



**INGENIEROS  
INDUSTRIALES**  
COLEGIO OFICIAL PRINCIPADO DE ASTURIAS

OFICINA  
**Acelera**  
*pyme*



SECRETARÍA DE ESTADO DE POLÍTICAS DE INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

red.es



Fondo Europeo de Desarrollo Regional  
*"Una manera de hacer Europa"*



# Webinar: Adelántate a los cambios de Google Analytics



Objetivo:  
**TRANSFORMACIÓN DIGITAL  
DE TU EMPRESA**

**Duración**

2 años (hasta septiembre de 2023)

**Objetivo**

Ir de la mano de la pyme y autónomos para ayudarles en su transformación digital.

**Beneficiarios**

Pymes y autónomos. Multisectorial.

## Líneas de actuación

de la Oficina de transformación

digital "Acelera Pyme"

**Gratuito y acceso libre**



JORNADAS DIVULGATIVAS EN TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SERVICIO DE ASESORAMIENTO Y SOPORTE DIGITAL

SESIONES DE EMPRENDIMIENTO DIGITAL

VISITAS A EMPRESAS Y HABILITADORES TECNOLÓGICOS

VÍDEO PÍLDORAS TECNOLÓGICAS

FORO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL



Puedes participar en todas las acciones a través de la web [WWW.OTDASTURIAS.ES](http://WWW.OTDASTURIAS.ES)

Dudas, preguntas => chat





## Guiomar González

- Especialista en Proyectos de medición web y app con Google Analytics GA4, Universal, GTM y Google Data Studio.



## Webinar: Adelántate a los cambios de Google Analytics

### Programa:

- Diferencias entre Google Analytics Universal y GA4. ¿Por qué hay que actuar ahora mismo?.
- Aprender los 7 ajustes imprescindibles para empezar a medir bien y útil con GA4.
- Entender cómo aprovechar esta situación para convertirla en una ventaja competitiva.





Sede del COIIAS (Oviedo)



Página web

[www.otdasturias.es](http://www.otdasturias.es)



RRSS

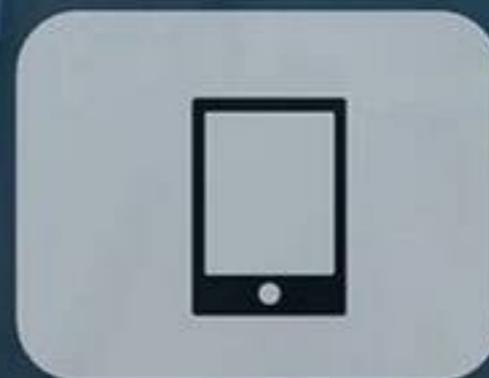
LinkedIn/Twitter/Fb/Instagram @coiias



Correo electrónico

[otd@coiias.es](mailto:otd@coiias.es)

Suscribirse al boletín



# Oficina de Transformación Digital “Acelera Pyme”



INGENIEROS  
**INDUSTRIALES**  
PRINCIPADO DE ASTURIAS



red.es



UNIÓN EUROPEA

**Fondo Europeo de Desarrollo Regional**

*“Una manera de hacer Europa”*



INGENIEROS  
**INDUSTRIALES**  
COLEGIO OFICIAL PRINCIPADO DE ASTURIAS

Fondo Europeo de Desarrollo Regional  
*"Una manera de hacer Europa"*

¡Gracias por Vuestra  
Atención!



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA  
PRIMERA DEL GOBIERNO

MINISTERIO  
DE ASUNTOS ECONÓMICOS  
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE DIGITALIZACIÓN  
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



UNIÓN EUROPEA

OFICINA  
**Acelera**  
pyme

Oficina de  
Transformación Digital  
**"Acelera Pyme"** del  
COIIAS

OFICINA  
**Acelera**



INGENIEROS  
**INDUSTRIALES**

# GA4

convierte lo inevitable en una  
ventaja competitiva

# Agenda

---

GA4 y el fin de Universal ¿Por qué hay que actuar ahora mismo?

