



Arnau Rovira
SAP Digital Manager



an NTT DATA Company

Diseñando emociones. La importancia de la experiencia de usuario

Imaginemos uno de aquellos libros que nos morimos por leer porque todo el mundo nos ha hablado maravillosamente de él. Lo compramos online el mismo día que empezó la pre-reserva, hace ya algunas semanas, pero no nos conformamos con la versión digital, así que encargamos la mejor edición impresa y pedimos que nos lo enviaran a casa. Estas semanas de espera se nos han hecho largas, y no hemos dejado de fantasear con el momento de tenerlo en nuestras manos.

Nos acaba de llegar a casa el paquete que tanto esperábamos; ahí está el libro dentro de un fantástico estuche, envuelto en un papel decorado de forma minimalista, que abrimos con una prisa descuidada.

Lo abrimos, revisamos la encuadernación, nos fijamos en todos los detalles de la portada, pasamos las yemas de los dedos por el relieve del título, notando la irregularidad de las letras, cuidadosamente estudiada. Lo abrimos, deslizamos los dedos distraídamente para notar la textura de las páginas, acercamos nuestra nariz lentamente a la primera página para poder sentir ese olor característico de libro nuevo, recién estrenado; nos evoca una sensación de bienestar y excitación, todo parece perfecto. Estamos listos para algo más que leer un libro, nos preparamos para tener una experiencia.

El deseo de comenzar a leerlo es tan grande que no podemos evitar empezar de inmediato. Nos disponemos a pasar la primera página y descubrimos, sorprendidos, que la misma está pegajosa. Tanto es así que nos resulta difícil pasar a la siguiente página sin arrancar parte del papel. El desconcierto va en aumento cuando vemos que la siguiente página está igual y, acaloradamente, enseguida nos damos cuenta que todas las páginas tienen el mismo problema.

El deseo de comenzar a leerlo es tan grande que no podemos evitar empezar de inmediato. Nos disponemos a pasar la primera página y descubrimos, sorprendidos, que la misma está pegajosa. Tanto es así que nos resulta difícil pasar a la siguiente página sin arrancar parte del papel. El desconcierto va en aumento cuando vemos que la siguiente página está igual y, acaloradamente, enseguida nos damos cuenta que todas las páginas tienen el mismo problema.

Nos desilusionamos. Aquella experiencia que imaginábamos extraordinaria, que hace escasos segundos llenaba nuestros pensamientos de forma acelerada, que saciaba nuestra necesidad de estímulos ofreciéndonos un viaje a través de nuestras propias fantasías, de repente se desvanece entre nuestras manos y nos invade un sentimiento mezcla de decepción y tedio.

Este ejemplo, que quizás pueda parecer lejano al ámbito del diseño de aplicaciones, nos sirve sin embargo para entender la

importancia de ofrecer una buena experiencia de usuario en cualquier ámbito, y que por tanto ofrecer una mala experiencia a nuestros usuarios o clientes puede tener un impacto negativo en sus emociones, lo que puede llevar al fracaso en la implantación de las aplicaciones que diseñemos.

La experiencia del usuario, o User Experience (UX) es, en ocasiones, una prioridad baja para muchas empresas. Pensamos que ofrecer un contenido de calidad es suficiente para satisfacer las necesidades de nuestros usuarios y clientes. Sin embargo, no todas las empresas tienen en cuenta que la forma en que se consuma ese contenido, es decir, la experiencia que ofrezcamos a nuestros usuarios y clientes, puede tener un impacto emocional en su percepción sobre la empresa.

Los usuarios son cada vez más exigentes y nuestra estrategia tiene que asegurar su satisfacción en cuanto a experiencia de usuario se refiere.

Ya no nos basta únicamente con ofrecer un contenido de calidad a nuestros usuarios y clientes, ni tampoco con asegurarnos que pueden consumir ese contenido desde cualquier dispositivo, en cualquier lugar y en todo momento. Los usuarios son cada vez más exigentes y nuestra estrategia tiene que asegurar su satisfacción en cuanto a experiencia de usuario se refiere.

De esta forma, al diseñar, construir y poner en marcha soluciones, debemos adaptar nuestras metodologías para que no queden obsoletas, e incluir las fases y tareas necesarias para dar respuesta a esta necesidad cada vez más extendida. Adaptarnos a esa realidad que nos indica que ya no se trata únicamente de diseñar, construir e implementar soluciones, sino de transmitir emociones.

