

Sobre experiencia de uso en equipos de autoservicio:

¡Larga vida a los cajeros!

Malisa Gutiérrez, Santiago de Chile

El pasado 29 de junio los cajeros automáticos -conocidos en la jerga bancaria como **ATM's**- estuvieron de cumpleaños. Un aniversario como para celebrar considerando sus 40 años de vida. Con motivo de la fecha, se difundieron en la prensa estudios relacionados con su uso, así como polémicas hipótesis respecto de su devenir.

Un noticiero chileno hablaba que en su momento se pensó en la eventual desaparición de estas “cajas de dinero”. Esto, debido al extendido uso del **dinero plástico**, el cual reemplazaría al **efectivo**. Según explicaban en la nota televisiva, esta teoría quedó desechada, pues si bien la tendencia actual apunta hacia un mayor pago con tarjetas (crédito, débito, comercios, etc), hoy por hoy los cajeros trascienden el mero rol de dispensador de dinero. Por el contrario, los cajeros del futuro reemplazarán a la caja tradicional.

En el último tiempo, he tenido la suerte y el desafío de trabajar en tres proyectos relacionados con **equipos de autoservicio** de tipo transaccional. Dos de ellos referidos a **ATM's** y el tercero a dos equipos de autoatención que posee BancoEstado (banco estatal de Chile).

El conocimiento de estos últimos me permitió ampliar la limitada idea que tenía de los cajeros hacia el concepto de equipos de autoatención. Al hacerlo, cambió también mi visión respecto de la **experiencia de uso** que éstos ofrecen y el rol que cumplen cuando se orientan a los servicios.

En el marco de los proyectos mencionados, lideré un interesante benchmark con cajeros de 15 bancos distintos presentes en cinco países: Argentina, Brasil, España, Suecia y Reino Unido.

Aunque los ATM's de algunos de los bancos extranjeros no distaban mucho de la propuesta de los cajeros nacionales, las lecciones y aprendizajes de unos pocos sí nos replantean la vocación y función hacia la cual pueden migrar los equipos chilenos.

Por deformación profesional, en mi reciente viaje a España e Italia, inevitablemente tuve una mirada heurística hacia los ATM's con los que operé. Al hacerlo de forma real, aterricé muchas de las ideas que tenía.

¡No me hagas dudar!

El libro de Steve Krug, *Don't make me think!* sobre usabilidad en entornos Web, nos llama a hacer de la usabilidad y la arquitectura de información "transparente", en el sentido de que los sitios Web sean tan intuitivos y fáciles de usar, que no obliguen al usuario a pensar.

La relación de uso que se establece con los cajeros automáticos difiere mucho respecto de la Web en cuanto a tiempo, forma de enfrentarnos al equipo y motivos. No es lo mismo contar con un par de minutos para operar, teniendo a otras personas esperando en una fila, haciéndolo de pie y con el mero objetivo de sacar

un saldo; que disponer de más tiempo, enfrentarnos a nuestro notebook, con el fin de conocer el detalle de nuestro extracto o cartola de cuenta corriente.

Las circunstancias particulares que llevan a cada usuario a hacer uso del cajero deben ser consideradas. El uso que le da un turista, no es el mismo que le da un ciudadano, ni el de un inmigrante. Todas ellas eso sí tienen un **denominador común**, y es que la **interfaz** no puede conducirnos a la duda.

Cuántas veces nos hemos quedado dubitativos respecto de acciones ejecutadas. ¿O por qué me mostró la opción de línea de crédito cuando no tengo ese producto? ¿O cómo hago para volver al menú principal sin tener que apretar la tecla cancelar y abortar toda la operación?

El gran reto de los cajeros es hacer que la experiencia no plantee dudas al usuario y por lo tanto no conduzca a error. Por el contrario, la propuesta de uso debe ser tan clara y directa que las personas podamos sentir familiaridad con el lenguaje usado, consistencia con la secuencia para ejecutar acciones y seguridad ante el término de las operaciones.

A continuación, en la tabla nº 1, una breve comparativa de la experiencia de uso de cajeros versus Web.

Web	Cajeros
Relación de uso uno a uno	Relación de uso uno a uno
Sentado	De pie
En la comodidad de nuestra casa o trabajo	En un entorno especial
No es necesario validarse para navegar	Siempre es necesario un medio de acceso (tarjeta), clave o N° de cuenta para iniciar una sesión
El tiempo de navegación no tiene límite, salvo áreas transaccionales	El tiempo de navegación siempre está acotado a un determinado periodo de tiempo
El flujo de la navegación depende del usuario	El flujo de navegación depende del usuario
Hipervinculación ilimitada	Hipervinculación acotada: donde el árbol de opciones es rígido
Time out	Time out
El time out se percibe como una razón de seguridad	El time out se percibe como una presión a la rapidez, que obligue a re-ingresar el medio de acceso
Se conecta sólo con espacios virtuales	Algunos cajeros están conectados con el entorno físico, concebidos así desde su modelo de negocios

Tabla 1. Comparación entre la experiencia de uso de cajeros versus Web,

Ergonomía, piensa en lo básico

Aunque parezca insólito, por ser un factor básico fundamental para operar con cajeros, la ergonomía es aún una materia pendiente en algunos equipos.

La **altura** de algunos ATM's ubicados en la vía pública en calles españolas e italianas llamaron mi atención. La altura del dispositivo es más baja en relación con la estatura promedio de los usuarios. Es frecuente ver personas “agachadas” (encogidas) intentando manipular el cajero.

A nivel europeo no existe una norma legal relacionada con interfaces de uso para ATMs; sí existen directrices ergonómicas, centradas principalmente en accesibilidad para discapacitados, ámbito en el cual el Reino Unido lleva la delantera. A nivel mundial, tan sólo en Estados Unidos las consideraciones ergonómicas son materia de ley. En Australia, la asociación de bancos de este país es el que vela por el buen cumplimiento de aspectos como el “site” (lugar donde se disponen los cajeros), accesos, iluminación, señalética, teclado braile, rotulación y etiquetado y mesas de apoyo, entre otros.

El punto es relevante considerando que un detalle ergonómico como la altura puede empobrecer en extremo la experiencia de uso, generando un estrés innecesario en las personas, quienes claramente deben hacer un esfuerzo para leer la pantalla.

A este estrés se suma el **reflejo de luz sobre la pantalla**. Más de una vez observé cómo las personas ponían sus manos sobre el equipo para intentar leer lo que aparecía en pantalla. No se trataba de personas mayores ni discapacitadas, con lo cual esta dificultad nos afecta a todos los usuarios por igual. La falta de **visores** que impidan ver reflejos parece tan elemental, y sin embargo, los directivos de los bancos y/o cadenas de cajeros no han sabido comprender el alcance de este factor de desventaja.

Multilingües ¿la gran ventaja?

Al estar de turistas en un país del cual no manejamos su lengua, una variable que puede transformarse en ventaja o desventaja según el caso, es el idioma. Me pasó que estando en Florencia operé con un cajero automático de la Banca Toscana cuyo menú principal sólo me ofrecía 6 **idiomas** y dentro de ellos no estaba el castellano. Como mi segunda lengua es el francés, operé en este idioma; sin embargo, me cuestiono qué pasa entonces con un español que sólo entiende castellano. Más me llama la atención que estando en Italia no se consideraran como mínimo las lenguas que se manejan en la Unión Europea.

Pero cuando me pongo a pensar en la situación de un coreano, definitivamente la respuesta está en el inglés, entendido como lengua universal. Desde este punto de vista soy una convencida de que la opción “Foreign/ Extranjeros” debe contar con un menú único y consistente en todos los cajeros del mundo.

¿Hacia el menú universal?

Si dominamos el idioma propuesto, seguimos en teoría con facilidad las instrucciones del cajero. Sin embargo, esta premisa que asumo –insisto– “en teoría”, no considera las circunstancias que viven las personas ni la relación de uso del ATM.

En contraste con la **multiplicidad idiomática**, las funcionalidades y menús de los cajeros con los que interactué en mi viaje, se escapan de la lógica globalizada que tienen hoy por hoy la mayoría de los equipos tecnológicos. La **experiencia** que plantean los cajeros parece pensada desde una óptica local sin reparar que estos equipos serán utilizados por usuarios de otros lugares, y de forma extensiva por extranjeros pensando sobre todo en ciudades turísticas por naturaleza, como son Madrid y Roma, por ejemplo.

Cuando estamos de vacaciones, o incluso en viaje de negocios, un menú de opciones que no reconocemos

y del cual no podemos resolver nuestros requerimientos, sólo consigue estresarnos, generar desconfianza, crear sensación de inseguridad, y por lo tanto, deseos de no repetir la experiencia.

Así como propongo unificar las opciones del menú para Extranjeros no propongo se haga lo mismo para el menú principal, pues cada red de cajero tiene que cumplir con requerimientos y necesidades variopintas entre sí.

