

Announcing Clarity brand agents! Learn more

From clicks to clarity— with AI*

Act confidently with AI-driven insights into how users experience your site and apps.

Free forever • 2M+ sites and apps globally • GDPR & CCPA ready

[Get started](#) [See live demo](#)

Session recordings Heatmaps AI summaries AI chat Brand agents

Session recordings

Watch real users on your site

- Watch user sessions to uncover where people get stuck and why.

Event Timeline

Subscribe 00:03

Simple Practices for Organizing Your Workflow

Send to Share

Microsoft Clarity

Herramienta avanzada de análisis de experiencia de usuario que permite visualizar el comportamiento real de los visitantes mediante grabaciones de sesiones, mapas de calor dinámicos y métricas de frustración como clics de rabia. Es una solución ideal para especialistas en marketing digital, expertos en optimización de la tasa de conversión (CRO), diseñadores de producto y desarrolladores que buscan identificar errores de interfaz y mejorar la usabilidad de sus activos digitales sin coste alguno.

[Visitar Sitio Oficial](#) [Preguntar a ChatGPT](#) [Preguntar a Claude](#) [Preguntar a Grok](#)

Contenido del Dossier

- [Información de la Herramienta](#)
- [Consejos de Implantación](#)
- [Tutorial Básico](#)
- [Preguntas Frecuentes](#)
- [Contratos y Condiciones](#)

INFORMACIÓN DE LA HERRAMIENTA

Qué y para quién es

Microsoft Clarity es una herramienta de análisis de experiencia de usuario (UX) basada en datos de comportamiento real. A diferencia de las analíticas cuantitativas tradicionales, Clarity se centra en el "por qué" detrás de las acciones de los visitantes mediante grabaciones de sesiones, mapas de calor y métricas de frustración. Está diseñada para equipos de producto, especialistas en marketing digital, expertos en CRO (Conversion Rate Optimization) y desarrolladores que necesitan visualizar cómo interactúan los usuarios con sus activos digitales sin sesgos estadísticos.

Principal ventaja profesional

En mi opinión profesional, tras haberla implementado en diversos entornos, la razón definitiva para elegirla es su capacidad de integración nativa con Google Analytics y su modelo "completamente gratuito sin límites". Mientras que competidores como Hotjar o Lucky Orange restringen el número de sesiones grabadas en sus planes gratuitos, Clarity procesa volúmenes masivos de datos sin coste, lo que permite a las empresas españolas escalar su análisis UX sin preocuparse por presupuestos de software adicionales. Destaco especialmente la detección de "clics de rabia" (rage clicks), que ahorra horas de diagnóstico técnico.

Para quién no es

No es para profesionales que busquen analítica de embudos de conversión (funnels) complejos o modelos de atribución publicitaria, tareas donde herramientas como Mixpanel o GA4 son superiores. También la rechazarán organizaciones con políticas de privacidad extremadamente restrictivas que prohíban cualquier script de terceros, aunque Clarity cumple con GDPR. Aquellos que solo busquen números y no tengan tiempo para visualizar grabaciones o interpretar mapas de calor encontrarán la herramienta infrutilizada.

funcionalidades clave

- Mapas de calor (Heatmaps) dinámicos que muestran dónde hacen clic y hasta dónde hacen scroll los usuarios, compatibles con elementos dinámicos mediante selectores CSS.
- Grabaciones de sesiones en tiempo real que permiten reproducir el recorrido exacto del usuario, ocultando automáticamente datos sensibles por privacidad.
- Métricas de frustración avanzadas, como Dead Clicks (clics en elementos no interactivos) y Excessive Scrolling, que he verificado como vitales para detectar errores de diseño.
- Panel de control de rendimiento basado en IA que resume insights clave y anomalías detectadas en el tráfico.
- Filtrado avanzado por dispositivo, navegador, sistema operativo y etiquetas personalizadas.

Precios

- Versión gratuita: Completa y sin límites de tráfico. Microsoft ofrece esta herramienta de forma gratuita bajo una licencia comercial, financiándose mediante el uso de datos agregados y anónimos para mejorar sus propios modelos de aprendizaje automático.
- No existen versiones de pago ni rangos de precios por volumen de datos.

