



Diseño UX

Profesora: Claudia Gutiérrez H.

Julio 2024



Clase 2: Técnicas de investigación de usuarios

- Metodologías cualitativas y cuantitativas
- Analítica Web
- Encuestas
- Entrevistas estructuradas y semi estructuradas
- Modelos Mentales

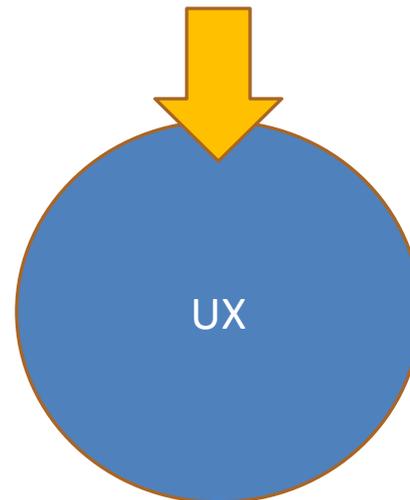


El UX es inferencia



Estadística Inferencial: Sacar conclusiones sobre una población SOLO de una muestra:

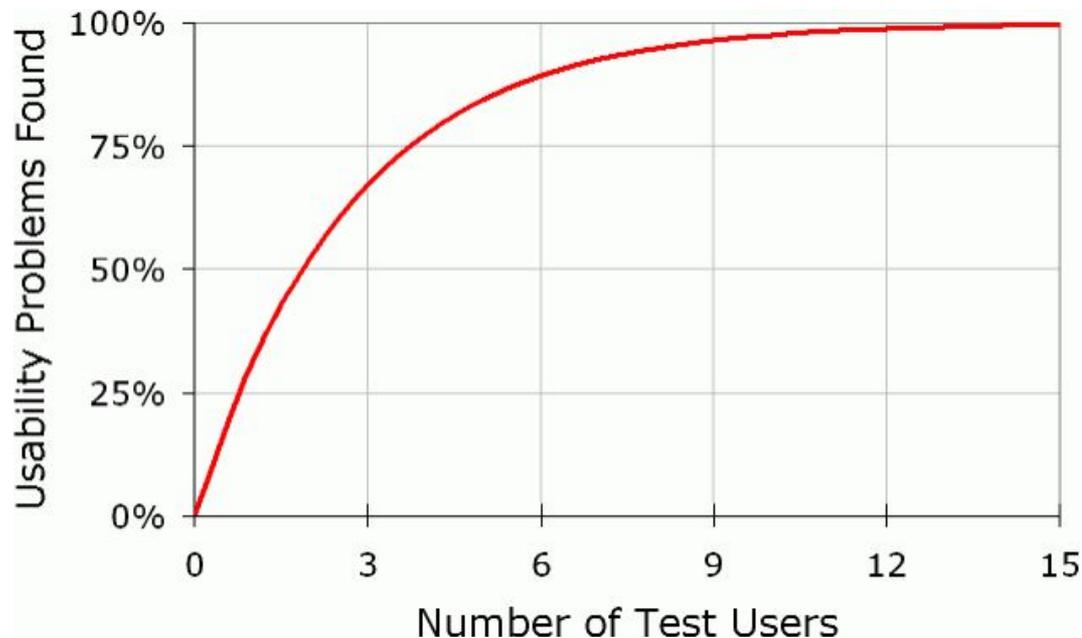
HACE ESTIMACIONES Y
PLANTEA HIPOTESIS





¿Por qué medimos los usuarios?

Jakob Nielsen señala que la muestra basta con 5 sujetos (la **curva** presenta un bajo grado de desviación si es que se amplía)





¿Por qué son importantes?



**Son la base del
diseño**



**Permiten
parametrizar la
evaluación**



**Se pueden
cuantificar**

Los usuarios están en constante proceso de iteración



Estudio de usuarios

Dos tipos de métodos de evaluación:

- **Cualitativos**

Basados en la evaluación de sistemas interactivos y/o sus potenciales interacciones. Se analiza el sistema o se analiza la interacción con el sistema.

- Ej: evaluación heurística, tests de usuarios por tareas, observación participante, focus group, etc.



