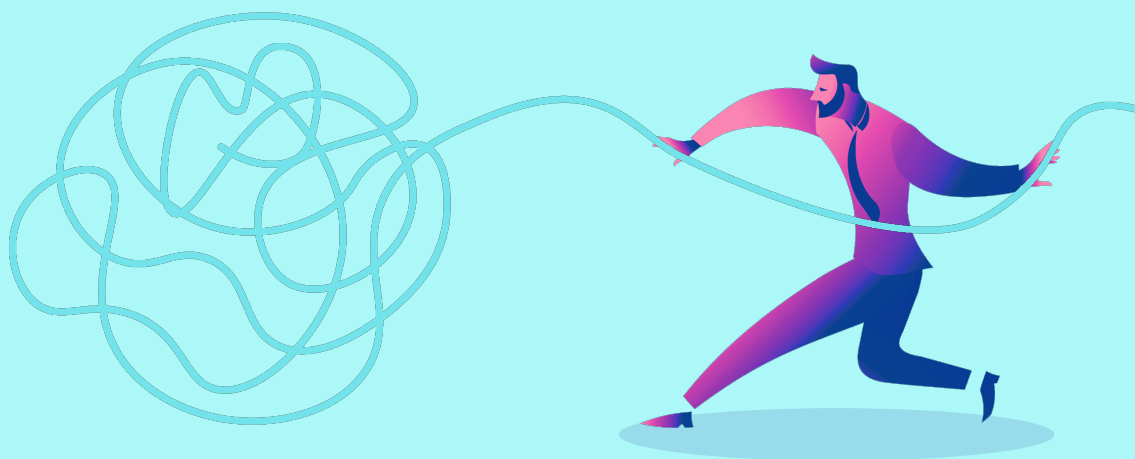




Diseño UX / UI: Design Thinking

Leyes UX



01

Efecto de usabilidad estética

Un diseño estéticamente agradable crea una respuesta positiva en el cerebro de las personas y les lleva a creer que el diseño en realidad funciona mejor.

03

Ley de Hick

El tiempo que lleva tomar una decisión aumenta con el número y la complejidad de las opciones.

05

Ley de Prägnanz

Las personas perciben e interpretan imágenes ambiguas o complejas de la forma más simple posible, porque es la interpretación que requiere el menor esfuerzo cognitivo.

07

Ley de Fitts

El tiempo para alcanzar un objeto depende de la distancia y el tamaño del objeto. Cuanto más pequeño el objeto, más tiempo se necesita.

02

Umbral de Doherty

La productividad aumenta cuando una computadora y sus usuarios interactúan a un ritmo (<400 ms) que garantiza que ninguno tenga que esperar al otro.

04

Ley de Tesler

Para cualquier sistema existe una cierta cantidad de complejidad que no se puede reducir y, por lo tanto, debe ser asumido por el sistema o el usuario.

06

Efecto de Posición Serial

Los usuarios tienden a recordar mejor el primero y el último elemento de una serie.

08

Ley de Parkinson

Cuanto más tiempo tiene un usuario para realizar una acción, más tiempo tardará en hacerla.

09

Efecto Von Restorff

Cuando hay varios objetos similares presentes, es más probable que se recuerde el que difiere del resto.

10

Efecto Zeigarnik

Las personas recuerdan las tareas incompletas o interrumpidas mejor que las completadas.

11

Ley de Miller

La persona promedio solo puede mantener 7 (más o menos 2) elementos en su memoria de trabajo.

12

Ley de Jakob

Los usuarios pasan la mayor parte de su tiempo en otros sitios, así que prefieren que nuestro producto funcione de la misma manera que todos los demás productos que ya conocen.

13

Regla del peak-end

Las personas juzgan una experiencia en gran parte basándose en cómo se sintieron en su momento culminante y al final, en lugar de la suma total o el promedio de cada momento de la experiencia.

14

Principio de Pareto

El 80% de los efectos provienen del 20% de las causas.