

# WEB ANALYTICS

## Analítica Básica



VICEPRESIDENCIA  
PRIMERA DEL GOBIERNO  
MINISTERIO  
DE ASUNTOS ECONÓMICOS  
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE DIGITALIZACIÓN  
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es

Centro de  
Referencia Nacional  
en Comercio Electrónico  
y Marketing  
CRN  
Digital



Barrabés

The Valley

"El FSE invierte en tu futuro"  
Fondo Social Europeo

1. Google Analytics GA4
  - 1.1 ¿Qué mide?
  - 1.2 ¿Para qué analizamos?
  - 1.3 Creando tu proyecto web
2. Recopilación de datos de Analytics
  - 2.1 ¿Cómo se mide?
  - 2.2 Cuenta, propiedades, flujo de datos
3. Interfaz Google Analytics 4
  - 3.1 Cuentas, propiedades
  - 3.2 Informes, configuración, administración
4. El Ámbito de los datos
  - 4.1 Usuario Sesión Evento
  - 4.2 Métricas GA4

# GOOGLE ANALYTICS GA4



red.es



*"El FSE invierte en tu futuro"*  
**Fondo Social Europeo**

# 1.1 ¿Qué mide?

## 1.1 ¿Qué mide?

Es una herramienta de análisis de tendencias de lo que los usuarios hacen con distintos dispositivos digitales



Suite Marketing Platform

Este sistema a través de códigos en web, apps Captura datos de lo que los usuarios hacen en ellas, los almacena en BBDD orientadas al Big Data y permite su consulta extrayendo sus datos o en informes y visualizaciones

### ¿DÓNDE MIDE?

En cualquier sistema con conexión a internet Páginas web, Apps Mobile (iOS & Android), Juegos Mobile

### ¿QUÉ MIDE?

Interacciones de los usuarios (datos independientes) que tenemos que analizar para buscar respuestas en estas mediciones y poder tomar así acciones que mejoren nuestro negocio

## 1.1 ¿Qué mide?

La analítica web también puede medir si los usuarios realizan **las conversiones para los objetivos que te has propuesto** :

### ¿Qué Mide?

**¿Quién?** Quién está usando la web (ecommerce SX), app, juego, etc (definimos a quién observamos, las distintas tipologías, según su país de procedencia, o de qué campañas vienen)

**¿Qué?** Qué interacciones está haciendo en nuestro ecommerce SX (Vemos que hace y lo medimos en GA4)

**¿Por qué?** Analizamos el quién y el qué y evaluamos por qué lo hace

**Insights**

**Claves para accionar el negocio:** por qué el usuario decide realizar una acción u otra.

## Caso de uso - Insights

Los usuarios desde el móvil

\_\_\_\_\_añaden al carrito un 50% menos que los de desktop \_\_\_\_\_  
debido a que el precio está menos visible y no les queda claro  
\_\_\_\_\_



## Caso de uso

**¿Desde qué área te gustaría analizar los datos?**

- Marketing
- SEO
- UX/ Usabilidad
- IT
- Comunicación/RRSS

**Dependiendo de a qué te dediques  
medirás unos datos u otros...**





## Caso de uso

¿A qué área pertenecen los datos de cada círculo?

### UX/ Usabilidad

Valoración del impacto de los cambios y los errores, mediciones de velocidad de la web, test con usuarios reales

**Mejorar el proceso de desarrollo, las partes que funcionan mal en la web**

Datos de campañas, anuncios, sesiones, conversiones, ingresos, embudos de conversión

**Mejorar el proceso de captación, convertir más y mejor. Aprender e impactar más en sus audiencias**

Datos de uso de las distintas páginas, flujos de navegación, visibilidad de elementos

**Mejorar el proceso y la experiencia en la web, mejoras del diseño teniendo en cuenta los datos**

### Marketing

IT

## Caso de uso

¿A qué área pertenecen los datos de cada círculo?

### UX/ Usabilidad

Valoración del impacto de los cambios y los errores, mediciones de velocidad de la web, test con usuarios reales

**Mejorar el proceso de desarrollo, las partes que funcionan mal en la web**

Datos de campañas, anuncios, sesiones, conversiones, ingresos, embudos de conversión

**Mejorar el proceso de captación, convertir más y mejor. Aprender e impactar más en sus audiencias**

IT

Datos de uso de las distintas páginas, flujos de navegación, visibilidad de elementos

**Mejorar el proceso y la experiencia en la web, mejoras del diseño teniendo en cuenta los datos**

Marketing

## Caso de uso

**¿A qué área pertenecen los datos de cada círculo?**

Datos de tráfico de buscadores, sesiones, landing page, buscadores

**Mejorar el proceso de optimización, corregir apuestas por landing y keywords**

**SEO**

Datos de conversión desde RRSS, perfil demográfico e intereses del tráfico

**Mejorar la rentabilidad del canal, valor de interés de la marca, comunicaciones con impacto**

**Comunicación en Redes Sociales**



## Caso de uso

¿A qué área pertenecen los datos de cada círculo?

**SEO**

Datos de tráfico de buscadores, sesiones, landing page, buscadores

Mejorar el proceso de optimización, corregir apuestas por landing y keywords

**Comunicación en Redes Sociales**

Datos de conversión desde RRSS, perfil demográfico e intereses del tráfico

Mejorar la rentabilidad del canal, valor de interés de la marca, comunicaciones con impacto



## 1.2 ¿Para qué analizamos?

## 1.2 ¿Para qué analizamos?



## 1.3 Creando tu proyecto web

## Analítica web

### 1.3 Creando un proyecto web

**Para poder recopilar todos los datos con la información que deseamos analizar debemos disponer de diferentes medios en los cuales implementar las diferentes herramientas que nos facilitarán la obtención.**

**Estos medios a través de los cuales recopilaremos los datos se encontrarán en soportes digitales y pueden ser de diferente naturaleza (web, app, dispositivo conectado a internet, etc). Uno de los principales canales utilizados para recabar esta información es vía web, es decir, mediante la integración de herramientas de analítica en un sitio web para medir el tráfico y su comportamiento.**



## Analítica web

### 1.3 Creando un proyecto web

Actualmente existen múltiples alternativas entre las que elegir para crear nuestro proyecto web, algunas más completas y flexibles, y otras mucho más sencillas y rápidas de implementar.

Podemos crear un proyecto web utilizando diferentes lenguajes de programación, siendo PHP, JAVA o PYTHON algunos de los más populares.

Estos lenguajes nos permiten crear espacios web a medida, con infinitas posibilidades de personalización.

Además de crear una web a medida utilizando la programación web, también podemos utilizar cualquiera de los CMS existentes sin necesidad de tener nociones de programación.

## Analítica web

### 1.3 Creando un proyecto web

Pero... ¿qué es un CMS?

Estas siglas son el acrónimo de Content Management System, y es un sistema que nos permite crear, administrar y gestionar espacios web de manera sencilla, sin necesidad de saber cómo programar utilizando lenguajes como php.

Es, en definitiva, una “herramienta informática” que nos facilita el diseño y creación de páginas web gracias a una interfaz amigable y a un entorno con el que es muy fácil familiarizarse.

Algunos de los más populares a nivel mundial son:



## Analítica web

### 1.3 Creando un proyecto web

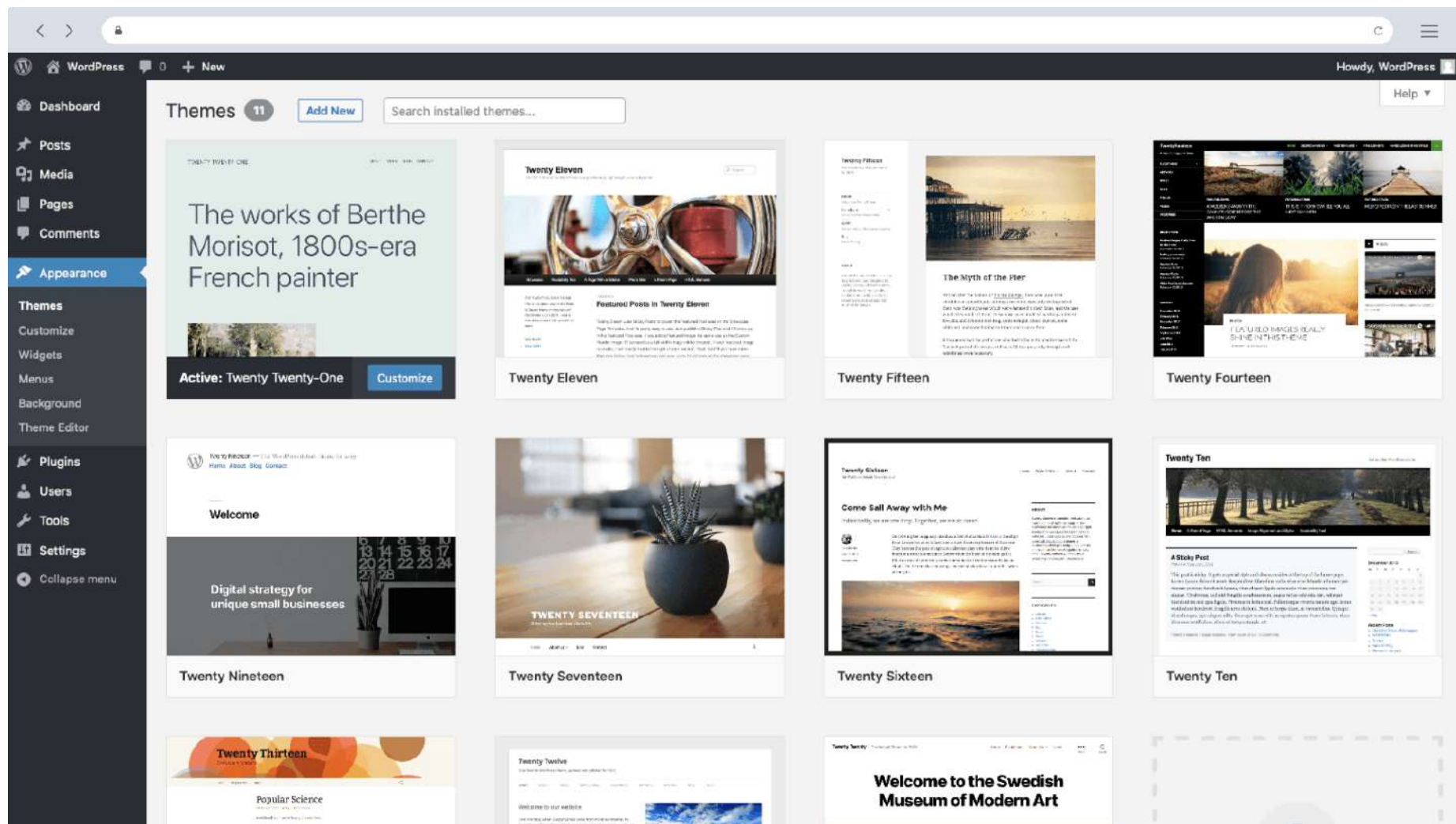


#### **WORDPRESS**

Wordpress fue creado en 2003, y en la actualidad es el CMS más utilizado para crear páginas web. Fue originalmente desarrollado para la creación de blogs personales y que permite desarrollar a día de hoy todo tipo de páginas web. Desde su creación su popularidad no ha dejado de aumentar con el paso de los años. Es un CMS totalmente gratuito y cuenta con su propio mercado de aplicaciones (plugins) con los que ampliar las funcionalidades de tu sitio web.

