Concepto

Ley de Jakob

Las personas pasan la mayor parte del tiempo en otros sitios, así que esperan que el tuyo funcione igual que los que ya conocen.



En inglés
Jakob's law

Origen
Nielsen (2000); con este nombre, Nielsen (2017)

Qué problema aborda

Explica por qué una interfaz original puede confundir: la gente llega con hábitos aprendidos en otros sitios y los aplica sin pensarlo.

Un ejemplo

Volver a la portada desde una tienda en línea.

Logo en el centro



Logo en el centro: no está donde se busca

Un diseño distinto, con el logo centrado encima del menú. **Cuesta más volver a la portada.**

Logo a la izquierda



Logo arriba a la izquierda, como en otros sitios

Arriba a la izquierda, donde está en la mayoría de los sitios que la gente ya usa. **Se vuelve con un clic.**

No hay nada nuevo que aprender: la persona aplica lo que ya sabe de otros sitios.

Por qué pasa

1 

Pasamos casi todo el tiempo en sitios que no son el tuyo.

2 

Ahí aprendemos dónde suele estar cada cosa y cómo funciona.

3 

Al llegar al tuyo, buscamos lo mismo en el mismo lugar.

Aplicaciones en diseño

✓ Úsalo así

Pon las cosas donde la gente ya las busca, como el buscador o el carrito arriba.

✗ Evita

Reinventar controles conocidos, como el desplazamiento o el menú, solo para parecer distinto.

Para no caer

Seguir las convenciones no prohíbe innovar: cambia algo conocido solo si la mejora compensa lo que cuesta aprenderlo.

6 veces

Lo que dice la investigación

En un estudio con 50 personas en 14 tiendas de moda en línea, quienes usaban un sitio con el logo centrado tenían 6 veces más probabilidad de no volver a la portada con un clic que con el logo a la izquierda (Whitenton, 2016).

● ○ ○ **Estudio único.** Es un solo estudio, pequeño y de un solo sector. La ley en sí resume la experiencia de Nielsen en pruebas de usabilidad: no salió de un experimento.

Conexiones

Se usa en

- Sistema de diseño

Relacionado con

- Heurísticas de Nielsen
- Lo más avanzado pero aceptable
- Modelo mental
- Usabilidad

Autores y obras

2000	**Jakob Nielsen**	Formuló la idea en su columna «End of Web Design», según contó él mismo más tarde.
2016	**Kathryn Whitenton**	Midió cuánto cuesta volver a la portada cuando el logo no está donde se espera.
2017	**Jakob Nielsen**	La presentó con el nombre «Jakob's Law of Internet User Experience».
2020	**Jon Yablonski**	La reunió con otras leyes de la experiencia de usuario en el libro Laws of UX.

Fuentes

Fuentes originales

- Nielsen, J. (2000, 23 de julio). End of web design. Alertbox. Nielsen Norman Group. Ver fuente (https://www.nngroup.com/articles/end-of-web-design/)
- Nielsen, J. (2017, 18 de agosto). Jakob's law of Internet user experience [video]. Nielsen Norman Group. Ver fuente (https://www.nngroup.com/videos/jakobs-law-internet-ux/)
- Whitenton, K. (2016, 10 de julio). Centered logos hurt website navigation. Nielsen Norman Group. Ver fuente (https://www.nngroup.com/articles/centered-logos/)

Fuentes secundarias

- Nielsen, J. (2023, 8 de septiembre). Jakob's law of the Internet user experience. Jakob Nielsen on UX (Substack). Ver fuente (https://jakobnielsenphd.substack.com/p/jakobs-law)
- Yablonski, J. (2020). Laws of UX: Using psychology to design better products & services. O'Reilly Media. Ver fuente (https://www.oreilly.com/library/view/laws-of-ux/9781492055303/)

Última revisión: 26 de octubre de 2026

Atlas público de diseño, de Adriana Ojeda. Texto e ilustraciones bajo licencia CC BY 4.0.