Estudio de usuarios

Dos tipos de métodos de evaluación:

- **Empíricos o Cuantitativos**

Basados en data medible (analítica web, análisis de logs, etc.) sobre las acciones de los usuarios en una interfaz (clicks, mouse over, navegación, etc.)



Estudios de usuarios

POR
QUÉ
se usa

Cualitativos

QUÉ
se usa

Cuantitativos



Estudios de usuarios

POR
QUÉ
se usa

Cualitativos

QUÉ
se usa

Cuantitativos



Actitud



Comportamiento

Métricas de Comportamiento



Busca entender lo que la gente hace y cómo están usando los productos

•Las principales métricas de comportamiento son:

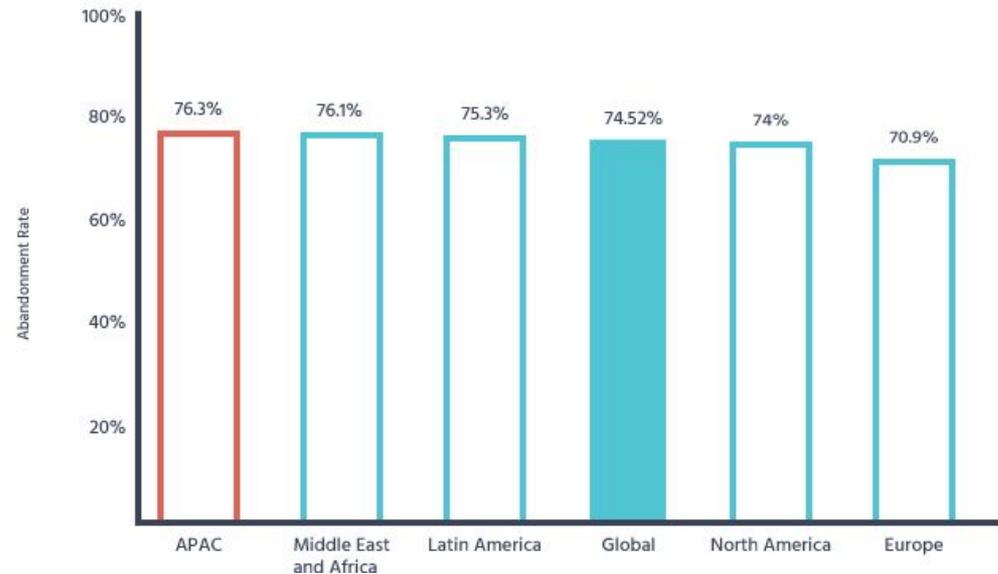
1. Abandono
2. Conversión
3. Pageviews o páginas vistas
4. Éxito en la completitud de tareas
5. Tiempo de ejecución de tareas



Abandono

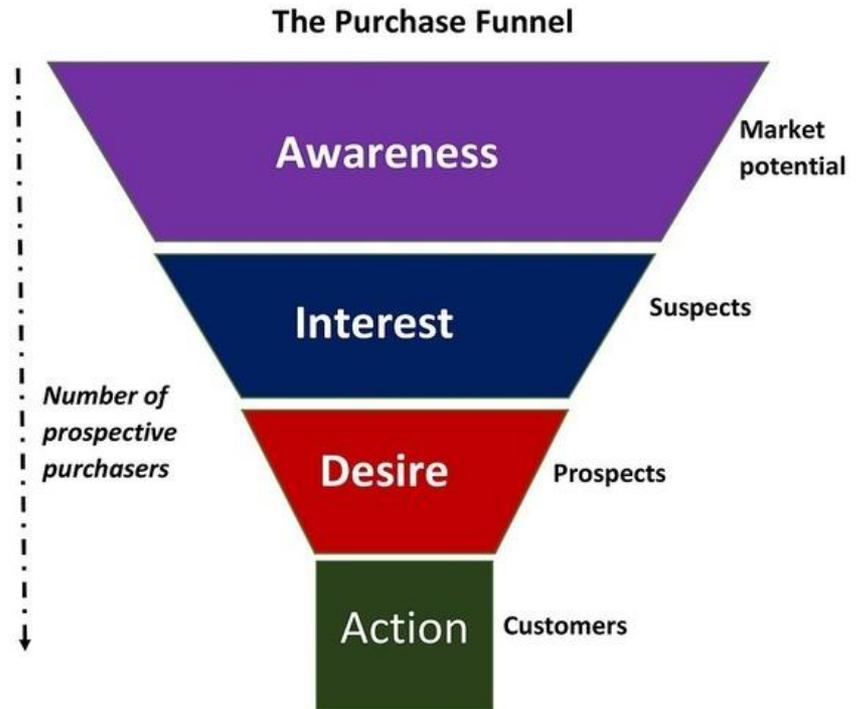
- Implica el abandono de una web, página, app o servicio.

