

INFORME DE EVALUACIÓN DE USABILIDAD CON USUARIOS

**Evaluadores (grupo 6): Daniel Soto Liborio, Mourouguesh
Coundjidapadame, Alejandro Sanchez Ramirez, Alejandro Gallego
López**

Índice

Resumen Ejecutivo	3
Introducción.....	4
Descripción completa del producto	4
Objetivos del test.....	4
Objetivo principal	4
Objetivos Secundarios.....	4
Método	5
Participantes	5
Contexto del uso del producto en la prueba	5
Tareas	6
Contexto de la prueba	6
Entorno informático del participante	6
Herramientas de administración de la prueba	6
Diseño Experimental	7
Procedimiento	7
Métricas de usabilidad	8
Eficacia	8
Eficiencia	8
Satisfacción	8
Resultados.....	9
Análisis de datos (Tareas).....	9
Puntuación de los datos	9
Cumplimiento de la tarea.....	9
Tiempo de tarea.....	10
Preguntas de ayuda para acabar las tareas	10
Análisis de datos (SUS)	10
Método de recopilación	10
Puntuación de los datos	10
Interpretación de los resultados	11
Presentación de resultados.....	12
Resultados de rendimiento	12
Tarea 1 – inspección web	12
Tarea 2 - Registro en el sitio	12
Tareas 3 - Búsqueda de un producto específico	13
Tarea 4 - Compra de un producto añadido a la cesta.....	13

Satisfacción (SUS)	14
Conclusiones Usabilidad	15
Problemas usabilidad detectados por los usuarios	15
Soluciones propuestas	16
Conclusiones Prueba	17
Referencias	18
Anexos	19
Instrucciones Generales para los participantes	19
Instrucciones sobre Tareas a realizar por los participantes	20
Cuestionario Pre-Test	20
Tarea 1 – Familiarizarse con el sitio web	20
Tarea 2 – Registro en el sitio web	20
Tarea 3 – Búsqueda de un producto específico	20
Tarea 4 – Compra de un producto añadido a la cesta	21
Consentimiento informado	21
Consentimiento de no divulgación y de grabación	21
Listado de problemas de usabilidad detectados por los participantes	22
Capturas pantalla de los problemas usabilidad detectados por los participantes	23

Resumen Ejecutivo

El Corte Ingles es el mayor grupo de distribución de España y Portugal compuesto por empresas de distintos formatos, siendo el principal el de grandes almacenes, pero vamos a centrarnos en evaluar su portal de compra online. En este portal es posible realizar la compra de una gran variedad de artículos, incluyendo moda, electrodomésticos, decoración, alimentación, muebles, tecnología, viajes, etc.

Doce participantes serán escogidos como candidatos para evaluar el sitio web. Después de unos 5 minutos familiarizándose con el entorno del sitio, se les ha propuesto a los participantes realizar 4 tareas específicas, típicas de las compras online:

1. Familiarización con el sitio
2. Registro en el sitio web.
3. Búsqueda de un producto específico.
4. Compra de un producto añadido a la cesta.

Todos los participantes realizaron la primera tarea de forma satisfactoria, en un tiempo medio de 1:56 minutos. Solo 11 participantes de 12 completaron correctamente la tarea 2 y el tiempo medio usado para esta tarea ha sido de 3 minutos. En cuanto a la tercera tarea, todos los participantes lograron realizar la tarea dentro del tiempo estimado, con una media de 2:58 minutos. La última tarea fue completada al 100% por 10 de los 12 usuarios con un tiempo medio de 5:10 minutos.

Los resultados del rendimiento combinado fueron:

Participante #	Cumplimiento medio de las tareas (%)	Tiempo total de las tareas (min)	Número total de preguntas
1	100	11:06:00	0
2	87,5	19:54:00	3
3	100	16:30:00	8
4	100	20:05:00	0
5	100	15:46:00	0
6	100	19:11:00	0
7	100	15:03:00	1
8	100	14:01:00	0
9	99,5	25:31:00	1
10	100	12:40:00	0
11	100	12:07:00	0
12	50	31:21:00	3
Media	94,75	17:46:15	1,33
Min	50	11:06:00	0
Max	100	31:21:00	8

El resultado general del SUS fue de 36,25, inferior a lo que es el resultado medio según algunos estudios. Esto se puede interpretar como una insatisfacción general de los participantes respecto al sitio web evaluado.

Introducción

Descripción completa del producto

El Corte Inglés es un grupo de distribución español compuesto por empresas de distintos formatos, siendo el principal el de grandes almacenes. El modelo de negocio de El Corte Inglés, al igual que el de Galerías Preciados en su momento, surge de trasplantar el modelo de gran almacén por departamentos americano al mercado español en una época en la que España surge del aislamiento comercial.

Así su modelo de negocio se configura como la tienda donde se puede comprar todo, de ahí su lema La tienda de todas tus compras, ofreciendo una gran variedad de artículos con todas las calidades disponibles para abarcar a todo tipo de usuarios, una cierta especialización al dividirse en departamentos, un servicio de valor añadido alrededor de la compra (servicio a domicilio, listas de bodas y compras, sastrería y arreglos incluidos en el precio, etc.), y la garantía de calidad y satisfacción del cliente mediante la devolución del precio pagado: Si no queda satisfecho, le devolvemos su dinero.

Cabe destacar que El Corte Inglés vende sus productos a precios más elevados que sus competidores, aunque trata de suplir este inconveniente mediante la realización de ofertas, la inducción a la demanda mediante la publicidad, la carencia en el pago de compras y un amplio programa de financiación automática para la compra de sus artículos.

En este informe nos centraremos en su plataforma digital, dedicado a la venta de todo tipo de productos a domicilio, así como la adquisición de paquetes de viajes, etc.