Ejemplo de las fases (tradicionales y nuevas) de un proyecto típico de implantación de una aplicación.

Para que la experiencia de los usuarios y clientes resulte satisfactoria cuando diseñamos una aplicación, la estrategia de UX se debe apoyar en algunos pilares fundamentales, como:

- **Funcionalidad:** la aplicación debe ofrecer las funcionalidades que el usuario espera tener.
- **Usabilidad:** la aplicación que diseñemos debe ser simple de usar.
- **Utilidad:** todo lo que el usuario necesita debe estar disponible y todo lo que está disponible debe ser de utilidad para el usuario.
- **Accesibilidad:** el acceso a la información debe ser fácil para todos los tipos de usuario que vayan a usar la aplicación.
- **Emocionalidad:** la aplicación debe ser capaz de crear un vínculo emocional con el usuario: si algo nos gusta, lo utilizamos más y mejor.
- **Agilidad:** la rapidez en el acceso a la información, la fluidez en el uso de la misma y evitar tiempos de espera innecesarios son aspectos vitales para asegurar la satisfacción del usuario.
- **Homogeneidad:** los usuarios esperan tener la misma experiencia independientemente del dispositivo que estén utilizando para acceder a la aplicación, así que la aplicación debe ofrecer una experiencia de usuario homogénea en todos los dispositivos.

En consonancia con estas tendencias, cuyo avance se antoja inexorable, SAP está orientando sus productos y servicios poniendo al usuario en el centro de su estrategia (lo que llamamos Diseño Centrado en el Usuario, o User-Centric Design) y proponiendo tecnologías orientadas a ofrecer la mejor experiencia de usuario posible.

De esta forma, SAP promueve la adopción de Design Thinking como estrategia de diseño de aplicaciones, ya que facilita la identificación de las necesidades de los usuarios desde el principio y da soporte al análisis de las expectativas en cuanto a experiencia se refiere, haciendo partícipes de la definición y conceptualización de las aplicaciones a los propios usuarios que las utilizarán posteriormente.

En el aspecto más puramente tecnológico, SAP propone el uso de SAPUI5 como framework de desarrollo de aplicaciones y ofrece



SAP Fiori como conjunto de aplicaciones estándar (basadas en SAPUI5) ya desarrolladas para cubrir los procesos de negocio más habituales, para minimizar el tiempo de desarrollo y construcción, agilizando la puesta en marcha de soluciones que mejoren la experiencia de nuestros usuarios y clientes. Esto facilita la consecución del éxito de las nuevas soluciones, poniendo la tecnología al servicio de las personas.

Orientar nuestra estrategia desde el punto de vista de la UX, poniendo al usuario como centro de esta estrategia, nos facilitará la consecución del éxito en la implantación de las aplicaciones, ya que nos permite obtener los siguientes beneficios:

- Aumento de la adopción de las herramientas por parte de los usuarios y clientes, al crear un vínculo emocional con la aplicación.
- Mejora en la productividad de los usuarios, al utilizar más y mejor las aplicaciones.
- Disminución de los errores e incidencias en el uso de la aplicación, al involucrar a los usuarios desde el principio y ponerlos en el centro de nuestra estrategia.
- Ahorro de los costes de formación, al diseñar la aplicación pensando en el usuario, ya que la aplicación funcionará exactamente como los usuarios esperan.
- Fidelización de clientes y empleados, al ofrecerles herramientas atractivas que se adaptan funcional y técnicamente a lo que esperan.
- Mejora en la eficiencia de los procesos de negocio, al aumentar la productividad de los usuarios y la adopción de las herramientas.

El paradigma digital está cambiando. Las aplicaciones están cada vez más presentes en los diferentes ámbitos de nuestra vida, y por tanto las experiencias de uso y las sensaciones que transmitimos con estas aplicaciones tienen un impacto directo en las emociones de las personas que las utilizan. Evolucionamos irremediamente para diseñar soluciones que transmitan emociones.

'Es muy probable que las mejores decisiones no sean fruto de una reflexión del cerebro sino del resultado de una emoción'.

Eduardo Punset