

# Introducción a Google Analytics: cómo definir una estrategia de analítica web

Elías Torres – Consultor SEO y Analítica Web en RocaSalvatella

7 de Junio de 2023

# ÍNDICE

## 1

¿Qué es Google Analytics?

- Introducción
- Google Analytics y evolución
- Importancia de la analítica

## 2

Cómo definir un plan de seguimiento

- Metodología
- Cómo usar Google Analytics
- Eventos en GA4

## 3

Cómo migrar de UA a GA4

- Qué tener en cuenta
- Guía paso a paso
- Cómo gestionar la información

# 1

## ¿Qué es Google Analytics?

- 
- Introducción
  - Google Analytics y evolución
  - Importancia de la analítica
-

# 1 ¿Qué es Google Analytics?

Introducción > Google Analytics > Importancia de la analítica

«Lo que no se **define** no se puede medir. Lo que no se mide no se puede mejorar. Lo que no se mejora se degrada siempre».

Lord Kelvin

# 1 ¿Qué es Google Analytics?

Introducción > [Google Analytics](#) > Importancia de la analítica



## ¿QUÉ ES?

Google Analytics es una herramienta de analítica Digital que permite extraer, medir y analizar datos relevantes de un sitio Web o aplicación móvil, para entender mejor el estado y la evolución de un proyecto o negocio Online

## ¿PARA QUÉ SIRVE?

Google Analytics sirve para obtener información valiosa sobre lo que ocurre en un sitio web, para ayudarnos a tomar decisiones relevantes para las estrategias de un proyecto o negocio.

Con los informes de Analytics podrás evaluar la calidad de tu sitio Web, comprender el perfil sociodemográfico de tus usuarios y controlar el rendimiento de tus acciones de Marketing, entre otras cosas.

## ¿CÓMO FUNCIONA?

Para poder recoger datos de tu sitio Web con Google Analytics, necesitarás insertar un fragmento de código (la etiqueta de seguimiento) en el encabezado html de todas tus páginas

Este fragmento de código se encargará de recopilar y almacenar información del usuario cada vez que se produzca la carga de página.

La etiqueta de seguimiento también asignará a cada nuevo usuario un identificador único o cookie para poder reconocerlo y seguirlo a lo largo de sus diferentes interacciones con otras de las páginas de tu sitio.

# 1 ¿Qué es Google Analytics?

Introducción > [Google Analytics](#) > Importancia de la analítica

## GA3 vs GA4

1 de julio de 2023

# 1 ¿Qué es Google Analytics?

Introducción > [Google Analytics](#) > Importancia de la analítica

## ¿Por qué estamos todos aquí?



**El español piensa bien, pero tarde.**

# 1 ¿Qué es Google Analytics?

Introducción > [Google Analytics](#) > Importancia de la analítica

## ¿En qué se diferencia GA3 vs GA4?

¿Por qué tanta prisa para cambiar?

Pero... si yo ya estaba cómodo con Universal Analytics (UA).

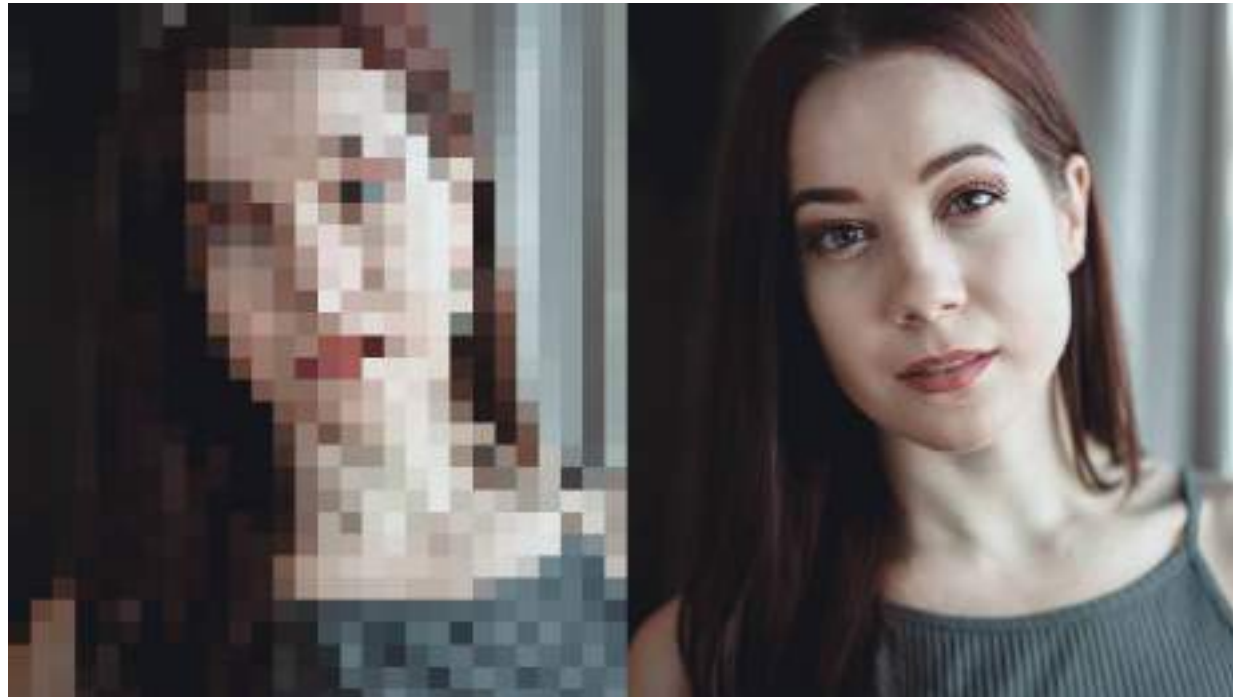
¿Será alguna estrategia para ganar dinero de Google?



