

# WEB ANALYTICS

DIMENSIONES, INFORMES



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. Dimensiones GA4

- 1.1. Analítica avanzada
- 1.2. Dimensiones del evento

## 2. Uniendo Dimensiones y Métricas

- 2.1 Informes con dimensiones y métricas

## 3. Centro de análisis de GA4

- 3.1 Crear nuevos informes
- 3.2 Informe explorador

## 4. Informes

- 4.1 Dimensiones en grupos
- 4.2 Tablas dinámicas

# Dimensiones GA4



red.es



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

# 1.1 Analítica avanzada

## 1.1 Analítica avanzada

Su enfoque es **usar de manera precisa los datos de las distintas fuentes que tengamos para predecir posibles eventos y/o comportamientos que nos ayuden a afrontar cambios en el negocio**

- Mejorar nuestra toma de decisiones al utilizar los datos de forma más concreta
- Automatizar procesos, ahorrándonos un tiempo valioso en tareas recurrentes además de minimizar costes
- Conseguir una mayor eficiencia al centrarnos en procesos de mayor importancia para nuestro negocio

El uso de la analítica avanzada es esencial en la transformación digital de muchas empresas, **debido a que gracias al exhaustivo análisis de datos, podremos basar las decisiones que hagamos en información en tiempo real y no en suposiciones, instinto o puntos de vista**

## 1.1 Analítica avanzada

Tenemos 3 fases en la analítica avanzada:

**Descriptiva** : A través del histórico de datos nos muestra **qué ha pasado en la empresa y por qué**. Así podremos visualizar una imagen general de lo que ha ocurrido hasta ahora de una manera sencilla y fácil de comprender.

**Predictiva** : Nos permite transformar esas métricas descriptivas en un conjunto de previsiones, pronósticos y tendencias muy precisas, que **nos dirá lo que pasará en la empresa en un futuro**.

**Prescriptiva** : Podremos identificar las decisiones más óptimas teniendo en cuenta los grandes volúmenes de datos y las infinitas variables y restricciones que hemos generado anteriormente, pudiendo así automatizar el proceso de toma de decisiones. **Este tipo de analítica utiliza inteligencia y capacidad de procesamiento para plantear propuestas, valorar todas las opciones posibles y finalmente seleccionar la más adecuada buscando el máximo rendimiento.**

## **1.2 Dimensiones del evento**

## 1.2 Dimensiones del evento

### Dimensiones

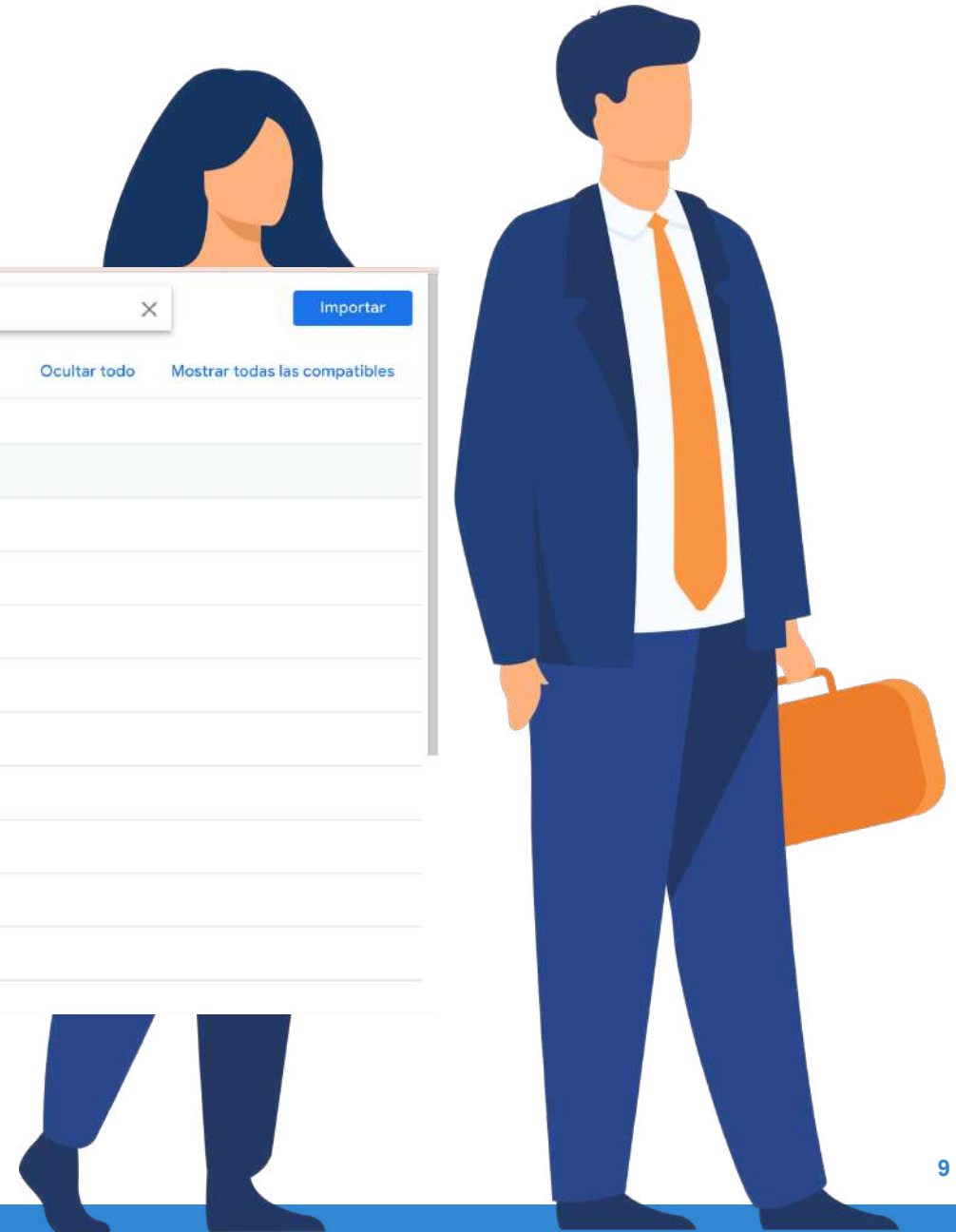
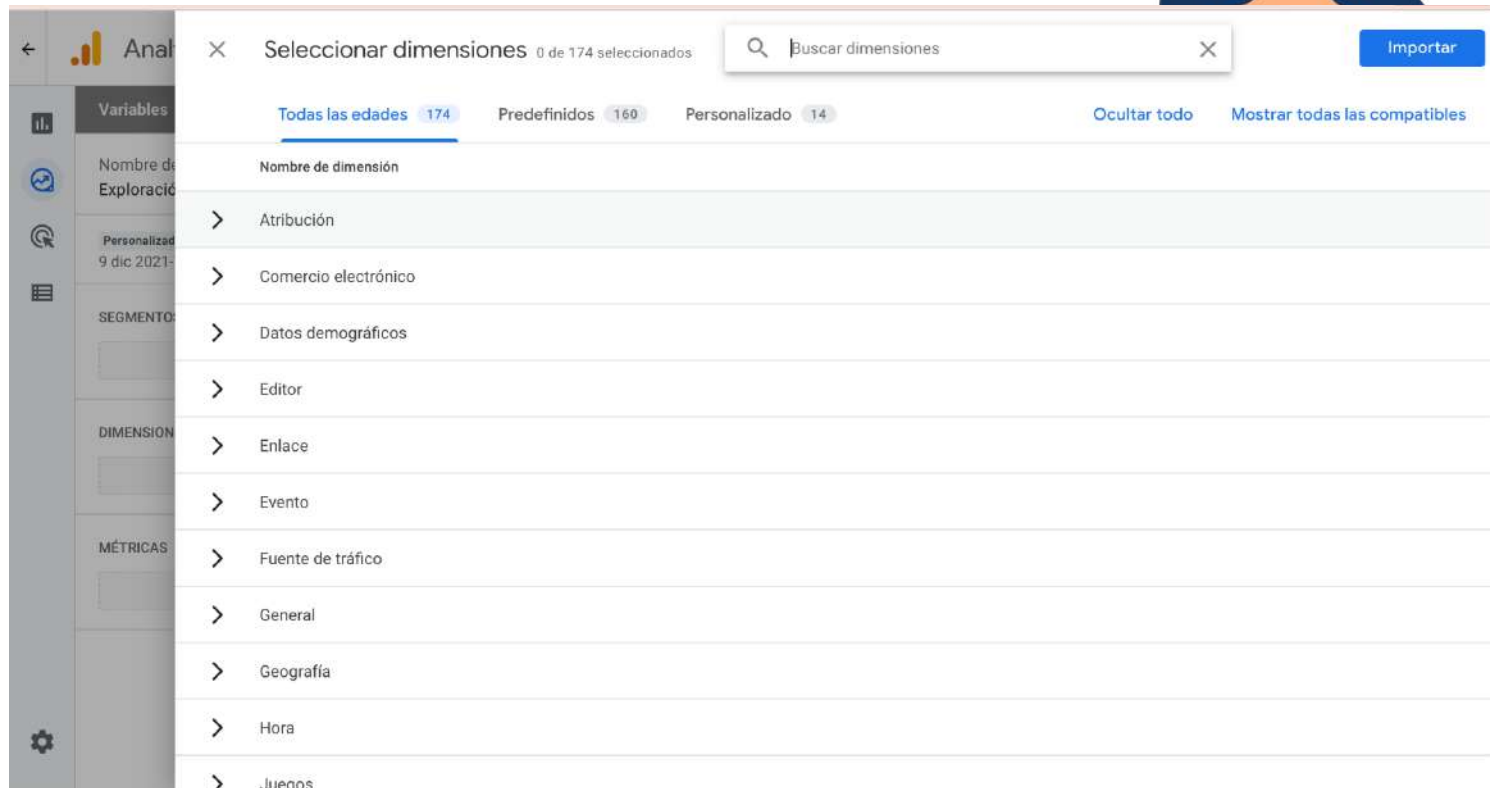
Cada sistema de clasificación de los datos que segmenta el total de los datos capturados en pequeños grupos a los que pone nombre

**Las dimensiones son únicas para cada DATO**



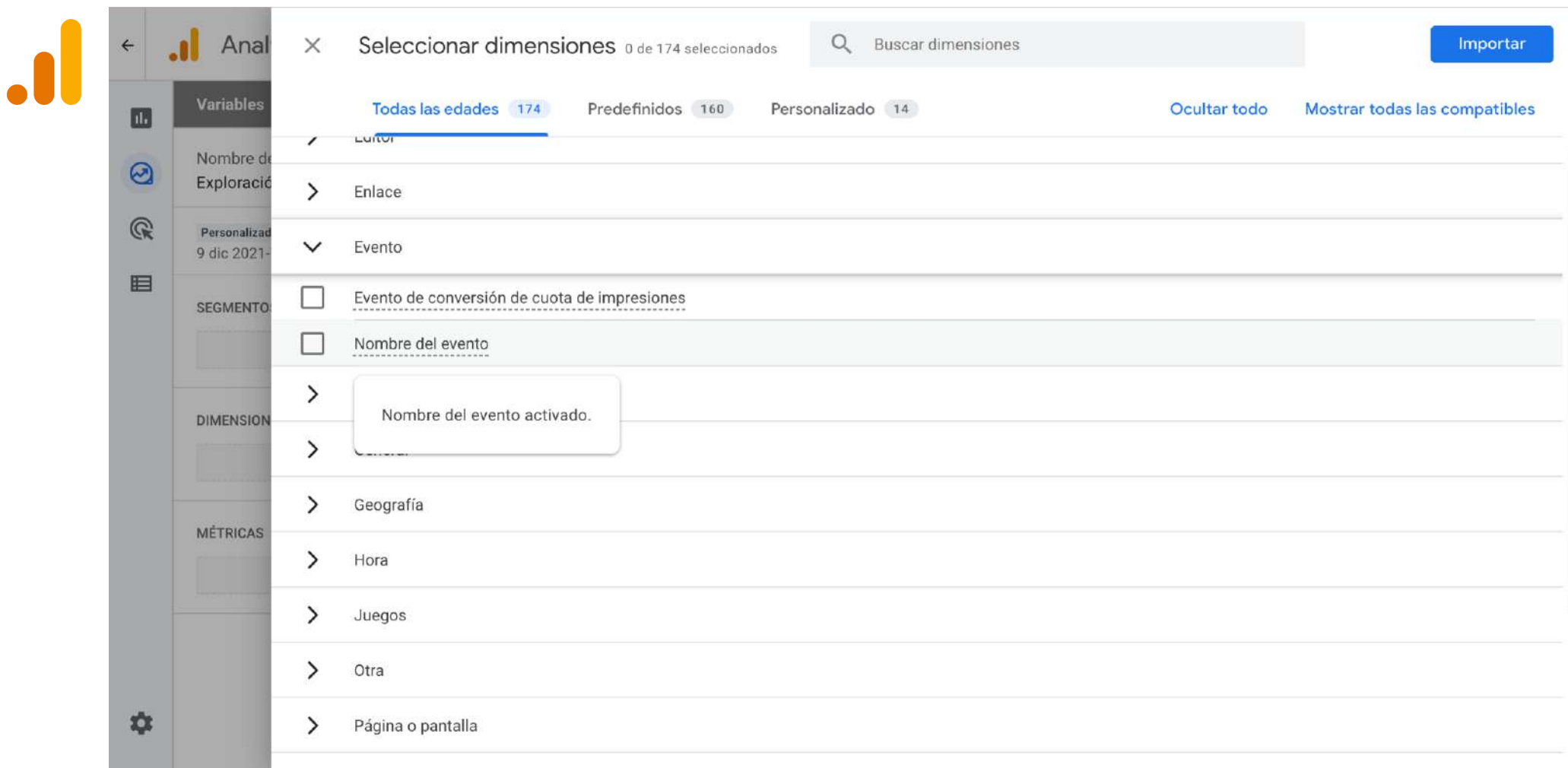
## Caso de uso

### Buscar las Dimensiones en la cuenta de demostración de GA4



## 1.2 Dimensiones del evento

### Nombre del evento



Seleccionar dimensiones 0 de 174 seleccionados

Buscar dimensiones

Importar

Todas las edades 174 Predefinidos 160 Personalizado 14

Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

Variables

Nombre de Exploración

Personalizado 9 dic 2021-

SEGMENTO

DIMENSION

MÉTRICAS

Evento

Evento de conversión de cuota de impresiones

Nombre del evento

Nombre del evento activado.