El sector al que está dirigida esta página web es muy amplio, tanto, que abarca a todo tipo de edades y necesidades de las personas, ya sea porque busquen ropa, alimentación, electrónica, viajes, música mobiliario etc. Su sitio web es este: <https://www.elcorteingles.es/>

Objetivos del test

Objetivo principal

El objetivo de la evaluación es validar la usabilidad de la plataforma web de El Corte Inglés y las respectivas acciones que se pueden realizar en ella. Se pidió a varios usuarios que realizaran una serie de tareas cotidianas, tomándose medidas de eficacia, eficiencia y satisfacción.

Para considerar el sitio usable se espera que las tareas sean acabadas correctamente por los participantes en los tiempos definidos para cada tarea por los evaluadores y que el puntaje final de la encuesta SUS tenga una media por encima de 68.

Objetivos Secundarios

También realizaremos un pre-test para obtener información sobre los participantes y así tener más datos sobre la condición de cada usuario, la cual nos mostrará una gráfica/estadística más acertada sobre la prueba. Para ello redactaremos una serie de instrucciones que los participantes deberán firmar para obtener su consentimiento.

Durante la prueba analizaremos como los usuarios de distinta condición tanto de edad, de estudios, de género etc. reaccionan a la hora de realizar las tareas encomendadas, sus dificultades o facilidades según sus conocimientos tecnológicos, preguntas y la viabilidad del portal web a la hora de realizar un registro de usuario o la compra de alguno de sus productos ofertados

Método

Participantes

Contexto de uso previsto: Características y capacidades clave que se esperan de los usuarios de El Corte Inglés son:

- Familiarización con PCs
- Dominio del idioma español
- Familiarización con sitios web e-commerce
- Uso diario de internet

Otras características de los usuarios que se espera que puedan influir en la usabilidad del corte inglés son:

- Años de experiencia con PCs
- Años de experiencia usando internet
- Horas de uso diario de internet
- Compras frecuentes a través de internet (e-commerces)
- Ocupación laboral

Contexto utilizado para la prueba: los participantes seleccionados tienen perfiles diferentes, pero todos fueron seleccionados teniendo en cuenta las capacidades clave previamente definidas. En la tabla 1 se registraron las otras características de los participantes que podrían influir en la usabilidad, junto con el grupo de edad y el sexo.

#	Ocupación	Tiempo en la ocupación (años)	Experiencia con PCs (años)	Experiencia con internet (años)	Uso diario de internet (horas)	Compras a través de internet (1-7)*	Grupo de edad	Género (H/M)
1	Estudiante	20	13	10	6	6	20-25	M
2	Geólogo	25	20	20	1-2	6	50-60	H
3	Profesora	30	15	15	3	2	50-60	M
4	Estudiante	5	12	9	7	5	19-25	H
5	Estudiante	7	10	9	6-7	1	25-30	H
6	Estudiante	20	19	19	2	6	30-40	H
7	Desarrollador informático	1	15	10 - 15	10-12	3	25-30	H
8	Estudiante	20	10	10	4- 5	3	25-30	H
9	Peluquera	12	5	5	3	3	35-40	M
10	Programador Informático	5	20	20	10-14	6	30-35	H
11	Estudiante Periodismo	4	8	7-8	3-4	5	25-30	M
12	Jubilado	1	12	20	3	1	60-65	H

*1=prefero NO comprar por internet, 7= prefiero comprar por internet

Contexto del uso del producto en la prueba

Tareas

Contexto de uso previsto: Las entrevistas con usuarios potenciales sugirieron que la familiarización con el sitio web era una tarea importante, ya que, al familiarizarse con la aplicación, otras tareas serían más fácil de realizar, como buscar un producto o registrarse en la web.

Tarea previa: Al participante se le pedirá que intente navegar por el sitio web con el objetivo de familiarizarse con él.

Contexto usado para la prueba: Las tareas seleccionadas para la evaluación fueron:

1. **Familiarización con el sitio**
2. **Registro en el sitio web:** cada participante debe registrarse en el sitio web, para ello, se le proporcionará una cuenta de correo temporal.
3. **Búsqueda de un producto específico:** cada participante buscará unas zapatillas de hombre de la marca “NIKE”, talla 44, y lo añadirá a la cesta.
4. **Compra de un producto añadido a la cesta:** cada participante iniciará el proceso de compra hasta que se le pida los datos bancarios con los que pagar.

Contexto de la prueba

Contexto previsto de uso: entorno de hogar.

Contexto utilizado para la prueba: La evaluación se llevó a cabo en cada casa de los evaluadores, de manera que se adaptó el escritorio para que se pareciera lo máximo posible a una situación de compra habitual. Los participantes trabajaron solos sin interrupciones, y se les observó estando el observador en un lado suyo.

Entorno informático del participante

Contexto de uso previsto: El Corte Ingles al ser un sitio web, tan sólo necesita un PC con conexión a internet, y que funcione con rapidez.

Contexto utilizado para la prueba: El PC usado fue un ordenador portátil con un ratón. El sistema operativo usado fue Windows 10 y el navegador web utilizado Google Chrome o Mozilla Firefox.

Herramientas de administración de la prueba

Las tareas se cronometraron utilizando el cronómetro de la aplicación Temporizador de un dispositivo Android. Las sesiones se grabaron en video (una imagen de la pantalla y la voz del participante) mediante varios programas de grabación de pantalla como Camtasia Studio 8 o FlashBack Express, los vídeos están compartidos en una carpeta de Google Drive. Al final de las sesiones, se ha medido la satisfacción de los participantes a través del cuestionario SUS (System Usability Scale).

Diseño Experimental

Se han evaluado doce participantes de distintos perfiles.

Después de una tarea previa de familiarización con el sitio web, para cada una de las tareas se ha medido el porcentaje de cumplimiento de la tarea, el tiempo que ha tardado el usuario en hacerla y el número de preguntas que el participante ha hecho para saber cómo acabar la tarea, aunque no se haya dado la respuesta. Estos datos nos sirven para medir la eficacia (porcentaje de cumplimiento) y la eficiencia (tiempo y preguntas) con que el usuario ha sido capaz de acabar las tareas. El número de preguntas nos sirve para saber si el usuario ha tardado mucho tiempo porque no sabía cómo finalizar las tareas o si eso simplemente depende de la rapidez general del participante.