## Analítica web

# 1.3 Creando un proyecto web



## Analítica web

### 1.3 Creando un proyecto web

#### Ejemplo

A screenshot of the 'The Valley' website. The top navigation bar is black with white text for 'ALUMNI', 'BLOG', 'PODCAST', 'CONTACTO', '91 230 33 32', '900 907 212', and 'info@thevalley.es'. Below this is a white navigation bar with the 'The Valley' logo on the left and links for 'FORMACIÓN', 'EMPRESAS', 'EVENTOS', 'THE PLACE', 'CHILE', 'COWORKING', 'TALENT', 'VENTURE CAPITAL', and a 'TE LLAMAMOS' button. The main content area features a large video player with a dark overlay. The overlay contains the 'The Valley' logo and the text 'La escuela de negocios de referencia en digital'. Below the video player, the text 'Encuentra tu formación según tu área' is displayed, followed by a large pink downward-pointing arrow. A purple phone icon is located in the bottom right corner of the website screenshot.



## Analítica web

### 1.3 Creando un proyecto web

#### Ejemplo



## Analítica web

### 1.3 Creando un proyecto web



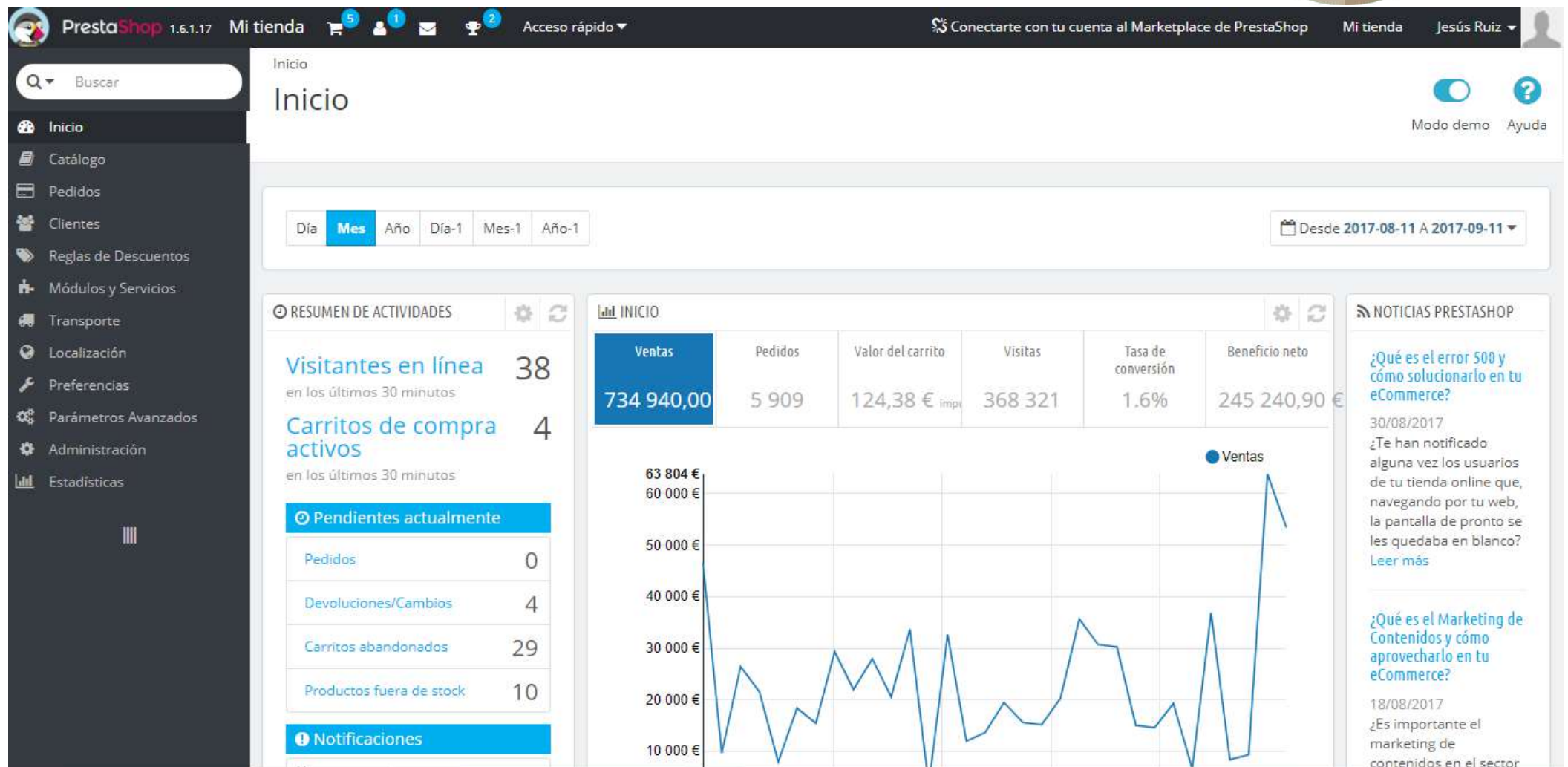
#### **PRESTASHOP**

A diferencia de Wordpress, esta plataforma está específicamente pensada para la creación de tiendas online. Es un CMS gratuito y muy completo, que permite desarrollar y gestionar e-commerce con un entorno muy usable y de sencillo manejo.

Una de sus principales ventajas es su potencia y el hecho de estar preconcebido para la gestión de tiendas online, lo cual convierte a este CMS en una de las mejores opciones si se desea gestionar un amplio catálogo de productos.

## Analítica web

### 1.3 Creando un proyecto web





## Analítica web

### 1.3 Creando un proyecto web


#### Ejemplo













**Tendencias:** Regalos día de la madre Ideas regalos día de la madre Ofertas primavera Outlet productos de belleza Urban Decay Naked Cyber Clarins double sérum Yves Saint Laurent Li

**ENVIO GRATIS A PARTIR DE 25€** | **El Blog de Primor** | Península y Portugal ▼

**PRIMOR**

**Iniciar sesión** 

Marcas Perfumes Maquillaje Cosmética Cabello Corporales Higiene Parafarmacia Bebés y Niños Solares HOT Más


 PRIMOR FARMA  PRIMOR PETS  PRIMOR MAN  PRIMOR FIT  KOREA REPUBLIC  NATURAL Y ORGÁNICO  GRATIS SHOP  JUGUETES Y DECORACIÓN INFANTIL  BEAUTY OUTLET  PRIMOR PORTUGAL

**DIOR**  
FELIZ DÍA DE LA MADRE

**#Muy Mamá**

**3x2 EN MAKE UP**

\*Consultar condiciones en Promociones Activas



## Analítica web

### 1.3 Creando un proyecto web



#### **SHOPIFY**

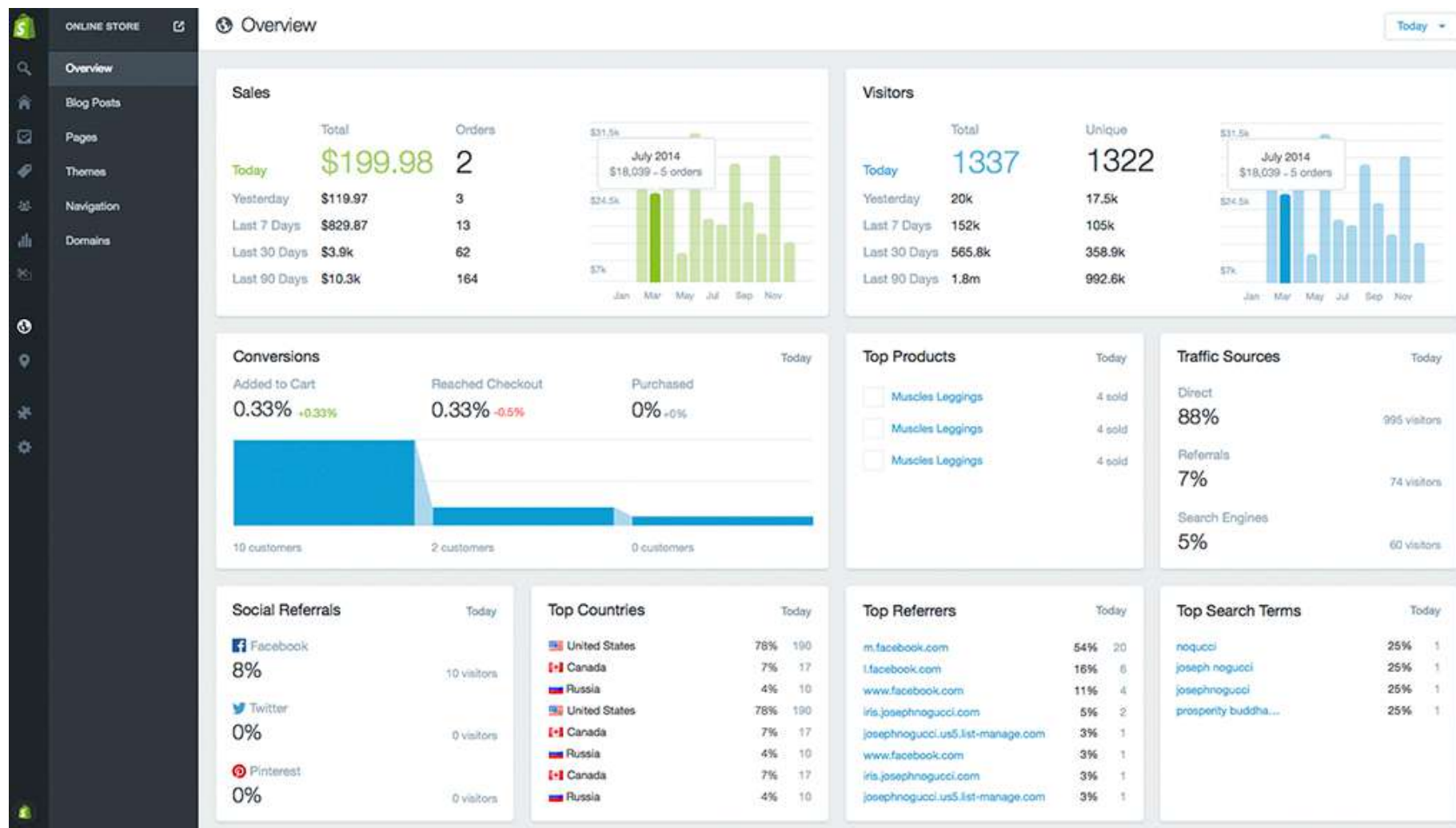
Shopify es un CMS creado en 2004 y especializado en el desarrollo de tiendas online. Al igual que PrestaShop, esta plataforma se concibió para crear ecommerce de forma sencilla y sin conocimientos informáticos. Una de sus principales ventajas y que le han hecho tan popular es la inmediatez y facilidad con la que es posible disponer de una tienda online completamente funcional.

De igual modo, dispone de un mercado interno de aplicaciones que podemos conectar con nuestra tienda online para optimizar su funcionamiento y mejorar su usabilidad.

