USABILIDAD

DEFINICIÓN DE USABILIDAD

*Fuente: **Information: Improving «Findability» www.earley.com** by Earley Information Science at https://www.youtube.com/watch?v=yw_uD8YPBRU&t=7s. License by owner of copyright.*

La Usabilidad se refiere a la facilidad con que las personas pueden utilizar una herramienta particular o cualquier otro objeto fabricado por humanos con el fin de alcanzar un objetivo concreto. La usabilidad también puede referirse al estudio de los principios que hay tras la eficacia percibida de un objeto. Descubre más en el vídeo «Information: Improving «Findability» www.earley.com»

La definición que más se ajusta es la ofrecida por Kelly Goto y Emily Cotler. Se trata de un conjunto de técnicas de evaluación, y como tales ofrecen una serie de resultados que permiten extraer conclusiones; en realidad deberían aplicarse durante todo el ciclo de vida del producto, en este caso la información digital. Estas mismas técnicas han sido probadas y aplicadas en el diseño de interfaces de usuario, especialmente en el campo del software, de tal forma que la usabilidad se encuentra recogida dentro de varias normas ISO.

También interesante es la aportación que hacen Hassan Montero y Martín Fernández "el concepto de usabilidad no sólo puede ser definido como atributo de calidad de un producto, sino consecuentemente, como metodología de diseño y evaluación".

Algunos atributos de la facilidad de uso (*usability*):

- Aprendizaje
- Eficacia
- Fiabilidad
- Satisfacción
- Utilidad

PRINCIPIOS GENERALES DE USABILIDAD WEB

Los sistemas digitales informativos tienen que ofrecer señales de ayuda a los usuarios para la realización de una navegación satisfactoria y de una búsqueda de información rápida. Para ello, la audiencia tiene que disponer de:

- una organización clara e intuitiva de los datos;
- un sistema de navegación comprensible y claro y perfectamente

identificable;
- la posibilidad de realizar búsquedas de información en el propio sitio;
- ayuda permanente ante cualquier conflicto o duda;
- indicaciones sucintas a donde conducen los enlaces que se incluyen en el texto y evitar documentos huérfanos o callejones sin salida, que no conducen a otro documento del sitio; facilitando siempre un vínculo a la página principal del sitio.

El público, según todas las normas de la ergonomía y de la facilidad de uso, debe realizar las tareas con rapidez y debe comprender intuitivamente cuáles son las características del sitio, tanto desde el punto de vista del contenido, como de la estructura del mismo. Y la incorporación de cualquier recurso o tecnología compleja tiene que estar justificada. El usuario se comprometerá con el sitio siempre y cuando perciba que desde el otro lado se preocupan por sus expectativas y no intentan desconcertarlo o confundirlo.

La usabilidad debe ser una de las bases del diseño de la web. Un portal puede ser óptimo en diseño, con una gran resolución en lo gráfico, pero no serlo en usabilidad, ya sea por una mala organización de los contenidos, por no mostrar la información claramente o por el uso de formatos que no sean accesibles en múltiples dispositivos.

Principios básicos

De forma resumida, se pueden establecer los siguientes **principios básicos en los que se basa la usabilidad Web**

- **Facilidad de Aprendizaje:** facilidad con la que nuevos usuarios desarrollan una interacción efectiva con el sistema o producto. Está relacionada con la sintetización, familiaridad, la generalización de los conocimientos previos y la consistencia.
- **Flexibilidad:** relativa a la variedad de posibilidades con las que el usuario y el sistema pueden intercambiar información. También abarca la posibilidad de diálogo, la multiplicidad de vías para realizar la tarea, similitud con tareas anteriores y la optimización entre el usuario y el sistema.
- **Robustez:** es el nivel de apoyo al usuario que facilita el cumplimiento de sus objetivos. Está relacionada con la capacidad de observación del usuario, de recuperación de información y de ajuste de la tarea al usuario.

