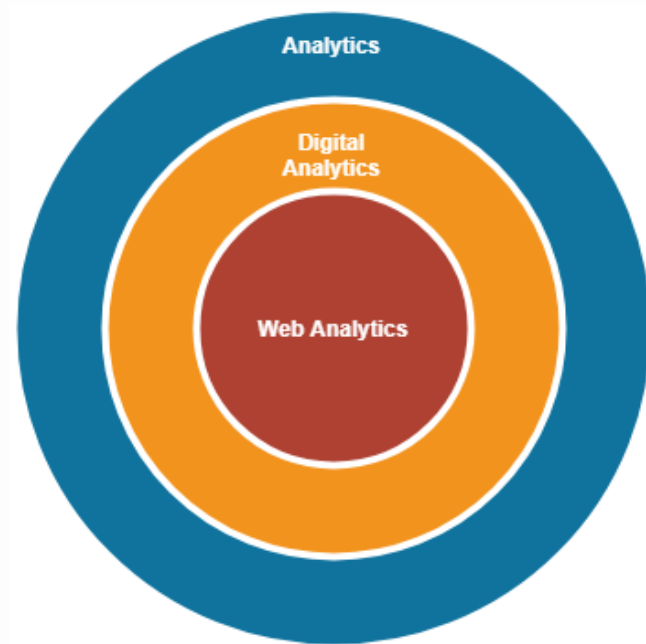


# Módulo 1. La base de Google Analytics

En este curso nos vamos a enfocar en la analítica web, y vamos a adentrarnos en las maneras de utilizar Google Analytics junto con otras herramientas para sacarle el jugo al análisis de comportamiento en nuestro sitio. En el presente módulo, precisamente, será Google Analytics el foco, y lo que debemos considerar para poner en marcha nuestro proceso.

Es importante que dispongamos de un sitio web, un blog, o cualquier otro espacio *online* donde tengamos acceso al código, para que realicemos las pruebas y veamos, en la práctica, lo que estaremos estudiando juntos.

**Figura 1: Los niveles de la analítica para nuestro negocio**



Fuente: elaboración propia

- *Analytics* es una disciplina de exploración y manejo de datos, con el objetivo de convertirlos en información útil y accionable para la toma de decisiones, así como optimizar procesos o plataformas que estén enfocadas en alcanzar un objetivo. Este recurso es especialmente importante cuando se trata de entender comportamientos, gustos, intereses y, sobre todo, evaluar si las acciones emprendidas son correctas o están bien encaminadas.
- *Digital analytics* toma los conceptos anteriormente expuestos para *analytics* y los aplica a un ecosistema digital que pueda generar un comportamiento particular tanto en usuarios de un sitio web y redes sociales como otros activos digitales. *Digital analytics* se constituye como el análisis de datos cualitativos y cuantitativos del negocio, empresa u organización, así como de su entorno y competencia, para llevar, a quien debe tomar las decisiones, a alcanzar una mejora continua de la experiencia *online* que tengan los clientes actuales y potenciales clientes futuros, y así buscar el cumplimiento de objetivos tanto *on-line* como *off-line*.
- *Web analytics* es la medición, recolección, análisis y reportería de datos e información de la web para propósitos de entendimiento y optimización de sus sitios (Digital Analytics Association, 2019).

Como vemos, entonces, los diferentes niveles incluyen al nivel inferior, y en cada caso se busca mayor especificidad. En los programas de analítica de nuestro negocio intentaremos medir el tráfico a pie de nuestro local, la cantidad de productos que tenemos en nuestro depósito, las quejas que nos dejan en nuestro libro de quejas físico, entre tantas otras dimensiones. Mientras que uno de los focos será la medición del entorno digital de nuestra compañía, para lo que trabajaremos en el control de lo que sucede en nuestros perfiles de redes sociales, en el canal de YouTube, en los sitios de reseñas, en las conversaciones en foros. Se incluirá también, a nuestro esfuerzo de *web analytics*, que implica el control y análisis de las métricas de nuestro sitio web, las *landing pages* que desarrollemos y otros espacios de nuestra propiedad.

En sí misma, la analítica web se enfoca en la medición y análisis de un sitio web o un elemento en particular para conocer su funcionamiento y el comportamiento que los usuarios tienen sobre el sitio. Por lo tanto, el proceso de *web analytics* se enfoca fuertemente en el entendimiento de un elemento preciso y particular existente en

la web. Para lograrlo, se generan estadísticas simples y complejas que se conjugan para dar forma al aprendizaje dedicado al cumplimiento de uno o varios objetivos específicos.

Por otro lado, la analítica digital está concebida con las bases de *web analytics*, pero su enfoque es más holístico y conciliador, ya que pretende generar conocimiento, siempre basado en datos estadísticos, pero extiende su rango de alcance a la formación de ecosistemas integrados que puedan aportar conocimiento complementario entre los distintos puntos de contacto con los usuarios, clientes o prospectos.

## Unidad 1.1 Implementación

Existen herramientas que permiten la recopilación de información desde diversas fuentes, las cuales pueden ser analizadas aplicando técnicas de exploración de datos que derivan en la generación de conocimiento aplicado a la toma de decisiones. Con base en esto, es necesario que dichas herramientas se implementen apropiadamente y que faciliten la extracción de datos, para sacarles provecho.

La implementación de estas herramientas de *analytics* puede suponer complejidad tanto en la parte técnica, así como en lo conceptual. Esto se debe a que se requiere de un análisis minucioso y detallado para que los datos que arrojan estas herramientas se trasladen en acciones concretas a mejorar el ecosistema de trabajo.

Para lograr realizar la generación, recopilación, almacenamiento y análisis de datos que posteriormente convertiremos en información, es necesario contar con herramientas tecnológicas que nos permitan ejecutar esta tarea y nos apoyen a la hora de desempeñarnos en nuestra gestión.

En esta unidad analizaremos, paso a paso, cómo implementar Google Analytics en nuestro sitio web, para poder comenzar a analizar el tráfico que recibimos.

Es importante que realicemos el análisis de nuestro sitio web, porque nos permite realizar procesos claves de mejora del negocio, a partir de profundizar en el análisis.

**Figura 2: Profundizando en el análisis**



Fuente: elaboración propia

- **Salud:** el primer paso, en el comienzo de nuestro análisis, aun si es superficial, nos permite comprender el funcionamiento de nuestro sitio, a través del seguimiento de métricas que analizan el estado general, o la salud del sitio.
- **Entendimiento:** a medida que profundizamos el análisis podemos comprender por qué sucede lo que sucede dentro de nuestro sitio, y aprender del comportamiento de los usuarios. Para ello utilizaremos experimentos, testeos A/B, análisis de segmentos, etcétera.
- **Optimización:** al poder analizar cada una de las fuentes de tráfico y cada una de las campañas que realizamos, con las que atraemos prospectos, la analítica nos permite desarrollar mejoras a nuestros esfuerzos de *marketing*, buscando mejorar las conversiones desde cada uno de los canales con los que trabajamos.
- **Personalización:** la posibilidad de identificar a los visitantes y relacionarlos con su comportamiento en nuestro sitio web nos permite

customizar nuestro contenido y comunicaciones para que reciba ofertas específicas de acuerdo con su interés o perfil. Nos puede ayudar a potenciar el recupero de carritos abandonados, ayudar a lograr ventas cruzadas o conseguir aumentar el *ticket* promedio de venta.

- **Estrategia corporativa:** contar con la información, procesarla y ponerla a disposición para la toma de decisiones puede orientarnos a optimizar la estrategia general del negocio; detectar oportunidades de innovación, comprender los *insights* del público, optimizar nuestra estrategia de precios, el porfolio de productos o servicios que ofrecemos, la propuesta de valor en la que nos apoyamos, entre otras.

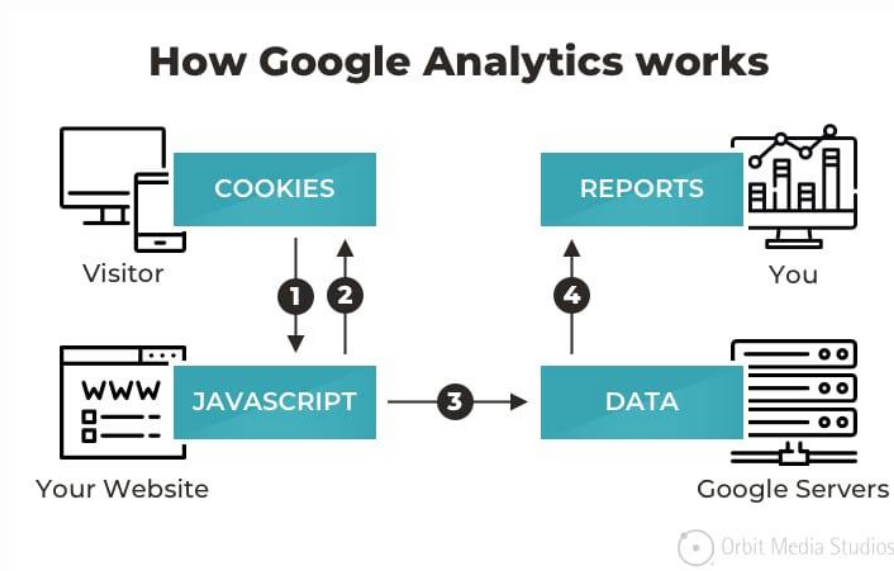
### 1.1.1 ¿Qué es Google Analytics?

Google Analytics es la herramienta de *web analytics*, propiedad de Google, y proporcionada a sus usuarios de forma gratuita. Actualmente, esta herramienta funciona a través de la inserción de un *tag* de código JavaScript en el HTML del sitio web que se medirá. Al ejecutarse este código, se envía una señal a los servidores de Google con los datos de interacción obtenidos y almacenados en una *cookie* del navegador, la cual proveerá la información que Google Analytics necesita para alimentar sus paneles de información –con los cuales trabajaremos posteriormente para su respectivo análisis–.

Una *cookie* es una pequeña porción de datos generados por un sitio web y guardado en el navegador por el cual se accedió. Su propósito es recordar información sobre el visitante, su entorno tecnológico y otras preferencias similares que sean relevantes (Techterms, 2020).

Para ser más claros, evaluando en detalle este proceso se puede decir que, una vez recopilada la información creada por el código JavaScript de Google Analytics, esta es almacenada en la *cookie* del navegador y enviada a los servidores de Google para ser ordenada y decodificada, para después trasladarla a los reportes que podremos acceder dentro de la herramienta. Aquí es donde podremos hacer el cruce de datos y manipulación de la información, para llevar a cabo el análisis.

Figura 3: Proceso de recopilación de información de Google Analytics



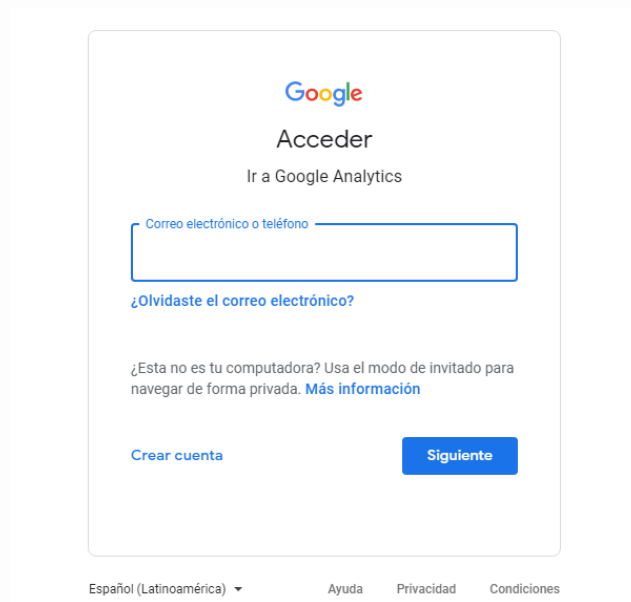
Fuente: [imagen sin título sobre proceso de recopilación de información de Google Analytics], 2020, <https://bit.ly/3pQeolt>

### 1.1.2 Creación de una cuenta de Google Analytics

Por supuesto, el primer paso para poder comenzar a utilizar Google Analytics es crear una cuenta dentro de la plataforma. Como es parte del ecosistema de Google, si ya tenemos una cuenta de Gmail o de YouTube, tenemos acceso a Google Analytics y simplemente debemos hacer *login* con nuestras credenciales de usuario en <https://analytics.google.com>

Ahora bien, si no tenemos una cuenta de Google, el proceso es tan simple como hacer clic en el botón «Cree una Cuenta» y seguir los pasos que allí se piden. En menos de 2 minutos podremos tener nuestra propia cuenta creada.

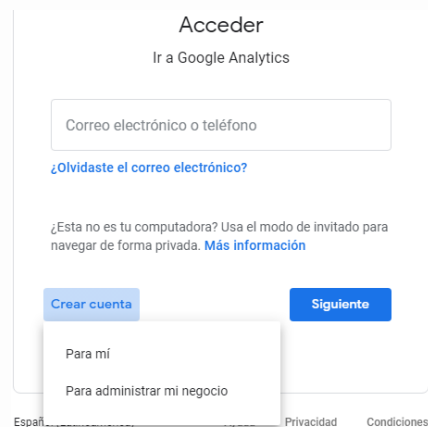
**Figura 4: Crear una cuenta de Google Analytics**



Fuente: captura de pantalla de Google Analytics (<https://analytics.google.com/>)

Una vez que seleccionamos la opción de crear la cuenta, podemos elegir si creamos la cuenta para uso personal o para gestionar nuestro negocio.

**Figura 5: Crear una cuenta de Google Analytics paso 2**



Fuente: captura de pantalla de Google Analytics (<https://analytics.google.com/>)

Una vez que decidimos si la cuenta será para administrar el negocio o si será de uso personal, nos permite avanzar.

**Figura 6: Crear una cuenta de Google Analytics paso 3**



The screenshot shows the Google account creation interface. At the top left is the Google logo. Below it, the text reads "Crear tu cuenta de Google" and "Ir a Google Analytics". The form consists of several input fields: "Nombre" and "Apellido" (last name), "Tu dirección de correo electrónico" (with a note to confirm ownership and a link to "Crea una nueva dirección de Gmail en su lugar"), "Contraseña" and "Confirmación" (with a note to use 8 or more characters and a checkbox for "Mostrar contraseña"). A blue "Siguiente" button is at the bottom right. To the right of the form is an illustration of a blue shield with a person icon, and a laptop displaying various Google service icons (YouTube, Gmail, Maps). Below the illustration, the text says "Una cuenta. Todos los servicios de Google a tu disposición."

Fuente: captura de pantalla de Google Analytics (<https://analytics.google.com/>)

Estamos en condiciones de crear nuestra nueva cuenta. En el caso de que generemos una cuenta de Google Analytics para administrar el negocio, nos preguntará si, además, queremos crear una cuenta de Gmail vinculada y nos solicitará información para darnos de alta. Debemos, al igual que con cualquier otra creación de una cuenta, completar los campos solicitados, avanzar con el botón de siguiente y aceptar los términos y condiciones de uso.

**Figura 7: Crear una cuenta de Google Analytics paso 4**

# Le damos la bienvenida a Google Analytics

Google Analytics le ofrece las herramientas gratuitas que necesita para analizar datos de su empresa desde un único sitio y poder tomar decisiones mejor fundamentadas.

[Empezar a medir](#)

## Información completa

Conozca mejor a los usuarios de su sitio web y su aplicación para comprobar mejor el rendimiento de sus acciones de marketing, su contenido y sus productos, entre otros aspectos.



© 2020 Google | [Página principal de Analytics](#) | [Términos del Servicio](#) | [Política de Privacidad](#) | [Enviar comentarios](#)

Fuente: captura de pantalla de Google Analytics (<https://analytics.google.com/>)

Cuando ya hemos completado todos los pasos, estamos en condiciones de comenzar a utilizar nuestra cuenta de Google Analytics. Para ello, podemos revisar las diferentes opciones y tutoriales, o hacer clic en «Empezar a Medir» y dirigirnos a nuestro panel de control.

## Figura 8: Crear una cuenta de Google Analytics paso 5

1 Configuración de la cuenta

Datos de la cuenta

Nombre de la cuenta (obligatorio)  
Las cuentas pueden contener más de un ID de seguimiento.

Configuración de uso compartido de datos de la cuenta [?](#)

Los datos que recopila, procesa y almacena con Google Analytics ("datos de Google Analytics") son seguros y confidenciales. Esta información se utiliza para conservar y proteger el servicio de Google Analytics, realizar operaciones críticas del sistema y, en raras ocasiones, con motivos legales que se describen en nuestra [política de privacidad](#).

Las opciones para compartir datos proporcionan mayor control a la hora de compartir los datos de Google Analytics. [Más información](#)

**Productos y servicios de Google** **RECOMENDADO**  
Si ha habilitado **Google Signals**, este ajuste también se aplicará a los datos de visitas autenticadas asociados a las cuentas de usuario de Google. Este ajuste es obligatorio en los **informes mejorados Intereses y Grupos demográficos**. Si inhabilita esta opción, los datos podrán seguir enviándose a otros productos de Google que haya vinculado explícitamente con su propiedad. Visite la sección de enlace con otros productos de cada propiedad para ver o cambiar la configuración. [Mostrar ejemplo](#)

© 2020 Google | [Página principal de Analytics](#) | [Términos del Servicio](#) | [Política de Privacidad](#) | [Enviar comentarios](#)

Fuente: adaptación propia con base en captura de pantalla de Google Analytics (<https://analytics.google.com/>)

Llegado a este paso, establecemos el nombre de la cuenta. Tenemos que tener en claro que podemos luego, dentro de la misma cuenta, manejar múltiples propiedades, es decir, una variedad de sitios web, *landing pages* y aplicaciones, y no es necesario generar una cuenta para cada una de ellas.

También, debemos seleccionar si compartiremos o no la información entre productos de Google, y con las áreas de asistencia de la compañía.

### Figura 9: Crear una cuenta de Google Analytics paso 6



The screenshot shows the 'Configuración de la propiedad' (Property Configuration) step in Google Analytics. It includes a title '2 Configuración de la propiedad', a section 'Detalles de la propiedad' with explanatory text and a link for more information, and a main instruction: 'Cree una propiedad Google Analytics 4 para medir los datos del sitio web o de la aplicación de su empresa.' Below this are three dropdown menus: 'Nombre de propiedad' (empty), 'Zona horaria de informes' (set to 'Estados Unidos (GMT-08:00) hora de Los Angeles'), and 'Moneda' (set to 'dólar estadounidense (USD US\$)'). A note at the bottom states: 'Puede modificar los detalles de esta propiedad en otro momento en la página Administrar.' The footer contains copyright information for 2020 Google and links to the main page, terms of service, privacy policy, and feedback.

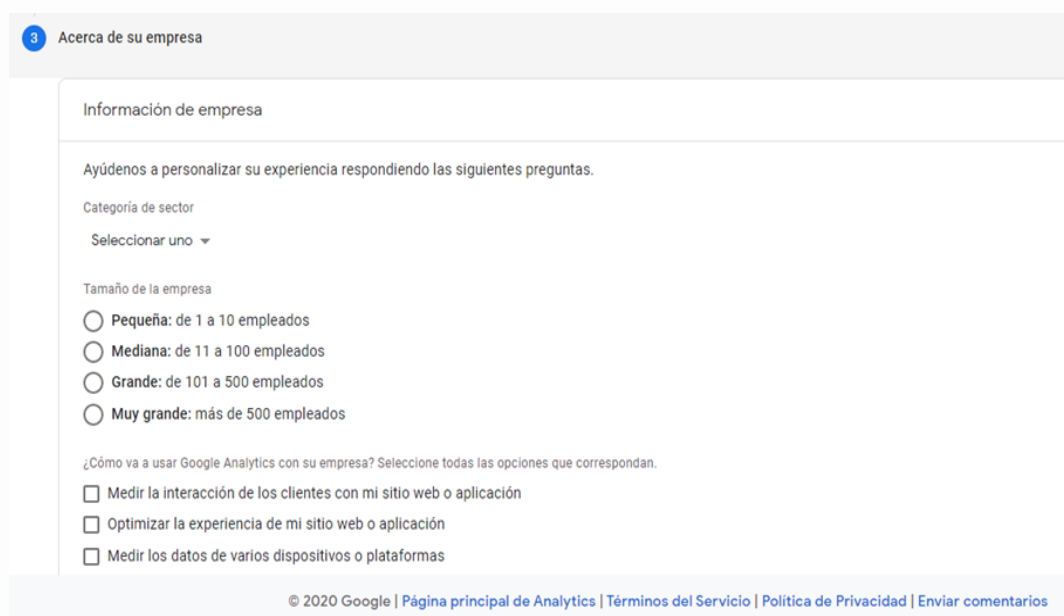
Fuente: captura de pantalla de Google Analytics (<https://analytics.google.com/>)

Una vez que comencemos a trabajar, podremos crear nuevas propiedades desde nuestro panel de control. Para comenzar debemos crear, inicialmente, una

propiedad. La propiedad representará una aplicación, sitio web o *landing page* a las que tengamos acceso a su código.

- Debemos seleccionar el nombre de la propiedad. En este caso, nos conviene colocar el nombre de la página web que queremos medir o de la aplicación. En el caso de *landing pages*, nos conviene generar el nombre de la propiedad basado en el nombre de la página y el producto, servicio o campaña a la que hace referencia.
- Debemos seleccionar la zona horaria de los reportes. Si bien nos mostrará la información indistintamente, seleccionar el horario apropiado nos sirve para el cierre de cada día, y para mostrarnos el tráfico en función de horarios relativos a nuestro negocio.
- Debemos seleccionar la moneda que queremos utilizar para los cálculos de retorno de inversión que hará la plataforma.

**Figura 10: Crear una cuenta de Google Analytics paso 7**



3 Acerca de su empresa

Información de empresa

Ayúdenos a personalizar su experiencia respondiendo las siguientes preguntas.

Categoría de sector  
Seleccionar uno ▾

Tamaño de la empresa

Pequeña: de 1 a 10 empleados

Mediana: de 11 a 100 empleados

Grande: de 101 a 500 empleados

Muy grande: más de 500 empleados

¿Cómo va a usar Google Analytics con su empresa? Seleccione todas las opciones que correspondan.

Medir la interacción de los clientes con mi sitio web o aplicación

Optimizar la experiencia de mi sitio web o aplicación

Medir los datos de varios dispositivos o plataformas

© 2020 Google | [Página principal de Analytics](#) | [Términos del Servicio](#) | [Política de Privacidad](#) | [Enviar comentarios](#)

Fuente: captura de pantalla de Google Analytics (<https://analytics.google.com/>)

Luego, Google nos solicita ciertos datos de contexto para personalizar la experiencia de nuestro panel de control.

**Figura 11: Crear una cuenta de Google Analytics paso 8**

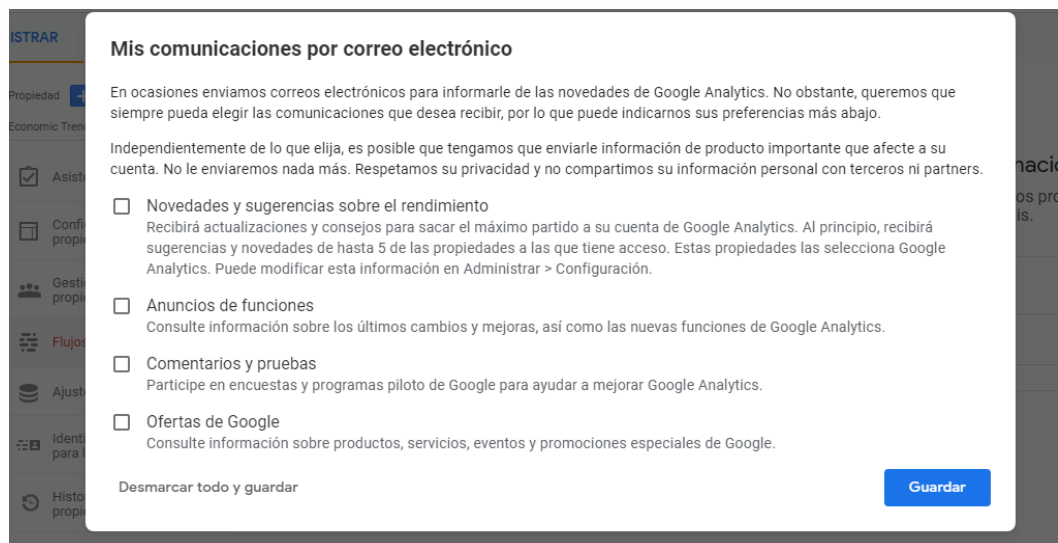
The screenshot displays the Google Analytics account creation interface. On the left, under the heading 'Analytics', there are three radio button options for company size: 'Mediana: de 11 a 100 empleados', 'Grande: de 101 a 500 empleados', and 'Muy grande: más de 500 empleados'. Below this, a section titled '¿Cómo va a usar Google Analytics con su empresa?' contains a list of usage goals with checkboxes: 'Medir la interacción de los clientes con n', 'Optimizar la experiencia de mi sitio web', 'Medir los datos de varios dispositivos o', 'Optimizar mi coste publicitario', 'Aumentar mis conversiones', 'Medir la monetización del contenido', 'Analizar mis ventas online', 'Medir las descargas de aplicaciones', and 'Medir la generación de oportunidades de'. An 'Otro' option is also present. At the bottom of this panel are 'Crear' and 'Anterior' buttons.

The right panel is titled 'Acuerdo de Condiciones de Servicio de Google Analytics'. It contains the text: 'Para utilizar Google Analytics, debe aceptar el acuerdo de condiciones de servicio de su país o región.' Below this is a dropdown menu showing 'Argentina'. A preview window shows the 'Google Marketing Platform' logo and the title 'Condiciones del Servicio de Google Analytics', with the text 'Estas Condiciones de Servicio de Google Analytics (el presente)'. Below the preview is a checkbox labeled 'También acepto las condiciones de tratamiento de datos según lo especificado en el RGPD. Más información'. At the bottom of the right panel, it says 'Condiciones adicionales aplicables a los datos que se comparten con Google' and 'Ha indicado que le gustaría compartir sus datos de Google Analytics con productos y servicios de Google. Más información'.

Fuente: captura de pantalla de Google Analytics (<https://analytics.google.com/>)

Debemos revisar los términos y condiciones para aceptarlos, del mismo modo, con las condiciones de tratamiento de datos y las condiciones adicionales.

**Figura 12: Crear una cuenta de Google Analytics paso 9**



Fuente: captura de pantalla de Google Analytics (<https://analytics.google.com/>)

Una vez aceptados los términos y condiciones, nuestra cuenta ha sido creada. Antes de comenzar a utilizarla, seleccionamos si nos interesa quedar suscriptos a alguna de las comunicaciones por correo electrónico que realiza Google o no, y estamos en condiciones de comenzar a utilizar Google Analytics.

### 1.1.3 Generación e implementación de código

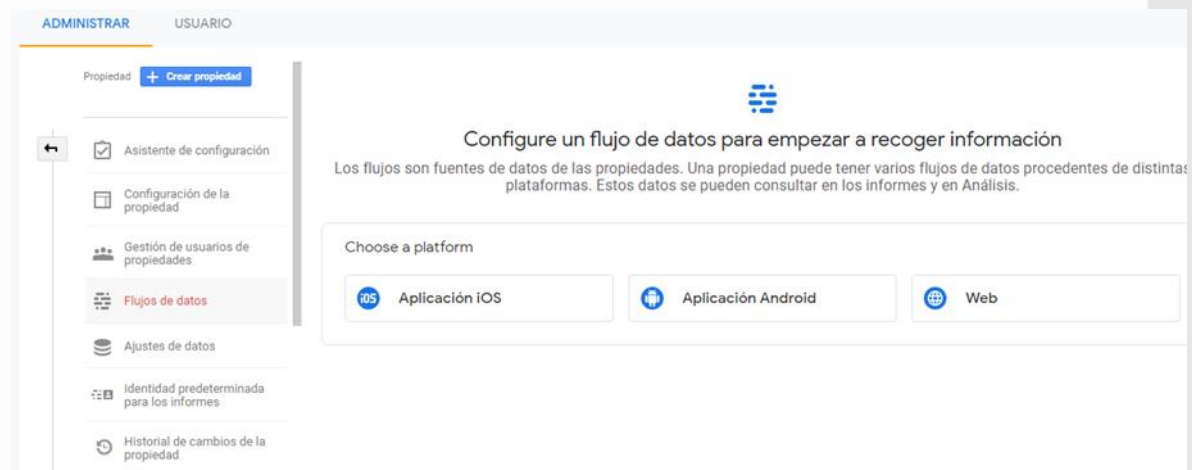
Google Analytics permite medir el desempeño de un sitio web y el comportamiento de los visitantes mediante la instalación de un pequeño código JavaScript.

Google Analytics trabaja mediante la inclusión de un bloque de código JavaScript en las páginas del sitio web. Cuando un visitante visualiza una página, este código JavaScript referencia a un archivo “.js” que ejecuta las operaciones de *tracking*. Estas operaciones recuperan datos sobre el requerimiento de páginas a través de varios medios y envían esta información al servidor de Google Analytics mediante una lista de parámetros añadidos al requerimiento de una imagen de un solo píxel.

El código de seguimiento de Google Analytics consiste en un *script* que ejecuta los datos de seguimiento y otro *script* que referencia el código de seguimiento ubicado en [www.google-Analytics.com/ga.js](http://www.google-Analytics.com/ga.js).

Dentro de nuestra cuenta de Google Analytics, debemos comenzar a implementar el seguimiento en nuestro sitio web o aplicación.

**Figura 13: Implementación de Google Analytics – parte 1**



Fuente: captura de pantalla de Google Analytics (<https://analytics.google.com/>)

La primera decisión que debemos tomar es qué flujo de datos queremos tomar en la propiedad. En este caso, podemos seleccionar si queremos medir una aplicación de iOS, de Android o un sitio web.

**Figura 14: Implementación de Google Analytics – parte 2**

## X Configurar flujo de datos

The screenshot shows the 'Configure web flow' interface in Google Analytics. At the top, it says 'Configure su flujo web'. Below this, there are two input fields: 'URL del sitio web' with a dropdown menu set to 'https://' and a text box containing 'www.misitioweb.com', and 'Nombre del flujo' with a text box containing 'Mi sitio web'. Below these fields is a section titled 'Medición mejorada' with a blue star icon and a toggle switch that is turned on. The text below the toggle reads: 'Mide las interacciones y el contenido de sus sitios web automáticamente, además de las páginas vistas. Es posible que se recojan datos de los elementos de las páginas, como enlaces y videos insertados, con los eventos correspondientes. Debe asegurarse de que no se envíe información personal identificable a Google. Más Información'. Below this text is a horizontal bar with several icons and labels: 'Páginas vistas', 'Desplazamientos', 'Clics de salida', and 'Búsquedas en el sitio'. Below this bar is another row of icons and labels: 'Interacción con videos', 'Descargas de archivos', and 'Mostrar menos'. At the bottom left of the form is a button labeled 'Crear flujo'.

Fuente: captura de pantalla de Google Analytics (<https://analytics.google.com/>)

- Debemos colocar la URL del sitio, ya sea que tenga o no el certificado de seguridad, por ende, con las opciones de http o de https.
- Debemos asignar un nombre al flujo de información que estaremos midiendo.
- Debemos seleccionar si nos interesa la medición regular o la medición mejorada, que incluye el control de los desplazamientos, los clics de salida, las búsquedas dentro del sitio, las interacciones con videos y las descargas, más allá de las páginas vistas únicamente.

**Figura 15: Implementación de Google Analytics – parte 3**

### X Detalles del flujo web

URL DEL FLUJO	NOMBRE DEL FLUJO	ID DE MEDICIÓN
https://...com.ar	E s	G-XXXXXXXXXX

ID DEL FLUJO: 2226873124

ESTADO: No se han recibido datos durante las últimas 48 horas. [Más información](#)

**Medición mejorada**

Mide las interacciones y el contenido de sus sitios web automáticamente, además de las páginas vistas. Es posible que se recojan datos de los elementos de las páginas, como enlaces y vídeos insertados, con los eventos correspondientes. Debe asegurarse de que no se envíe información personal identificable a Google. [Más información](#)

Midiendo: Páginas vistas Desplazamientos Clics de salida [Y 3 más](#)

Fuente: captura de pantalla de Google Analytics (<https://analytics.google.com/>)

El número de Universal Analytics tiene un formato UA-XXXXXXXX-XX e identifica a la cuenta del sitio web que se desea medir dentro de Google Analytics, también podemos contar, en caso de implementaciones más nuevas, con el código de Google Analytics 4, que es un código de identificación con formato G-XXXXXXXXXX. Ese código de ID es el que utilizaremos en nuestro sitio.

La implementación normalmente implica pegar el código de seguimiento completo dentro del HTML del sitio antes del cierre de la etiqueta `</head>`. Ahora bien, si utilizamos alguna plataforma para nuestro sitio web, como Wix, Tienda Nube, Tienda Quick, etcétera, simplemente nos solicitarán que peguemos el ID en la configuración, y el sistema por sí solo generará el código de seguimiento. En las próximas páginas, veremos la modalidad que debemos seguir si deseamos pegar por completo el código nosotros mismos.

**Figura 16: Implementación de Google Analytics – parte 4**



Fuente: captura de pantalla de Google Analytics (<https://analytics.google.com/>)

Tenemos diferentes opciones de implementar el código.

- **Etiqueta global de sitio web (gtag.js):** es el método más común de utilizar y nos sirve para comenzar a vincular nuestro sitio a Google Analytics. Lo realizamos a través de un código universal que puede ser colocado en el encabezado de nuestro sitio web, y, desde allí, capturar la información. Es el método que veremos en este módulo.
- **Google Tag Manager:** es una herramienta que nos permite generar múltiples etiquetas para vincular el código de seguimiento, para poder analizar diferentes eventos y realizar trackeos específicos dentro de cada página. Google Tag Manager será un tema que revisaremos en el módulo final de este curso.
- **Etiquetas ya vinculadas:** si nuestra cuenta posee varias propiedades y ya tienen etiquetas conectadas, podemos utilizarlas para integrar el seguimiento.

Figura 17: Implementación de Google Analytics – parte 5

The screenshot shows the 'Instrucciones de etiquetado' (Tagging instructions) page in Google Analytics. It has two tabs: 'Añadir etiqueta en la página' (Add tag to page) and 'Usar etiqueta en la página' (Use tag on page). The 'Añadir etiqueta en la página' tab is active. Below the tabs, there is a section titled 'Etiqueta global de sitio web (gtag.js)' with a sub-instruction: 'Copie este código y péguelo como primer elemento en la sección <head> de cada página web de la que quiera hacer un seguimiento.' (Copy this code and paste it as the first element in the <head> section of every web page you want to track). A code block contains the following JavaScript code: 

```
<!-- Global site tag (gtag.js) - Google Analytics -->
<script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=G- [REDACTED]"></script>
<script>
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];
  function gtag(){dataLayer.push(arguments);}
  gtag('js', new Date());

  gtag('config', '[REDACTED]');
</script>
```

Fuente: captura de pantalla de Google Analytics (<https://analytics.google.com/>)

El código que utilizaremos y debemos pegar en el encabezado de nuestro sitio web será el que brinda, y es similar al que aparece en la figura anterior, donde, en los recuadros rojos, tendremos que verificar que aparezca nuestra ID.

#### 1.1.4 Test para verificar que la implementación sea exitosa

Una vez implementado el código en la ubicación mencionada (antes del cierre de la etiqueta *head* en el HTML de todas las páginas del sitio) y asegurándose de que dichos cambios estén publicados en el sitio web, es posible proceder a distintas formas de realizar las pruebas y validaciones respectivas para verificar que la medición se haya realizado apropiadamente.

A efectos de la implementación básica, también realizaremos un test básico que nos permita, sin mayor complejidad, conocer si lo que acabamos de realizar fue una implementación exitosa o no.

Para saber inmediatamente si la implementación fue correcta, se recomienda ingresar a su cuenta de Google Analytics y acceder a los reportes de «Tiempo

Real», en donde se puede apreciar, en cuestión de 30 segundos, si hay tráfico de algún usuario navegando en su sitio en ese momento.

**Figura 18: Test de implementación a través de tráfico en tiempo real**



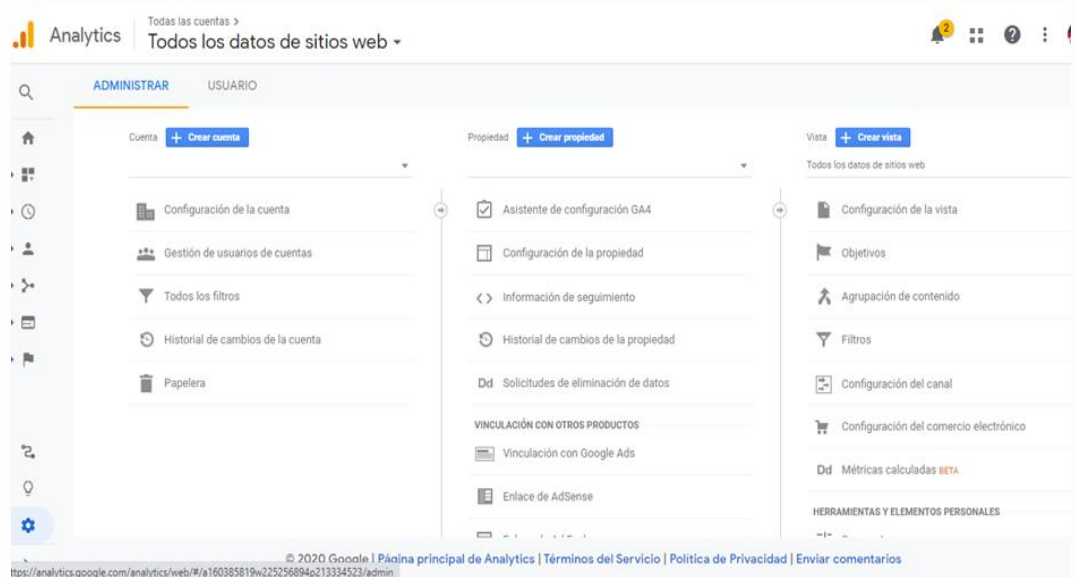
Fuente: captura de pantalla de Google Analytics (<https://analytics.google.com/>)

Por supuesto, si nuestro sitio no cuenta con tráfico orgánico regularmente, podemos recurrir a la manera sencilla de visitarlo nosotros mismos y que Google Analytics detecte nuestra propia visita.

## Unidad 1.2 Configuración de Google Analytics

El dominio de las configuraciones de Google Analytics nos ayudará a generar las vinculaciones de cuenta que necesitamos para sacarle el mayor provecho a nuestro trabajo de *web analytics*, así como lograr que nuestra gestión sea más ordenada. En esta unidad veremos las principales configuraciones que debemos dominar dentro de la plataforma.

**Figura 19: Configuración de Analytics**



Fuente: captura de pantalla de Google Analytics (<https://analytics.google.com/>)

Tenemos la posibilidad de administrar y configurar también la información de nuestro usuario personal, para lograr nuestra mejor vinculación con la plataforma.

## Figura 20: Configuración de usuario de Analytics

Modificación de la configuración de usuario

Editar información de mi cuenta

Dirección de correo electrónico: @gmail.com

Idioma: español ▾

Periodo predeterminado: 7 días ▾

Acceda a la [configuración de su cuenta de Google](#) para editar su dirección de correo electrónico, cambiar su contraseña u obtener información acerca de cómo acceder a otros servicios de Google.

---

Comunicaciones por correo electrónico de Google Analytics

En ocasiones enviamos correos electrónicos para informarle de las novedades de Google Analytics. No obstante, queremos que siempre pueda elegir las comunicaciones que desea recibir, por lo que puede indicarnos sus preferencias más abajo.

Independientemente de lo que elija, es posible que tengamos que enviarle información de producto importante que afecte a su cuenta. No le enviaremos nada más. Respetamos su privacidad y no compartimos su información personal con terceros ni partners.

**Novedades y sugerencias sobre el rendimiento**  
Recibirá actualizaciones y consejos para sacar el máximo partido a su cuenta de Google Analytics.

Fuente: captura de pantalla de Google Analytics (<https://analytics.google.com/>)

En el caso de la administración de usuario, podemos revisar:

- la dirección de correo electrónico vinculada;
- el idioma de la plataforma;
- el periodo de análisis predeterminado, es decir, qué periodo de análisis será el que nos mostrará por defecto cuando ingresamos a la plataforma, pudiendo seleccionar los últimos 7, 14, 28 o 30 días;
- las comunicaciones por correo electrónico que recibiremos de parte de Google Analytics;
- cuáles de las cuentas de Analytics vinculadas a nuestro usuario recibirán correo electrónico de resumen mensual de estadísticas.

### 1.2.1 Niveles de Google Analytics

En Google Analytics, las configuraciones las trabajaremos en tres niveles, es decir, a nivel de cuenta, a nivel de propiedad y a nivel de vista. En cada caso tendremos acceso a mayores selecciones de especificidad para acomodar nuestro proyecto de *web analytics* con completa customización a nuestras necesidades.

**Tabla 1: Niveles de Google Analytics**

Nivel de cuenta	Nivel de propiedad	Nivel de vista
Creación de nuevas cuentas vinculadas al usuario	Creación de nueva propiedad vinculada a la cuenta	Creación de vista vinculada a propiedad
Configuración de cuenta	Acceso al asistente de configuración	Configuración de la vista
Gestión de usuarios y permisos	Configuración de propiedad	Establecimiento de objetivos
Filtros de cuenta	Acceso al código de seguimiento	Agrupación de contenidos
Historial de cambios	Historial de cambios	Administración de filtros de vista
Papelera	Solicitudes de eliminación de datos	Configuración de canal

	Vinculación con Google Ads	Configuración de e-commerce
	Vinculación con AdSense	Cálculo de métricas
	Vinculación con Ad Exchange	Segmentos
	Vinculación con otros productos	Notas
	Notificaciones de conversiones	Configuraciones de embudos
	Definiciones de audiencia	Agrupación de canales
	Definiciones personalizadas	Alertas
	Importación de datos	Mensajes de correo electrónico
		Informes guardados
		Compartir elementos con otros usuarios

Fuente: elaboración propia.

### 1.2.2 Configuraciones a nivel de cuenta

Como vimos en la tabla anterior, a nivel de cuenta tenemos diferentes configuraciones que nos van a permitir manejar toda la cuenta en su totalidad, y, para modificar estas configuraciones, debemos ser administradores de la cuenta.

El acceso a configuración de la cuenta nos lleva nuevamente a revisar las selecciones de nombre, país, moneda y opciones para compartir datos que completamos al dar de alta la cuenta.

Es por ello por lo que en este apartado analizaremos la configuración de permisos de acceso, que es la que nos permite el trabajo colaborativo sobre *web analytics*.

#### **Figura 21: Permisos de usuario en Google Analytics**

<input type="checkbox"/>	Nombre ↑	Correo electrónico	Permisos ⓘ	
<input type="checkbox"/>	Guillermo Paz	@gmail.com	Editar, Colaborar, Leer y analizar, Gestionar usuarios	⋮
<input type="checkbox"/>	-	@gmail.com	Editar, Colaborar, Leer y analizar, Gestionar usuarios	⋮
<input type="checkbox"/>	-	@gmail.com	Ninguno (el usuario tiene permisos en un nivel inferior)	⋮

Fuente: captura de pantalla de Google Analytics (<https://analytics.google.com/>)

Como vemos en la figura anterior, cuando ingresamos al apartado de gestión de usuarios, el sistema nos muestra los usuarios que hoy tienen autorización de acceso, su correo electrónico, el nivel de permisos y un menú donde podemos seleccionar si revocar el acceso y ver los detalles del usuario.

Si queremos agregar un nuevo usuario, debemos hacer clic en el símbolo azul de más, para añadir un usuario o un grupo de usuarios.

## Figura 22: Agregar un usuario

× Añadir permisos Añadir ⋮

[Introducir direcciones de correo electrónico](#)

Notificar a los usuarios nuevos por correo electrónico

Permisos

<b>Editar</b> Puede crear y editar propiedades, vistas, filtros, objetivos, etc. No puede gestionar usuarios. <a href="#">Más información</a>	<input type="checkbox"/>
<b>Colaborar</b> Puede crear y editar elementos compartidos, como paneles y anotaciones. <a href="#">Más información</a>	<input type="checkbox"/>
<b>Leer y analizar</b> Puede ver datos de informes y de configuración. <a href="#">Más información</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>Gestionar usuarios</b> Puede añadir o eliminar usuarios y cambiar sus permisos. <a href="#">Más información</a>	<input type="checkbox"/>

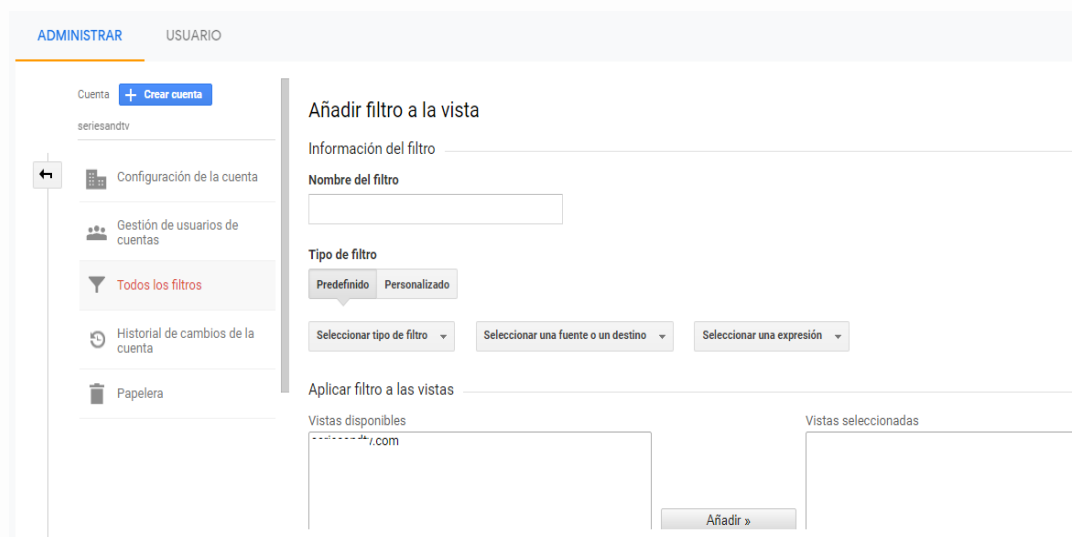
Fuente: captura de pantalla de Google Analytics (<https://analytics.google.com/>)

Debemos ingresar la dirección de correo electrónico del usuario que agregaremos a nuestra cuenta de Google Analytics, y el nivel de permisos que tendrá.

- **Editar:** es el nivel superior de análisis, aunque no le permite gestionar usuarios ni cambiar permisos.
- **Colaborar:** es el nivel intermedio de análisis, donde puede crear y editar elementos compartidos.
- **Leer y analizar:** es el nivel de acceso básico, donde solamente podrá ver los datos de informes, pero no puede modificar las opciones.
- **Gestionar usuarios:** es un nivel de administración. No impacta en el nivel de análisis que tiene, sino en el acceso a este panel de asignar usuarios y permisos.

Otra de las configuraciones clave de nuestra cuenta está en la posibilidad de generar filtros de vista, para que podamos analizar alguna campaña en particular.

**Figura 23: Filtros**



Fuente: captura de pantalla de Google Analytics (<https://analytics.google.com/>)

- Debemos nombrar el filtro.
- Seleccionaremos el tipo de filtro que será, si utilizaremos uno de los filtros predefinidos, o si lo personalizaremos.
- Seleccionamos el tipo de filtro, con opciones de incluir solamente un tipo de información, o excluir un tipo de información y mostrar el resto.
- Seleccionamos una fuente o un destino como, por ejemplo, tráfico del dominio del ISP, tráfico de las direcciones IP, tráfico a los subdirectorios o tráfico al nombre de *host*.
- Seleccionamos la expresión entre las opciones: si son iguales a, empiezan por, terminan por o contienen. De este modo, se genera la condición para incluir o excluir.
- Establecemos la condición de la expresión.
- Seleccionamos a qué vista aplicar el filtro.
- Guardamos el filtro y está ya a disposición para utilizarlo.

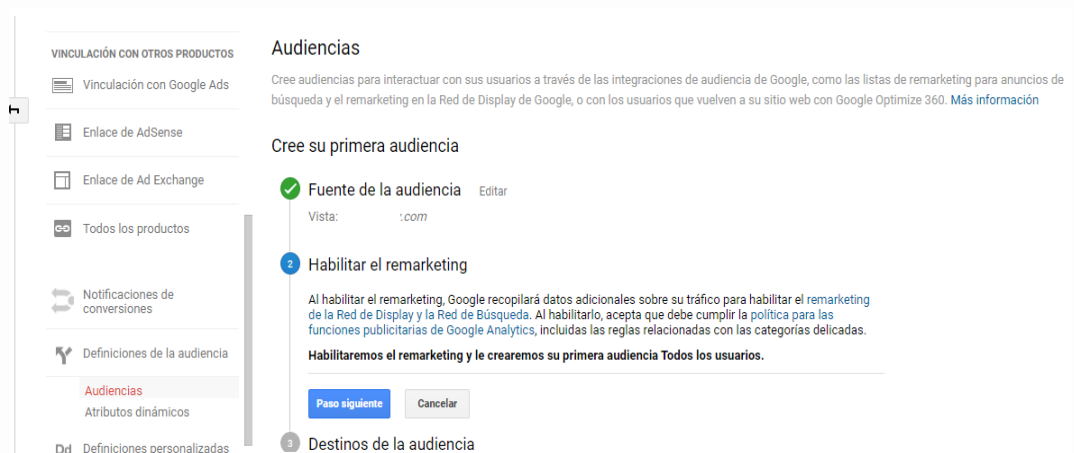
### 1.2.3 Configuraciones a nivel de propiedad

Como vimos en la tabla al comienzo de la unidad, a nivel de propiedad podemos acceder a una diversidad de opciones de configuraciones.

La configuración de la propiedad nos lleva al mismo menú que revisamos cuando creamos la cuenta y la propiedad. Desde allí podremos modificar lo que ya hemos dado de alta. De todos modos, en este apartado nos enfocaremos en algunas otras configuraciones que son sumamente importantes.

En el apartado de definición de audiencia, podemos crear nuestras audiencias para *remarketing*.

#### **Figura 24: Audiencias de *remarketing***



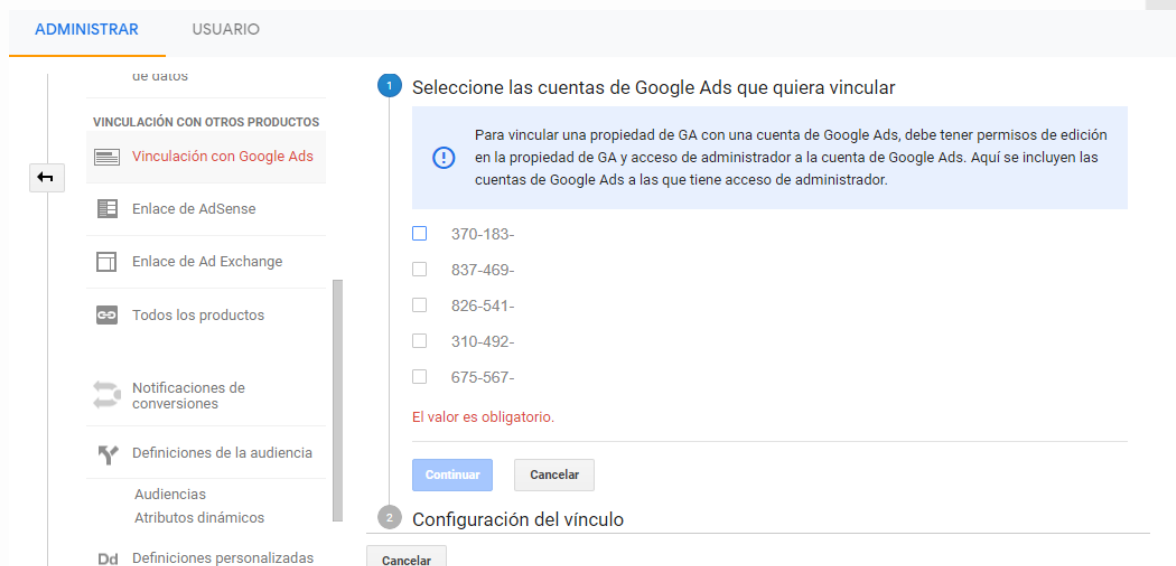
Fuente: captura de pantalla de Google Analytics (<https://analytics.google.com/>)

- Debemos seleccionar la fuente del tráfico que tomaremos.
- Debemos habilitar el *remarketing*.
- Debemos seleccionar la cuenta de destino a la que le enviaremos la información para que la utilice, como, por ejemplo, Google Ads o el mismo Analytics.
- Estamos listos para habilitar la audiencia.

Si queremos vincular nuestra cuenta de Google Analytics con nuestra cuenta de Google Ads para poder analizar el tráfico que llega desde cada una de nuestras campañas, podemos hacerlo a nivel de propiedad desde el segmento de vinculación con otros productos.

Como bien aclara el mensaje predeterminado: “Para vincular una propiedad de GA con una cuenta de Google Ads, debe tener permisos de edición en la propiedad de GA y acceso de administrador a la cuenta de Google Ads” (Google, 2020, <https://bit.ly/393snH5>).

**Figura 25: Vinculación con Google Ads**



Fuente: captura de pantalla de Google Analytics (<https://analytics.google.com/>)


En el primer paso nos aparecen las diferentes cuentas de Google Ads a las que tenemos acceso de administrador para vincular. En ese momento seleccionamos la cuenta apropiada.

**Figura 26: Vinculación con Google Ads 2**

**vista** **vincular**  
Activar todas las opciones aplicables

Seleccionar todo - Ninguna

com  DESACTI

 **Al crear este vínculo, se habilitará el etiquetado automático en todas las cuentas de Google Ads vinculadas.**  
El etiquetado automático permite que Analytics asocie automáticamente datos de Google Ads a clics de clientes.  
[Configuración avanzada](#)

**Configuración de la cuenta: compartir datos**  
Debe habilitar esta opción para que los datos de Analytics (como los objetivos y las métricas de interacción con sitios web) estén disponibles en Google Ads.

Compartir mis datos de Analytics con cuentas de Google Ads vinculadas

Fuente: captura de pantalla de Google Analytics (<https://analytics.google.com/>)

Seleccionamos la cuenta, definimos el nombre de la vinculación, activamos el tipo de vinculación que será y estamos en condiciones de confirmar.

## 1.2.4 Configuraciones a nivel de vistas

Finalmente, a nivel de vista, accedemos a las configuraciones que veremos en los paneles de análisis. La configuración de la vista y los permisos de usuarios son similares a los ya analizados previamente, por ello nos enfocaremos en la configuración de objetivos en el presente apartado.

En Google Analytics los objetivos hacen referencia a las conversiones en acciones deseadas que suceden en nuestro sitio web. Configurarlas nos ayudará a poder analizar las métricas de resultados de negocio en función de nuestro embudo de conversiones.

**Figura 27: Configuración de objetivos**

<input type="checkbox"/>	Objetivo	ID	Tipo	Conversiones durante los 7 últimos días	Registro
No hay datos para esta vista.					

Mostrar las filas: 10 0: 0 de 0

Fuente: captura de pantalla de Google Analytics (<https://analytics.google.com/>)

En el panel de objetivos nos aparecerán todos aquellos que ya hayamos cargado anteriormente, así como la posibilidad de generar nuevos objetivos. En este caso, haremos clic en el botón rojo de nuevo objetivo.

**Figura 28: Configuración de objetivos 2**

1 Configuración del objetivo

Plantilla

Seleccione una plantilla para empezar con opciones configuradas previamente.

**INGRESOS**

- Compra de entradas Se ha completado una compra online
- Registro online Registro en una clase o programación de una cita
- Compra de artículos Se ha completado una compra online
- Donación Se ha completado una donación online

**ADQUISICIÓN**

- Creación de una cuenta Se ha creado correctamente un registro, una cuenta o una vista
- Envío de contenido Se ha enviado o subido un archivo

**CONSULTA**

- Búsqueda de una ubicación Se ha consultado información de la ubicación o del distribuidor
- Lectura de reseñas Visualización de calificaciones y reseñas
- Próximos eventos Se han consultado un calendario, una lista o eventos

Fuente: captura de pantalla de Google Analytics (<https://analytics.google.com/>)

Debemos seleccionar las diferentes opciones de tipo de objetivos que utilizaremos.

- Ingresos:
  - compra de entradas
  - registro *online*
  - compra de artículos
  - donación
- Adquisición:
  - creación de una cuenta
  - envío de contenido
- Consulta:
  - búsqueda de una ubicación
  - lectura de reseñas
  - próximos eventos
- Interacción:
  - agregar a favoritos
  - reproducción de medios
  - uso compartido o conexión social
- Utilización de un objetivo inteligente en donde es Google quien define los tipos de objetivos, basado en su algoritmo.
- Personalizado, es decir, sin la guía de las plantillas predeterminadas mencionadas anteriormente.

**Figura 29: Configuración de objetivos 3**

**Nombre**

**ID de espacio del objetivo**

ID de objetivo 1/objetivo establecido en 1 ▼

**Tipo**

- Destino Ejemplo: gracias.html
- Duración Ejemplo: 5 minutos o más
- Páginas/pantallas por sesión Ejemplo: 3 páginas
- Evento Ejemplo: se ha reproducido un vídeo.
- Objetivo inteligente El objetivo inteligente no está disponible.

Mida las visitas con mayor interacción en su sitio web y conviértalas automáticamente en objetivos. Después, utilice esos objetivos para mejorar sus pujas de Google Ads. [Más información](#)

Continuar

Cancelar

Fuente: captura de pantalla de Google Analytics (<https://analytics.google.com/>)

- Establecemos el nombre del objetivo.
- Asignamos un ID de objetivo.
- Seleccionamos el tipo de objetivo.
  - Destino: implica que el usuario ha arribado a una página en particular, como, por ejemplo, el agradecimiento por la compra.
  - Duración: el usuario ha permanecido en el sitio durante cierto tiempo.
  - Páginas/pantallas por sesión: el usuario ha navegado dentro de nuestro sitio cierta cantidad de páginas.
  - Evento: se ha realizado una acción en particular, como, por ejemplo, la visualización de un vídeo.
- Damos clic en continuar.

**Figura 30: Configuración de objetivos 4**

**Destino**

Igual a ▾ Nombre de la pantalla de la aplicación o UF  Distinción entre mayúsculas y minúsculas

Por ejemplo, utilice *Mi pantalla* para una aplicación y */gracias.html* en lugar de *www.example.com/gracias.html* para una página web.

**Valor** opcional

Asigne un valor monetario a la conversión.

**Embudo de conversión** opcional

Especifique la ruta que espera que siga el tráfico hacia el destino. Utilícela para analizar los puntos de entrada y salida que afectan a su objetivo.

---

[Verifique este objetivo](#) Consulte con qué frecuencia se habría convertido este objetivo según los datos de los últimos 7 días.

Fuente: captura de pantalla de Google Analytics (<https://analytics.google.com/>)

Asignamos la condición específica de cumplimiento del objetivo. En el caso del ejemplo de la figura anterior, debemos establecer el enlace de destino que debe visualizar el usuario para que se concrete el objetivo.

- Podemos asignar un valor monetario, en la moneda que seleccionamos en la configuración de la cuenta, para poder realizar un seguimiento de retorno de inversión de las conversiones logradas.
- Podemos establecer el embudo de conversión que recorrió el usuario para completar la conversión, y analizar si es o no un paso obligatorio. Esta opción es sumamente útil cuando queremos optimizar los recorridos de usuario en nuestro sitio web.

En definitiva, como hemos visto, dominar las configuraciones de Google Analytics nos permitirá que nuestro trabajo en la plataforma redunde en oportunidades de optimización de nuestros esfuerzos de *marketing*.

# Referencias

**[Imagen sin título sobre proceso de recopilación de información de Google Analytics],** (2020). Recuperado de <https://bit.ly/3pQeoLt>

**Digital Analytics Association.** (2019). *The Essential Guide to Marketing Analytics*. Washington D. C., Estados Unidos: FiveTran.

**Google.** (2020). *Google Analytics*. Recuperado de <https://analytics.google.com>

**Techterms.** (2020). *Cookie* [página web] (traducción propia). Recuperao de <https://techterms.com/definition/cookie>