Por último, se ha medido la satisfacción del participante a través del formulario SUS (System Usability Scale).

Procedimiento

Al llegar, se les informó a los participantes que se estaba probando la usabilidad del sitio web El Corte Inglés, para averiguar si satisfacía las necesidades de usuarios como ellos. Les dijeron que no era una prueba de sus habilidades, si no, una prueba para ver cómo ellos se sentían de cómodos usando la web. A los participantes se les mostró la sala de evaluación, en este caso sería una sala con un escritorio y un ordenador, y se les informó que se grabaría su interacción. Se les pidió que firmaran un formulario de consentimiento.

Luego, se les preguntó la siguiente información sobre ellos: descripción de su trabajo, tiempo en el trabajo (años), uso y experiencia en la Web (años), experiencia en el uso del ordenador (años) y grupo de edad. También calificaron su actitud hacia el uso del e-commerce para respaldar las tareas de compras a través de internet, en una escala de 1 a 7, con los siguientes extremos: prefieren comprar mediante internet tanto como sea posible, prefieren usar internet en sus compras lo menos posible.

Los participantes recibieron instrucciones introductorias. El evaluador restableció el estado de la web antes de cada tarea, situándola en la página principal y proporcionó instrucciones para la siguiente tarea. A los participantes se les dijo el tiempo asignado para cada tarea, y se les pidió que informaran al evaluador cuando habían completado cada tarea. Se les dijo a los participantes que no se podía proporcionar asistencia externa o del propio evaluador.

Después de la última tarea, se les pidió a los participantes que completaran una escala de calificaciones subjetivas mediante el cuestionario SUS. Para ello, se le ha descrito al participante la metodología del cuestionario SUS, es decir, que se trata de un formulario con 10 preguntas, estas se deben responder con un número del 1 al 5, siendo 1 totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo, y en el caso de duda, demora o no saber la respuesta, esta sería de un 3 (neutral).

Métricas de usabilidad

Eficacia

Cumplimiento medio del objetivo: promedio en la que cada tarea fue completada y correctamente realizada, puntuación como porcentaje.

Errores: los errores no se midieron.

Asistencias: los participantes no recibieron asistencia.

Eficiencia

Tiempo de tarea: tiempo medio necesario para completar cada tarea.

Número de preguntas a los evaluadores: cantidad de preguntas hechas a los evaluadores durante la prueba.

Satisfacción

La satisfacción se midió utilizando una escala de calificaciones subjetivas mediante el cuestionario SUS, al final de la sesión, dando puntajes para la percepción de cada participante de: satisfacción general, eficiencia, afecto, controlabilidad y capacidad de aprendizaje.

Resultados

Análisis de datos (Tareas)

Puntuación de los datos

Cumplimiento de la tarea

Porcentaje de la tarea que el participante ha completado correctamente.

El impacto de los problemas que un usuario puede encontrar en la búsqueda de un producto y en su compra han sido discutidos con algunos de los participantes a la prueba y entre los componentes del grupo de evaluación, portando a la definición de la siguiente puntuación en el cálculo del cumplimiento de las tareas:

- **Registro en el sitio web:**

- Usuario registrado correctamente: 100%
- Datos insertados y enviados, pero no confirmados: 85%
- Datos insertados, pero no enviados: 70%
- Cada campo obligatorio no insertado: 15%
- No llegar a la página donde registrarse: 0%

- **Búsqueda de una zapatilla:**

- Zapatilla correcta añadido a la cesta: 95%
- Producto no añadido a la cesta: 20%
- Marca diferente da la requerida: 15%
- Talla diferente da la requerida: 10%
- Talla no elegida: 40%

- **Compra de un producto añadido a la cesta:**

- Proceso de compra hasta los datos de pago completado: 100%
- Datos personales (obligatorios) no rellenados: 85%
- Dirección de envío añadida: 90%
- Datos dirección completos, pero no confirmados: 20%
- Por cada dato obligatorio que falte de la dirección: 10%
- Cesta accedida, sin confirmar los datos de compra: 35%
- Cesta no encontrada: 15%

Tiempo de tarea

El tiempo medido para cada tarea se considera desde cuándo se ha acabado de leer la tarea en voz alta y se ha puesto el participante en una condición estándar para empezar, o sea:

- **Registro en el sitio web:** Página principal del sitio.
- **Búsqueda de unas zapatillas:** Página principal del sitio.
- **Compra de un producto añadido a la cesta:** Página principal del sitio o página de búsqueda del producto.

Preguntas de ayuda para acabar las tareas

Se mide también el número de preguntas que el participante ha hecho para acabar la tarea, aunque no se haya dado la respuesta.

Análisis de datos (SUS)

Método de recopilación

La satisfacción del participante se ha medido a través del formulario SUS. Se han leído las preguntas al participante justo después de acabar la prueba. Se ha pedido a los participantes de responder a las preguntas con un número de 1 a 5, significando 1 que estaba muy en desacuerdo con la afirmación y 5 que estaba totalmente de acuerdo con la misma.

En caso de duda del participante en la evaluación, o sea cuando el participante ha tardado más que 15 segundos en responder a la pregunta, se ha marcado como respuesta un 3 (valor neutro).

Puntuación de los datos

Para la asignación de puntuación de la encuesta de satisfacción se ha hecho referencia a la metodología explicada en <https://www.userlytics.com/blog/system-usability-scale>, normalizando el resultado al intervalo 0-100 en vez que 0-40.

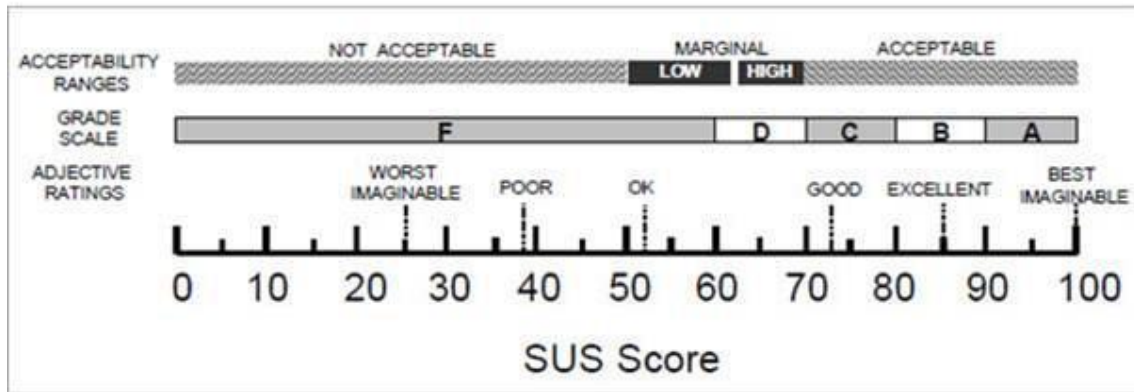
La puntuación se calcula de la siguiente manera:

- La puntuación relacionada a las preguntas impares (1, 3, 5, 7, 9) se obtiene restando 1 a la puntuación original.
- La puntuación relacionada a las preguntas pares (2, 4, 6, 8, 10) se obtiene restando la puntuación original a 5.
- Se suman los resultados obtenidos y se multiplica por 2,5.

Interpretación de los resultados

El resultado de la encuesta SUS es un numero en 0-100 siendo:

- **100:** Muy buena experiencia de usuario. Usuario plenamente satisfecho.
- **68:** Algunos estudios demuestran que es el resultado medio.
- **< 68:** Está por debajo de la media. Usuario insatisfecho.



Presentación de resultados

Resultados de rendimiento

Todos los participantes realizaron la primera tarea de forma satisfactoria, en un tiempo medio de 1:56 minutos. Solo 11 participantes de 12 completaron correctamente la tarea 2 y el tiempo medio usado para esta tarea ha sido de 3 minutos. En cuanto a la tercera tarea, todos los participantes lograron realizar la tarea dentro del tiempo estimado, con una media de 2:58 minutos. La última tarea fue completada al 100% por 10 de los 12 usuarios con un tiempo medio de 5:10 minutos.

Tarea 1 – inspección web

Participante #	Cumplimiento de la tarea (%)	Tiempo de la tarea (min)
1	100	2:00
2	100	2:19
3	100	1:50
4	100	2:15
5	100	1:55
6	100	1:40
7	100	1:12
8	100	1:42
9	100	2:27
10	100	3:12
11	100	1:15
12	100	1:30
Media	100	1:56
Min	100	1:12
Max	100	3:12

Tabla 1: Resultados de la tarea "Inspección Web"

Tarea 2 - Registro en el sitio web

Participante #	Cumplimiento de la tarea (%)	Tiempo de la tarea (min)	Número de preguntas
1	100	1:09	0
2	80	6:24	2
3	100	4:06	1
4	100	3:24	0
5	100	2:15	0
6	100	3:13	0
7	100	3:08	1
8	100	1:49	0
9	100	4:58	0
10	100	1:28	0
11	100	1:30	0
12	100	2:38	1
Media	98,33	3:00:10	0,42
Min	80	1:09	0
Max	100	6:24	2

Tabla 2: Resultados de la tarea "Registro en el sitio web"

Tareas 3 - Búsqueda de un producto específico

Participante #	Cumplimiento de la tarea (%)	Tiempo de la tarea (min)	Número de preguntas
1	100	1:36	0
2	100	2:51	0
3	100	4:32	4
4	100	2:40	0
5	100	2:10	0
6	100	2:43	0
7	100	1:42	0
8	100	1:03	0
9	100	4:59	1
10	100	2:50	0
11	100	3:30	0
12	100	5:00	1
Media	100	2:58	0,5
Min	100	1:03	0
Max	100	5:00	4

Tabla 3 - Resultados de la tarea "Búsqueda de un producto específico"

Tarea 4 - Compra de un producto añadido al carrito

Participante #	Cumplimiento de la tarea (%)	Tiempo de la tarea (min)	Número de preguntas
1	100	6:21	0
2	70	8:18	1
3	100	6:03	3
4	100	4:50	0
5	100	4:03	0
6	100	4:25	0
7	100	1:51	0
8	100	3:15	0
9	98	6:30	0
10	100	4:17	0
11	100	2:35	0
12	100	9:37	1
Media	97,33	5:10:25	0,42
Min	70	1:51	0
Max	100	9:37	3

Tabla 4 - Resultados de la tarea "Compra de un producto añadido al carrito"

Satisfacción (SUS)

El resultado general del SUS fue de 36,25, inferior a lo que es el resultado medio según algunos estudios. Esto se puede interpretar como una insatisfacción general de los participantes respecto al sitio web evaluado.