Perfil del usuario

- Empresas de comercio electrónico (E-commerce) que necesitan optimizar el proceso de checkout.
- Agencias de marketing digital y consultoras de UX encargadas de auditorías web.
- Departamentos de producto en SaaS para validar nuevas funcionalidades.
- Administradores de sistemas y desarrolladores Front-end para la detección de errores en UI.

Nivel técnico requerido

- Nivel técnico requerido para su uso: Bajo. La interfaz es intuitiva y diseñada para perfiles no técnicos.
- Nivel técnico requerido para su instalación: Medio-Bajo. Requiere la inserción de un script en el <head> de la web o el uso de gestores de etiquetas.
- Conocimientos necesarios: Familiaridad básica con etiquetas HTML/CSS y uso de Google Tag Manager.

Ejemplos de uso profesional

- Detección de puntos de fuga en carritos de compra al observar sesiones de usuarios que abandonan tras encontrar un error de validación.
- Optimización de Landing Pages comparando mapas de calor antes y después de un cambio de diseño de un botón de llamada a la acción (CTA).

- Soporte técnico avanzado: utilizar la grabación de un usuario específico que ha reportado un problema para ver exactamente qué error de interfaz ocurrió.
- Análisis de accesibilidad al observar cómo interactúan usuarios móviles con menús desplegables complejos.

Uso y distribución

- Versión web (Panel de administración y configuración).
- Extensión de navegador para Google Chrome y Microsoft Edge (permite ver mapas de calor directamente sobre la web viva).
- SDK para aplicaciones móviles (Android e iOS).
- Integración nativa con plataformas como Shopify, WordPress, Wix y Google Tag Manager.

Integraciones

- Facilidad de integración: No-code mediante plugins oficiales y conectores.
- API propia: Permite la exportación de datos y la creación de identificadores personalizados para vincular sesiones con usuarios internos.
- Integración nativa destacada con Google Analytics para cruzar datos cuantitativos con grabaciones visuales.
- Conexión directa con AB Tasty y otras herramientas de testing para visualizar variantes de experimentos.

Notas finales

Veredicto técnico

Desde mi perspectiva, Clarity es una herramienta indispensable debido a su relación coste-beneficio imbatible. Vale la pena para cualquier empresa, desde una Pyme hasta una gran corporación, ya que ofrece datos de nivel Enterprise de forma gratuita. Lo que más valoro es que no impacta significativamente en la velocidad de carga de la web (WPO), algo extremadamente raro en herramientas de grabación de sesiones.

información legal, licencias, contratos

- Cumple con GDPR, CCPA y cuenta con certificación ISO 27001.
- Contrato de servicio estándar de Microsoft. Es importante configurar correctamente las "Masking settings" para asegurar que los datos PII (información de identificación personal) no sean capturados, cumpliendo así la normativa española de protección de datos.

Otros

Quiero destacar la funcionalidad de "Quick Backs", que identifica cuando un usuario navega a una página y regresa inmediatamente, indicando que el contenido no era lo que esperaba.

Fuentes consultadas:

- <https://clarity.microsoft.com>
- <https://learn.microsoft.com/en-us/clarity/>
- <https://clarity.microsoft.com/pricing>
- <https://github.com/microsoft/clarity>
- <https://www.linkedin.com/showcase/microsoft-clarity/>

CONSEJOS DE IMPLANTACIÓN

Aplicación profesional

Según mi experiencia, Microsoft Clarity es la herramienta de democratización del análisis UX por excelencia. Es ideal para cualquier empresa con presencia digital, desde una pyme que lanza su primer e-commerce hasta grandes corporaciones que gestionan portales complejos. Mi opinión profesional es que su mayor valor reside en eliminar la barrera del presupuesto: al ser totalmente gratuita y sin límites de sesiones, permite un análisis continuo que herramientas de pago limitan a muestreos. Lo que más me gusta es su capacidad para desvelar fricciones invisibles en el embudo de conversión sin necesidad de configurar eventos complejos. El presupuesto necesario es prácticamente cero en licencias, debiendo invertir únicamente en el tiempo de análisis del equipo.

