



Conclusiones Eye Tracking:

En conclusión, los resultados del eyetracking revelan que los usuarios muestran una mayor atención hacia las áreas de las plantillas que presentan un mayor contraste con el fondo, específicamente los botones rojos y los círculos grises. Estas zonas captan la atención de los usuarios durante períodos más prolongados. Sin embargo, debido a la falta de uniformidad en el tamaño del texto y la falta de elementos visuales llamativos en algunas partes, estas secciones que deberían ser más destacadas no reciben la atención que se esperaba.