



# Curso de formación de Google Analytics

# Herramientas necesarias

- Acceso a Internet
- Acceso al código HTML de su sitio web
- Conocimientos básicos de HTML

○

- Acceso al webmaster de su empresa

# Índice

Creación de una cuenta de Google Analytics (pág. 4)

Creación de objetivos (pág. 15)

Etiquetado automático (pág. 25)

Habilitación de transacciones de comercio electrónico en su sitio web (pág. 30)

Seguimiento de transacciones en sitios de terceros (pág. 33)

Informes de Google Analytics (pág. 35)

Fuentes de información adicionales (pág. 45)



# Creación de una cuenta de Google Analytics

En esta sección aprenderá a:

- acceder a su cuenta gratuita de Google Analytics,
- configurar su perfil,
- añadir más usuarios a su cuenta,
- añadir el código de seguimiento a su sitio web.

# Creación de una cuenta de Google Analytics

Administración de campañas | **Analytics** | Mi cuenta

Cómo empezar Centro de asistencia de Google

## Mejore su sitio e incremente el rendimiento de la inversión en marketing.

Google desea que pueda atraer más tráfico, por eso le ayuda a convertir a más usuarios en clientes.

Utilice Google Analytics para conocer qué iniciativas de marketing en línea son más rentables y ver cómo los usuarios realmente interactúan con su sitio. Utilice información bien fundamentada para realizar mejoras en el diseño del sitio, dirija un tráfico orientado y aumente sus conversiones y beneficios.

Regístrese ahora mismo; es sencillo y gratuito.



- Crear mi cuenta de Google Analytics gratuita.
- Ya dispongo de una cuenta de Google Analytics. Asóciarla a esta cuenta de AdWords.

### Preguntas frecuentes

- [¿Qué diferencia existe entre el seguimiento de conversiones de AdWords y Google Analytics?](#)
- [¿Qué ventajas aporta Google Analytics a mi cuenta de AdWords?](#)
- [¿Cuánto cuesta Google Analytics?](#)
- [¿Google Analytics afecta a mi sitio web?](#)
- [¿Quién tendrá acceso a los datos de Google Analytics?](#)

[Continuar >](#)

# Creación de una cuenta de Google Analytics

Administración de campañas | Informes | **Analytics** | Mi cuenta

Cómo empezar

### Vinculo a cuenta existente de Google Analytics

Si ya dispone de una cuenta de Google Analytics en <https://www.google.es/analytics/home/>, seleccione una cuenta a continuación. De lo contrario, haga clic en Cancelar y siga las instrucciones para crear una nueva cuenta del programa.

Cuenta existente de Google Analytics:  Cuenta N1

Etiquetado automático de URL de destino:  Asignar automáticamente etiquetas a mi URL de destino con información adicional útil para los informes de análisis. [Más información.](#)

Aplicar información de costes:  Aplicar automáticamente su información de costes de AdWords a todos los perfiles en esta cuenta de Google Analytics para los cálculos de elaboración de informes.

 **Nota:** Para asociar una cuenta a otra de Google Analytics, debe tener derechos de administrador. Si no encuentra la cuenta que está buscando, puede que ésta se haya creado con un nombre de usuario distinto o que ya esté asociada a otra cuenta de Adwords. [Más información.](#)

 Cancelar | **Asociar cuenta >**

# Configuración de su perfil

**💡 Le damos la bienvenida a la nueva versión de Google Analytics.**  
El aspecto de sus nuevos informes se ha rediseñado para que pueda obtener todavía más información acerca del tráfico de su sitio y de sus iniciativas publicitarias.

Google Analytics ofrece ahora nuevas funciones. Consulte las entradas de nuestro blog, lea las preguntas más frecuentes o realice una visita guiada para obtener más información al respecto. Si tiene dificultades para encontrar determinados informes en la nueva interfaz, el Buscador de informes puede serle de utilidad.  
[Preguntas frecuentes](#) | [Realizar una visita guiada](#) | [Más información \(Inglés\)](#) | [Herramienta Buscador de informes](#)

**⚠️ Todavía no se ha validado el seguimiento de su sitio web.: www.susitio.es**  
Haga clic en 'Comprobar estado' para verificar si ha añadido el código correctamente en la página principal de su sitio. Al hacer clic en 'Comprobar estado' también se obtendrán instrucciones para añadir código de seguimiento a su sitio web.

[Comprobar estado](#)

## Ajustes de Google Analytics - www.susitio.es [\(Editar la cuenta de Google Analytics\)](#)

Desde esta página puede administrar los perfiles de su sitio web, crear filtros predefinidos o personalizados, y controlar el acceso a sus informes de Google Analytics.

Perfiles del sitio web					
« Ant. 1 - 1 / 1 Siguiente »			Mostrar <input type="text" value="10"/>	Buscar <input type="text"/>	<input type="button" value="+"/> <input type="button" value="-"/>
Nombre	Informes	Configuración	Suprimir	Estado	
1. www.susitio.es	<a href="#">Ver informes</a>	<a href="#">Editar</a>	Suprimir	Tracking code not verified <a href="#">Comprobar estado</a>	Objetivos de conversión (0)

### [Añadir perfil de sitio web »](#)

Realice el seguimiento de otro sitio web con Analytics.

### [Administrador de acceso »](#)

Número de usuarios: 1

Añada los usuarios a los que desea conceder acceso a sus informes de Google Analytics y a los ajustes de los informes. [Más información.](#)

### [Administrador de filtros »](#)

Número de filtros: 0

Se pueden crear filtros para incluir o excluir ciertas visitas o clics de sus informes, para volver a crear una URL dinámica más significativa en los informes, etc. [Más información.](#)

### Vínculos útiles

- [Novedades de Google Analytics](#)
- [¿Cómo puedo verificar si he introducido el código de seguimiento correctamente en mis páginas?](#)
- [Mis informes no muestran ningún dato.](#)
- [¿Qué es un perfil de sitio web y para qué sirve?](#)
- [¿Cómo puedo realizar el seguimiento de un sitio nuevo?](#)
- [¿Cómo se configuran los perfiles de sitio web?](#)

**URL:** la dirección del sitio web. Ejemplo: <http://www.google.es>

# Configuración de su perfil

Administración de campañas | Informes | Analytics | Mi cuenta

Ajustes de Google Analytics | Ver informes:  Cen

[Ajustes de Google Analytics](#) > Configuración del perfil

### Configuración del perfil: www.susitio.es

Seguimiento desconocido ([Comprobar estado](#))

#### Información del perfil del sitio web principal [Editar](#)

URL del sitio web: www.susitio.es

Página predeterminada:

País o territorio de la zona horaria: Irlanda

Zona horaria: Hora del meridiano de Greenwich (GMT+00:00)

Excluir parámetros de consulta de URL:

Sitio web de comercio electrónico: No

Moneda: Dólares estadounidenses (USD)

Aplicar información de costes: Sí

#### Objetivos de conversión y redireccionamiento [?](#)

Seleccione un máximo de 4 objetivos de conversión para este perfil y defina las páginas de redireccionamiento que conducen hasta cada objetivo.