## Analítica web

# 1.3 Creando un proyecto web

## Ejemplo

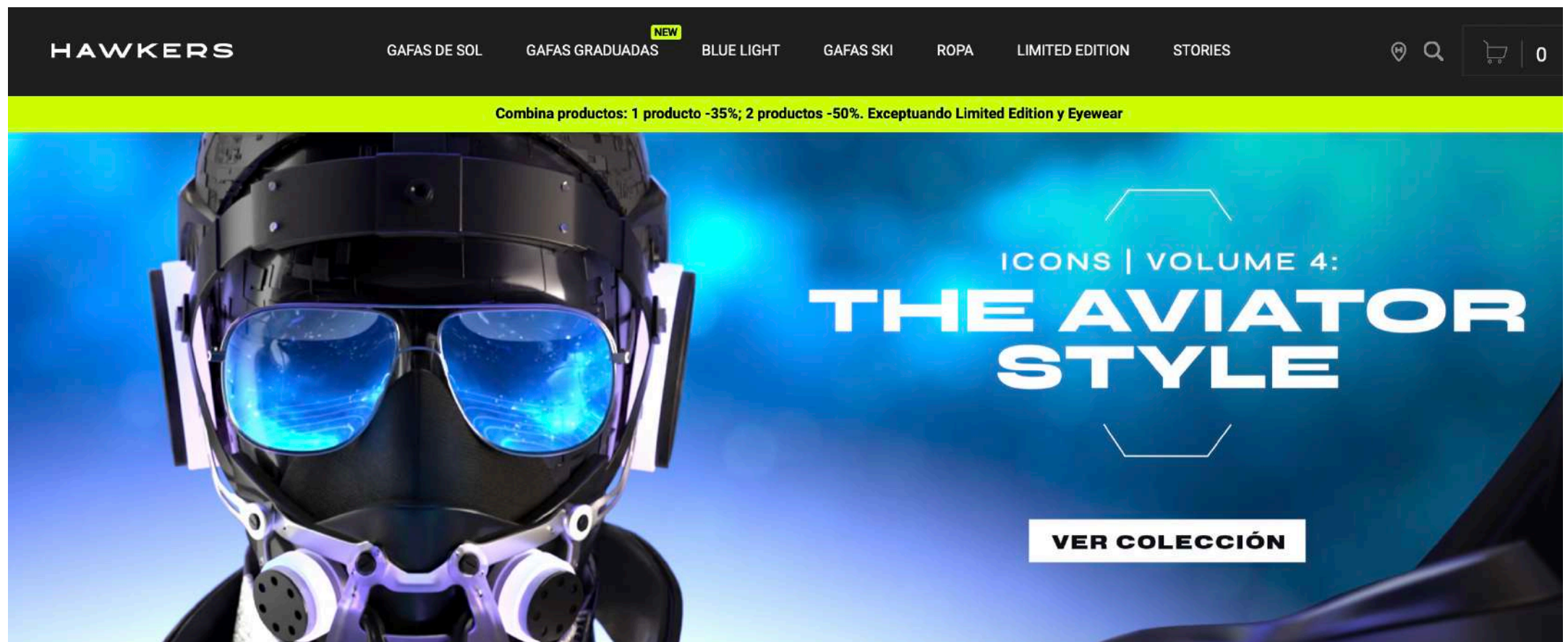




## Analítica web

### 1.3 Creando un proyecto web

#### Ejemplo



Añade 35€ a tu compra y paga en 3 plazos sin intereses con **Klarna**. [Más información](#)

## Analítica web

### 1.3 Creando un proyecto web



#### **ECWID**

Ecwid es otro completo CMS con el que podemos crear una completa página web de comercio electrónico de forma sencilla y sin conocimientos de programación. Una de sus ventajas frente a Shopify es que es gratuito, y posee del mismo modo un mercado de aplicaciones para impulsar nuestra tienda online.

# PRÁCTICA

- Crea tu propio e-commerce “SX” en la plataforma Ecwid:

<https://www.ecwid.com>

- Cómo enlazarlo con GA4:

[Acceso enlace con Google Analytics 4](#)

- Cómo añadir Google Ads:

[Ecwid Help Center - Google Ads Conversion Tracking](#)



# Recopilación de datos de Analytics



red.es



*"El FSE invierte en tu futuro"*  
**Fondo Social Europeo**

## 2.1 ¿Cómo se mide?



## 2.1 ¿Cómo se mide?

### Seguimiento de una web, procesamiento e informes

- **Seguimiento de un sitio web**

Agregar un código de seguimiento que nos da GA4 en nuestro sitio web

Cuando un usuario acceda a una página, el código recopila información anónima sobre cómo ha interactuado con la página y envía los datos a GA4.

- **Procesamiento e informes**

Cuando este código recopila datos, los agrupa y los envía para que se elaboren informes. Cuando Analytics procesa los datos, los agrega, clasifica y organiza por criterios



## 2.1 ¿Cómo se mide?

Para el seguimiento de un sitio web, primero hay que crear una cuenta de Google Analytics. Y después agregar un código de seguimiento en el sitio web. Cuando un usuario acceda a una página, el código recopilará información anónima sobre cómo ha interactuado con la página.

**Sesiones** : Cada vez que se carga una página, el código de seguimiento recopila y envía datos sobre la actividad del usuario. Google Analytics agrupa esta actividad en períodos llamados "sesiones". **Una sesión comienza cuando se accede a una página con el código de seguimiento de Google Analytics. Y termina tras 30 minutos de inactividad. Al volver a la página tras terminar una sesión, se inicia otra.**

## 2.2 Cuentas, propiedades y flujo de datos

## 2.2 Cuentas, propiedades y flujos de datos

The screenshot displays the Google Analytics 'ADMINISTRAR' (Admin) section. The top navigation bar includes the Analytics logo, account selection ('Todas las cuentas > Demo Account'), property selection ('GA4 - Google Merchandise ...'), and a search bar. The main content area is divided into two columns: 'Cuenta' (Account) and 'Propiedad' (Property). The 'Cuenta' column lists options like 'Crear cuenta', 'Configuración de la cuenta', and 'Gestión de accesos a la cuenta'. The 'Propiedad' column lists options like 'Crear propiedad', 'Configuración de la propiedad', 'Flujos de datos', 'Ajustes de datos', 'Importación de datos', and 'Identidad para los informes'. Below these are links for 'Vinculación con otros productos' (Linking with other products), including Google Ads, Ad Manager, and BigQuery. Three orange callout boxes provide definitions: 'Cuenta' (Account), 'Propiedades' (Properties), and 'Flujos de datos' (Data flows).

**Cuenta:** Entidades a nivel legal, organizaciones, empresas...

**Propiedades:** Modelos de negocio, Unidades de trabajo, actividad comercial o de marketing

**Flujos de datos:** Dispositivos, Apps, distintas entradas de datos programadas por separado (cómo envío datos a la propiedad)

©2022 Google | [Página principal de Analytics](#) | [Términos del Servicio](#) | [Política de Privacidad](#) | [Enviar comentario](#)

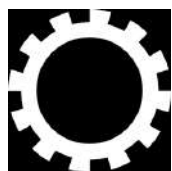
## Caso de uso

Diseña la organización en GA4 de una cuenta para tu Ecommerce SX.

Decide cuántas cuentas, propiedades y flujos de datos necesitas.



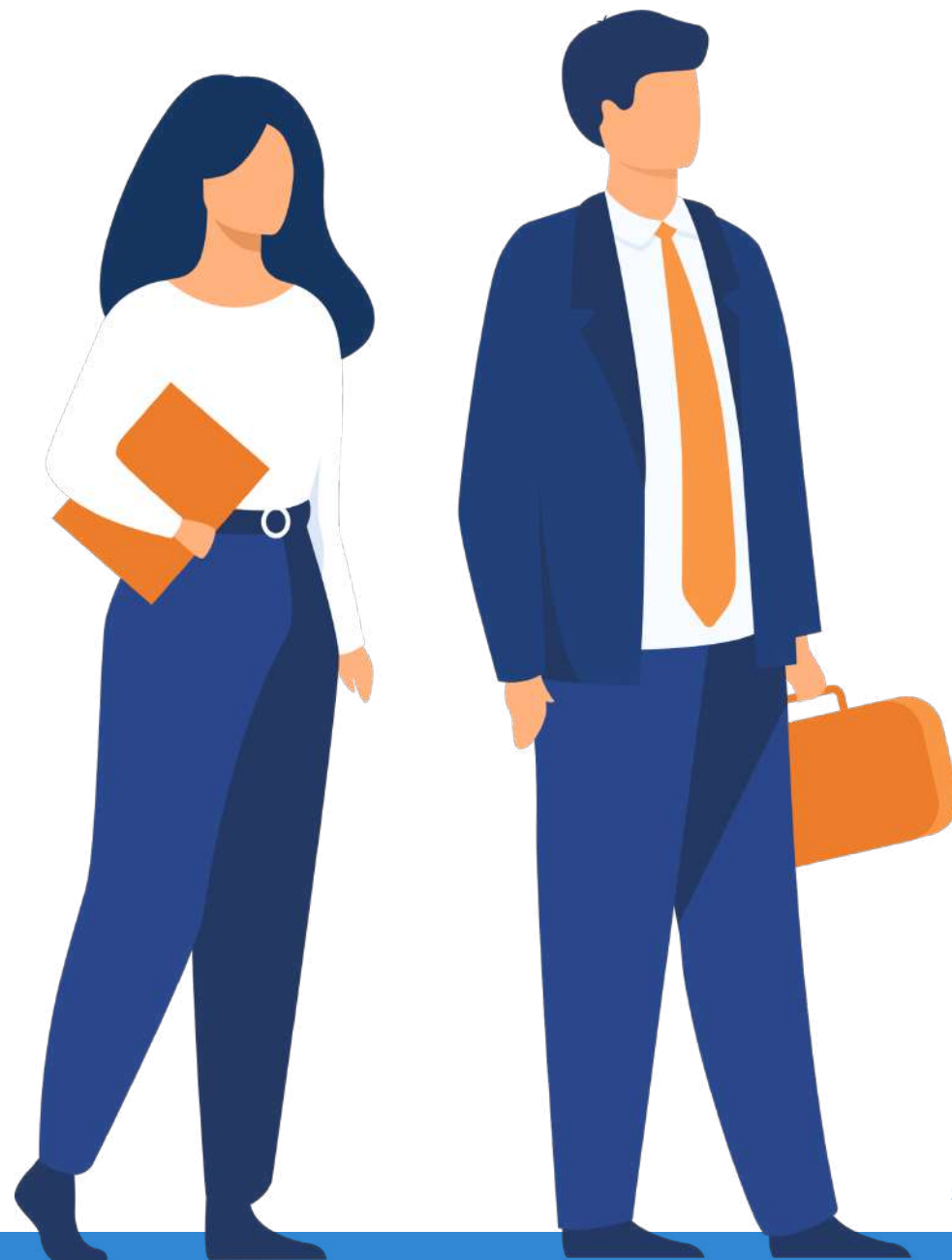
**Cuentas** :Sólo necesita una cuenta de empresa porque a nivel legal solo existe una entidad



**Propiedades:** Toda la actividad de la cuenta tiene el mismo objetivo, así que con sólo una propiedad basta



**Flujo de Datos:**  
Por cada desarrollo aplicamos un flujo, web o app



# Interfaz Google Analytics 4



red.es



"El FSE invierte en tu futuro"  
Fondo Social Europeo

## 3.1 Cuentas y propiedades

## 3.1 Cuentas y propiedades

The screenshot displays the Google Analytics 'Cuentas y propiedades' (Accounts and Properties) interface. The left sidebar shows a list of accounts under 'Cuentas de Analytics'. The main panel shows the 'Propiedades y aplicaciones' (Properties and Applications) for the selected account, 'GA4 - Google Merchandise Store'.

**Cuentas de Analytics:**

Cuentas de Analytics	Propiedades y aplicaciones
<b>Demo Account</b> 54516992	GA4 - Flood-It! 153293282
<b>Fashionbiz2.0</b> 54942358	<b>GA4 - Google Merchandise Store</b> 213025502
	Google Merchandise Store: Attribution project 1864999626
	UA - Google Merchandise Store UA-54516992-1

**GA4 - Google Merchandise Store (213025502):**

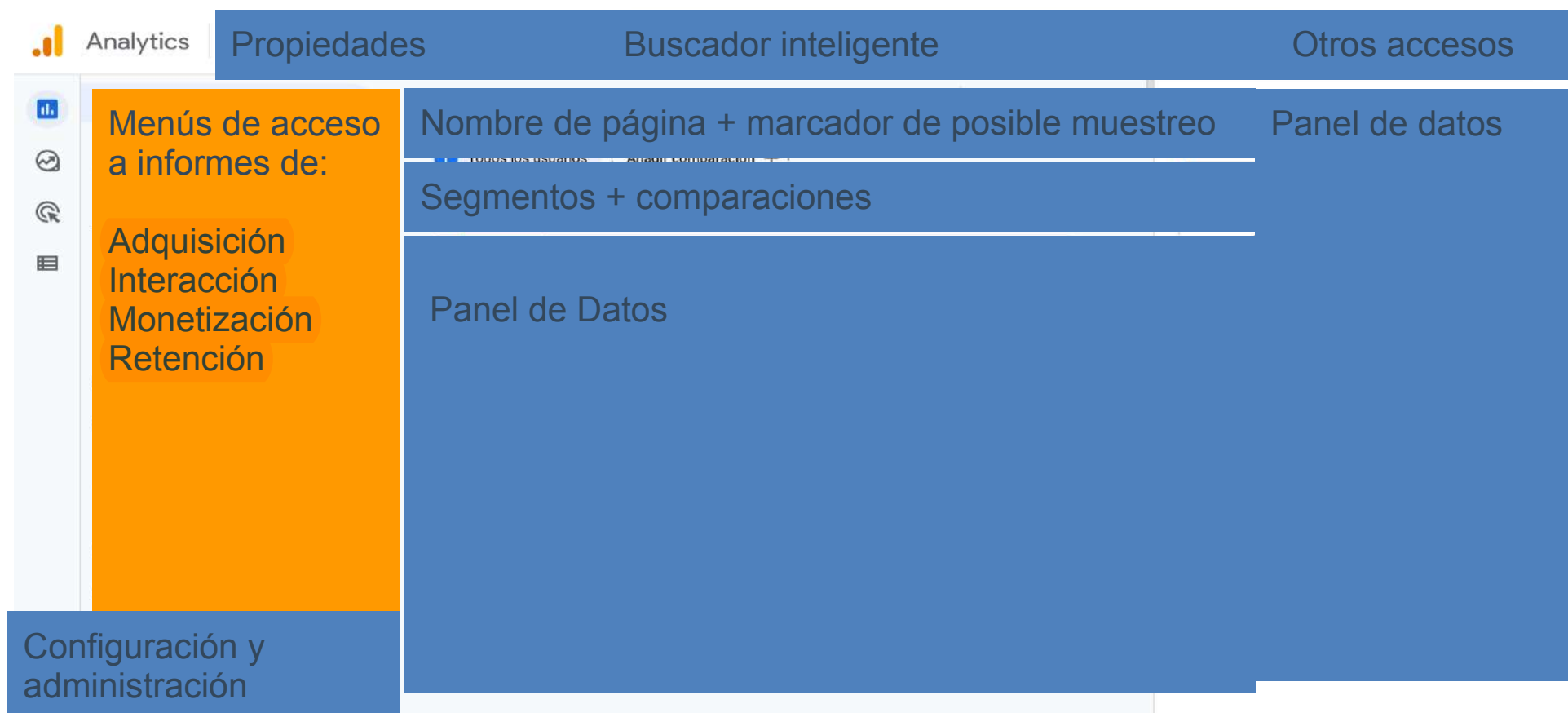
Total de ingresos: 274 mil\$

Los últimos 28 días: 8 dic 2021-4 ene 2022

Gráfico de líneas que muestra el rendimiento de ingresos a lo largo del tiempo.



## 3.1 Cuentas y propiedades



## **3.2 Informes, configuración y administración**

## 3.2 Informes, configuración y administración

Analytics | Todas las cuentas > Demo Account | GA4 - Google Merchandise ...

Pruebe a buscar "Resumen del sitio web"

**Resumen de informes**

En tiempo real

Life cycle

- Adquisición
- Interacción
- Monetización

¿Qué?

Retención

Usuario

- Grupos demográficos
- Tecnología

¿Quién?

**Adquisición** (Campañas de captación, landing pages, audiencias, publicidad)

**Interacción** (Páginas y pantallas vistas, engagement y acciones(scrolls, descargas, interacciones)

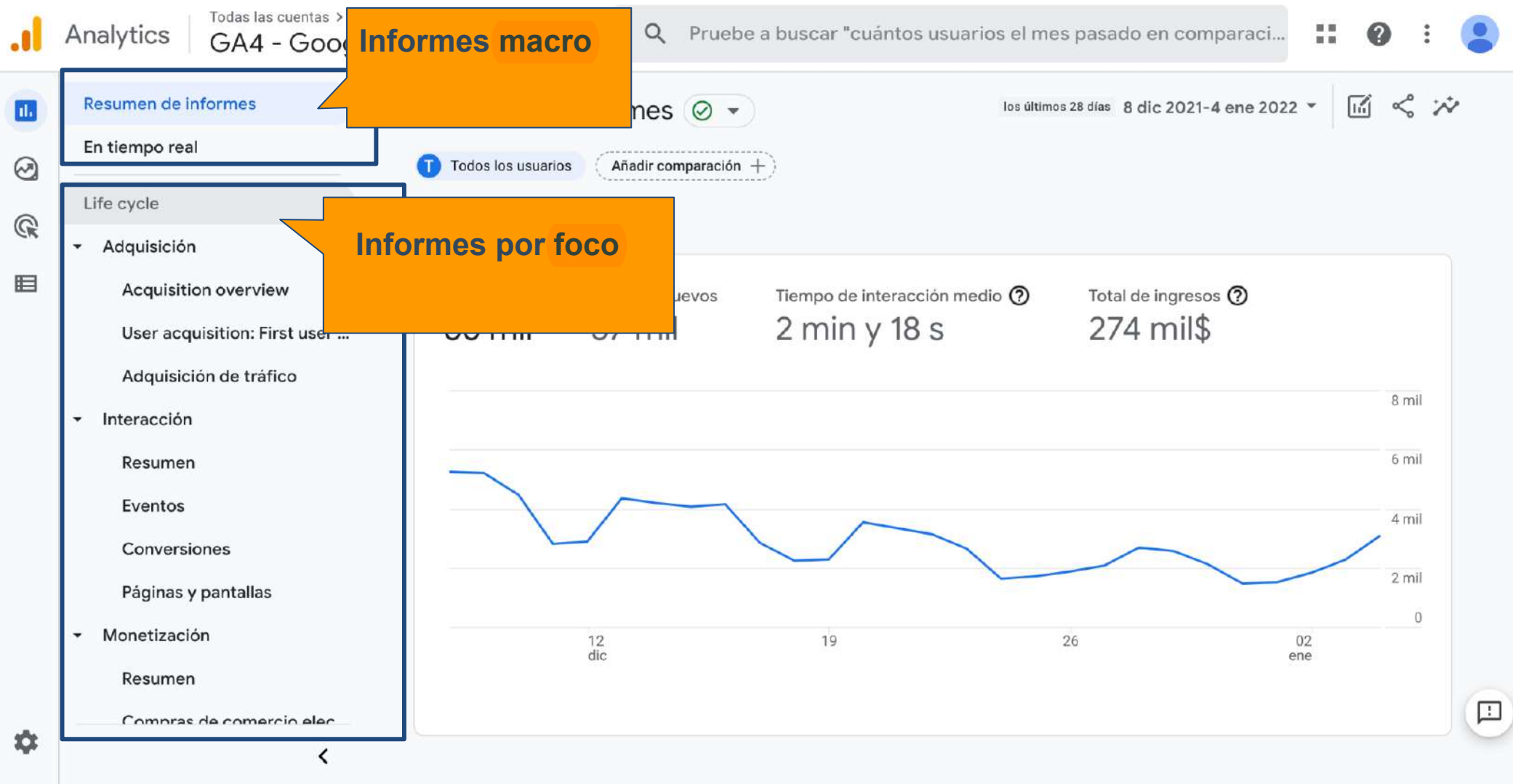
**Monetización** (Ingresos por varios medios (ventas, publicidad), interacción con productos, conversiones)

**Por Ubicación** (Países, provincias, etc)

**Por Tecnología** (Mobile, Desktop, modelo móvil, navegador)

MEDIO DE LA SESI... | SESIONES

## 3.2 Informes, configuración y administración



## 3.2 Informes, configuración y administración

**Control de eventos** Podemos ver todos los eventos que se están enviando y si somos administradores podemos configurar si son o no conversiones y crear dimensiones nuevas (personalizadas) a partir de sus datos.

**Control de eventos**

**Configurar Cuenta y Datos**

Analytics | Todas las cuentas | Pruebe a buscar "cuántos usuarios el mes pasado en comparación con el ..."

los últimos 28 días  
8 dic 2021-4 ene 2022  
Compare: 10 nov-7 dic 2021

Ahora puede consultar sus métricas y dimensiones personalizadas en Definiciones personalizadas.

Cerrar

Probar ahora

Modificar evento

Crear evento

Nombre del evento ↑	Recuento	% de cambio	Usuarios	% de cambio	Marcar como conversión ?
add_payment_info	6.224	↓ 10,5 %	2.558	↓ 18,2 %	<input type="checkbox"/>
add_shipping_info	7.671	↓ 11,0 %	3.171	↓ 17,6 %	<input type="checkbox"/>
add_to_cart	13.264	↓ 6,3 %	3.923	↓ 15,4 %	<input type="checkbox"/>
android_lovers	1.255	↓ 35,9 %	1.254	↓ 35,9 %	<input type="checkbox"/>

## 3.2 Informes, configuración y administración



## 3.2 Informes, configuración y administración

Analytics | Todas las cuentas ▾

Pruebe a buscar "Resumen del sitio web"

**ADMINISTRAR** USUARIO

Cuenta **+ Crear cuenta**

Demo Account ▾

- Configuración de la cuenta
- Gestión de accesos a la cuenta
- Todos los filtros
- Papelera

Propiedad **+ Crear propiedad**

GA4 - Google Merchandise Store (213025502) ▾

- Configuración de la propiedad
- Flujos de datos
- Ajustes de datos
- Importación de datos
- Identidad para los informes

**VINCULACIÓN CON OTROS PRODUCTOS**

- Vinculación con Google Ads
- Vinculación con Ad Manager
- Vinculación con BigQuery

**Administrar:** Es donde configuramos nuestra cuenta, propiedad, flujos de datos

©2022 Google | [Página principal de Analytics](#) | [Términos del Servicio](#) | [Política de Privacidad](#) | [Enviar comentario](#)



## 3.2 Informes, configuración y administración

**Exploraciones** El sitio dónde podrás crear tus propios informes de dimensiones y métricas

**Informes a medida**

**Exploraciones**

Iniciar una nueva exploración

En blanco  
Crear una exploración

Formato libre  
¿Qué estadísticas puede obtener con tablas y gráficos personalizados?

Exploración de embudos de conversión  
¿Qué recorridos de los usuarios puede analizar, segmentar y desglosar con los embudos de conversión de varios pasos?

Exploración de rutas  
¿Qué recorridos de los usuarios puede descubrir con los gráficos de árbol?