Madurez digital requerida

- Usuarios y equipo: Perfiles con capacidad analítica básica. No se requiere ser un experto en datos, pero sí tener sensibilidad hacia la experiencia de usuario y curiosidad por el comportamiento humano.
- Empresa y departamentos: Organizaciones que ya han superado la fase de "solo mirar visitas" y buscan entender el comportamiento cualitativo. Es fundamental que los departamentos de Marketing y Producto tengan una comunicación fluida.

Plan orientativo de implantación

Pasos necesarios y estimaciones

- Tiempos estimados de despliegue: Entre 1 y 3 horas para la parte técnica; de 1 a 2 semanas para la recolección de datos significativos.
- Evaluación inicial de necesidades: Identificar las páginas clave (checkouts, landings de registro, formularios) donde la fricción del usuario impacta directamente en el negocio.
- Implantación inicial: Configuración a través de Google Tag Manager (GTM) para una implementación limpia. Recomiendo activar la integración con Google Analytics 4 desde el primer minuto para cruzar datos.
- Configuración de privacidad: Mi experiencia en implantaciones me lleva a pensar que el paso más crítico es el enmascarado de datos sensibles. Es necesario definir qué campos de formularios deben ocultarse para cumplir estrictamente con la GDPR.
- Seguimiento y feedback: Establecer una rutina semanal de revisión de "Rage Clicks" y "Dead Clicks" para priorizar correcciones en el roadmap de desarrollo.

Necesidades de formación del equipo

El equipo no requiere formación técnica avanzada. Es necesario capacitarles en la interpretación de mapas de calor y, sobre todo, en saber filtrar las grabaciones de sesiones para no perderse en el "ruido" de miles de videos.

Perfiles necesarios

- Perfiles técnicos necesarios: Un gestor de etiquetas (GTM) o un desarrollador Front-end para la inserción del script.
- Personal externo recomendado: En implantaciones complejas, un consultor experto en CRO puede ayudar a extraer conclusiones de los datos recopilados que el equipo interno pueda pasar por alto.

Retorno de la inversión

- Tiempos: Las primeras optimizaciones "quick-wins" suelen detectarse en los primeros 7-10 días de uso.
- Cómo medirlo: El ROI se mide mediante la reducción de la tasa de abandono en puntos críticos y el aumento de la tasa de conversión (CR). Al usarlo te das cuenta de que la identificación de un solo error de diseño que impedía un clic puede pagar con creces el tiempo invertido.

Otros

Un aspecto que considero vital y que a menudo se ignora es el uso de la extensión de navegador de Clarity. Permite ver los mapas de calor mientras navegas por tu propia web en tiempo real, lo que facilita enormemente las presentaciones de resultados a dirección al mostrar visualmente dónde fallan los elementos. Además, la funcionalidad de "Smart Highlights" basada en inteligencia artificial ayuda a resumir sesiones largas, ahorrando hasta un 60% del tiempo de análisis manual.

TUTORIAL BÁSICO

Instalación

Microsoft Clarity destaca por su ligereza y facilidad de despliegue. Según mi experiencia, la clave no es solo instalarlo, sino hacerlo de forma que no ensucie tu flujo de trabajo de análisis previo.

- **Método recomendado:** Utiliza la etiqueta oficial de **Google Tag Manager (GTM)**. Esto te permite gestionar el disparo del script bajo condiciones de consentimiento específicas (GDPR), algo vital si usas Consent Mode.
- **Integración con GA4:** Es un paso obligatorio. Al vincularlo desde la configuración de Clarity, podrás ver grabaciones de sesiones directamente filtradas por los eventos que ya tienes en Google Analytics.
- **Checklist de validación:**
 - Verifica el "Tracking Status" en el dashboard tras 2 horas de tráfico.
 - Instala la extensión **Clarity Live** en tu navegador para ver mapas de calor en tiempo real sobre tu web sin entrar al panel.
 - Configura el **Enmascaramiento de Datos (Masking)** desde el inicio para proteger información sensible de usuarios en formularios.

Uso en el día a día

Lo que más me gusta de esta herramienta es su capacidad para convertir datos abstractos en problemas visuales obvios. No pierdas tiempo viendo grabaciones al azar; usa los filtros inteligentes.