	Nombre de objetivo	URL	Objetivo activo	Configuración
G1	(No se ha configurado el objetivo).		Desactivar	<a href="#">Editar</a>
G2	(No se ha configurado el objetivo).		Desactivar	<a href="#">Editar</a>
G3	(No se ha configurado el objetivo).		Desactivar	<a href="#">Editar</a>
G4	(No se ha configurado el objetivo).		Desactivar	<a href="#">Editar</a>

#### Filtros aplicados al perfil [?](#) [+ Añadir filtro](#)

Nombre de filtro	Tipo de filtro	Configuración	Eliminar
<b>0 filtros.</b> Los filtros pueden crearse para excluir visitas de sitios/clics de informes, incluir sólo las visitas/clics que coincidan, o bien para volver a crear una URL dinámica más significativa para los informes. <a href="#">Más información.</a>			

#### Usuarios con acceso al perfil [?](#) [+ Añadir usuario](#)

Dirección de correo electrónico del usuario	Nombre completo	Tipo de usuario	Configuración	Eliminar
---	-----------------	-----------------	---------------	----------



**URL:** la dirección del sitio web. Ejemplo: http://www.google.es

# Configuración de su perfil

Administración de campañas | Informes | **Analytics** | Mi cuenta

Ajustes de Google Analytics | Ver informes:

[Ajustes de Google Analytics](#) > [Configuración del perfil](#) > **Editar información del perfil**

### Editar información del perfil

Nombre de perfil:	<input type="text" value="www.susito.es"/>
URL del sitio web:	<input type="text" value="www.susito.es"/> (por ej. , http://www.misitio.es/)
Página predeterminada [?]:	<input type="text"/> (por ej. , indice.html) 
País o territorio de la zona horaria:	<input type="text" value="Irlanda"/>
Zona horaria:	<input type="text" value="Hora del meridiano de Greenwich (GMT+00:00)"/>
Excluir parámetros de consulta de URL:	<input type="text"/> (p. ej. , sid, sessionid, vid, etc...)
Sitio web de comercio electrónico:	<input type="radio"/> Sí <input checked="" type="radio"/> No 
Moneda:	<input type="text" value="Dólares estadounidenses (USD)"/> <input type="text" value="Decimales"/> <input type="text" value="2"/>
	<input checked="" type="radio"/> Mostrar símbolo de moneda <b>antes</b> de la cantidad <input type="radio"/> Mostrar símbolo de moneda <b>detrás</b> de la cantidad
Aplicar información de costes:	<input checked="" type="checkbox"/>

**URL:** la dirección del sitio web. Ejemplo: <http://www.google.es>

# Concesión de acceso a otros usuarios

Usuarios con acceso al perfil <a href="#">?</a>				
Dirección de correo electrónico del usuario	Nombre completo	Tipo de usuario	Configuración	Eliminar
1.		Administrador	<a href="#">Editar</a>	<a href="#">Eliminar</a>

Por favor, tenga en cuenta que los administradores de cuentas tienen acceso a **todos** los informes y perfiles de su cuenta. Para eliminar el acceso de un administrador de cuentas, debe suprimir al usuario en Administrador de acceso.

[Administrador de acceso »](#)

Número de usuarios: 1

Añada los usuarios a los que desea conceder acceso a sus informes de Google Analytics y a los ajustes de los informes.

[Más información.](#)

# Concesión de acceso a otros usuarios

Administración de campañas | Informes | **Analytics** | Mi cuenta

Ajustes de Google Analytics | Ver informes: Haga clic para seleccionar el perfil del sitio web. ▼

Ajustes de Google Analytics > Administrador de acceso > **Crear un usuario nuevo para el acceso**

### Crear un usuario nuevo para el acceso

Introduzca la información de usuario a continuación para concederle acceso a informes y a la configuración de los mismos; de forma opcional, puede otorgarle privilegios de administrador de cuentas.

**Introduzca la información de usuario**

Dirección de correo electrónico:  (Debe ser una cuenta de Google. [Más información.](#))

Apellidos:

Nombre:

Tipo de acceso:  ▼ 

**Permitir acceso a**

Perfiles del sitio web disponibles

www.susitio.es

Perfiles del sitio web seleccionados



 Por favor, tenga en cuenta que los administradores de cuentas tienen acceso a **todos** los informes y perfiles de su cuenta.

 Por favor, tenga en cuenta que este usuario sólo tendrá acceso a la sección de los análisis de esta cuenta y debe acceder desde la dirección [www.google.com/analytics/es-ES/](http://www.google.com/analytics/es-ES/). [Más información.](#)



# Adición del código de seguimiento a su sitio web

## Ajustes de Google Analytics - www.susitio.es [\(Editar la cuenta de Google Analytics\)](#)

Desde esta página puede administrar los perfiles de su sitio web, crear filtros predefinidos o personalizados, y controlar el acceso a sus informes de Google Analytics.

Perfiles del sitio web					
<< Ant. 1 - 1 / 1 Siguiente >>			Mostrar 10	Buscar	 
Nombre	Informes	Configuración	Suprimir	Estado	
1. www.susitio.es	<a href="#">Ver informes</a>	<a href="#">Editar</a>	Suprimir	<b>Tracking code not verified</b> <a href="#">Comprobar estado</a> Objetivos de conversión (0)	

### [Añadir perfil de sitio web »](#)

Realice el seguimiento de otro sitio web con Analytics.

### [Administrador de acceso »](#)

Número de usuarios: 1

Añada los usuarios a los que desea conceder acceso a sus informes de Google Analytics y a los ajustes de los informes. [Más información.](#)

### [Administrador de filtros »](#)

Número de filtros: 0

Se pueden crear filtros para incluir o excluir ciertas visitas o clics de sus informes, para volver a crear una URL dinámica más significativa en los informes, etc. [Más información.](#)

# Adición del código de seguimiento a su sitio web

```
</div></div>
<!-- End #sidebar -->

</div>
<!-- End #content -->

<script src="http://www.google-analytics.com/urchin.js" type="text/javascript">
</script>
<script type="text/javascript">
_uacct = "UA-243697-1";
urchinTracker();
</script>

</body>
</html>
```



## Creación de objetivos y redireccionamientos

En esta sección aprenderá a:

- definir objetivos,
- identificar los objetivos que debería utilizar,
- configurar un objetivo,
- comprender la configuración avanzada de objetivos.

# Introducción a los objetivos

**Objetivo:** una página a la que accede un usuario cuando ha completado una acción determinada.

Usted define los objetivos en función del propósito de su sitio web y las acciones que desea que realicen los usuarios. Si un usuario que visita su web alcanza una página objetivo, realiza una **conversión**.

*Ejemplos de objetivos habituales:*

- una página de recibo de un donativo,
- una confirmación de suscripción a un boletín informativo,
- cualquier otra página a la que desee conducir a los usuarios que visitan su sitio.

**Objetivo:** una página de su sitio a la que accede un usuario cuando ha completado la acción que usted desea. Ejemplo: una página de 'gracias por su donativo'.