Geografía

Hora

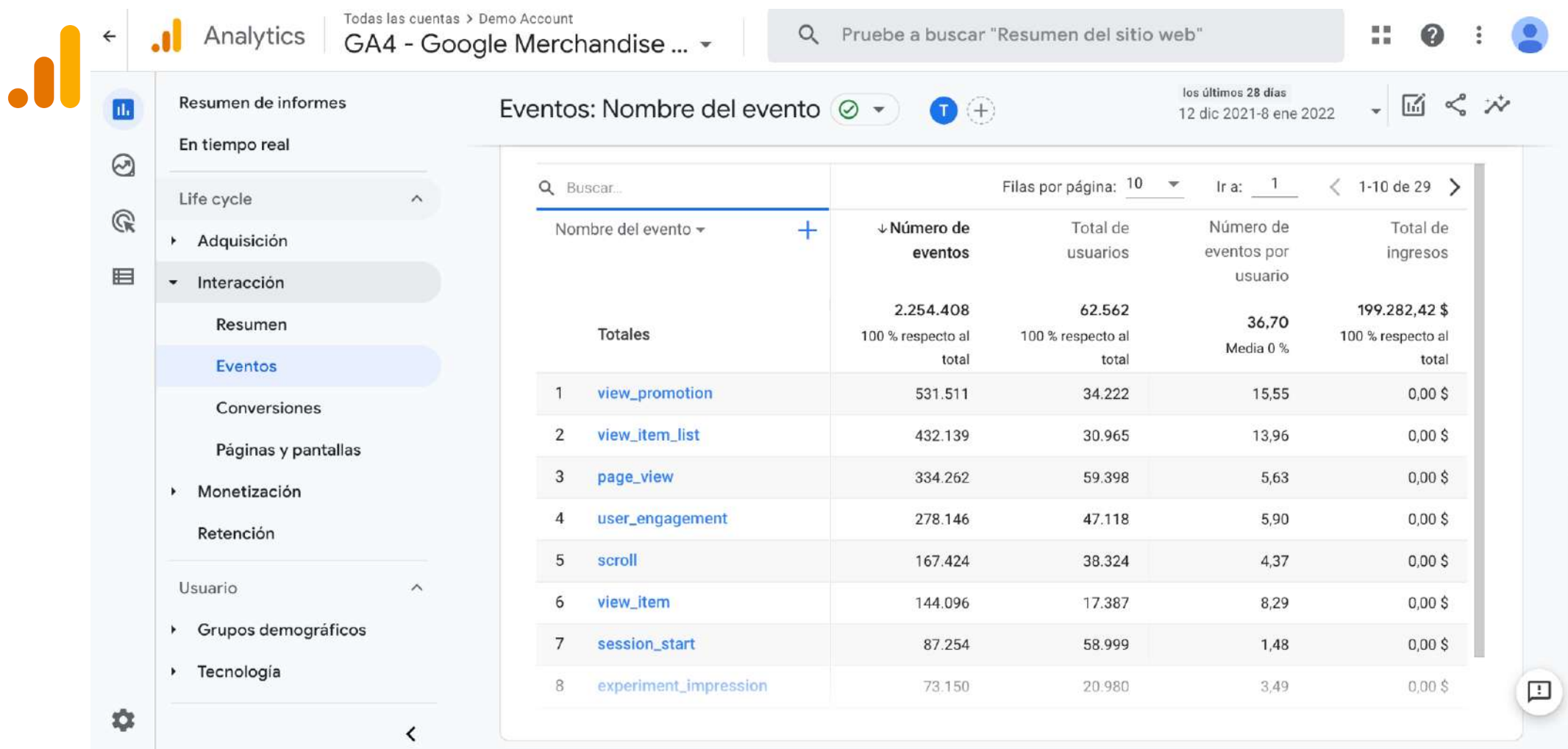
Juegos

Otra

Página o pantalla

## 1.2 Dimensiones del evento

### Nombre del evento



Analytics GA4 - Google Merchandise ...

Pruebe a buscar "Resumen del sitio web"

los últimos 28 días  
12 dic 2021-8 ene 2022

Eventos: Nombre del evento

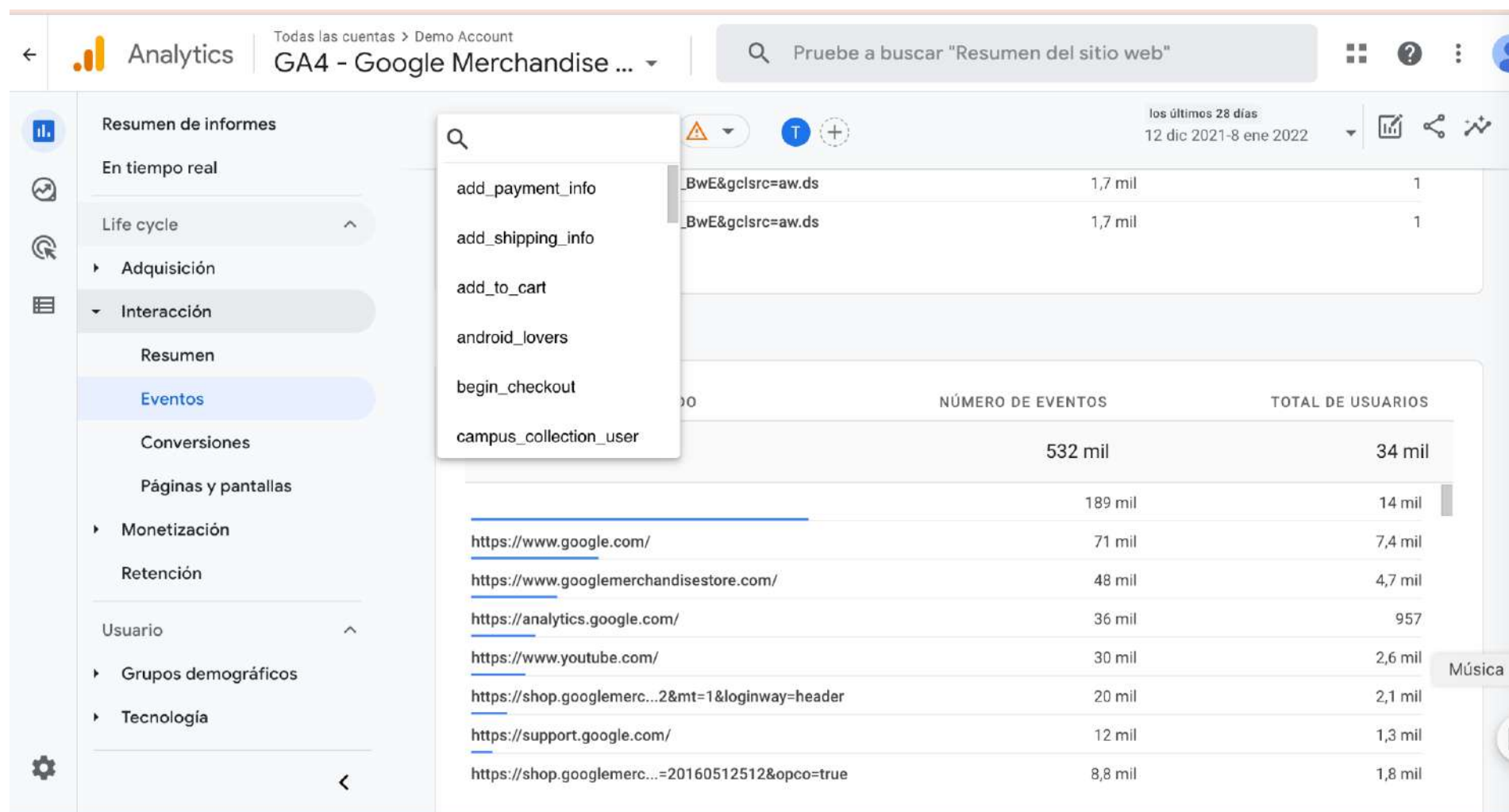
Buscar...

Filas por página: 10 Ir a: 1 1-10 de 29

Nombre del evento	↓ Número de eventos	Total de usuarios	Número de eventos por usuario	Total de ingresos
Totales	2.254.408 100 % respecto al total	62.562 100 % respecto al total	36,70 Media 0 %	199.282,42 \$ 100 % respecto al total
1 view_promotion	531.511	34.222	15,55	0,00 \$
2 view_item_list	432.139	30.965	13,96	0,00 \$
3 page_view	334.262	59.398	5,63	0,00 \$
4 user_engagement	278.146	47.118	5,90	0,00 \$
5 scroll	167.424	38.324	4,37	0,00 \$
6 view_item	144.096	17.387	8,29	0,00 \$
7 session_start	87.254	58.999	1,48	0,00 \$
8 experiment_impression	73.150	20.980	3,49	0,00 \$

## 1.2 Dimensiones del evento

### Nombre del evento



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

Interacción

Resumen

Eventos

Conversiones

Páginas y pantallas

Monetización

Retención

Usuario

Grupos demográficos

Tecnología

add\_payment\_info

add\_shipping\_info

add\_to\_cart

android\_lovers

begin\_checkout

campus\_collection\_user

	NÚMERO DE EVENTOS	TOTAL DE USUARIOS
BwE&gclsrc=aw.ds	1,7 mil	1
BwE&gclsrc=aw.ds	1,7 mil	1
	532 mil	34 mil
	189 mil	14 mil
<a href="https://www.google.com/">https://www.google.com/</a>	71 mil	7,4 mil
<a href="https://www.googlemerchandisestore.com/">https://www.googlemerchandisestore.com/</a>	48 mil	4,7 mil
<a href="https://analytics.google.com/">https://analytics.google.com/</a>	36 mil	957
<a href="https://www.youtube.com/">https://www.youtube.com/</a>	30 mil	2,6 mil
<a href="https://shop.googlemerc...2&amp;mt=1&amp;loginway=header">https://shop.googlemerc...2&amp;mt=1&amp;loginway=header</a>	20 mil	2,1 mil
<a href="https://support.google.com/">https://support.google.com/</a>	12 mil	1,3 mil
<a href="https://shop.googlemerc...=20160512512&amp;opco=true">https://shop.googlemerc...=20160512512&amp;opco=true</a>	8,8 mil	1,8 mil

Música

## 1.2 Dimensiones del evento

### Nombre del evento



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

Eventos

Conversiones

Audiencias

Definiciones personalizadas

DebugView

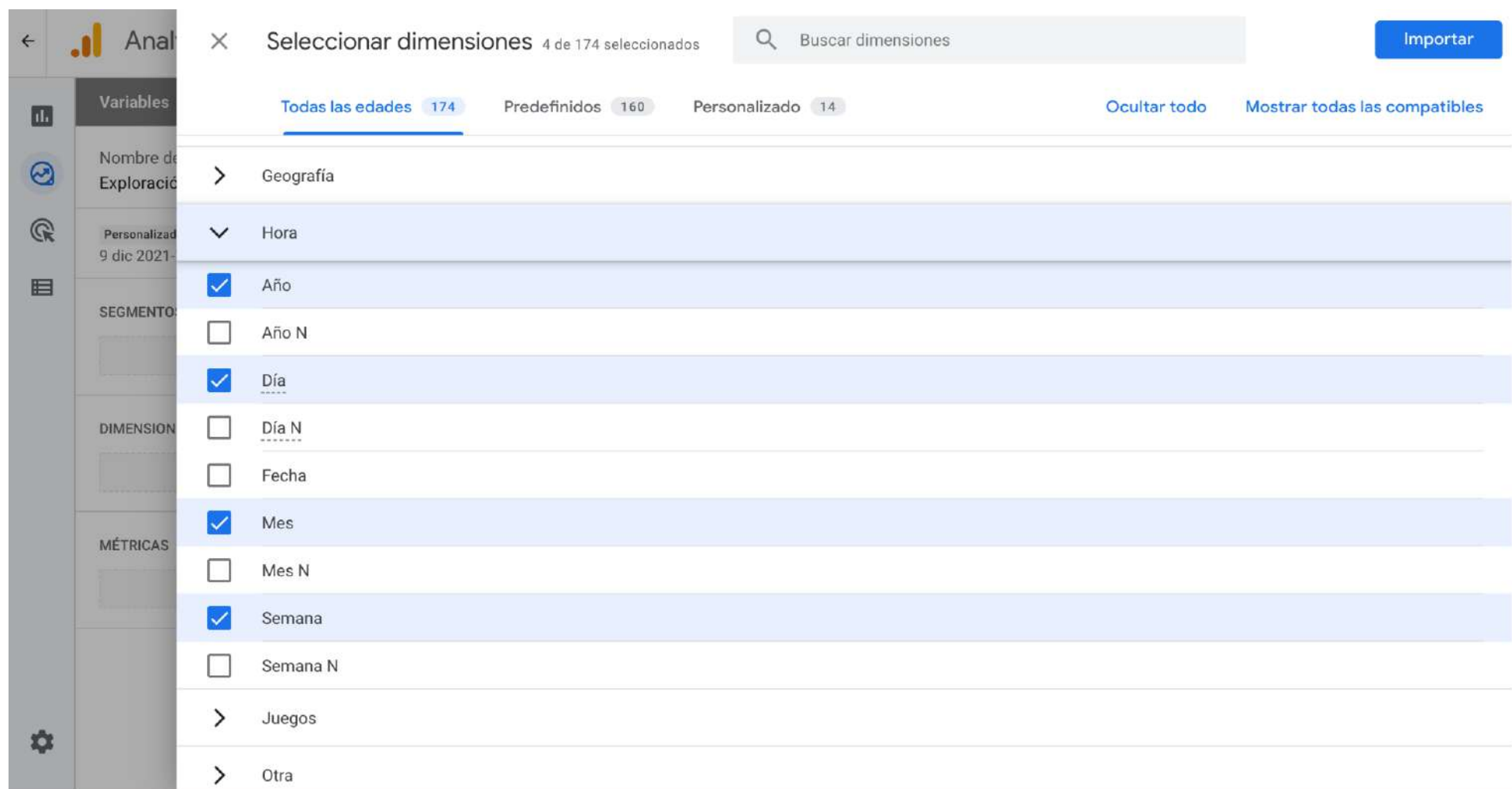
Eventos existentes

Nombre del evento ↑	Recuento	% de cambio	Usuarios	% de cambio	Marcar como conversión ?
add_payment_info	4.911	↓ 37,5 %	2.099	↓ 38,5 %	<input type="checkbox"/>
add_shipping_info	6.034	↓ 38,4 %	2.601	↓ 38,5 %	<input type="checkbox"/>
add_to_cart	11.255	↓ 29,0 %	3.340	↓ 34,2 %	<input type="checkbox"/>
android_lovers	1.130	↓ 45,4 %	1.129	↓ 45,4 %	<input type="checkbox"/>
begin_checkout	5.880	↓ 38,2 %	2.550	↓ 38,4 %	<input type="checkbox"/>
campus_collection_user	734	↓ 35,8 %	734	↓ 35,7 %	<input type="checkbox"/>
click	633	↓ 32,6 %	418	↓ 30,1 %	<input type="checkbox"/>
discount_value	1.129	↓ 26,3 %	849	↓ 32,7 %	<input type="checkbox"/>
errors	5.519	↓ 25,3 %	1.568	↓ 35,2 %	<input type="checkbox"/>
experiment_impression	73.150	↓ 33,6 %	20.980	↓ 32,0 %	<input type="checkbox"/>

Los eventos marcados como conversión siguen teniendo el mismo nombre, pero pasan a poder verse en la dimensión “es conversión”, separados del resto.

