

SCROLL DEPTH

Posted on 19. septiembre 2025 by Tomás

El Scroll Depth (profundidad de scroll) mide hasta qué punto los usuarios se desplazan hacia abajo en una página web. Permite identificar **qué contenido es realmente visto y cuál no**, lo que ayuda a entender mejor **la experiencia de usuario** y optimizar los contenidos.

Normalmente se expresa en **porcentajes**:

- **25 %** – solo se ha visto la parte superior de la página.
- **50 %** – el usuario ha llegado aproximadamente hasta la mitad.
- **100 %** – el usuario ha llegado al final de la página.

Ejemplo:

Si un visitante solo hace scroll hasta el 30 %, nunca verá un Call-to-Action colocado al final, lo que puede **afectar negativamente a la tasa de conversión**.

Cómo se mide:

La profundidad de scroll suele registrarse con herramientas como **Google Tag Manager** o **Matomo**.

Importancia:

- Es una **KPI** relevante en el **marketing de contenidos** y en **UX**.
- Especialmente útil en **Landing Pages** largas o **artículos de blog** extensos.
- Muestra en qué punto los usuarios abandonan la página y dónde conviene mejorar o reubicar elementos clave como los Call-to-Actions.