

MARÍA BENAVIDES RAMIRO, RUBÉN MARTÍN
GIMENO Y LUCÍA PALACIOS FERNÁNDEZ

16 DE FEBRERO DE 2016

LOS TESTS DE USUARIO COMO TÉCNICA DE INVESTIGACION EN LA EXPERIENCIA DE USUARIO

ARTÍCULO

knowsquare .

Privado y Confidencial

Prohibida su Distribución sin Autorización Expresa de los
Autores y Know Square S.L.

La comprensión del binomio sujeto-objeto que se establece entre la persona y la interfaz se puede analizar desde dos perspectivas. Si adoptamos como perspectiva predominante el “objeto”, nos centraríamos en analizar las características tecnológicas del producto, haciendo énfasis en cómo los “productores” lo han diseñado, siendo secundaria la experiencia que el “usuario-consumidor” pueda tener con él. Por tanto, desde esta perspectiva la prioridad la tendría el producto-productor y pasaría a segundo plano el usuario-consumidor, que tendría que adaptarse a la tecnología como si fuese algo dado y pre-construido sobre lo que no puede intervenir.

Por el contrario, si adoptamos el análisis desde el lado del “sujeto”, inevitablemente el acento recaería en la interacción. El usuario no es un sujeto pasivo que se adapta al producto-productor, sino que se posiciona activamente en su interacción con la tecnología. Esta mirada, que adopta como prioridad la experiencia del sujeto-usuario, supone una forma de afrontar la relación entre las personas y las tecnologías que es relativamente reciente. Surge como resultado de distintos procesos socio-históricos y de transformaciones estructurales concretas en las sociedades avanzadas que se enmarcan en lo que se han venido a denominar como “*procesos de individualización*” (Beck et al. 1994).

Como consecuencia, las empresas tecnológicas no sólo se ocupan de la funcionalidad del producto; crecientemente se preocupan también en conocer la experiencia global que el usuario final va a tener cuando lo utilice. Esto tiene como consecuencia un elemento fundamental para entender los actuales modelos de manufactura tecnológica: el usuario entra a formar parte de las decisiones de diseño durante el proceso de producción.

Centrado en la utilización de una interfaz, la usabilidad se puede definir como la disciplina que estudia *“la forma de diseñar interfaces digitales para que los usuarios puedan interactuar con ellos de la forma más fácil, cómoda e intuitiva posible”* (Hassan Montero, 2002). Su objetivo, por tanto, es reducir las dificultades de uso inherentes a una interfaz, investigando la forma en que los usuarios la utilizan para proponer alternativas que permitan una interacción más agradable, eficaz y eficiente.

¿Pero cómo se puede saber si una interfaz alcanza buenos niveles de usabilidad? Siguiendo a Nielsen (2012), la usabilidad se define en base a cinco componentes o indicadores de calidad: 1) la facilidad que tiene el usuario para realizar una tarea en la interfaz por primera vez; 2) la eficiencia, es decir, el esfuerzo en términos de clics y tiempos que los usuarios emplean para realizar una tarea dentro de la interfaz, tanto la primera vez como en ocasiones sucesivas; 3) la facilidad de *“memoria”* de la tarea, o lo que es lo mismo, cuánto cuesta realizar la acción después de un tiempo de no utilizar la interfaz; 4) el nivel de errores que cometen los usuarios cuando tienen que realizar una tarea en la interfaz y su grado de importancia, lo cual está relacionado con las dificultades y las barreras de uso de la interfaz; y 5) el grado de satisfacción, que remite a lo agradable de la experiencia cuando se realiza la tarea y con el lado emocional de la experiencia del usuario.

La principal técnica de análisis de usabilidad son los **tests de usuarios**: prueba que se basa en la observación y el análisis que hace un investigador con usuarios reales, con el objetivo de detectar problemas de uso y de este modo mejorar el diseño de la interfaz. La modalidad más común de esta técnica es la denominada como *think aloud* en las que los participantes llevan a cabo una serie de tareas que tienen que ir realizando en voz alta para conocer sus percepciones a medida que utilizan la interfaz. De manera resumida, los elementos que componen un test de usuarios son los siguientes:

- **Moderador o facilitador:** persona encargada de guiar a los participantes en la prueba. La actuación del facilitador tiene que ser sutil, sin poder contestar las posibles preguntas que hace el participante y sin poder introducir juicios de valor durante la prueba.
- **Los usuarios:** son las personas que realizan la prueba de manera individual. Nielsen, tras décadas de bagaje empírico, establece en cinco el número de participantes necesarios. Lo justifica afirmando que el coste de pruebas adicionales no compensa, ya que los hallazgos alcanzarían rápidamente un nivel de rendimiento decreciente: cada usuario añadido a los cinco primeros aportaría poca información adicional para el coste adicional que supondrían (Nielsen, 2012).
- **El lugar, la sala de pruebas:** las pruebas de usuario se pueden realizar en muy diversos escenarios pero en su versión más simple el equipamiento necesario son dos sillas (una para el facilitador y otra para el participante), un ordenador, un monitor, un teclado externo, un ratón, un micrófono y un software de grabación de pantalla que registre la interacción del usuario con la interfaz y las reacciones gestuales.
- **El momento:** otro de los aspectos importantes es determinar cuándo se tienen que hacer las pruebas. Es decir, en qué fase del desarrollo del diseño de la interfaz es más eficaz realizarlas. Aunque no hay una respuesta concreta para esta pregunta, ya que las circunstancias de cada investigación pueden determinar el momento adecuado, lo aconsejable es realizar pruebas a lo largo de distintas fases del proceso, y no únicamente en la fase final. El momento en que se realizan las pruebas afecta también al soporte sobre el que se realiza el test; si las pruebas se realizan en las primeras fases, la interacción de los usuarios con la interfaz se llevará a cabo sobre prototipos o versiones iniciales. No obstante, aunque sea sobre versiones a las que les falta mucho desarrollo, es muy aconsejable realizar pruebas en distintas fases (Nielsen 2012) aunque sea con pocos usuarios.

La usabilidad y Experiencia de Usuario son un factor estratégico clave para tener ventajas frente a los competidores que ofrecen servicios iguales o similares. Ante esta situación, las investigaciones que se realizan desde la perspectiva del usuario parten con una ventaja: su naturaleza de disciplina transversal y su capacidad para juntar grupos interdisciplinarios procedentes de campos profesionales muy diversos, le ayudarán a adaptarse con flexibilidad ante los contextos y desafíos venideros.

BIBLIOGRAFÍA

- Beck, Ulrich; Giddens, Anthony; Lash Scott (1994). *Modernización reflexiva. Política, tradición y estética en el orden social moderno*. Madrid, Alianza.
- Carreras, Olga (2013). "Accesibilidad web y SEO". Capítulo en libro "Pioneros y Hacedores. Fundamentos y Casos de Diseño de Interacción con estándares de Accesibilidad y Usabilidad", 2013, Lorena Paz (comp.)
- Corbetta, Piergiorgio (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid, Mc Graw Hill.
- Hassan Montero, Yusef (2002). "Introducción a la Usabilidad". No solo usabilidad: revista sobre personas, diseño y tecnología (revista digital).

http://www.nosolousabilidad.com/articulos/introduccion_usabilidad.htm

http://www.nosolousabilidad.com/articulos/experiencia_del_usuario.htm

- Krug, Steve (2006). *No me hagas pensar*, Madrid, Pearson Prentice Hall.
 - Krug, Steve (2010). *Haz fácil lo imposible*, Madrid, Anaya.
- Nielsen, Jakob (1995). "10 Usability Heuristics for User Interface Design". Artículo en la página web de Nielsen Norman Group.

<http://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>

- Nielsen, Jakob (2012). *“How Many Test Users in a Usability Study?”* Artículo en la página web de Nielsen Norman Group.
<http://www.nngroup.com/articles/how-many-test-users/>
- Sauro, Jeff (2006). *“Sample Size Calculator For Discovering Problems In A User Interface”*. Artículo en la página web:
https://www.measuringu.com/problem_discovery.php

© MARÍA BENAVIDES RAMIRO. *Investigadora Social y experta en Usabilidad y Experiencia de Usuario. Co-fundadora de la empresa ScrollUp.* mbenavides@scrollup.es;

© RUBÉN MARTÍN GIMENO. *Investigador social independiente y colaborador de ScrollUp.* ruben.martin.gimeno@gmail.com

© LUCÍA PALACIOS FERNÁNDEZ. *Experta en Investigación en Usabilidad y Experiencia de Usuario. Co-fundadora de la empresa ScrollUp.* lpalacios@scrollup.es

© KNOW SQUARE S.L.