- Se calcula en base al total de acciones iniciadas vs el total de acciones finalizadas



2. Conversión

- Según Nielsen, “la conversión mide qué pasa cuando la gente está en tu sitio. Está fuertemente impactada por el diseño y es un parámetro clave para ver si tu estrategia de experiencia funciona”





3. Pageviews o Páginas

- Es la instancia de una página cargada (o recargada) en un browser.
- Se calcula por el total de páginas vistas por un usuario en una sesión determinada.





4. Éxito de Tareas

- Es la capacidad de un usuario de terminar una determinada tarea con éxito.
- Se mide en porcentaje.

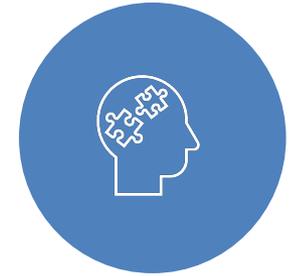


5. Tiempo de Tareas

- Es el número absoluto de tiempo que un usuario demora en terminar una determinada tarea.



Métricas Actitudinales



- Miden lo que los usuarios sienten y dicen sentir antes, durante o después de usar un producto o servicio.
- Las principales métricas actitudinales son:
 1. Lealtad: SUS / NPS
 2. Usabilidad: Facilidad de Uso: Heurísticas de Usabilidad
 3. Credibilidad: Si confían o no
 4. Diseño: Referido a la satisfacción visual



SUS (System Usability Scale)

- Creada por John Brooke en 1986 para medir la usabilidad de casi cualquier Sistema
- Se usa hace 30 años para evaluación y comparación



SUS (System Usability Scale)

System Usability Scale

© Digital Equipment Corporation, 1986.

	Strongly disagree						Strongly agree
1. I think that I would like to use this system frequently	<input type="checkbox"/>						
	1	2	3	4	5		
2. I found the system unnecessarily complex	<input type="checkbox"/>						
	1	2	3	4	5		
3. I thought the system was easy to use	<input type="checkbox"/>						
	1	2	3	4	5		
4. I think that I would need the support of a technical person to be able to use this system	<input type="checkbox"/>						
	1	2	3	4	5		
5. I found the various functions in this system were well integrated	<input type="checkbox"/>						
	1	2	3	4	5		
6. I thought there was too much inconsistency in this system	<input type="checkbox"/>						
	1	2	3	4	5		
7. I would imagine that most people would learn to use this system very quickly	<input type="checkbox"/>						
	1	2	3	4	5		
8. I found the system very cumbersome to use	<input type="checkbox"/>						
	1	2	3	4	5		
9. I felt very confident using the system	<input type="checkbox"/>						
	1	2	3	4	5		
10. I needed to learn a lot of things before I could get going with this system	<input type="checkbox"/>						
	1	2	3	4	5		



NPS (Net Promoter Score)

- Nace en 2003 para medir la lealtad y servicio al cliente.
- Busca descubrir la probabilidad de que una persona recomiende una marca, una empresa, un producto o un servicio a otra persona.



