

Informe de Usabilidad



Prototipo Web / Equipo:
[Artesanía Nazarí / LosEpsilonDelta]

DUNNO

3/6/2023

ver. 1.1 (2023/05/10)

Tabla de contenidos

Tabla de contenidos.....	2
Landing page ‘Taller de artesanía’.....	3
Descripción del Website.....	4
Resumen ejecutivo.....	5
Metodología.....	6
Participantes.....	6
Evaluación de tareas /escenarios.....	7
Cuestionario SUS.....	8
Resultado SUS y explicación.....	9
Evaluación del heatmap.....	9
Conclusión.....	17
Recomendaciones.....	17
URLs de interés.....	18

Report Template

Adaptación del documento *Report template usability test* de usability.gob

<https://www.usability.gov/how-to-and-tools/resources/templates/report-template-usability-test.html>

Landing page 'Taller de artesanía'

Landing page de la página 'Taller de artesanía'



Taller de artesanía

"Transforma tu creatividad en obras de arte nazarí"

- 1 Sumérgete en la cultura nazarí**
La ciudad donde mejor podrás experimentar una sensación de inmersión en el reino nazarí
- 2 Aprende de los mejores**
Reserva un curso a tu nivel. ¡Estarás supervisado por expertos en la materia!
- 3 Adquiere productos únicos**
Tendrás la oportunidad de obtener piezas de cerámica nazarí creadas por auténticos maestros

¡Reserva ya!

Transporte incluido - guía oficial - demostración en vivo - pieza de regalo

Síguenos en redes sociales:

www.artesanianazari.es

<https://github.com/AlvaroRodriguezGallardo/DIU>

Descripción del Website

Se presenta la página web de una empresa que ofrece talleres de cerámica para realizar para todo tipo de personas. Permite ver ejemplos de las actividades y la cerámica. También permite ver cómo trabajan, además de ofrecer reservas para los talleres. Diferencia a los usuarios por nivel de conocimiento en la artesanía. Además, incluye una tienda que ofrece la posibilidad de comprar productos de forma online.

Como página principal, se proporciona una *Landing Page* que resume lo que se puede hacer e invita al usuario a participar en las actividades. También existe una página de inicio de la web donde se muestra algo de información de la empresa y algunos comentarios de usuarios que han realizado las actividades.

La aplicación cuenta con diferentes secciones organizadas de una manera, a grandes rasgos, aceptable, donde se puede encontrar la sección del taller, donde se muestra la información de las actividades que se ofrecen y una galería de fotos que permite al usuario hacerse una idea de lo que se va a encontrar.

Por otro lado, se ofrece una sección de reservas para que el usuario seleccione la actividad que desea realizar y donde puede elegir el nivel de dificultad, el número de personas que van a participar y la fecha en que desea realizar el taller. Para los datos introducidos, se muestra la disponibilidad para realizarlo.

Como se ha mencionado, se incluye una sección para una tienda online en la que se pueden adquirir productos de cerámica y que consiste en una lista de los productos que se pueden adquirir con un filtro por categorías. Cada producto cuenta con una imagen y una línea para su descripción, no se dispone de una página en la que poder ver algunos detalles adicionales del elemento. A la hora de finalizar un pago, se proporciona una página en la que se listan los productos seleccionados junto a su precio y al coste total.

Finalmente, se incluye una página de información de contacto para que el usuario pueda realizar cualquier tipo de petición o consulta.

Resumen ejecutivo

El equipo que ha desarrollado este test ha sido el equipo DUNNO y en él han participado 5 personas reales las cuales tienen distinto rango de edad y distinto grado de experiencia en internet. Su desarrollo se ha basado en el cuestionario SUS de A/B testing y la generación de un heatmap a través de eye-tracking de la página

El cuestionario SUS (System Usability Scale) de A/B testing cuestionario compara dos opciones, una opción A y una opción B, con la finalidad de medir la interacción de cada usuario con cada opción. En nuestro caso las dos opciones serán nuestra propia página web '[Where2Go](#)' , y la página web de '[Artesanía nazarí](#)'. Para realizar este test se les ha pedido a nuestras 5 personas que realicen una serie de tareas concretas en ambas páginas y tras realizarlas responder a 10 preguntas sobre cada una de ellas. Estas preguntas son las preguntas del cuestionario SUS. Las puntuaciones de estas preguntas se dan del 1 al 5, siendo el 1 'en desacuerdo' y el 5 'totalmente de acuerdo' con la cuestión. Esto nos permite obtener un valor numérico por usuario, el cual se puede trasladar a una escala de adjetivos para saber el estado de la página según el usuario y así poder compararlas entre ellas.

Sin embargo, en este documento nos centraremos únicamente en la opción B, 'Artesanía nazarí', donde se encontrará el resultado de la realización de las tareas y sus puntuaciones con respecto a las preguntas realizadas, aún así, al final del documento se encontrarán una serie de enlaces mediante los cuales se puede acceder tanto al formulario de las preguntas del cuestionario SUS y sus resultados y el cálculo de las puntuaciones del cuestionario tanto para la opción A como la opción B.