Recomendaciones de Nielsen

Uno de los principales especialistas y consultores internacionales en accesibilidad, Jakob Nielsen, ha establecido listas de ítems esenciales que deben contemplarse para realizar sitios usables. Las recomendaciones son muy numerosas por lo que a continuación, recogemos los más importantes que debemos de considerar en el diseño de sistemas de información (y que representan los problemas de usabilidad más importantes revelados en los test realizados a los mismos):

- Los enlaces deben de cambiar de estado cuando se visitan (color, etc.)
- No se debe, en ningún caso, deshabilitar el botón “Atrás” del navegador.
- Utilizar enlaces a “nuevas ventanas de navegación” solo cuando se justifique en términos de usar información paralela entre dichas ventanas, o se trate de enlaces a ficheros (pdf, diapositivas, hojas de cálculo o ficheros similares); en otro caso, es mejor que los enlaces carguen siempre

en la misma ventana inicial. Por otra parte, la navegación por pestañas implementada actualmente en los principales navegadores permite al usuario elegir donde desea que se abran los enlaces.
- Evitar las ventanas emergentes y/o que aparecen de forma sorpresiva.
- Eludir el uso de elementos de diseño que puedan confundirse con publicidad. Los usuarios han desarrollado estrategias de cierta "ceguera" que evita, automáticamente, esos bloques de información.
- Seguir, en el diseño, en la navegación, en la Arquitectura de la Información…, las convenciones globales de la Web. Debemos solo ser "atrevidos", "revolucionarios", cuando el objetivo del sitio lo justifique y estemos convencidos de que realmente puede funcionar.
- El contenido y la información debe ser preciso, directo, sin elementos banales o etéreos. Los usuarios en la web buscan con claridad lo que quieren; si un sitio es engorroso o poco claro en lo que ofrece, directamente se van.
- Evitar, salvo que sea una necesidad específica por el tipo de información, textos densos y extensos.

Es importante tener en cuenta también:

- Evitar ficheros poco optimizados que puedan ofrecer tiempos de descarga lentos.
- Evitar el uso de marcos.
- No desarrollar sitios incompatibles o que dificulten el acceso desde dispositivos móviles (v.g. usando tecnologías obsoletas como flash, etc.)
- Utilizar, preferentemente, "diseños líquidos", especialmente diseño responsivo (que se adaptan al tamaño de la ventana) frente a "diseños congelados" (que generan *scroll*cuando el tamaño de la ventana es menor que el diseño de la página)
- Facilitar información sobre quién está detrás de la Web, su actualización, forma de contactar, política de privacidad (donde sea preciso), etc.
- Evitar elementos en movimiento (gráficos, textos que se desplazan, etc.) que no posean una funcionalidad real.
- Etiquetar adecuadamente el contenido y los elementos de navegación para que los usuarios tengan claro qué información pueden obtener haciendo clic en ellos (recordad que esto responde a convenciones de uso habituales en la Red)
- Actualizar el contenido (los usuarios evitan los sitios que no actualizan con cierta periodicidad su información)
- Revisar el sitio para evitar páginas huérfanas (sin enlaces a ningún otro lugar del sitio), enlaces rotos.

RAZONES PARA HACER SITIOS USABLES

En el vídeo «Usabilidad web: consejos» aprenderás consejos de usabilidad para construir un sitio web.

*Fuente: **Usabilidad web: consejos** by iDESWEB UA at https://www.youtube.com/watch?v=e4LKiEAfNqk. License by owner of copyright.*

Jakob Nielsen explica (2007: 129) de forma muy gráfica los problemas a los que nos enfrentamos si no tomamos en consideración las directrices de usabilidad:

- Si los problemas son de alta gravedad tendremos un coste o pérdida de negocio inaceptable, bien porque se impide el uso del sitio, bien porque el

usuario lo abandonará de inmediato.
- Si los problemas son de gravedad media provocarán confusión y frustración en el usuario, causando algunas pérdidas de negocio, o fuga de los usuarios menos interesados (que serán muchos)
- Si los problemas son de gravedad baja resultarán estética o funcionalmente molestos al usuario pero no dañarán al negocio del sitio, si bien la suma de muchos problemas de este tipo pueden motivar a determinados usuarios abandonar el mismo.

Si nuestros productos no son usables, los usuarios abandonarán

Podemos medir la importancia de un problema en función de:

- La frecuencia, es decir, el número de usuarios que tienen ese problema.
- El impacto, es decir, el grado de relevancia que tiene el error para el usuario (una simple molestia, haber perdido los datos de un formulario que le ha llevado varias horas completar…)
- La persistencia, que marca las veces que dicha dificultad se le presenta al usuario.