# 1 ¿Qué es Google Analytics?

Introducción > [Google Analytics](#) > Importancia de la analítica

## GA3 vs GA4



# 1 ¿Qué es Google Analytics?

Introducción > [Google Analytics](#) > Importancia de la analítica

## GA3 era un mundo de Yupi

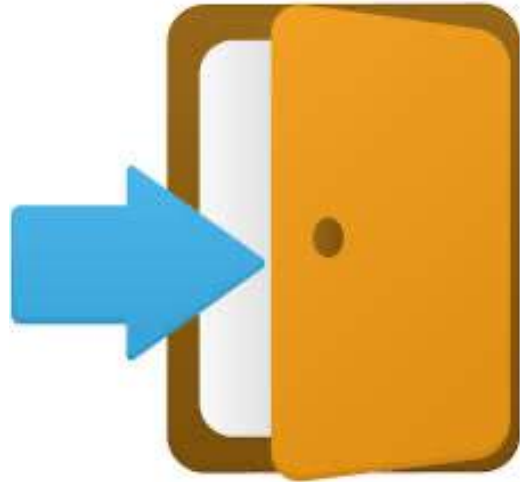


## GA4 mide más y mejor

# 1 ¿Qué es Google Analytics?

Introducción > [Google Analytics](#) > Importancia de la analítica

## GA3



Mide sesiones

## GA4



Mide Eventos

# 1 ¿Qué es Google Analytics?

Introducción > [Google Analytics](#) > Importancia de la analítica

## GA3 mide

**Pageviews:** se centra en medir las veces que te conectas a una página, el tiempo que estás en ella y cuándo te vas.

## GA4 mide

**Eventos:** se centra en medir qué **acciones** realizas cuando entras en una página.

# 1 ¿Qué es Google Analytics?

Introducción > [Google Analytics](#) > Importancia de la analítica

## GA3 mide

### Usuario:

- Recuento básico mediante seguimiento de cookies.

## GA4 mide

### Usuario:

- Recuento básico,
- Device ID,
- Modelado de datos.

# 1 ¿Qué es Google Analytics?

Introducción > [Google Analytics](#) > Importancia de la analítica

## Ventajas de Google Analytics 4



OPTIMIZADO PARA E-COMMERCE



DATOS MULTIPLATAFORMA



MEJOR INTEGRACIÓN CON GOOGLE ADS



CICLO DE VIDA DE CLIENTE



FUTURO SIN COOKIES

# 1 ¿Qué es Google Analytics?

Introducción > Google Analytics > [Importancia de la analítica](#)

¿Cómo puedo mejorar mi estrategia online?

¿Cómo se pueden optimizar mis campañas?

¿Qué productos o servicios prefieren mis clientes?

¿A través de qué palabras clave llegan los visitantes a mi sitio web?

# 1 ¿Qué es Google Analytics?

Introducción > Google Analytics > [Importancia de la analítica](#)

¿No debería dedicar más tiempo a hacer en lugar de medir lo que hago?



# 1 ¿Qué es Google Analytics?

Introducción > Google Analytics > [Importancia de la analítica](#)

## BENEFICIOS DE REALIZAR UNA ANALÍTICA ADECUADA

1. Mayor conocimiento de nuestro sitio web
2. Identificación de usuarios
3. Reducción de costes
4. Nuevas oportunidades de negocio
5. Fomento del ROI
6. Creación de alertas personalizadas
7. Fidelización de usuarios y mejorar experiencia de compra

# 2

## Cómo definir un plan de seguimiento

- 
- Metodología
  - Cómo usar Google Analytics
  - Eventos en GA4
-

# 2 Plan de seguimiento

Metodología > Cómo usar Google Analytics > Eventos en GA4



Establecer **objetivos** es el primer paso para convertir lo invisible en visible.

Tony Robbins

## 2 Plan de seguimiento

Metodología > Cómo usar Google Analytics > Eventos en GA4

OBJETIVOS  
DE  
CAPTACIÓN

OBJETIVOS  
DE  
ACTIVACIÓN

OBJETIVOS  
DE  
CONVERSIÓN

OBJETIVOS  
DE  
RETENCIÓN

# 2 Plan de seguimiento

Metodología > Cómo usar Google Analytics > Eventos en GA4



# 2 Plan de seguimiento

Metodología > Cómo usar Google Analytics > Eventos en GA4

## Métricas más comunes

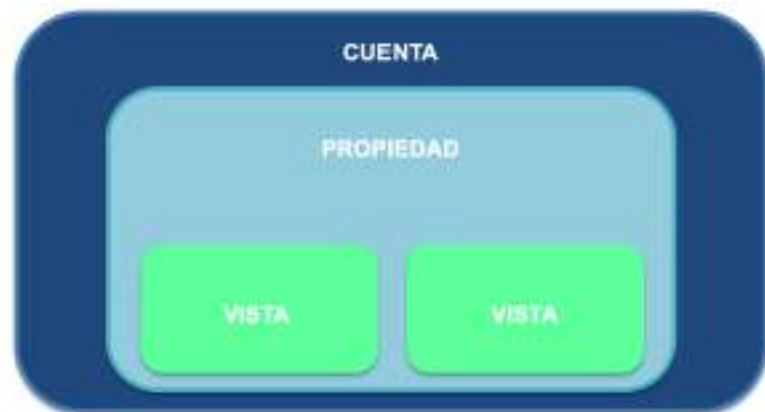
WEB CORPORATIVA	BLOG	SEO	ADWORDS	E-COMMERCE
TRÁFICO WEB	FUENTES DE REFERENCIA	KEYWORDS	CPC	CAC
VISITAS ÚNICAS	TRÁFICO	TRÁFICO ORGÁNICO	CPM	CLTV
VISITAS REPETIDAS	VISITAS POR POST	ENLACES INBOUND	CTR	TASA CONVERSIÓN
FUENTES DE TRÁFICO	DURACIÓN SESIÓN	CONVERSIÓN LANDINGS	TASA DE CONVERSIÓN	ROI
URL REFERENCIA	VISITANTES A LEADS		CPA	CONVERSIÓN POR FUENTE
PÁGINAS POPULARES			ROAS	NUEVOS vs RECURRENTES
TASA DE CONVERSIÓN				TICKET MEDIO
TASA DE REBOTE				REGISTROS