Participante #	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
1	4	3	2	5	5	3	3	2	4	5	50
2	2	4	4	5	3	2	5	2	2	5	45
3	2	4	3	5	3	5	4	5	2	4	27,5
4	3	5	2	5	1	4	3	5	2	5	17,5
5	3	4	4	2	3	4	3	1	2	3	52,5
6	2	4	3	5	2	4	2	5	2	4	22,5
7	2	4	2	4	3	1	3	5	1	5	30
8	2	5	2	5	2	5	3	5	1	5	12,5
9	3	2	3	4	3	3	1	2	4	2	52,5
10	3	2	3	1	4	4	3	3	4	2	62,5
11	2	4	4	4	3	3	2	3	2	3	40
12	1	5	2	5	3	3	2	4	2	4	22,5
Media	2,42	3,83	2,83	4,17	2,92	3,42	2,83	3,50	2,33	3,92	36,25
Min	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	12,5
Max	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	62,5

Tabla 5 - Resultado de la encuesta SUS

Conclusiones Usabilidad

Problemas usabilidad detectados por los usuarios

ID Problema	Descripción Problemas
P1	No es fácil registrarse, ya que no pone en el enlace la palabra regístrate explícitamente, sólo pone "identifícate". Además, cuando hacemos clic donde pone identifícate, seguimos sin encontrar la palabra registro o regístrate, solo encontramos una frase que pone "NO TENGO CUENTA DE ACCESO" y no de forma destacada.
P2	Hay un producto que se muestra que está disponible después del filtro de la talla, pero al final no es disponible
P3	Cuando estamos visualizando un producto no queda muy claro si este está agotado o no.
P4	Tallaje demasiado específico para filtrar la búsqueda de calzado o cantidad de filtros demasiado amplia para encontrar lo que buscas concretamente, demasiada granularidad.
P5	Hay demasiada información durante la grabación del apartado de dirección de facturación.
P6	Muchos productos parecen estar disponibles, pero al seleccionar la talla no es así
P7	Después del registro de un usuario y su conexión, no aparece el nombre del usuario al lado del enlace de conexión, sigue poniendo "identifícate"
P8	Problemas al introducir los datos personales y la dirección de envío, las casillas y botones no están claramente señalizadas. En el proceso de compra al darle al botón "Continuar a datos personales" y entrar en la pantalla de datos personales no te sitúa inicialmente en el foco de los campos que te están pidiendo, dando cabida a que el usuario cometa el error de pulsar el botón "Pagar" sin haber introducido previamente los datos. Además, al añadir una nueva dirección para añadirla hay que pulsar el botón "CONTINUAR" el cual no queda lo suficientemente claro y el participante cierra la ventana directamente pensando que se ha guardado la dirección.
P9	El Indicativo de que el campo es obligatorio (*), está poco resaltado, haciendo que sea más difícil ver que campos son obligatorios y que campos no lo son

Tabla 6 - Problemas de usabilidad detectados

Soluciones propuestas

ID	Solución Propuesta
Problema	
P1	Se debería señalar claramente con un botón más llamativo y atractivo para el usuario, el cual el concepto y su etiqueta deberían ser claramente "REGISTRARSE"
P2	El filtro debería ir ligado a la solución 3 y 5, es decir tanto como si buscas por talla, o un producto concreto debe indicarte si está o no disponible.
P3	La solución podría ser muy similar a la del punto 6. Se debería señalar tanto en la previa del producto como en sus características.
P4	El usuario podría dudar y perderse si hay demasiados filtros, una solución sería reducir la cantidad de filtros, evitando la granularidad, destacando sólo aquellos que consideramos más relevantes
P5	Como se ha comprobado en muchas estrategias de marketing debemos facilitar la tarea de compra al usuario, tener que introducir mucha información en este campo u otros dificulta el proceso y hace que el cliente se aburra y termine por no realizar la compra.
P6	Una solución sería informar de los productos que realmente están disponibles con una imagen previa en el producto o directamente señalizando claramente que no está disponible de forma que lo muestre antes de entrar a ver el producto.
P7	Al realizar el registro y la autenticación se debe mostrar el nombre del usuario ya autenticado de forma automática.
P8	Se debería señalar de forma correcta con otros contrastes, bordes..., de forma que quede claro qué se debe rellenar y donde está su posición. Al igual que al entrar en la pantalla de datos personales se debería llevar al usuario de forma automática a las casillas que se deben rellenar, dando así gran facilidad al usuario para no cometer errores y que de esta forma le lleve menos tiempo el proceso de compra. En resumen, sobre este problema la solución debe estar en señalar los puntos más relevantes para el proceso de compra, como (casillas, botones, llevar al usuario al foco de los datos que debe introducir y evitar pasos innecesarios y costosos).
P9	Tendría que ser señalado más llamativamente para que el usuario vea que debe introducir el campo obligatoriamente.

Tabla 7 - Soluciones propuestas a los problemas

Conclusiones Prueba

Para concluir este informe, vamos a interpretar los datos generales que se han sacado de las diferentes pruebas.

En primer lugar, 9 participantes de 12 han sido capaces de finalizar todas las tareas en el tiempo límite que se le había dado.

Los restantes 3 participantes han encontrado algunos problemas en la tarea 2 y 3 por el hecho de la complejidad del registro y el problema de las tallas no disponibles.

Como se ha dicho en la sección de los métodos, tres participantes pertenecen a un grupo de edad (50-65) que es disperso respecto a los otros (19-40). Eso influencia los datos, como se puede ver en los tiempos de los participantes 2 y 12, que son superiores a la media obtenida. Si se quiere enfocar el sitio e-commerce a las personas jóvenes, esto está bien, de lo contrario, si el objetivo es llegar a todos los grupos de edad, se tendría que tener en cuenta estos datos en el diseño de la interfaz y de la experiencia de usuario en general.

Para completar el análisis de los resultados sobre las diferentes tareas es importante especificar que los tiempos no siempre han sido condicionados solamente por la dificultad de uso del sistema. Dos factores que han condicionado los tiempos de las pruebas han estado la presencia de factores externos (como el email temporal, el generador de NIF y el llenado automático) y la actitud de los usuarios en hacer preguntas en voz alta que requiere intrínsecamente tiempo.

El último punto por considerar de la experiencia de los usuarios es la satisfacción de los participantes con la prueba. Los resultados del cuestionario SUS evidencian una insatisfacción general hacia el sitio web. La media de estos resultados es 36.25, Por la escala que aparece en la Figura 1, se coloca en la parte de la insatisfacción. Solo 1 participante de 12 está satisfecho con la experiencia ofrecida por el sitio web.