**Conversión:** se considera conversión un objetivo alcanzado.

# Puntos de acceso y abandono de los usuarios en el camino al objetivo

Informe de visualización de redireccionamiento



**Redireccionamiento:** el conjunto de páginas a la que accede un usuario en su recorrido hacia la página objetivo.

**Punto de abandono:** el último lugar de su sitio que el usuario ha visitado antes de salir de su sitio.

**Página de acceso:** el lugar por el que acceden los usuarios a su sitio. No siempre es la página principal.

# Ventajas de los objetivos

- Conozca cuántos usuarios acceden a una página.
- Conozca en qué punto abandonan los usuarios el camino hacia el objetivo.
- Utilice esta información para mejorar el contenido y el diseño del sitio web.
- Los objetivos le permiten tomar decisiones más inteligentes acerca de sus estrategias de marketing ya que le ofrecen información sobre:
  - las campañas de marketing o fuentes de tráfico que han logrado convertir a más usuarios,
  - la ubicación geográfica de los usuarios que han realizado una conversión,
  - las palabras clave que conducen a la conversión del objetivo.

**Fuente de tráfico:** la fuente que envía usuarios a su sitio. Puede tratarse de un motor de búsqueda, un vínculo de otro sitio, un anuncio, etc.

# Instrucciones para configurar objetivos

Administración de campañas | Informes | **Analytics** | [Ayuda](#)

Ajustes de Google Analytics | Ver informes: Haga clic para seleccionar el perfil del sitio web.

Centro

## Ajustes de Google Analytics - www.susitio.es [\(Editar la cuenta de Google Analytics\)](#)

Desde esta página puede administrar los perfiles de su sitio web, crear filtros predefinidos o personalizados, y controlar el acceso a sus informes de Google Analytics.

Perfiles del sitio web				
<< Ant. 1 - 1 / 1 Siguiente >>		Mostrar <input type="text" value="10"/>	Buscar <input type="text"/>	<input type="button" value="+"/> <input type="button" value="-"/>
Nombre	Informes	Configuración	Suprimir	Estado
1. www.susitio.es	<a href="#">Ver informes</a>	<a href="#">Editar</a>	Suprimir	<b>Tracking code not verified</b> <a href="#">Comprobar estado</a> Objetivos de conversión (0)

### [Añadir perfil de sitio web >](#)

Realice el seguimiento de otro sitio web con Analytics.

### [Administrador de acceso >](#)

Número de usuarios: 1

Añada los usuarios a los que desea conceder acceso a sus informes de Google Analytics y a los ajustes de los informes. [Más información.](#)

### [Administrador de filtros >](#)

Número de filtros: 0

Se pueden crear filtros para incluir o excluir ciertas visitas o clics de sus informes, para volver a crear una URL dinámica más significativa en los informes, etc. [Más información.](#)

# Instrucciones para configurar objetivos

Objetivos de conversión y redireccionamiento <a href="#">?</a>			
Seleccione un máximo de 4 objetivos de conversión para este perfil y defina las páginas de redireccionamiento que conducen hasta cada objetivo.			
Nombre de objetivo	URL	Objetivo activo	Configuración
G1	(No se ha configurado el objetivo).	Desactivar	<a href="#">Editar</a>
G2	(No se ha configurado el objetivo).	Desactivar	<a href="#">Editar</a>
G3	(No se ha configurado el objetivo).	Desactivar	<a href="#">Editar</a>
G4	(No se ha configurado el objetivo).	Desactivar	<a href="#">Editar</a>



# Configuración de objetivos: información sobre los objetivos

Administración de campañas | Informes | **Analytics** | Mi cuenta

Ajustes de Google Analytics | Ver informes:  ▼

[Ajustes de Google Analytics](#) > [Configuración del perfil](#) > **Configuración de objetivos**

## Configuración de objetivos: G1

### Especificar información sobre el objetivo

URL del objetivo:  (p. ej., http://www.misitio.com/gracias.html) ←

Nombre de objetivo:  El nombre del objetivo se mostrará en los informes de conversiones.

Objetivo activo:  Act ←

# Configuración de objetivos: definición del redireccionamiento (ruta al objetivo)

## Definir redireccionamiento (opcional)

Un redireccionamiento es una serie de páginas que conducen a la URL del objetivo. Por ejemplo, puede definir como "redireccionamiento" los pasos de verificación que llevan a una compra completa. En este ejemplo, normalmente el redireccionamiento no incluirá páginas de productos individuales, sino que sólo consistirá en aquellas páginas finales comunes a todas las transacciones.



El informe de Navegación de redireccionamiento definido le mostrará su eficacia en términos de retención de usuarios en el proceso de conversión.

	URL	Nombre	
Paso 1	<input type="text" value="http://www.susitio.es"/>	<input type="text" value="Página principal"/>	<input type="checkbox"/> Paso obligatorio
Paso 2	<input type="text" value="http://www.susitio.es/donativos"/>	<input type="text" value="Página de donativos"/>	
Paso 3	<input type="text" value="http://www.susitio.es/donativos/carrito"/>	<input type="text" value="Página de agradecimiento"/>	
Paso 4	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Paso 5	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Paso 6	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Paso 7	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Paso 8	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Paso 9	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Paso 10	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Objetivo (véase la información anterior)	<input type="text" value="http://www.susitio.es/graciasporeldonativo"/>	<input type="text" value="Confirmación de donativo"/>	

**Transacción:** cada una de las conversiones que se han llevado a cabo en su página de objetivos. Ejemplo: un usuario puede realizar cuatro donativos en su sitio de una sola vez, pero sólo cuentan como una conversión porque sólo se accede a la página en cuestión una vez. Sin embargo, se considerarán cuatro transacciones distintas.

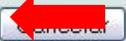
# Configuración adicional

**Configuración adicional**

Distinción entre mayúsculas y minúsculas  **Ejemplo index.htm frente a Index.htm**  
Las URL introducidas anteriormente deben coincidir exactamente con las mayúsculas o minúsculas de las URL visitadas.

Tipo de concordancia Concordancia principal  

Valor del objetivo  

**Guardar cambios**  

**URL dinámicas:** una dirección URL que resulta de la búsqueda de un sitio web regido por bases de datos o la URL de un sitio web que publica una secuencia de comandos.

**Tipos de concordancia:** Encontrará las definiciones de los tres tipos de concordancia en el Centro de Asistencia.

# Funciones avanzadas de objetivos

- Configure los pasos del redireccionamiento en los que la URL no cambia.
- En un único paso de la ruta al objetivo (redireccionamiento), recopile datos sobre un conjunto de páginas. Por ejemplo:
  1. página principal,
  2. página de camisas, página de pantalones o página de sombreros,
  3. página de formalización de compra,
  4. objetivo: página de 'gracias por su compra'.

Recuerde que puede definir:

- 4 objetivos por perfil
- 10 pasos por objetivo

**Flash:** software de diseño web que permite crear animaciones web para posteriormente publicarlas en su sitio.



## Etiquetado automático

En esta sección aprenderá a:

- Implementar el etiquetado automático en su cuenta de Google Analytics

# Etiquetado automático

Administración de campañas | Informes | **Analytics** | Mi cuenta 

Ajustes de Google Analytics | [Ver informes](#) | Haga clic para seleccionar el perfil del sitio web.

Centro

## Ajustes de Google Analytics - www.susitio.es [\(Editar la cuenta de Google Analytics\)](#)

Desde esta página puede administrar los perfiles de su sitio web, crear filtros predefinidos o personalizados, y controlar el acceso a sus informes de Google Analytics.

