

LABORATORIO 21



Heurístic de usabilidad que se está evaluando:

- Control y libertad de usuario.
- Reconocimiento antes que recuerdo.
- Conexión entre el sistema y el mundo real

Explicación sobre por qué se está violando la heurística o por qué es una buena práctica de la heurística.

Se está violando porque no da la opción de borrar el carrito en caso que te hayas equivocado al agregar algún producto, además de no darte una opción de poder regresarte a seguir comprando, no se sabe si se puede actualizar el carrito de compras o no. Se está violando porque a pesar de ser un icono reconocible, es mejor ponerle nombre para identificarlo de manera más clara. Cambiarle el nombre a la interfaz de bolsa de compras a carritos de compras, ya que hay un carrito como ícono.

La severidad del problema o impacto del beneficio.

Severidad media, particularmente con los usuarios que van a querer seguir viendo qué comprar y no tienen la opción de regresar de manera sencilla.

Si es un problema, su posible solución o desventajas potenciales.

Mantener la visibilidad de las opciones que puede tomar el usuario. Manejo de errores (opción de vaciar carrito de compras)

Relación con otros aspectos de usabilidad (si aplica)

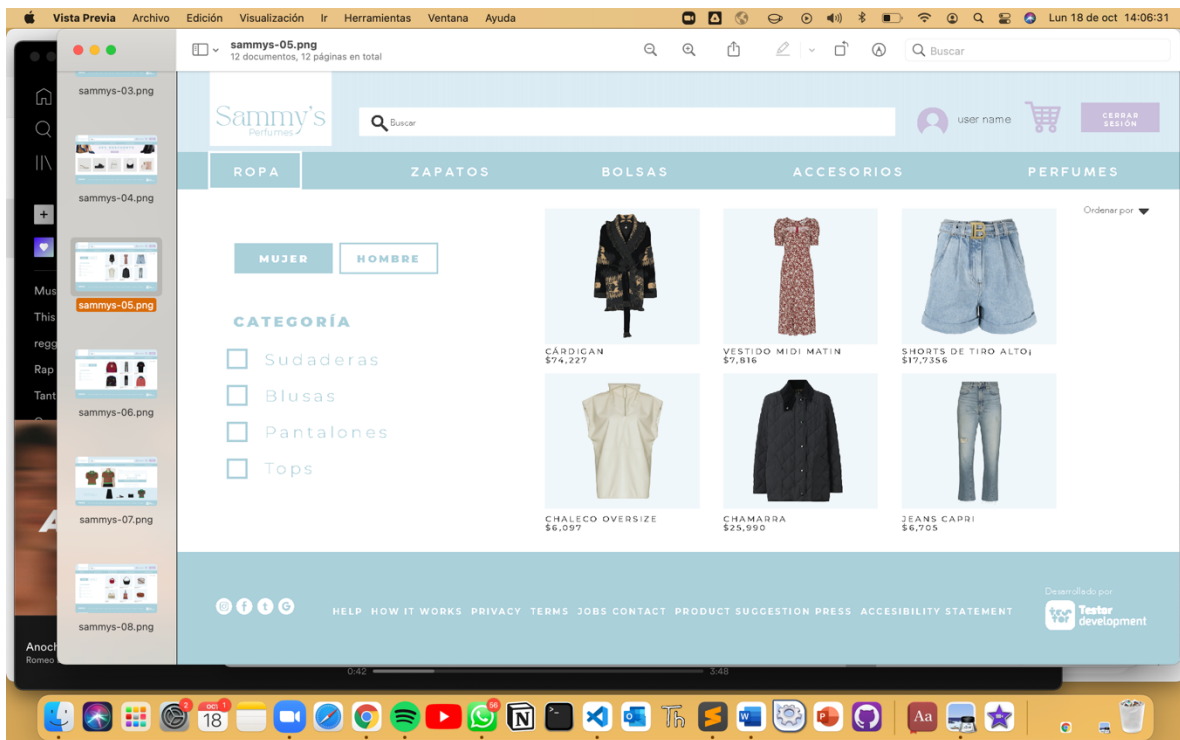
UAR 2-

Al momento de meterte a una sección de ropa, se pierde la visibilidad de la sección en la que nos encontramos.

Descripción:

En las distintas secciones, no hay una descripción clara de dónde nos encontramos. No hay una liga para indicarnos cómo hemos navegado o en qué interfaz nos encontramos.

Evidencia del aspecto:



Explicación del aspecto:

Se violan las siguientes heurísticas:

Visibilidad y estatus del sistema: Se viola esta heurística debido a que no hay título de las páginas en donde nos encontramos y no hay enlaces para notificarnos como hemos navegado.

Severidad del problema o beneficio de la buena característica:

Severidad media baja, particularmente con usuarios que quieren identificar algo en particular de manera sencilla.

Posible solución y desventajas potenciales:

Disponer de títulos en las interfaces, sobre todo de enlaces de navegación para regresarnos de manera más sencilla.

Jose Luis Banda Hernandez
A01610329

UAR 1 — Al momento de crear cuenta hay campos ambiguos.