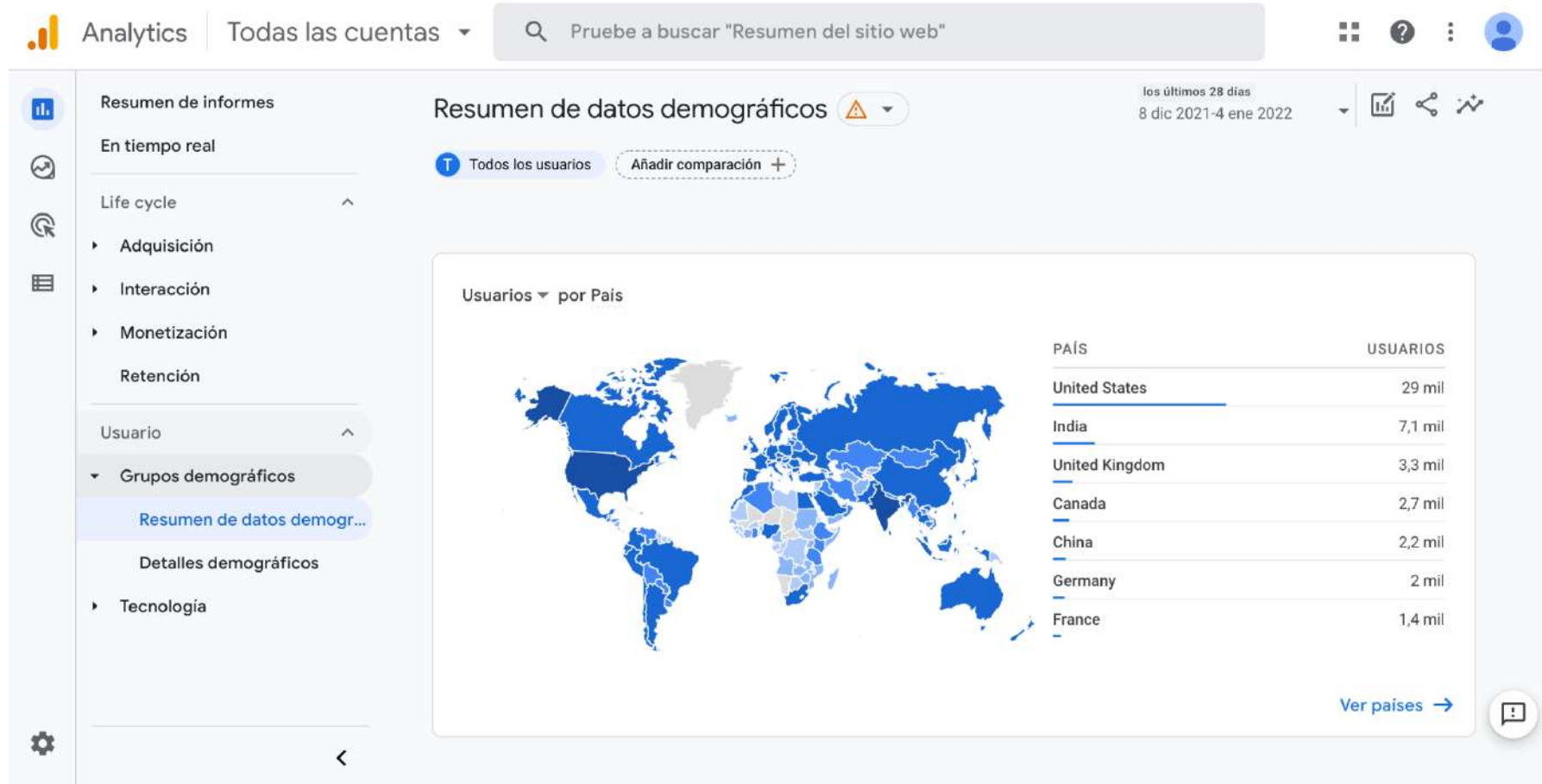
Galería de plantillas

Tipo	Nombre ↓	Propietario	Última modificación ↓	Propiedad	
👤	Exploración sin título	Ilyana Mendoza	19:49	GA4 - Google Merchandise Store	⋮
👤	Tiempo de vida de los usuarios	Ilyana Mendoza	3 ene 2022	GA4 - Google Merchandise Store	⋮
👤	Formato libre	Ilyana Mendoza	6 dic 2021	GA4 - Google Merchandise Store	⋮

## 3.2 Informes, configuración y administración

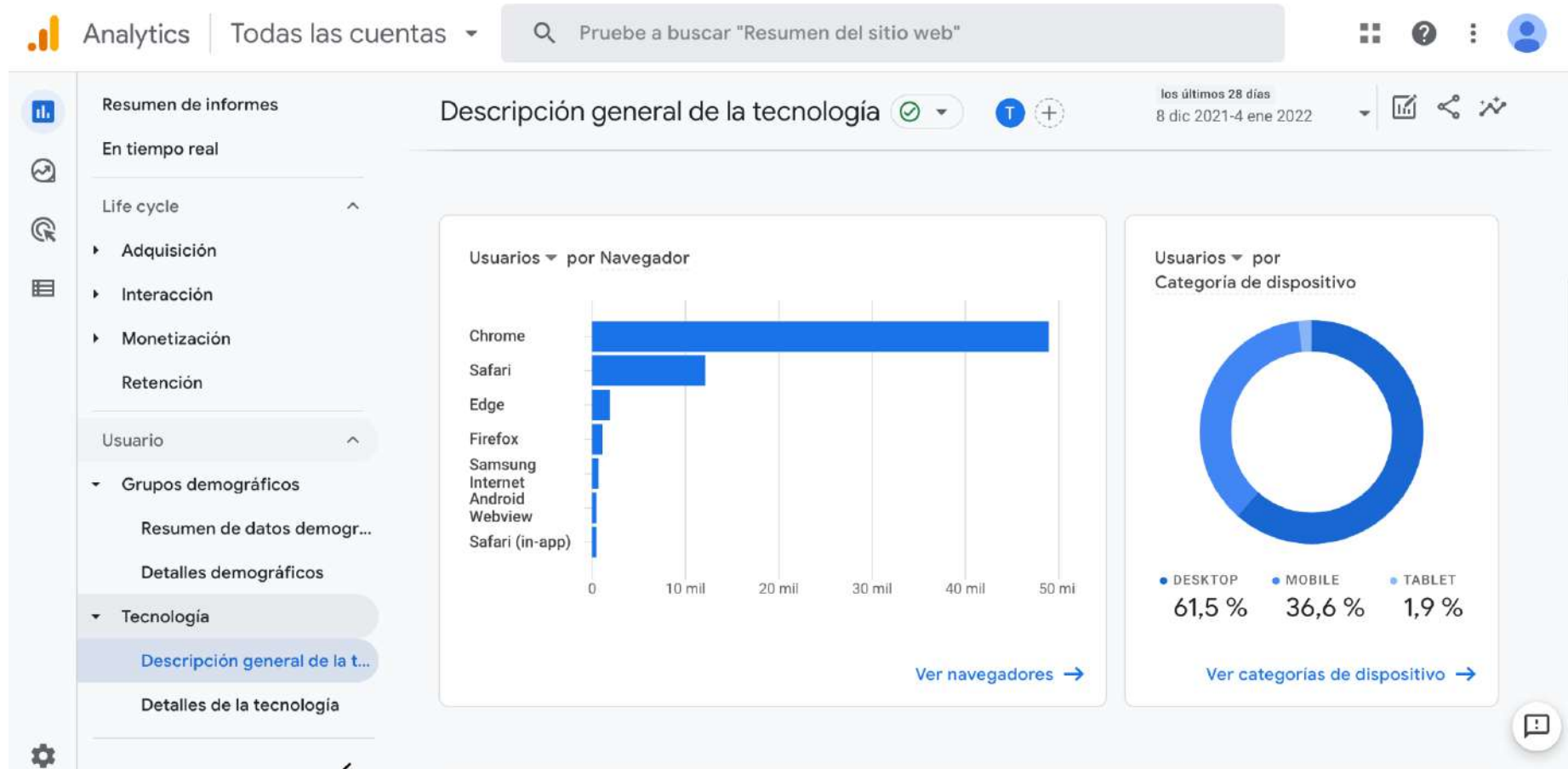
**Grupos demográficos:** Podemos ver la procedencia de nuestras visitas

· Comprender cuál es nuestro target

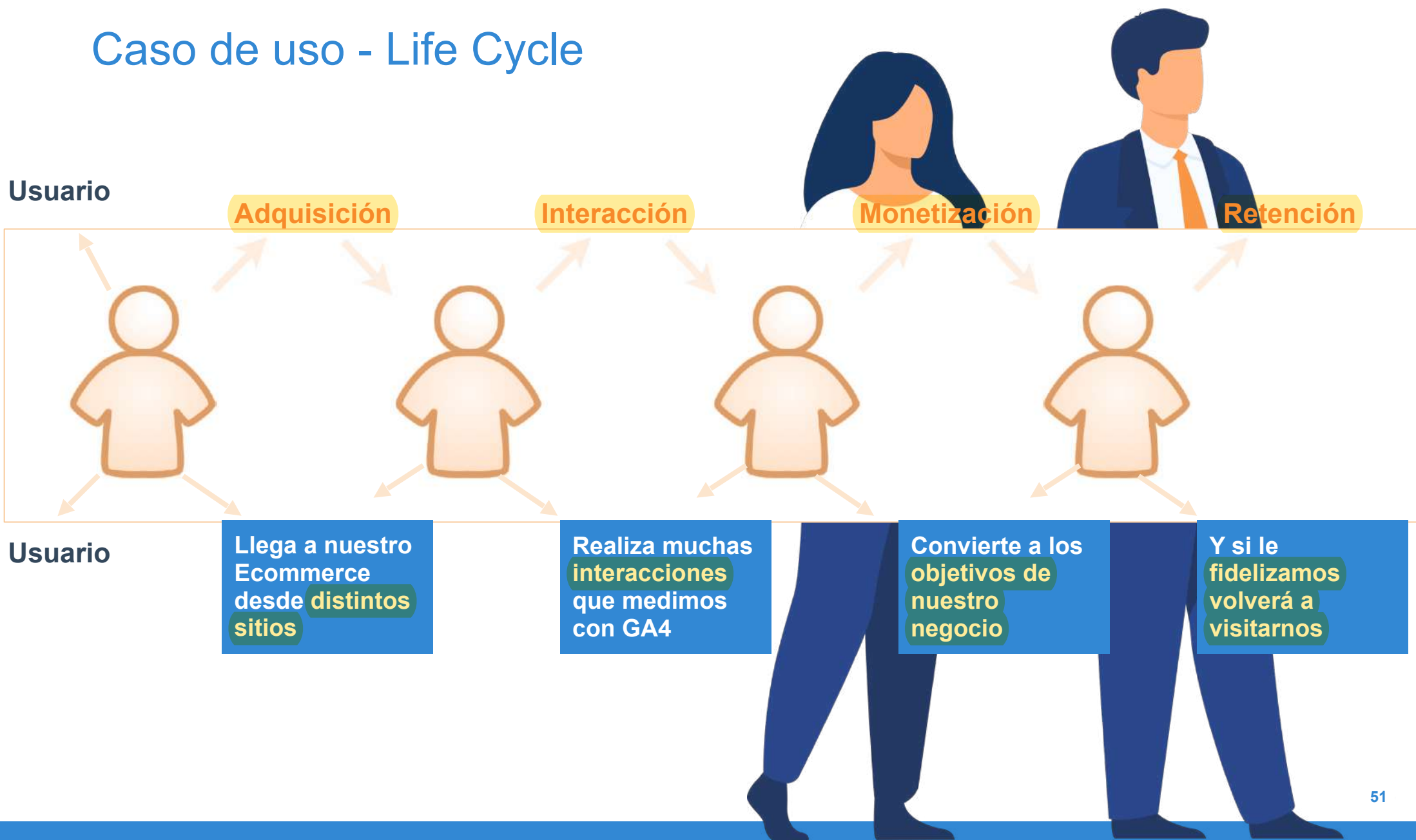


## 3.2 Informes, configuración y administración

- Tecnología:** Detalles de dispositivos y navegadores con los que los usuarios se conectan
- En este sitio podemos clasificar a los usuarios por su tipo de experiencia



## Caso de uso - Life Cycle



## 3.2 Informes, configuración y administración

- **Adquisición GA4:** Cómo se han conseguido los usuarios y las visitas al ecommerce
- **Analizamos campañas de Marketing:** Cuánta gente llega, que hace..etc



## 3.2 Informes, configuración y administración

**Interacción GA4:** Podemos ver el detalle de todos los eventos que están llegando y en especial páginas / pantallas vistas. Es el sitio donde buscar acciones concretas.