Perfiles del sitio web					
<< Ant. 1 - 1 / 1 Siguiente >>		Mostrar <input type="text" value="10"/>		Buscar <input type="text"/>	
Nombre	Informes	Configuración	Suprimir	Estado	
1. www.susitio.es	<a href="#">Ver informes</a>	<a href="#">Editar</a>	Suprimir	<b>Tracking code not verified</b> <a href="#">Comprobar estado</a> Objetivos de conversión (0)	

### [Añadir perfil de sitio web »](#)

Realice el seguimiento de otro sitio web con Analytics.

### [Administrador de acceso »](#)

Número de usuarios: 1

Añada los usuarios a los que desea conceder acceso a sus informes de Google Analytics y a los ajustes de los informes. [Más información.](#)

### [Administrador de filtros »](#)

Número de filtros: 0

Se pueden crear filtros para incluir o excluir ciertas visitas o clics de sus informes, para volver a crear una URL dinámica más significativa en los informes, etc. [Más información.](#)

**Etiquetado automático:** una opción de su cuenta de AdWords asociada que le permite “activar” el etiquetado de todas las palabras clave de su cuenta de manera que Google Analytics pueda informar sobre su rendimiento. Esto le permite ahorrar tiempo y le evita tener que “activar” manualmente cada una de las palabras clave.

# Etiquetado automático

Administración de campañas

Informes

Analytics

Mi cuenta

[Resumen de facturación](#) | [Preferencias de facturación](#) | [Acceso](#) | [Preferencias de la cuenta](#)

## Preferencias de la cuenta

### Información de acceso - [editar en Cuentas de Google](#)

»

Dirección de correo electrónico:

Contraseña: \*\*\*\*\*

[Sustituir la información de acceso por los datos de otra cuenta de Google](#)

### Preferencias de notificación - [editar](#)

Correo electrónico:

► [Métodos y temas de notificación \(online, correo electrónico, móvil\)](#)

### Preferencias de idioma - [editar](#)

Idioma de visualización: Español

### Nivel de acceso

Acceso administrativo [?](#) [¿Qué debo hacer para cambiar el nivel de acceso?](#)

### Zona horaria

(GMT+00:00) Dublín

### ID de PharmacyChecker - [editar](#)

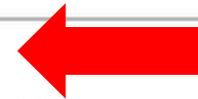
Número de identificación de PharmacyChecker: Sin ID

### Seguimiento - [editar](#)

Etiquetado automático: Sí

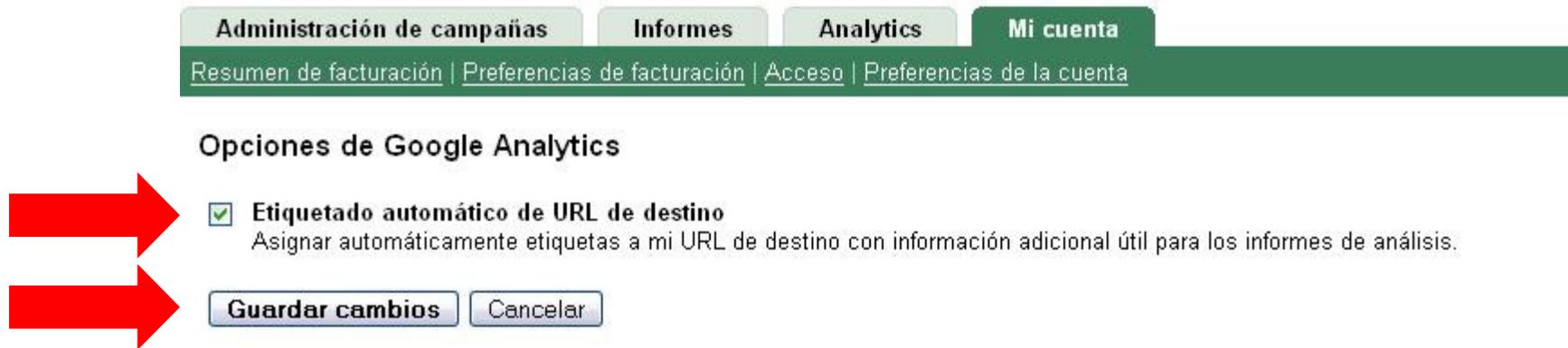
### Términos y condiciones de AdWords de Google

Lea el [documento imprimible](#). (Se abre en una ventana nueva.)



**Etiquetado automático:** una opción de su cuenta de AdWords asociada que le permite “activar” el etiquetado de todas las palabras clave de su cuenta de manera que Google Analytics pueda informar sobre su rendimiento. Esto le permite ahorrar tiempo y le evita tener que “activar” manualmente cada una de las palabras clave.

# Etiquetado automático



The screenshot shows the Google Analytics account settings interface. At the top, there are four tabs: 'Administración de campañas', 'Informes', 'Analytics', and 'Mi cuenta'. Below the tabs is a dark green navigation bar with links: 'Resumen de facturación', 'Preferencias de facturación', 'Acceso', and 'Preferencias de la cuenta'. The main heading is 'Opciones de Google Analytics'. A red arrow points to the 'Etiquetado automático de URL de destino' option, which is checked. Below it is the description: 'Asignar automáticamente etiquetas a mi URL de destino con información adicional útil para los informes de análisis.' Another red arrow points to the 'Guardar cambios' button.

**Administración de campañas** | **Informes** | **Analytics** | **Mi cuenta**

[Resumen de facturación](#) | [Preferencias de facturación](#) | [Acceso](#) | [Preferencias de la cuenta](#)

### Opciones de Google Analytics

**Etiquetado automático de URL de destino**  
Asignar automáticamente etiquetas a mi URL de destino con información adicional útil para los informes de análisis.

**Guardar cambios** | Cancelar

**Etiquetado automático:** una opción de su cuenta de AdWords asociada que le permite “activar” el etiquetado de todas las palabras clave de su cuenta de manera que Google Analytics pueda informar sobre su rendimiento. Esto le permite ahorrar tiempo y le evita tener que “activar” manualmente cada una de las palabras clave.

# Etiquetado automático

Administración de campañas

Informes

Analytics

Mi cuenta

[Resumen de facturación](#) | [Preferencias de facturación](#) | [Acceso](#) | [Preferencias de la cuenta](#)

## Preferencias de la cuenta

### Información de acceso - [editar en Cuentas de Google](#) »

Dirección de correo electrónico:

Contraseña: \*\*\*\*\*

[Sustituir la información de acceso por los datos de otra cuenta de Google](#)

### Preferencias de notificación - [editar](#)

Correo electrónico:

► [Métodos y temas de notificación \(online, correo electrónico, móvil\)](#)

### Preferencias de idioma - [editar](#)

Idioma de visualización: Español

### Nivel de acceso

Acceso administrativo [?](#) [¿Qué debo hacer para cambiar el nivel de acceso?](#)

### Zona horaria

(GMT+00:00) Dublín

### ID de PharmacyChecker - [editar](#)

Número de identificación de PharmacyChecker: Sin ID

### Seguimiento - [editar](#)

Etiquetado automático: Sí

### Términos y condiciones de AdWords de Google

Lea el [documento imprimible](#). (Se abre en una ventana nueva.)