Algunos autores han establecido ciertas leyes claves de la usabilidad

- **Ley de Jakob Nielsen** sobre la **experiencia de usuario** **en** **Internet**: Los usuarios pasan la mayor parte del tiempo en otros sitios Web diferentes al nuestro (incluso aunque seamos líderes en nuestro mercado o nicho), por lo que ya tienen unos hábitos previos de lectura de webs y ciertas expectativas sobre lo que la nuestra les va a ofrecer.
- **Ley de Fitts** sobre los **tiempos de clic** (1954) La velocidad de clic sobre los elementos de una pantalla, es decir, el tiempo que un puntero necesita para alcanzar su objetivo es proporcional al logaritmo de la distancia hasta el objetivo dividido por el tamaño de dicho objetivo. Cuando más grande sea algo, menos tiempo lleva hacer clic en ello. Por ello, es aconsejable que las funciones importantes y/o de uso más frecuente estén vinculadas a objetos grandes, bien visibles.

EVALUACIÓN DE USABILIDAD DE PRODUCTOS WEB

La usabilidad se mide a través de **pruebas empíricas y relativas**.

- **Empírica** porque no se basa en opiniones o sensaciones, sino en pruebas de usabilidad realizadas en laboratorio u observadas mediante trabajo de campo.
- **Relativa** porque el resultado no es ni bueno ni malo, sino que depende de las metas planteadas

En el vídeo «Usability testing» podrás aprender como evaluar un producto web.

*Fuente: **Usability testing** by AmberlightUX at https://www.youtube.com/watch?v=BrVnBdW6_rE&t=6s. License by owner of copyright.*

Aproximaciones

Considerando que el concepto de usabilidad es amplio y lo suficientemente ambiguo como para permitir que se hayan realizado numerosas definiciones sobre él, para aproximarnos a él, vamos a tomar cuatro dimensiones o claves de enunciación:

- **Conceptual**. Entendida desde esta perspectiva, se trata de una característica multidimensional que posee cualquier dispositivo (en nuestro caso producto multimedia) y que describe el impacto que tiene éste sobre los usuarios finales.
- **Comparativa.**Hace referencia al nivel de eficiencia/eficacia con la que un usuario interactúa con el producto y es capaz de llevar a cabo las tareas para las que ha sido diseñado, así como el nivel de satisfacción que obtiene en el uso de este.
- Como **dispositivo**. La usabilidad es un factor clave y un modelo que debe guiar el diseño y la mercadotecnia del producto; a mayo nivel de usabilidad, el producto será confortable, seguro, efectivo y eficiente.
- **Productiva**. El concepto de usabilidad tiene una dimensión integral que afecta tanto al producto final como al proceso de producción del recurso multimedia

Prueba de usuario

Como es fácil de adivinar, más allá de su dimensión teórica y su aplicación práctica, la usabilidad solo es comprobable a través de sistemas de evaluación. La evaluación de productos es un procedimiento habitual en la elaboración de productos de comunicación multimedia. Conocer la relación del usuario con el producto tiene especial la relevancia para tener todas las garantías, antes del lanzamiento a gran escala, de que su diseño responde a criterios de facilidad, sencillez y máxima eficacia. La finalidad de estas evaluaciones es descubrir las dificultades inherentes al diseño del producto. El modelo tradicional de evaluación se basa en la conocida como “prueba de usuario”. En ella, un observador interpreta y anota las acciones de los usuarios-evaluadores. Normalmente el observador-experimentador deja que los usuarios se enfrenten solos al producto y se encuentren con los problemas o dificultades del mismo. Por ello, la actitud del observador no es nada participante. Rara vez contesta a las preguntas de los usuarios y suele ser renuente a dar más ayuda de la estrictamente necesaria.

Evaluación heurística

Como evolución y contraste de este método, Jacob Nielsen (1990, 1994) desarrolló la evaluación heurística. A partir de un modelo previo de usabilidad, esta práctica evaluativa se basa en el contraste que realiza un grupo de evaluadores de un producto determinado. Primero lo hacen, necesariamente, de forma individual, y, solo posteriormente, intercambian sus impresiones, lo que garantiza la imparcialidad de los juicios. La función del experimentador, en este caso, es la de un facilitador-interrogador que “acompaña” al usuario con el fin de ir encontrando respuestas a las dificultades que este encuentra en el uso del producto. Durante todo el proceso (entre una y dos horas), el evaluador dispone de una lista con criterios reconocidos de usabilidad (características comunes de usabilidad) que le orientan para comparar su experiencia con dichos principios rectores. El número habitual de evaluadores en este modelo oscila entre un mínimo de tres y un máximo de cinco, aunque ello depende, siempre, de

la complejidad del producto a examinar.