Una vez que todas las personas han realizado las tareas y el test, se ha llevado a cabo una conclusión tanto del resultado SUS como de la página en su totalidad así como una serie de recomendaciones para poder mejorar la página y su puntuación.

Por último, se ha añadido una sección de heatmap/mapa de calor, que mide qué parte de la página ven más los clientes de la página web para poder analizar sus interacciones. Para este experimento, se ha pedido realizarlo a una persona distinta a los usuarios anteriores, ya que se necesita que no haya visto previamente la página web. Esta vez, la acción a realizar ha sido intentar que pida un producto y llegue a la cesta de la compra para pagarlo. Con este ejercicio se ha intentado observar dos cosas, la primera es que toda la acción ocurra lo más intuitiva posible y la segunda es que la primera vez que se fije en la página siga con la mirada un recorrido con forma de 'F' o 'Z' a través de ella.

En general, se han detectado algunos de los defectos del sitio, pero también se ha observado que la simplicidad del sitio hace que la experiencia sea más disfrutable, reduciendo el tiempo realizando actividades menos instructivas. No obstante, el estilo de las páginas sufren de bastantes errores de diseño ya que hay problemas de cohesión entre ellas.

Metodología

En la realización de este test de usabilidad primero se les ha pedido a los usuarios que realicen unas tareas determinadas, apuntando en cada caso si han podido ser realizadas o no por cada uno. Después, se les ha pedido que contesten a una serie de preguntas con una puntuación del 1 al 5, siendo el 1 en desacuerdo y el 5 totalmente de acuerdo. Estas preguntas son las del cuestionario SUS de A/B testing. Tras obtener sus resultados se ha pasado a un resultado numérico global y de ahí a una escala de adjetivos para poder calificar a la página, incluyendo una pequeña explicación de por qué se han podido obtener estos resultados en base a los defectos de la interfaz, el interés de la página y los puntos a mejorar.

La sección de heatmap se ha realizado con un programa llamado 'gazeRecorder', el cual a través de una pequeña configuración inicial es capaz de detectar en qué lugares se fija una persona en una página web y por cuánto tiempo, dando como resultado imágenes con zonas coloreadas como un mapa de calor.

Participantes

Las personas que han realizado el test han sido las siguientes:

1. Juan, un estudiante curioso. Tiene experiencia en internet, suele leer las cosas y hacerlo todo con pausa. Si algo está explicado con texto, mejor.
2. Miguel Ángel, es un estudiante, con interés pero sin ganas de dedicarle tiempo a indagar. Si los pasos para realizar una tarea no los ve a la primera, los puede dejar sin hacer. Tiene experiencia con internet y con manejo de dispositivos.
3. Nieves, se trata de una funcionaria que busca un entretenimiento en un taller de cerámica. A la vez que se ve atraída por poder adquirir algunos productos que pueda usar de decoración. Tiene una experiencia media-baja en tecnologías, buscando una forma sencilla de apuntarse a una actividad.
4. Víctor, se trata de una persona curiosa que busca aprender algo nuevo, aprender a crear elementos de cerámica o, simplemente, conocer cómo es el proceso para su creación es su objetivo.
5. Paulina, tiene poca experiencia en internet y en la reserva de actividades, por tanto los pasos a seguir tienen que estar bastante claros, si no está todo descrito no realizará la actividad.

Por otro lado, la persona encargada de realizar la prueba del heatmap ha sido Luisa, una filóloga entre 15 y 30 años, la cual cuenta con experiencia intermedia en internet. Al ser bastante aventurera no tiene miedo de registrar toda la página hasta realizar la tarea encomendada.

En la siguiente tabla, se especifican los detalles de todos los usuarios que han participado en las diferentes pruebas:

#id. usuario	Sexo/edad	Ocupación	Rol/Perfil (goals)	Experiencia internet	Plataforma	Conocimiento/ Experiencia con Aplicación/Web
1-Juan	Hombre 15-30	Estudiante	Metódico	Avanzado	Windows Android Tablet	Alto
2-Miguel Ángel	Hombre 15-30	Estudiante	Desinteresado, busca la forma más fácil	Avanzado	Windows / MAC / Linux Android IOS/Nokia	Alto
3-Nieves	Mujer 45-60	Funcionario	Relajada, buscando entretenimiento	Intermedio	Windows Android	Medio
4-Víctor	Hombre >=60	Jubilado	Curioso, interesado en aprender	Intermedio	Windows Android	Medio
5-Paulina	Mujer 45-60	Limpiadora	Miedo en páginas que no conoce	Bajo	Android Tablet	Bajo
6-Luisa	Mujer 15-30	filóloga	Aventurera, tiene mucha paciencia para las cosas	Intermedio	Tablet MAC/Linux	Medio

Evaluación de tareas /escenarios

Las tareas a realizar han sido las siguientes:

- 1- Comprar un producto
- 2- Reservar un taller según el propio nivel de la persona
- 3- Realizar una visita virtual
- 4- Contactar con la empresa
- 5- Mirar galería y buscar cierto tipo de elemento (filtros)

