

# Puntos calientes de la página web:

## Resumen:

Hemos desarrollado un experimento en el que los usuarios han observado durante 10 segundos las distintas páginas de SenseGranada dándonos indicadores de la efectividad de su diseño. Éstos nos dicen que los usuarios prestan mucha atención a la información que proporciona la página, pero poca a los elementos que permiten ejecutar acciones esenciales.

## Resultados:

En el link:

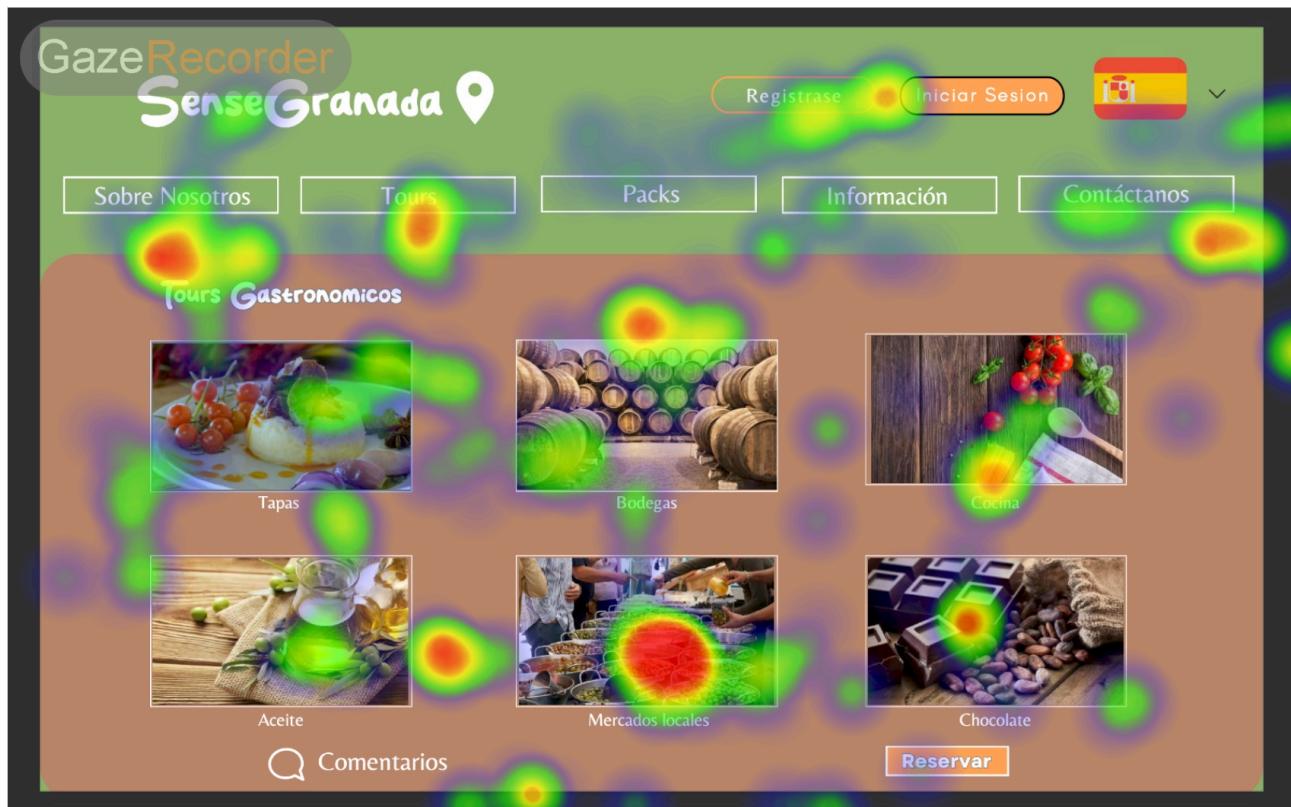
[https://app.gazerecorder.com/Study/Test?  
StudyID=3d3e69fca2911badcff8b1fb411d0bf2&lang=en&RespondentID=null](https://app.gazerecorder.com/Study/Test?StudyID=3d3e69fca2911badcff8b1fb411d0bf2&lang=en&RespondentID=null)

Se puede participar en el experimento y ver los resultados completos.