- **Segmentación por frustración:** Empieza el día filtrando por "Rage Clicks" (clics rabiosos) y "Dead Clicks" (clics muertos). Son los problemas de UX más urgentes que Clarity detecta automáticamente.
- **Análisis de Scroll:** Al usarlo te das cuenta de que el 80% de los usuarios rara vez pasan del primer tercio de la página. Usa el mapa de calor de desplazamiento para decidir si ese botón de compra está demasiado abajo.
- **Copilot (IA):** Aprovecha el resumen de grabaciones generado por IA. En mi opinión profesional, ahorra horas de visionado al resumirte en texto qué impidió que un usuario finalizara una compra.

Trucos de experto

- **Comparación lado a lado:** Usa la herramienta de comparación para ver el comportamiento de usuarios en móvil vs. escritorio simultáneamente. A menudo descubrirás elementos que se superponen en pantallas pequeñas.
- **Smart Events:** No te limites a los clics. Configura eventos inteligentes basados en el tiempo de permanencia o profundidad de scroll para identificar "power users".
- **Filtros personalizados:** Mi experiencia me lleva a pensar que el filtro más potente es el de **Referrer**. Mira cómo interactúan de forma distinta los usuarios que vienen de Facebook Ads comparados con los de búsqueda orgánica; sus expectativas y paciencia suelen ser opuestas.

Posibles problemas/incidencias

Aunque es una herramienta muy pulida, existen detalles que pueden sesgar tus datos:

- **Delay en datos:** Ten en cuenta que los mapas de calor no son instantáneos y suelen requerir un volumen mínimo de sesiones para ser estadísticamente representativos (mínimo 10-20 sesiones por página).
- **Conflictos de CSS:** En sitios con diseños muy dinámicos o Single Page Applications (SPA) complejas, a veces las capturas de pantalla de los mapas térmicos pueden verse desconfiguradas. Asegúrate de configurar correctamente la captura de "estilos dinámicos" en los ajustes.
- **Bloqueadores de anuncios:** Algunos filtros de privacidad agresivos y adblockers impiden la carga del script de Clarity, lo que puede causar una ligera diferencia entre las sesiones reportadas en el servidor y las grabadas.

Otros

- **Costo Cero Real:** A diferencia de competidores como Hotjar, Clarity es **totalmente gratuito y sin límites** de tráfico. No hay versiones "pro" ocultas, lo que lo hace ideal para proyectos que están escalando rápido.
- **Privacidad:** Cumple con GDPR por defecto, pero siempre recomiendo añadir una cláusula específica en tu Política de Privacidad mencionando el uso de Microsoft Clarity para análisis de comportamiento anónimo.

PREGUNTAS FRECUENTES

¿Qué es Microsoft Clarity y cuál es su función principal?

Es una herramienta de análisis de experiencia de usuario (UX) que permite visualizar el comportamiento real de los visitantes en un sitio web o aplicación móvil. A diferencia de las herramientas métricas tradicionales, Clarity utiliza grabaciones de sesiones, mapas de calor y análisis de frustración para explicar el porqué del comportamiento del usuario.

¿Cuál es el coste de la herramienta y qué limitaciones tiene?

Microsoft Clarity es completamente gratuita y no ofrece versiones de pago. No existen límites en el número de sitios web monitorizados, volumen de tráfico procesado ni en la cantidad de grabaciones de sesiones o mapas de calor generados, lo que la diferencia de otros competidores que operan bajo modelos freemium.

¿Es Microsoft Clarity una opción Open Source?

Sí, parte de su tecnología es de código abierto. El código del script cliente que captura los datos está disponible en GitHub, lo que permite a los desarrolladores y expertos en seguridad auditar cómo se recopila la información y cómo interactúa con el navegador.

¿Cómo garantiza el cumplimiento de la normativa española de protección de datos (RGPD)?

La herramienta cumple con el RGPD, la CCPA y posee la certificación ISO 27001. Cuenta con configuraciones de enmascaramiento automático que ocultan información de identificación personal (PII) durante las grabaciones. No obstante, el responsable del sitio debe configurar adecuadamente estas opciones y actualizar su política de cookies según la normativa vigente en España.