## 1.2 Dimensiones del evento

Día, Semana, Mes, Año



Seleccionar dimensiones 4 de 174 seleccionados

Buscar dimensiones

Importar

Todas las edades 174 Predefinidos 160 Personalizado 14

Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

Variables

Nombre de Exploración

Personalizado 9 dic 2021-

SEGMENTOS

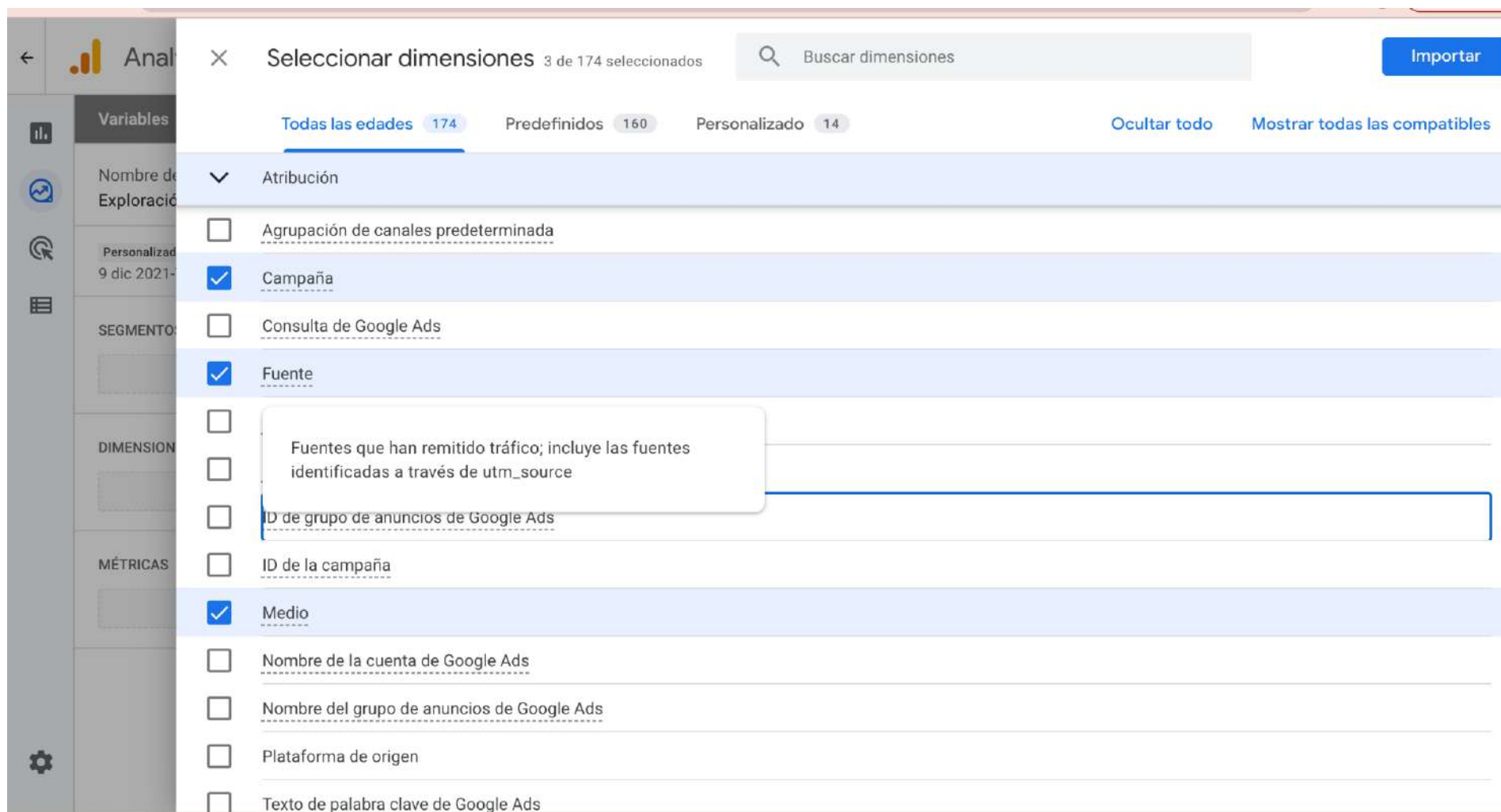
DIMENSIONES

MÉTRICAS

- > Geografía
- ✓ Hora
- ✓ Año
- ☐ Año N
- ✓ Día
- ☐ Día N
- ☐ Fecha
- ✓ Mes
- ☐ Mes N
- ✓ Semana
- ☐ Semana N
- > Juegos
- > Otra

## 1.2 Dimensiones del evento

### Fuente, Medio, Campaña



Seleccionar dimensiones 3 de 174 seleccionados

Buscar dimensiones

Importar

Variables

Todas las edades 174 Predefinidos 160 Personalizado 14

Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

Nombre de Exploración

Personalizado 9 dic 2021-

SEGMENTOS

DIMENSIONES

MÉTRICAS

▼ Atribución

☐ Agrupación de canales predeterminada

☒ Campaña

☐ Consulta de Google Ads

☒ Fuente

☐ ID de grupo de anuncios de Google Ads

☐ ID de la campaña

☒ Medio

☐ Nombre de la cuenta de Google Ads

☐ Nombre del grupo de anuncios de Google Ads

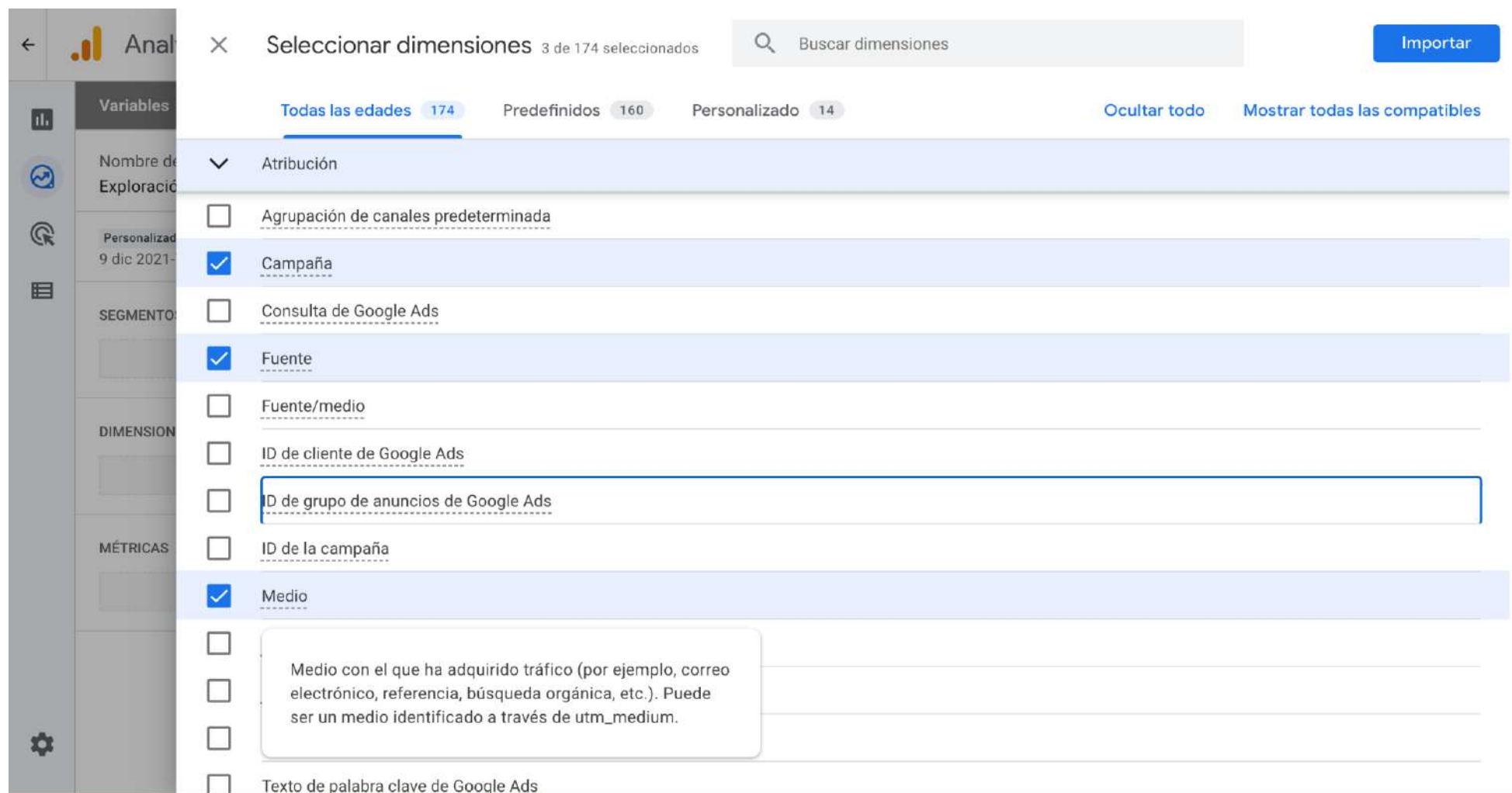
☐ Plataforma de origen

☐ Texto de palabra clave de Google Ads

Fuentes que han remitido tráfico; incluye las fuentes identificadas a través de utm\_source

## 1.2 Dimensiones del evento

### Fuente, Medio, Campaña



Seleccionar dimensiones 3 de 174 seleccionados

Buscar dimensiones

Importar

Variables

Todas las edades 174 Predefinidos 160 Personalizado 14

Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

Nombre de Exploración

Personalizado 9 dic 2021-

SEGMENTOS

DIMENSIONES

MÉTRICAS

☒ Atribución

☐ Agrupación de canales predeterminada

☒ Campaña

☐ Consulta de Google Ads

☒ Fuente

☐ Fuente/medio

☐ ID de cliente de Google Ads

☐ ID de grupo de anuncios de Google Ads

☐ ID de la campaña

☒ Medio

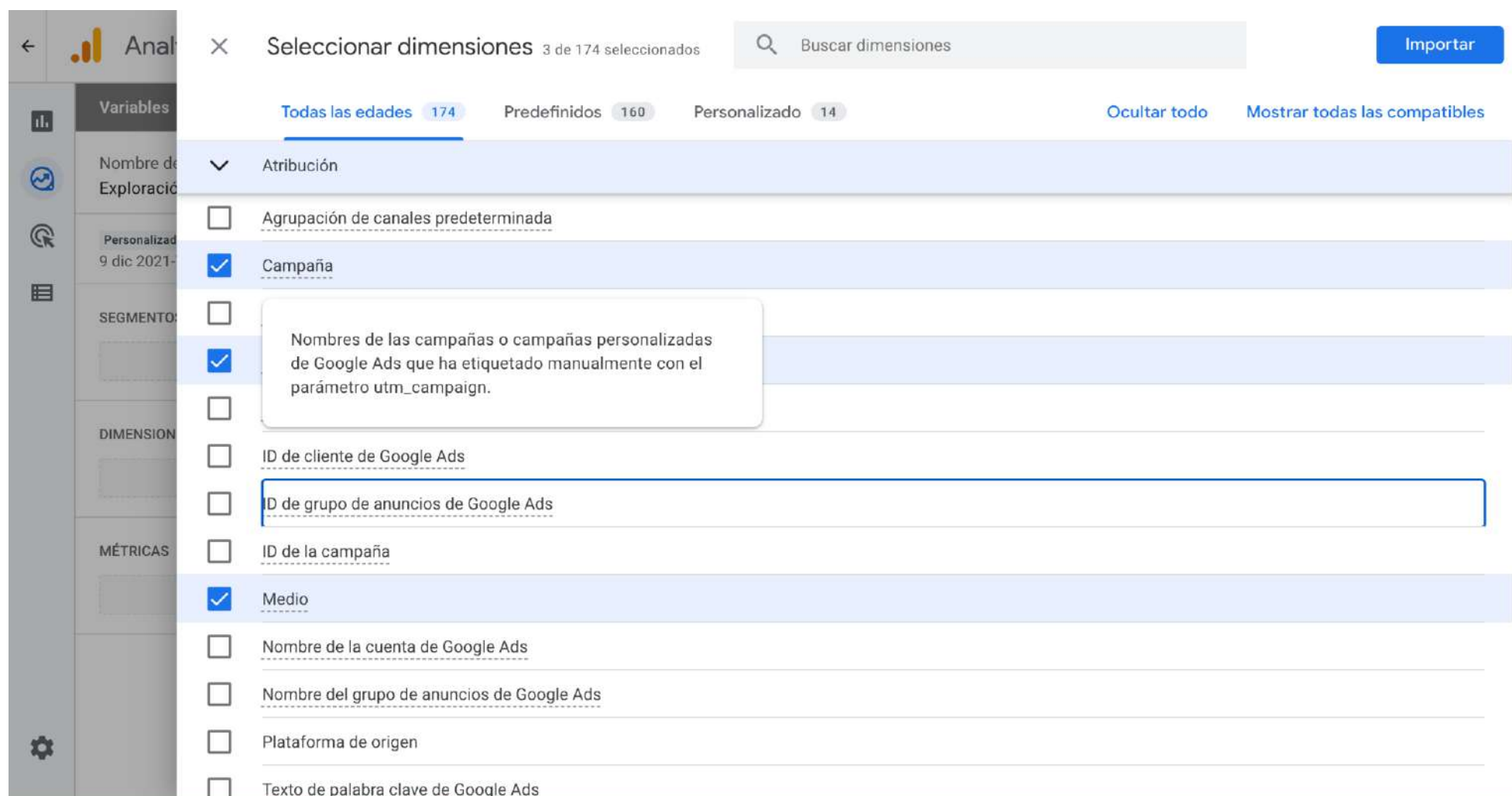
☐ Medio con el que ha adquirido tráfico (por ejemplo, correo electrónico, referencia, búsqueda orgánica, etc.). Puede ser un medio identificado a través de utm\_medium.

☐ Texto de palabra clave de Google Ads



## 1.2 Dimensiones del evento

### Fuente, Medio, Campaña



Seleccionar dimensiones 3 de 174 seleccionados

Buscar dimensiones

Importar

Todas las edades 174 Predefinidos 160 Personalizado 14

Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

**Atribución**

- ☐ Agrupación de canales predeterminada
- ☒ Campaña
- ☐ Nombres de las campañas o campañas personalizadas de Google Ads que ha etiquetado manualmente con el parámetro utm\_campaign.
- ☐ ID de cliente de Google Ads
- ☐ ID de grupo de anuncios de Google Ads
- ☐ ID de la campaña
- ☒ Medio
- ☐ Nombre de la cuenta de Google Ads
- ☐ Nombre del grupo de anuncios de Google Ads
- ☐ Plataforma de origen
- ☐ Texto de palabra clave de Google Ads

## 1.2 Dimensiones del evento

### Campañas a nivel de usuario / Campañas a nivel de sesión

Analytics GA4 - Google Merchandise ...

Pruebe a buscar "Resumen del sitio web"

los últimos 28 días  
12 dic 2021-8 ene 2022  
Filas por página: 10

1-8 de 8

Resumen de informes

En tiempo real

Life cycle

Adquisición

Acquisition overview

User acquisition: First user ...

Adquisición de tráfico

Interacción

Monetización

Retención

Usuario

Grupos demográficos

Tecnología

User acquisition: First user medium

Buscar...

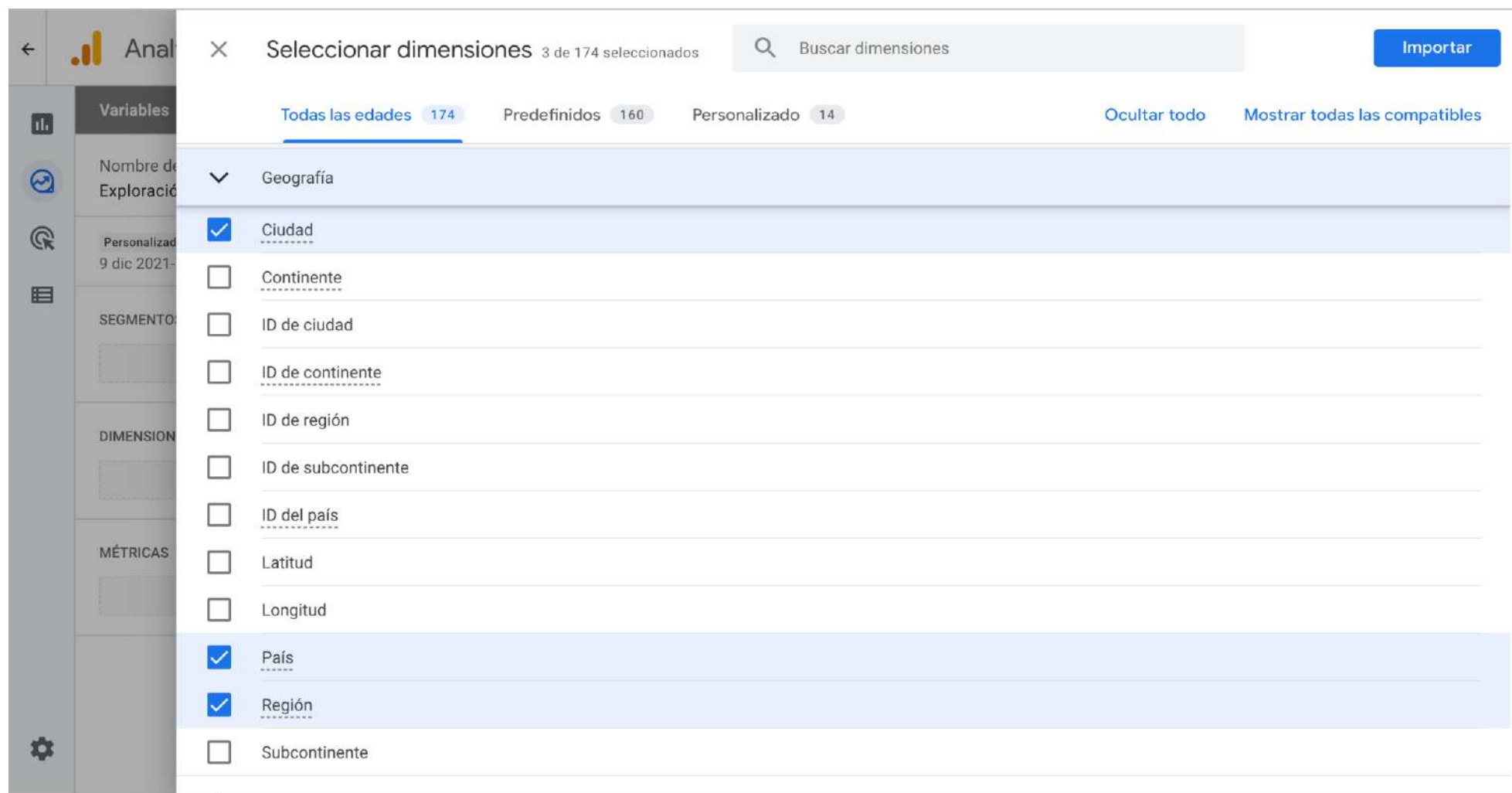
Buscar

	Usuarios recurrentes	Sesiones con interacción	Porcentaje de interacciones	
Primer medio del usuario	14.767	54.745	62,74 %	
Primera fuente del usuario	100 % respecto al total	100 % respecto al total	Media 0 %	
Primera fuente/medio del usuario	5.467	21.994	66,06 %	
Plataforma de origen del primer usuario	7.161	24.925	62,77 %	
Primera campaña del usuario	623	2.920	43,92 %	
Primer tipo de red publicitaria de Google Ads del usuario				
Nombre del grupo de anuncios de Google Ads del primer usuario				
4 referral	4.023	1.347	4.376	65,03 %
5 affiliate	129	40	135	65,53 %
6 (not set)	117	28	67	31,6 %
7 email	10	41	72	73,47 %
8 (data deleted)	0	118	256	71,31 %

