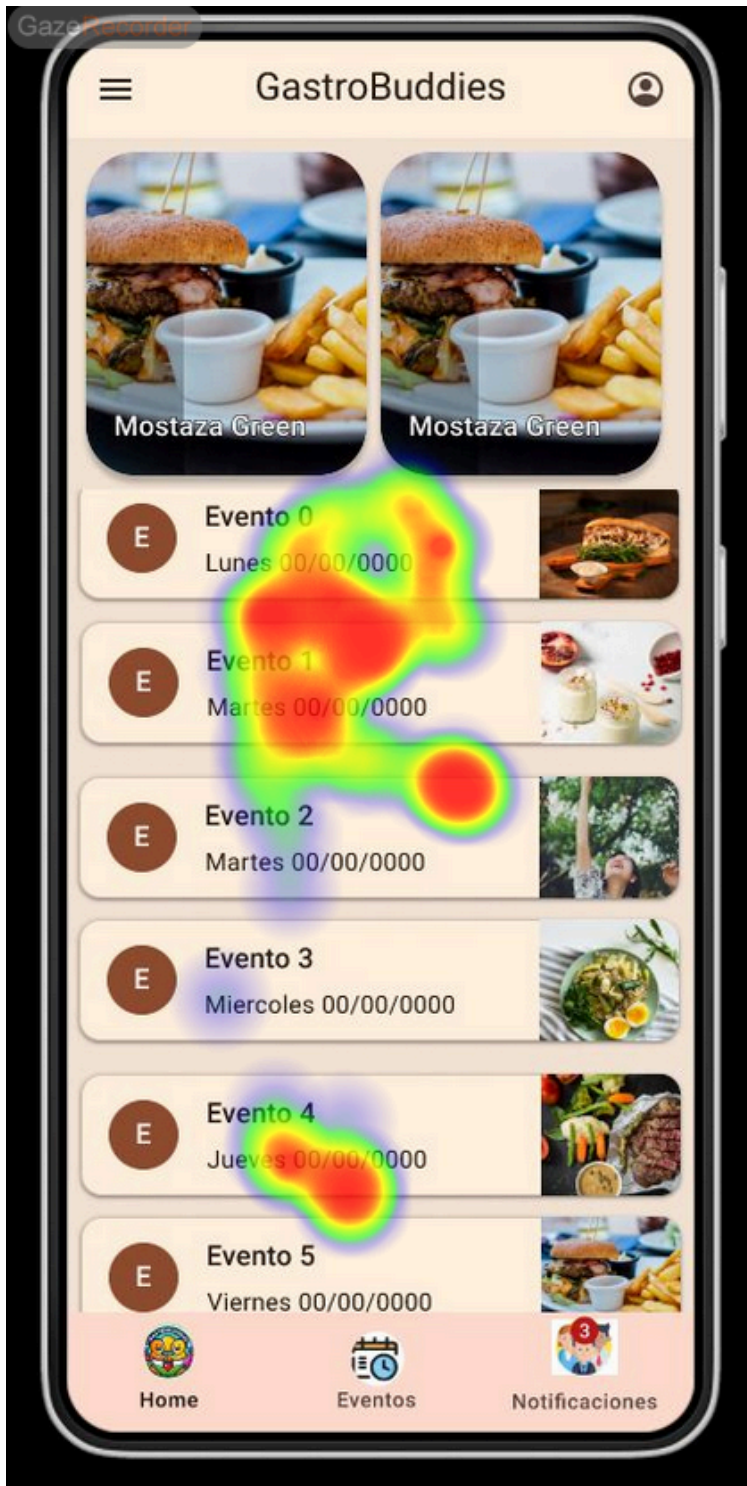


Eye Tracking

Para este estudio vamos a tener en cuenta 2 casos, en el primero se le dirá a 2 usuarios que intenten reservar un curso partiendo desde la página principal y en el segundo estos usuarios tendrán libertad para ver lo que más les llame la atención de la página principal.

