

Documento 3: Resultados del Eye Tracking

1. Introducción

Este documento presenta los resultados del análisis de seguimiento ocular (eye tracking) realizado sobre el **Caso B** del sitio web **El Rincón de Gurb**, con el fin de identificar patrones visuales y áreas de mejora en la interfaz.

2. Herramienta Utilizada

Se empleó **GazeRecorder**, una solución basada en cámara web que permite generar mapas de calor y registrar la atención visual de los usuarios.

3. Diseño del Experimento

- Se seleccionaron tres usuarios con distinto grado de experiencia digital.
- La tarea consistió en localizar y acceder a funcionalidades específicas dentro del sitio.
- Se analizaron las páginas principal y de aterrizaje (landing page).

4. Resultados por Pantalla

A. Página Principal

- Foco dominante en el botón **“Reservar Mesa”**, lo cual es positivo.
- Interés visual significativo en **“Talleres de día”** y **“Restaurante y conciertos de noche”**.
- Poca atención en elementos informativos como **horarios** y **dirección física**.

Recomendación: Mejorar la visibilidad de elementos secundarios mediante color o reubicación.

B. Landing Page

- Atención inicial en frases promocionales como **“Aterrizo en nuestro rincón”**.
- El botón **“Visítanos”** no generó tanto interés, posiblemente por su diseño.
- Interacción moderada con la información de ubicación.

Recomendación: Reforzar la jerarquía visual para guiar mejor el flujo de atención.

5. Conclusión

Los mapas de calor revelan que el diseño actual del Caso B no guía de forma efectiva la atención del usuario hacia acciones clave. A pesar de tener una estética cuidada, los elementos importantes compiten visualmente con decoraciones poco funcionales.

Se recomienda aplicar principios de diseño centrado en el usuario para mejorar la eficiencia visual y la conversión de tareas.