Participant	Task 1	Task 2	Task 3	Task 4	Task 5
1	✓	✓	✓	✓	✓
2	✓	✓	✓	✓	✓
3	✓	✓	-	✓	-
4	-	✓	✓	-	-
5	✓	-	-	✓	✓
Success	4	4	3	4	3
Completion Rates	80%	80%	60%	80%	60%

Tabla descriptiva del éxito en las tareas realizadas

Como podemos observar, las personas con mayor experiencia han podido realizar todas las tareas, mientras que las de experiencia media y baja no han sido capaces de realizar las 5 tareas, siendo las que más han fallado

Cuestionario SUS

Tras pasarle el formulario a nuestras 5 personas hemos obtenido los siguientes resultados:

CUESTIONARIO SUS	Valoracion User1 (entre 1-5)	Valoracion User2 (entre 1-5)	Valoracion User3 (entre 1-5)	Valoracion User4 (entre 1-5)	Valoracion User5 (entre 1-5)
1 Creo que me gustará visitar con frecuencia este website	5	1	4	3	4
2 Encontré el website innecesariamente complejo	1	1	1	1	4
3 Pensé que era fácil utilizar este website	5	4	5	5	3
4 Creo que necesitaría del apoyo de un experto para recorrer el website	1	2	1	1	2
5 Encontré las funciones del website bastante bien integradas	3	5	5	2	3
6 Pensé que había demasiada inconsistencia en el website	1	1	1	1	2
7 Imagino que la mayoría de las personas aprenderían muy rápidamente a utilizar el website	3	5	5	5	3
8 Encontré el website muy grande al recorrerlo	5	1	1	1	2
9 Me sentí muy confiado en el manejo del website	5	5	4	5	3
10 Necesito aprender muchas cosas antes de manejarlo en el website	1	1	1	4	5
VALORACION FINAL	80	85	95	80	52,5

Tabla resumen del test SUS para cada usuario, siendo 1 en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo

Podemos observar que como media total se ha obtenido un 78.5.

Una vez obtenidos estos resultados los transformaremos en una valoración por adjetivo basándonos en la siguiente escala:

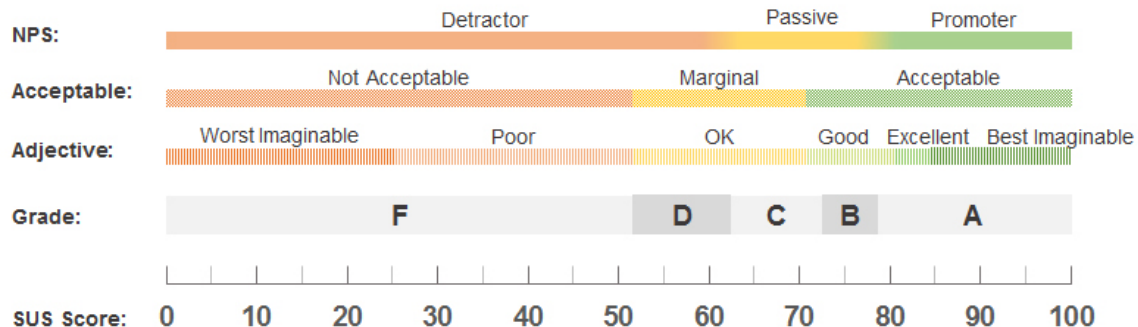


Tabla con distintas valoraciones que se pueden dar al resultado numérico del test

Como resultado individual obtenemos lo siguiente :

- Usuario 1: Excelente
- Usuario 2: Mejor imaginable
- Usuario 3: Mejor imaginable
- Usuario 4: Excelente
- Usuario 5: Ok

Mientras que, como resultado global, al obtener un 78.5, se ha calificado como una 'buena página'.

Hacemos esta separación entre usuarios individuales y resultados globales porque hemos visto interesante ver cómo los usuarios con más experiencia han valorado mejor la página que aquellos usuarios con nula experiencia

Resultado SUS y explicación

Con estos datos podemos llegar a una conclusión, y es que la página web está entre bien y excelente entre aquellas personas que cuenten con al menos un grado medio de conocimiento y experiencia en internet, sin embargo, para aquellas personas con un grado bajo de experiencia, la puntuación baja drásticamente a un Ok.

Esto es debido a que las acciones que hay que realizar para llevar a cabo las tareas no están lo suficientemente descritas y pueden dar lugar a confusiones. Sin embargo, para aquellas personas que conozcan más sobre Internet y su funcionamiento puede quedar más claro dónde se ha de buscar para realizar las acciones que quieren aunque no estén desarrolladas correctamente desde un principio.