Registro en un curso:

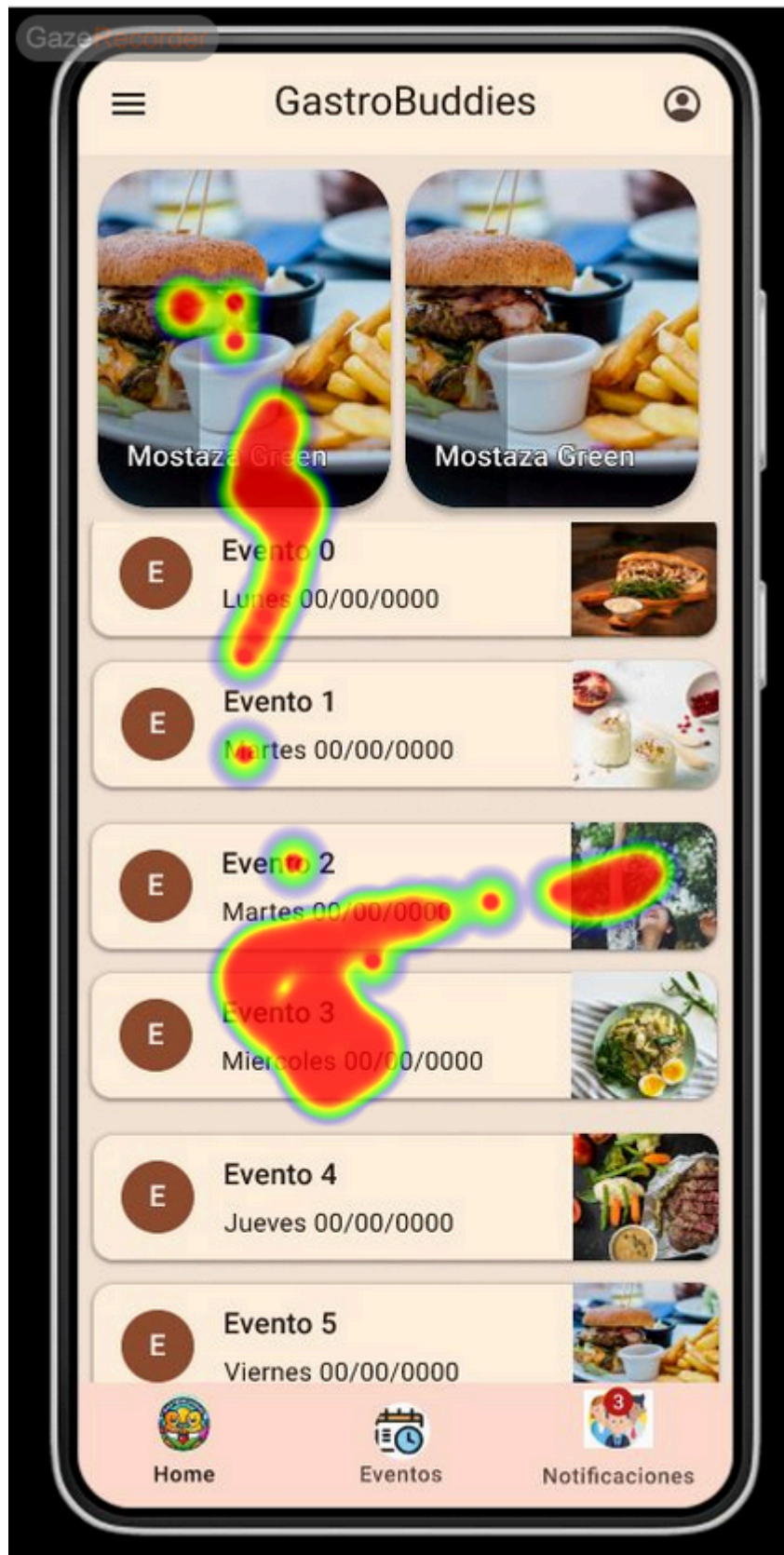
Caso A:





Como se puede observar este usuario ha identificado los primeros eventos de la página principal, después en la página del curso se ha fijado en la parte del botón y también en la foto tan llamativa que hay.