**Etiquetado automático:** una opción de su cuenta de AdWords asociada que le permite “activar” el etiquetado de todas las palabras clave de su cuenta de manera que Google Analytics pueda informar sobre su rendimiento. Esto le permite ahorrar tiempo y le evita tener que “activar” manualmente cada una de las palabras clave.



## Habilitación de transacciones de comercio electrónico en su sitio web

En esta sección aprenderá a:

- Activar el seguimiento de las transacciones de comercio electrónico que se registran en su sitio web

# Habilitación del seguimiento de las transacciones de comercio electrónico

Administración de campañas | Informes | **Analytics** | Mi cuenta

Ajustes de Google Analytics | Ver informes:  ▼

[Ajustes de Google Analytics](#) > [Configuración del perfil](#) > **Editar información del perfil**

## Editar información del perfil

Nombre de perfil:

URL del sitio web:  (por ej. , http://www.misitio.es/)

Página predeterminada [?]:  (por ej. , indice.html)

País o territorio de la zona horaria: Irlanda

Zona horaria: Hora del meridiano de Greenwich (GMT+00:00)

Excluir parámetros de consulta de URL:  (p. ej. , sid, sessionid, vid, etc...)

Sitio web de comercio electrónico:  Sí  No 

Moneda:  ▼ Decimales  ▼

Mostrar símbolo de moneda **antes** de la cantidad

Mostrar símbolo de moneda **detrás** de la cantidad

Aplicar información de costes:

**Comercio electrónico:** compras por Internet.

**Cookie:** fragmento de información que se asocia al usuario durante la visita a su página, de manera que se pueda registrar el momento en el que regresa a la misma y Google Analytics puede incluir la información en sus informes.

## Habilitación del seguimiento de las transacciones de comercio electrónico

```
</div>
<!-- End #content -->

<body onLoad="javascript:__utmSetTrans()">
<form style="display:none;" name="utmform"> <input type="text" id="utmtrans" value="UTM:T|[order-id]|[affiliation]|[total]|[tax]| [shipping]|[city]|[state]|[country] DUTM:I|[order-id]" />
</form>

<script src="http://www.google-analytics.com/urchin.js" type="text/javascript">
</script>
<script type="text/javascript">
_uacct = "UA-243697-1";
urchinTracker();
</script>
```

**Comercio electrónico:** compras por Internet

**Cookie:** fragmento de información que se asocia al usuario durante la visita a su página, de manera que se pueda registrar el momento en que regresa a la misma y Google Analytics puede incluir la información en sus informes.

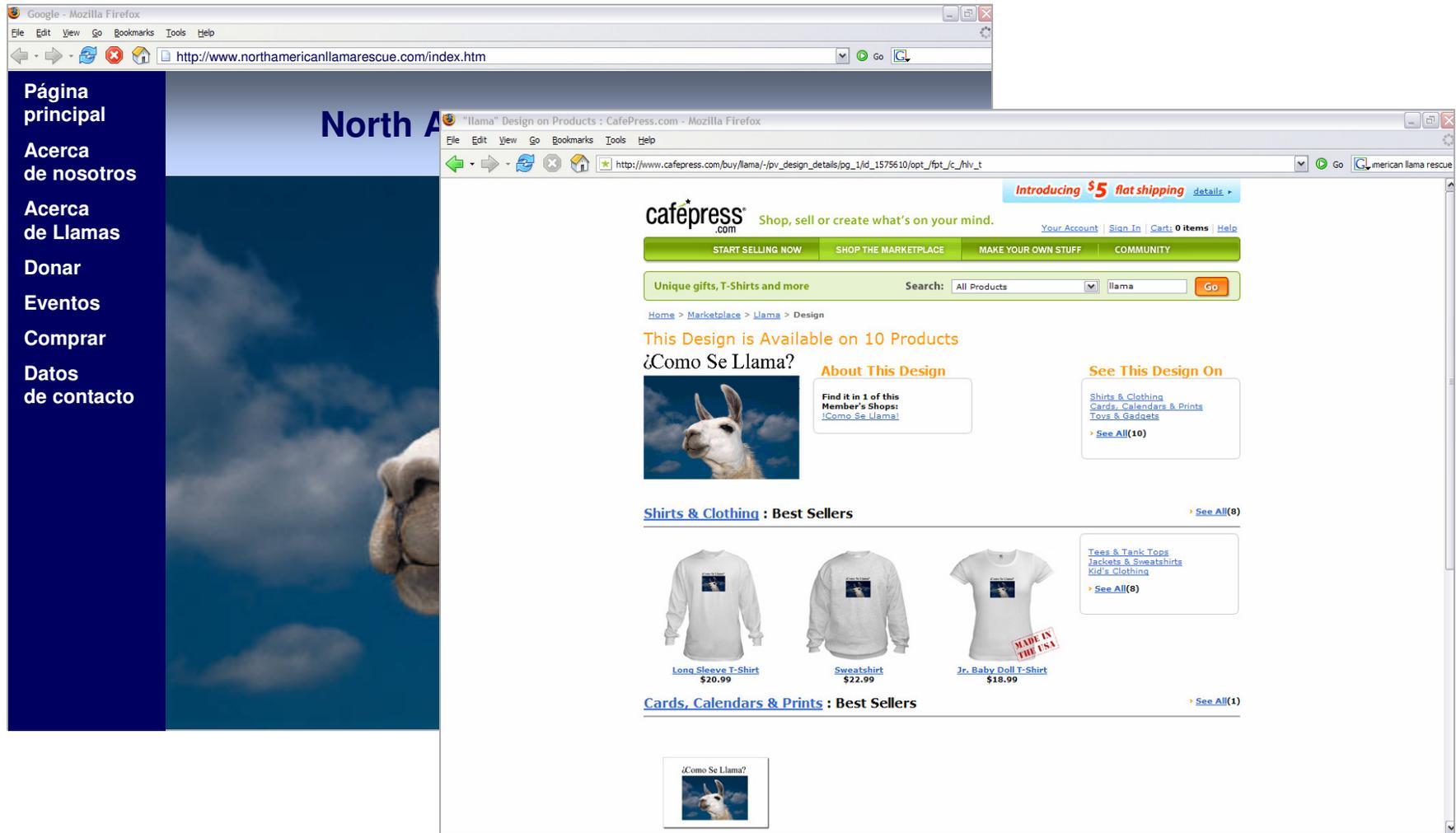


## Seguimiento de transacciones en sitios de terceros

En esta sección aprenderá a:

- Habilitar el seguimiento de sitios de terceros

# Seguimiento de transacciones en sitios de terceros



**Carrito de la compra de un tercero:** sitio web de otro proveedor que aloja su actividad de venta por Internet.

Ejemplo: CafePress puede ser el carrito de la compra de un tercero para North American Llama Rescue.



## Informes de Google Analytics

En esta sección aprenderá a:

- establecer intervalos de fechas en Google Analytics,
- generar un informe de usuarios (Sección 1),
- generar un informe sobre el origen del tráfico (Sección 1),
- generar un informe de conversión de los orígenes (Secciones 2 a 7).