The screenshot displays the Google Analytics 4 (GA4) interface. On the left sidebar, the 'Interacción' (Interaction) menu is expanded, with 'Resumen' (Summary) selected. The main content area shows the 'Resumen de la interacción' (Interaction Summary) report for the last 28 days (8 dic 2021 - 4 ene 2022). The report is divided into two main sections: 'Número de eventos por Nombre del evento' (Number of events by event name) and 'Visitas por Título de página y clase de pantalla' (Visits by page title and screen class).

**Número de eventos por Nombre del evento**

NOMBRE DEL EVENTO	NÚMERO DE EVENTOS
<a href="#">view_promotion</a>	561 mil
<a href="#">view_item_list</a>	503 mil
<a href="#">page_view</a>	383 mil
<a href="#">user_engagement</a>	321 mil
<a href="#">scroll</a>	192 mil
<a href="#">view_item</a>	167 mil
<a href="#">session_start</a>	94 mil

[Ver eventos →](#)

**Visitas por Título de página y clase de pantalla**

TÍTULO DE PÁGINA Y CL...	VISITAS
<a href="#">Home</a>	65 mil
<a href="#">Shopping Cart</a>	29 mil
<a href="#">Google Online Store</a>	24 mil
<a href="#">Men's / Unisex...chandise Store</a>	21 mil
<a href="#">The Google Mer...Store - Log In</a>	16 mil
<a href="#">Sale   Google ...chandise Store</a>	16 mil
<a href="#">New   Google M...handise Store</a>	13 mil

[Ver páginas y pantallas →](#)



## 3.2 Informes, configuración y administración

**Monetización GA4:** Nos informa sobre el dinero que hemos ganado con nuestro ecommerce. Es el sitio donde ir a ver nuestros ingresos, info de productos, publicidad

Analytics | Todas las cuentas | Pruebe a buscar "Resumen del sitio web"

Resumen de informes

En tiempo real

Life cycle

Adquisición

Interacción

**Monetización**

Resumen

Compras de comercio elec...

Compras en la aplicación

Anuncios del editor

Retención

Usuario

Grupos demográficos

Tecnología

Compras de comercio electrónico: Nombre del artículo

los últimos 28 días  
8 dic 2021 - 1 ene 2022

Buscar...

Filas por página: 10 | Ir a: 1 | 1-10 de 410

Nombre del artículo	Porcentaje compra/visualiza...	Cantidad de artículos comprados	Ingresos del artículo
Totales	13,68 % Media 0 %	14.762 100 % respecto al total	274.052,38 \$ 100 % respecto al total
1 YouTube Zipper Pull	0,58 %	30	124,00 \$
2 YouTube Ultralight Embroidered Sweatshirt	0,39 %	9	424,00 \$
3 YouTube Transmission Journal Red	0 %	0	0,00 \$
4 YouTube Toddler Tee Black	0 %	0	0,00 \$
5 YouTube Tie-Dye Woven Socks	0,54 %	25	367,20 \$
6 YouTube Tie-Dye Tee	0,71 %	33	902,40 \$
7 YouTube Standards Zip Hoodie Black	0,21 %	6	312,00 \$
8 YouTube Shadow Tumbler	1,74 %	46	1.030,40 \$



## 3.2 Informes, configuración y administración

**Retención GA4:** Nos habla de cohortes (grupos de usuarios analizados desde la perspectiva de su evolución) y visitas recurrentes de usuario. Es el sitio donde ir a ver cómo y cuándo los usuarios nos vuelven a visitar.

The screenshot shows the Google Analytics 4 (GA4) interface. The left sidebar is on the 'Monetización' (Monetization) section, with 'Compras de comercio electrónico' (E-commerce purchases) selected. The main area displays the 'Compras de comercio electrónico: Nombre del artículo' report for the last 28 days (from Dec 8, 2021, to Jan 5, 2022). The table shows the following data:

Nombre del artículo	Porcentaje compra/visualiza...	Cantidad de artículos comprados	Ingresos del artículo
Totales	13,68 % Media 0 %	14.762 100 % respecto al total	274.052,38 \$ 100 % respecto al total
1 YouTube Zipper Pull	0,58 %	30	124,00 \$
2 YouTube Ultralight Embroidered Sweatshirt	0,39 %	9	424,00 \$
3 YouTube Transmission Journal Red	0 %	0	0,00 \$
4 YouTube Toddler Tee Black	0 %	0	0,00 \$
5 YouTube Tie-Dye Woven Socks	0,54 %	25	367,20 \$
6 YouTube Tie-Dye Tee	0,71 %	33	902,40 \$
7 YouTube Standards Zip Hoodie Black	0,21 %	6	312,00 \$
8 YouTube Shadow Tumbler	1,74 %	46	1.030,40 \$

## Caso de uso

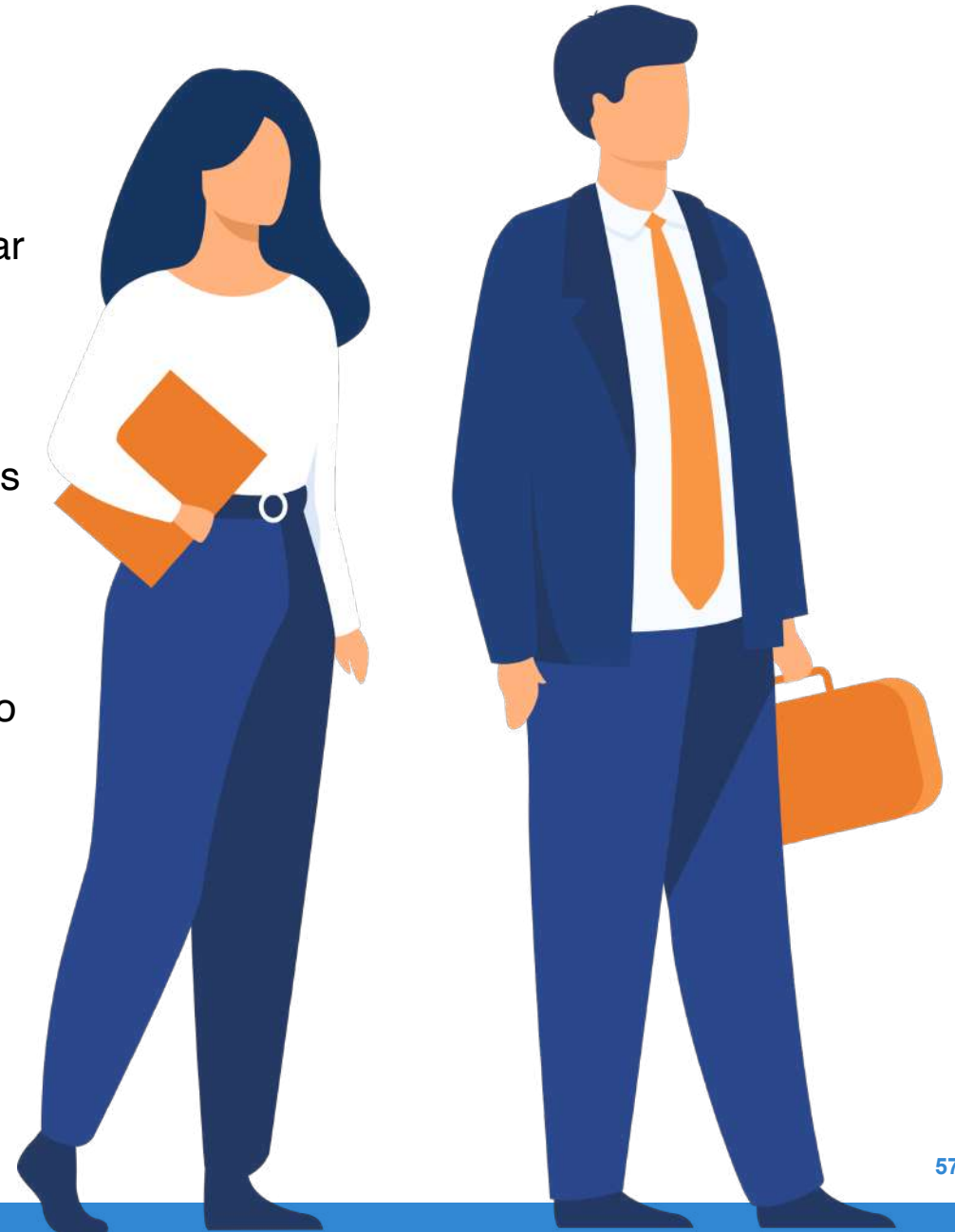
Vamos a analizar los informes de Usuarios con la cuenta de demostración de Google Merchandise Store. Utilice el periodo comprendido entre el 1 de Marzo del 2022 y el 31 de Marzo del 2022 para responder a las siguientes preguntas:

1. Informe Resumen de datos demográficos, ¿qué grupo de idioma aportó el máximo número de usuarios?
2. Informe Información geográfica > Ubicación correspondiente a la India, ¿qué región aportó el máximo número de usuarios?
3. Informe Resumen de dispositivos móviles, ¿qué porcentaje de sesiones procedió de los dispositivos móviles?



## Caso de uso

1. En el informe adquisición de tráfico > Fuente/Medio, al filtrar por tráfico referral, ¿qué sitio web envió el mayor número de usuarios?
2. En el informe adquisición de usuarios > Canales, ¿que tres canales tuvieron el mayor número de usuarios nuevos?
3. En el informe adquisición de tráfico > en el caso de los usuarios que proceden de la fuente "google.com", ¿Cuál tuvo el máximo de sesiones?



## Caso de uso

1. En el informe de interacción > Páginas & pantallas, ¿cuál de estos títulos de página tiene más vistas de página? Shopping Cart, Home, Store Search results?
2. En el informe Interacción > Páginas & pantallas, si nos centramos en el grupo de contenido, ¿qué páginas de destino tienen el porcentaje de vistas de página más alto?
3. En el informe monetización > Compras en comercio electrónico, ¿cuál es el mayor porcentaje carrito/visualizaciones por marca del artículo?



## Práctica

- ¿Qué es una Métrica?

**\*Recuerda:**  
En GA4 Medimos  
Interacciones = Eventos



## Práctica

- ¿Qué es una Métrica?