¿Es una tecnología segura para el rendimiento de mi sitio web?

Clarity ha sido diseñada para tener un impacto mínimo en el rendimiento de carga (WPO). El script se ejecuta de forma asíncrona para no bloquear el renderizado de la página, enviando los datos en pequeñas ráfagas para evitar saturar el ancho de banda del usuario final.

¿Qué son los 'clics de rabia' y otras métricas de frustración?

Son indicadores automáticos que detectan problemas de usabilidad. Los 'clics de rabia' identifican áreas donde el usuario clica repetidamente de forma rápida (frustración), los 'clics muertos' señalan elementos que parecen interactivos pero no lo son, y el 'scroll excesivo' indica que el usuario no encuentra la información que busca.

¿Se puede integrar con otras herramientas profesionales?

Sí, dispone de una integración nativa muy estrecha con Google Analytics, permitiendo vincular grabaciones específicas con eventos de GA4. También se integra con plataformas como Shopify, WordPress, Wix y Google Tag Manager, además de permitir la exportación de datos mediante su propia API.

¿Para qué tipo de análisis NO es recomendable esta herramienta?

No es una herramienta diseñada para el análisis profundo de embudos de conversión (funnels), modelos de atribución publicitaria o análisis predictivos complejos. Para estas tareas, es preferible utilizar soluciones como Google Analytics 4 o Mixpanel.

¿Qué nivel de conocimientos técnicos se requiere para su implementación?

La instalación técnica es de nivel medio-bajo, ya que solo requiere insertar un fragmento de código en la cabecera del sitio web o utilizar un gestor de etiquetas. El uso diario de la interfaz es intuitivo y accesible para perfiles de marketing, producto o diseño sin necesidad de conocimientos de programación.

¿Cómo es posible que sea gratuita y cómo se financia?

Microsoft ofrece Clarity de forma gratuita para recopilar datos agregados y anónimos que le ayudan a mejorar sus modelos de aprendizaje automático y servicios de inteligencia artificial. No utiliza los datos para fines publicitarios individuales ni los comercializa a terceros.

CONTRATOS Y CONDICIONES

Opinión inicial

Tras verificar los contratos de servicio y las políticas de privacidad de Microsoft, mi opinión profesional es que Microsoft Clarity es una herramienta de **impacto legal medio**, pero que requiere una configuración técnica rigurosa para no derivar en un impacto alto. Según documentos consultados, Clarity no es un mero "procesador de datos" pasivo (Data Processor), sino que Microsoft se define en sus términos como **Responsible Independiente (Independent Controller)** de los datos recopilados. Esto significa que Microsoft utiliza los datos de tus usuarios para sus propios fines, incluyendo la mejora de sus modelos de Inteligencia Artificial y servicios publicitarios. Al probarlo he verificado que, aunque es gratuito, el "pago" real es la alimentación del ecosistema de datos de Microsoft, lo que exige una transparencia absoluta en la política de privacidad de la empresa española que lo implemente.

Principales recomendaciones

- **Consentimiento previo explícito:** Dado que Clarity utiliza cookies no esenciales y procesa datos de comportamiento, es obligatorio obtener el consentimiento del usuario antes de cargar el script (Opt-in). No basta con el aviso de cookies; la carga debe estar bloqueada hasta la aceptación.
- **Configuración estricta de Enmascaramiento (Masking):** Por defecto, Clarity enmascara campos de entrada, pero para cumplir con el principio de minimización del RGPD, recomiendo activar el "Strict Masking" para evitar que cualquier dato personal (nombres, emails, direcciones) sea capturado visualmente en las grabaciones.
- **Actualización de la Política de Privacidad:** Es imperativo incluir a Microsoft Corporation y su filial irlandesa como destinatarios de los datos, detallando que Microsoft actuará como responsable independiente.
- **Configuración de "Consent Mode":** A partir de octubre de 2025, Microsoft exigirá señales técnicas de consentimiento (Consent Signals) para usuarios de la UE; es vital integrar Clarity con tu Plataforma de Gestión de Consentimiento (CMP) para evitar infracciones.

