



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Trabajo de titulación en la modalidad de artículo  
académico previo a la obtención del Título de  
Ingeniero y Licenciado en Marketing y Gestión de Negocios**

**TEMA: “Los focos de atención en las webs de turismo  
y su implicación en el seguimiento ocular”**

**AUTORES:**

**Santiago Andrés Acurio Villavicencio**

**Ronny Steve Tacco García**

**TUTOR: Ing. Juan Carlos Castro Analuiza, PhD.**

**AMBATO – ECUADOR**

**Octubre 2022**



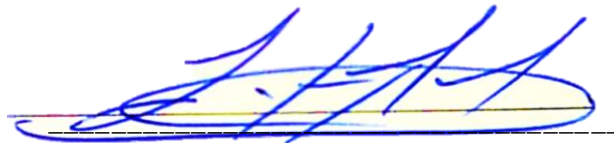
## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

**Ing. Juan Carlos Castro Analuiza, PhD.**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Los focos de atención en las webs de turismo y su implicación en el seguimiento ocular**” presentado por los señores **Santiago Andrés Acurio Villavicencio y Ronny Steve Tacco García** para optar por el título de Ingeniero y Licenciado en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho artículo académico ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 24 de octubre del 2022



**Ing. Juan Carlos Castro Analuiza, PhD.**

**C.I. 020180176-8**

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotros, **Santiago Andrés Acurio Villavicencio** y **Ronny Steve Tacco García**, declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero y Licenciado en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



---

**Santiago Andrés Acurio Villavicencio**

**C.I.0503285462**



---

**Ronny Steve Tacco García**

**C.I.1804592762**

## **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO**

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



---

**Ing. César Maximiliano Calvache Vargas, Mg.**

**C.I. 1802862498**



---

**Ing. Ricardo Patricio Medina Chicaiza, Mg.**

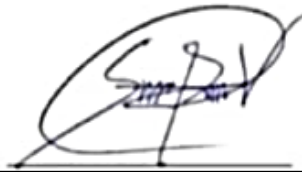
**C.I. 1802333276**

Ambato, 24 de octubre del 2022

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizamos a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedemos los derechos en línea patrimoniales de nuestro artículo académico con fines de difusión pública, además aprobamos la reproducción de este artículo académico dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando nuestros derechos de autores.



---

**Santiago Andrés Acurio Villavicencio**

**C.I.0503285462**



---

**Ronny Steve Tacco García**

**C.I.1804592762**

## RESUMEN EJECUTIVO

Este estudio proporciona una revisión de los focos de atención en las webs de viajes, alojamientos y restaurantes sobre la base del seguimiento ocular, para medir el nivel de enraizamiento, densidad y coocurrencia de las categorías en las webs de turismo; en base al estudio del comportamiento de los usuarios al ser analizados en base a la herramienta de seguimiento ocular denominada *eye tracking*.

Determinando que los usuarios en su mayoría navegan bajo un patrón de visualización con orientación a la tarea que desean cumplir como: compras, reservaciones o búsqueda de información; mientras que, al patrón z y el de izquierda-derecha quedaron en segundo plano.

En las webs de viajes, alojamientos y restaurantes las imágenes y el texto denotaron ser los focos de atención más visualizados; el precio y las formas de contacto son focos de atención poco visualizados y citados. Finalmente, en las webs de restaurantes, las imágenes y el texto fueron los códigos más citados y vinculados.

Sobre la base de la teoría fundamentada; se aplicó el método de comparación constante y el uso del *software* Atlas.ti como práctica analítica cualitativa, para identificar a los focos de atención más citados en las unidades de análisis que fueron objeto de estudio. Tras la revisión se define que las estructuras categóricas que más llaman la atención en los visitantes son las imágenes, la función de búsqueda y el texto, mientras que, el precio es el dato más sensible y el menos observado.

**PALABRAS CLAVES:** ARTÍCULO ACADÉMICO, TURISMO Y DESARROLLO, TURISMO, MARKETING.

## **ABSTRACT**

This study provides a review of the focus of attention on travel, accommodation and restaurant websites based on eye tracking, to measure the level of rooting, density and co-occurrence of categories on tourism websites; based on the study of user behavior when analyzed based on the eye tracking tool called eye tracking.

Determining that most users navigate under a visualization pattern oriented to the task they wish to accomplish, such as: purchases, reservations or information search, while the z pattern and the left-right pattern were left in the background.

On travel, accommodation and restaurant websites, images and text denoted to be the most viewed focus of attention; the price and the forms of contact are focuses of attention little visualized and mentioned. Finally, on restaurant websites, images and text were the most cited and linked codes.

On the basis of grounded theory; The constant comparison method and the use of the Atlas.ti software were applied as a qualitative analytical practice, to identify the most cited focuses of attention in the analysis units that were the object of study. After the review, it is defined that the categorical structures that attract the most attention in the visitors are the images, the search function and the text, while the price is the most sensitive data and the least observed.

**KEY WORDS:** ACADEMIC ARTICLE, TOURISM AND DEVELOPMENT, TOURISM, MARKETING.

## CARTA DE APROBACIÓN DEL ARTÍCULO ACADÉMICO



### **FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

*La revista "Turismo y Sociedad" de la facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad Externado de Colombia, hace constar que el 27 de agosto de 2021 fue recibido el artículo titulado " Los focos de atención en las webs de turismo y su implicación en el seguimiento ocular." elaborado por "Juan Carlos Castro Analuiza, Santiago Andrés Acurio Villavicencio y Ronny Steve Tacco García.*

*El artículo en mención culminó satisfactoriamente el proceso de evaluación por parte de los pares externos y, en consecuencia, el trabajo editorial fue aprobado para su publicación en la Revista Turismo y Sociedad en la edición XXXIII, correspondiente al periodo académico julio- diciembre de 2023*

*Se expide en Bogotá, a los veinticuatro (24) días del mes de junio del año dos mil veintidós (2022).*

*Atentamente,*

*Daniel Calderón.  
Editor  
Revista Turismo y Sociedad*



ACREDITACIÓN EDITA POR EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL Y CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL TEOCAN.  
CALIDAD EN LA EDUCACIÓN TURÍSTICA EXPEDIDA POR LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO  
AL PROGRAMA DE PREGRADO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS