



## Guía de uso e implementación de Google Analytics 4

### Descripción

¡Hola! En esta guía de uso e implementación de Google Analytics 4, te introduciré al fascinante mundo de GA4. Si eres propietario de un sitio web o una aplicación, Google Analytics 4 se convertirá en tu mejor aliado para comprender cómo interactúan los usuarios con tu negocio online. Así que, sin más preámbulos, ¡empecemos!

Google Analytics es una poderosa herramienta de análisis de datos proporcionada por Google. Su objetivo principal es ayudarte a comprender el comportamiento de los usuarios en tu sitio web o aplicación. Te brinda información detallada sobre cuántas personas visitan tu sitio, cómo llegaron

**CURSO GRATUITO**

Para personas desempleadas  
Residentes en la Comunidad de Madrid

**Competencias Digitales**

30 HORAS

**- PLAZAS LIMITADAS -**

IMPULSO\_06  
FORMACIÓN Y FUTURO

Comunidad de Madrid

SEPE

CÓDIGO AUTORIZACIÓN IMPULSO06: 2800028168

Para explorar nuestros [cursos](#) ¡Aprovecha esta

La última versión de esta plataforma de análisis y ha traído consigo cambios significativos y mejoras interesantes. A diferencia de su predecesor, Universal Analytics, Google Analytics 4 se centra en el análisis centrado en el usuario.

En lugar de rastrear las sesiones y las páginas vistas individuales, Google Analytics 4 rastrea eventos y acciones específicas ejecutadas por los usuarios. Esto significa que puedes obtener una comprensión más profunda del recorrido del usuario, desde el primer contacto hasta la conversión final.

En los siguientes apartados, te guiaré a través de los pasos para implementar y utilizar Google Analytics 4 de manera efectiva. ¡Sigue leyendo para descubrir más!

## Migración a Google Analytics 4

Si ya has estado utilizando la versión anterior de Google Analytics, Universal Analytics, es posible que te preguntes cuándo y por qué deberías migrar a Google Analytics 4. En esta sección, te explicaré los factores a considerar antes de realizar la migración y los beneficios que obtendrás al hacerlo. Además, te guiaré a través de los preparativos necesarios y los pasos para migrar de Universal Analytics a Google Analytics 4.

### ¿Cuándo y por qué migrar a Google Analytics 4?

La migración a Google Analytics 4 puede ser una decisión importante para tu negocio online. Aquí hay algunos factores a considerar para determinar cuándo es el momento adecuado para realizar la migración:

- **Mejora del análisis centrado en el usuario:** Google Analytics 4 ofrece un enfoque más centrado en el usuario, lo que te permite comprender mejor el recorrido completo del usuario y obtener una visión más detallada de su comportamiento en tu sitio web o aplicación.
- **Nuevas características y funcionalidades:** Google Analytics 4 introduce nuevas características y mejoras en comparación con Universal Analytics. Estas incluyen una mayor precisión en la medición de eventos, una mejor integración con otras herramientas de Google y una mayor capacidad de personalización de informes.
- **Futuro de Google Analytics:** Google ha dejado en claro que está enfocando sus esfuerzos en el desarrollo y mejora de Google Analytics 4. Aunque Universal Analytics aún se mantendrá durante un tiempo, es probable que la mayoría de las nuevas actualizaciones y características se centren en Google Analytics 4.

### Preparativos para la migración

Antes de realizar la migración, es fundamental realizar algunos preparativos para asegurarte de que el proceso sea lo más suave posible. Aquí tienes algunos pasos a seguir:

- **Revisa tu implementación actual:** Asegúrate de tener una comprensión clara de cómo has implementado Google Analytics en tu sitio web o aplicación. Verifica que los eventos y conversiones estén configurados correctamente y que estén recopilando los datos.

necesarios para tu análisis.

- Haz una copia de seguridad de tus datos: Antes de iniciar la migración, es recomendable hacer una copia de seguridad de tus datos en Universal Analytics. Esto te brindará una capa adicional de seguridad en caso de que surjan problemas durante el proceso de migración.
- Comunica el proceso de migración: Asegúrate de informar a todos los miembros relevantes de tu equipo sobre el proceso de migración. Esto incluye a los responsables de marketing, desarrollo web y cualquier otro equipo involucrado en el uso de Google Analytics.

## Pasos para migrar de Universal Analytics a Google Analytics 4

Ahora que has ejecutado los preparativos, es hora de llevar a cabo la migración propiamente dicha. Aquí te guiamos a través de los pasos para migrar de Universal Analytics a Google Analytics 4:

### Paso 1: Crea una nueva propiedad en Google Analytics 4

Comienza sesión en tu cuenta de Google Analytics y crea una nueva propiedad para Google Analytics 4. Esto te proporcionará un nuevo código de seguimiento para implementar en tu sitio web o aplicación.

### Paso 2: Implementa el código de seguimiento de Google Analytics 4

Una vez que hayas generado la propiedad en Google Analytics 4, debes implementar el nuevo código de seguimiento en tu sitio web o aplicación. Sigue las instrucciones proporcionadas por Google Analytics para asegurarte de que se realice correctamente.

### Paso 3: Configura eventos y conversiones

En Google Analytics 4, el enfoque se basa en el seguimiento de eventos. Asegúrate de configurar los eventos importantes para tu negocio y las conversiones que deseas hacer un seguimiento. Esto te ayudará a obtener datos más precisos y valiosos sobre el comportamiento de los usuarios.

### Paso 4: Realiza pruebas y verifica la implementación

Después de implementar el código de seguimiento y configurar los eventos, ejecuta pruebas exhaustivas para asegurarte de que todo funcione correctamente. Verifica que los datos se estén recopilando adecuadamente en Google Analytics 4 y que los eventos se estén registrando según lo esperado.

¡Ahora estás listo para migrar de Universal Analytics a Google Analytics 4! A medida que te familiarices con la nueva versión, descubrirás las numerosas ventajas y funcionalidades que ofrece para comprender mejor a tus usuarios y tomar decisiones basadas en datos sólidos.

## Configuración inicial en Google Analytics 4

Para comenzar a utilizar Google Analytics 4, es necesario realizar una configuración inicial que

---

incluye la creación de una propiedad, la implementación del código de seguimiento y la configuración de eventos y conversiones. A continuación, te guiaremos en cada uno de estos pasos de manera práctica y didáctica.

## Creación de una propiedad de Google Analytics 4

El primer paso es crear una propiedad de Google Analytics 4 para tu sitio web o aplicación. Sigue estos pasos:

Paso 1: Inicia sesión en tu cuenta de Google Analytics.

Si no tienes una cuenta, génrala de forma gratuita en [analytics.google.com](https://analytics.google.com).

Paso 2: Una vez que hayas iniciado sesión, haz clic en “Administrar” en la parte inferior izquierda de la pantalla.

Paso 3: En la columna “Cuenta”, selecciona la cuenta en la que deseas generar la propiedad. Si no tienes ninguna cuenta, genera una nueva.

Paso 4: En la columna “Propiedad”, haz clic en “Crear propiedad”.

5: Selecciona el tipo de propiedad que deseas crear: “Sitio web” o “Aplicación”.

Paso 6: Completa la información requerida, como el nombre de la propiedad, la URL del sitio web o el ID de la aplicación.

7: Haz clic en “Crear” para finalizar la creación de la propiedad.

## Implementación del código de seguimiento

Una vez que hayas creado la propiedad, es necesario implementar el código de seguimiento en tu sitio web o aplicación para comenzar a recopilar datos. Sigue estos pasos:

Paso 1: En la columna “Propiedad”, haz clic en “Información de seguimiento”.

2: Selecciona la opción “Código de seguimiento” y copia el código proporcionado.

Paso 3: Pega el código en todas las páginas de tu sitio web o en la sección correspondiente de tu aplicación. Asegúrate de colocarlo antes de la etiqueta de cierre “</head>”.

Paso 4: Guarda los cambios y publica tu sitio web o actualiza tu aplicación.

Una vez que hayas implementado el código de seguimiento, Google Analytics 4 comenzará a recopilar datos de tu sitio web o aplicación.

## Configuración de eventos y conversiones

La configuración de eventos y conversiones en Google Analytics 4 es fundamental para rastrear acciones clave en tu sitio web o aplicación. A continuación, te presento los pasos a seguir:

En primer lugar, en la columna "Propiedad", haz clic en "Eventos" y luego selecciona "Administrar eventos".

A continuación, crea un nuevo evento haciendo clic en "Crear evento". Proporciona un nombre descriptivo y elige los parámetros relevantes, como la categoría, la acción, la etiqueta y el valor.

Guarda la configuración del evento haciendo clic en "Guardar".

Para configurar conversiones, haz clic en "Conversiones" en la columna "Propiedad" y luego selecciona "Administrar conversiones".

Crea una nueva conversión haciendo clic en "Crear conversión". Asigna un nombre descriptivo y selecciona el evento asociado a la conversión.

Configura los parámetros adicionales, como el valor de la conversión y las condiciones necesarias para que se registre.

Guarda la configuración de la conversión haciendo clic en "Guardar".

Con estas configuraciones iniciales en Google Analytics 4, estarás preparado para aprovechar al máximo esta poderosa herramienta de análisis web.

Sigue estos pasos y asegúrate de configurar eventos y conversiones relevantes para obtener información valiosa sobre el comportamiento de los usuarios en tu sitio web o aplicación.

¡Comienza a explorar y a sacar el máximo provecho de Google Analytics 4!

## Análisis de datos en Google Analytics 4

El análisis de datos es fundamental para comprender el rendimiento de tu sitio web o aplicación. En esta sección, exploraremos en detalle cómo realizar un análisis efectivo utilizando Google Analytics 4, centrándonos en el panel de control y navegación básica, los informes principales y las métricas clave, así como la segmentación y filtrado de datos.

### Panel de control y navegación básica

Una vez que has configurado correctamente Google Analytics 4, podrás acceder a tu panel de control y comenzar a explorar los datos. Aquí tienes algunos consejos prácticos para familiarizarte con el panel y la navegación básica:

- **Panel de control:** Al acceder a tu propiedad en Google Analytics 4, encontrarás un panel de control que muestra una visión general de los datos más relevantes, como el número de usuarios, sesiones, conversiones y más. Puedes personalizar tu panel de control para incluir los datos que te interesan más.
- **Menú de navegación:** En la parte izquierda de la pantalla, encontrarás un menú de

navegación con diferentes secciones, como “Informes”, “Explorar” y “Configuración”. Utiliza este menú para acceder a las diferentes funciones y características de Google Analytics 4.

- **Búsqueda rápida:** En la parte superior del panel de control, hay una barra de búsqueda que te permite buscar informes, métricas, eventos y más. Utiliza esta función para encontrar rápidamente lo que estás buscando.
- **Información de ayuda:** En la esquina superior derecha de la pantalla, encontrarás un ícono de interrogación que te proporciona acceso a recursos de ayuda, documentación y soporte. Si tienes alguna pregunta o necesitas más información, esta opción será de gran utilidad.

## Informes principales y métricas clave

Google Analytics 4 ofrece una amplia variedad de informes que te permiten analizar diferentes aspectos de tu sitio web o aplicación. A continuación, te presento algunos de los informes principales y las métricas clave que debes tener en cuenta:

En primer lugar, el informe de audiencia te proporciona información detallada sobre los usuarios que visitan tu sitio web o aplicación. Puedes obtener datos demográficos, ubicación geográfica, comportamiento de retorno y más.

Además, el informe de adquisición te muestra cómo los usuarios llegan a tu sitio web o aplicación. Puedes obtener datos sobre los canales de tráfico, como búsquedas orgánicas, redes sociales, referencias y más.

Por otro lado, el informe de comportamiento te brinda información sobre cómo los usuarios interactúan con tu sitio web o aplicación. Puedes ver las páginas más visitadas, el flujo de usuarios a través del sitio y el tiempo de permanencia en cada página.

Finalmente, el informe de conversiones te muestra cómo los usuarios completan los objetivos y conversiones que has establecido. Puedes ver el número de conversiones, el valor de conversión y la tasa de conversión.

Es fundamental identificar las métricas clave que son relevantes para tu negocio, como el número de usuarios, sesiones, tasa de rebote, tiempo en el sitio, porcentaje de conversiones, entre otras. Estas métricas te permitirán evaluar el rendimiento de tu sitio web o aplicación y tomar decisiones informadas.

Recuerda explorar los informes disponibles en Google Analytics 4 y personalizarlos según tus necesidades para obtener información valiosa sobre el rendimiento de tu sitio web o aplicación. **Utiliza estos informes y métricas clave para optimizar tu estrategia y lograr tus objetivos!**

## Segmentación y filtrado de datos

La segmentación y filtrado de datos en Google Analytics 4 te permiten obtener información más precisa y detallada sobre diferentes grupos de usuarios o eventos específicos. Aquí tienes algunas opciones para segmentar y filtrar tus datos:

- **Segmentos:** Los segmentos te permiten dividir tus datos en grupos más pequeños y específicos. Por ejemplo, puedes crear segmentos basados en la ubicación geográfica, el

comportamiento del usuario o el tipo de dispositivo. Esto te ayudará a comprender mejor cómo diferentes grupos de usuarios interactúan con tu sitio web o aplicación.

- **Filtros:** Los filtros te permiten excluir o incluir datos específicos en tus informes. Por ejemplo, puedes filtrar datos de direcciones IP internas, tráfico no válido o subdominios específicos. Esto te ayudará a obtener información más precisa y relevante para tu análisis.

Aprovecha al máximo los informes, las métricas y las opciones de segmentación y filtrado para obtener información valiosa y tomar decisiones informadas.

## Eventos y conversiones en Google Analytics 4

Ahora que has migrado a Google Analytics 4, es importante comprender cómo puedes utilizar eventos y conversiones para obtener una visión más detallada del comportamiento de los usuarios en tu sitio web o aplicación. En esta sección, te guiaremos a través de la creación y seguimiento de eventos, el establecimiento de objetivos y conversiones, y la configuración de embudos de conversión.

### Creación y seguimiento de eventos

Los eventos en Google Analytics 4 te permiten realizar un seguimiento de acciones y acciones específicas que los usuarios realizan en tu sitio web o aplicación. Puedes personalizar estos eventos según las necesidades y objetivos de tu negocio.

Para comenzar, identifica los eventos relevantes que deseas rastrear, como clics en botones, reproducción de videos, descargas de archivos y envío de formularios.

Luego, accede a la interfaz de Google Analytics 4 y dirígete a la configuración de eventos. Allí podrás crear eventos personalizados y asignarles nombres y parámetros relevantes.

Una vez configurados los eventos, es necesario implementar el código de seguimiento específico en las páginas o elementos de tu sitio web o aplicación que deseas rastrear. Sigue las instrucciones proporcionadas por Google Analytics para realizar esta implementación de manera correcta.

Una vez implementado el código, realiza pruebas en tu sitio web o aplicación para verificar que los eventos se estén rastreando correctamente. Utiliza la vista en tiempo real en Google Analytics 4 para visualizar los eventos en tiempo real y asegurarte de que se estén registrando según lo esperado.

Con la creación y seguimiento de eventos en Google Analytics 4, podrás obtener información detallada sobre las acciones de los usuarios y utilizar esos datos para tomar decisiones informadas y optimizar tu sitio web o aplicación.

### Establecimiento de objetivos y conversiones

Los objetivos y conversiones te permiten medir el éxito de tus acciones y campañas online. Puedes establecer objetivos específicos y rastrear las conversiones relacionadas. Aquí tienes los pasos para establecer objetivos y conversiones en Google Analytics 4:

**Paso 1: Identifica tus objetivos:** Piensa en los resultados que deseas lograr con tu sitio web o aplicación. Esto puede incluir la finalización de un formulario, la suscripción a un boletín informativo, la realización de una compra, entre otros.

**Paso 2: Configura objetivos en Google Analytics 4:** Accede a la configuración de objetivos en Google Analytics 4 y define los objetivos específicos que deseas establecer. Puedes seleccionar objetivos predefinidos o crear objetivos personalizados según tus necesidades.

**Paso 3: Asigna conversiones a los objetivos:** Una vez que hayas establecido los objetivos, configura las conversiones relacionadas. Esto implica identificar los eventos o acciones que representan una conversión y asignarlos al objetivo correspondiente.

**Paso 4: Realiza un seguimiento de las conversiones:** Implementa el código de seguimiento de conversiones en tu sitio web o aplicación para registrar las conversiones. Verifica que las conversiones se estén registrando correctamente en Google Analytics 4 utilizando las herramientas de informes y análisis.

## Configuración de embudos de conversión

Los embudos de conversión te ayudan a comprender el recorrido del usuario desde la primera interacción hasta la conversión final. Puedes configurar embudos de conversión en Google Analytics 4 para analizar cómo los usuarios interactúan con tu sitio web o aplicación en cada etapa. Aquí tienes los pasos para configurar embudos de conversión:

**Paso 1: Identifica las etapas del embudo:** Piensa en las diferentes etapas o pasos que los usuarios deben seguir antes de realizar una conversión. Esto puede incluir la visita a una página de inicio, la exploración de productos, la agregación de productos al carrito y la finalización de la compra.

**Paso 2: Configura los eventos y conversiones en cada etapa:** Asigna eventos y conversiones específicos a cada etapa del embudo. Esto te permitirá realizar un seguimiento detallado de cómo los usuarios interactúan con tu sitio web o aplicación a medida que avanzan en el embudo.

**Paso 3: Analiza los embudos de conversión:** Utiliza las herramientas de informes y análisis de Google Analytics 4 para analizar los embudos de conversión. Esto te brindará información sobre las tasas de abandono en cada etapa del embudo y te ayudará a identificar posibles áreas de mejora para aumentar la tasa de conversión.

Utiliza esta información para optimizar tu estrategia y mejorar la experiencia del usuario. Explora las posibilidades y aprovecha al máximo estas funcionalidades!

## Integración con otras herramientas



En Google Analytics 4, puedes aprovechar la integración con otras herramientas de Google para obtener una visión más completa de tus datos y llevar tu análisis a un nivel superior. En esta sección, te mostraré cómo puedes vincular Google Ads y Google Analytics 4, cómo integrar Google Tag Manager y cómo utilizar BigQuery para un análisis avanzado.

## Vinculación de Google Ads y Google Analytics 4

La vinculación de Google Ads y Google Analytics 4, sin duda, brinda información valiosa sobre el rendimiento de tus campañas publicitarias. A continuación, te presento los pasos para vincular estas dos herramientas de manera efectiva:

En primer lugar, accede a tu cuenta de Google Ads. Inicia sesión y dirígete a la configuración de enlaces de Google Analytics.

A continuación, selecciona la propiedad de Google Analytics 4 a la cual deseas vincular tu cuenta de Google Ads.

Una vez hecho esto, es el momento de configurar los objetivos de conversión. En Google Ads, establece los objetivos de conversión que deseas utilizar para el seguimiento de tus campañas. Estos objetivos pueden estar basados en eventos o conversiones previamente configurados en Google Analytics 4.

Finalmente, verifica la vinculación entre las dos plataformas. Asegúrate de que la vinculación se haya realizado correctamente navegando a la sección de informes de conversiones en Google Ads. Verifica que los datos se estén registrando de manera adecuada.

Siguiendo estos pasos, podrás obtener información detallada sobre el rendimiento de tus campañas publicitarias y cómo se traducen en acciones en tu sitio web o aplicación. Aprovecha al máximo esta integración para optimizar tus estrategias de marketing y tomar decisiones informadas.

## Integración con Google Tag Manager

Google Tag Manager te permite administrar de manera centralizada y sencilla todas las etiquetas y fragmentos de código en tu sitio web o aplicación. La integración con Google Analytics 4 te permite utilizar Tag Manager para implementar y gestionar el código de seguimiento de forma más eficiente. Aquí tienes los pasos para integrar Google Tag Manager con Google Analytics 4:

**Paso 1:** Accede a tu cuenta de Google Tag Manager: Inicia sesión en tu cuenta de Google Tag Manager o crea una nueva si aún no lo has hecho.

**Paso 2:** Crea un nuevo contenedor: Crea un nuevo contenedor en Google Tag Manager para tu sitio web o aplicación.

**3:** Configura el código de seguimiento de Google Analytics 4: En el contenedor de Google Tag Manager, configura una etiqueta de Google Analytics 4. Proporciona el ID de seguimiento de tu propiedad de Google Analytics 4 y guarda los cambios.

Paso 4: Publica el contenedor: Una vez que hayas configurado la etiqueta de Google Analytics 4, publica el contenedor para que los cambios surtan efecto en tu sitio web o aplicación.

## Uso de BigQuery para análisis avanzado

El uso de BigQuery para análisis avanzado brinda oportunidades únicas para explorar tus datos en Google Analytics 4. Ahora, veamos los pasos para utilizar esta herramienta en conjunto con Google Analytics 4:

En primer lugar, configura la exportación de datos a BigQuery. Activa esta opción en la configuración de tu propiedad de Google Analytics 4 y elige la cuenta de Google Cloud correspondiente.

Luego, accede a BigQuery. Inicia sesión en tu cuenta de Google Cloud y dirígete al panel de control para acceder a BigQuery.

Una vez dentro de BigQuery, podrás realizar consultas y análisis avanzados. Aprovecha las funciones y capacidades de esta herramienta para explorar tus datos de Google Analytics 4 a fondo. Puedes combinar información de diferentes fuentes y crear informes personalizados que se ajusten a tus necesidades específicas.

Estas integraciones te permitirán tomar decisiones informadas y optimizar tus estrategias de marketing y negocio. Aprovecha al máximo estas herramientas poderosas y descubre nuevas perspectivas para impulsar el crecimiento de tu empresa. ¡No dudes en explorar las posibilidades que BigQuery y Google Analytics 4 ofrecen juntos!

## Personalización y seguimiento avanzado

En Google Analytics 4, tienes a tu disposición herramientas y funcionalidades avanzadas para personalizar y realizar un seguimiento detallado de tus usuarios y su comportamiento. En esta sección, te guiaremos a través de la creación de audiencias personalizadas, la implementación de seguimiento mejorado del comercio electrónico y el uso del análisis de cohortes.

### Creación de audiencias personalizadas

Las audiencias personalizadas te permiten segmentar a tus usuarios en grupos específicos en función de sus características o comportamiento. Puedes utilizar estas audiencias para dirigir campañas publicitarias, personalizar experiencias de usuario y tomar decisiones estratégicas. Aquí tienes los pasos para crear audiencias personalizadas en Google Analytics 4:

Paso 1: Accede a la sección de Audiencias en Google Analytics 4: Navega hasta la sección de Audiencias en la interfaz de Google Analytics 4.

Paso 2: Configura los criterios de segmentación: Define los criterios de segmentación para tu audiencia personalizada. Puedes utilizar diferentes dimensiones y métricas para crear segmentos basados en características demográficas, comportamiento en el sitio web, ubicación geográfica,

entre otros.

**Paso 3: Guarda y nombra la audiencia:** Una vez que hayas configurado los criterios de segmentación, guarda y nombra la audiencia personalizada para futuras referencias.

**Paso 4: Utiliza la audiencia personalizada:** Utiliza la audiencia personalizada en Google Analytics 4 para analizar su comportamiento, crear segmentos adicionales, crear campañas publicitarias dirigidas o personalizar la experiencia de usuario.

## Implementación de seguimiento mejorado del comercio electrónico

Si tienes un sitio web de comercio electrónico, es importante implementar el seguimiento mejorado del comercio electrónico en Google Analytics 4 para obtener datos detallados sobre las transacciones, los productos y el rendimiento de tu tienda online.

Para ello, en primer lugar, configura la propiedad de Google Analytics 4 para el comercio electrónico. Accede a la configuración de la propiedad y habilita la opción de seguimiento de comercio electrónico.

A continuación, implementa el código de seguimiento de comercio electrónico en las páginas relevantes de tu sitio web. Este código te permitirá realizar un seguimiento de las transacciones, los productos vistos y otros detalles importantes.

Una vez implementado, verifica el correcto funcionamiento realizando pruebas en tu sitio web. Asegúrate de que el seguimiento de comercio electrónico se está registrando correctamente en Google Analytics 4 y que las transacciones y los datos de productos se están capturando adecuadamente.

Finalmente, aprovecha los informes de comercio electrónico en Google Analytics 4 para analizar el rendimiento de tu tienda online. Utiliza estos informes para obtener información sobre las ventas, el valor promedio del pedido, los productos más populares y mucho más.

Implementando el seguimiento mejorado del comercio electrónico en Google Analytics 4, podrás obtener una visión detallada de las métricas clave de tu tienda online y tomar decisiones informadas para mejorar su rendimiento y optimizar tu estrategia de comercio electrónico.

## Uso de análisis de cohortes

El uso del análisis de cohortes es una herramienta poderosa para comprender el comportamiento de tus usuarios a lo largo del tiempo. A través de la agrupación de usuarios en segmentos basados en su comportamiento o características comunes, puedes obtener una visión más profunda de cómo interactúan con tu sitio web o aplicación. A continuación, se presentan los pasos para utilizar el análisis de cohortes en Google Analytics 4:

En primer lugar, accede a la sección de Cohortes en Google Analytics 4. Navega hasta esta sección en la interfaz de la herramienta.

A continuación, configura los criterios de segmentación de cohortes. Define los criterios según los

cuales deseas agrupar a los usuarios en cohortes. Puedes utilizar su primera visita, su comportamiento durante un período de tiempo específico o cualquier otra dimensión relevante.

Una vez configuradas las cohortes, es momento de analizarlas. Utiliza las herramientas de informes y análisis en Google Analytics 4 para examinar las cohortes. Compara el comportamiento y las métricas clave de los diferentes grupos a lo largo del tiempo, identificando patrones y tendencias.

Este análisis te brindará información valiosa para adaptar tu estrategia y mejorar la experiencia de usuario. Aprovecha todas las posibilidades y saca el máximo provecho de las herramientas disponibles en Google Analytics 4. ¡Explora, experimenta y toma decisiones informadas para el crecimiento de tu sitio web o aplicación!

## Informes y visualización de datos

En Google Analytics 4, puedes generar informes personalizados y visualizar tus datos de manera efectiva para obtener información valiosa sobre el rendimiento de tu sitio web o aplicación. En esta sección, te guiaremos a través de la generación de informes personalizados, el uso de la función de exploración de datos y la creación de paneles personalizados.

### Generación de informes personalizados

La generación de informes personalizados te permite seleccionar las métricas y dimensiones que más te interesan y crear informes a medida según tus necesidades. Aquí tienes los pasos para generar informes personalizados en Google Analytics 4:

**Paso 1:** Accede a la sección de Informes en Google Analytics 4: Navega hasta la sección de Informes en la interfaz de Google Analytics 4.

**Paso 2:** Selecciona las métricas y dimensiones deseadas: Explora las diferentes métricas y dimensiones disponibles y selecciona las que más te interesen para tu informe personalizado. Puedes incluir métricas como el número de sesiones, el tiempo promedio de permanencia en el sitio y dimensiones como la fuente de tráfico, la ubicación geográfica, entre otros.

**Paso 3:** Aplica filtros y segmentos (opcional): Si deseas obtener información más específica, puedes aplicar filtros y segmentos a tu informe. Esto te permitirá enfocarte en un subconjunto específico de datos y obtener una visión más precisa.

**Paso 4:** Guarda y comparte el informe personalizado: Una vez que hayas configurado tu informe personalizado, guárdalo para futuras referencias y compártelo con otros miembros de tu equipo si es necesario.

### Uso de la función de exploración de datos

La función de exploración de datos en Google Analytics 4 te permite sumergirte en tus datos y analizarlos de manera interactiva. Puedes explorar diferentes dimensiones y métricas, aplicar filtros y segmentos sobre la marcha, y obtener información instantánea sobre el rendimiento de tu sitio web o aplicación.

Para utilizar esta función, accede a la sección de Exploración de datos en Google Analytics 4 y selecciona las dimensiones y métricas que deseas explorar. Además, puedes aplicar filtros y segmentos en tiempo real para enfocarte en datos específicos. Interactúa con los datos navegando por los gráficos y tablas, realizando zoom en períodos específicos y ajustando los intervalos de tiempo.

## Creación de paneles personalizados

Por otro lado, los paneles personalizados te permiten organizar y visualizar tus datos de manera personalizada en una sola pantalla. Puedes seleccionar diferentes widgets, como gráficos, tablas y métricas clave, y crear paneles personalizados que te brinden una visión rápida del rendimiento de tu sitio web o aplicación.

Para crear paneles personalizados en Google Analytics 4, accede a la sección de Paneles y selecciona los widgets deseados. Configura las métricas y dimensiones para cada widget y personaliza los colores, los títulos y los intervalos de tiempo. Una vez que hayas configurado tu panel personalizado, guárdalo y visualízalo en tu panel de control principal.

Estas herramientas te permiten obtener información valiosa y tomar decisiones informadas para tu negocio. Explora y experimenta con diferentes configuraciones para encontrar la visualización de datos que más se adapte a tus necesidades. Aprovecha al máximo estas funciones de Google Analytics 4 para optimizar el análisis y la visualización de tus datos.

## Optimización y toma de decisiones

En Google Analytics 4, puedes utilizar diversas herramientas y funcionalidades para optimizar tus estrategias y tomar decisiones basadas en datos. En esta sección, exploraremos el análisis de rendimiento y métricas clave, el uso de informes de atribución y la implementación de pruebas A/B.

### Análisis de rendimiento y métricas clave

El análisis de rendimiento y métricas clave te permite evaluar el desempeño de tu sitio web o aplicación y comprender el impacto de tus acciones. Aquí tienes los pasos para realizar un análisis efectivo en Google Analytics 4:

Paso 1: Accede a la sección de Informes en Google Analytics 4: Navega hasta la sección de Informes en la interfaz de Google Analytics 4.

**Paso 2: Selecciona los informes relevantes:** Explora los diferentes informes disponibles en Google Analytics 4, como el informe de audiencia, el informe de adquisición, el informe de comportamiento y el informe de conversiones. Selecciona los informes que se ajusten a tus objetivos y necesidades.

**Paso 3: Analiza las métricas clave:** Identifica las métricas clave que reflejen el rendimiento de tu sitio web o aplicación, como el número de sesiones, la tasa de rebote, la duración promedio de la sesión, las conversiones y el valor del objetivo. Compara estas métricas a lo largo del tiempo y realiza un seguimiento de las tendencias y los cambios.

**Paso 4: Realiza segmentación y filtros (opcional):** Utiliza la segmentación y los filtros en los informes para obtener información más específica. Puedes segmentar por características demográficas, ubicación geográfica u otros criterios relevantes para analizar el rendimiento de subconjuntos de usuarios.

## Uso de informes de atribución

Los informes de atribución te ayudan a comprender cómo los diferentes canales de marketing y puntos de contacto contribuyen a tus objetivos y conversiones. Aquí tienes los pasos para utilizar los informes de atribución en Google Analytics 4:

**Paso 1: Accede a la sección de Atribución en Google Analytics 4:** Navega hasta la sección de Atribución en la interfaz de Google Analytics 4.

**Paso 2: Explora los informes de atribución disponibles:** Familiarízate con los diferentes informes de atribución, como el informe de modelos de atribución, el informe de embudo de conversión y el informe de rutas de usuario. Estos informes te brindarán información valiosa sobre cómo los diferentes canales de marketing contribuyen a las conversiones.

**Paso 3: Analiza los datos de atribución:** Examina los datos de atribución para identificar los canales y puntos de contacto más efectivos en tu proceso de conversión. Comprende cómo interactúan los usuarios con tus canales de marketing y qué combinaciones de canales generan los mejores resultados.

## Implementación de pruebas A/B

Las pruebas A/B te permiten probar diferentes variantes de una página o elemento para determinar cuál produce mejores resultados. Aquí tienes los pasos para implementar pruebas A/B en Google Analytics 4:

**Paso 1: Define el objetivo de la prueba:** Determina qué métrica o resultado deseas mejorar con la prueba

A/B. Puede ser la tasa de clics, la tasa de conversión, el tiempo promedio en la página, entre otros.

**Paso 2: Crea las variantes:** Diseña diferentes variantes de la página o elemento que deseas probar. Puedes modificar elementos como el diseño, los colores, los textos o los llamados a la acción.

**Paso 3: Configura la prueba A/B:** Utiliza Google Optimize, una herramienta de Google Analytics 4, para configurar la prueba A/B. Define las variantes, establece el tráfico de prueba y el tráfico de control, y selecciona el objetivo de la prueba.

**Paso 4: Analiza los resultados:** Una vez que la prueba está en marcha, analiza los resultados en Google Optimize y Google Analytics 4. Compara las métricas y determina cuál de las variantes produce los mejores resultados en términos de tu objetivo.

Utiliza estas herramientas y funcionalidades para mejorar tus estrategias y tomar decisiones informadas basadas en datos. Explora y experimenta con diferentes enfoques para obtener mejores resultados en tu sitio web o aplicación!

## Recomendaciones y mejores prácticas

A continuación, te presento algunas recomendaciones y mejores prácticas que te ayudarán a aprovechar al máximo GA4 y garantizar un uso efectivo de la herramienta.

### Mantener la higiene de datos

Mantener una higiene de datos adecuada es fundamental para garantizar la precisión y confiabilidad de tus informes en Google Analytics 4. Aquí tienes algunas recomendaciones para mantener la higiene de datos:

- **Elimina el tráfico interno:** Excluye el tráfico generado por ti y tu equipo, ya que no refleja el comportamiento real de los usuarios.
- **Filtra el tráfico no humano:** Utiliza filtros para excluir el tráfico de bots y spam, lo cual asegura que tus datos sean más precisos.
- **Establece objetivos y eventos relevantes:** Define objetivos y eventos que sean relevantes para tu negocio y te ayuden a medir el éxito de tus acciones.
- **Revisa regularmente tus configuraciones:** Verifica y actualiza tus configuraciones de seguimiento, como los códigos de seguimiento y las etiquetas, para asegurarte de que estén funcionando correctamente.

### Seguir las directrices de privacidad

Es esencial seguir las directrices de privacidad y proteger los datos de tus usuarios. Aquí tienes algunas recomendaciones para garantizar la privacidad en GA4:

- **Ajusta la configuración de retención de datos:** Asegúrate de cumplir con las políticas de privacidad y retención de datos establecidas por tu empresa y las leyes aplicables.

- Anonimiza los datos personales: Configura GA4 para que los datos personales de los usuarios sean anonimizados y no se almacenen en la herramienta.
- Informa a los usuarios sobre el seguimiento: Cumple con las regulaciones de privacidad informando a los usuarios sobre el uso de cookies y la recopilación de datos.
- Utiliza funciones de consentimiento: Si es necesario obtener el consentimiento de los usuarios para el seguimiento, implementa funciones de consentimiento adecuadas en tu sitio web o aplicación.

## Actualización y aprendizaje continuo

GA4 evoluciona constantemente. Por lo tanto, es importante mantenerse actualizado y seguir aprendiendo sobre las nuevas funcionalidades y características. Para lograrlo, aquí tienes algunas recomendaciones:

En primer lugar, explora la documentación oficial. Accede a la documentación de GA4, donde encontrarás guías, tutoriales y recursos para ampliar tu conocimiento.

Además, participa en la comunidad online. Únete a grupos de usuarios online, foros o comunidades donde podrás intercambiar experiencias y conocimientos con otros profesionales.

No olvides realizar cursos y capacitaciones. Tanto en formato online como presencial, estos cursos te ayudarán a adquirir habilidades más avanzadas y actualizadas en GA4.

Y por supuesto, experimenta y prueba nuevas funcionalidades. No tengas miedo de explorar y probar las nuevas características que ofrece GA4. Esto te permitirá descubrir nuevas formas de obtener información valiosa y mejorar tus estrategias.

Al seguir estas recomendaciones y mejores prácticas, podrás mantener la higiene de datos, respetar la privacidad de los usuarios y mantener tu conocimiento actualizado. Esto te permitirá aprovechar al máximo Google Analytics 4 y tomar decisiones informadas para mejorar el rendimiento de tu sitio web o aplicación. ¡Recuerda adaptar estas prácticas a tu negocio y seguir explorando las posibilidades que ofrece GA4!

## Conclusiones Guía de uso e implementación de Google Analytics 4

En conclusión, la guía de uso e implementación de Google Analytics 4 nos ha proporcionado un enfoque práctico y didáctico para aprovechar al máximo esta potente herramienta.

A lo largo de la guía, hemos aprendido sobre la migración de Universal Analytics a GA4, la creación y seguimiento de eventos, la configuración de objetivos y embudos de conversión, la integración con otras herramientas como Google Ads y Google Tag Manager, el uso de BigQuery para análisis avanzado, la personalización y seguimiento avanzado, la generación de informes personalizados, el análisis de rendimiento y métricas clave, la atribución de conversiones, la implementación de pruebas A/B, las mejores prácticas de higiene de datos y privacidad, y la importancia del aprendizaje



continuo.

Con sus características mejoradas, como el seguimiento mejorado del comercio electrónico, el análisis de cohortes y la exploración de datos, GA4 nos brinda herramientas poderosas para comprender mejor el comportamiento de los usuarios y mejorar la experiencia online.

En definitiva, esta guía nos ha proporcionado las herramientas y conocimientos necesarios para aprovechar al máximo esta poderosa herramienta y llevar nuestro análisis y toma de decisiones al siguiente nivel. ¡No esperes más y comienza a implementar GA4 en tu negocio para impulsar tu éxito online!

Impulso06