## 2 Plan de seguimiento

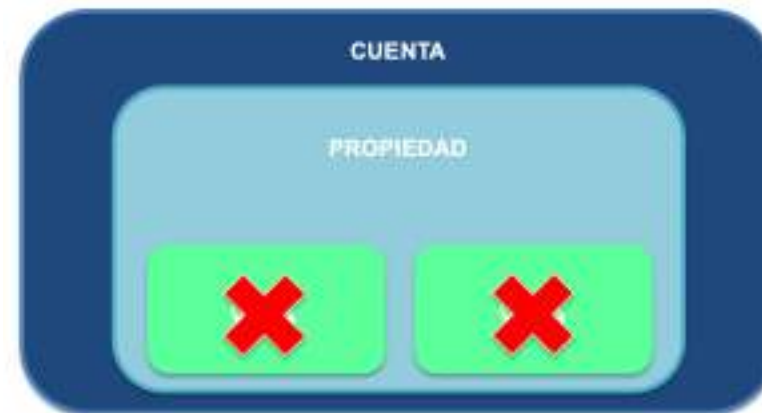
Metodología > [Cómo usar Google Analytics](#) > Eventos en GA4

### Jerarquía de Google Analytics

# GA3



# GA4

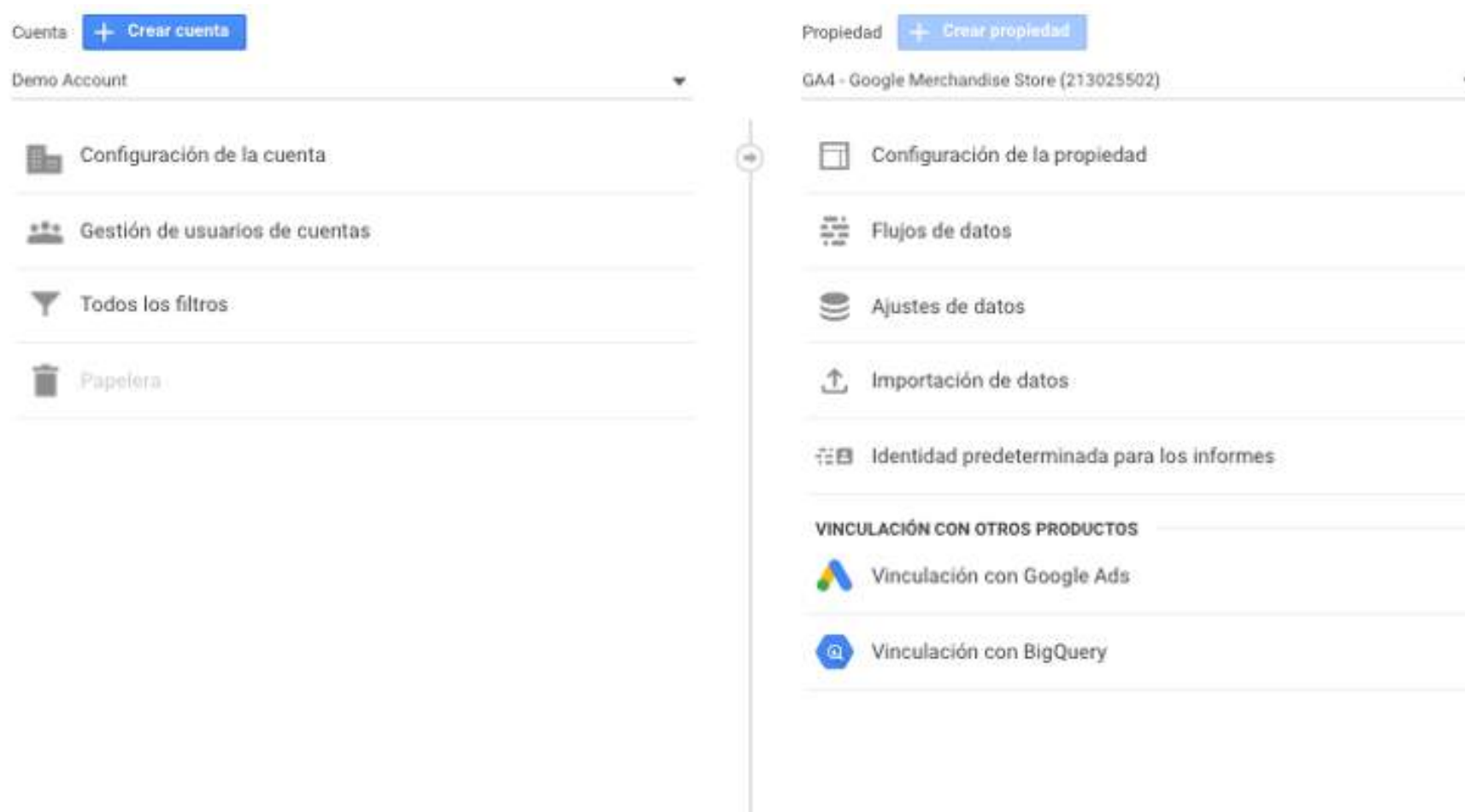




# 2 Plan de seguimiento

Metodología > [Cómo usar Google Analytics](#) > Eventos en GA4

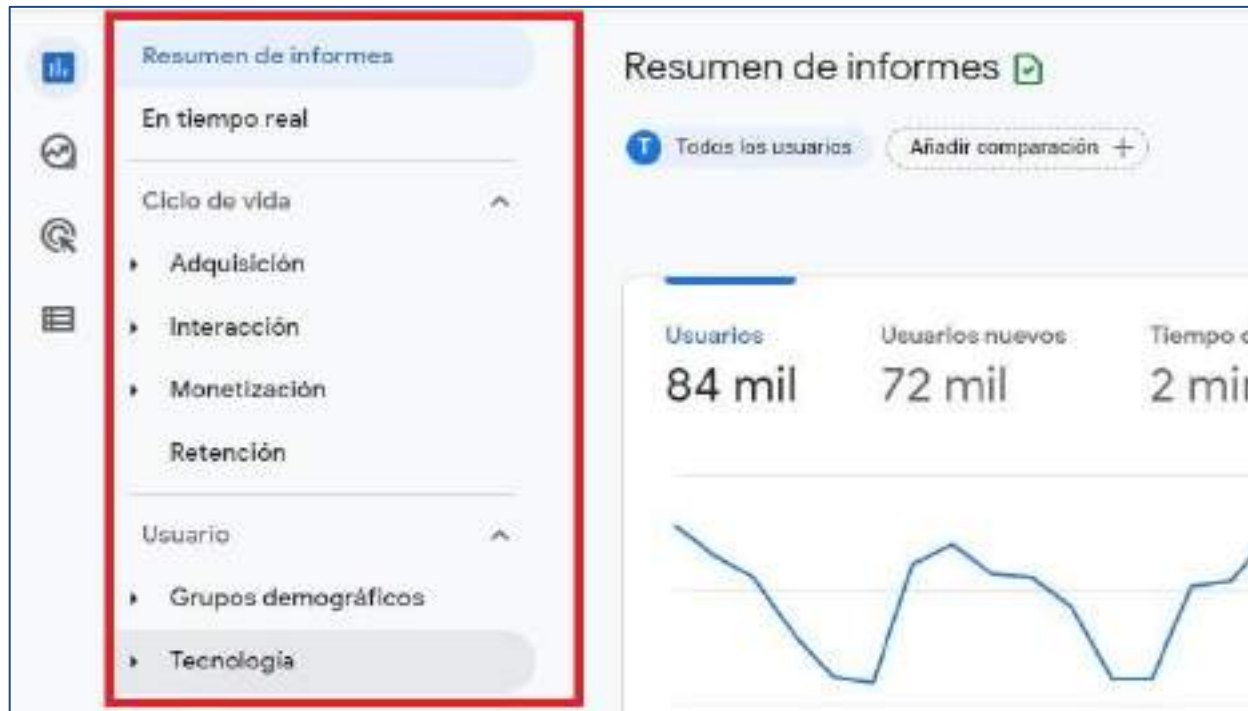
## Jerarquía de Google Analytics



# 2 Plan de seguimiento

Metodología > [Cómo usar Google Analytics](#) > Eventos en GA4