Las páginas cuyos resultados consideramos más relevantes son las siguientes:



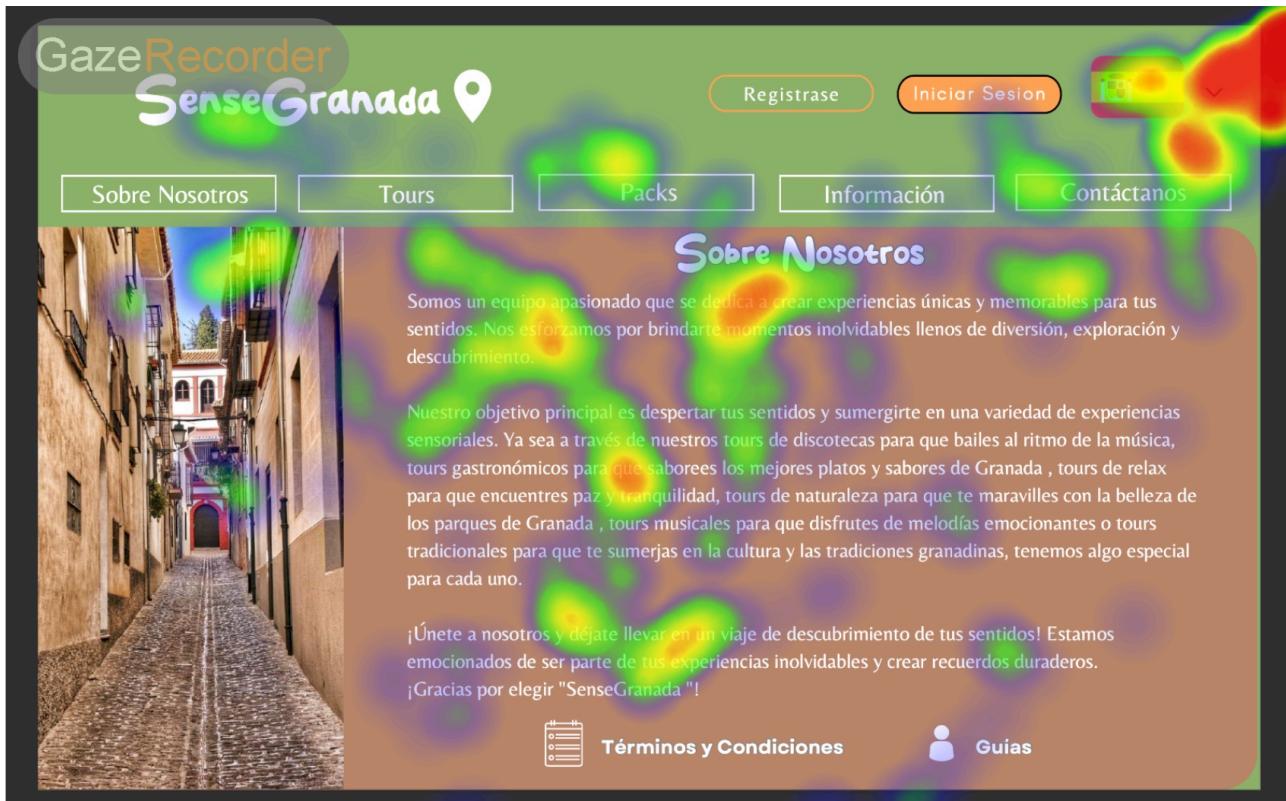
Ésta es relevante porque en el experimento es la primera página que se ve. Las marcas de calor muestran que la atención de los usuarios está centrada en la barra de navegación en la parte superior de la pantalla. Teniendo en cuenta la falta de calibración por ser la muestra de usuarios pequeña, podemos notar que los botones de navegación son los protagonistas, seguidos del logo y el botón de iniciar sesión. En éste caso el contenido de la página queda en segundo plano. Sin embargo destacan los botones de comentarios y reservar en él.



Ésta es una página de selección cuya disposición es común en la aplicación. Podemos ver que los usuarios prestan atención adecuada a las imágenes que representan los ítems seleccionables y menos los títulos que los describen. Éste es un ejemplo de cómo el botón de reservar — esencial en la aplicación — pasa desapercibido debido a lo bajo que se encuentra en la página.



Aquí tenemos una disposición distinta de selección. Una lista de recomendaciones que se lleva toda la atención del usuario. Está claro que los usuarios están familiarizados con el navegador y ya pueden centrar toda su atención en el cuerpo de la página.



Ésta página es similar a la del primer caso, pero al estar más adelante en el experimento nos aporta información distinta. La presencia de más manchas de calor en las primeras líneas y menos en las últimas nos dice que los usuarios se cansan de leer y tanto texto y centran su vista en otras cosas que no son tan relevantes. De hecho los elementos verdaderamente importantes del texto pasan completamente desapercibidos por su formato y su posición a los pies de la página.



Aquí tenemos un caso opuesto al anterior. El formato del botón enviar deja claro que es importante, sin embargo, también ayuda el espacio negativo, permitiendo que la atención del

usuario se centre completamente en el encabezado de la página y las acciones relevantes de iniciar sesión y enviar.



Para finalizar tenemos un claro ejemplo de uso del espacio negativo para centrar la atención del usuario en los elementos esenciales de la página.