

# El reto de despertar la atención

**CIBERNÉTICA  
PARA TU  
NEGOCIO**



**Rafael Matos**

ccrafael@gmail.com

Es una tarea compleja. Me refiero a la estrategia de captar la atención inequívoca de los que visitan nuestras páginas digitales.

Sin embargo, la cibernética ayuda a simplificar el desafío si se tienen las herramientas adecuadas. En el intento hay que también tirar en la refriega por viejos trucos que usan los magos para lograr la atención fiel del auditorio.

Veamos. La primer táctica es conocer bien los parámetros de déficit de atención de los seres humanos. Somos despistados por naturaleza y distraídos por hábito. Esto último a fuerza de tanta distracción y el ajetreo de la vida moderna.

Por tanto, retener el interés de un internauta por largo rato frente a una pantalla de computadora resulta en una soberana ordalía. Las estadísticas lo confirman en términos de bits y bytes. El bit es la unidad digital básica de data usado en el lenguaje de la Internet.

El cerebro humano tiene la capacidad de procesar 115 bits de data cada segundo. Se necesita una ristra de 720 bits para hacer una línea de texto. Una página llena de texto está hecha de 32,000 de esas partículas de data. Y si mezclas colores, visuales y sonidos en el mensaje, ni hablar sobre la cantidad de data que necesita procesar la mente.

Mirado desde otro ángulo, cuando conversamos, los humanos sólo podemos procesar 65 bits de sonido cada segundo. Esto explica claramente que a pesar de todos nuestros esfuerzos, es imposible mantener dos conversaciones a la misma vez.

Vamos a imaginarnos que en Puerto Rico somos superdotados, y que podemos procesar 300 unidades de data cada segundo. Sin embargo, a pesar de esta capacidad, al examinar una página de negocios en la Web, sólo podríamos entender media línea de texto cada segundo. No es mucho. Lo peor, es que si el contenido no atrae de inmediato, el déficit de atención se acelera.

En términos de internautas, los



niños son los más impacientes. Si en 15 a 30 segundos de entrar a una página digital no hallan algo interesante, se van. Los jóvenes adultos duran 60 segundos, o quizás hasta un minuto adicional, pero rara vez mucho más. Las personas maduras —en particular los varones— son más largometraje, al invertir la friolera de tres a cuatro minutos en examinar una página digital.

Por lo que vemos, la atención en la Web es como una bandita elástica. No estira al infinito; ni siquiera lo suficiente.

¿Qué hacer? Es simple. Ubique en sus páginas contenidos realmente relevantes al propósito de su portal. Igual que los magos, evite colgar adornos innecesarios alrededor de su mensaje central que distraigan o desvíen la atención de su público.

En términos de manejo de contenidos Web, esto implica quitar del medio vaguedades, fotos insulsas, videos irrelevantes y, sobre todo, sonidos que aturden la atención. Obligar al visitante a discernir entre muchos bit y bytes innecesarios en una página aumenta las posibilidades de que se mude a otro lugar

de la Web.

Si el portal de su negocio es para promover identidad de marca, concentre su mensaje de texto y visual en ese menester. Si es para vender un producto o servicio, ponga textos y gráficas que magnifiquen esa intención y la simplifican.

El truco, por usar lenguaje de la magia, es identificar un tema central para su portal, una intención o meta principal para su página inicial ("homepage") y haga que todo gire alrededor de ese fin.

Los estudios técnicos indican que el 90% de las personas que visitan las páginas Web escanean las primeras diez líneas de una pantalla. Los periodistas sabemos esto muy bien y usamos la estructura de la pirámide invertida para colocar al tope los datos claves de la noticia.

¿Cuál sería el mensaje clave? No el que le conviene a su empresa para promoverse, sino el que el visitante considera le ayudó a solucionar un problema. O, uno que de inmediato le ayudó a entender la situación que lo llevó de inicio a su portal.

Ahí es que está la magia.



Los nuevos locales siguen la línea del diseño moderno que ha venido construyéndose desde el 2010 como parte de la imagen de la marca.

## McDonald's se expande

●●● Abre restaurantes en Carolina, Ponce y Hatillo, y crea 240 nuevos empleos

**Por Yalixa Rivera Cruz**

yrivera@elnuevodia.com

Arcos Dorados, empresa que opera la marca McDonald's en Puerto Rico, América Latina y el Caribe, anunció la apertura de tres nuevos restaurantes en la Isla.

Luis Raganato, director regional de Arcos Dorados para la región del Caribe, informó que estas nuevas aperturas generarán unos 240 nuevos empleados para un total de 4,290 empleos directos.

La empresa no detalló la cantidad de la inversión requerida para la apertura de los nuevos locales en Los Colobos en Carolina, Coto Laurel en Ponce y Cabrera en Hatillo.

"Con estas aperturas de McDonald's consolidamos nuestra presencia en Puerto Rico, a la vez que reafirmamos nuestro compromiso como empresa al apoyar el desarrollo económico de la Isla", dijo Raganato.

Por su parte, Francisco Chévere, director ejecutivo de la Compañía de Comercio y Exportación, dijo que la creación de empleos es "la herramienta principal de esta administración para reactivar la economía de la Isla a corto plazo. Con este fin, hemos desarrollado las iniciativas necesarias para que empresas como Arcos Dorados continúen contribuyendo al desarrollo económico de nuestro país".

Raganato comentó que Arcos Dorados es uno de los mayores em-

pleadores de América Latina y una opción destacada para los jóvenes en su primer empleo. "Ese es precisamente, nuestro mayor aporte a todos los países de América Latina y el Caribe en los que operamos: gente capacitada, entrenada, responsable y productiva, que incida de manera directa y sea protagonista en el crecimiento de su país", añadió Raganato.

El ejecutivo hizo el anuncio durante la Actividad de apertura del restaurante McDonald's en Los Colobos en Carolina, el sexto restaurante de la franquicia en este municipio.

Los nuevos restaurantes siguen la línea del diseño moderno que ha venido construyéndose como parte de la imagen de la marca desde el 2010. Los nuevos restaurantes cuentan con un área de juego para niños PlayPlace con aire acondicionado. A principios de año, Arcos Dorados inauguró el McDonald's de Plaza Guaynabo, siendo el primer y único restaurante ecológico de la cadena en Puerto Rico y el Caribe. Cuenta con tecnologías y prácticas renovables que se estiman reducirán el consumo de agua en un 20% y el de energía entre un 8% a 10%.

La semana pasada la empresa anunció que pagó el bono de Navidad a todos sus empleados que trabajaron 700 horas o más durante el periodo del 1 de octubre del 2012 al 30 de septiembre de 2013.