## Informes en Google Analytics

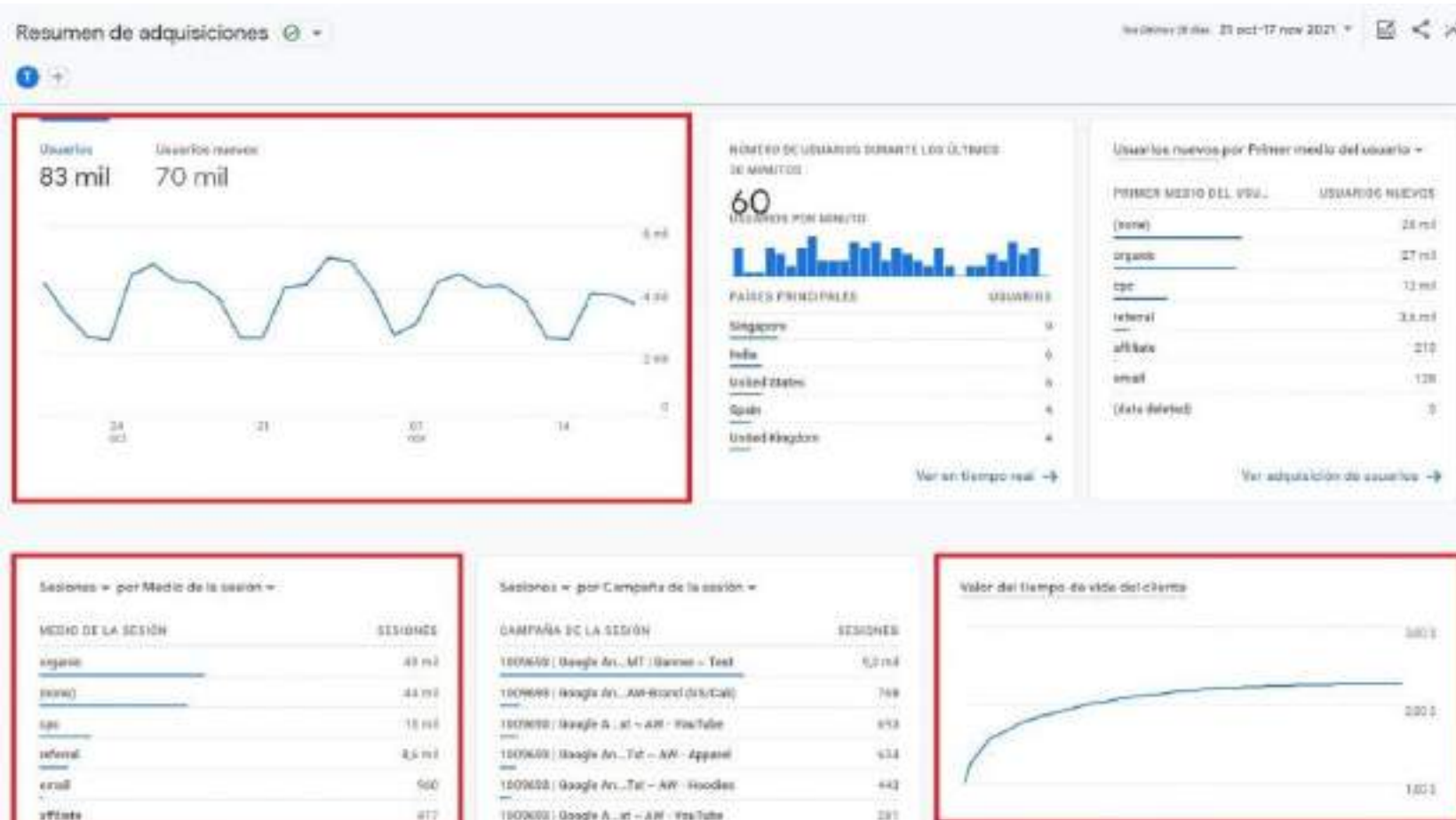


- **Adquisición:** ¿Cómo se adquiere el tráfico web o de la app?
- **Interacción** o engagement: ¿Cómo interactúa el usuario en la web?
- **Monetización:** ingresos generados y registrados por nuestra web o app
- **Retención:** Información basada en usuarios nuevos o recurrentes, cohortes o ciclos de vida de cliente.