NPS



$$\text{Green smiley face} \% - \text{Red sad face} \% = \text{NET PROMOTER SCORE}$$

Fuente:
<https://www.trustmary.com/>



Heurísticas de Usabilidad

- Son el chequeo sistemático del diseño contra principios de usabilidad reconocidos
- Algunas heurísticas:
 - Diseño minimalista (“less is more”)
 - Utilizar el lenguaje del usuario
 - Reconocer, no recordar
 - Consistencia
 - Proveer *feedback*
 - Indicar claramente las salidas
 - Proveer aceleradores
 - Buenos mensajes de error
 - Prevenir los errores
 - Ayudas y documentaciones



Heurísticas de Usabilidad

Guía de Evaluación Heurística de Sitios Web (2003)

Yusef Hassan Montero
Francisco J. Martín Fernández

Generales

- ¿Cuáles son los *objetivos* del sitio web? ¿Son concretos y bien definidos? ¿Los contenidos y servicios que ofrece se corresponden con esos objetivos?
- ¿Tiene una *URL* correcta, clara y fácil de recordar? ¿Y las URL de sus páginas internas? ¿Son claras y permanentes?
- ¿Muestra de forma precisa y completa *qué contenidos o servicios ofrece* realmente el sitio web?

Esto está relacionado directamente con el diseño de la página de inicio, que debe ser diferente al resto de páginas y cumplir la función de 'escaparate' del sitio.

- ¿La *estructura* general del sitio web está orientada al usuario?

Los sitios web deben estructurarse pensando en el usuario, sus objetivos y necesidades. No se debe calcar la estructura interna de la empresa u organización, al usuario no le interesa cómo funciona o se organiza la empresa.

- ¿El *look & feel* general se corresponde con los objetivos, características, contenidos y servicios del sitio web?

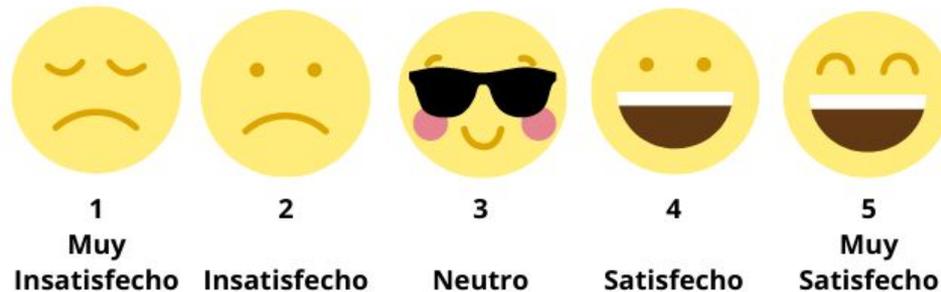


CSAT (Customer Satisfaction Score)

- Mide la satisfacción de cliente, pero sin lo estricto del NPS.
- Se puede hacer una sola pregunta o hasta un cuestionario completo.



CSAT (Customer Satisfaction Score)





SUPR Q (Standardized User Experience Percentile Rank Questionnaire)

- Es un cuestionario de 8 preguntas que mide la calidad de la experiencia de usuario de un sitio, dando medidas de usabilidad, credibilidad, lealtad y diseño.
- Fue desarrollado por Jeff Sauro en 2015.



SUPR Q

CATEGORY	QUESTION	SCORE
Usability	Q1: The website is easy to use.	1-5
	Q2: It is easy to navigate within the website.	1-5
Trust & Credibility	Q3: The information on the website is credible.	1-5
	Q4: The information on the website is trustworthy.	1-5
Appearance	Q5: I find the website to be attractive.	1-5
	Q6: The website has a clean and simple presentation.	1-5
Loyalty	Q7: I will likely return to the website in the future.	1-5
	Q8: How likely are you to recommend the website to a friend or colleague?	0-10

Fuente: <https://fuzzymath.com/>



¿Cómo se mide?

POR
QUÉ
se usa

Cualitativos

QUÉ
se usa

Cuantitativos

QUÉ
se usa

Cuantitativos

Analítica Web

La analítica web permite realizar propuestas de soluciones de diseño, basadas en DATOS, de manera de que podamos ANTICIPARNOS y ENTENDER cuáles son las reales necesidades de los usuarios.

