



# GLOSARIO

## MÉTRICAS UX, USABILIDAD, EXPERIENCIA Y SATISFACCIÓN

### Importancia de medir en UX

Medir en UX significa evaluar de forma sistemática cómo interactúan los usuarios con un producto digital. La medición permite comprender qué tan eficiente, usable, valioso y satisfactorio es un producto. También permite identificar fricciones, oportunidades de mejora y priorizar cambios con impacto en negocio. Las métricas ayudan a tomar decisiones basadas en evidencia y a justificar inversiones de diseño ante stakeholders.

### Indicadores de Usabilidad

Conjunto de métricas utilizadas para evaluar qué tan fácil, eficiente y satisfactorio es para un usuario completar tareas dentro de un producto digital. Incluye tiempo de tarea, éxito de tarea, tasa de errores, clics necesarios y carga cognitiva. Permiten cuantificar qué tan usable es una interfaz de manera objetiva.

### Indicadores de Experiencia de Usuario (UX Metrics)

Medidas que capturan percepciones emocionales, satisfacción, confianza y fluidez que el usuario experimenta durante el uso del producto. Evalúan aspectos como claridad, agrado, eficiencia percibida y resolución de necesidades. Complementan las métricas de usabilidad al incluir la dimensión humana y subjetiva del uso.

### Tasa de Éxito de Tareas (Task Success Rate)

Porcentaje de usuarios que completan correctamente una tarea específica en un producto digital. Permite evaluar si los flujos están bien diseñados y si la interacción es clara. Una tasa baja indica problemas de navegación, etiquetas confusas o pasos innecesarios.



## Tiempo de Tarea (Time on Task)

Cantidad de tiempo que tarda un usuario en completar una acción o flujo. Mide eficiencia y fluidez. Un tiempo elevado puede indicar complejidad, mala arquitectura de información o decisiones poco intuitivas.

## Tasa de Error (Error Rate)

Número de errores cometidos por los usuarios al interactuar con una interfaz. Incluye selecciones incorrectas, clics errados, campos no completados y retrocesos. Una alta tasa de error indica fallas de diseño, ambigüedad o sobrecarga cognitiva.

## Carga Cognitiva (Cognitive Load)

Esfuerzo mental que el usuario necesita para comprender y completar una tarea. Aumenta cuando la interfaz no es clara, hay demasiada información o los pasos no siguen un orden lógico. A mayor carga cognitiva, menor usabilidad.

## Número de Clics (Click Count)

Cantidad de acciones necesarias para completar un flujo. Un número alto suele indicar interacción innecesariamente compleja. Se usa para optimizar procesos en e-commerce, formularios y flujos de registro.

## Drop-off Rate (Tasa de Abandono)

Porcentaje de usuarios que inician un flujo pero no lo terminan. Permite identificar puntos de fricción específicos dentro de un proceso, como checkout, onboarding o formularios.

## NPS (Net Promoter Score)

Indicador de lealtad que mide la probabilidad de que un usuario recomiende un producto o servicio a otros. Se basa en una sola pregunta clave:

"¿Qué tan probable es que recomiendes este producto?"

Genera tres segmentos: promotores, pasivos y detractores.

Sirve para evaluar satisfacción global, percepción de valor y fidelidad.



## CSAT (Customer Satisfaction Score)

Métrica de satisfacción inmediata que evalúa la percepción de un usuario después de una interacción específica.

Ejemplo: después de completar una compra, reservar un servicio o finalizar un soporte.

Mide el nivel puntual de agrado o desagrado y ayuda a mejorar microexperiencias.

## CES (Customer Effort Score)

Mide el nivel de esfuerzo que un usuario siente que debe realizar para completar una acción.

Una pregunta típica es:

¿Qué tan difícil o fácil fue resolver tu solicitud?"

Ayuda a identificar fricciones y optimizar experiencia en soporte, flujos complejos o tareas críticas.

## SUS (System Usability Scale)

Cuestionario estandarizado compuesto por 10 ítems con escala Likert del 1 al 5.

Evalúa la percepción global de usabilidad de un sistema.

Su cálculo:

- Ítems impares → (respuesta - 1)
- Ítems pares → (5 - respuesta)
- Total × 2.5

Entrega un puntaje de 0 a 100.

Es una de las métricas más utilizadas en la industria por su sencillez, comparabilidad y validación científica.