# 2 Plan de seguimiento

Metodología > [Cómo usar Google Analytics](#) > Eventos en GA4

## Informes de adquisición

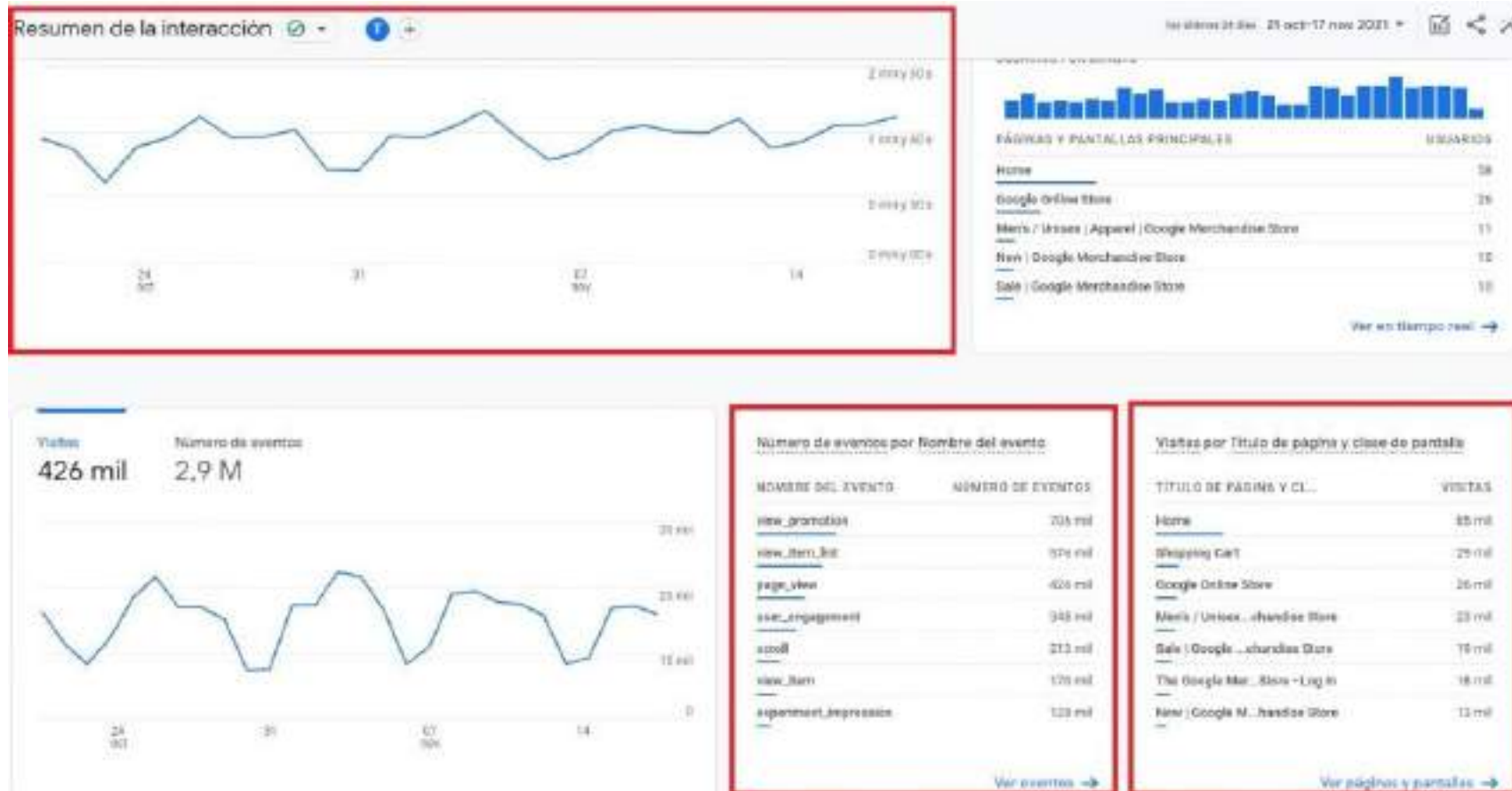


En este informe se resumen todos los datos de los otros informes de adquisición. Ayuda, de un vistazo, a saber cómo los usuarios encuentran tu web o tu app. Sirve sobre todo para determinar el valor de tus esfuerzos en, por ejemplo, tareas de marketing digital.