Referencias

- <https://concreta.com.uy/test-con-usuarios-observar-como-los-usuarios-interactuan-con-su-sitio/>
- <http://www.capiere.info/2017/03/01/test-de-usabilidad-con-usuarios-o-evaluacion-de-expertos/>
- http://www.nosolousabilidad.com/articulos/test_usuarios.htm
- http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/9861/4/PID_00176614.pdf

Anexos

Instrucciones Generales para los participantes

Hola, _____. Mi nombre es _____ y voy a guiarte en la sesión de hoy. Antes de empezar tengo información para ti, y voy a leerla detenidamente para estar seguro de que lo digo todo.

Probablemente ya tienes una idea bastante clara de porque estás aquí, pero déjame explicártelo otra vez rápidamente. Estamos pidiendo a la gente que intente usar el sitio web de El Corte Inglés de manera que podamos ver si funciona correctamente y ayudar a los desarrolladores a resolver posibles problemas. La sesión durará más o menos 20-25 minutos.

Lo primero que quiero aclarar es que estamos probando el *sitio web*, no tus habilidades. Nada de lo que vas a hacer puede ser erróneo. En esta prueba no tienes que preocuparte porque no puedes cometer ningún error.

Mientras estas usando la web, te voy a pedir que intentes pensar en voz alta lo máximo posible: decir que estás mirando, que estás haciendo y que estás pensando. Esto nos será de gran ayuda.

Por favor, no te preocupes por nosotros porque no vas a herir nuestros sentimientos. Estamos haciendo esta prueba para mejorar el sitio web, así que necesitamos oír tus verdaderas reacciones y opiniones.

Si tienes alguna pregunta mientras estas usando la web, por favor, hazla. Puede que no pueda responderte en ese momento, dado que estamos interesados en ver cómo la gente hace las tareas cuando no tiene a nadie al lado para ayudarlo. Si sigues con esas preguntas al final de la prueba, intentaré responder en ese momento. Si tienes la necesidad de hacer una pausa en cualquier momento, dímelo.

El micrófono del ordenador está encendido. Con tu permiso vamos a grabar lo que pasa en la pantalla y nuestra conversación. La grabación va a ser usada solamente para ayudarnos a obtener información sobre cómo mejorar el sitio y nadie lo verá excepto las personas que están trabajando en este proyecto. Esto nos facilita mucho las cosas ya que no tendré que tomar ninguna nota en este momento, distrayéndote e influenciando tu percepción de la prueba.

Ahora te pido que leas y firmes este simple formulario de consentimiento y grabación. Este formulario dice que nos das el permiso para grabarte y que la grabación va a ser vista solamente por las personas que trabajan en este proyecto.

Instrucciones sobre Tareas a realizar por los participantes

Cuestionario Pre-Test

Primero, ¿cuál es tu ocupación? ¿Cuánto tiempo llevas dedicándote a ello?

Más o menos ¿cuántas horas pasas usando Internet, es decir, navegando, leyendo y enviando correos, ambos en tu trabajo y en casa? (solo una estimación)

¿Hace cuánto tiempo que navegas en Internet diariamente? ¿Y qué usas un ordenador? (tiempo en años)

En una escala del 1 al 7, indique si usted compra habitualmente por internet, siendo 7 lo máximo posible y 1 lo menos posible.

Tarea 1 – Familiarizarse con el sitio web

Primero, te pido que navegues por esta página y me digas que piensas:

¿Qué te sorprende?

¿De quién piensas que es el sitio?

¿Qué puedes hacer aquí y para que sirve?

Puedes desplazarte si quieres, pero aún no cliques nada y acuérdate de contarme lo que ves y lo que piensas.

Tienes un máximo de 5 minutos, pero siéntete libre de parar antes y decirme que ya estás listo para continuar.

Tarea 2 – Registro en el sitio web

(TIENES HASTA 5 MINUTOS PARA ESTA TAREA)

En primer lugar, para poder llegar a finalizar una compra debemos registrarnos, es por ello que es la primera tarea a realizar, en su navegador habrá abierta una pestaña, la cual contiene un correo temporal, deberá utilizar ese correo para realizar el registro.

La tarea se considera completa cuando llega el correo de confirmación (en la pestaña de anteriormente mencionado).

INFORMENOS SI HA COMPLETADO LA TAREA ANTES DEL TIEMPO LÍMITE.

Tarea 3 – Búsqueda de un producto específico

(TIENES HASTA 5 MINUTOS PARA ESTA TAREA)

Procederemos a la búsqueda unos deportivos de hombre de la marca “NIKE”, para ello NO se podrá utilizar el buscador disponible en el sitio web, la talla de dichos deportivos será un 44 (talla EUR) y se podrá elegir cualquier zapato (mientras sea NIKE), por último, cuando hayamos seleccionado la talla, se añadirá a la cesta.

La tarea se considera completa cuando el producto buscado está añadido a la cesta.

INFORMENOS SI HA COMPLETADO LA TAREA ANTES DEL TIEMPO LÍMITE.

Tarea 4 – Compra de un producto añadido a la cesta

(TIENES HASTA 7 MINUTOS PARA ESTA TAREA)

Si hemos realizado correctamente el paso anterior, realizaremos esta tarea con los deportivos añadidos previamente a la cesta, en el caso de que no se haya completado correctamente la tarea anterior, el moderador le añadirá unos deportivos al carrito. Una vez tengamos lista la cesta, realizaremos todo el proceso y cuando nos pida registrarnos o autenticarnos con una cuenta, usaremos la cuenta de la tarea 2, de la misma manera si dicha tarea no se ha completado correctamente, el moderador proporcionará una cuenta para completar dicho proceso. En el caso en que se pida poner el NIF, un generador NIF estará puesto en la segunda pestaña.

La tarea se considera completa cuando se llega a la página en que nos piden los datos de la tarjeta.

INFORMENOS SI HA COMPLETADO LA TAREA ANTES DEL TIEMPO LÍMITE.