Entrega DATA CUANTITATIVA para poder mejorar y diseñar la experiencia



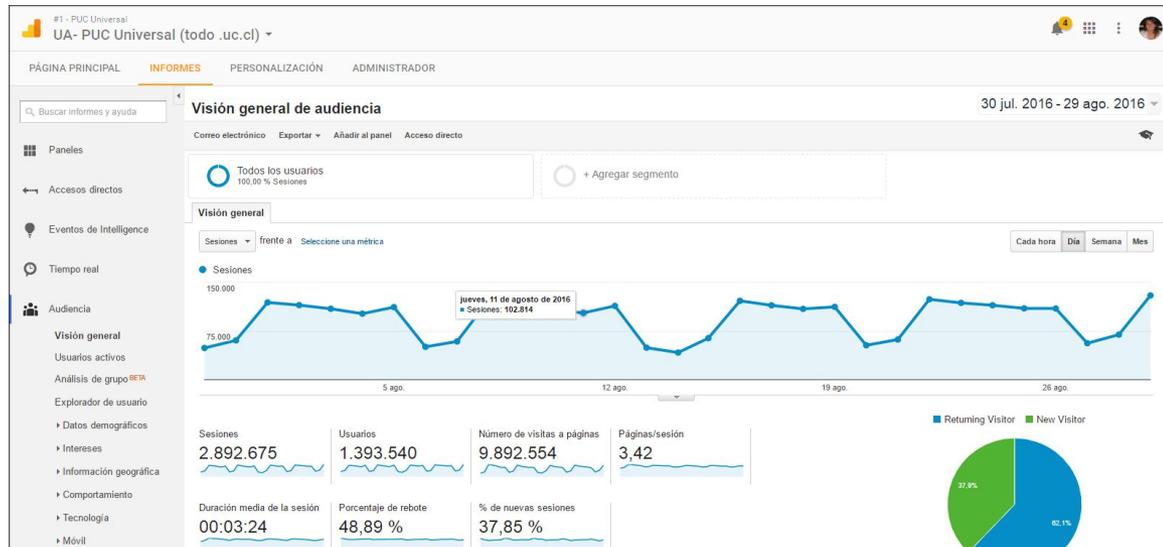


Analítica Web

Herramientas para visualizar las métricas de comportamiento (muchas veces en tiempo real) de los usuarios respecto al producto digital: En ellas se pueden fijar objetivos derivados del negocio para hacerlos concordar con los procesos y objetivos digitales (conversión, persuasión, venta, reserva, fidelización, etc.)