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

## 1.2 Dimensiones del evento

### País, Región, Ciudad



Seleccionar dimensiones 3 de 174 seleccionados

Buscar dimensiones

Importar

Todas las edades 174 Predefinidos 160 Personalizado 14

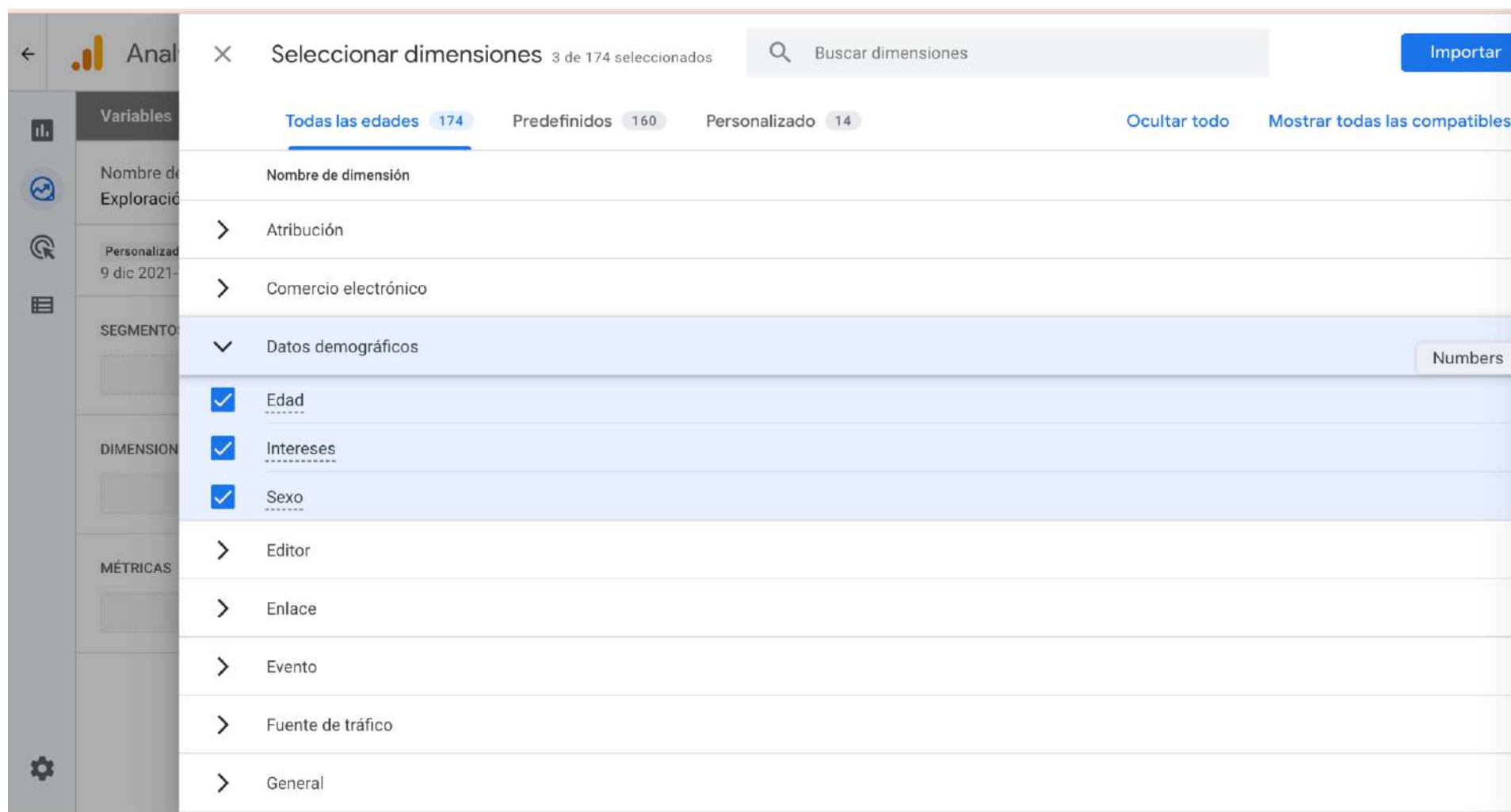
Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

Geografía

- ☒ Ciudad
- ☐ Continente
- ☐ ID de ciudad
- ☐ ID de continente
- ☐ ID de región
- ☐ ID de subcontinente
- ☐ ID del país
- ☐ Latitud
- ☐ Longitud
- ☒ País
- ☒ Región
- ☐ Subcontinente

## 1.2 Dimensiones del evento

### Edad, Intereses, Sexo



Seleccionar dimensiones 3 de 174 seleccionados

Buscar dimensiones

Importar

Todas las edades 174 Predefinidos 160 Personalizado 14

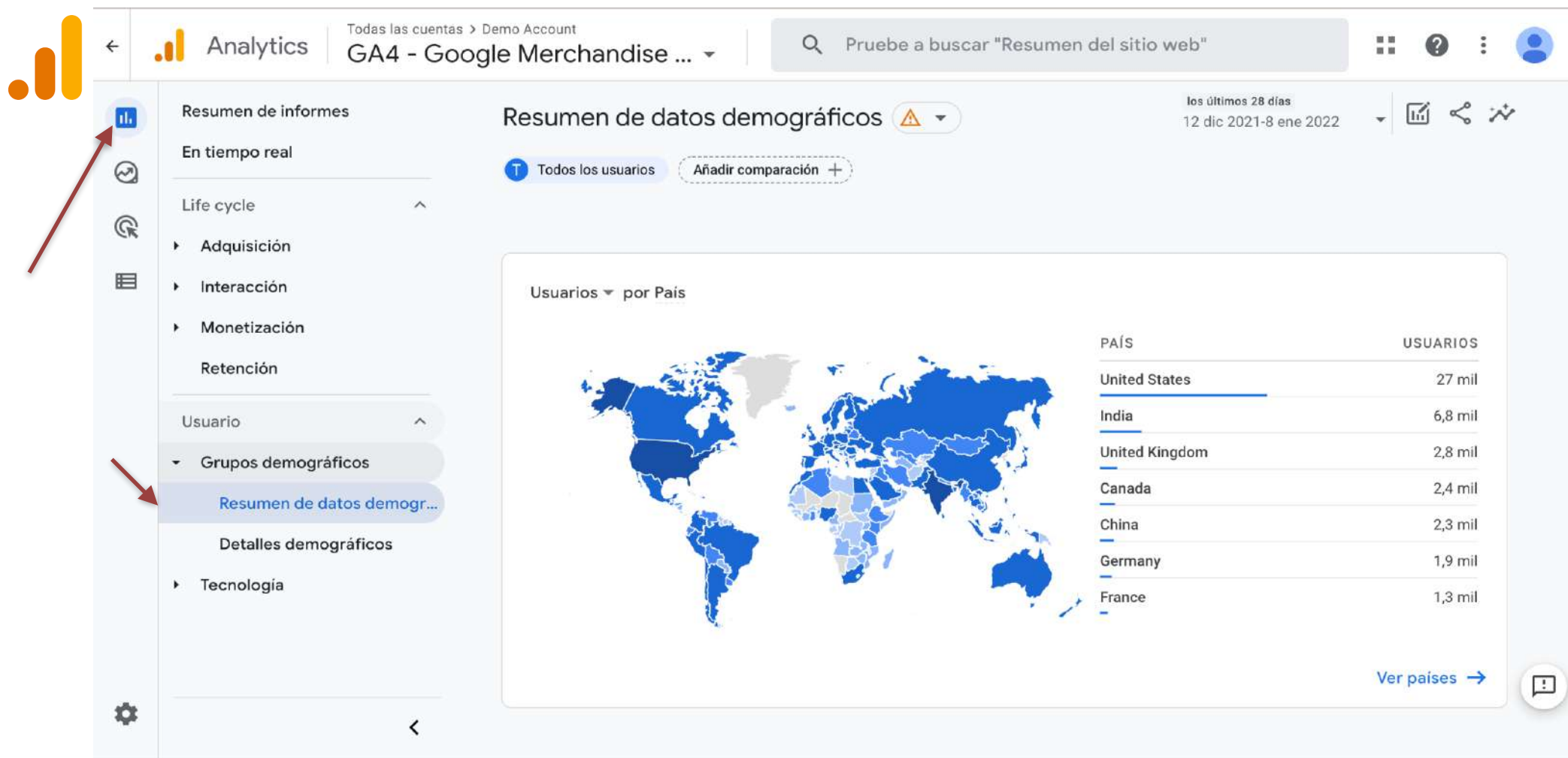
Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

Nombre de dimensión
> Atribución
> Comercio electrónico
✓ Datos demográficos
✓ Edad
✓ Intereses
✓ Sexo
> Editor
> Enlace
> Evento
> Fuente de tráfico
> General

Numbers

## 1.2 Dimensiones del evento

### Dimensiones por geolocalización GA4



## 1.2 Dimensiones del evento

### Dimensiones por Google Signal GA4

The screenshot shows the Google Analytics GA4 interface. The left sidebar contains the navigation menu with the following items: Resumen de informes, En tiempo real, Life cycle, Adquisición (with sub-items: Acquisition overview, User acquisition: First user..., Adquisición de tráfico), Interacción, Monetización, Retención, Usuario, Grupos demográficos (with sub-items: Resumen de datos demogr..., Detalles demográficos), and Tecnología. The 'Resumen de datos demogr...' item is highlighted. The main content area displays the 'Resumen de datos demográficos' report for the last 28 days (12 dic 2021-8 ene 2022). The report shows two charts: 'Usuarios por Sexo' and 'Usuarios por Intereses'. Both charts display 'No hay datos disponibles' (No data available). The 'Usuarios por Sexo' chart has a 'Ver sexos' link. The 'Usuarios por Intereses' chart has a 'Ver intereses' link. A 'Microsoft Outlook' notification is visible in the bottom right corner.