De lo que sí soy partidaria es la de la **estandarización**. La Web ha logrado extender reglas de uso y de navegación precisamente a punta de consistencia y estándares. En el uso de links, íconos e incluso colores, logramos facilitarle al usuario el reconocimiento de contenidos y funcionalidades justamente gracias a esta estandarización.

Desde el susurro al grito, ¿cómo me relaciono con el usuario?

Hoy por hoy el parque de ATM's es diverso. Tenemos equipos vetustos, que parecen salidos de un museo de antigüedades, hasta otros modernos, estilo nave espacial con pantalla táctil y sonido. Este panorama nos permite recoger la experiencia sobre cómo se establece la relación de uso, cómo se genera diálogo y cómo se interpela a la persona que está de frente.

Mientras el Banco Francés de Argentina plantea sentencias donde no hay más salida que un "Sí" o un "No", tenemos una interfaz más moderna, interactiva y que habla a los usuarios, como la de los cajeros de La Caixa o la Caja Navarra en España.

En este último caso, la lógica de relación se basa en preguntas, donde el **diseño de información** incluso está al servicio del diálogo que se pretende generar. La lógica de uso se sostiene entonces entre la pregunta que genera el cajero y la respuesta que da el usuario. Con un lenguaje cercano, la interfaz logra resolver el objetivo que se proponen las personas de una manera eficaz y satisfactoria.



Lo que hay de fondo entonces es cómo la red de bancos que existe detrás de los cajeros aspira a tratar a sus clientes. ¿De qué manera los llama? ¿De “tú” o de “usted”? ¿Personaliza las funcionalidades? ¿O la muestra todas porque hacerlo implica más desarrollo del software que hay detrás? ¿Está conciente de las potenciales oportunidades que ese cliente le puede reportar? ¿O sólo se limita a lo establecido por esa red de bancos sin tomar la posibilidad de generar nuevos negocios?

No sólo de dinero vive el ATM

En varios cajeros europeos y norteamericanos, la mera función de dispensador de dinero quedó superada. A los servicios transaccionales se les sumó el pago de servicios públicos y privados como el pago de la luz, el dividendo de la casa, la compra de entradas al cine, la opción de tomar un crédito de consumo, o el pago de la colegiatura de los hijos.

La posibilidad de transar nuestro dinero con servicios disponibles e incluso operar entre cuentas de terceros de otros bancos es una realidad en cajeros como los de La Caixa, de España, e Itaú, de Brasil.

Incluso en Chile, el Banco Santander Santiago está ofreciendo la posibilidad de hacer retiros en cajeros a partir de pagos que otras personas nos hayan hecho. El sistema permite efectuar giros por concepto de depósitos de terceras personas, servicio que tiene un costo cercano a los tres dólares por cada transacción

y que veremos próximamente cómo funciona y cómo compete con el servicio de giro de dinero tipo courier.

La oferta de créditos en línea y la opción de tomarlos en el momento (aunque después se concluya la transacción en “vivo y en directo” con un ejecutivo de carne y hueso), es otra de las apuestas que está haciendo la banca en Chile.

¡Enhorabuena por las ofertas que se hacen!, aun cuando sean tímidas. Creo que todas van en beneficio final de la comodidad de los usuarios.

En la era del iphone, cuya venta se lanzó en julio de 2007, y considerando los **40 años de vida** y recorrido que ya tienen los cajeros, apremia que estos equipos den un **salto cualitativo** que impacte en los servicios y en su experiencia de uso.

Así como las presencias de los bancos en Internet resuelven en línea una serie de servicios a sus clientes, es hora que el cajero automático también logre satisfacer dudas y necesidades de quienes lo usan. Junto con medidas de estandarización universal, la ampliación y diversidad de los servicios permitirá convertir estas máquinas en una opción válida, fácil e intuitiva para operar con el mundo a través del banco.



Malisa Gutiérrez es Directora de la oficina de Multiplica en Santiago de Chile, consultora especializada en estrategia digital, Arquitectura de Información y Persuasibilidad. Magíster en Comunicación Audiovisual, Periodista de profesión y Licenciada en Comunicación Social. Es coautora del libro “¿Hacia la herramienta educativa universal? Enseñar y Aprender en Tiempos de Internet”, editorial Ciccus-La Crujía, 2000. Modera la lista de Cadius, lidera en Chile la comunidad de Arquitectos de Información y publica artículos en su sitio personal: www.malisa.cl.



Tea Time - Elise Miley