Aún así, la simplicidad del sitio hace que pueda ser uno de sus puntos fuertes, ya que no se agobia al usuario con datos sin importancia a la hora de realizar las tareas. Por este motivo la conclusión global es que es una buena página web

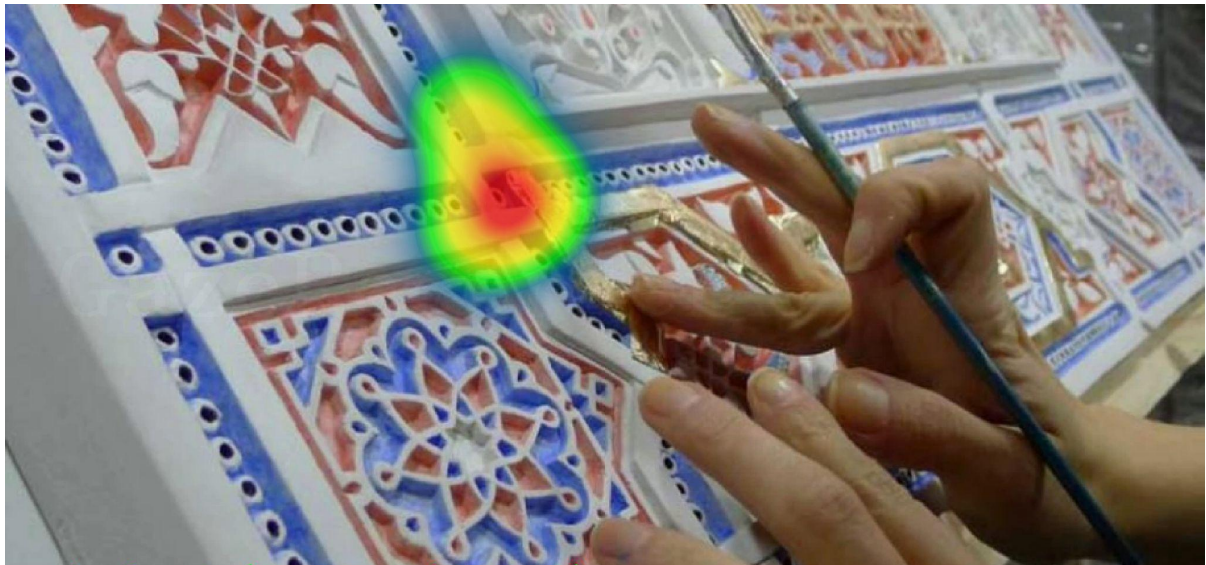
Evaluación del heatmap

Los resultados obtenidos del heatmap pueden resultar bastante extraños, ya que la aplicación utilizada no tiene soporte a día de hoy, entonces únicamente se cuenta con capturas de pantalla obtenidas directamente de la aplicación. Sin embargo, se ha descrito cual fue el flujo de actividad del usuario

A la primera página que accedió nuestra persona es a la landing page, cuyo heatmap podemos ver más abajo. Como podemos observar, lo primero en lo que se fija la persona es en la imagen, la cual ocupa la mayor parte de la pantalla, luego se fija por un tiempo en el título de la página para luego bajar su vista al botón de '¡Reserva ya!'.

Aquí podemos observar un pequeño problema, y es que dependiendo del navegador, lo primero que se ve es dicha imagen principal, la cual no da ninguna información sobre qué es lo que se anuncia al no contar con ningún texto en ella, llama la atención del usuario, pero no sirve para que sepa de qué se trata la página hasta que no baje y lea el título

Sin embargo, el flujo de actividad es bastante bueno, ya que al estar todo en vertical permite al usuario centrarse directamente en el centro y no tener que estar mirando a distintos puntos de la pantalla para encontrar la información necesaria. Aparte, el contraste del botón con los colores de la página hace que sea bastante llamativo y el usuario sepa dónde pulsar para acceder a la página principal



Taller de artesanía

“Transforma tu creatividad en obras de arte nazarí”

GazeRecorder (Non-commercial use only) 1

Sumérgete en la cultura nazarí

2

Aprende de los mejores

Reserva un curso a tu nivel. ¡Estarás supervisado por expertos en la materia!

3

Adquiere productos únicos

Tendrás la oportunidad de obtener piezas de cerámica nazarí creadas por auténticos maestros

