



# GLOSARIO

## MÉTODOS Y HERRAMIENTAS DE RESEARCH UX

### Inmersión Contextual (Contextual Inquiry / Estudio de Campo Etnográfico)

Método cualitativo en el que el investigador observa y acompaña al usuario en su entorno real de uso (trabajo, hogar, calle, oficina). Permite comprender de forma directa sus comportamientos, hábitos, flujos naturales y restricciones reales. Se basa en observar lo que el usuario hace, más que lo que dice.

### Estudio Etnográfico Digital

Adaptación del enfoque etnográfico tradicional al entorno digital. Analiza cómo los usuarios interactúan con plataformas online en su vida cotidiana y en contextos naturales (comunidades, foros, redes sociales).

### Entrevistas Estructuradas

Conversación guiada con un guion rígido. Todas las preguntas se realizan en el mismo orden y forma. Garantiza comparabilidad pero es menos flexible.

### Entrevistas Semiestructuradas

Método cualitativo flexible basado en un guion, pero permite profundizar, seguir temas emergentes y adaptar preguntas según la conversación. Es el formato más usado en User Research.

### Entrevistas en Profundidad (In-depth Interview – IDI)

Versión extendida de las entrevistas semiestructuradas. Busca comprender motivaciones profundas, creencias y patrones de comportamiento.



## Focus Group

Dinámica grupal moderada donde 6–12 personas discuten sobre un producto, concepto o experiencia.

Permite acceder a percepciones colectivas, debates y comparaciones de experiencias.

## Encuestas Presenciales

Instrumentos estructurados llenados cara a cara.

Permiten control y aclarar dudas, pero son más costosas en tiempo.

## Encuestas Online / Encuestas a Distancia

Método cuantitativo masivo y rápido para recopilar datos numéricos sobre percepciones, comportamientos, preferencias y hábitos.

Usa escalas como Likert, NPS, matrices, selección múltiple, etc.

## Card Sorting (Clasificación de Tarjetas)

Método para estructurar o evaluar la arquitectura de información.

Los usuarios agrupan tarjetas con contenidos y definen o interpretan categorías.

Tipos:

- **Abierto:** el usuario crea categorías.
- **Cerrado:** categorías predefinidas.
- **Híbrido:** mezcla de ambos.

## Investigación Actitudinal

Estudia lo que los usuarios dicen, creen o sienten.

Ejemplo: entrevistas → “Creo que este proceso es confuso”.

## Tree Testing (Prueba de Árbol)

Método opuesto a Card Sorting.

Evalúa si los usuarios pueden encontrar información en una estructura jerárquica ya definida.

Se mide: éxito, tiempo, pasos necesarios, confusiones.



## Diagramas de Afinidad (Affinity Diagram)

Técnica para organizar grandes volúmenes de información cualitativa (notas, insights, quotes) agrupándolos en categorías temáticas.

Es clave en la etapa de síntesis de investigación.

## Mapa de Empatía

Herramienta para comprender de manera integral al usuario:

- qué piensa
- qué siente
- qué ve
- qué oye
- qué dice
- qué hace

Permite empatizar y descubrir insights ocultos.

## Proto-Persona

Representación preliminar del usuario basada en supuestos internos (no en investigación).

Se usa en fases iniciales para definir hipótesis sobre segmentos y motivaciones.

## User Persona

Representación detallada y basada en investigación del usuario ideal.

Incluye datos reales, comportamientos, frustraciones, motivaciones y objetivos.

Guía decisiones de diseño.

## Benchmarking de Usabilidad

Análisis comparativo de productos similares para identificar buenas prácticas, estándares, problemas comunes, diferenciales y oportunidades de mejora.



## A/B Testing

Prueba controlada en la que se comparan dos versiones de un elemento (A vs B) para medir cuál genera mejores resultados. Se utiliza en optimización de productos digitales, landing pages y flujos de conversión.

## Test de Concepto (Concept Testing)

Evaluación preliminar de una idea, propuesta de valor, flujo o interfaz antes de prototipar. Permite validar interés, entendimiento y viabilidad con usuarios.

