necesidades de sus usuarios hispanoparlantes y aumentando su nivel de penetración. Basta configurarlo en el apartado de preferencias y dejarlo por defecto para próximos accesos.

Este exitoso caso de movilización web parece dejar claros algunos requisitos fundamentales para 'triunfar' en Internet móvil: por un lado, que la información se ajuste a los requerimientos técnicos de los



diferentes dispositivos -plataforma multidispositivo-; y por otro, organizar los contenidos priorizando las necesidades propias de un usuario móvil.

Y todo lo anterior, con un añadido más: la personalización automática de los contenidos en función de la localización del usuario.

Tal vez este es un ejemplo que pueda servir de base para iniciar cualquier proceso de movilización. O un ejemplo de contenidos que, movilizadas, resultan tanto o más útiles que consultados desde un PC. Éste podría ser el caso del Instituto Nacional de Meteorología o la Dirección General de Tráfico de España, sólo por citar algunos. Quién sabe. ♦