## 1.2 Dimensiones del evento

### Dimensiones por Tecnología GA4

Seleccionar dimensiones 6 de 174 seleccionados

Buscar dimensiones

Importar

Variables

Todas las edades 174 Predefinidos 160 Personalizado 14

Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

Nombre de Exploración

Personalizado 9 dic 2021

SEGMENTOS

DIMENSIONES

MÉTRICAS

Plataforma o dispositivo

☒ Categoría de dispositivo

☐ Código de idioma

☐ Dispositivo

☐ ID del flujo

☐ Idioma

☐ Marca del dispositivo

☒ Modelo de dispositivo

☐ Modelo de dispositivo móvil

☒ Navegador

☐ Nombre del flujo

☐ Plataforma

☒ Resolución de pantalla

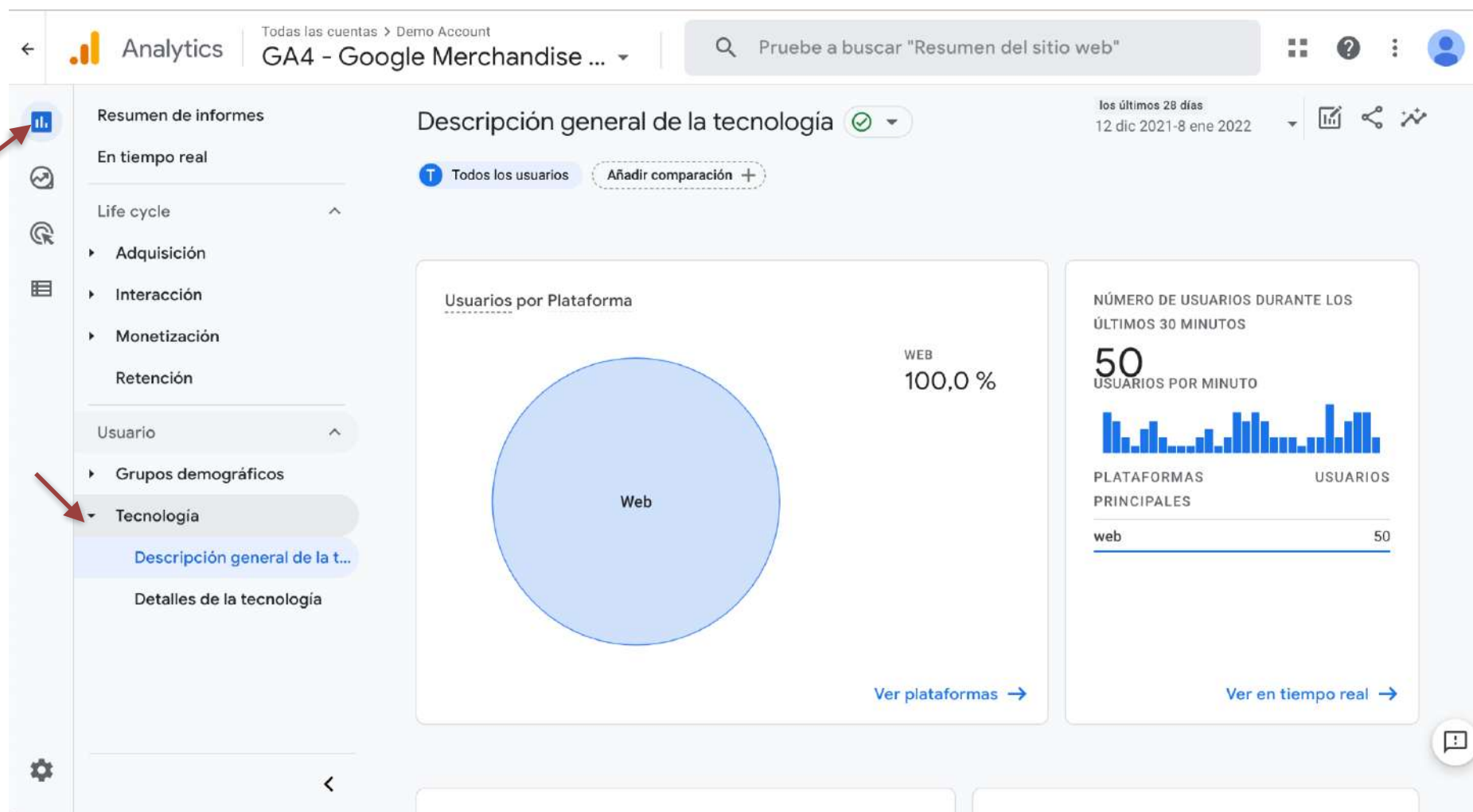
☒ Sistema operativo

☐ Sistema operativo con versión

Conexión de documentos de Microsoft

## 1.2 Dimensiones del evento

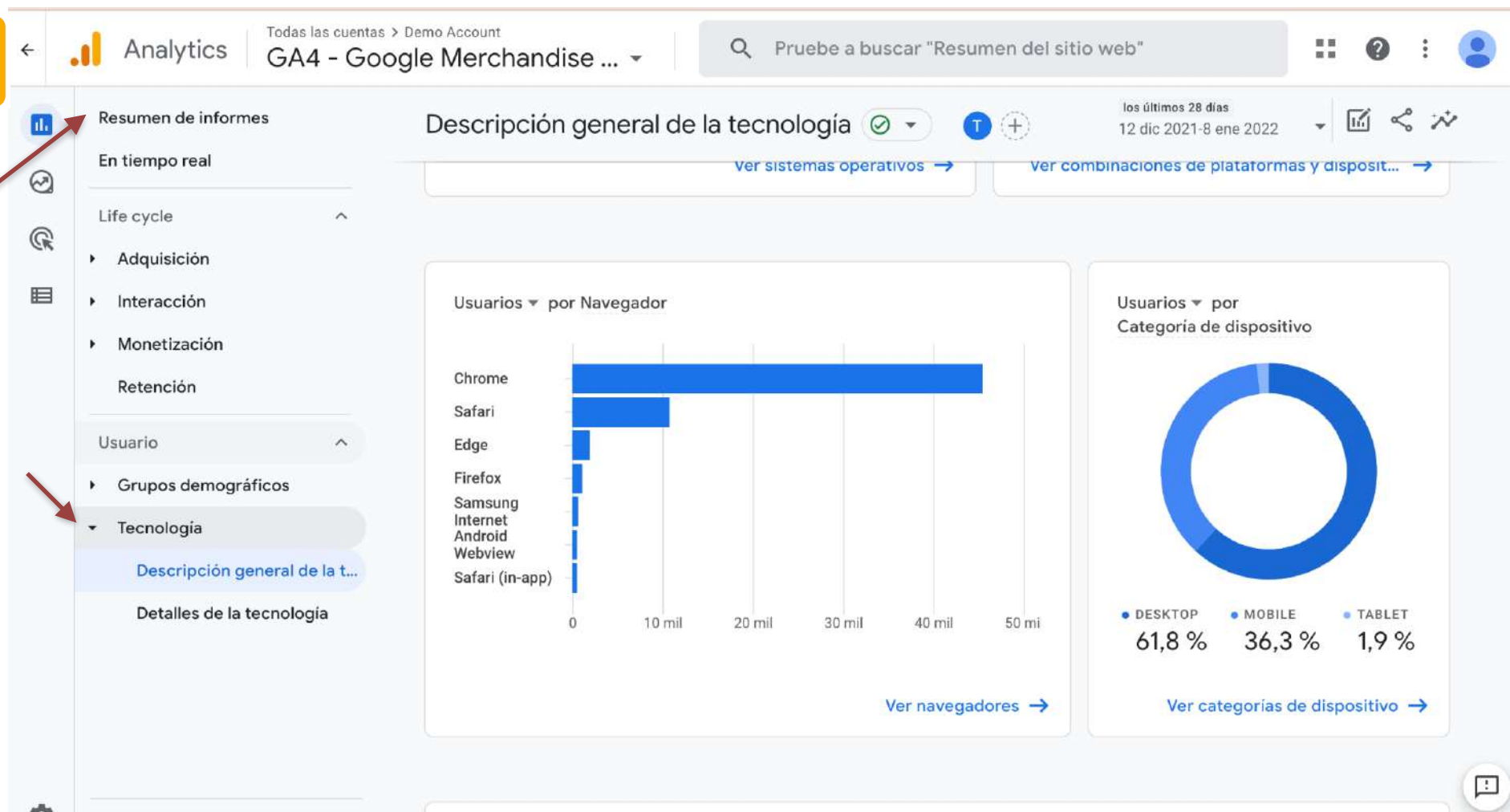
### Dimensiones por Tecnología GA4





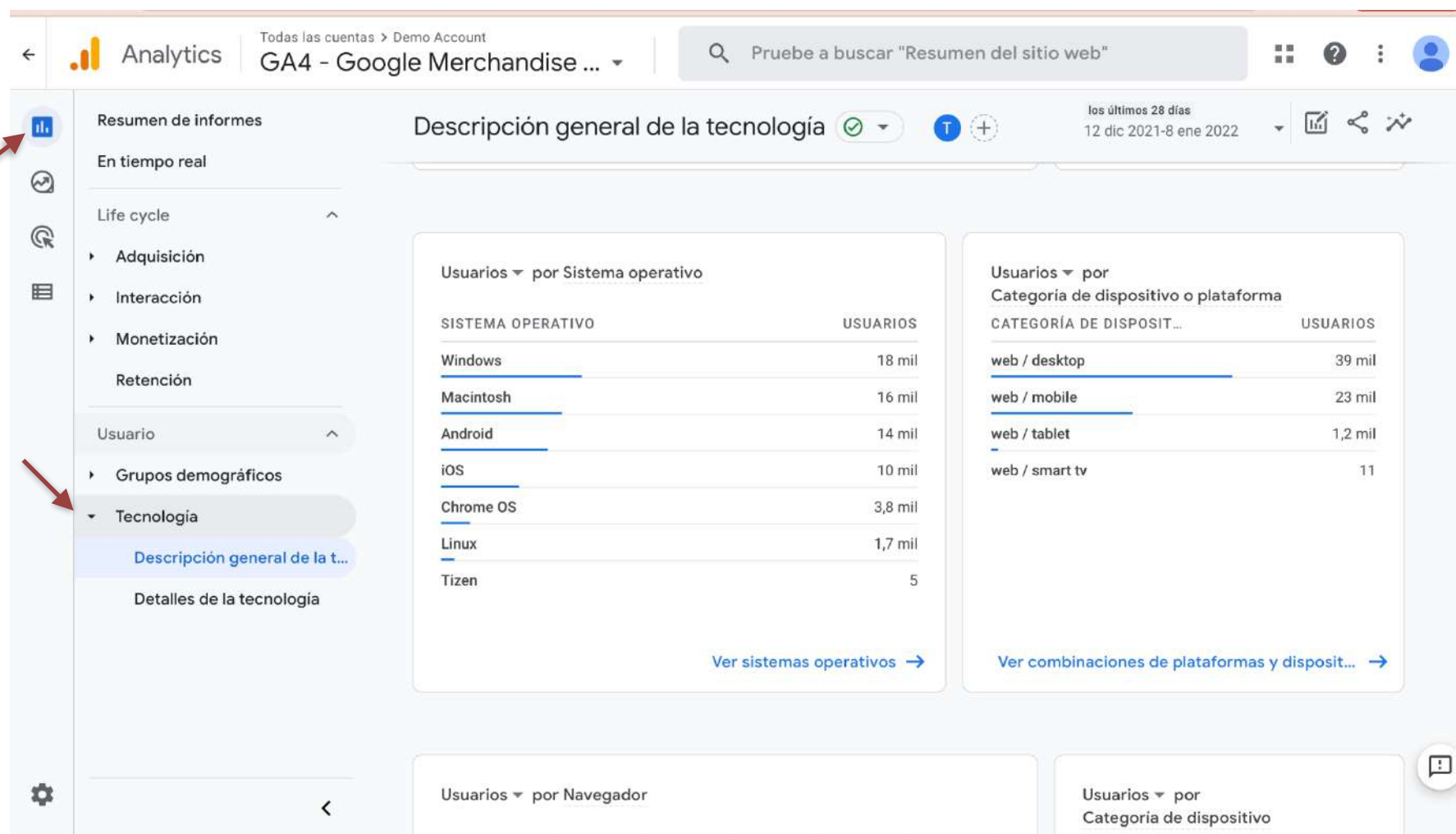
## 1.2 Dimensiones del evento

### Dimensiones por Tecnología GA4



## 1.2 Dimensiones del evento

### Dimensiones por Tecnología GA4



**Resumen de informes**

- En tiempo real
- Life cycle
  - Adquisición
  - Interacción
  - Monetización
- Retención
- Usuario
  - Grupos demográficos
  - Tecnología**
    - Descripción general de la t...
    - Detalles de la tecnología

**Descripción general de la tecnología**

los últimos 28 días  
12 dic 2021-8 ene 2022

**Usuarios por Sistema operativo**

SISTEMA OPERATIVO	USUARIOS
Windows	18 mil
Macintosh	16 mil
Android	14 mil
iOS	10 mil
Chrome OS	3,8 mil
Linux	1,7 mil
Tizen	5

[Ver sistemas operativos →](#)

**Usuarios por Categoría de dispositivo o plataforma**

CATEGORÍA DE DISPOSIT...	USUARIOS
web / desktop	39 mil
web / mobile	23 mil
web / tablet	1,2 mil
web / smart tv	11


[Ver combinaciones de plataformas y disposit... →](#)

**Usuarios por Navegador**

**Usuarios por Categoría de dispositivo**

## 1.2 Dimensiones del evento

### Dimensiones por Tecnología GA4



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

Retención

Usuario

Grupos demográficos

Tecnología

Descripción general de la t...

Detalles de la tecnología

Detalles de la tecnología: Navegador

Buscar...

los últimos 28 días

12 dic 2021-8 ene 2022

Ir a: 1

Filas por página: 10

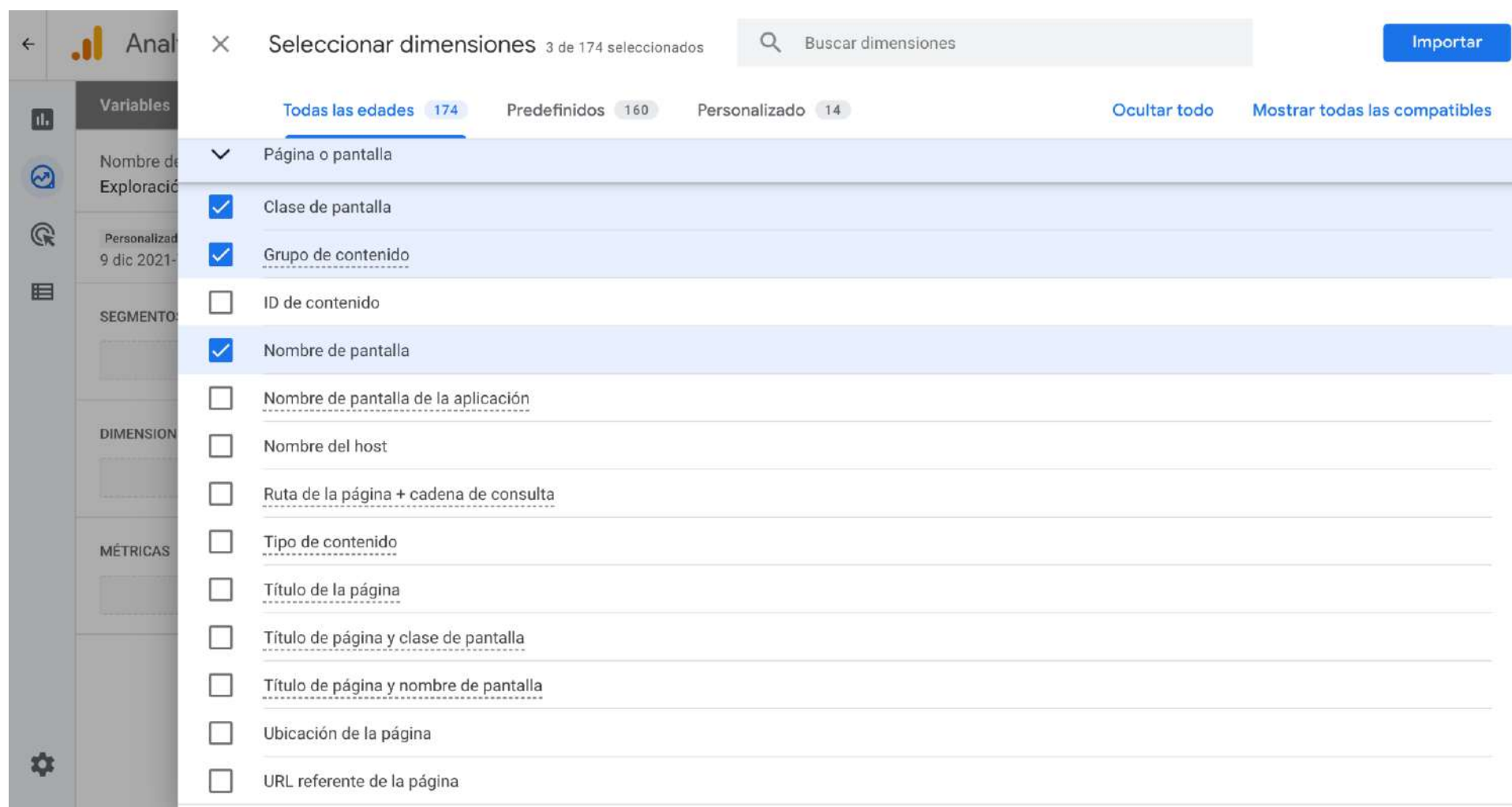
1-10 de 22

Buscar	↓ Usuarios	Usuarios nuevos	Sesiones con interacción	Porcentaje de interacción
Navegador				
Categoría de dispositivo	61.431	52.435	54.745	
Modelo de dispositivo	100 % respecto al total	100 % respecto al total	100 % respecto al total	
Resolución de pantalla	45.464	37.177	42.887	
Versión de la aplicación				
Plataforma	10.769	10.188	7.896	
Versión de SO	1.879	1.635	1.596	
Categoría de dispositivo o plataforma	1.105	945	962	
5 Samsung Internet	632	559	409	
6 Android Webview	531	497	298	
7 Safari (in-app)	531	518	202	
8 UC Browser	370	369	185	
9 Opera	275	246	212	

©2022 Google | Página principal de Analytics | Términos del Servicio | Política de Privacidad | Enviar comentario

## 1.2 Dimensiones del evento

### Dimensiones por Página / Pantalla



Seleccionar dimensiones 3 de 174 seleccionados

Buscar dimensiones

Importar

Variables

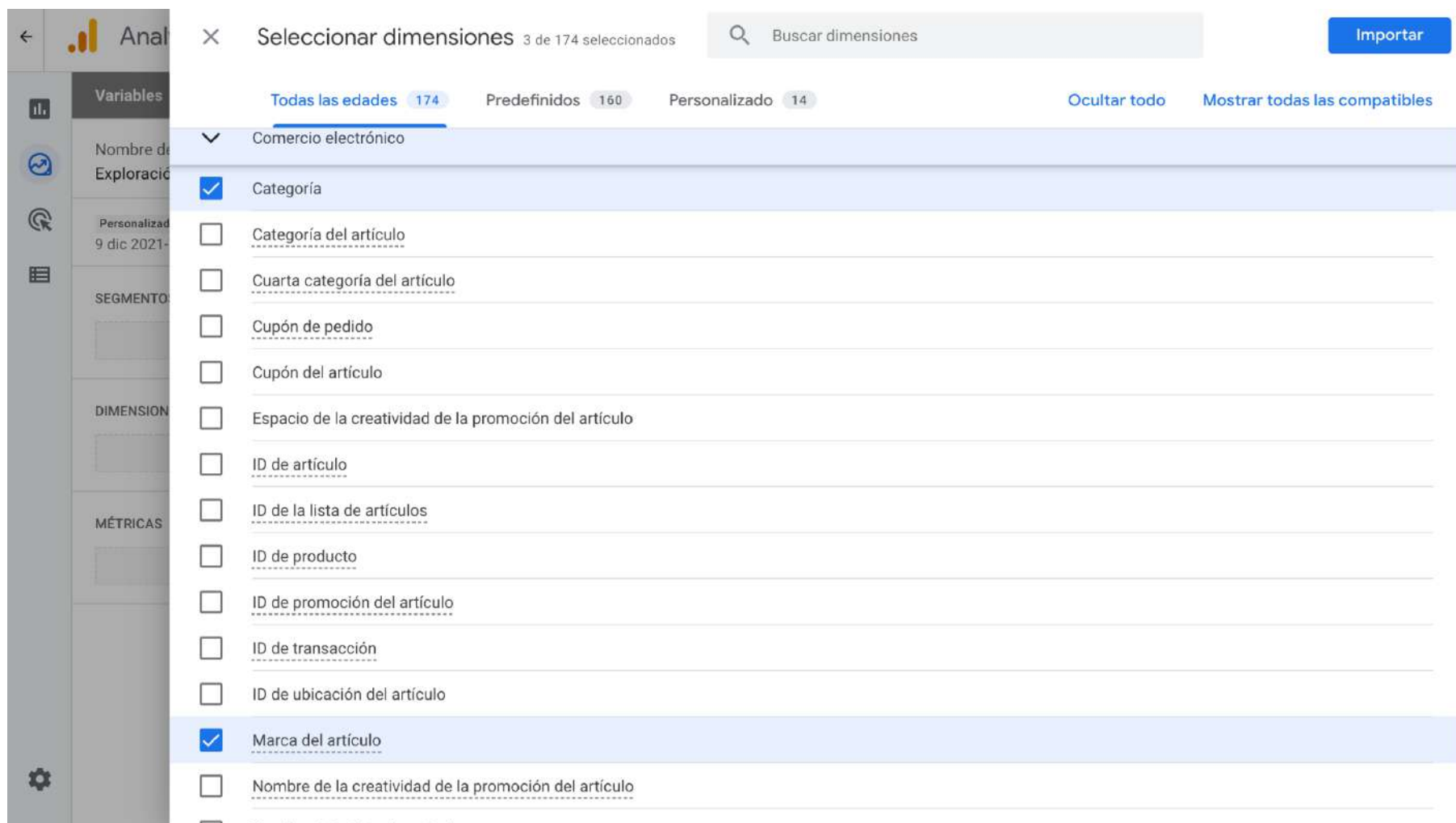
Todas las edades 174 Predefinidos 160 Personalizado 14

Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

- ✓ Página o pantalla
- ✓ Clase de pantalla
- ✓ Grupo de contenido
- ID de contenido
- ✓ Nombre de pantalla
- Nombre de pantalla de la aplicación
- Nombre del host
- Ruta de la página + cadena de consulta
- Tipo de contenido
- Título de la página
- Título de página y clase de pantalla
- Título de página y nombre de pantalla
- Ubicación de la página
- URL referente de la página

## 1.2 Dimensiones del evento

### Dimensiones por Comercio Electrónico



Anal

Seleccionar dimensiones 3 de 174 seleccionados

Buscar dimensiones

Importar

Variables

Todas las edades 174 Predefinidos 160 Personalizado 14

Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

✓ Comercio electrónico

✓ Categoría

☐ Categoría del artículo

☐ Cuarta categoría del artículo

☐ Cupón de pedido

☐ Cupón del artículo

☐ Espacio de la creatividad de la promoción del artículo

☐ ID de artículo

☐ ID de la lista de artículos

☐ ID de producto

☐ ID de promoción del artículo

☐ ID de transacción

☐ ID de ubicación del artículo

✓ Marca del artículo

☐ Nombre de la creatividad de la promoción del artículo

# Uniendo dimensiones y métricas



red.es



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

## **2.1 Informes con dimensiones y métricas**

## 2.1 Informes con dimensiones y métricas



Todo el entorno de reporting de GA4 gira en torno a estos 2 conceptos

Dimensión + Métrica = Tabla de resultados

Dimensión	Métrica 1	Métrica 2	Métrica 3	Métrica 4
Mobile	Usuarios	Sesiones	Transacciones	Ingresos

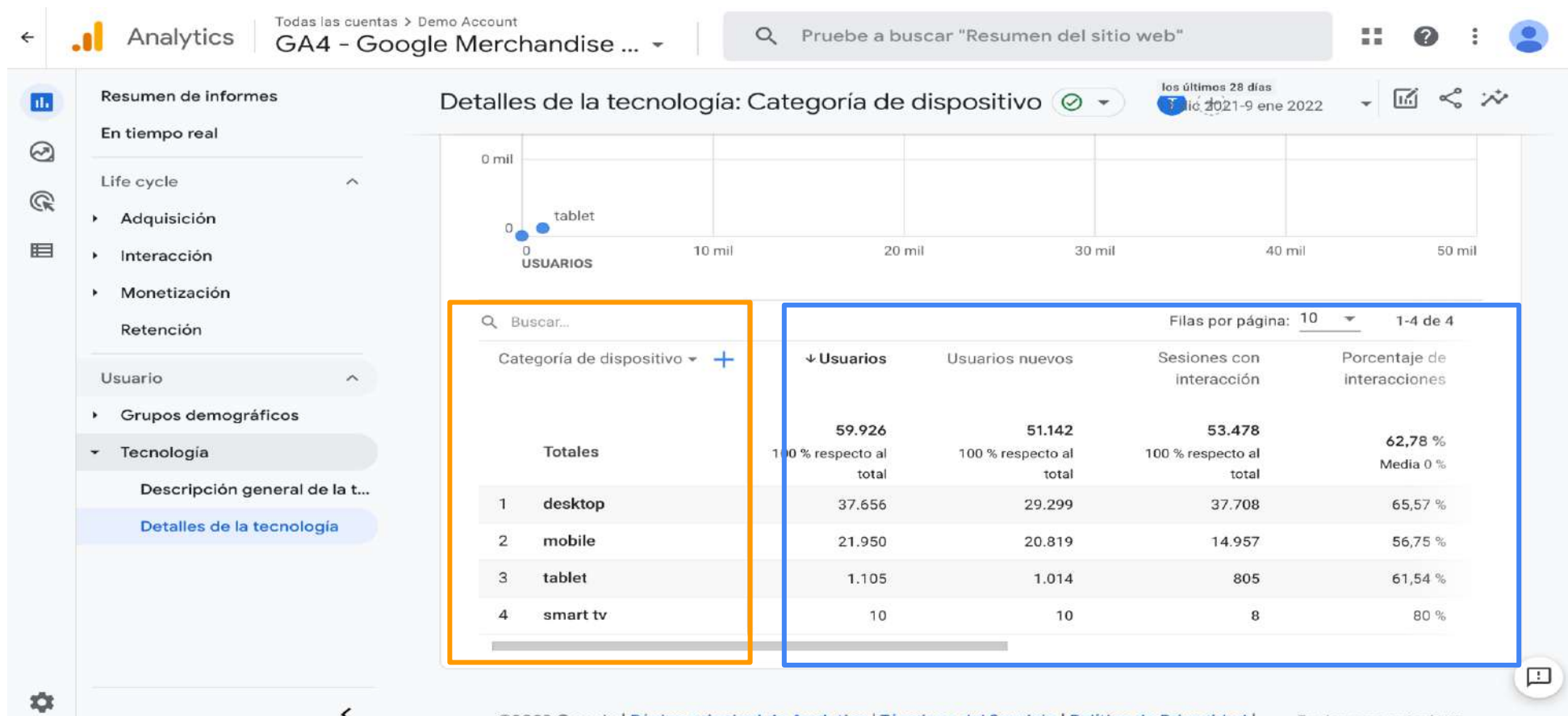


## 2.1 Informes con dimensiones y métricas

 **DIMENSIONES**



**MÉTRICAS**



## Caso de Uso - Práctica

**Analizar las dimensiones y las métricas que aparecen en los diferentes informes de GA4**

<https://support.google.com/analytics/answer/9143382?hl=es>

- 1) Desarrolla 3 conclusiones para cada informe de Life Cycle.
- 2) Desarrolla 3 conclusiones para informe de Usuario.



# Centro de análisis de GA4



red.es



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

## 3 Centro Analytics GA4

### Para editar o añadir comparaciones a un informe

Las comparaciones le permiten evaluar subconjuntos de datos en paralelo. Por ejemplo, puede comparar todos los datos generados por dispositivos Android y dispositivos iOS:

- 1) En la parte superior del informe, Haga clic en Añadir comparación.
- 2) Seleccione Incluir o Excluir según quiera que la condición incluya o excluya los datos que determine.
- 3) Haga clic en el campo Dimensión para seleccionar una dimensión (Plataforma ).
- 4) Haga clic en el campo Valores de dimensión para seleccionar un valor de dimensión o varios (Android o iOS).
- 5) Haga clic en Añadir una condición nueva para seleccionar otra dimensión y otros valores para esa dimensión
- 6) Haz clic en Aplicar.

Cree otra comparación para cada conjunto de datos que quiera comparar. P. ej., Comparar datos desktop y de mobile.

**Para evaluar diversos valores para la misma condición, utilice el operador lógico "O"; p. ej., Plataforma = Android O iOS; País = Argentina O Japón.**

**Para evaluar diversas condiciones dentro de la misma comparación, se utiliza el operador lógico "Y", p. ej., (Plataforma = Android o iOS) Y (País = Argentina o Japón).**

## Práctica

### Comparación en informes:

- 1) Compara usuarios por tipo de sistema operativo (iOS vs Android)
- 2) Compara usuarios de España que utilizan iPhone con usuarios de España que utilizan Google Pixel 6.
- 3) Compara entre usuarios de habla hispana que utilicen dispositivos Samsung o dispositivos Apple.
- 4) ¿Desde qué medio entró una mayor cantidad de usuarios por primera vez: email o una búsqueda orgánica?



## 3 Centro Analytics GA4

### Informes de adquisición GA4

Se usan dimensiones de tráfico para mostrar datos sobre **cómo llegan los usuarios a su sitio web o aplicación móvil**. Esta es la información que puede ver:

- El número de usuarios nuevos y recurrentes

- El número de sesiones y sesiones con interacción

- La fuente y el medio desde los cuales se han iniciado las sesiones (por ejemplo, sesiones que empezaron desde un anuncio de Google)

- El valor del tiempo de vida del cliente (TVC), que muestra el promedio de ingresos procedente de los usuarios nuevos durante sus primeros 120 días

El informe **Resumen de adquisiciones** resume los datos de los informes para ayudarle a interpretar mejor cómo encuentran los usuarios su sitio o su aplicación. Esta información puede ser útil para analizar la eficacia de sus iniciativas de marketing

## 3 Centro Analytics GA4

### Informes de adquisición GA4

#### Usuarios y usuarios nuevos

Por "usuarios" se entiende a todas las personas que visitan su sitio o su aplicación, ya sean nuevos o recurrentes. Los usuarios nuevos son aquellos que visitan su sitio o su aplicación por primera vez. Analytics identifica a un usuario nuevo como cualquiera que no tenga una cookie de Google Analytics ni un Client-ID de su sitio, o bien un ID de instancia de su aplicación. Aquellos que ya los tienen se denominan "usuarios recurrentes".

#### Valor del tiempo de vida del cliente

El gráfico Valor del tiempo de vida del cliente muestra el promedio de ingresos procedentes de usuarios nuevos durante sus primeros 120 días. Puede usar este gráfico para determinar el valor de los usuarios en función de los ingresos adicionales que usted genera. Ejemplo, Un usuario compra una camisa y, la semana siguiente, compra unos pantalones. El valor del tiempo de vida del cliente incluye ambas compras, lo que indica el éxito general de la adquisición.

#### Sesiones y sesiones con interacción

Una sesión es un grupo de eventos que un usuario activa en un periodo determinado. Las sesiones se inician cuando Google Analytics recoge un evento `session_start` de su sitio o su aplicación. Una sesión con interacción dura 10 segundos o más, incluye uno o varios eventos de conversión, o bien tiene dos o más visualizaciones

## 3 Centro Analytics GA4

### Informes de adquisición GA4

#### Adquisición de usuarios

El informe *Adquisición de usuarios* muestra datos sobre usuarios nuevos. Las dimensiones de tráfico (como el medio y la fuente) del informe incluyen las palabras "primer" y "usuario" para indicar que corresponden a usuarios nuevos. Por ejemplo, "Primer medio del usuario" es el canal por el cual los usuarios nuevos llegan a su sitio o a su aplicación.

#### Adquisición de tráfico

El informe *Adquisición de tráfico* muestra datos sobre sesiones nuevas. Las dimensiones de tráfico (como el medio y la fuente) del informe incluyen la palabra "sesión" para indicar que corresponden a sesiones nuevas. Por ejemplo, "Medio de la sesión" es el canal por el cual los usuarios nuevos y recurrentes llegan a su sitio o a su aplicación.

#### Campañas de Google Ads

El informe *Campañas de Google Ads* muestra el número de usuarios que llegan a su sitio o a su aplicación desde cada uno de sus anuncios de Google. Para acceder al informe, en el informe resumen de adquisiciones, haga clic en Ver campañas de Google Ads.



## 3 Centro Analytics GA4

### Informes de adquisición GA4

#### **Ayuda a medir las interacciones de los usuarios en su sitio web o aplicación móvil.**

La interacción incluye otras acciones aparte de las vistas de una página y las vistas de una pantalla. Por ejemplo, puede medir cuándo los usuarios: Se desplazan lentamente hacia abajo por una página, lo que indica que están leyendo, Ven los detalles de un producto o pasan tiempo en una página de producto, Ven un vídeo informativo

Puede usar eventos para registrar cada interacción de los usuarios.

#### **Sesiones con interacción**

Una sesión es una colección de eventos que un usuario activa en un periodo determinado. Una sesión con interacción es una sesión que cumple al menos una de estas condiciones: Dura 10 segundos o más, ha tenido 1 evento de conversión o más, ha tenido al menos 2 vistas de una página

#### **Métricas:**

Tiempo de interacción medio, que es el promedio de duración de las sesiones con interacción en su sitio web o aplicación

Sesiones con interacción por usuario, que es el número de sesiones con interacción dividido entre el número de usuarios

Porcentaje de interacciones, que es el número de sesiones con interacción dividido entre el número de sesiones

## 3 Centro Analytics GA4

### Informes de adquisición GA4

#### Fidelización de usuarios

Los siguientes índices comparan la interacción en periodos breves con la interacción en periodos más amplios. Cuanto más elevado sea el índice, mayores serán la interacción y la retención de usuarios.

Usuarios activos al día (UAD) / Usuarios activos al mes (UAM)

Usuarios activos al día (UAD) / Usuarios activos a la semana (UAS)

Usuarios activos a la semana (UAS) / Usuarios activos al mes (UAM)

Estos índices consisten en lo siguiente:

Usuarios activos al día (UAD): número de usuarios activos en las últimas 24 horas

Usuarios activos a la semana (UAS): número de usuarios activos en los últimos 7 días

Usuarios activos al mes (UAM): número de usuarios activos en los últimos 30 días

Por ejemplo, "UAD/UAM" indica el porcentaje de usuarios que han interactuado en las últimas 24 horas en comparación con los que han interactuado en los últimos 30 días.

## 3 Centro Analytics GA4

### Informes de adquisición GA4

#### Conversiones

Las conversiones son actividades de usuario que contribuyen al éxito de su empresa. Estas actividades se miden usando eventos de conversión. Además de los eventos de conversión que se registran automáticamente, puede marcar como conversión hasta 30 eventos por propiedad. Una vez activados los eventos de conversión, el informe "Conversiones" muestra lo siguiente:

- El número de veces que los usuarios activan cada evento de conversión

- El número de usuarios que activan cada evento de conversión

- Los ingresos procedentes de cada evento de conversión

## 3 Centro Analytics GA4

### Informes de adquisición GA4

#### Páginas y pantallas

En el informe "Páginas y pantallas" se muestran las páginas del sitio web y las pantallas de la aplicación que los usuarios visitan, así como el número de usuarios que ven cada una de ellas.

Le permite medir los ingresos procedentes de compras, anuncios y suscripciones, así como el modo en que los usuarios interactúan con los artículos y los añaden al carrito. También puede consultar los pasos del embudo de compra. Los datos del tema Monetización pueden ayudarle a identificar el comportamiento de los consumidores y mejorar su estrategia de monetización.

En el informe Resumen de monetización puede ver un resumen de los datos que aparecen en los **informes detallados** del tema para consultar una vista unificada del comportamiento de los consumidores.

