2. Eye Tracking

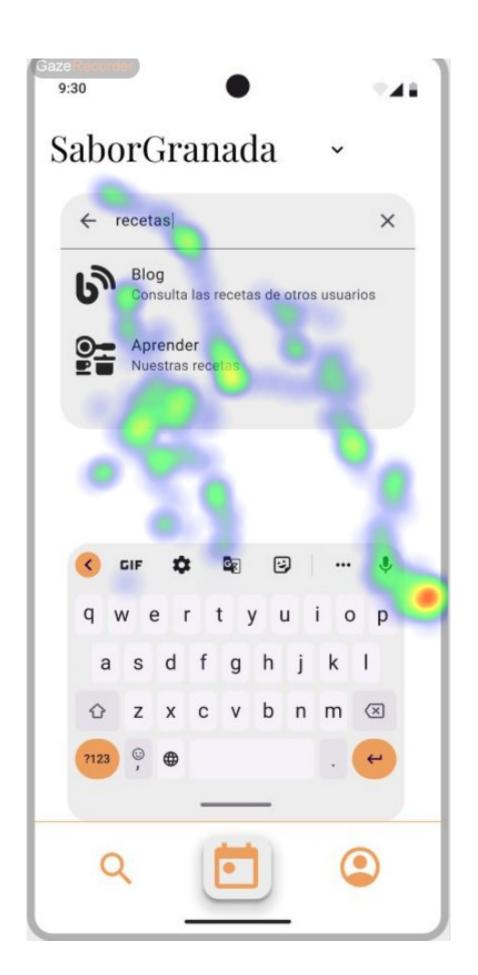
Consiste en evaluar las páginas, con un experimento, viendo dónde el usuario centra más su atención y cuáles son los puntos de más interés.

Para el test hemos añadido un usuario experto, y 2 usuarios objetivo, como los de la tabla anterior, dándonos unos resultados casi idénticos en los usuarios objetivo, y unos resultados también muy parecidos respecto al usuario experto, ya que todos se han centrado en lo primordial para hacer la reserva.

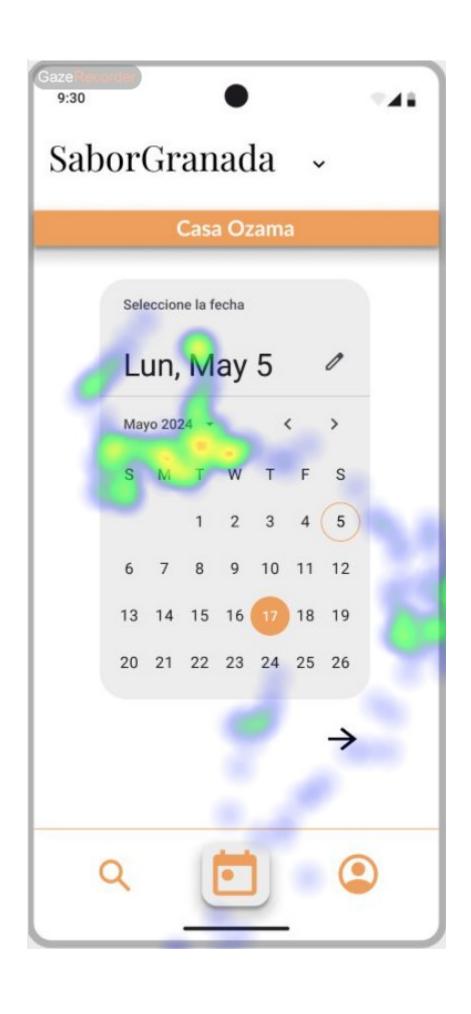
Usuario experto:

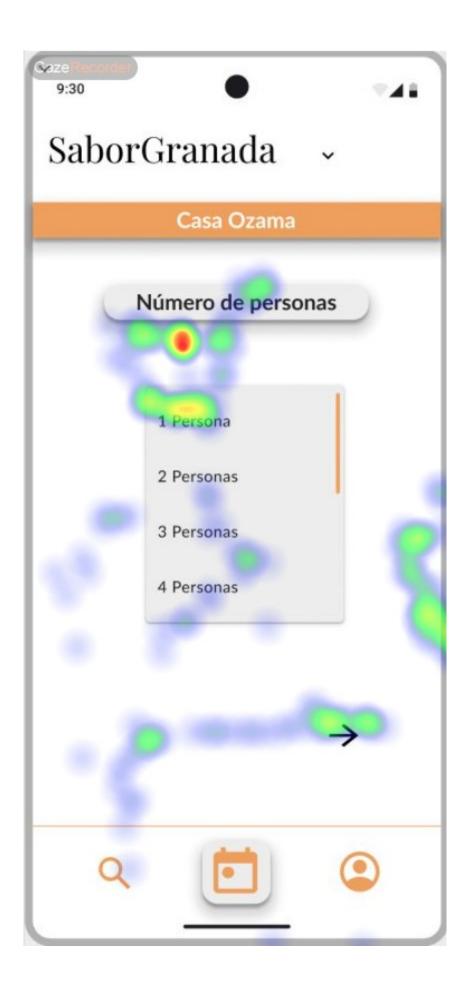


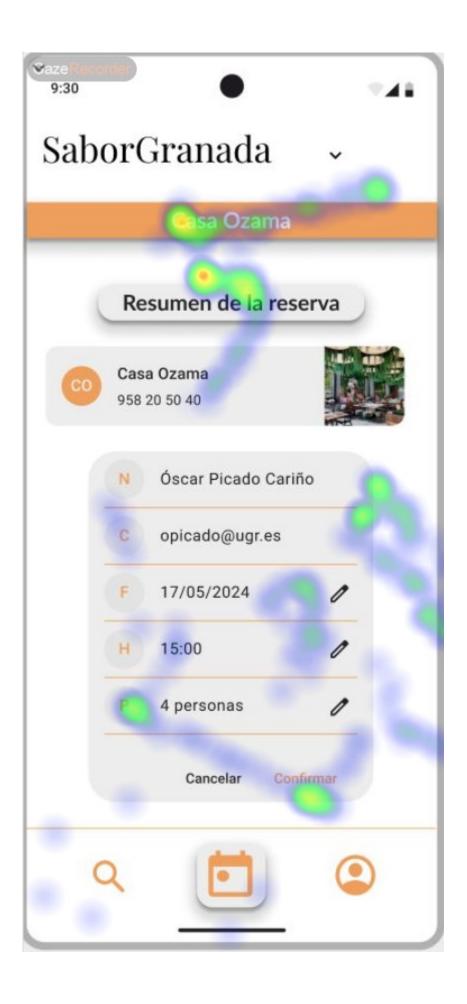




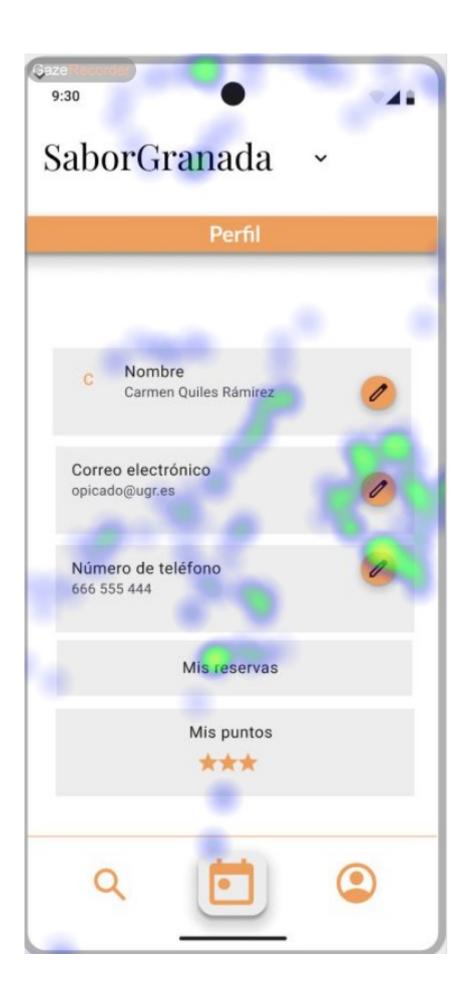












Y los puntos de interés obtenidos han sido idénticos para todos los usuarios, siendo esto así, porque al ser el objetivo principal la reserva, se han centrado en seguir los pasos principales para poder hacerla:









Para el test de eye tracking de los usuarios objetivos tenemos:





