

# **T05 – TM Equipo 6**

**Actividad: 12 Leyes UX/UI**

**Fecha: 10/02/2023**

## **Integrantes:**

- Rolando Distel**
- Gonzalez Maria Jose**
- Maldonado Gauna Esteban Joel**
- Diaz Fatima Denise**
- Gallac Leandro**
- Roger Misael Villarreal**

## 1- Accede a la Url

La Url para acceder es : <https://www.lingscars.com/>

## 2- Descripción de la Misma

- La página que nos tocó evaluar, se refiere al arrendamiento o alquiler de vehículos de forma temporaria entre distintos usuarios.
- Este servicio está disponible para el Reino Unido solamente.
- La página ofrece múltiples opciones de alquiler, ofrece una alta gama de vehículos de distintas marcas y distintos modelos.

## 3- Carencias de la Página

The screenshot shows a section titled "Mis ofertas Alfa Romeo" (My Offers Alfa Romeo) with two car models displayed: a white Alfa Romeo Giulia and a red Alfa Romeo Stelvio. To the left, there's a sidebar for "COCHE AZ" (Car A-Z) featuring an Abarth logo and a green arrow pointing down. The main menu includes options like "Hogar", "Coches / Clientes", and "Acerca de". On the right, there's a call-to-action "i Haz clic en un modelo!" (Click on a model!) next to a photo of a smiling person. Below the cars, there are links for "salón julia" and "Finca Stelvio" with rental offers from £819.60 and £909.60 respectively. A quote at the bottom reads: "Buen sitio web; pronto volveremos por más autos" - Dr. M Humzah, Cirugía P+D ...2169 letras [AQUÍ](#)".

The screenshot shows a vertical sidebar on the left listing various vehicle models: L5 X Estate, Autobús de tripulación de despacho, Furgoneta de despacho, E-Berlingo Estate e-C4, E-Space, Tourer eléctrico familiar, CUPRA, CUPRA Finca Ataca, Nacido, Finca Formmentor, León, Finca León, DACIA, Corredor Inmobiliario, DACIA, DS4. The main content area has a heading "...icómo funciona!" (...how it works!) and a numbered list of six steps: 1) Elija un automóvil para alquilar u obtener una cotización, 2) Complete el formulario de propuesta de arrendamiento de automóviles en línea, 3) Ser aceptado para la financiación de contratos de alquiler, 4) Firmar un formulario de pedido de arrendamiento, 5) Completar documentos publicados, 6) Entrega de arrendamiento, como comida china para llevar. To the right, there's a sidebar for "EL SITIO WEB DE ARRENDAMIENTO DE COCHES FAVORITO DE REINO UNIDO" (The website of the favorite car rental in the United Kingdom) featuring a cartoon character with the word "WAH!" and contact information for Ling Valentine MS, IoD, 15 Riverside Studios, Newcastle Business Park, Newcastle upon Tyne, NE7YL, Tel 0191 460 9444, sales@LINGS CARS.com, and a note about preferring to receive emails over phone calls. It also lists the IVA number (866 024), registration number (30), commercial registration (6178634), and credit license information.



La página a analizar tiene múltiples carencias en las que se puede nombrar a :

- Demasiados Anuncios.
- Demasiadas animaciones.
- No respeta una paleta de colores limitada abrumando al usuario con demasiados colores.
- Tampoco respeta una tipografía para dar un estilo adecuado.
- Mucha información que lo que hacen es aburrir al usuario hasta cansarlo.
- Demasiada mezcla de tipografías altas, bajas, chicas grandes, etc.
- Muchos Gifs animados.
- La interfaz de usuario no se centra en la funcionalidad principal de la página que es el alquiler de autos.
- No es fluida la página, es decir la página no tiene un flujo principal.
- No es intuitiva.
- Falta de coherencia.
- El fondo de la página cansa visualmente la vista.
- Hay demasiados hipervínculos que redirigen a páginas y pestañas que se abren por todos lados.
- Gran espacio en blanco llegando al finalizar la página precedida del contrato de arrendamiento de autos.