#### Informes:

**Compras de comercio electrónico por nombre de lista de artículos** (El número de eventos de compra por el parámetro item\_list\_name)

**Compras de comercio electrónico por nombre de artículo** (El número de eventos de compra por el parámetro item\_name)

**Ingresos de comercio electrónico por cupón de pedido** (El importe de los ingresos procedentes de eventos de compra por el parámetro coupon)

**Visualizaciones de artículos por nombre de promoción de artículos** (El número de eventos view\_item por nombre de promoción (Ingresos del producto por ID de producto).

## 3 Centro Analytics GA4

### Informes de adquisición GA4

#### Compras en comercio electrónico

Los informes de compras de comercio electrónico muestran los datos de comercio electrónico de los eventos de venta online que implementa en su sitio web o aplicación móvil.

Informes:

**Visualizaciones de artículos por nombre de artículo a lo largo del tiempo** (El número de eventos view\_item por el parámetro item\_name)

**Visualizaciones de artículos y carritos de la compra por nombre de artículo** (El número de eventos add\_to\_cart en relación con el número de eventos view\_item por el parámetro item\_name)

## 3 Centro Analytics GA4

### Informes de adquisición GA4

Ayuda a ver la frecuencia y el tiempo de interacción de los usuarios con su sitio web o aplicación móvil tras su primera visita. Además, le permite identificar qué valor tienen los usuarios en función de los ingresos adicionales que genera tras su primera visita.

#### **Cohortes**

Una cohorte es un grupo de usuarios que comparten una característica común que se identifica mediante una dimensión de Analytics. Por ejemplo, todos los usuarios con la misma fecha de adquisición pertenecen a la misma cohorte. En el tema Retención, los nuevos usuarios forman parte de la misma cohorte.

#### **Retención de usuarios por cohorte**

El gráfico Retención de usuarios por cohorte muestra el porcentaje de usuarios nuevos que vuelven en su segundo y octavo día. Por ejemplo, 100 usuarios visitan su sitio el 9 de septiembre. Después, 10 de esos usuarios vuelven el día 10 de septiembre y 2 de ellos vuelven el 16 de septiembre. La línea Día 1 muestra un 10 % el 10 de septiembre, mientras que la línea *Día 7* muestra un 2 % el 16 de septiembre.

## 3 Centro Analytics GA4

### Informes de adquisición GA4

#### **Interacción de los usuarios por cohorte**

El gráfico Interacción de los usuarios por cohorte muestra el tiempo medio de interacción de los usuarios nuevos que vuelven a su sitio o aplicación en su segundo y octavo día. Analytics sólo incluye a los usuarios recurrentes en el tiempo de interacción medio.

#### **Retención de usuarios**

En el gráfico Retención de usuarios se muestra el porcentaje de usuarios que regresan cada día durante sus primeros 42 días. El gráfico empieza con una retención del 100 % cuando todos los usuarios visitan el sitio por primera vez. A medida que los usuarios abandonan el sitio, este porcentaje va disminuyendo desde el primer día.

#### **Interacción de los usuarios**

En el gráfico Interacción de los usuarios se muestra el tiempo de interacción medio de los usuarios que vuelven en sus primeros 42 días. Analytics sólo incluye a los usuarios recurrentes en el tiempo de interacción medio.

## 3 Centro Analytics GA4

### Informes de adquisición GA4

#### **Valor del tiempo de vida del cliente**

El gráfico Valor del tiempo de vida del cliente muestra el promedio de ingresos procedentes de usuarios nuevos durante sus primeros 120 días. Puede usar este gráfico para determinar el valor de los usuarios en función de los ingresos adicionales que genera. Por ejemplo, un usuario compra una camisa y, la semana siguiente, compra pantalones. El valor del tiempo de vida del cliente (TVC) incluye ambas compras, lo que indica el éxito general de la adquisición

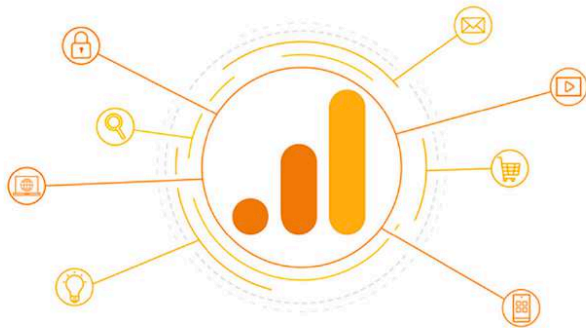


## Caso de uso

Entra en el informe de Adquisición / Adquisición General

Vamos a ver datos del 1 al 28 de enero  
Usuarios del País España.

El detalle de adquisición de tráfico las  
dimensiones y métricas.



## 3.1 Crear nuevos informes

## 3.1 Crear nuevos informes

- Entender los datos y aprender a consultarlos

**Exploración:** Consultas directas a las métricas y dimensiones de la propiedad

- Definir lo que queremos
- Filtrarlo
- Cruzarlo (en tablas dinámicas)
- Y buscarle una visualización



Galería de plantillas

### Técnicas



#### En blanco

Crear una exploración



#### Formato libre

¿Qué estadísticas puede obtener con tablas y gráficos personalizados?



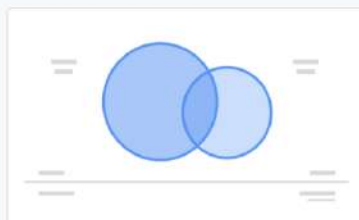
#### Exploración de embudos de conversión

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



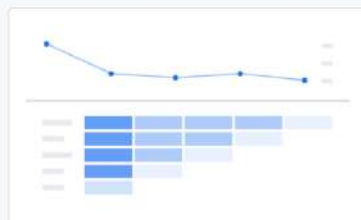
#### Exploración de rutas

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



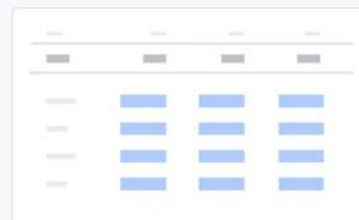
#### Superposición de segmentos

¿Qué indican las intersecciones de los segmentos de usuarios sobre su comportamiento?



#### Exploración de cohortes

¿Qué estadísticas puede obtener del comportamiento de las cohortes de usuarios con el tiempo?



#### Tiempo de vida de los usuarios

¿Qué puede averiguar analizando todo el ciclo de vida de los usuarios?

# Casos de uso

- Entender los datos y aprender a consultarlos



Galería de plantillas

## Casos prácticos



### Adquisición

¿Cómo de buenos son los resultados de sus iniciativas de marketing?



### Conversión

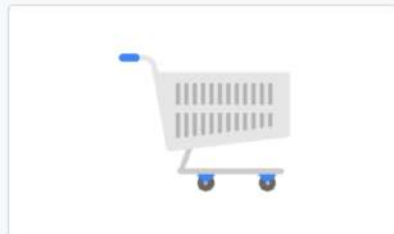
¿Qué aspecto tiene el recorrido del cliente hasta completar una conversión?



### Comportamiento del usuario

¿Cómo se desplazan los usuarios por su aplicación o sitio web desde el lugar al que llegan?

## Sectores



### Comercio electrónico

¿Qué rendimiento tienen sus plataformas de comercio electrónico?



### Juegos

¿Qué rendimiento tienen sus juegos?

## 3.2 Informe explorador

## 3.2 Informe explorador

GA4 - Google Merchandise Store

Pruebe a buscar "Resumen del sitio web"

Variables

Nombre de la exploración:  
Exploración sin título

Trimestre hasta la fecha  
1 ene-9 ene 2022

SEGMENTOS +

Ninguno

DIMENSIONES +

Ninguno

MÉTRICAS +

Ninguno

Formato libre

Exploración de cohortes

Exploración de embudos de conversión

Superposición de segmentos

Exploración de rutas

Tiempo de vida de los usuarios

ABRIR EL EMBUDO DE CONVERSIÓN

COMPARACIONES DE SEGMENTOS

Sulte o seleccione un segmento

PASOS

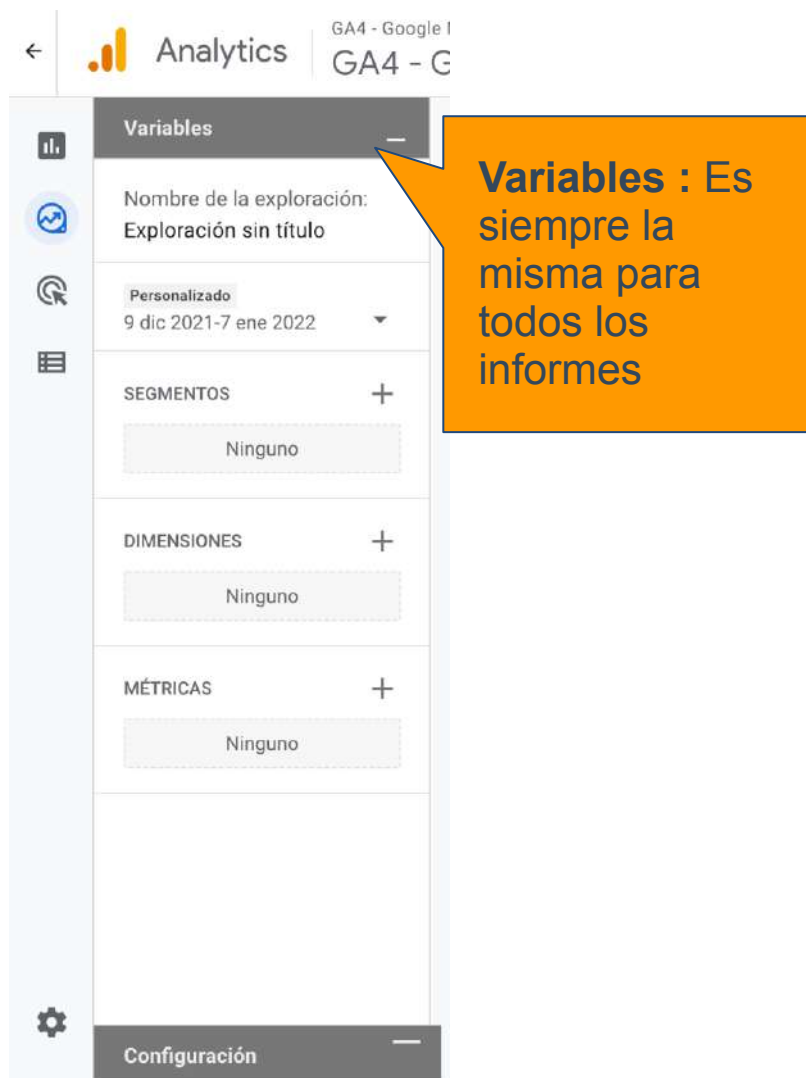
DESGLOSE

Sulte o seleccione una dimensión

Filas por dimensión 5

No hay datos de esta combinación de segmentos, valores, filtros y periodo. Pruebe a editar las variables u opciones o elimínelas.

## 3.2 Informe explorador



### Variables globales del informe :

- Nombre
- Rango de fechas

### Variables a usar en el informe :

Funcionan como una preselección

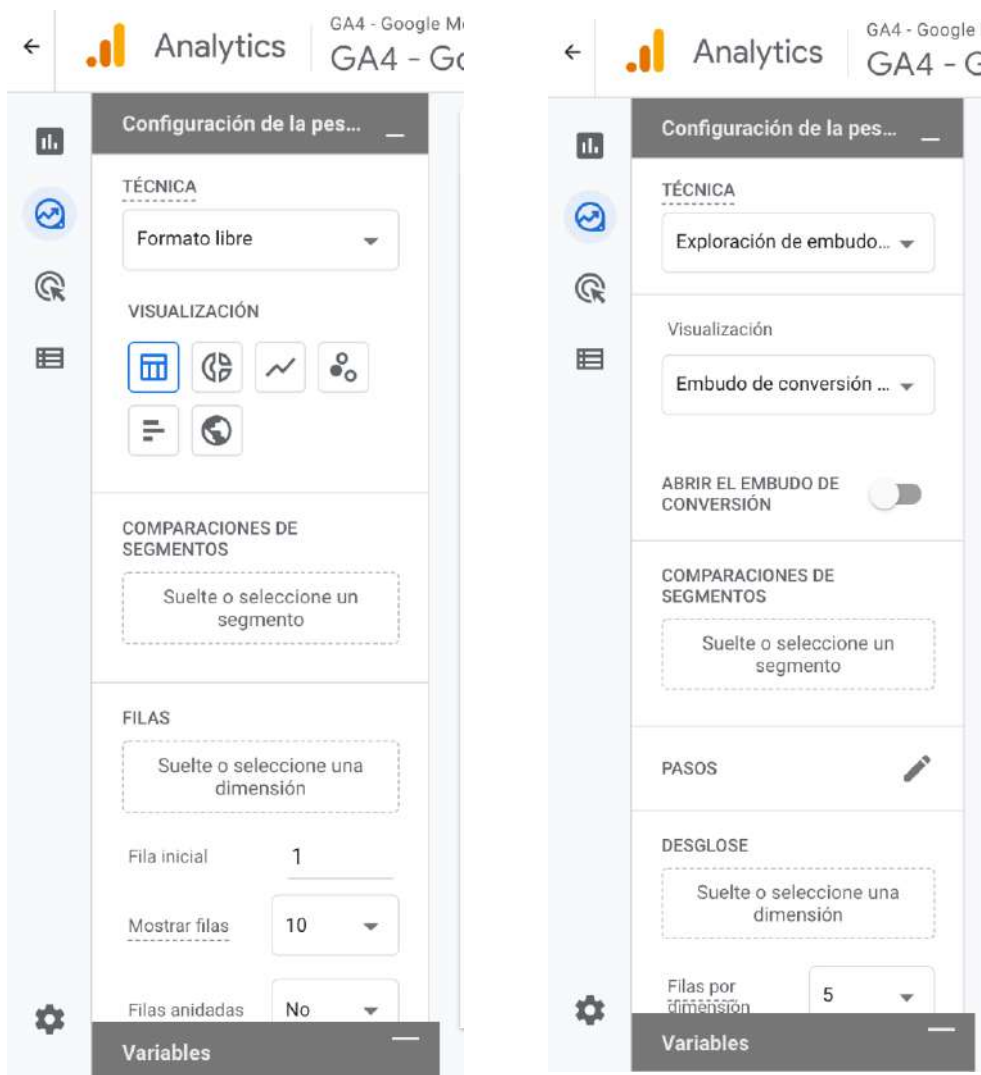
Podemos ir añadiendo las variables que vamos a necesitar para montar las distintas pestañas del informe.

Segmentos

Métricas

Dimensiones

## 3.2 Informe explorador



### Tipología de pestaña :

- Tipo de informe (explorador, embudo, flujo)
- Opciones de visualización (tabla, gráfico de anillo, **gráfico de líneas**)

Cambia sus opciones cuando cambiemos de **técnica o de visualización**



## 3.2 Informe explorador

GA4 - Google Merchandise Store

GA4 - Google Merchandise Store

**Variables**

Nombre de la exploración:  
Exploración sin título

Trimestre hasta la fecha  
1 ene-9 ene 2022

SEGMENTOS +  
Ninguno

DIMENSIONES +  
Fuente de la sesión

MÉTRICAS +  
Sesiones

**Configuración de la pes...**

**FILAS**

Fuente de la sesión

Suelto o seleccione una dimensión

Fila inicial 1

Mostrar filas 10

Filas anidadas No

**COLUMNAS**

Suelto o seleccione una dimensión

Grupo de columnas inicial 1

Mostrar grupos de columnas 5

**VALORES**

Sesiones

Suelto o seleccione una métrica

- **Filas:** Definiremos con qué dimensiones formamos las filas de la tabla
- **Valores :** Nos permite indicar las métricas que queremos ver.