## UMUX y UMUX-LITE

Variantes modernas del SUS que miden usabilidad percibida pero con menos ítems (2 a 4 preguntas).

Se usan cuando se requiere una evaluación rápida sin cuestionarios largos y buscan correlacionar directamente con las metas de la organización.



## Google Analytics (GA o GA4)

Plataforma de analítica web que mide comportamiento real de usuarios:

- páginas más vistas
- rutas de navegación
- conversiones
- tiempo en página
- embudos de compra
- eventos personalizados

Permite identificar dónde fallan flujos, qué segmentos tienen menor rendimiento y qué optimizaciones generar.

## Hotjar

Herramienta que combina heatmaps, grabaciones de sesión, encuestas y embudos.

Permite observar dónde hacen clic los usuarios, cómo navegan, dónde se trapan y cómo se desplazan.

Ayuda a descubrir fricciones visuales y problemas de usabilidad desde la conducta real.

## Heatmaps (Mapas de Calor)

Visualizaciones que muestran los puntos de mayor interacción, clics, movimiento y scroll dentro de una interfaz.

Permiten identificar zonas ignoradas, elementos poco visibles y patrones de atención.

## Grabaciones de Sesión (Session Recordings)

Videos que muestran las acciones reales de los usuarios al navegar por un sitio o app.

Revelan comportamientos naturales, errores, frustraciones y confusiones imposibles de detectar con encuestas.

## Encuestas In-App / Microencuestas

Preguntas cortas dentro del producto que capturan feedback inmediato en contexto.

Se usan para medir satisfacción en un punto específico de la experiencia o validar nuevas funciones.



## Embudos de Conversión (Conversion Funnels)

Secuencia de pasos críticos que debe seguir un usuario (por ejemplo, agregar al carrito → ingresar datos → pagar).

Permiten detectar en qué paso exacto se caen los usuarios y qué tan eficiente es el flujo.

## Benchmarking de Métricas UX

Proceso de comparar el rendimiento de tu producto con estándares de la industria, competidores o datos históricos.

Permite contextualizar resultados: un SUS de 68 puede ser bueno o malo dependiendo del benchmark.

## Triangulación de Datos

Enfoque de análisis que combina múltiples fuentes (cuantitativas + cualitativas + analítica) para obtener conclusiones más precisas y validadas.

Reduce sesgos y mejora la calidad de insights.

## Indicadores Clave de Rendimiento (KPIs UX)

Métricas seleccionadas estratégicamente para evaluar el impacto del diseño en los objetivos de negocio.

Incluyen conversión, retención, abandono, satisfacción y frecuencia de uso.

## Modelo HEART (Google UX)

Marco para medir experiencia desde cinco dimensiones:

- Happiness (satisfacción)
- Engagement (interacción)
- Adoption (adopción)
- Retention (retención)
- Task Success (éxito de tarea)

Permite definir métricas estratégicas alineadas a crecimiento.



## Encuesta NPS

Formulario corto compuesto por:

- Pregunta NPS
- Motivo de la calificación
- Pregunta opcional para segmentar

Se utiliza para medir satisfacción general y predecir fidelidad.

Es una métrica estratégica para marketing, producto y UX.

## Escala Likert

Tipo de escala usada en encuestas para medir acuerdo o desacuerdo en gradienes de 1 a 5 o de 1 a 7.

Es común en cuestionarios SUS, CSAT y encuestas de percepción.

## Encuesta de Satisfacción General

Formulario con preguntas orientadas a evaluar percepción global del producto.

Incluye claridad, facilidad de uso, utilidad, estética y confianza.

## Reporte de Métricas UX

Documento que presenta resultados cuantitativos y cualitativos obtenidos del análisis de usabilidad y experiencia. Incluye gráficos, comparaciones, tablas, insights, conclusiones y recomendaciones para mejorar el producto. Es el entregable clave para que equipos de diseño y desarrollo tomen decisiones informadas.

## Dashboard UX

Visualización en tiempo real de las métricas más relevantes del producto, integrando herramientas como GA4, Hotjar y encuestas. Permite monitorear el rendimiento de la experiencia y detectar anomalías rápidamente.

## KPI UX Mejorable (Opportunity KPI)

Métrica con espacio claro de mejora, especialmente cuando está relacionada con abandono, esfuerzo, insatisfacción o baja conversión.

Sirve para priorizar acciones de diseño basadas en impacto.