Caso B:

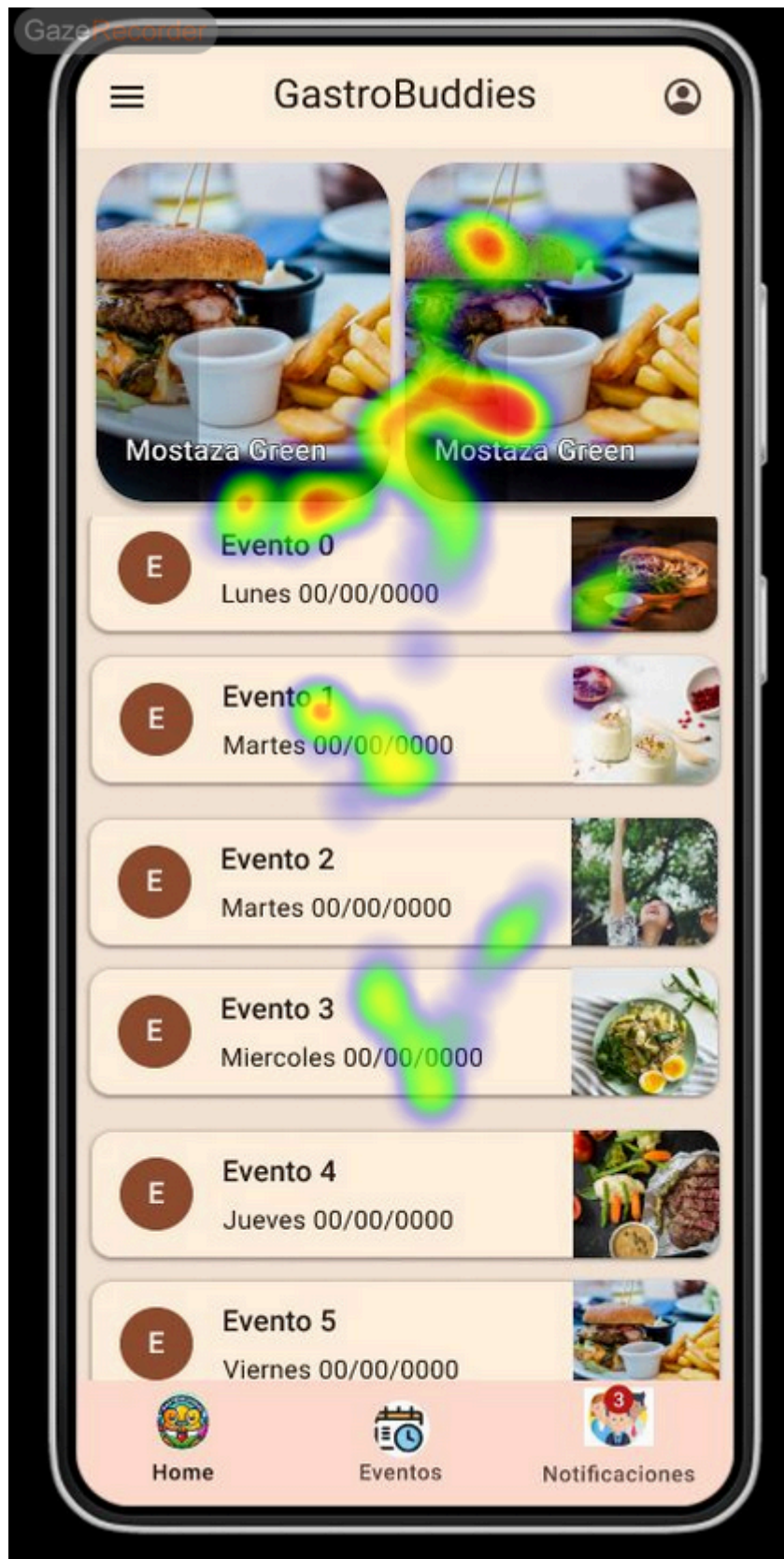




En este caso la persona se ha fijado más en los eventos del medio de la página principal y dentro del curso en ha mirado más el botón de reservar a parte del comentario y la descripción.

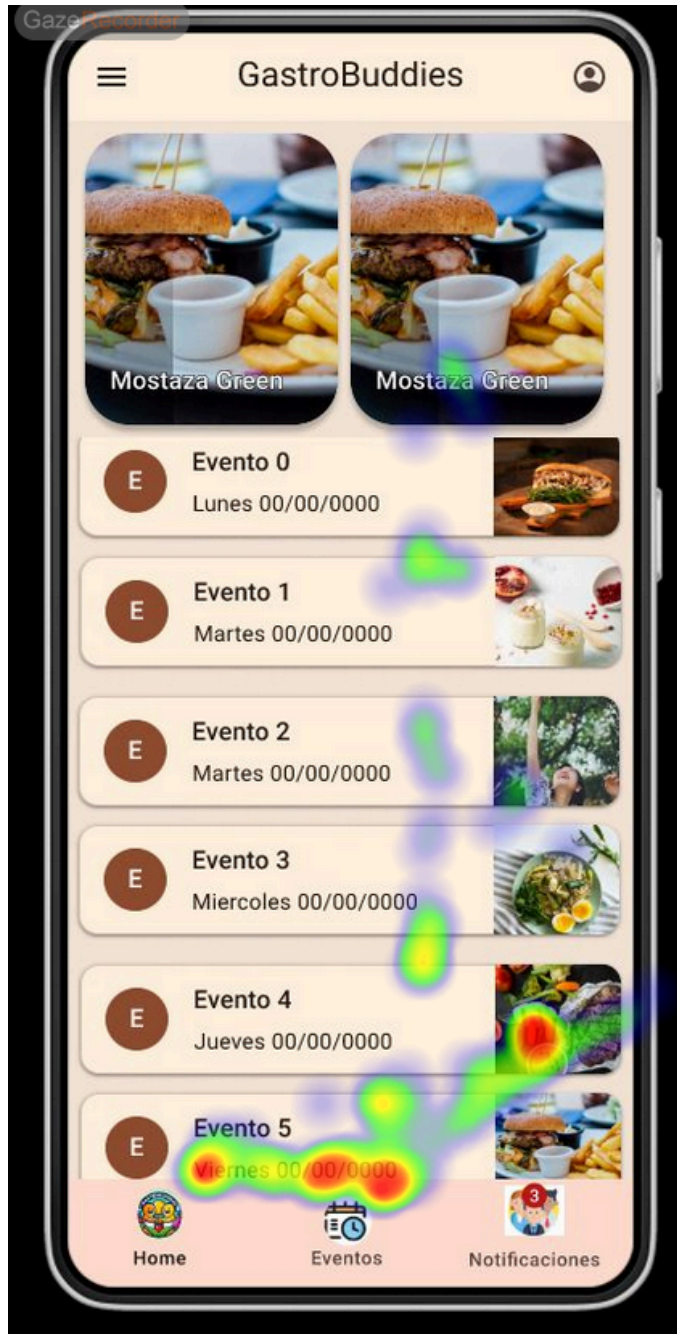
Observación libre página principal:

Caso A:



Esta persona ha mirado por encima los eventos y se ha fijado principalmente en las 2 imágenes de arriba.

Caso B:



Esta persona en cambio ha echado un vistazo general y se ha fijado principalmente en el menú de abajo.