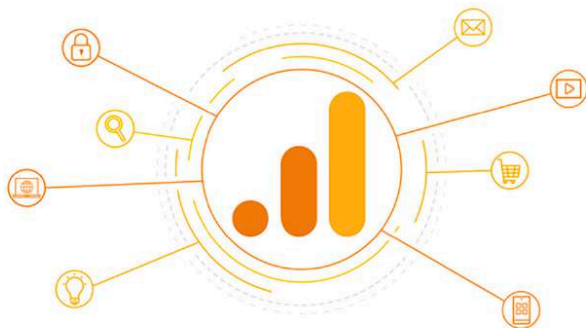
## Práctica

Crea un informe en blanco

Prepara tus variables

Dimensiones (fuente de tráfico/fuente de la sesión)

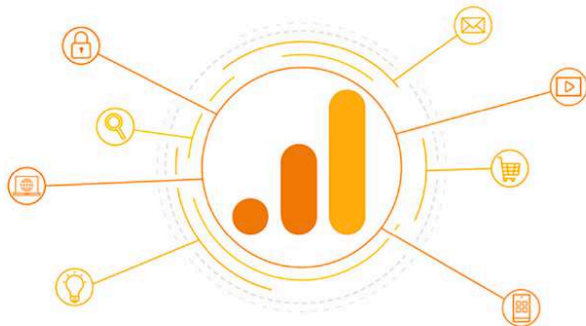
Métricas (sesiones)



## Práctica

Crea un informe para visualizar tus sesiones(fuente de tráfico/fuente de la sesión)

Prueba con las diferentes visualizaciones y elige la mejor.



# Informes



red.es



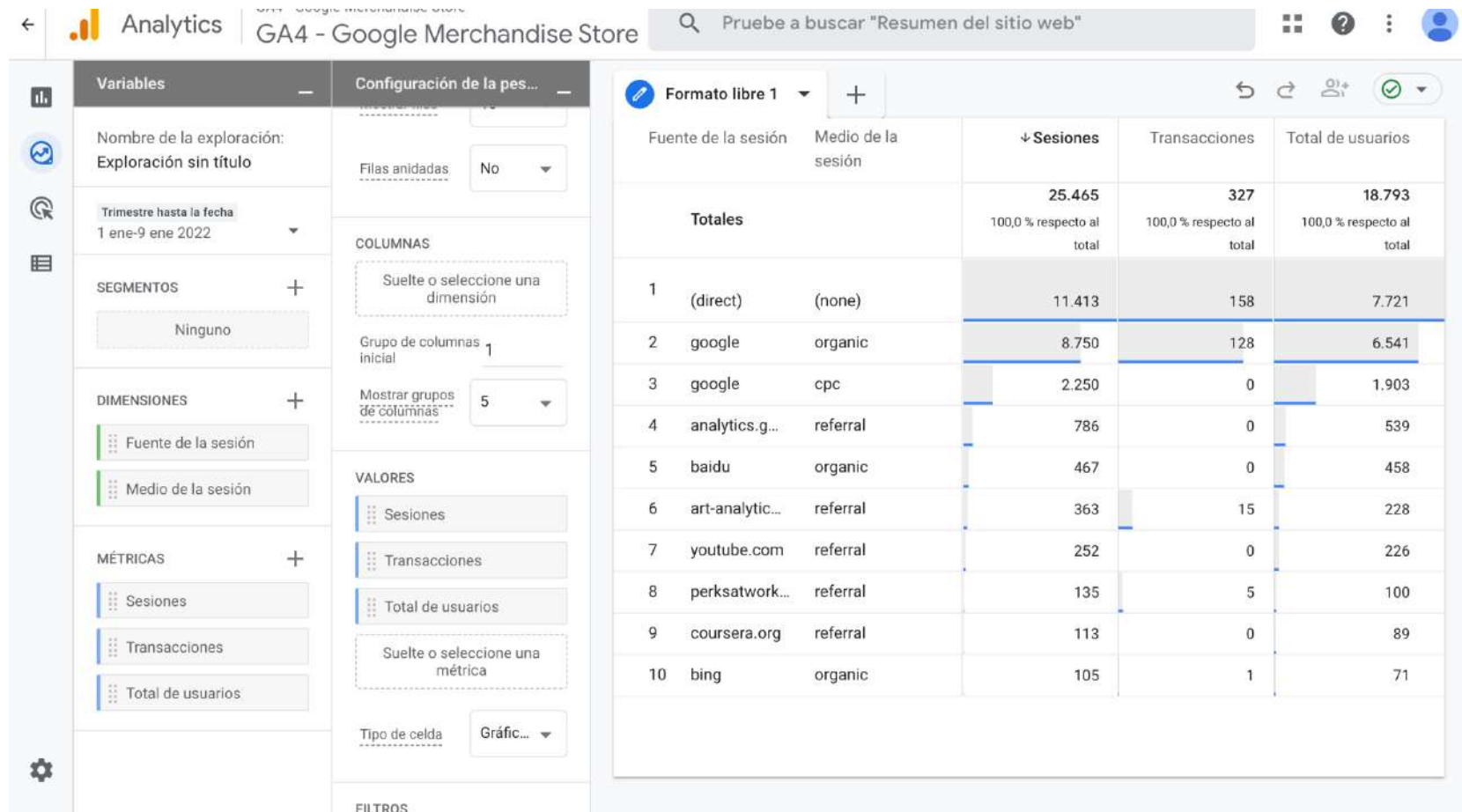
"El FSE invierte en tu futuro"  
Fondo Social Europeo

## 4. Informes

### Informes personalizados : Añadiendo varias dimensiones y métricas

Al informe del Caso de uso anterior, añadir a : Dimensiones: **Medio de la sesión**

Métricas: **Transacciones y total de usuarios**



## 4. Informes

### Informes personalizados : Visualizando dimensiones en grupo

Ver en el informe del caso de uso anterior todas las fuentes agrupadas por medios

- **Filas anidadas** : Conseguirás ver la información de varias dimensiones agrupadas por la primera de ellas

The screenshot shows the Google Analytics GA4 interface for a custom report titled 'Exploración sin título'. The configuration panel on the left shows the following settings:

- Variables:** Nombre de la exploración: Exploración sin título; Trimestre hasta la fecha: 1 ene-9 ene 2022; SEGMENTOS: Ninguno; DIMENSIONES: Fuente de la sesión, Medio de la sesión; MÉTRICAS: Sesiones, Transacciones, Total de usuarios.
- Configuración de la pes...:** FILAS: Fuente de la sesión, Medio de la sesión; Suelta o seleccione una dimensión; Fila inicial: 1; Mostrar filas: 10; **Filas anidadas: Yes** (highlighted with a blue circle); COLUMNAS: Suelta o seleccione una dimensión; Grupo de columnas inicial: 1; Mostrar grupos de columnas: 5.

The main report table, titled 'Formato libre 1', displays the following data:

Fuente de la sesión	Medio de la sesión	↓ Sesiones	Transacciones	Total de usuarios
<b>Totales</b>		<b>25.465</b> 100,0 % respecto al total	<b>327</b> 100,0 % respecto al total	<b>18.793</b> 100,0 % respecto al total
1 (direct)	(none)	11.413	158	7.721
2 google	organic	8.750	128	6.541
	cpc	2.250	0	1.903
3 analytics.g...	referral	786	0	539
4 baidu	organic	467	0	458
5 art-analytic...	referral	363	15	228
6 youtube.com	referral	252	0	226
7 perksatwork...	referral	135	5	100
8 coursera.org	referral	113	0	89
9 bing	organic	105	1	71
10 so.m.sm.cn	referral	100	0	99

## 4. Informes

### Informes personalizados: Creando tablas dinámicas

Al informe del caso anterior añádele dimensiones en el bloque filas y columnas para transformarlo en una tabla dinámica que cruza los datos entre ambas dimensiones

**Dimensiones : Medios (filas) Fuentes (columnas)**

**Métricas : Total de usuario**

The screenshot shows the Google Analytics interface for a report titled "Exploración sin título". The configuration on the left includes:

- Variables:** Nombre de la exploración: Exploración sin título
- Trimestre hasta la fecha:** 1 ene-9 ene 2022
- SEGMENTOS:** Ninguno
- DIMENSIONES:** Fuente de la sesión, Medio de la sesión
- MÉTRICAS:** Total de usuarios

The configuration on the right includes:

- Configuración de la pes...:** Filas anidadas: Yes
- COLUMNAS:** Fuente de la sesión
- VALORES:** Total de usuarios
- Tipo de celda:** Gráfico...
- FILTROS:** Suelte o seleccione una dimensión o una métrica

The pivot table shows the following data:

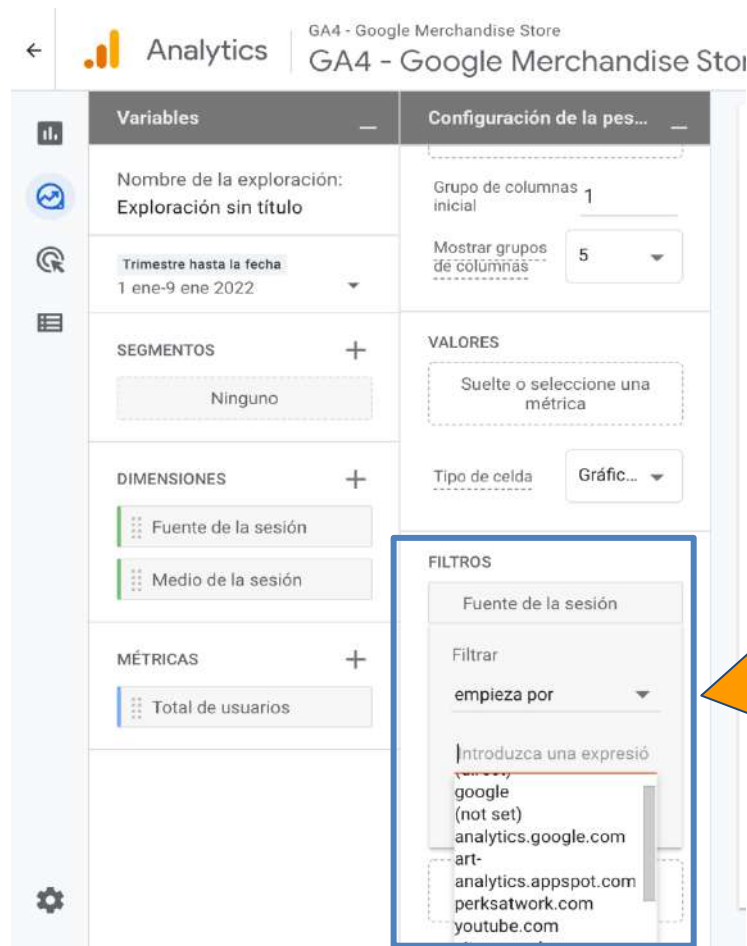
Fuente de la sesión	google	(direct)	(not set)	analytics...	baidu
Medio de la sesión	Total de usuarios	Total de usuarios	Total de usuarios	Total de usuarios	Total de usuarios
<b>Totales</b>	8.375 43,5 % respecto al total	8.151 42,3 % respecto al total	1.123 5,8 % respecto al total	539 2,8 % respecto al total	458 2,4 % respecto al total
1 (none)	0	8.151	0	0	0
2 (not set)	0	0	1.123	0	0
3 affiliate	0	0	0	0	0
4 cpc	1.905	0	0	0	0
5 email	0	0	0	0	0
6 organic	6.553	0	0	0	458
7 referral	0	0	0	539	0



## 4. Informes

### Informes personalizados : Filtrando lo que ves en tus informes

Usando el filtro (al final de la columna) podemos seleccionar qué únicos datos deseamos ver y cuales no



Las dimensiones y métricas se arrastran al cuadro de filtro y se selecciona el tipo de comparación y valor

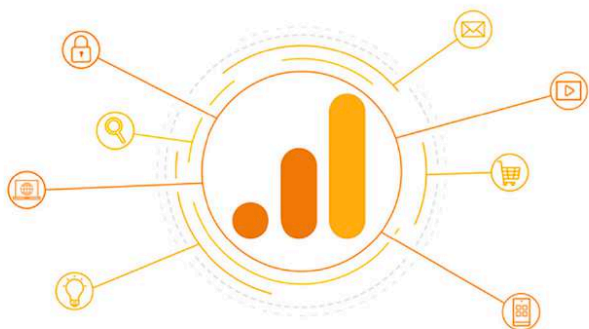


## Práctica

En el informe del caso anterior sólo queremos ver en él datos del Medio **“Organic”**

Visualizar Fuentes X Medios en lugar de Medios X Fuentes

¿Podemos ver en el informe Organic y CPC a la vez? Compruébalo.



## 4.1 Dimensiones en grupos

## 4.1 Dimensiones en grupos

Informes personalizados: Filtrando lo que ves en tus informes

GA4 - Google Merchandise Store

GA4 - Google Merchandise Store

Pruebe a buscar "Resumen del sitio web"

Variables

Nombre de la exploración:  
Exploración sin título

Trimestre hasta la fecha  
1 ene-9 ene 2022

SEGMENTOS

Ninguno

DIMENSIONES

Fuente de la sesión

Medio de la sesión

MÉTRICAS

Total de usuarios

Configuración de la pes...

SEGMENTOS

Suelte o seleccione un segmento

FILAS

Fuente de la sesión

Suelte o seleccione una dimensión

Fila inicial 1

Mostrar filas 10

Filas anidadas No

COLUMNAS

Medio de la sesión

Suelte o seleccione una dimensión

Grupo de columnas inicial 1

Mostrar grupos de columnas 5

Formato libre 1

Medio de la sesión	organic	cpc	Total
Fuente de la sesión	Total de usuarios	Total de usuarios	↓ Total de usuarios
<b>Totales</b>	7.121 79,55 % respecto al total	1.905 21,28 % respecto al total	8.952 100 % respecto al total
1 google	6.553	1.905	8.375
2 baidu	458	0	458
3 bing	71	0	71
4 ecosia.org	12	0	12
5 yahoo	8	0	8

## 4.2 Tablas dinámicas

## 4. Informes

### Data Studio

**¡Bienvenido a Data Studio! (Empieza a...**

**Interactuar con un informe**

- Copiar y editar un informe
- Editar y agregar gráficos
- Intervalo de fechas y propied...
- Conéctese a sus datos
- ¿Quieres gráficos? ¡Tenemos ...
- Comparta informes y fuentes...
- Medir informes con Google A...
- Permita que cualquiera vea s...
- Próximos pasos

**Aprenda a ver, editar y crear un informe de Data Studio**

- Interactuar con gráficos y tablas.**  
 En el modo de vista, pase el mouse sobre los gráficos para mostrar más detalles. Puede ordenar las tablas y desplazarse por...  
*Intente pasar el mouse sobre este gráfico para ver los puntos de datos...*  
*Haga clic en el encabezado de una columna para ordenar la tabla por esa columna.*
- Establece la fecha y filtra tus datos**  
 Cambie el marco de tiempo usando el control de rango de fechas. Las casillas de verificación en los controles de filtro le permiten refinar los datos de acuerdo con los valores de dimensión que seleccione.  
 28 de enero de 2022 - 23 de feb  
 Sesiones: 73,058  
*Intente cambiar la fecha para mostrar los últimos 7 días, incluido hoy*  
*¿Qué porcentaje de los usuarios recurrentes eran usuarios de iPhone?*
- Navegar por varias páginas**  
 ¿Quiere mostrar diferentes aspectos de su negocio en páginas separadas? ¡No hay problema! La barra de navegación de la página configurable permite a los espectadores saltar rápidamente al lugar correcto en sus informes.  
*¿Terminaste con esta página? Ir a la página 2*

Fuente	Sesiones
1. tagassistant.google.com	1
2. Google	11,862
3. n/a	239
	371
	43

Los 5 mejores dispositivos móviles

¿Terminaste con esta página? Ir a la página 2

ENVIAR

# Introducción a Analítica Avanzada II



VICEPRESIDENCIA  
PRIMERA DEL GOBIERNO  
MINISTERIO  
DE ASUNTOS ECONÓMICOS  
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE DIGITALIZACIÓN  
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es

Centro de  
Políticas Nacionales  
en Comercio Electrónico  
y Marketing  
CRN  
Digital



Barrabés

The Valley

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

## Debate introductorio del módulo de Analítica Avanzada II

**Analytics Intelligence en GA4 : Buscar información sobre esta nueva funcionalidad para empezar el debate**





red.es



*"El FSE invierte en tu futuro"*

**Fondo Social Europeo**