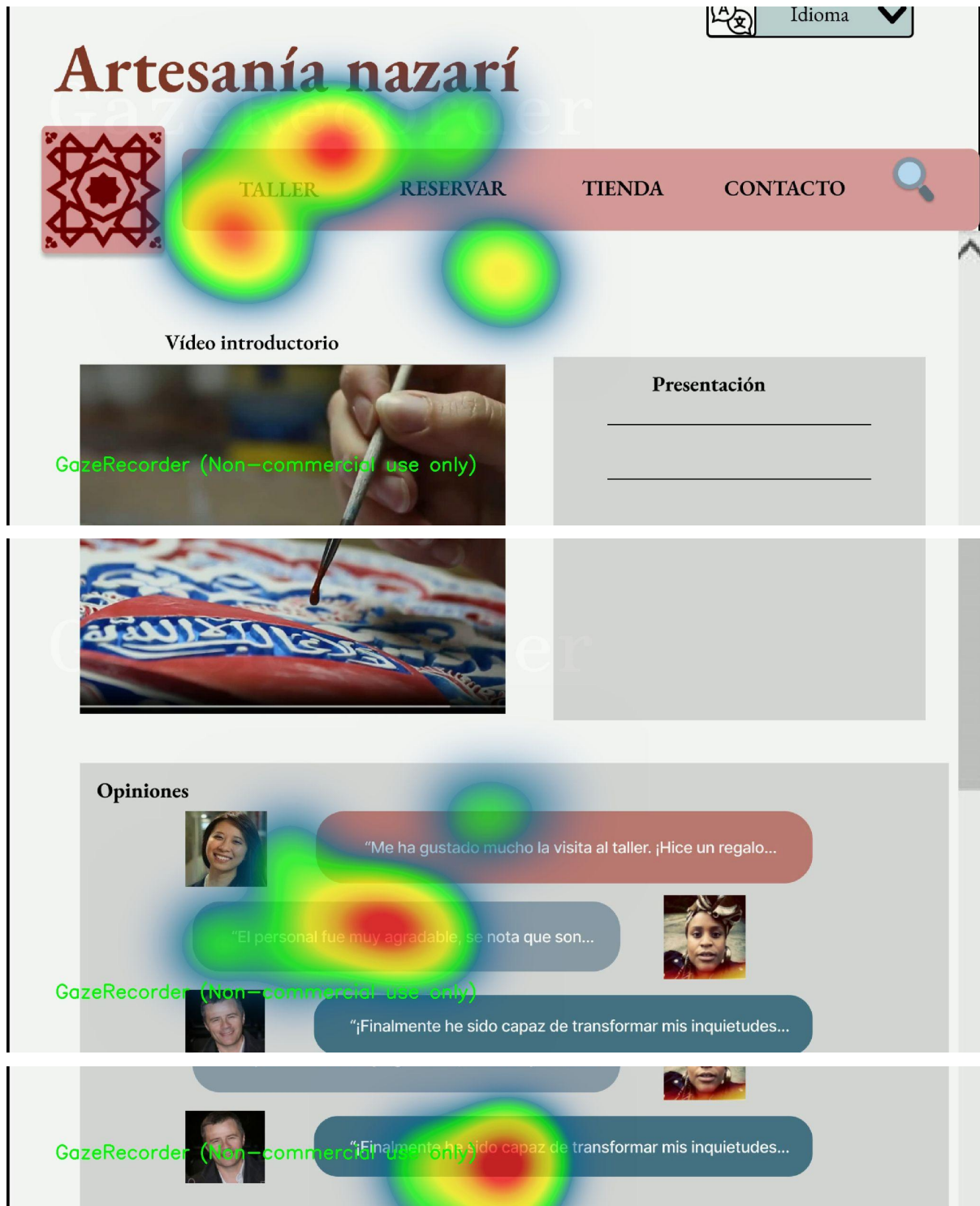
GazeRecorder (Non-commercial use only)

¡Reserva ya!

GazeRecorder (Non-commercial use only)