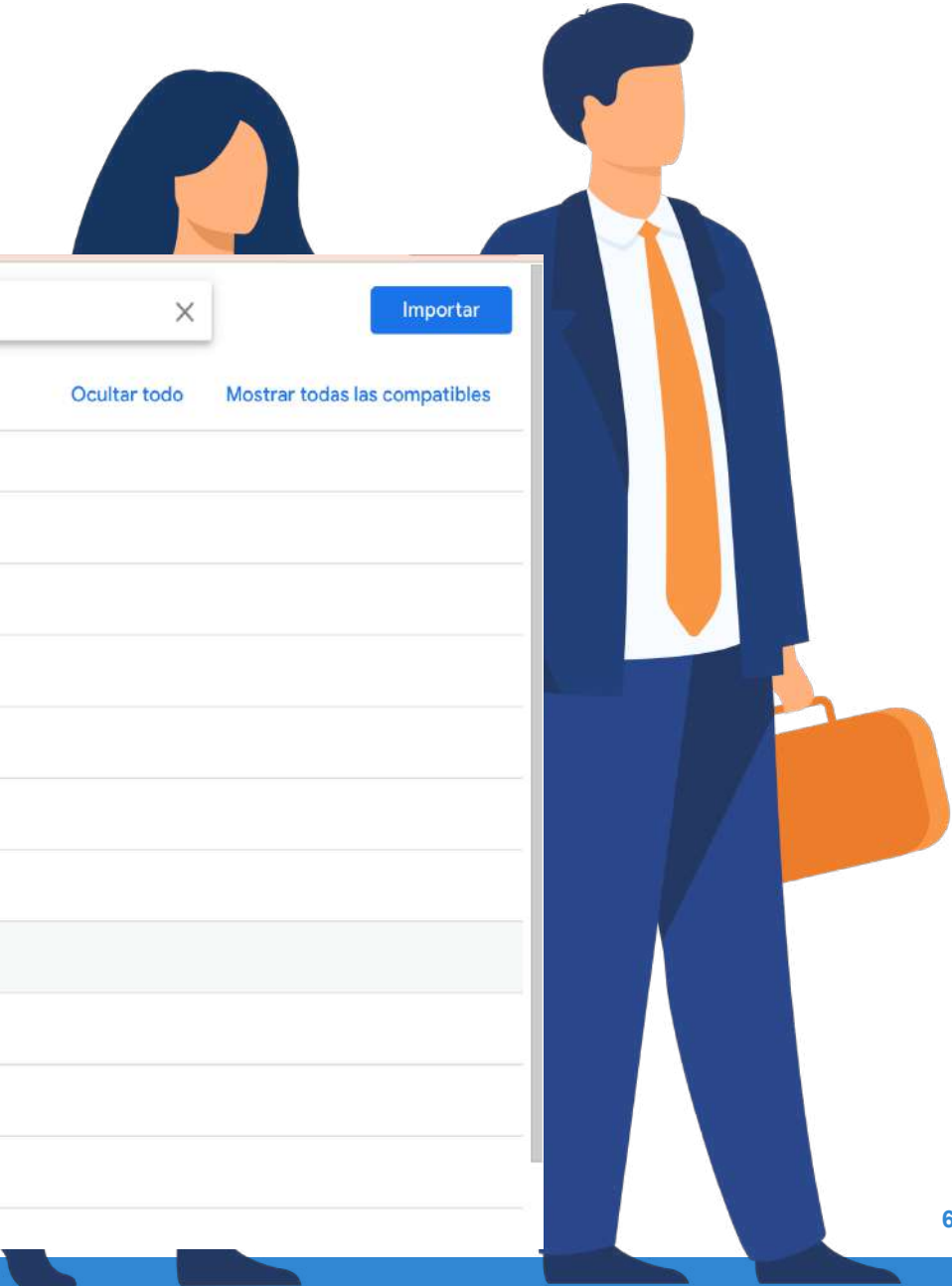
**Dato numérico exacto que dentro de una escala predefinida nos indica el volumen alcanzado de una serie de elementos en un periodo de tiempo**

En GA4 Medimos  
Interacciones = Eventos



# Práctica

Busca las métricas en la cuenta de demostración de GA4.



The image shows a screenshot of the Google Analytics 4 (GA4) 'Seleccionar métricas' (Select metrics) interface. The interface is overlaid on a background illustration of a man in a blue suit and orange tie carrying an orange briefcase, with a woman behind him. The GA4 interface includes a search bar at the top with the text 'Buscar métricas' and a blue 'Importar' button. Below the search bar, there are tabs for 'Todas las edades' (148), 'Predefinidos' (147), and 'Personalizado' (1). The 'Todas las edades' tab is selected. The main list shows various metric categories with expandable arrows: Comercio electrónico, Editor, Evento, Ingresos, Otra, Página o pantalla, Personalizada (highlighted), Predictivos, Publicidad, Sesión, and Tiempo de vida de los usuarios. The left sidebar of the GA4 interface is partially visible, showing the 'Variables' section and other navigation options.

← Anal × Seleccionar métricas 0 de 148 seleccionados

Buscar métricas ×

Importar

Variables

Todas las edades 148 Predefinidos 147 Personalizado 1

Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

Nombre de métrica

- > Comercio electrónico
- > Editor
- > Evento
- > Ingresos
- > Otra
- > Página o pantalla
- > Personalizada
- > Predictivos
- > Publicidad
- > Sesión
- > Tiempo de vida de los usuarios



# El ámbito de los datos



VICEPRESIDENCIA  
PRIMERA DEL GOBIERNO  
MINISTERIO  
DE ASUNTOS ECONÓMICOS  
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE DIGITALIZACIÓN  
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es

Centro de  
Referencia Nacional  
en Comercio Electrónico  
y Marketing

CRN  
Digital



  
Barrabés

 The Valley

*"El FSE invierte en tu futuro"*  
**Fondo Social Europeo**

## 4.1 Usuarios, sesión y evento

## 4.1 Usuario, sesión y evento

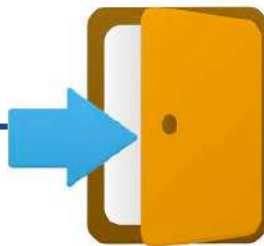


Usuario = Personas

**Usuario** : Identificación de las personas únicas a través de login, cookies, y otros sistemas

En cada web y App eres un Usuario

**AGLUTINA SESIONES CON SUS EVENTOS** ¿Cómo se creó el usuario?  
¿Qué ha conseguido en su vida útil? ¿Está activo actualmente?



**Sesión** : De cada persona se analizan sus navegaciones distintas en un dispositivo

**SE CONFORMA DE EVENTOS CONSECUTIVOS** que se suceden en cada experiencia de uso ¿Cómo comenzó?  
¿Qué consiguió? ¿Cuánto duró?



**Evento** : Cada interacción que hace el usuario es un evento

**TIENE LOS DATOS:** clicks, páginas vistas, compras, ingresos.

## 4.1 Usuario, sesión y evento

### Cómo identificar Usuarios



Cómo GA4 es capaz de diferenciar personas,

Cada una por separado, nos daría usuarios distintos

**1. USER ID:** El **Id de usuario de tu sistema** (configuras un parámetro especial en tu código de seguimiento llamado User ID, Este identifica a tus usuarios **cuando los tienes logueados en tu ecommerce sx.** Cuando estás logueado el sistema siempre sabe que eres tú, por tu id user Id. ¿Porqué en una RRSS siempre recoges datos por User Id?

**2. GOOGLE SIGNALS:** El **id de usuario de google** Google es capaz de gestionar a través de **cookies en google** (publicidad, gmail, chrome, android. No usa estos datos para darte datos personales de los usuarios pero sí para **mejorar lo que sabe de ellos.** ¿navegas en un chrome logueado?

**3. DEVICE ID:** **Client Id (web)** El **id automático que te asigna el código.** Cuando no tenemos User Id el sistema crea uno por su cuenta. (Es una **cookie**) pero si te cambias de dispositivo no te puede identificar y te cuenta como otra persona.

## 4.2 Métricas GA4

## 4.1 Usuario, sesión y evento

### Número de eventos

← Anal × Seleccionar métricas 0 de 148 seleccionados  Importar

Todas las edades 148 Predefinidos 147 Personalizado 1 Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

Nombre de métrica
> Comercio electrónico
> Editor
✓ Evento
<input type="checkbox"/> Conversiones
<input type="checkbox"/> Eventos por sesión
<input type="checkbox"/> <b>Número de eventos</b>
<input type="checkbox"/> Primeros accesos
<input type="checkbox"/> Valor del evento
> Ingresos
> Otra

El número de veces que los usuarios han activado un evento. Más información sobre los [eventos](#)

## 4.1 Usuario, sesión y evento

### Conversiones

Seleccionar métricas 0 de 148 seleccionados

Buscar métricas

Importar

Todas las edades 148 Predefinidos 147 Personalizado 1

Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

Nombre de métrica
> Comercio electrónico
> Editor
▼ Evento
<input checked="" type="checkbox"/> Conversiones
<input type="checkbox"/> El número de veces que los usuarios han activado un evento de conversión. Más información sobre las <a href="#">conversiones</a>
<input type="checkbox"/> Primeras visitas
<input type="checkbox"/> Primeros accesos
<input type="checkbox"/> Valor del evento
> Ingresos
> Otra



## 4.1 Usuario, sesión y evento

Número de eventos + Conversión : **Todos nuestros KPIs van a crearse uniendo un evento a una conversión**

Todas las cuentas > Demo Account  
GA4 - Google Merchandise ...

Pruebe a buscar "Resumen del sitio web"

los últimos 28 días  
12 dic 2021-8 ene 2022

Resumen de informes

En tiempo real

Life cycle

Adquisición

Acquisition overview

User acquisition: First user ...

Adquisición de tráfico

Interacción

Resumen

Eventos

Conversiones

Páginas y pantallas

Monetización

Retención

Adquisición de tráfico: Medio de la sesión

Buscar...

Medio de la sesión +

Porcentaje de interacciones

Número de eventos

Conversiones

Total de ingresos

Medio de la sesión	Porcentaje de interacciones	Número de eventos	Conversiones	Total de ingresos
Totales	62,74 %	2.245.916	60.118,00	199.011,22 \$
1 organic	65,95 %	870.876	24.659,00	78.858,49 \$
2 (none)	62,32 %	940.788	25.286,00	101.105,79 \$
3 referral	65,42 %	238.997	4.455,00	14.829,82 \$
4 cpc	43,84 %	80.868	5.236,00	498,74 \$
5 email	74,14 %	12.163	98,00	2.223,78 \$
6 (not set)	29,32 %	99.499	257,00	1.494,60 \$
7 affiliate	63,37 %	2.725	127,00	0,00 \$

©2022 Google | [Página principal de Analytics](#) | [Términos del Servicio](#) | [Política de Privacidad](#) | Enviar comentario

## 4.1 Usuario, sesión y evento

### Valor del evento

← Anal × Seleccionar métricas 0 de 148 seleccionados  Importar

**Variables** Todas las edades 148 Predefinidos 147 Personalizado 1 Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

- ☐ Conversiones
- ☐ Eventos por sesión
- ☐ Número de eventos
- ☐ Número de eventos por usuario
- ☐ Primeras visitas
- ☐ Primeros accesos
- ☒ Valor del evento

> Suma de todos los [parámetros VALUE](#) proporcionados con el evento. Utilice esta métrica dependiente del contexto para hacer el seguimiento de cualquier dato valioso para su aplicación (p. ej., ingresos, tiempo o distancia).

> Personalizada

> Predictivos

## 4.1 Usuario, sesión y evento

### Sesiones

Seleccionar métricas 0 de 148 seleccionados

Buscar métricas

Importar

Todas las edades 148 Predefinidos 147 Personalizado 1

Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

Variables

Nombre de Exploración

Personalizado 9 dic 2021-

SEGMENTOS

DIMENSIONES

MÉTRICAS

> Página o pantalla

> Personalizada

> Predictivos

> Publicidad

✓ Sesión

☐ Porcentaje de interacciones

☐ Sesiones

☐ El número de sesiones que han empezado en su sitio web o aplicación (evento activado: [session\\_start](#)).