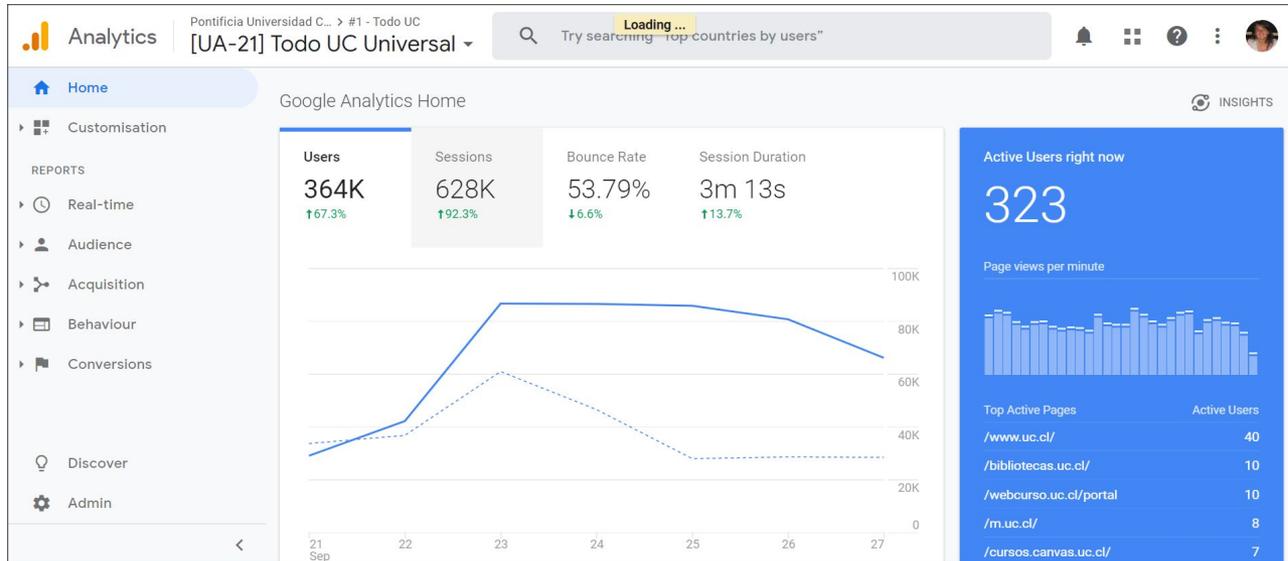


Analítica Web





Analítica Web



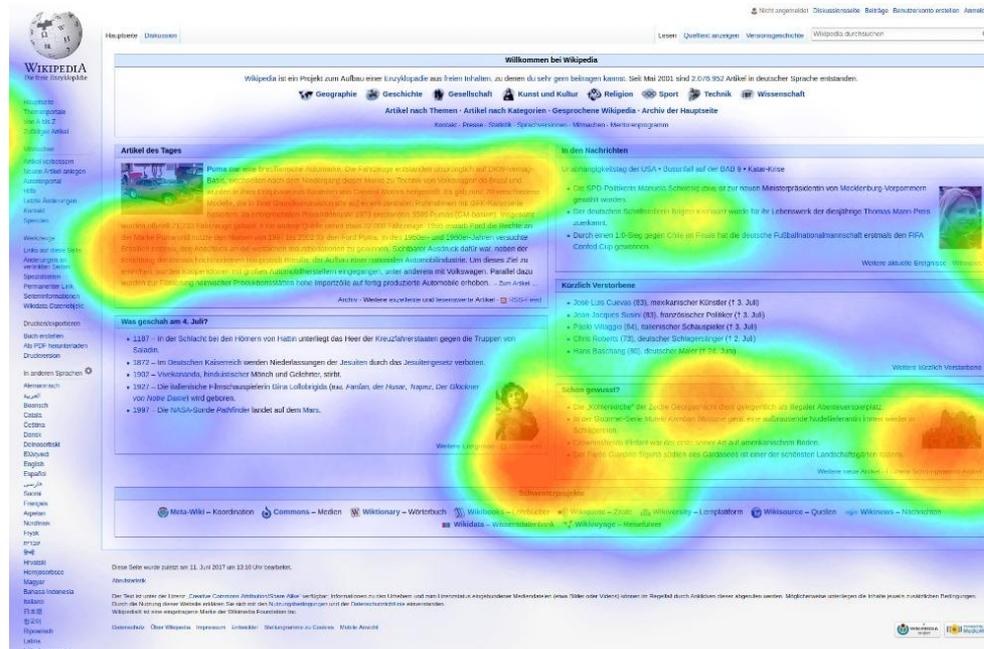
<https://analytics.google.com>

QUÉ
se usa



Heatmaps

Cuantitativos





Heatmaps

hotjar

Product Tour Pricing Testimonials Blog Support [Sign up free](#) [Sign In](#)

The fast & visual way to understand your users

Everything your team needs to uncover insights
and make the right changes.

[Sign up for free](#)

Create a BASIC account.

MARKETER PRODUCT MANAGER UX DESIGNER

<https://www.hotjar.com>

!

POR
QUÉ
se usa



Encuestas

Cualitativos

- Las encuestas son un set de preguntas que exploran actitudes, preferencias, frenos y motivaciones de nuestros usuarios.
- Son una manera rápida, fácil y barata de obtener data de nuestros usuarios
- NO deben ser tendenciosas y deben EXPLORAR, no ratificar sesgos ni opiniones

POR
QUÉ
se usa



Encuestas

Cualitativos

 Bad	 Good!
What do you like about the current banking app?	Tell me about your experience using your current banking app.
Was using the app for the first time easy?	What were your impressions of the on-boarding experience within the app?
Would you rate the usability of the app as good?	What would you rate the usability of the app? Why?
Do you use (x) feature?	What features do you use the most on the app.
Was this feature confusing?	What does this feature mean to you?

POR
QUÉ
se usa



Encuestas

Cualitativos

Encuesta de Comportamiento Financiero

Queremos entender mejor tu comportamiento de inversión para entregarte una experiencia personalizada en el futuro. Ayúdanos a completar esta breve encuesta. Tus respuestas son muy valiosas para nuestras estrategias futuras.