Ley de Inteligencia Artificial (AI Act)

Tras analizar sus términos de uso, Microsoft especifica que los datos no personales recopilados se utilizan para el **entrenamiento, ajuste fino (fine-tuning) y evaluación de modelos de aprendizaje automático (Machine Learning)**. Para una empresa española, esto implica que el uso de Clarity contribuye al desarrollo de sistemas de IA de Microsoft. Bajo el AI Act, esto clasifica a Clarity como un proveedor de servicios que utiliza datos de interacción para mejorar sistemas de IA de propósito general, lo que refuerza la necesidad de informar al usuario final sobre este procesamiento secundario.

Privacidad y protección de datos

- **Responsabilidades:** Microsoft y la empresa titular de la web actúan como "Co-Responsables" o "Responsables Independientes" bajo el RGPD, lo cual es un punto crítico ya que la empresa española asume la responsabilidad legal de la captación lícita inicial.
- **Ubicación de los datos:** Los datos se almacenan principalmente en centros de datos de **Microsoft Azure en Estados Unidos**, según sus declaraciones de privacidad específicas para Clarity.
- **Transferencia internacional:** Se basa en las **Cláusulas Contractuales Tipo (SCC)** de la UE y en el Marco de Privacidad de Datos UE-EE. UU. (Data Privacy Framework), de los cuales Microsoft forma parte.
- **Derechos ARCO:** Al ser Microsoft un responsable independiente, los usuarios pueden ejercer sus derechos de acceso o supresión directamente ante Microsoft a través de sus paneles de privacidad, aunque la empresa española debe facilitar esta información en su política.

Propiedad intelectual

- **Propiedad de datos:** La empresa usuaria conserva la propiedad de los datos brutos de sus clientes, pero otorga a Microsoft una licencia perpetua e irrevocable para usar datos agregados y anónimos.
- **Propiedad del resultado:** Los informes, mapas de calor y analíticas generadas dentro de la plataforma son de uso exclusivo de la empresa, pero el software y la tecnología de procesamiento permanecen como propiedad intelectual exclusiva de Microsoft bajo licencia **MIT** para su librería de cliente (Open Source) y términos propietarios para su plataforma cloud.

Usos y prohibiciones

- **Usos prohibidos:** No se permite captar datos de salud (PHI), servicios financieros con datos sensibles expuestos o información gubernamental confidencial sin acuerdos específicos (BAA) que Clarity estándar no suele ofrecer de forma automática.

- **Usos admitidos:** Análisis de comportamiento de usuario, optimización de conversión, diagnóstico técnico y mejora de la experiencia de navegación en entornos comerciales generalistas.

Seguridad y certificaciones

- **Seguridad:** Los datos están cifrados tanto en reposo como en tránsito. Cuenta con herramientas integradas de detección de bots para limpiar el ruido estadístico.

- **Certificaciones:** Microsoft Azure (infraestructura de Clarity) cumple con **ISO 27001, SOC 2 y el Esquema Nacional de Seguridad (ENS) en categoría Alta** para el caso de España.

Otros

Es importante señalar que Clarity utiliza una cookie persistente llamada `_clck` y `_clsk` con una duración de hasta un año. Además, si se integra con Microsoft Advertising, los datos de comportamiento pueden ser utilizados para el retargeting publicitario, lo que eleva el riesgo de privacidad y requiere un consentimiento adicionalizado para fines de "Marketing".

Fuentes consultadas:

- [Términos de uso de Microsoft Clarity](#)
- [Declaración de Privacidad de Microsoft](#)
- [Documentación técnica sobre cumplimiento RGPD y CCPA](#)
- [Repositorio oficial y Licencia MIT en GitHub](#)
- [Certificaciones en el Portal de Confianza de Microsoft](#)

Para más información y herramientas:

Explora look4.tools para descubrir las mejores soluciones tecnológicas del mercado.

[Inicio](#) [Todas las herramientas](#) [Categorías](#)

Este documento ofrece recomendaciones generadas mediante análisis humano y sistemas de IA automatizados. La información tiene carácter meramente informativo y no constituye asesoramiento legal, profesional ni garantía de resultados. Las marcas, logotipos y nombres comerciales pertenecen a sus respectivos propietarios y se utilizan únicamente con fines identificativos.