Convierte esta situación en una ventaja competitiva

7 ajustes imprescindibles para empezar a medir bien y útil con GA4

# Guio González



- **Formación académica**
  - Licenciada en CC Económicas por la UAB
  - Máster en Logística y Distribución Comercial por la UPC
  - Curso Superior de Dirección Estratégica en Marketing por Esade
  - CRO Ignite de KSchool
- **Experiencia profesional**
  - Analista digital freelance en Guiometrics desde 2012
  - Consultora en Asturex
  - Analista digital marca blanca con Agencias de Marketing
- **Otros**
  - Organizadora Madrid MeasureCamp y Barcelona MeasureCamp

# GA4 y el fin de Google Analytics Universal

La 'catástrofe' anunciada:  
el 01/07/2023 se para Universal

## ¿Por qué hay que empezar ya con GA4?

- porque NO hay migración directa de datos: dimensiones y métricas son incompatibles
- si quieres tener histórico de al menos 1 año

# ¿Qué va a pasar con los datos de Universal?

Email de Google el 18/04/22 dice:

*En los próximos meses, anunciaremos cuándo retiraremos definitivamente Universal Analytics. A partir de ese momento, **ya no podrás ver tus informes de Universal Analytics en la interfaz de Analytics ni acceder a tus datos de Universal Analytics mediante la API.***



GA4 NO es la evolución de  
GA3

## 2 minutos de historia



# Cómo funciona GA4: basado en eventos

eventos = interacciones

# Cómo funciona GA4: basado en eventos

Hay 2 tipos de eventos:

- de Usuario: ¿cómo es? (país, idioma, dispositivo, SO, navegador, edad, sexo)
- de interacciones: ¿qué hace? (ve página, clica enlace, descarga pdf, ve vídeo, envía formulario, añade al carrito)

# Cómo funciona GA4: eventos

# Qué NO cambia

## Fundamentos de la analítica digital:

- dimensiones y métricas
- agrupaciones de contenido
- etiquetado con UTM (aunque hay más parámetros)

## Qué SÍ cambia en GA4

- sesiones (a 3 niveles de adquisición)
- usuarios
- reconstruye el concepto del tiempo
- conversiones: más y mejores
- audiencias: mayor flexibilidad

# Carencias y potencial de la herramienta

## Carencias

- aún faltan algunas métricas clave como % de conversión (está previsto en el road map)
- pendiente introducir variables personalizadas para ecommerce
- retraso para ver los datos en la herramienta: 24 - 48 horas
- no hay subpropiedades (antiguas vistas) en la versión gratuita
- interfaz poco friendly
- mayor esfuerzo de configuración y personalización
- integración a medias con Data Studio (no aparecen todas las métricas)

# Potencial de GA4

1. construcción de embudos, audiencias
2. 30 conversiones 'intermitentes'
3. atribución a 3 niveles: captación, sesión y conversión
4. integraciones con Ads, Merchant y exportación de datos gratis a BigQuery
5. reconstruye el concepto del tiempo
6. gráficos de rutas adelante y atrás
7. machine learning: preguntas al vuelo y métricas predictivas
8. menús personalizados en la interfaz

# construcción de audiencias y objetivos

TIEMPO APLICADO: ajusta tus tiempos de display y campañas; crea audiencias hipersegmentadas

The screenshot shows the Google Analytics audience builder interface. It consists of two main steps:

- Step 1: Llega a blog**
  - Condition: **Landing page** contains **blog**
  - Logic: **AND**
- is directly followed by** (with a checkmark and a dropdown menu)
  - Time: **Within 15 Minutes**
- Step 2: En 15 min ve contacto**
  - Condition: **Page location** contains **https://www.guiometrics.com/cont...**
  - Logic: **AND**

# atribución a 3 niveles



1ª VISITA



un usuario llega a tu web por primera vez tras una búsqueda de un producto

medio del **primer usuario**: organic

2ª VISITA



el día siguiente ve un anuncio de tu producto, visita tu web y añade el producto al carrito

medio de la **sesión**: display



sale para comparar y a los 10 minutos recibe un email de abandono de carrito, vuelve a tu web y compra

medio de la **conversión**: email

# Potencial de GA4

1. construcción de embudos, audiencias
2. 30 conversiones 'intermitentes'
3. atribución a 3 niveles: captación, sesión y conversión
4. integraciones con Ads, Merchant y exportación de datos gratis a BigQuery
5. machine learning: preguntas al vuelo y métricas predictivas
6. menús personalizados en la interfaz

Convierte esta situación en  
una ventaja competitiva



¿Qué es la Analítica Digital?  
¿Para qué medir?