# Herramientas de informes

Visión general »

## Todas las fuentes de tráfico

01/08/2007 - 31/08/2007

Exportar  Correo electrónico  Añadir al panel



Todas las fuentes de tráfico han enviado 709 visitas a través de 26 orígenes y medios.

Mostrar: Medio de origen

Exportar

Correo electrónico

Añadir a su panel

Vistas:

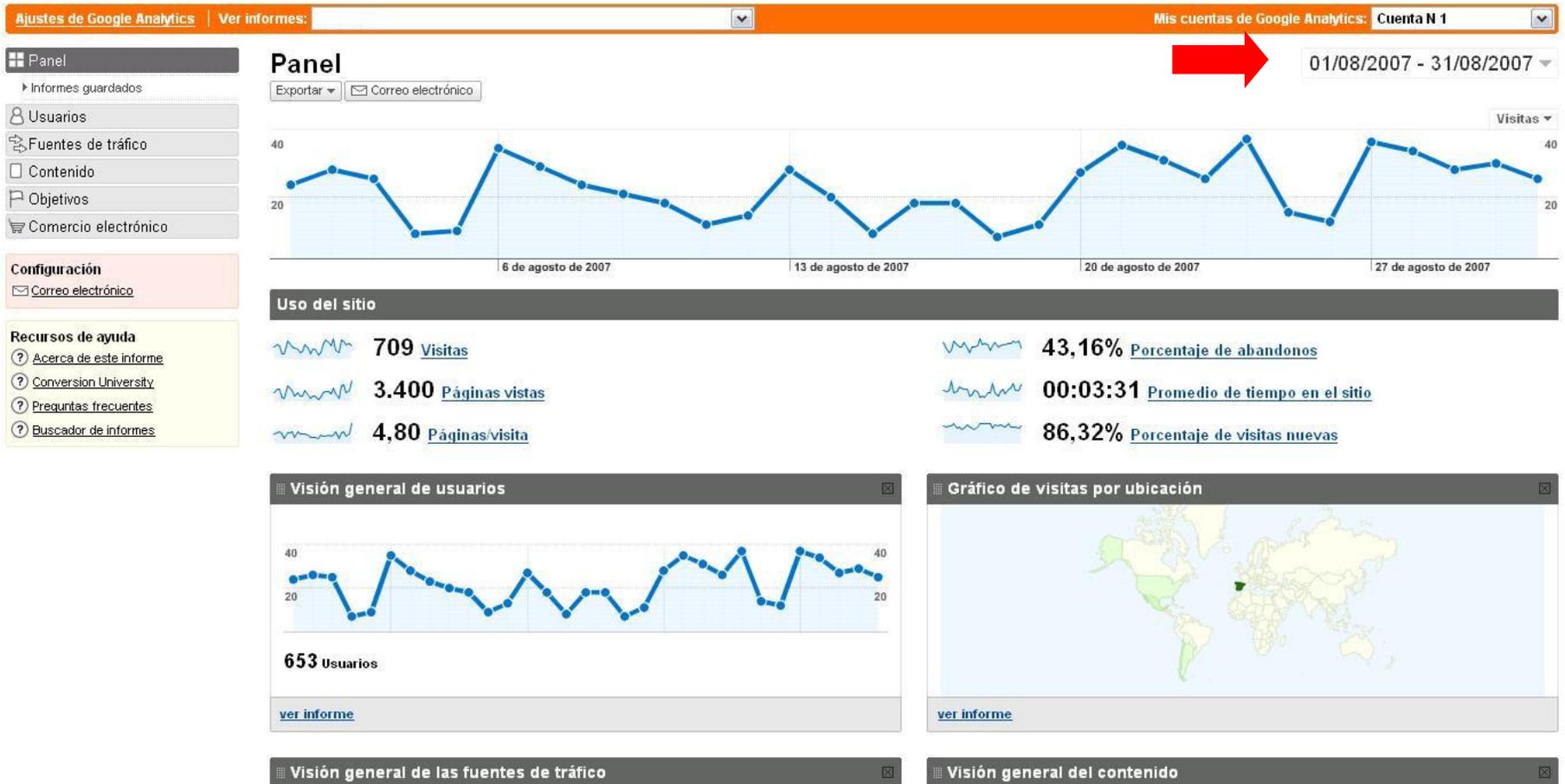
Vista de cuadrícula

Vista de gráfico circular

Vista de gráfico de barras

Vista de gráfico comparativo

# Visualización de informes



**Intervalo de fechas:** las fechas de inicio y finalización del período de tiempo de sus informes.

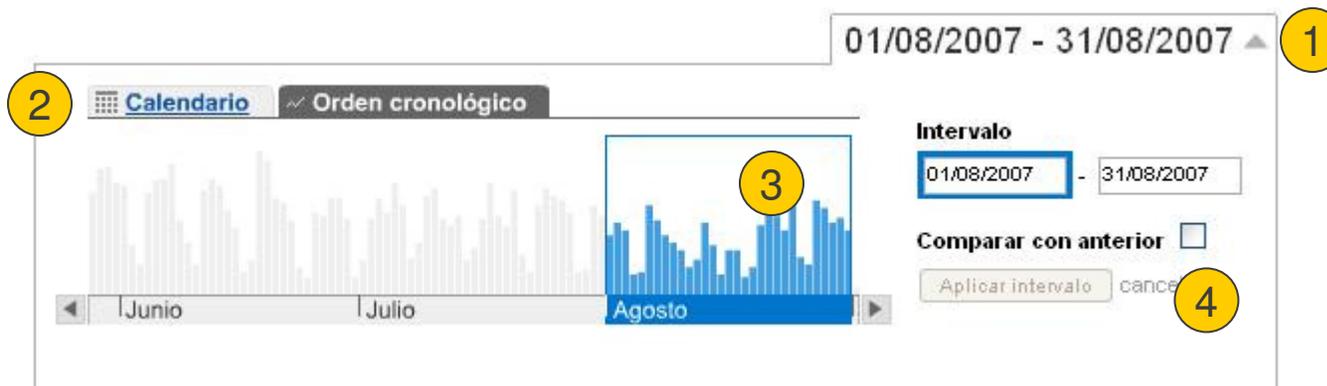
# Visualización de informes: calendario

- Para establecer el intervalo de fechas, haga clic en la flecha situada junto a la fecha. Se desplegará una ventana de calendario.
- Seleccione la pestaña “Calendario”.
- En el calendario, haga clic en la fecha de inicio primero, y en la fecha de finalización después. A continuación, haga clic en “Aplicar intervalo”.

The screenshot shows a date range selection interface. At the top right, the date range "01/08/2007 - 31/08/2007" is displayed with a small upward-pointing arrow and a yellow circle containing the number "1". Below this, the "Calendario" tab is selected, and the "Orden cronológico" option is active. The calendar displays three months: Julio, Agosto, and Septiembre. The dates from August 1st to August 31st are highlighted in blue. A yellow circle containing the number "2" is positioned over the left navigation arrow. A yellow circle containing the number "3" is positioned over the date "20" in the August calendar. To the right of the calendar, the "Intervalo" section contains two input fields: the first contains "01/08/2007" and the second contains "31/08/2007". Below this, there is a checkbox labeled "Comparar con anterior" which is currently unchecked. At the bottom right, there is a button labeled "Aplicar intervalo" and a "cancel" link. A yellow circle containing the number "4" is positioned over the "Aplicar intervalo" button.