- Descripción

En la pantalla de crear cuenta no especifica que formato que deben tener los campos de dirección, genero, fecha y teléfono, por lo que las personas pueden escribir aquí lo que ellos piensen que debe de ir.

- Evidencia del aspecto



The screenshot shows a web form titled "CREAR CUENTA" for "Sammy's Perfumes". The form is located on the right side of a light blue page, with the brand logo on the left. The form contains the following fields: "Nombre (s)", "Apellido (s)", "Correo electrónico", "Dirección de residencia", "Genero", "Fecha de nacimiento", "Teléfono", "Contraseña" (with 8 asterisks for masking), and "Confirmar contraseña" (with 5 asterisks for masking). A "CREAR CUENTA" button is positioned at the bottom of the form.

- Explicación del aspecto

Se violan las siguientes heurísticas:

1. Control y libertad del usuario, ya que no muestra una forma de corregir si el usuario se equivoca.
2. Prevención de errores, ya que no especifica que formato tiene que llevar o que te deje seleccionar algunos campos da mucho margen para que la gente se equivoque.

- Severidad del problema o beneficio de la buena característica

Severidad media-alta, ya que esto puede causar problemas internos en la base de datos y al momento de hacer las consultas no se podrán organizar los datos bien.

- Posible solución y desventajas potenciales (si el aspecto es un problema)

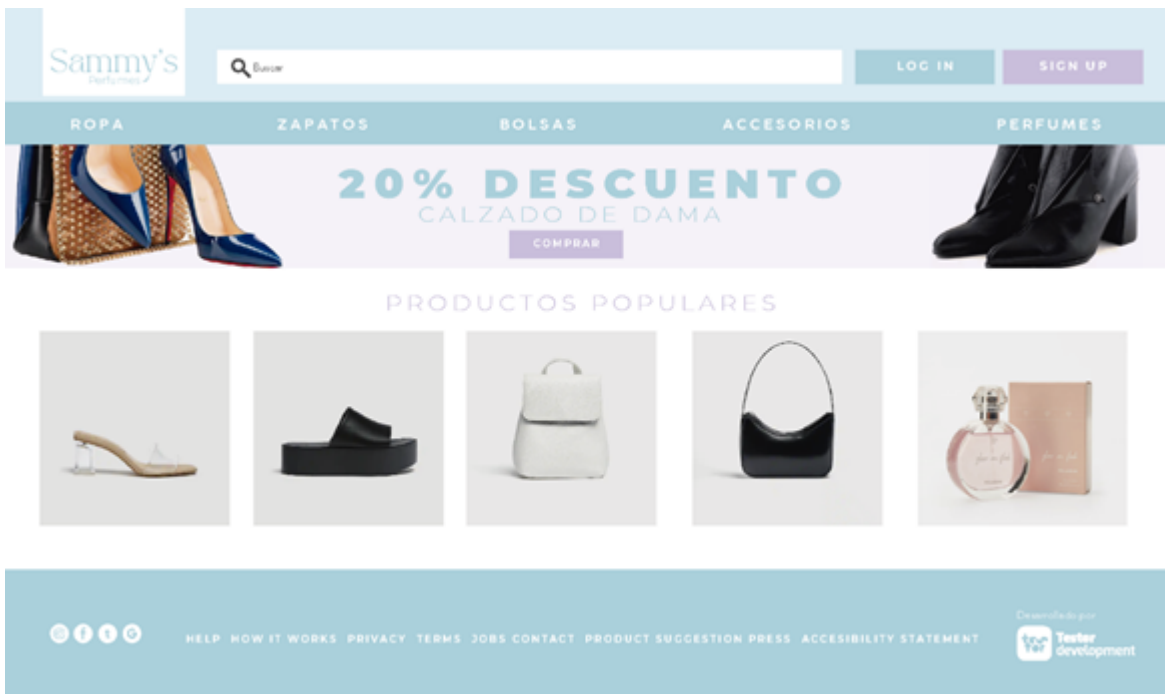
Los campos que sean posibles que sean solo de selección hacerlos así para que la gente no escriba solo seleccione, y los campos de escribir poner un ejemplo de como es el formato.

UAR 2 — Al momento de ingresar datos, se pierde la descripción

- Descripción

En la pantalla de inicio aparecen unas imágenes pero no especifica si son productos, categorías o simples imágenes de cosas que están a la venta.

- Evidencia del aspecto



- Explicación del aspecto

Se violan las siguientes heurísticas:

1. Reconocimiento antes que recuerdo, ya que al ver esas imágenes tienes que estar pensando en para que sirven, ya que no se sabe si es para ver esos productos o si es para ver la categoría de esos productos o solo son imágenes con las que no se puede interactuar.

- Severidad del problema o beneficio de la buena característica

Severidad media, ya que no afecta directamente en algo pero si es incomodo para el usuario.

- Posible solución y desventajas potenciales (si el aspecto es un problema)

Poner algún letrero o botón debajo de las imágenes para aclarar para que sirven o como se pueden interactuar con ellas.