#### 4- Informe Detallado de las Leyes de UX/UI que no se cumplen:

##### Ley de Prägnanz

La ley de Pragnanz consiste en que las personas interpretan las imágenes complejas como la forma más simple posible, porque es la interpretación que menos esfuerzo cognitivo requiere.

En este caso no se cumpliría ya que a simple vista en la imagen podemos notar que no hay algo que se caracterice o resalte de las demás formas que vemos ya que todas son iguales y no es fácil diferenciarlas, ej:



##### Ley Hick

La ley de Hick consiste en que el tiempo que lleva tomar una decisión aumenta con el número de alternativas y su complejidad.

En este caso vemos que tampoco cumple esta ley ya que al momento de querer alquilar un vehículo, nos encontramos con demasiados pasos/opciones para concretar la compra lo que nos lleva a una pérdida de tiempo además de poner en una situación de estrés al usuario.

~~Off we go! Enjoy my form, please fill in as much as you can...~~

Account

## Set up your account (or log in)

DONE!

Welcome, sebastian\_87@gmail.com.

[Next >](#)

Choose a Car

~~Choose your car from 1000's of deals~~



[More Info](#)

*So - you have chosen this car,  
or one very close to it...*



Fuel -  
Petrol



Paint -  
Non-metallic



Gearbox -  
Manual



Ling's Deal ID = 4197260

**4 Year**

**£177**

Nissan  
Juke  
1.0 DiG-T  
Tekna  
(114bhp)  
Hatchback 5dr  
Petrol Manual  
Petrol Manual

**4 Year  
rental**

**6 + 47**

This means 6 payments upfront  
then 47 monthly payments.

**Petrol Manual  
(Brand New)**

Road Tax:  
**Fully Included**

## **Personal Contract Hire**



[More Info](#)

**Is this the correct car deal  
you were aiming for?**



**Yes!**      **No!**



[More Info](#)

**Now, I need to know the  
annual mileage you will  
typically drive...**



**Choose your annual  
mileage.**

6,000

Miles Per Year

**Next >**

**Maintenance?**

  
[More info](#)

**Do you want to include maintenance?  
(Usually Increases the price)**





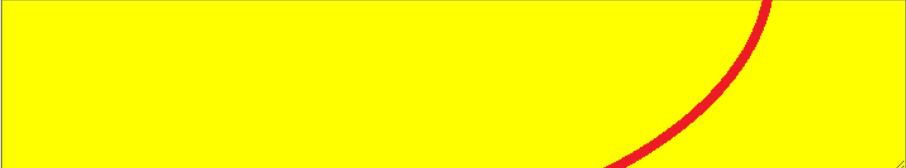
**Yes** **No**

**Next >**

**What you want to say?**

  
[More info](#)

**Please add any comments or notes, about this deal...**



**Update Deal >**

**Your own personal details**

**Security**

**Getting a new car should be fun... But I take security very seriously. I hold your data on a secure server with EV, your data is never sold or released to anyone except the finance provider.**

UK Data Protection Number: Z1098490

**Please fill in form below.**

**YOUR DETAILS**

**Are you?** {  Male  Female  Transexual

**First Name(s)**  First names  
(\* Just first names as shown on Driving Licence)

**Full Surname**  Surname  
(\* Just surnames as shown on Driving Licence)

**Friendly Name**  Nickname  
(The name I can call you e.g. "Bob", "Pete", "Jenny" or "Iceman")

**Date of Birth**  DD /  MM /  YYYY

**Next >**

**Customers having fun:** Go Topless

**Customers must be over 17 years old!**

**Security**

Getting a new car should be fun!  
But I take security very seriously. I hold your data on a secure server with EV, your data is never sold or released to anyone except the finance provider.