Consentimiento informado

Consentimiento de no divulgación y de grabación

Gracias por participar en nuestra evaluación de usabilidad. Por favor tenga en cuenta que la información que recabemos sobre usted no será divulgada fuera de aquí. Por favor no revele información que pueda aprender mientras participa en el estudio.

Además, grabaremos su sesión para permitir que los miembros del personal que no pueden estar presentes puedan observar su sesión y puedan beneficiarse de su realimentación. Por favor lea las declaraciones a continuación y firme donde se indica. Muchas gracias.

Estoy de acuerdo en no revelar información a ninguna persona, firma o corporación sobre la investigación de productos realizada, o sobre las especificaciones, planos, modelos u operaciones de cualquier máquina o dispositivo.

Entiendo que se harán fotografías y / o grabaciones de mi sesión. Os doy permiso para utilizar estas grabaciones para los fines mencionados anteriormente, y renuncio a mi derecho de revisar o inspeccionar las grabaciones antes de a su difusión y distribución.

Listado de problemas de usabilidad detectados por los participantes

ID del Problema	Descripción Problemas
P1	No es fácil registrarse, ya que no pone en el enlace la palabra regístrate explícitamente, sólo pone "identifícate". Además, cuando hacemos clic donde pone identifícate, seguimos sin encontrar la palabra registro o regístrate, solo encontramos una frase que pone "NO TENGO CUENTA DE ACCESO" y no de forma destacada.
P2	Hay un producto que se muestra que está disponible después del filtro de la talla, pero al final no es disponible
P3	Cuando estamos visualizando un producto no queda muy claro si este está agotado o no.
P4	Tallaje demasiado específico para filtrar la búsqueda de calzado o cantidad de filtros demasiado amplia para encontrar lo que buscas concretamente, demasiada granularidad.
P5	Hay demasiada información durante la grabación del apartado de dirección de facturación.
P6	Muchos productos parecen estar disponibles, pero al seleccionar la talla no es así
P7	Después del registro de un usuario y su conexión, no aparece el nombre del usuario al lado del enlace de conexión, sigue poniendo "identifícate"
P8	Problemas al introducir los datos personales y la dirección de envío, las casillas y botones no están claramente señalizadas. En el proceso de compra al darle al botón "Continuar a datos personales" y entrar en la pantalla de datos personales no te sitúa inicialmente en el foco de los campos que te están pidiendo, dando cabida a que el usuario cometa el error de pulsar el botón "Pagar" sin haber introducido previamente los datos. Además, al añadir una nueva dirección para añadirla hay que pulsar el botón "CONTINUAR" el cual no queda lo suficientemente claro y el participante cierra la ventana directamente pensando que se ha guardado la dirección.
P9	El Indicativo de que el campo es obligatorio (*), está poco resaltado, haciendo que sea más difícil ver que campos son obligatorios y que campos no lo son

Tabla 8 -Listado de problemas de usabilidad detectados por los participantes

Capturas pantalla de los problemas usabilidad detectados por los participantes



Captura problema 1: No es fácil registrarse, ya que no pone en el enlace la palabra regístrate explícitamente, sólo pone "identificate"



Capturas problema 2: Hay un producto que se muestra que está disponible después del filtro de talla pero al final no es disponible

Nueva Sección Sneakers

% Descuento >

SUBCATEGORIA

☐ Casual (47)
☐ Running (36)
☐ Fútbol - Taco (18)
☐ Skate (16)
☐ Fitness/Cross training (15)
☐ Tenis/Pádel (11)
☐ Baloncesto (10)
☐ Fútbol - Sala (7)
☐ Golf (6)
☐ Playa-Piscina (6)

+ Mostrar más

MARCA

☒ Nike (176)

Zapatillas casual de hombre
Air Vortex Nike

NIKE

44,95€ ~~89,95€~~ -50%

NIKE

Zapatillas casual de hombre Air Vortex Nike

★★★★★ (0) [Escribe una opinión](#)

44,95€ ~~89,95€~~ -50%

GUÍA DE TALLAS

TALLA: ESPAÑOL/FABRICANTE

COLOR

AZUL OSCURO

TALLA

ELIGE TALLA

40 / 7
41 / 8
42 / 8.5
43 / 9.5
44 / 10
45 / 11
46 / 12

Capturas problema 3: Cuando estamos visualizando un producto no queda muy claro si este está agotado o no.

SUBCATEGORIA

☐ Casual (47)
☐ Running (36)
☐ Fútbol - Taco (18)
☐ Skate (16)
☐ Fitness/Cross training (15)
☐ Tenis/Pádel (11)
☐ Baloncesto (10)
☐ Fútbol - Sala (7)
☐ Golf (6)
☐ Playa-Piscina (6)

+ Mostrar más


MARCA

☒ Nike (176)
☐ Joma (34)
☐ Adidas (54)
☐ Puma (63)
☐ Kelme (59)
☐ Boreal (56)
☐ Converse (52)
☐ Vans (43)
☐ Hi-Tec (38)
☐ Asics (36)

+ Mostrar más

* Desmarcar todos


48H



Zapatillas casual de hombre
Air Vortex Nike

NIKE
44,95€ 80,95€ -50%


48H



Zapatillas de baloncesto de hombre
Air Max Infuriate 2...

NIKE
59,45€ 84,95€ -30%


48H



Botas de fútbol de hombre
Superfly 6 Academy (FG/MG)

NIKE
55,95€ 79,95€ -30%


48H





Botas de fútbol de hombre
Vapor 12 Academy (MG) Nike


NIKE
48,95€ 69,95€ -30%

48H









TALLA

☐ 38 (1)
☐ 39 (12)
☐ 40 (154)
☐ 41 (130)
☐ 42 (137)
☐ 43 (124)
☒ 44 (155)
☐ 45 (136)
☐ 46 (130)
☐ 38,5 (1)
☒ 44,5 (90)
☒ 44,5 (0)
☒ 44 y 1/2 (0)
☒ 44 y 2/3 (0)

+ Mostrar más

* Desmarcar todos

COLOR

☐ Negro (36)
☐ Azul (26)
☐ Gris (19)
☐ Blanco (19)
☐ Rojo (14)
☐ Verde (13)
☐ Amarillo (9)
☐ Estampado (5)
☐ Naranja (2)
☐ Marrón (2)

+ Mostrar más

Botas de fútbol de hombre
Hypervenom III Academy

NIKE

55,95€ 79,95€ -30%

48H

Zapatillas de fútbol sala de hombre
SuperflyX 6 Academy...

