



Universidad de Colima
Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica
Ingeniería en Computación Inteligente
Octavo Semestre

Materia: Análisis de comportamiento

Actividad: Descubriendo al Usuario: Métodos Clave para Recopilar Datos Relevantes en UX

Estudiante: Avalos Hernández Brian Saul,
Perez Rivera Ernesto, Arceo Jacobo Oswaldo

Docente: ALCARAZ VALENCIA PABLO ARMANDO

Fecha de entrega: Colima, Col. 16 de mayo de 2025

Producto: Netflix (versión web y móvil)

Objetivo general: Evaluar la facilidad con la que los usuarios descubren y reproducen nuevo contenido en Netflix.

Objetivos específicos:

1. Identificar obstáculos que enfrentan los usuarios al buscar contenido que no conocen previamente.
2. Comprender cómo influye la presentación de recomendaciones en la decisión de qué ver.
3. Evaluar si las categorías y filtros ayudan efectivamente a encontrar contenido relevante.

Métodos de Investigación Seleccionados

1. Prueba de Usabilidad Moderada

Justificación: Permite observar directamente cómo los usuarios interactúan con la interfaz al intentar encontrar algo nuevo para ver. Revela problemas de navegación, confusión o frustraciones.

Implementación:

- Participantes: 5 usuarios frecuentes de Netflix.
- Modalidad: Moderada, presencial o por videollamada.
- Tarea: "Encuentra una serie que no hayas visto antes y que te interese ver en menos de 5 minutos."

Tipo de datos esperados:

- Observaciones directas (expresiones, dudas, clics).
- Métricas como tiempo en la tarea y número de pasos.
- Comentarios verbales durante la navegación.

Herramientas: Grabación de pantalla, guía de tareas, cronómetro.

2. Encuesta Remota (Google Forms)

Justificación: Permite recopilar percepciones generales de una mayor cantidad de usuarios sobre las recomendaciones, categorías y decisiones de visualización.

Implementación:

- Participantes: 30 usuarios de Netflix.
- Modalidad: Remota, autoadministrada.
- Preguntas:
 - ¿Con qué frecuencia ves contenido recomendado por Netflix?
 - ¿Qué tan útil consideras la sección de categorías?
 - Escalas de satisfacción y preguntas abiertas.

Tipo de datos esperados:

- Datos cuantitativos (frecuencia, escalas de satisfacción).
- Datos cualitativos (comentarios abiertos sobre lo que mejorarían).

3. Análisis de Comportamiento (Simulado)

Justificación: Complementa los métodos anteriores mostrando patrones generales de uso: en qué secciones se hace clic, cuánto tiempo se pasa en la página de inicio, etc.

Implementación:

- Usar datos simulados o herramientas como Hotjar (en un entorno controlado o simulado).
- Observar mapas de calor y rutas de navegación típicas.

Tipo de datos esperados:

- Páginas más visitadas, elementos más clicados.
- Tiempo medio en categorías o listas.

Combinación de Métodos: Justificación Global

La prueba de usabilidad muestra cómo interactúan los usuarios en tiempo real (el cómo y el por qué), la encuesta aporta una visión general de opiniones y hábitos (cuánto y qué piensan) y el análisis de comportamiento proporciona evidencia sobre los patrones globales de uso (qué hacen). Juntos, permiten una comprensión rica y profunda del problema.

Insights Potenciales y Propuestas de Mejora

Insight 1: Los usuarios se sienten abrumados por la cantidad de opciones en la pantalla principal y tienden a abandonar la búsqueda si no encuentran algo rápido.

Propuesta: Implementar una función de "sorpresa guiada" donde el usuario indique su estado de ánimo y Netflix sugiera contenido en segundos.

Insight 2: Las categorías actuales son demasiado genéricas y no reflejan intereses específicos como "series con menos de 30 min" o "documentales sobre tecnología".

Propuesta: Permitir a los usuarios filtrar por duración, género y estado de ánimo desde la página principal.

Argumento para-Stakeholders

Para mejorar la experiencia de descubrimiento de contenido en Netflix, realizamos una investigación con métodos cualitativos y cuantitativos que nos permitieron entender tanto el comportamiento como las percepciones de los usuarios. Observamos que muchos se sienten perdidos ante la cantidad de opciones, y que las recomendaciones actuales no siempre reflejan sus intereses reales. Combinando encuestas, pruebas de usabilidad y análisis de comportamiento, identificamos oportunidades claras de mejora. Proponemos implementar una función de recomendaciones personalizadas guiadas por el estado de ánimo y mejorar los filtros de búsqueda. Estas acciones podrían reducir la frustración, aumentar el tiempo de visualización y mejorar la percepción general del servicio. Esta investigación demuestra cómo el conocimiento profundo de los usuarios puede traducirse en mejoras concretas para el producto y beneficios para el negocio.