



CHECKLIST PARA TRIUNFAR CON GA4

✓ Incluye glosario con los términos más comunes de GA4.

Juan S. Aparicio

TP TUTORPRESS^{.co}



Te enseño a obtener información valiosa de los datos

Mi nombre es Juan Sebastián Aparicio, fundador de Tutopress, plataforma educativa donde enseño a usar la analítica digital para optimizar negocios.

Soy también creador de contenidos para YouTube y ayudo a miles de personas a entender las herramientas de analítica digital más usadas: Google Analytics 4, Google Tag Manager y Looker Studio.

En mi método Analista digital de cero a máster te enseño a:

- Conocer a tu cliente y planear una estrategia de medición.
- Implementar un plan de medición en GA4 usando Google Tag Manager.
- Crear eventos y conversiones.
- Crear reportes que ayudan a optimizar negocios basados en datos.

 [Conoce más de mi método haciendo clic aquí.](#)



CHECKLIST

Estos son los pasos que debes seguir para una correcta configuración y para sacar el máximo provecho a Google Analytics 4.

1. CONFIGURACIÓN INICIAL DE GA4

- Crear una cuenta de Google Analytics (<https://analytics.google.com/>)
- Crear una propiedad GA4 (Elegir zona horaria y moneda correctas)
- Configurar un Data Stream (Web, iOS o Android)
Obtener el ID de medición de GA4 (Ejemplo: G-XXXXXXXXXX)
- Instalar el código de GA4 en el sitio web (manual, plugin o con Google Tag Manager)

2. CONFIGURACIÓN Y PERSONALIZACIÓN

- Habilitar Google Signals (para datos demográficos y remarketing)
- Conectar Google Ads a GA4 (para un mejor seguimiento de campañas)



- Activar la medición mejorada (scroll, clics salientes, descargas de archivos, etc.)
- Definir los eventos clave para el negocio (Ejemplo: leads, compras, formularios)
- Configurar eventos personalizados con Google Tag Manager
- Crear conversiones a partir de eventos importantes (para análisis de embudo)
- Configurar dimensiones y métricas personalizadas (si es necesario)



3. USO DE REPORTE

- Explorar los reportes estándar de GA4 (Adquisición, Interacción, Monetización)
- Identificar las páginas con mayor y menor rendimiento
- Analizar eventos y conversiones clave
Seguir el comportamiento de los usuarios en el sitio
- Evaluar fuentes de tráfico y su impacto en las conversiones



GLOSARIO

CONCEPTOS GENERALES

- **Propiedad GA4:** Espacio dentro de Google Analytics donde se recopilan los datos de un sitio web o aplicación.
- **Flujo de Datos (Data Stream):** Fuente de datos conectada a una propiedad de GA4 (puede ser web, iOS o Android).
- **ID de Medición:** Código único que identifica el flujo de datos en GA4 (ejemplo: G-XXXXXXXXXX).
- **Google Tag Manager (GTM):** Herramienta que facilita la implementación de etiquetas de seguimiento sin modificar el código del sitio web.
- **Eventos:** Interacciones del usuario registradas en GA4, como clics, scrolls, descargas o compras.
- **Conversión:** Evento que se marca como clave para el negocio (ejemplo: completar un formulario, comprar un producto).
- **Dimensiones:** Atributos cualitativos de los datos, como la fuente de tráfico, la ciudad o el dispositivo del usuario.
- **Métricas:** Datos cuantitativos que se pueden medir, como número de usuarios, tasa de conversión o duración de la sesión.