Los evaluadores deben estimar parámetros como, por ejemplo:

- Si el diseño de la página es original, atractivo, limpio y claro (guardando cierto porcentaje de “aire” o espacios en blanco”).
- Si comunica con eficacia la imagen de la empresa.
- Si la interfaz posibilita una interacción del usuario sencilla, intuitiva e instintiva.
- Si sus elementos guardan una distribución equilibrada y/o son fácilmente distinguibles a través de un contraste visual.
- Si la interfaz posee una sobrecarga visual (demasiados elementos confusamente distribuidos)
- Si elementos como el titular, el logo, los hipervínculos o los botones de navegación se distinguen con claridad.
- Qué grado de significación guardan las imágenes e infografías empleadas.
- Si la página se carga con rapidez.
- Si el contenido y la forma de expresión dejan claro el perfil del público objetivo.
- Si hay un autor identificable.
- Si muestra de alguna forma que la página se actualiza con frecuencia (o si por el contrario, no se actualiza)

Evaluación etnográfica

Por otra parte, están aquellos que siguen métodos de carácter etnográfico (pues consideran que los anteriores poseen carencias propias de los experimentos de laboratorio) como Irons (2003) o Hekkert (2001). Entre estos sistemas se encuentra el sistema PrEmo (Desmet, Hekkert, Hillen; 2003) que utiliza una tarjeta de con dieciocho expresiones de un personaje de cómic en la que el usuario debe marcar aquella que representa mejor su estado emocional frente al producto Web.

También existen métodos automatizados (Evaluación automática) que, aunque no ofrecen resultados globales sobre usabilidad, sí son útiles para comprobar cuestiones tales como tamaños absolutos de fuentes y de tablas, formato de los textos, tamaño de las páginas, etc. Actualmente, los paquetes de desarrollo web incluyen herramientas específicas de análisis de este tipo, pero existen también herramientas específicas online.

Análisis de errores

Errores de la usabilidad entendiendo la usabilidad como la facilidad con la que los usuarios pueden buscar información dentro de una página web. Si los internautas tardan más o menos en ver un sitio web, si no encuentran lo que buscan o si tienen que salir de esta página porque no ofrecen lo que buscamos.

Los errores más comunes son:

- Una descarga larga y excesiva
- Un uso excesivo de publicidad, elementos no funcionales, etc.
- Elementos activos (enlaces, etc.) que no cambian el comportamiento con la interacción del usuario (enlaces que no varían de color, etc.)
- Textos largos y/o sin divisiones
- Páginas que necesitan de mucha atención o tiempo
- Cargar el home page con animaciones, es cansado para el usuario
- El scroll excesivo

- El empleo de marquesinas, textos que se desplazan o animaciones constantes
- El mayor error es que la información esté desactualizada.

LECTURA DE AMPLIACIÓN: TEST DE USABILIDAD

En la siguiente lectura de ampliación (optativa) se profundiza en los test de usabilidad.

Fuente: Deyimar A. (Hostinger)

¿Qué son los test de usabilidad?

La prueba de usabilidad es una serie de **acciones para evaluar la facilidad de uso de tu sitio web** desde la perspectiva del usuario final.

Esta prueba involucra a un grupo de representantes para dar retroalimentación sobre la calidad de tu sitio web. Cuantas más dificultades se encuentren, más mejoras se necesitan.

No solo eso, la mayoría de las personas acuden a tu sitio web para necesidades específicas, como reservar un boleto o buscar información. A menudo dedican una cantidad de tiempo muy limitada para hacer tales cosas. Si tu sitio web no cumple con esas necesidades de manera fácil y rápida, pasarán a otro sitio web que lo hará.

Centrándose en brindar la mejor experiencia de usuario, las pruebas de usabilidad deberían cubrir todos los procesos de desarrollo de la creación de sitios web. Para desglosarlo, la prueba debe realizarse:

- Antes de tomar cualquier decisión sobre el diseño.
- Cuando necesitas más información en medio del proceso de desarrollo
- Cuando hay opiniones contradictorias sobre el diseño
- Cuando necesitas evaluar cosas después del lanzamiento

En resumen, se realizan tests de usabilidad en las etapas de lluvia de ideas, creación de prototipos y evaluación.

Dentro de cada etapa de la prueba, los participantes pueden estar acompañados por expertos, llamados investigadores de UX y diseñadores de UX, que serán responsables de todo el proceso de prueba.