## Test de 5 Segundos (Five-Second Test)

Prueba rápida donde un usuario mira una interfaz por 5 segundos y luego responde:

- ¿qué entendió?
- ¿qué recuerda?
- ¿qué cree que hace la página?
- Sirve para medir claridad, jerarquía y comunicación visual.

## Test de Guerrilla (Guerrilla Testing)

Prueba de usabilidad rápida, informal y de bajo costo, realizada con usuarios casuales en entornos naturales (cafeterías, edificios, coworks).

Permite validar ideas rápido sin planificación compleja.

## Test Presencial

Prueba de usabilidad tradicional en la que se observa al usuario en persona dentro de un entorno controlado o oficina.

Permite ver lenguaje corporal, reacciones y microgestos.

## Test Digital o Remoto

Prueba realizada de forma online mediante plataformas de testeo.

Permite alcanzar usuarios de diversas regiones sin logística presencial.



## Encuesta Estructurada

Cuestionario diseñado con secuencia, escala y variables definidas. Incluye preguntas cerradas, escalas Likert, matrices, ordenamiento, etc.

Permite análisis estadístico.

## Guion de Entrevista (Interview Script)

Documento que define objetivos, preguntas principales, preguntas de profundización y secuencia temática para guiar una entrevista.

## Protocolo de Prueba de Usabilidad

Documento que especifica:

- contexto
- tareas a realizar
- instrucciones para el usuario
- criterios de éxito
- métricas a recolectar
- preguntas pre y post sesión

## Guion de Concept Testing

Instrumento para evaluar ideas a través de imágenes, descripciones o prototipos de baja fidelidad.

## Sesión Moderada

Prueba conducida por un investigador que guía, observa, pregunta y profundiza durante el test.

## Sesión No Moderada

Prueba que el usuario realiza solo, bajo instrucciones automáticas en una plataforma.

Se usa en estudios masivos.



## UsabilityHub (ahora parte de Lyssna)

Plataforma para realizar:

- tests de 5 segundos
- preference testing
- click testing
- surveys
- prototyping feedback

Ideal para validar UI y contenido de forma rápida.

## Google Optimize (ahora integrado con GA4 / Firebase)

Herramienta para experimentación y A/B testing en webs.

Permite implementar variantes visuales sin programar.

Muy usada para optimizar conversiones.

## Optimal Workshop

Suite profesional para investigación:

- Card Sorting
- Tree Testing
- First Click Testing
- Surveys
- Heatmaps
- Provee métricas profundas y reportes visuales.

## Google Analytics (GA4)

Plataforma de analítica digital que permite medir:

- flujo de usuarios
- conversiones
- comportamiento en la navegación
- rutas de interacción
- datos demográficos
- eventos y embudos

Se usa para investigación cuantitativa y para definir hipótesis.



## Herramientas de Grabación y Heatmaps (Hotjar, FullStory, Clarity)

Permiten ver:

- mapas de calor
- grabaciones de sesiones
- scroll depth
- rage clicks

Muy útiles para estudios conductuales cuantitativos.

## Herramientas de Prototipado para Testing

Figma, Adobe XD, Axure, Sketch.

Se usan para crear prototipos navegables para pruebas de usabilidad.

## Levantamiento de Necesidades

Proceso sistemático para comprender:

- qué necesita el usuario
- qué problemas enfrenta
- qué limita su comportamiento
- qué tareas realiza

Se obtiene mediante entrevistas, encuestas, pruebas y observación.

## Caracterización del Comportamiento del Usuario

Comprender cómo actúa un usuario en situaciones reales:

- decisiones
- frecuencia
- hábitos
- dificultades
- motivaciones

Incluye análisis actitudinal y conductual.



## Insight Acción (Actionable Insight)

Descubrimiento profundo útil para la toma de decisiones.

No es un dato: es una interpretación estratégica que explica por qué ocurre algo y qué hacer al respecto.

## Priorización de Hallazgos

Métodos como:

- matriz impacto/esfuerzo
- matriz severidad
- RICE
- MoSCoW

Permiten tomar decisiones informadas en base a evidencia.

## Reporte de Research

Documento final que presenta findings, métricas, citas, capturas, patrones y recomendaciones accionables para equipos de diseño y producto.