MÉTRICAS FUNDAMENTALES

- **Usuarios:** Número de personas únicas que visitan el sitio web o aplicación.
- **Usuarios Nuevos:** Personas que visitan el sitio web por primera vez (o que no tienen cookies previas registradas).
- **Usuarios Activos:** Usuarios que han interactuado con el sitio web o aplicación en los últimos 28 días.
- **Sesión:** Conjunto de interacciones de un usuario en un periodo de tiempo determinado (hasta 30 min de inactividad).
- **Eventos por Sesión:** Promedio de interacciones registradas por cada sesión de usuario.
- **Duración de Sesión Media:** Tiempo promedio que los usuarios pasan en el sitio antes de salir.
- **Tasa de Interacción:** Porcentaje de sesiones en las que los usuarios han realizado interacciones activas (lo opuesto al rebote).
- **Tasa de Conversión:** Porcentaje de sesiones en las que se completó una conversión clave.
- **Ingresos Totales:** Monto generado por las compras o ingresos de publicidad registrados en GA4.

FUENTES DE TRÁFICO Y ADQUISICIÓN

- **Fuente:** Indica de dónde proviene el tráfico (Ejemplo: "google", "facebook.com", "newsletter").
- **Medio:** Tipo de canal de adquisición (Ejemplo: "organic", "cpc", "referral", "email").



- **Campaña:** Nombre de una campaña publicitaria específica que dirigió tráfico al sitio.
- **Grupo de Canales Predeterminado:** Clasificación automática de fuentes de tráfico en categorías como "Organic Search", "Direct", "Social", "Referral", etc.
- **Parámetros UTM:** Etiquetas agregadas a URLs para rastrear campañas (Ejemplo: utm_source, utm_medium, utm_campaign).
- **Clics en Anuncios (Paid Clicks):** Número de veces que un usuario hace clic en un anuncio antes de visitar el sitio web.

EVENTOS Y CONVERSIONES

- **Evento Automático:** Eventos que GA4 registra sin configuración adicional (Ejemplo: first_visit, page_view, scroll).
- **Evento Recomendado:** Eventos sugeridos por Google para seguimiento avanzado (Ejemplo: purchase, add_to_cart).
- **Evento Personalizado:** Evento configurado manualmente para medir interacciones específicas (Ejemplo: clic en un botón).
- **Parámetros de Evento:** Datos adicionales enviados con un evento para agregar contexto (Ejemplo: categoría de producto en un evento de compra).
- **Conversiones o Eventos Clave:** Eventos marcados como objetivos clave del negocio en GA4.



ECOMMERCE Y MONETIZACIÓN

- **Purchase (Compra):** Evento registrado cuando un usuario completa una compra en un ecommerce.
- **Add to Cart:** Evento registrado cuando un usuario agrega un producto al carrito.
- **Checkout:** Inicio del proceso de pago por parte de un usuario.
- **Revenue (Ingresos):** Total de ingresos generados por compras o anuncios en el sitio web.
- **Item Views:** Número de veces que un producto fue visto en la tienda online.

EXPLORACIÓN Y REPORTE

- **Exploración (Exploration Reports):** Función avanzada en GA4 para crear reportes personalizados con segmentos, filtros y visualizaciones.
- **Segmentos:** Grupos de usuarios que comparten características o comportamientos específicos.
- **Exploración de Ruta (Path Exploration):** Reporte que muestra cómo los usuarios navegan en el sitio web.
- **Embudo de Conversión:** Análisis del proceso que sigue un usuario desde la visita hasta la conversión.
- **Comparaciones:** Herramienta de GA4 para analizar distintos grupos de usuarios dentro de un reporte.



¿QUIERES APRENDER MÁS?

Aprende a medir tus campañas, conoce el ciclo de vida de tus usuarios, envía información dinámica de conversión y automatiza tus reportes con mis cursos

📍 **Método Analista Digital de Cero a Máster (incluye Másterclass de GA4, GTM y Looker Studio + Workshops)** <http://bit.ly/3IOU8q4>

📍 **¿Necesitas ayuda con Google Analytics, Google Tag Manager o Looker Studio?**

Escríbeme a WhatsApp y agendamos una asesoría personalizada 📍 <https://bit.ly/42ZUYXP>

📍 **Únete a la mejor comunidad de analítica digital en español**

Ingresar al grupo de WhatsApp completamente gratis 📍 <https://bit.ly/44I3wK8>