Dependiendo del tipo de prueba, también pueden haber pruebas no moderadas. (Hablaremos un poco más sobre los tipos de test de usabilidad más adelante).

En general, las pruebas de usabilidad están diseñadas para pedir a los participantes que realicen ciertas tareas y tomen nota de los hallazgos.

Por ejemplo, puedes pedirle a un participante que reserve un vuelo unidireccional más barato desde el Aeropuerto Internacional JFK en Nueva York al Aeropuerto Internacional Heathrow en Londres en una fecha específica, y que luego te comente qué tan fácil es el proceso.

Hay parámetros básicos para a evaluar en un test de usabilidad. Los investigadores no solo pueden recopilar los resultados fácilmente, sino que también mejorarán la precisión de los resultados.

Fácil de usar

Si tu sitio web está bien diseñado, habrán muchos participantes que completarán la tarea dada sin ninguna dificultad.

Eficiencia

Cuanto menos tiempo se necesite para terminar una tarea, mejor será tu diseño.

Errores

Sin lugar a dudas, tus desarrolladores web corregirán los errores antes de terminar un proyecto. Sin embargo, si durante la prueba, se encuentran errores gramaticales o anomalías de diseño, los participantes te ayudarán a detectarlos.

Satisfacción

Si tus participantes pueden terminar las tareas pero tienen quejas, debes mejorar los niveles de satisfacción.

¿Cuáles son los tipos comunes de test de usabilidad?

Existen muchos tipos de pruebas de usabilidad, pero nos gustaría mencionar **tres** de ellas que son las más relevantes.

Test de usabilidad en persona o interna

Este tipo de pruebas de usabilidad se realiza in situ, moderado y observado por los investigadores.

Si bien los participantes podrían ser tus empleados, contratados para realizar tales pruebas, sería mejor usar un par de ojos nuevos para obtener resultados imparciales.

Existen algunas técnicas populares para este tipo de test de usabilidad web:

- **Seguimiento ocular:** para saber dónde miran los participantes en una sola página
- **Clasificación:** ideal para la construcción de estructuras y navegación o etiquetado
- **Pruebas A/B:** excelentes para comparar dos diseños

Prueba de usabilidad remota no moderada

Este tipo de test de usabilidad no es in situ ni moderada por los investigadores para eliminar cualquier problema que pueda ocurrir.

Con este método, puedes usar tus propias herramientas en línea y llegar a tantos participantes como necesites de todo el mundo. No solo puedes obtener los resultados más rápido, sino que esta prueba también será la más conveniente para los participantes.

Existen muchos servicios en línea que te pueden ayudar a realizar dichas pruebas. Para el seguimiento ocular, puedes probar Gazepoint o RealEye que recopilará datos de lo que la gente ve a través de las cámaras web.

Para los tipos de prueba de clasificación de tarjetas, es Optimal Workshop (en

inglés) para aprender cómo los participantes organizarían tu contenido. Y para las pruebas A/B, puedes intentar con Convert y VWO para dirigir la prueba.

Pruebas moderadas de usabilidad remota

Este tipo de pruebas de usabilidad es algo entre los tipos de pruebas remotas en persona y no moderadas.

El mayor beneficio de realizar este tipo de prueba es que puedes obtener resultados de alta calidad rápidamente mientras mantienes a los participantes cómodos.

Si no tienes las mejores herramientas para las pruebas remotas, es posible que encuentres resultados poco claros para ciertos puntos. Por otro lado, las pruebas en persona pueden tomar más tiempo para obtener resultados.

Para este tipo de tests de usabilidad, puedes probar Loopback o Userlytics que es más avanzado.

Estos tres tipos de métodos de prueba de usabilidad tienen sus propios pros y contras, por lo que debes elegir los mejores tipos para tu sitio web.

Ahora, continuemos con cómo hacer un test de usabilidad de tu web.

6 pasos para realizar pruebas de usabilidad de un sitio web

Hay **seis pasos** para realizar pruebas de usabilidad de un sitio web.

1. Determina qué medir

Como punto de partida, debes indicar claramente lo que deseas lograr con las pruebas y qué parte del sitio web es el objetivo.

Por ejemplo, ¿solo deseas saber cómo los usuarios reservarán un ticket con éxito? ¿O quieres descubrir cómo un nuevo diseño podría ayudar a la experiencia del usuario?

Si bien siempre se recomienda hacer una prueba a la vez, lo más importante es definir tu objetivo claramente para que puedas medir bien la prueba.