☐ Sesiones por usuario

> Tiempo de vida de los usuarios

> Usuario

## 4.1 Usuario, sesión y evento

### Sesiones con interacción

Anal

Seleccionar métricas 0 de 148 seleccionados

Buscar métricas

Importar

Todas las edades 148 Predefinidos 147 Personalizado 1

Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

Variables

Nombre de Exploración

Personalizado 9 dic 2021-

SEGMENTOS

DIMENSIONES

MÉTRICAS

> Página o pantalla

> Personalizada

> Predictivos

> Publicidad

✓ Sesión

☐ Porcentaje de interacciones

☐ Sesiones

☐ Sesiones con interacción

☐ Número de sesiones que han durado más de 10 segundos o que han tenido 1 evento de conversión, o bien 2 o más vistas de pantalla o de página. [Más información sobre las sesiones](#)

> Usuario

## 4.1 Usuario, sesión y evento

### Usuarios activos

←

Anal

×

Seleccionar métricas

0 de 148 seleccionados

Buscar métricas

Importar

Variables

Todas las edades 148

Predefinidos 147

Personalizado 1

Ocultar todo

Mostrar todas las compatibles

Nombre de Exploración

Personalizado 9 dic 2021-

SEGMENTO

DIMENSION

MÉTRICAS

☐ Tiempo de interacción por sesión medio

☐ Total de compradores

☐ Total de usuarios

☐ UAD/UAM

☐ UAD/UAS

☐ UAS/UAM

☐ UPAM/UAD

☐ UPAS/UAD

☐ Usuarios activos

☐ El número total de usuarios activos.

☐ Usuarios activos que han hecho al menos una compra en los últimos 90 días

☐ Usuarios nuevos

☐ Usuarios recurrentes

a compra en los últimos 30 días

a compra en los últimos 7 días

## 4.1 Usuario, sesión y evento

### Usuarios nuevos

Analítica

Seleccionar métricas 0 de 148 seleccionados

Buscar métricas

Importar

Variables

Todas las edades 148 Predefinidos 147 Personalizado 1

Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

Nombre de Exploración

Personalizado 9 dic 2021-

SEGMENTOS

DIMENSIONES

MÉTRICAS

- ☐ Tiempo de interacción por sesión medio
- ☐ Total de compradores
- ☐ Total de usuarios
- ☐ UAD/UAM
- ☐ UAD/UAS
- ☐ UAS/UAM
- ☐ UPAM/UAD
- ☐ UPAS/UAD
- ☐ Usuarios activos
- ☐ **Usuarios nuevos**
- ☐ Usuarios recurrentes

El número de usuarios que han interactuado con su sitio web o que han abierto su aplicación por primera vez (evento activado: [first\\_open](#)).

s 30 días

s 7 días

s 90 días

## 4.1 Usuario, sesión y evento

### Usuarios Activos en N días

←

Anal

Variables

Nombre de Exploración

Personalizado 9 dic 2021-

SEGMENTOS

DIMENSIONES

MÉTRICAS

⚙️

Seleccionar métricas 0 de 148 seleccionados

Buscar métricas

Importar

Todas las edades 148 Predefinidos 147 Personalizado 1

Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

<input type="checkbox"/>	Tiempo de interacción por sesión medio
<input type="checkbox"/>	Total de compradores
<input type="checkbox"/>	Total de usuarios
<input type="checkbox"/>	UAD/UAM
<input type="checkbox"/>	UAD/UAS
<input type="checkbox"/>	UAS/UAM
<input type="checkbox"/>	UPAM/UAD
<input type="checkbox"/>	UPAS/UAD
<input type="checkbox"/>	Usuarios activos
<input type="checkbox"/>	Usuarios activos que han hecho al menos una compra en los últimos 30 días
<input type="checkbox"/>	Usuarios activos que han hecho al menos una compra en los últimos 7 días
<input type="checkbox"/>	Usuarios activos que han hecho al menos una compra en los últimos 90 días
<input type="checkbox"/>	Cientes que han hecho una o varias compras en los últimos 90 días.

## 4.1 Usuario, sesión y evento

### Añadir al carrito, Compras, Ingresos

Seleccionar métricas 5 de 148 seleccionados

Buscar métricas

Importar

Todas las edades 148 Predefinidos 147 Personalizado 1

Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

Nombre de métrica
Comercio electrónico
<input checked="" type="checkbox"/> Añadir al carrito
<input type="checkbox"/> Cantidad
<input type="checkbox"/> Cantidad de elementos
<input type="checkbox"/> Cantidad de productos de comercio electrónico
<input type="checkbox"/> Clics en la lista de artículos
<input type="checkbox"/> Clics en promociones de artículos
<input checked="" type="checkbox"/> Compras
<input type="checkbox"/> Compras
<input type="checkbox"/> Compras de comercio electrónico
<input checked="" type="checkbox"/> Ingresos de comercio electrónico
<input type="checkbox"/> Ingresos del artículo
<input type="checkbox"/> Ingresos del producto



## 4.1 Usuario, sesión y evento

### Reembolsos, Transacciones

Seleccionar métricas 5 de 148 seleccionados

Buscar métricas

Importar

Todas las edades 148 Predefinidos 147 Personalizado 1

Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

<input type="checkbox"/>	Ingresos del artículo
<input type="checkbox"/>	Ingresos del producto
<input type="checkbox"/>	Ingresos derivados de las compras
<input type="checkbox"/>	Reembolso del elemento
<input checked="" type="checkbox"/>	Reembolsos
<input checked="" type="checkbox"/>	Transacciones
<input type="checkbox"/>	Transacciones por comprador
<input type="checkbox"/>	Vistas del artículo
<input type="checkbox"/>	Visualizaciones de la lista de artículos
<input type="checkbox"/>	Visualizaciones de las promociones de artículos
>	Editor
>	Evento
>	Ingresos

FaceTime

## 4.1 Usuario, sesión y evento

### Visitas

Seleccionar métricas 0 de 148 seleccionados

Buscar métricas

Importar

Todas las edades 148 Predefinidos 147 Personalizado 1

Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

Variables

Nombre de Exploración

Personalizado 9 dic 2021-

SEGMENTOS

DIMENSIONES

MÉTRICAS

Editor

Evento

Ingresos

Otra

Página o pantalla

Entradas

Salidas

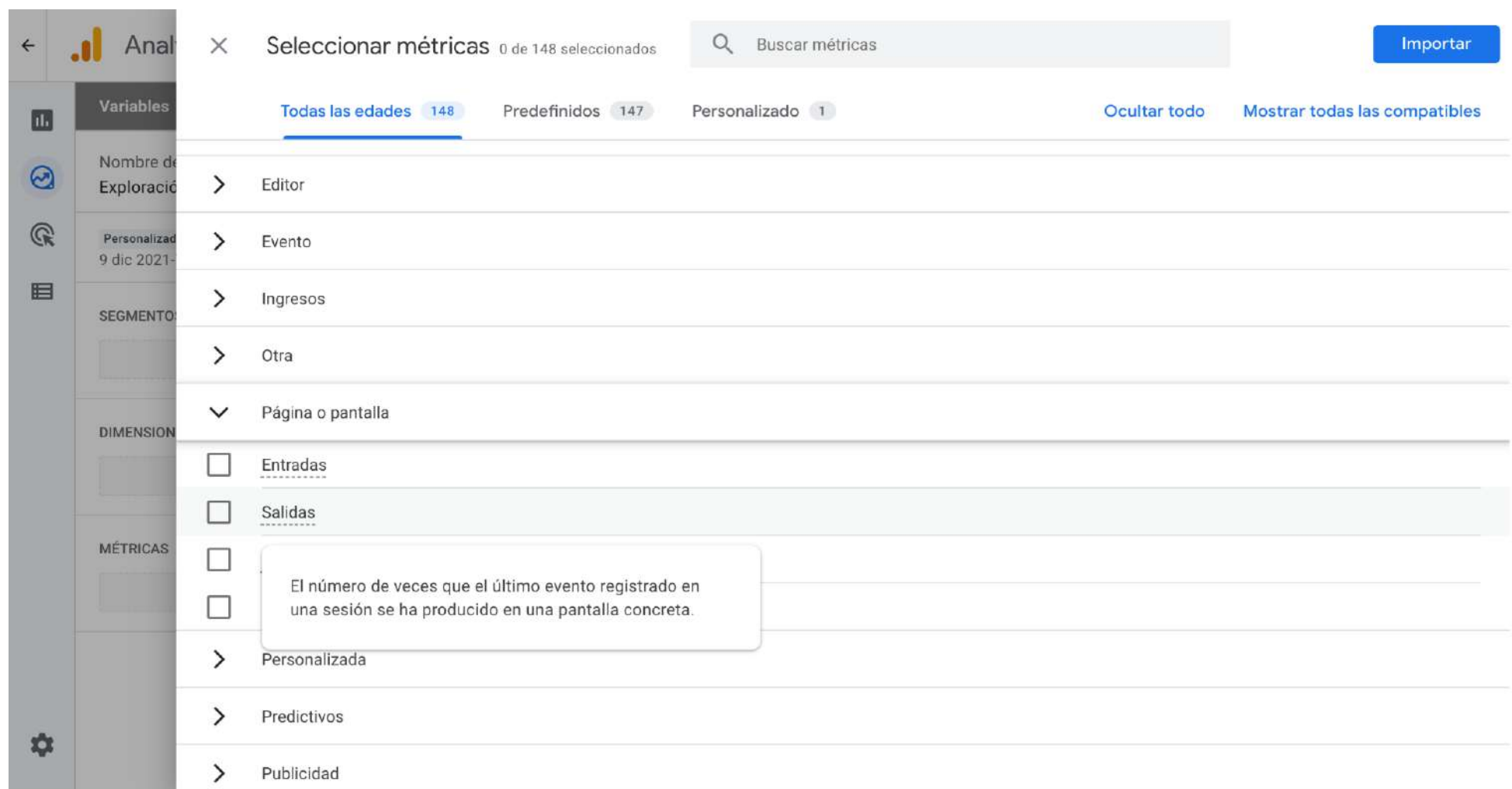
Visitas

El número de pantallas de la aplicación o de páginas web que han visto los usuarios. Se contabilizan las visitas repetidas de una misma página o pantalla (eventos [screen\\_view](#) + [page\\_view](#)).

Publicidad

## 4.1 Usuario, sesión y evento

### Salidas



Seleccionar métricas 0 de 148 seleccionados

Buscar métricas

Importar

Todas las edades 148 Predefinidos 147 Personalizado 1

Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

Variables

Nombre de Exploración

Personalizado 9 dic 2021-

SEGMENTOS

DIMENSIONES

MÉTRICAS

Editor

Evento

Ingresos

Otra

Página o pantalla

Entradas

Salidas

Personalizada

Predictivos

Publicidad

El número de veces que el último evento registrado en una sesión se ha producido en una pantalla concreta.

## 4.1 Usuario, sesión y evento

Clics de GAds, Coste GAds, Coste por clic GAd, impresiones GAds, Visualizaciones de video GAds

Seleccionar métricas 5 de 148 seleccionados

Buscar métricas

Importar

Todas las edades 148 Predefinidos 147 Personalizado 1

Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

Publicidad

- ☒ Clics de Google Ads
- ☐ Clics que no son de Google
- ☒ Coste de Google Ads
- ☐ Coste de vídeo de Google Ads
- ☒ Coste por clic de Google Ads
- ☐ Coste por clic que no es de Google
- ☐ Coste por conversión semanal que no es de Google
- ☐ Coste que no es de Google
- ☒ Impresiones de Google Ads
- ☐ Impresiones que no son de Google
- ☐ Retorno de la inversión publicitaria que no es de Google
- ☒ Visualizaciones de vídeo de Google Ads

# Introducción al Módulo Analítica Avanzada



red.es



*"El FSE invierte en tu futuro"*  
**Fondo Social Europeo**

## Debate introductorio del módulo de Analítica Avanzada

### Cómo lograr atraer tráfico web para tu **Ecommerce SX**





red.es



*"El FSE invierte en tu futuro"*

**Fondo Social Europeo**

