



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 \rightarrow (respuesta - 1)
- Ítems pares \rightarrow (5 - respuesta)
- Total \times 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 traban 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 (cualitativas + cuantitativas + 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 gradientes 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.