- ¿Qué tipo de cuenta bancaria tienes?
- Ahorro
- Vista
- Corriente

- ¿Eres usuario de Banca Preferente?
- Si
- No

POR
QUÉ
se usa



Encuestas

Cualitativos

- ¿Cuál dirías que es tu navegación diaria?
- Muy Alto (navego más de 8 horas al día - considera el computador y teléfono)
- Alto (navego entre 4-8 horas al día - considera el computador y teléfono)
- Medio (navego entre 2-4 horas al día - considera el computador y teléfono)
- Bajo (navego menos de 2 horas al día - considera el computador y teléfono)

- ¿Inviertes?
- Sí
- No

POR
QUÉ
se usa



Encuestas

Cualitativos

- En el caso de que la respuesta sea sí ¿desde cuándo?
- Hace 6 meses o menos
- Entre 6 meses y 1 año
- Hace más de 1 año
- Entre 1 y 2 años
- Hace más de 2 años
- ¿En qué instrumento inviertes?
- Depósitos a plazo
- Fondos Mutuos
- Fondos de Inversión
- Acciones
- Otro (Especificar cuál)

- ¿Quién maneja tus inversiones?
- Las manejo yo mismo
- Las maneja otro por mí

POR
QUÉ
se usa



Entrevistas

Cualitativos

- Son parte de la fase de ideación y desarrollo de concepto
- Siguen una metodología estructurada donde el entrevistador prepara un set de preguntas, graba y anota, y luego analiza la conversación.
- Busca extraer info de los sentimientos, motivaciones y rutinas de los usuarios, así como explorar hábitos de uso
- Los métodos de entrevista provienen de la etnografía, la psicología o las comunicaciones. Sin embargo, muchas se hacen en contexto para poder observar la interacción de un usuario con un producto



Técnicas de Entrevistas

- Busca estudiar al entrevistado y no imponer puntos de vista
- Como entrevistadores debemos procurar:
 - Mantener la atención sobre el entrevistado (usuario)
 - Permitir que un entrevistado haga asociaciones libres
 - Ser capaces de categorizar los hallazgos
 - No entrar tocando temas sensibles
- **DEJAR FLUIR LA CONVERSACIÓN**



Entrevistas

Contexto general

Frenos

¿Cuéntame un poco como resolviste....?
Cuéntame un poco de tu necesidad y que buscas con este producto....

¿Cuándo este tema fue relevante para ti...?
¿En qué otros contextos?
Cuéntame cómo fue ese proceso de...

¿Cuándo sientes que no te aporta nada...?
¿Cuándo sientes que no puedes acceder...?

Dolores

¿Cuál ha sido la mayor dificultad que has tenido en su uso...?

Motivación

¿Qué te motiva su uso...?
¿Cuándo sientes que lo necesitas...?
¿Cuándo sientes que es lo mejor...?

Creencias

¿Qué sientes cuando te hablo de...?
¿Cuál es el uso que le darías...?

Solución

Si pudieras pedir una funcionalidad...
¿cuál sería...?
¿Qué tendría que entregar para que lo uses siempre...?
¿Cuál es el público que crees debe usarlo...?
¿Cuál es el público que crees NO debe usarlo...?

¿Cómo lo resuelve habitualmente?
¿Qué marca le ayudaría a resolver....?
¿Qué haces cuando te surge la necesidad? ¿cómo llegas a esta marca?
¿Qué aspectos te hacen decidir considerarnos?
¿Qué aspectos te hacen decidir comprar o contratar?
(indagar por variables de decisión)