app.gotomeeting.com está compartiendo tu pantalla. Dejar de compartir Ocultar

# Trabaja para todas las parcelas del negocio online



GUIOMETRICS

## La analítica web tiene como objetivo

1. Analizar y entender
2. Conocer y aprender
3. Actuar y mejorar

Es imprescindible alinear la analítica digital con la estrategia de la empresa

**contexto negocio**

**¿para qué quieres la web?**

**contexto web**

**¿qué quieres que haga el usuario en la web?**

# Construye un embudo de conversión

definimos las micro-conversiones para cada fase en base a la **experiencia** y a la **medición**



# Construye un embudo de conversión

EMBUJO DE CONVERSIÓN		
Exploración	Consideración	Oportunidades
<i>Usuarios algo interesados</i>	<i>Usuarios muy interesados</i>	<i>Prospectos: contacta</i>
Ve producto	Interacciona con ficha de producto	Solicita presupuesto rápido
Ve categoría de producto	Descarga catálogo o ficha técnica	Envía formulario
Ve vídeo	Consulta una pregunta frecuente	Envía email Envía Whatsapp Hace llamada

Agrupación de canales predeterminada	Sesiones	% Δ	% Rebote	Exploración	Consideración	Oportunidades	% Δ	% Contacto	% Δ
Organic Search	659	-21.8%	38%	370	44	21	-30.0%	3.19%	-10.5%
Direct	218	1.9%	47%	109	12	3	-57.1%	1.38%	-57.9%
Referral	69	9.5%	19%	73	53	3	200.0%	4.35%	173%
Email	54	54.3%	43%	20	12	1	-66.7%	1.85%	-78.4%
Social	33	37.5%	33%	31	11	3	200.0%	9.09%	118%
Paid Search	30	-76.2%	37%	26	6	1	-85.7%	3.33%	-40.0%
<b>Grand total</b>	<b>1,074</b>	<b>-19.7%</b>	<b>39%</b>	<b>629</b>	<b>138</b>	<b>32</b>	<b>-34.7%</b>	<b>2.98%</b>	<b>-18%</b>

Tómalo como una oportunidad

Aprovecha y haz un buen Proyecto de Medición

Plan de Medición alineado con tu negocio: **datos útiles**

Haz una correcta implementación: **datos de calidad**

Crea un cuadro de mando con Data Studio: **datos accionables**

Usa tus datos para  
aprender y mejorar



# 7 configuraciones imprescindibles

1. Multidominio y exclusión de referencias
2. Filtros y conservación de datos
3. Vinculaciones a otras herramientas Google
4. Definiciones personalizadas y nuevos eventos
5. Crea Audiencias
6. Crea Conversiones
7. Customiza tu interfaz de usuario

# 1- Multidominio y Exclusión de referencias

**Admin**> Propiedad> Flujo de datos> Más ajustes de etiquetado

1. Configurar **multi-dominios**: todas las web con el mismo id de GA4 e incluye el dominio en este apartado
2. Definir tráfico interno: aquí se insertan las IP
3. Especificar referencias no deseadas: **excluir las pasarelas de pago.**

## 2- Filtros y Conservación de datos

**Admin**> Propiedad> Ajustes de datos> Filtros de datos

Crear filtro de datos que excluye el tráfico interno: primero en Pruebas y lo puedes ver como dimensión secundaria en los informes con 'Nombre de filtro de datos de prueba'. Y una vez comprobado que funciona, seleccionar Activo.

**Admin**> Propiedad> Ajustes de datos> Conservación de datos

Ampliar al máximo: 14 meses

## 2- Filtros y Conservación de datos

**Admin**> Propiedad> Ajustes de datos> Filtros de datos

Crear filtro de datos que excluye el tráfico interno: primero en Pruebas y lo puedes ver como dimensión secundaria en los informes con 'Nombre de filtro de datos de prueba'. Y una vez comprobado que funciona, seleccionar Activo.

