

## J.2. Medir para no morir

Mari-Carmen Marcos

13 enero 2012

Marcos, Mari-Carmen. "Medir para no morir".  
*Anuario ThinkEPI*, 2012, v. 6, pp. 244-245.



**Resumen:** A partir de la distinción entre los conceptos de usabilidad y experiencia de usuario, se identifican y exponen tres categorías de métricas relacionadas: las que miden aspectos observables del rendimiento del sitio web, aspectos observables del comportamiento de los usuarios y aspectos subjetivos derivados de lo que manifiestan los usuarios.

**Palabras clave:** Usabilidad, Experiencia de usuario, Métricas web, Medidas de rendimiento, Medidas de comportamiento.

**Title: Measure or perish**

**Abstract:** Based on the distinction between the concepts of usability and user experience, three categories of related metrics are identified and described: those that measure observable aspects of website performance, user behavior, and subjective aspects derived from what users report.

**Keywords:** Usability, User experience, Web metrics, Performance measures, Behavioral metrics.

En un momento de fiebre por los números globales como los de rankings de universidades, índices de impacto de revistas o tráfico de visitas de sitios web, es fácil no prestar atención a los pequeños números, a lo que podemos estudiar en cantidades mucho menores, pero que aplicando metodologías correctas nos pueden dar jugosas respuestas. Me refiero concretamente al testeo con usuarios. No con decenas de miles, sino con 10, 20 ó 50 usuarios representativos del público al que se dirige nuestro producto, nuestro sitio web.

La evaluación forma parte del diseño centrado en el usuario, y está presente en cada una de las etapas de este ciclo, incluso en los primeros estadios, cuando aún no se pasa de un triste prototipo. En cambio, a menudo ocurre que es la gran olvidada hasta que un día se lanza el sitio web, las expectativas de tráfico o compra no se ven cumplidas, se miran los números en la herramienta de analítica web y ¡oh!, tenemos una tasa de abandono muy grande, la gente no llega a ver la ficha de producto, o la mayoría de los que entran en la página del formulario de compra no envían su pedido. Vamos a tener que hacer un estudio con usuarios para saber por qué ocurre. Más vale tarde que nunca, pero vale mucho más pronto que tarde.

Después de situaciones así no hay excusa para decir "es que evaluar es muy costoso", porque más costoso es cerrar el negocio o hacer un redi-

seño para intentar resucitarlo. Tampoco sirven los comentarios del tipo "para hacer un estudio serio con usuarios habría que testear con muchos", porque una evaluación bien planteada puede dar excelentes resultados con un grupo reducido. En ella se deberán abordar aspectos relativos tanto a la usabilidad como a la *user experience* (UX). Veamos estos dos conceptos.

La definición de la *ISO* presenta la usabilidad como "la capacidad que posee un sistema de ser eficiente, eficaz y satisfactorio". Y esto lo hace para el público al que se dirige y en un contexto de uso determinado, por lo tanto no es una capacidad que pueda considerarse universal, pero sí se muestra como una cualidad intrínseca a un sistema.

---

**"La evaluación de sitios web debe considerar dos perspectivas para ser completa: la usabilidad y la experiencia de usuario"**

---

El concepto de *user experience* se centra en lo que experimenta un usuario al utilizar el sistema. Lo que me gusta de este término es que pone el foco en el usuario, mientras que la usabilidad lo pone en el sistema. Siempre uso este ejemplo que leí alguna vez para explicar por qué usabilidad

y UX no siempre van de la mano: una autopista representa la usabilidad porque permite que lleguemos al destino por el camino más directo, en menos tiempo y con menor gasto de combustible; en cambio, una carretera tortuosa de montaña representa la UX, el aire fresco que entra por la ventana y el paisaje verde compensan las curvas, la poca velocidad y el tiempo que tardaremos en llegar al destino. La usabilidad está más enfocada al fin, la UX al camino.

La evaluación de sitios web debe considerar las dos perspectivas para ser completa, así que a la hora de medir no hay que separarlas, ya que una complementa a la otra. El sitio tiene que equilibrar los aspectos relativos a su rendimiento y ofrecer a la vez una sensación positiva al usuario.

Dentro de esta doble perspectiva, las métricas que se pueden abordar las categorizamos en tres tipos:

- Métricas que miden aspectos observables del rendimiento del sitio web, más relacionados con la usabilidad del sitio en cuanto a la efectividad y la eficiencia.
- Las que miden aspectos observables del comportamiento de los usuarios, más relacionados con la UX.
- Las que miden aspectos subjetivos derivados de lo que los usuarios manifiestan, más relacionados con satisfacción en cuanto a su usabilidad y con la *user experience*.

Veamos los indicadores que se pueden considerar en cada uno de estos tres grupos.



### Medidas de rendimiento (*performance measures*)

Se ocupan de los aspectos que se pueden observar con respecto al sistema mientras el usuario realiza el test. Las más usadas son:

a) Éxito al realizar una tarea: equivale a la efectividad (*effectiveness*) de la definición de la ISO.

b) Esfuerzo requerido por parte del usuario: equivale a la eficiencia (*efficiency*) de la definición de la ISO, medido por ejemplo a partir de:

- tiempo necesitado para realizar una tarea;
- errores cometidos: debe valorarse su número, severidad (gravedad e impacto), frecuencia (si se da de forma puntual o repetida dentro del sitio web), y si se trata de un tipo de error que otros usuarios podrían cometer o, por lo contrario, ha resultado algo muy particular de cierto usuario.

### Medidas de comportamiento (*behavioural measures*)

Se puede obtener una aproximación del nivel de estrés y de las emociones con estudios del comportamiento espontáneo durante la ejecución de las tareas. Las que se pueden encontrar en la bibliografía estudian:

a) Comportamiento verbal.

b) Comportamiento corporal: gestos, movimiento de los ojos, respuesta galvánica de la piel, ritmo del latido del corazón.

c) Medidas de satisfacción verbalizadas por los usuarios (*self-reported metrics*): aquellas que se centran en lo que dice el usuario mediante técnicas de tipo "*self-reported*". Se pueden tomar antes y después de la realización del test. Las más comunes son:

- cuestionarios;
- entrevistas;
- *focus groups*.

Las métricas a aplicar en cada caso dependerán de lo que se quiera estudiar, de los recursos disponibles y de los resultados esperados.

Para profundizar en este tema recomiendo cuatro fuentes:

**Barnum, Carol M.** *Usability testing essentials: ready, set... test!* Morgan Kaufmann, 2011. ISBN: 978 0123750921

**Dumas, Joseph S.; Redish, Janice.** *A practical guide to usability testing.* Intellect, 1999. ISBN: 978 1841500201

**Sauro, Jeff.** *Measuring usability.*  
<http://www.measuringusability.com/blog.php>

**Tullis, Tom; Albert, Bill.** *Measuring the user experience: collecting, analyzing, and presenting usability metrics.* Morgan Kaufmann, 2008. ISBN: 978 0123735584