# 2 Plan de seguimiento

Metodología > [Cómo usar Google Analytics](#) > Eventos en GA4

## Informes de interacción

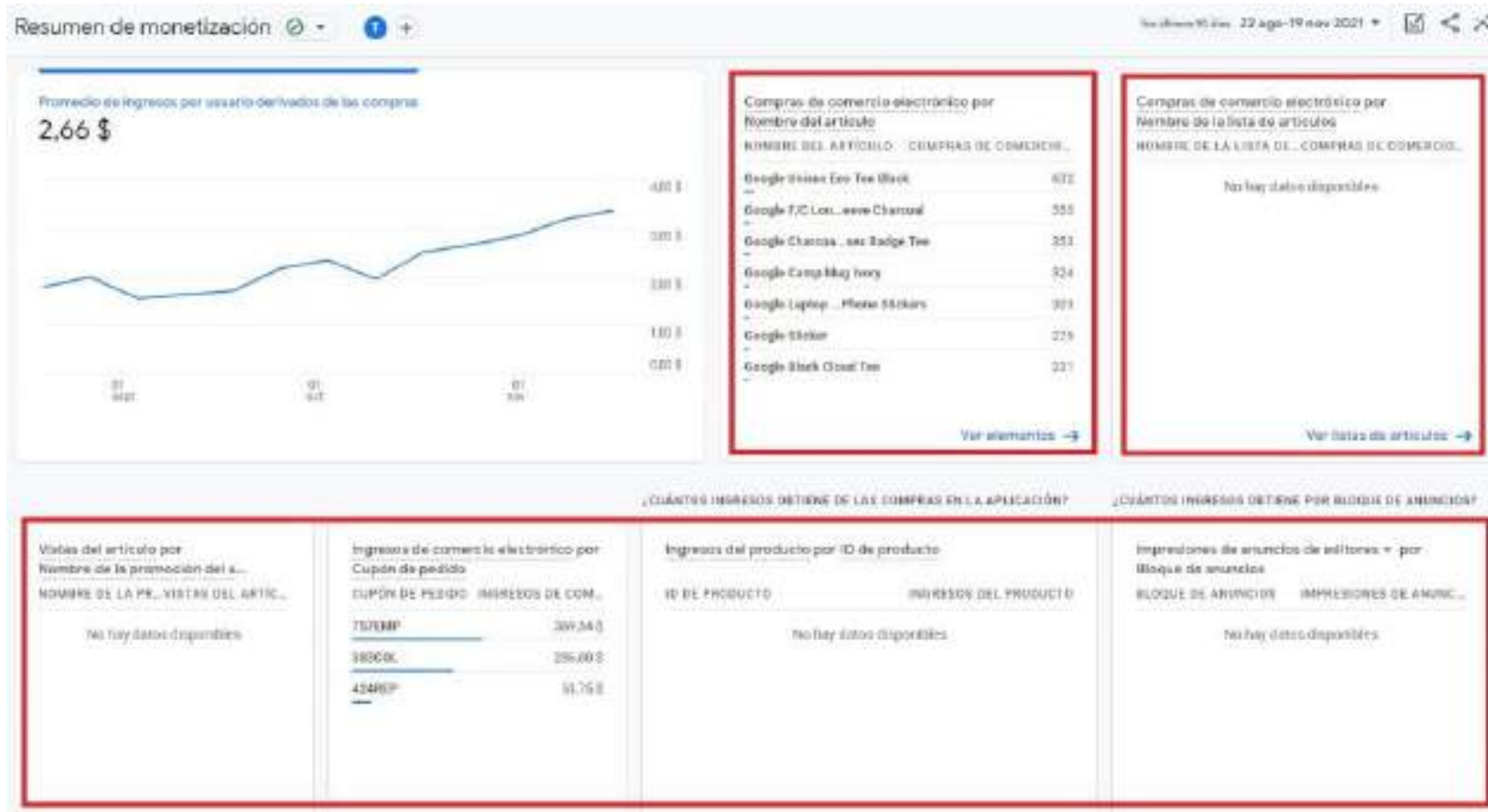


Un resumen de lo mostrado en los siguientes informes para disponer de una visión general del *engagement* de tus usuarios. Las métricas de interacción principales del resumen son las de tiempo y las métricas de *engagement*

# 2 Plan de seguimiento

Metodología > [Cómo usar Google Analytics](#) > Eventos en GA4

## Informes de monetización



Como en los otros casos resume de un vistazo lo que se puede ver en detalle en el resto de informes.

## 2 Plan de seguimiento

Metodología > Cómo usar Google Analytics > [Eventos en GA4](#)

### EN GOOGLE ANALYTICS 4 TODO SON EVENTOS

**Según Google:** «Un evento es cualquier acción distinta que se produce en un momento determinado asociado a un usuario en su aplicación o en su sitio web, por ejemplo, *page\_view*, *add\_to\_cart*, *form\_submit*».

Tipos de eventos en GA4

EVENTOS AUTOMÁTICOS

EVENTOS DE MEDICIÓN MEJORADA

EVENTOS PERSONALIZADOS

# 2 Plan de seguimiento

Metodología > Cómo usar Google Analytics > [Eventos en GA4](#)

## EVENTOS AUTOMÁTICOS

Una de las diferencias de Google Analytics 4 es que ofrece eventos automáticos, por lo que no tendrás la necesidad de crearlos mediante Google Tag Manager. Unas características que no se encontraban con Analytics Universal, ya que cualquier evento se tenía que crear mediante Tag Manager o código.

Eventos existentes <span style="float: right;">🔍</span>						
Nombre del evento ↑	Recuento	% de cambio	Usuarios	% de cambio	Marcar como conversión <span>?</span>	
click	5	-	3	-	<input type="checkbox"/>	
first_visit	23	-	23	-	<input type="checkbox"/>	
page_view	62	-	23	-	<input type="checkbox"/>	
scroll	7	-	5	-	<input type="checkbox"/>	
session_start	38	-	23	-	<input type="checkbox"/>	
video_start	1	-	1	-	<input type="checkbox"/>	

# 2 Plan de seguimiento

Metodología > Cómo usar Google Analytics > Eventos en GA4

## EVENTOS DE MEDICIÓN MEJORADA

Administrar > Flujos de datos > Medición mejorada > y clicar a la herramienta





## 2 Plan de seguimiento

Metodología > Cómo usar Google Analytics > [Eventos en GA4](#)

### EVENTOS PERSONALIZADOS

Crear eventos personalizados para GA4 con Google Tag Manager



Google Tag Manager

Google Tag Manager es una solución que Google para gestionar de manera centralizada las etiquetas que debemos insertar en un sitio web para asuntos como la **analítica, los anuncios, redes sociales**, etc.