**Admin**> Propiedad> Ajustes de datos> Conservación de datos

Ampliar al máximo: 14 meses

### 3- Vinculaciones a otras herramientas Google

Admin > Vinculaciones con otros productos

#### VINCULACIONES CON OTROS PRODUCTOS



Vinculaciones con Google Ads



Vinculaciones con Ad Manager



Vinculaciones con BigQuery



Vinculaciones con Display & Video 360



Merchant Center



Vinculaciones con Search Ads 360



Vinculaciones con Search Console

## 4- Definiciones personalizadas y nuevos eventos

1. crea definiciones personalizadas para los eventos de medición mejorada
2. crea nuevos eventos de contacto
3. habilítalos como conversión

Puedes ver más ejemplos en:

[https://www.guioMetrics.com/blog/analitica-digital/ga4-sin-gtm/ga4-cuando-view\\_search\\_results-es-buscador-y-filtros](https://www.guioMetrics.com/blog/analitica-digital/ga4-sin-gtm/ga4-cuando-view_search_results-es-buscador-y-filtros)

## 4- Definiciones personalizadas y nuevos eventos

**Configuración**> Definiciones personalizadas> Crear dimensiones personalizadas

1. crea las definiciones personalizadas para los eventos de medición mejorada:
  - link\_url
  - link\_domain
  - search\_term
  - file\_name
  - page\_location
  - page\_title
  - video\_title
  - video\_percent

## 4- Definiciones personalizadas y nuevos eventos

**Configuración**> Conversiones> Nuevo evento de conversión

3. crea el nuevo evento de conversión contacto\_whatsapp

The screenshot shows the Google Analytics 'New Conversion Event' configuration interface. On the left, a sidebar contains navigation options: 'Eventos', 'Conversiones' (highlighted), 'Audiencias', 'Definiciones personalizadas', and 'DebugView'. The main area has two tabs: 'Eventos de conversión' (active) and 'Configuración de red'. Below the tabs is a table with columns for 'Nombre de la conversión', 'Acciones', '% de cambio', 'Valor', '% de cambio', and 'Marcar como conversión'. A modal dialog is open for creating a new event, with the 'Nombre de evento nuevo' field containing 'contacto\_whatsapp' and a character count of '17 / 40'. 'Cancelar' and 'Guardar' buttons are visible at the bottom right of the modal.

## 4- Audiencias

**Configuración**> Audiencias> Nueva audiencia

Crea audiencias con las audiencias sugeridas

Crea audiencias personalizadas

- con alcance en todas las sesiones, en la misma sesión o en el mismo evento
- **con secuencias** p.e. ve post de GA4 y mira página de contacto
- crea un evento vinculado a la audiencia

## 5- Conversiones

**Conversiones en base a audiencias:** varias condiciones

**Configuración**> Eventos

Marca eventos como conversiones

**Configuración**> Conversiones

Crea nuevos eventos de conversión: alta por nombre, cuando aún no ha habido eventos

## 7- Customiza la interfaz de usuario

Search Console: ve a la Biblioteca y añade el informe a alguna colección para verlo en el menú

Landing Pages: edita el informe predeterminado y añádelas

Convierte  
lo inevitable en  
una ventaja competitiva

GUIOMETRICS  


app.gotomeeting.com está compartiendo tu pantalla. [Dejar de compartir](#) [Ocultar](#)

## CONVERTIMOS DATOS EN SOLUCIONES



<https://www.linkedin.com/in/guiogl/>

[metrics@guiometrics.com](mailto:metrics@guiometrics.com)

[www.guiometrics.com](http://www.guiometrics.com)

+34 984 68 10 18



# guiometrics.gumroad.com

The screenshot shows a web browser window with the address bar displaying "guiometrics.gumroad.com". The page title is "Plantillas Para Medir de Guiometrics". A red arrow points to a search bar containing "www.guiometrics.com" and a "Suscribir" button. Below the navigation bar, there is a product listing for "Dashboard profesional de Google Ads". The product description includes "Pixel de Ads para web de leads en Wordpress con contact 7" and "Fácil, rápido y reusable". The product image shows a dashboard with various charts and tables. Below the product image, there is a "Pack pixel Google Ads para web de leads" section with a "Sin valoraciones" label and a star icon. At the bottom of the product listing, it says "Desarrollado por GUIYFOOD".

GUIOMETRICS

app.gotomeeting.com está compartiendo tu pantalla. Dejar de compartir Ocultar

# CONVERTIMOS DATOS EN SOLUCIONES



<https://www.linkedin.com/in/guiogl/>

[metrics@guiometrics.com](mailto:metrics@guiometrics.com)

[www.guiometrics.com](http://www.guiometrics.com)

+34 984 68 10 18