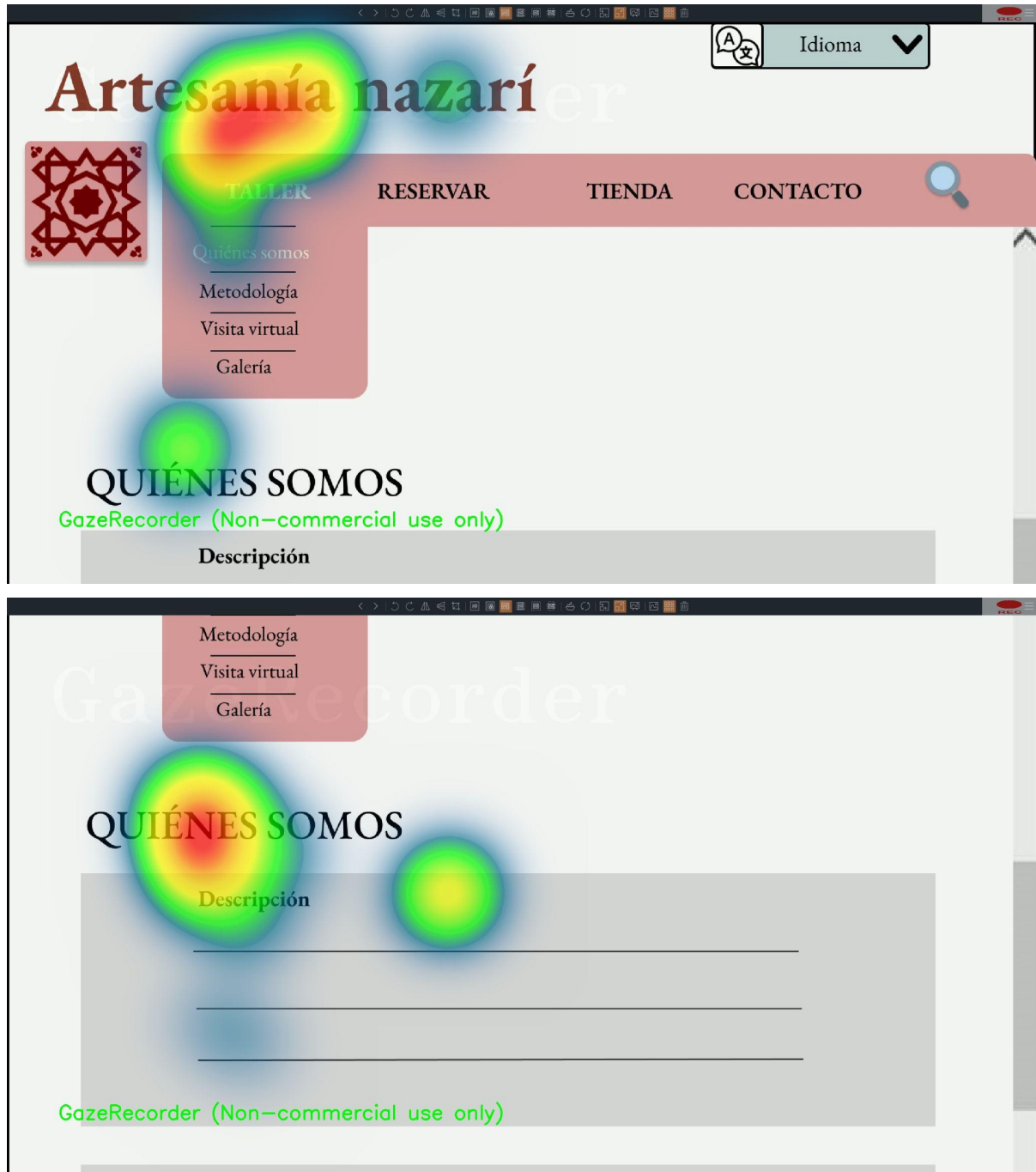
Heatmap de la landing page

Una vez dentro de la página web el usuario se encuentra con la página principal, donde observa lo siguiente:



Nuestra usuaria se centró sobre todo en el menú superior y en la zona de comentarios. Igual que en el heatmap anterior, la navegación es bastante buena ya que se centra en los aspectos importantes de la página siguiendo una forma de Z (Lee el menú de arriba, vería el video y luego bajaría a ver los comentarios).

Para obtener más información de quién es la empresa y que es lo que ofrece la página decide buscar más información, para ello se va a la barra de navegación y pulsa en talleres:



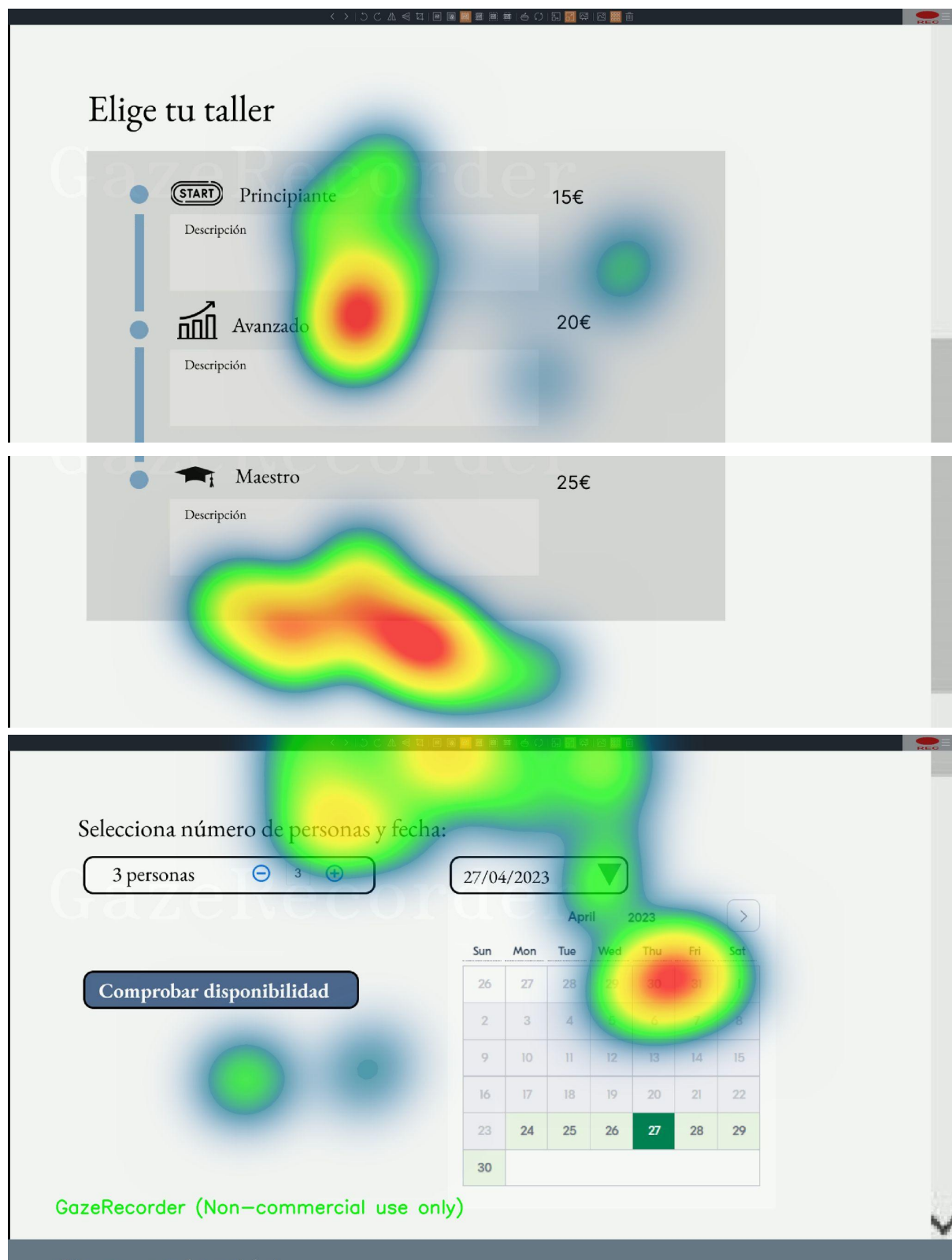


Heatmap página 'Quiénes somos'

La navegabilidad en esta página es similar a las otras, aunque la persona solo se centra en los títulos, pues los apartados no contienen texto descriptivo.

A continuación, se pasa a la selección del taller, donde podemos comprobar que se fija en todos los elementos importantes de la página, siguiendo en orden todas aquellas acciones que son necesarias para realizar la reserva del taller.

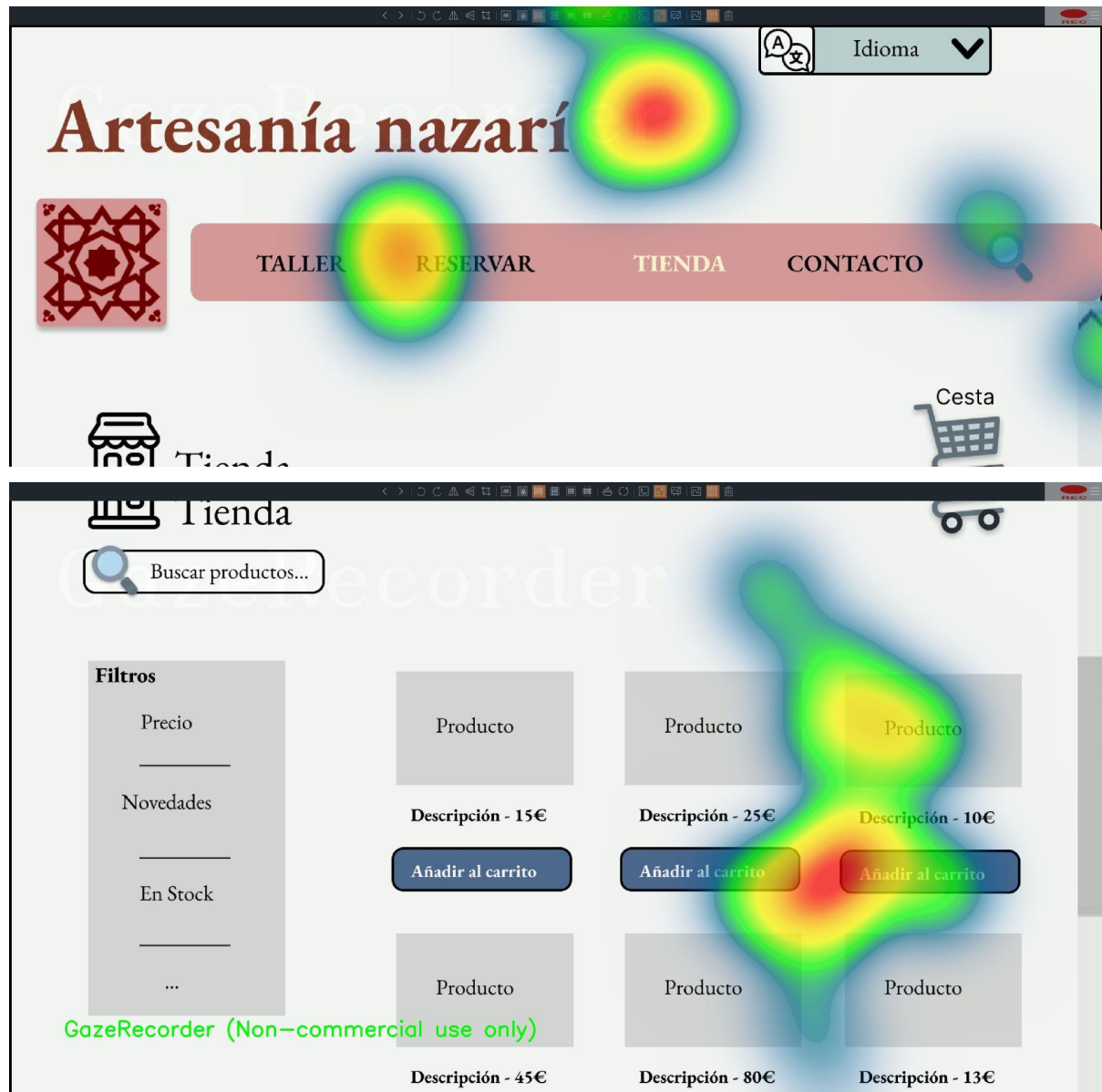
Primero se ve cómo observa los talleres disponibles, escogiendo uno que se adapte a su nivel de conocimiento, luego selecciona directamente las personas que van a asistir al taller y por último escoge una fecha para la disponibilidad. De nuevo, se muestra una navegabilidad en forma de 'Z', salvo en la última sección, donde para que el flujo sea correcto del todo se debería de intercambiar el botón de 'Comprobar disponibilidad' con el calendario disponible.