UK Data Protection Number: Z1098490



Customers having fun: **Go Topless**

**17+**

Customers must be over 17 years old!

**Please fill in form below.**

**YOUR DETAILS**

Are you? {  Male  Female  Transexual

First Name(s)  First names  
(\* Just first names as shown on Driving Licence)

Full Surname  Surname  
(\* Just surnames as shown on Driving Licence)

Friendly Name  Nickname  
(The name I can call you e.g. "Bob", "Pete", "Jenny" or "Iceman")

Date of Birth  DD /  MM /  YYYY

**Next >**

**Current Address**

**Job Info**

**Bank Details**

**Proposal Summary**

**Finish**

### Ley de Tesler

La Ley de Tesler o también conocida como Ley de Conservación de la Complejidad, establece que para cualquier sistema existe una cierta cantidad de complejidad que no se puede reducir.

En este caso podemos decir que tampoco se cumple como la ley anterior, ya que podemos ver que pide datos de más que no son importantes, y fácilmente podríamos reducirlo a lo más esencial.

### Ley de proximidad

Los objetos que están cerca o próximos entre sí tienden a agruparse

Consideramos que en este caso la proximidad de tantos objetos se cumple haciendo que la página sea aún más difícil de seguir debido al exceso de objetos visuales desplegados.

## Efecto Posición Serial

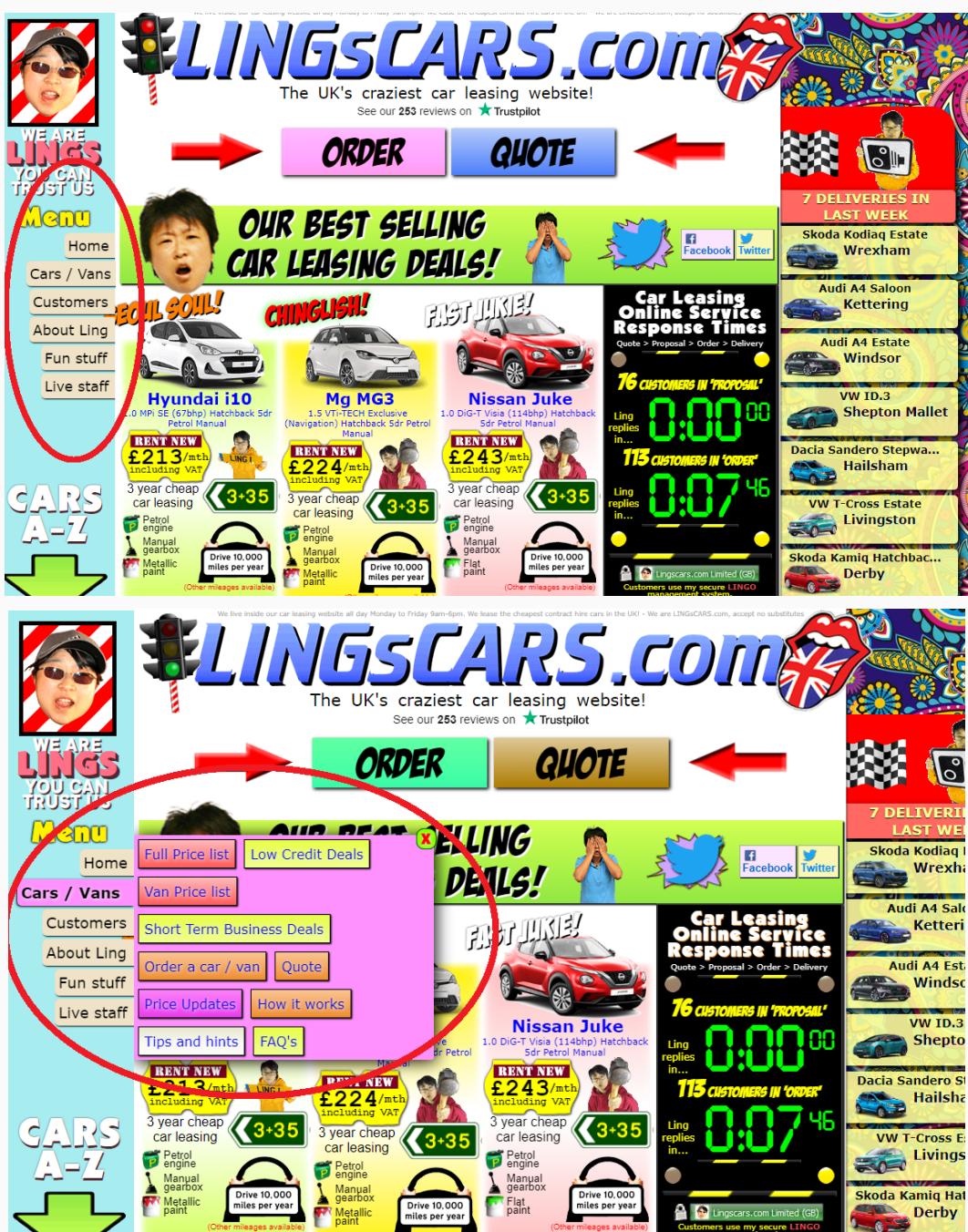
Los usuarios tienen la tendencia de recordar mejor el primer y último elemento de una serie. En este caso tampoco se cumpliría esta ley ya que todos los elementos de la página son llamativos y no hay elementos que resalten o que nos permita recordarlos más que el resto, ej:



## Ley de Fitts

El tiempo que se necesita para llegar a un objeto es proporcional a la distancia a la que se encuentra y su tamaño.

No se cumple la ley de fitts ya que si nos posicionamos en la parte izquierda del sitio web , podremos ver el menú de la misma y al dar click en Car/ Vans vemos como el menú en lugar de desplegarse por abajo se despliega al costado, y el menú en si esta ubicado verticalmente en lugar de horizontalmente, ej:



## Ley de Parkinson

Cualquier tarea se inflará hasta que se gaste todo el tiempo disponible. Tampoco cumple esta ley ya que al momento de querer alquilar un auto tenemos demasiados pasos que seguir y por lo tanto se gasta mucho tiempo en realizar la acción como pudimos ver como ejemplo en la ley Hick.

## **Efecto Von Restorff**

El efecto Von Restorff, también conocido como Efecto de Aislamiento, predice que cuando hay varios objetos similares presentes, es más probable que se recuerde el que difiere del resto.

Aunque los objetos presentes son diferentes la abrumadora cantidad de imágenes hace que todas se vean iguales, y por lo tanto, es difícil recordar algo en especial.

## **Principio de Pareto**

El principio de Pareto establece que, aproximadamente el 80% de los efectos provienen del 20% de las causas.

El 80% de las deficiencias visuales provienen de la falta de un lenguaje visual claro y esto conduce a falta de fluidez hacia el objetivo central que es el alquiler de autos, observándose que el 20% es por la falta de diseño que persiga el objetivo de alquilar autos.

## **Ley de Miller**

La persona promedio solo puede mantener alrededor de 7 elementos en su memoria de trabajo.

En este caso no se cumpliría la ley de Miller ya que tenemos más de 7 elementos en el sitio web, lo que nos dificulta recordar los mismos ya que no podemos diferenciar a simple vista los elementos principales.

