

HEATMAP

Posted on 18. septiembre 2025 by Mia

Un **Heatmap** (mapa de calor) es una **herramienta de análisis** que muestra cómo **interactúan los usuarios con una página web**: por ejemplo, **dónde hacen clic, hasta qué punto se desplazan o hacia dónde mueven el ratón**. Los resultados se **representan con colores**: las zonas con **mucha actividad aparecen en rojo** (caliente) y las de **poca actividad en azul** (frío).

Ejemplo: un **heatmap de un sitio web** puede revelar que **la parte superior**, como la **navegación o el logotipo**, recibe mucha interacción (zonas rojas). Al mismo tiempo, puede evidenciar que la **parte inferior** de la página o **ciertas secciones** apenas reciben atención (zonas azules).

Utilidad:

Estos datos permiten **optimizar un sitio web de forma precisa**. Elementos importantes como **botones, llamadas a la acción o formularios** pueden colocarse en zonas más visibles, mientras que los contenidos poco vistos pueden revisarse o reubicarse.

Los heatmaps responden a preguntas como:

- ¿Qué contenidos **atraen más atención**?
- ¿Se ven y se hacen clic en **botones clave** como "Comprar ahora" o "Contactar"?
- ¿Hasta dónde se desplaza la mayoría de los usuarios y en qué punto abandonan?
- ¿Existen **distracciones o elementos innecesarios** que impiden alcanzar el objetivo?

Ámbitos de aplicación:

Los heatmaps son especialmente útiles en **diseño UX** (usabilidad), en la **optimización de la conversión** (más compras o solicitudes) y en el **marketing de contenidos** (identificar qué contenidos funcionan mejor).

Herramientas: los heatmaps más conocidas son **Hotjar, Microsoft Clarity o Crazy Egg**, que ofrecen análisis visuales sencillos.

Conclusión:

Un **mapa de calor hace visible el comportamiento del usuario**, literalmente. Muestra **dónde miran y actúan realmente los usuarios**, proporcionando así una base sólida para diseñar **sitios web más intuitivos, efectivos y con éxito**.