NIKE

55,95€ 79,95€ -30%

48H

Zapatillas de fútbol sala de hombre
Zoom PhantomX 3

NIKE

62,95€ 89,95€ -30%





CLICK&EXPRESS 48H

Zapatillas de fútbol sala de hombre
Neymar VaporX 12

NIKE

48,95€ 69,95€ -30%

48H

Botas de fútbol turf de hombre
Phantom VSN

NIKE

48,95€ 69,95€ -30%

48H

Zapatillas de tenis/pádel de hombre
Air Zoom Prestige ...

NIKE

62,95€ 89,95€ -30%

48H

Zapatillas de tenis de hombre
Air Zoom Ultra Nike

NIKE





55,95€ 79,95€ -30%

CLICK&EXPRESS

Zapatillas skate de hombre SB
Zoom Stefan Janoski Nike

NIKE

59,45€ 84,95€ -30%

COLOR

☐ Negro (36)
☐ Azul (26)
☐ Gris (19)
☐ Blanco (19)
☐ Rojo (14)
☐ Verde (13)
☐ Amarillo (9)
☐ Estampado (5)
☐ Naranja (2)
☐ Marrón (2)

+ Mostrar más

PRECIOS

De 0€ a 225€ (178 productos)

% DESCUENTO

☐ De 11% a 20% (36)
☐ De 21% a 30% (48)
☐ De 41% a 50% (1)

Botas de fútbol turf de hombre
Phantom VSN

NIKE

48,95€ 69,95€ -30%

48H

Zapatillas de tenis/pádel de hombre
Air Zoom Prestige ...

NIKE

62,95€ 89,95€ -30%

48H

Zapatillas de tenis de hombre
Air Zoom Ultra Nike

NIKE





55,95€ 79,95€ -30%

CLICK&EXPRESS

Zapatillas skate de hombre SB
Zoom Stefan Janoski Nike

NIKE

59,45€ 84,95€ -30%

Zapatillas skate de hombre SB
Hypervolic Eric Koston Sk...

NIKE

55,95€ 79,95€ -30%

Zapatillas skate de hombre SB
Hypervolic Eric Koston NI...

NIKE

55,95€ 79,95€ -30%

Zapatillas casual de hombre
Dualtone Racer Nike





NIKE

62,95€ 89,95€ -30%

Zapatillas casual de hombre
Dualtone Racer Nike

NIKE

62,95€ 89,95€ -30%

Capturas problema 4: Tallaje demasiado específico para filtrar la búsqueda de calzado o cantidad de filtros demasiado amplia.

TIPO DE VÍA *

Calle

NOMBRE DE VÍA *

Nº - KM - S/N *

PAIS *

España

PROVINCIA/ESTADO *

Murcia

LOCALIDAD *

|

CÓDIGO POSTAL *

EDIFICIO

ESCALERA

PISO

PUERTA

INFORMACIÓN ADICIONAL

NOMBRE *

Nombre

PRIMER APELLIDO *

Primer apellido

SEGUNDO APELLIDO

Segundo apellido

TELÉFONO *

ES (+34)

Número

OBSERVACIONES

ASIGNA UN ALIAS A ESTA DIRECCIÓN *

Ej. Mi casa, dirección del trabajo...

ESTABLECER ESTA DIRECCIÓN COMO:

☐ Dirección principal.
 ☐ Dirección de facturación.

CANCELAR

CREAR DIRECCIÓN

Capturas problema 5: Hay demasiada información durante la grabación del apartado de dirección de facturación.



Capturas problema 7: Después del registro de un usuario y su conexión, no aparece el nombre del usuario al lado del enlace de conexión, sigue poniendo "identificarse".

¿Vas a pagar con Tarjeta El Corte Inglés?

Si es así por favor rellena este campo ahora: 600833

ENVÍO A DOMICILIO

antonio luis gallego jiménez
Calle CAPUCHINOS, 23 , P3 Ptf
30002 - MURCIA - MURCIA
ESPAÑA
Tfno: 968908054

DATOS PERSONALES

Sexo: Hombre
Fecha de nacimiento: 08-Noviembre-1955
NIF: 97637187W

Sexo: ☒ Hombre ☐ Mujer

Fecha de nacimiento: 08 Nov 1955

Documento de identificación: NIF 97637187W

MODIFICAR

CONTINUAR A MODOS DE PAGO

Cesta resumen

ENVÍO A DOMICILIO

1 x Botas de fútbol de nombre Vapor 12 Academy (MG) Nike
Talla: 44
48,95€

GASTOS DE ENVÍO
5,90€

TOTAL
54,85€

[Desglose por tipo de impuesto](#)

[Información de envío](#)

Capturas problema 8: Se debería señalar de forma correcta con otros contrastes, bordes..., de forma que quede claro qué se debe rellenar y donde está su posición.

MODIFICAR DIRECCIÓN

TIPO DE VÍA *

Calle

NOMBRE DE VÍA *

Nº - KM - S/N *

PAIS *

España

PROVINCIA/ESTADO *

Ciudad Real

LOCALIDAD *

CÓDIGO POSTAL *

EDIFICIO

ESCALERA

PISO

PUERTA

INFORMACIÓN ADICIONAL

Capturas problema 9: El Indicativo de que el campo es obligatorio (*), está poco resaltado.