2. Identifica el mejor método

Como mencionamos anteriormente, el método que usas para las pruebas de usabilidad es crucial.

Si deseas hacer una serie de pruebas que involucren a las mismas personas, puedes realizar pruebas en persona en el sitio. Pero, si deseas obtener resultados rápidos pero mantener la alta calidad con participantes de todo el mundo, puedes usar pruebas de usabilidad remotas moderadas.

Por ejemplo, con **Loopback**, puedes crear un enlace para que los participantes accedan. Luego, puedes pedirles que instalen la aplicación y que comiencen las pruebas. Si bien puedes dejar que hagan lo que quieran durante la sesión, aún tienes control sobre qué partes probar o qué acciones hacer.

3. Crea un escenario de tarea y establece tu tasa de éxito

El escenario de la tarea es algo similar a lo que hemos mencionado anteriormente sobre la reserva de un vuelo más barato de ida en una fecha determinada.

Ilustración de cómo reservar un vuelo más barato. Fuente: Booking.com

Una vez que establezcas el escenario, debes determinar tu tasa de éxito.

Supongamos que puedes incluir la facilidad de encontrar la página de reserva correcta como un indicador. Puedes determinar si los cuatro campos deben ser correctos todo el tiempo o si puedes tolerar errores en uno de los campos.

Además, es posible que desees incluir límites de tiempo para el proceso de reserva como un indicador de éxito.

4. Encuentra a los participantes

Las pruebas de usabilidad que realices deben ser efectivas y eficientes. Por eso, encontrar a los participantes adecuados es un factor muy importante.

En general, **cinco participantes** son ideales para cada sesión de prueba: se administra fácilmente y no cuesta mucho si utilizas servicios de terceros. Sin embargo, las etapas de desarrollo y el método de prueba determinan cuántos participantes se necesitan.

Para la etapa de desarrollo inicial, puedes usar el **método Hallway** donde puedes elegir personas al azar para probar tu sitio web. Sin embargo, con este método, es posible que no necesites estudiar primero al usuario ideal.

Por otro lado, en la etapa de desarrollo posterior, elegir a los participantes que están cerca de tu personalidad de usuario puede generar resultados más precisos. La **personalidad de usuario** es cualquier cosa que reflejen los usuarios reales de tus productos, incluidas sus características, necesidades y objetivos.

5. Realiza la prueba

Si bien puedes usar participantes aleatorios, no debes usar técnicas aleatorias para una sola sesión.

Dicho esto, al realizar la prueba, debes hacerla coherente en términos de la tarea y el orden, incluso para usuarios remotos no moderados. Pasar instrucciones claras y concisas a los participantes es útil.

Puedes informar cuánto durará la prueba, cómo deben comentar sus hallazgos y cuál es el objetivo de la prueba.

6. Analiza y reporta tus hallazgos

Dependiendo del tipo de prueba, puedes resumir los resultados y organizar los informes de acuerdo con tus objetivos. Puedes analizar los resultados mediante **análisis temático o correlacional**.

Si realizas la prueba solo, puedes crear un **mapa de viaje del cliente**. Esto es importante para obtener información memorable. Además, te permite obtener una perspectiva del usuario sobre el asunto.

Otro método es usar hojas de cálculo para clasificar cosas como pros y contras,

problemas mayores y menores, problemas normales y críticos, etc. Esto facilitará la planificación de cualquier mejora en el sitio web.

Si utilizas servicios de terceros, puedes elegir qué tipo de resultados obtendrán de ellos.

Conclusión

Los test de usabilidad web son importantes para que tu empresa obtenga el sitio web mejor diseñado posible que se centre en el usuario final.

Hay tres tipos de pruebas de usabilidad que puedes elegir según tus necesidades y objetivos. A saber, **en persona o en casa, pruebas de usabilidad remota moderadas y remotas no moderadas**.

Después de elegir un método, puedes realizar un test de usabilidad utilizando estos seis pasos:

1. **Determinar qué medir**
2. **Identificar el mejor método**
3. **Crear el escenario de la tarea y establecer la tasa de éxito**
4. **Encontrar a los participantes**
5. **Realizar la prueba**
6. **Analizar y reportar tus hallazgos**

Grupo Ciberimaginario | Manuel Gertrudix - Alejandro Carbonell | 2024/2025 | Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional. Los contenidos citados se ajustan a lo regulado en el art. 32 del TRLPI de España