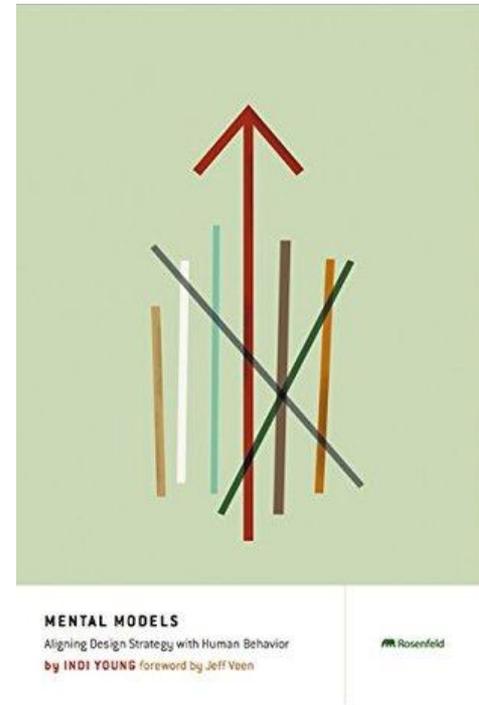
POR
QUÉ
se usa

Modelos Mentales

Cualitativos

Basados en el **libro Mental Models de Indi Young**

Se ocupan desde hace mucho tiempo en la psicología cognitiva, pero caen en la HCI como un **conjunto de creencias sobre cómo funciona ese sistema** y lo que estudia la usabilidad es la interacción de los seres humanos con esos sistemas.





Modelos Mentales

¿Cuál es la relación entre modelos mentales e interacción?

- Los modelos mentales son los resultantes de cómo nos explicamos el mundo.
- El HCI trata de explicar cómo la gente se arma explicaciones para usar los sistemas.



Modelos Mentales

¿Cuáles son esas explicaciones?

1. Modelo de causalidad
2. Relaciones antropomórficas
3. Culpabilidad del usuario



Modelos Mentales

Modelo de causalidad

Los usuarios asumen relaciones causales entre eventos cuando uno sigue inmediatamente a otro.

Relaciones Antropomórficas

Los usuarios hacen relaciones antropomórficas con el software: lo culpan, le agradecen, etc.

Culpabilidad al usuario

Las personas tienden a culparse cuando no pueden usar un sistema, especialmente cuando creen que otros pueden usarlo y el sistema no es muy complejo



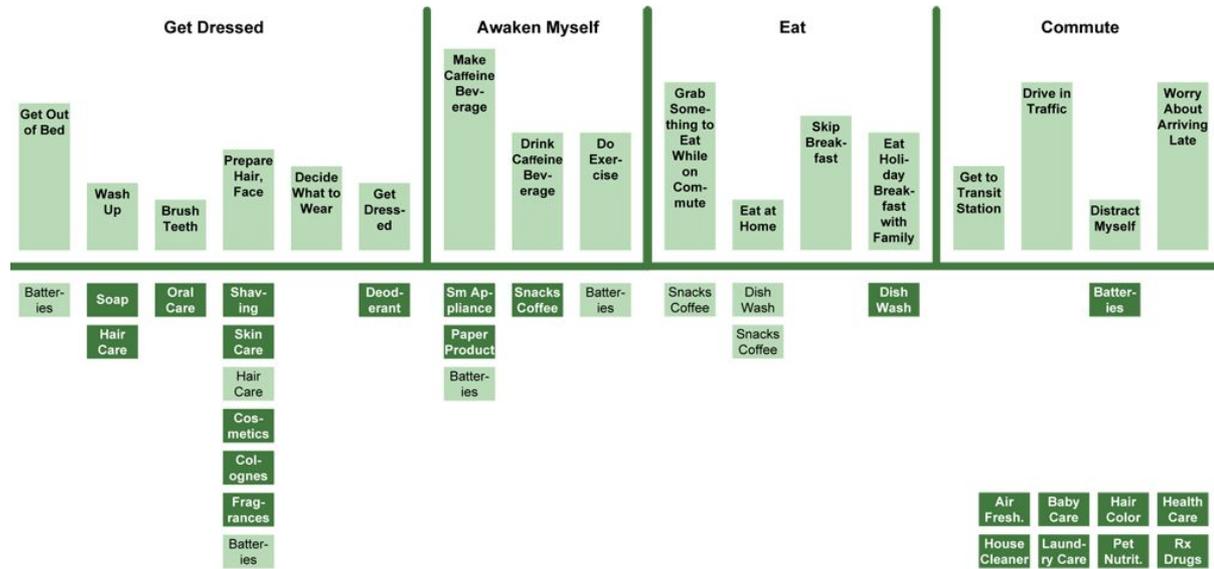
Modelos Mentales

¿Cómo los analizamos?

Indi Young propone una **metodología de estudio de modelos mentales basada en diagramas de afinidad** de comportamientos basados en datos etnográficos recopilados de la audiencia objetiva (los usuarios muestreados).



Modelos Mentales





Modelos Mentales