Gracias a este servicio, podemos además **gestionar de manera cómoda las etiquetas del sitio**, ya que a través del panel de control de Google Tag Manager podemos añadir o quitar tags, activar o desactivar, sin necesidad de editar el código fuente del sitio web, por lo que nuestro trabajo con las etiquetas de control del sitio queda totalmente **independiente del código desplegado** en el sitio web

# 3

## Cómo migrar de UA a GA4

- 
- Metodología
  - Cómo usar Google Analytics
  - Eventos en GA4
-

# 3 Mantenimiento de campañas

De número a información > Qué es Data Studio > Cómo crear un Dashboard

## 1. Planificar la estructura de la cuenta [🔗](#)



(El esfuerzo puede variar)

**Sáltese este paso si** tiene un sitio web o una aplicación

## 2. Crear una propiedad de GA4 y un flujo de datos

(Requiere muy poco esfuerzo)

[Asistente de configuración de GA4](#) [🔗](#)

## 3. Recoger datos del sitio web y la aplicación [🔗](#)

(Si procede; el esfuerzo puede variar)

Obligatorio solo si el Asistente de configuración de GA4 no ha podido reutilizar las etiquetas

Configure [Shopify](#) [🔗](#) u [otro creador de sitios web o CMS](#) [🔗](#)

## OPCIONES



Google Tag Manager



GA Google Analytics

Connect your WordPress to Google Analytics.



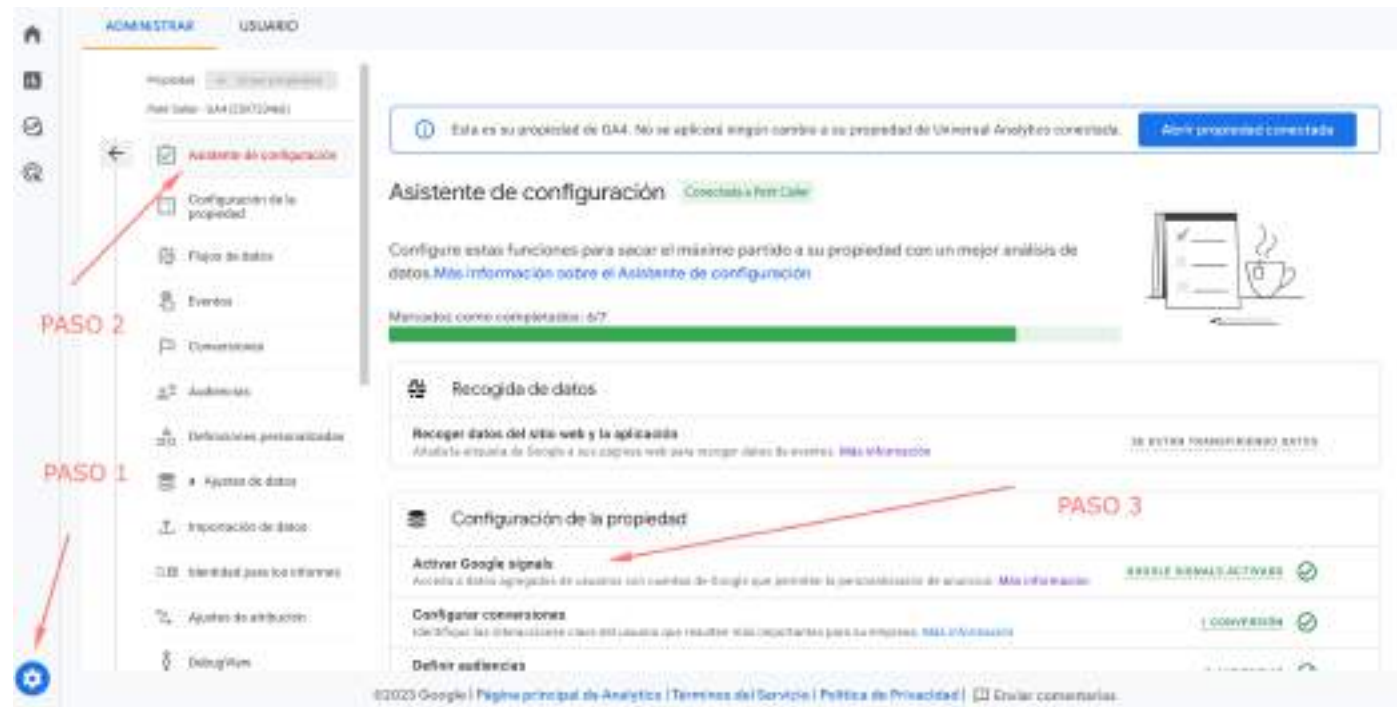
# 3 Mantenimiento de campañas

De número a información > Qué es Data Studio > Cómo crear un Dashboard

## 4. Activar Google signals [🔗](#)

☹️ (Solo si procede; requiere muy poco esfuerzo)