## **Ley de Jakob**

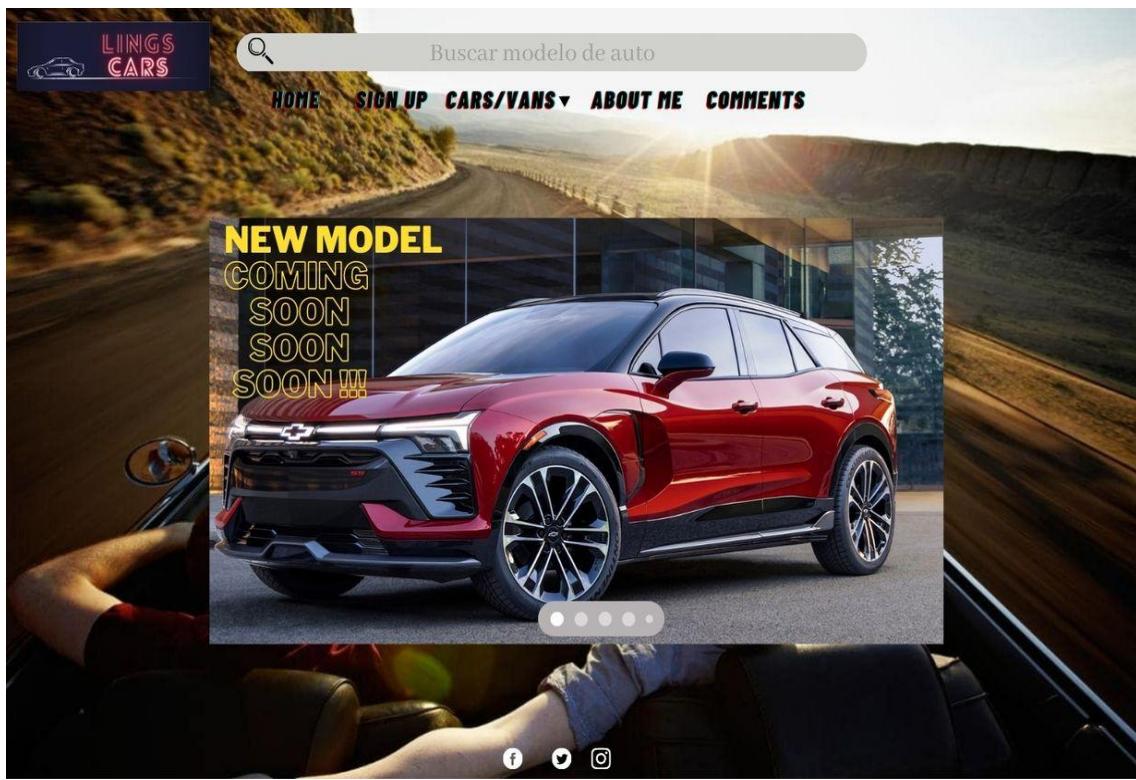
Los usuarios prefieren aquellos sitios que funcionen igual que los que ya conocen.

Tampoco cumple la ley de Jakob ya que el sitio web sale de lo normal que sería un sitio web orientado al alquiler de autos y se presenta mucha dificultad a la hora de adquirir un vehículo.

## **5- Comentarios Personales para mejoras sobre la Aplicación**

La propuesta para mejorar es reducir drásticamente la cantidad de mensajes visuales concentrándose en el objetivo principal de alquilar autos. Para lo cual proponemos un auto atractivo en la portada montada sobre una imagen de una paisaje acorde a lo que se conoce de los gustos de los usuarios como una ruta para la imaginación, y por arriba un campo buscador de autos, que se encuentra accesible para mejorar la experiencia de usuario de encontrar rápidamente el modelo que busca. Además, un menú con las opciones más importantes como Home, Sign Up, Cars/Vans, About me, Comentarios.

Al acceder al auto por el resultado de la búsqueda, el usuario podrá acceder a todos los datos del auto, más fotografías, y las condiciones de alquiler como ser el precio, ofertas, y promociones.



Asimismo, el servicio se puede contratar desde la página que se despliega a continuación de la página del auto elegido para seleccionar el destino, la fecha de inicio y devolución, confirmar el auto elegido.



Rediseño de la página sugerido a manera de mock up para el cliente ( basado en las leyes vistas UX/UI )