Heatmap página de reserva

Después nuestra usuaria decide visitar la tienda disponible.

El curso de acción pasa por pulsar la tienda y ver viendo todos los productos disponibles de izquierda a derecha, escogiendo en un supuesto caso aquellos que le haya llamado la atención. Pese a ver todos los productos disponibles, nuestra usuaria no se fija en la sección de filtros de la tienda.





Heatmap de la página de la tienda

Para finalizar la tarea completamente pulsa en la cesta, donde realiza lo siguiente:



Heatmap del carrito de la compra

Aquí se puede observar que la usuaria se fija tanto en los productos como en su cantidad y en el buscador.

Conclusión

En general la página presenta un diseño agradable que hace que los usuarios se sientan cómodos navegando por ella, además, la simplicidad y el hecho de contar con pocas páginas que pueden entrelazar mucho el contenido ayuda a que los usuarios realicen las operaciones deseadas de una forma rápida, fácil e intuitiva. Asimismo, la navegabilidad del sitio es bastante acertada, ya que inconscientemente la persona sigue el flujo de interacción esperado para realizar las actividades que se proponen, y donde sólo hay que hacer pequeños cambios en ciertas páginas concretas

Sin embargo, esta simplicidad puede ponerse en contra cuando el usuario busca algo más de información sobre ciertos elementos del sitio, pues no queda muy claro dónde se puede buscar más información. Por ejemplo, sería recomendable una página propia con más información de cada taller disponible o una página por producto donde se incluyan aspectos relacionados a él.

Por otra parte, hay algunos fallos de congruencia en el estilo entre las distintas páginas que forman la página web, las cuales desarrollamos en el siguiente apartado

Recomendaciones

Las siguientes recomendaciones las hemos extraído de las opiniones de los diferentes usuarios así como de la experiencia propia y el análisis en profundidad de la página web:

- Cambiar el nombre de 'TALLER' de la barra de búsqueda para evitar confusiones, en nuestro caso, inicialmente no entendíamos si se refería al lugar donde se realizan las actividades o a las actividades en sí.
- El nombre de la página web no aparece en la landing page.
- Los iconos de las redes sociales se cortan (a veces)
- El título del icono de la cesta varía el color según la página
- Los títulos de cada subpágina, tiene un estilo distinto (mayúsculas, negrita, tamaños). Además de que solo la página de tienda tiene un icono.
- Unificar las fuentes empleadas, especialmente entre la *Landing Page* y el resto de la web. Resaltar, además, que en la página de inicio se emplea una fuente para las opiniones que no se emplea en ningún otro sitio de la página.
- Usar menos tamaños distintos de letra entre las páginas
- Corregir el alineamiento de distintos elementos: secciones de menús desplegables, del texto de la landing page y de secciones dentro de la misma página (galería y página principal). Para mejorar la presentación.
- El estilo de la página web no es uniforme, la barra superior tiene esquinas redondeadas, mientras que el resto de menús no las tienen, excepto los botones, que además tienen un borde negro.
- Añadir algunas páginas de información adicional para los productos en las que se pueda consultar en más detalle el proceso de fabricación, el tiempo que tiene y otros datos que pueden ser interesantes para aquellas personas que buscan el lado más instructivo de la página. Y, en especial, se recomienda añadir una página de información para los talleres, para conocer el programa detallado de cada actividad, el número de sesiones, la duración del taller...

URLs de interés

- Página Artesanía Nazarí : <https://github.com/AlvaroRodriguezGallardo/DIU>
- Página Where2Go : <https://github.com/YarasAtomic/DIU/tree/master/P4>
- Formulario con los resultados del test SUS de A/B testing :
https://docs.google.com/forms/d/1CKIWD98YybQ_bytcoEF-NJH3qAdw0yWqQYsA4lD3WmI/edit
- Exel con los resultados del test SUS de A/B testing :
<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1iIGGpuEuZtgwWKBLBEOxAaRCBn0ZXPtr/edit?usp=sharing&ouid=116145520991636081364&rtpof=true&sd=true>
- Gaze Recorder <https://gazerecorder.com/>