Obligatorio para mejorar el remarketing y los informes



# 3 Mantenimiento de campañas

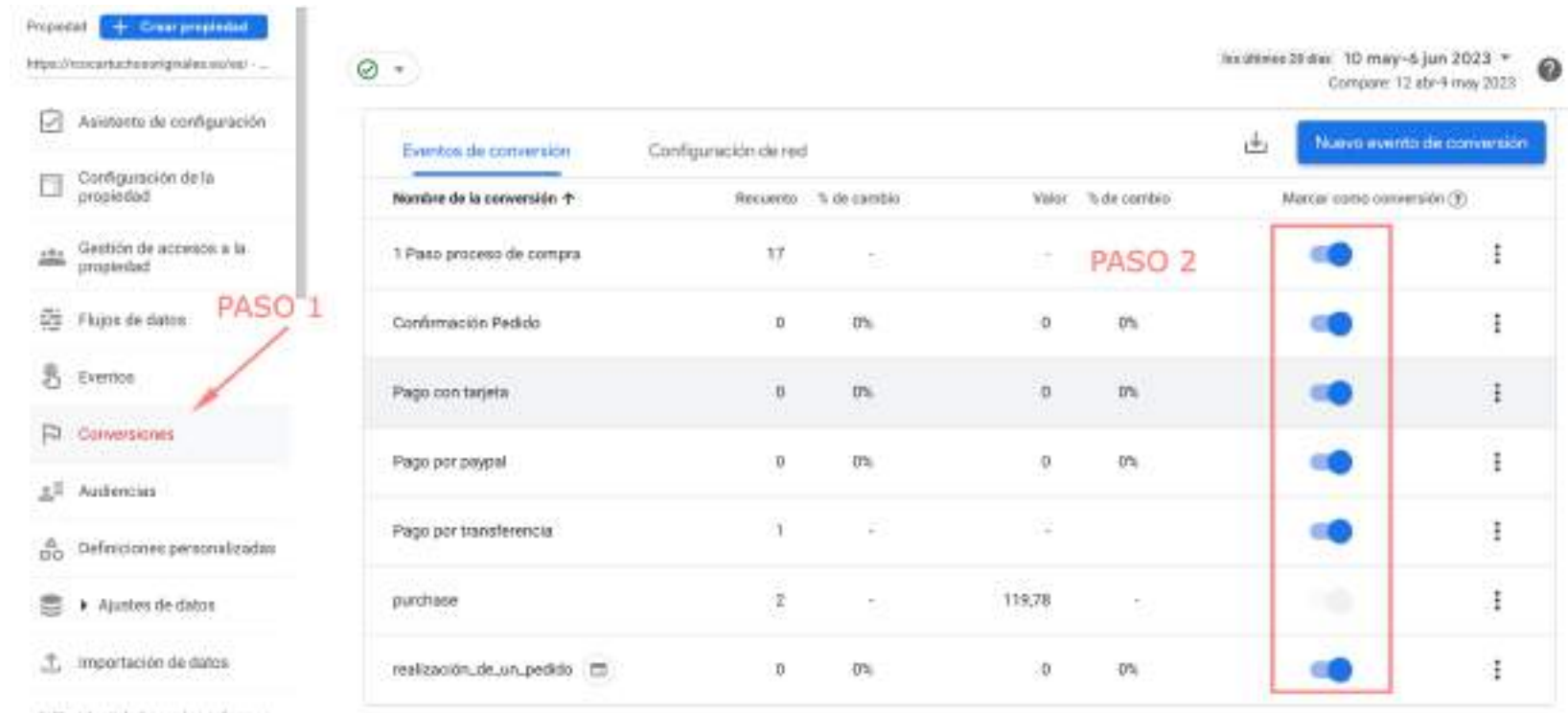
De número a información > Qué es Data Studio > Cómo crear un Dashboard

## 5. Configurar conversiones

 (Requiere poco esfuerzo)

 [Herramienta de migración de objetivos](#)

Use la herramienta o [configure las conversiones manualmente](#)



The screenshot shows the Google Analytics interface for configuring conversion events. On the left, a sidebar menu has 'Conversiones' highlighted, with a red arrow and the text 'PASO 1' pointing to it. The main area displays a table of conversion events with columns for Name, Count, % Change, Value, and % of Conversion. A red box highlights the 'Marcar como conversión' column, where the toggle for '1 Paso proceso de compra' is turned on. The text 'PASO 2' is written in red next to this toggle. Other events listed include 'Confirmación Pedido', 'Pago con tarjeta', 'Pago por paypal', 'Pago por transferencia', 'purchase', and 'realización\_de\_un\_pedido'.


Nombre de la conversión ↑	Recuento	% de cambio	Valor	% de cambio	Marcar como conversión ⓘ
1 Paso proceso de compra	17	-	-	PASO 2	<input checked="" type="checkbox"/>
Confirmación Pedido	0	0%	0	0%	<input checked="" type="checkbox"/>
Pago con tarjeta	0	0%	0	0%	<input checked="" type="checkbox"/>
Pago por paypal	0	0%	0	0%	<input checked="" type="checkbox"/>
Pago por transferencia	1	-	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>
purchase	2	-	119,78	-	<input type="checkbox"/>
realización_de_un_pedido	0	0%	0	0%	<input checked="" type="checkbox"/>

# 3 Mantenimiento de campañas

De número a información > Qué es Data Studio > Cómo crear un Dashboard

## Para anunciantes


### 7. Vincular Google Ads

 *(Requiere poco esfuerzo)*

 *Herramienta de migración de vinculaciones con Google Ads* [↗](#)


Use la herramienta o cree vinculaciones de Google Ads [↗](#)

### 8. Migrar audiencias [↗](#)


 *(Solo si procede; requiere un esfuerzo medio)*

o configurar nuevas audiencias [↗](#)


### 9. Validar las conversiones [↗](#)

 *(Solo si procede; requiere un esfuerzo medio)*

### 10. Importar conversiones a Google Ads para pujar [↗](#)

 *(Solo si procede; el esfuerzo puede variar)*

### 11. Añadir audiencias de Analytics a una campaña o a un grupo de anuncios para el remarketing [↗](#)

 *(Solo si procede; el esfuerzo puede variar)*

# 3 Mantenimiento de campañas

De número a información > [Qué es Data Studio](#) > Cómo crear un Dashboard

## ¿Qué hago con los datos de UA?

¿Tengo Google 360?

Sí

No



# 3 Mantenimiento de campañas

De número a información > Qué es Data Studio > [Cómo crear un Dashboard](#)

“Without data you’re just another person with an opinion”

W.Edwards Deming



**¡Espero que hayas disfrutado de la sesión!**

**Gracias**

**Elías Torres**  
**Consultor SEO en RocaSalvatella**  
eliasstorres@rocasalvatella.com