# Visualización de informes: orden cronológico

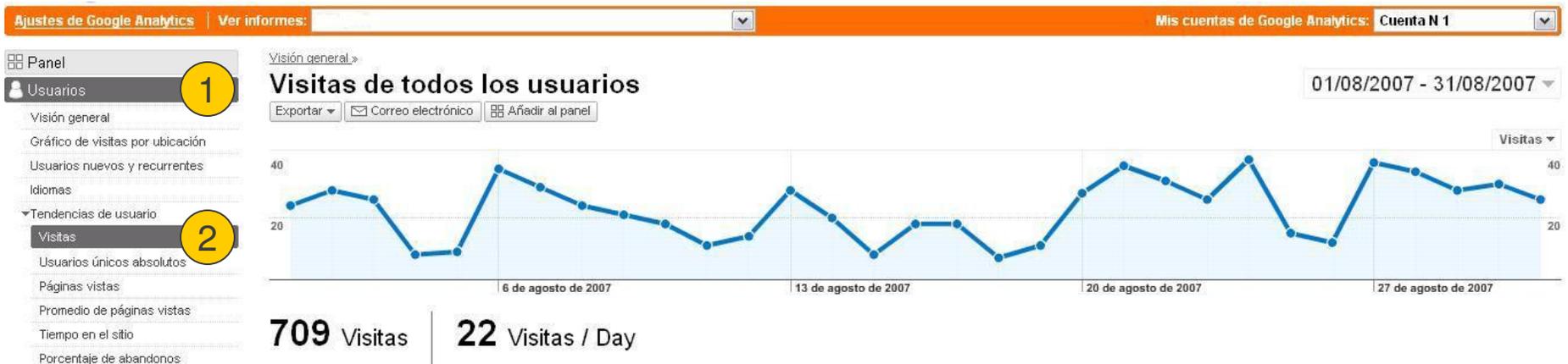
- Para establecer el orden cronológico, haga clic en la flecha situada junto a la fecha. Se desplegará una ventana.
- Seleccione la pestaña “Orden cronológico”.
- En el gráfico del orden cronológico, arrastre la ventana para seleccionar el área que define el rango de tiempo para la que desea ver informes.
- Haga clic en “Aplicar intervalo”.



# Visualización del informe “Usuarios”

Utilice la barra de navegación lateral para:

- visualizar páginas por día, valores promedios y totales correspondientes al intervalo de fechas elegido,
- exportar el informe a formato .txt, .xml y .exl o imprimirlo.



**Visitas:** usuarios únicos que visitan su sitio web.

# Visualización del informe de Fuentes de tráfico

Utilice la barra de navegación lateral para:

Ver las fuentes de tráfico a su página, los de mayor rendimiento y la ubicación de origen



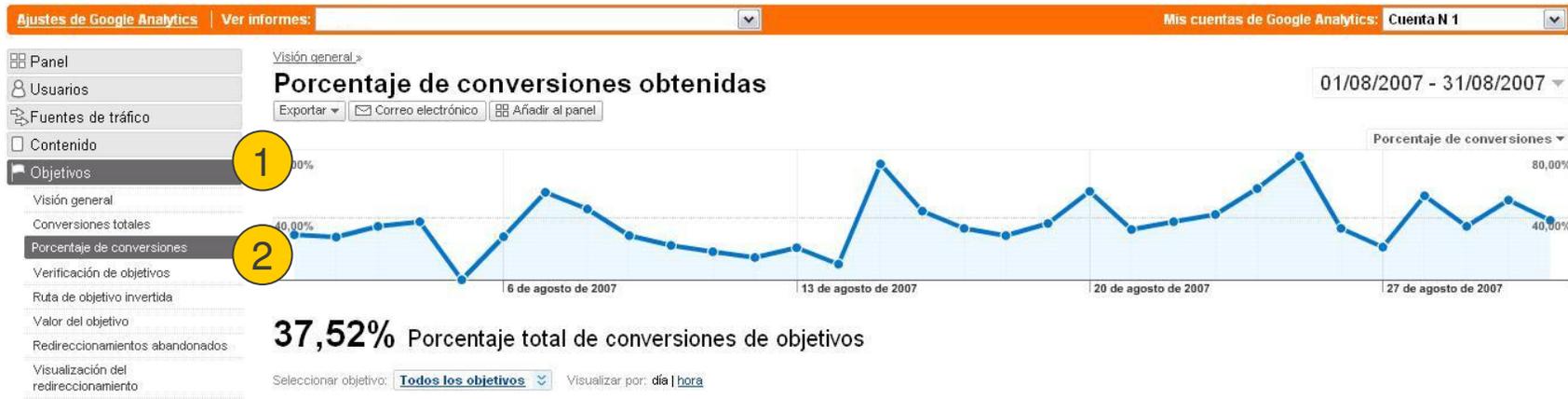
**Fuente:** origen de una referencia. Son ejemplos de fuentes el motor de búsqueda de Google, el nombre de un boletín o el nombre de un sitio web de referencia.

**(directa)(ninguna):** esto significa que alguien ha escrito la URL de su sitio directamente en su navegador.

# Visualización del informe de conversiones

Utilice la barra de navegación lateral para:

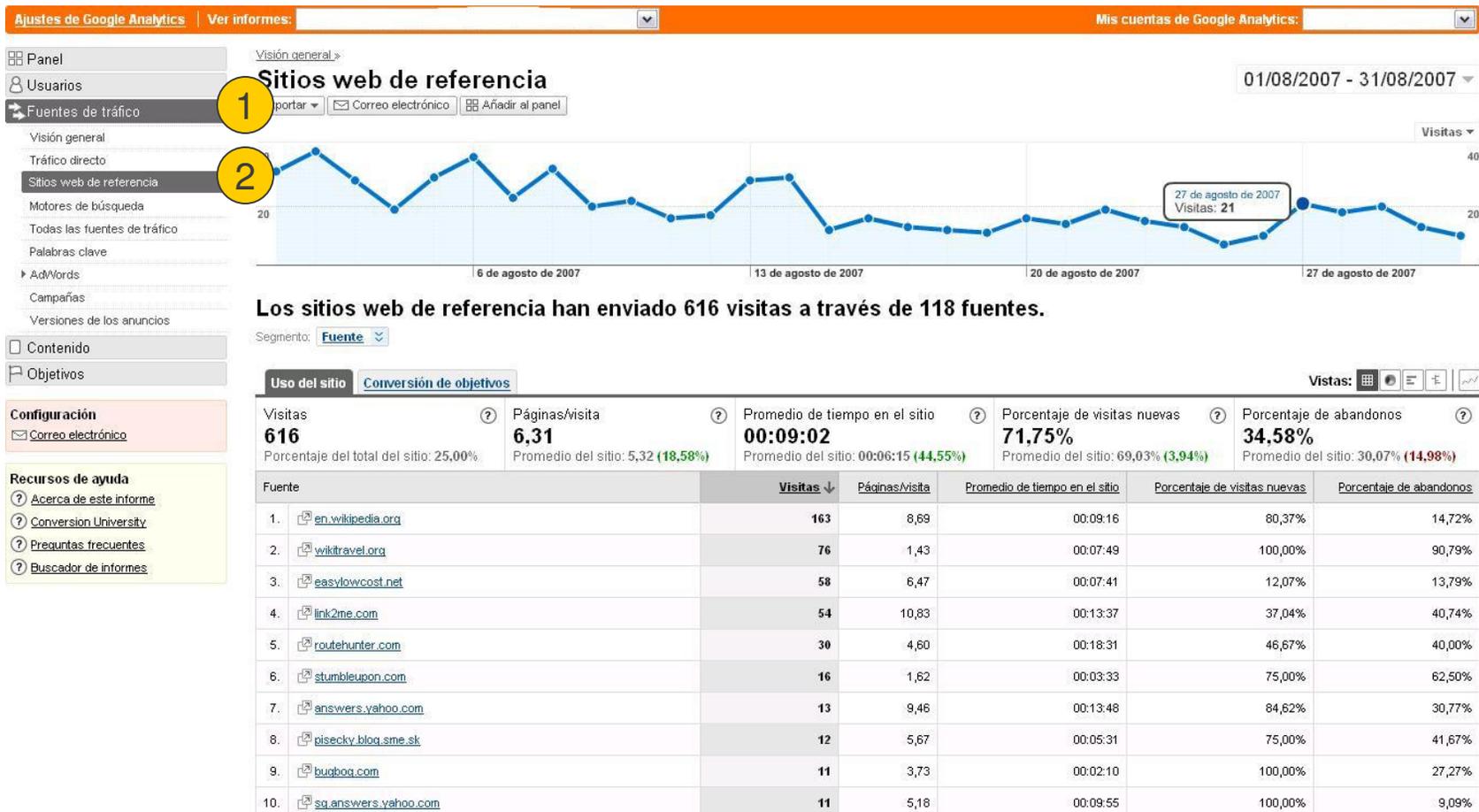
- Obtener el porcentaje de conversiones,
- Obtener los objetivos que obtienen mejores resultados.



# Informe de sitios web de referencia

Utilice la barra de navegación lateral para:

- Visualizar los sitios web de referencia que le envían más tráfico



# Resumen y pasos siguientes



Sofisticado pero fácil de utilizar  
Funciones de nivel empresarial al alcance de cualquiera que desee mejorar su estrategia de marketing y el diseño de su sitio web.

## Integrado con AdWords

Proporciona automáticamente indicadores de rendimiento del retorno de la inversión de AdWords sin necesidad de importar datos de costes o de añadir información de seguimiento a las palabras clave.

## Gratuito

Google Analytics nos brinda la oportunidad de invertir en nuestros anunciantes y en cualquier otro usuario que desee crear contenido de calidad en la web.

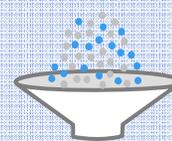
## Pasos siguientes:

**Regístrese**

Regístrese en Google Analytics.



Inserte el código de seguimiento de Google Analytics en su sitio.



Configure los objetivos del sitio en Google Analytics.

Product/keyword	Items	Trans	Revenue
Google Tee	142	128	\$1,491.00
google t-shirt	8	8	\$84.00
google merchandise	3	3	\$32.50
google logo	8	4	\$84.00
google clothes	7	4	\$72.50
google clothing	3	3	\$31.50
google t-shirt	4	3	\$43.00
'google store'	2	2	\$21.00
camiseta google	2	2	\$21.00

Consulte los informes.



# Fuentes adicionales

Fuente	Objetivo
Centro de Asistencia de AdWords de Google: <a href="http://adwords.google.com/support">http://adwords.google.com/support</a>	Instrucciones y solución de problemas para la cuenta de AdWords asociada a Google Analytics
Centro de Asistencia de Google Analytics: <a href="http://www.google.com/support/analytics">http://www.google.com/support/analytics</a>	Preguntas específicas sobre Google Analytics
Blog de Google Analytics: <a href="http://Analytics.blogspot.com/">http://Analytics.blogspot.com/</a>	Últimas noticias, consejos y recursos del equipo de Google Analytics
Optimización de marketing en Conversion University: <a href="http://www.google.com/Analytics/conversionuniversity.html">http://www.google.com/Analytics/conversionuniversity.html</a>	Información adicional sobre la optimización de marketing y contenido y consejos sobre Google Analytics
Foro de usuarios de Google Analytics: <a href="http://groups.google.com/group/analytics-help">http://groups.google.com/group/analytics-help</a>	Consejos, trucos, experiencias, asesoramiento y tablón informativo para formular preguntas entre usuarios de Google Analytics.

Fuente	Objetivo:
Tipos de concordancia: <a href="http://AdWords.google.com/support/bin/answer.py?answer=26918&amp;hl=es_ES">http://AdWords.google.com/support/bin/answer.py?answer=26918&amp;hl=es_ES</a>	Definiciones de los distintos tipos de concordancia
Objetivos y redireccionamientos para sitios dinámicos: <a href="http://adwords.google.com/support/bin/answer.py?answer=26918&amp;hl=es_ES">http://adwords.google.com/support/bin/answer.py?answer=26918&amp;hl=es_ES</a>	Descripción sobre cómo configurar un objetivo y el camino al objetivo para un sitio web dinámico
Objetivos avanzados: <a href="http://AdWords.google.com/support/bin/topic.py?topic=8151&amp;hl=es_ES">http://AdWords.google.com/support/bin/topic.py?topic=8151&amp;hl=es_ES</a>	Preguntas frecuentes detalladas para configurar objetivos avanzados
Glosario de Google Analytics: <a href="http://www.google.com/support/Analytics/bin/static.py?page=glossary.html">http://www.google.com/support/Analytics/bin/static.py?page=glossary.html</a>	Terminología sobre Google Analytics

# Glosario

**URL:** la dirección del sitio web. Ejemplo: <http://www.google.es> .

**Subdominio:** un dominio que se encuentra dentro de otro.

**Objetivo:** una página de su sitio a la que accede un usuario cuando ha completado la actividad que usted desea. Ejemplo: una página de 'gracias por su donativo'.

**Conversión:** se considera conversión un objetivo completado.

**Redireccionamiento:** camino al objetivo; el conjunto de páginas al que accede un usuario en su recorrido hacia su página de objetivos.

**Punto de abandono:** la página que el usuario visita tras abandonar un paso del camino al objetivo.

**Página de acceso:** la página que un usuario visita justo antes de acceder al redireccionamiento del objetivo (camino al objetivo). No siempre es la página de inicio.

**Referencia:** la fuente que envía usuarios a su sitio. Puede tratarse de un motor de búsqueda, un vínculo en otro sitio, un anuncio, etc.

**Órdenes:** cada una de las conversiones que se han llevado a cabo en su página de objetivos. Ejemplo: un usuario puede realizar cuatro donativos en su sitio de una sola vez, pero sólo cuentan como una conversión porque sólo se accede a la página en cuestión una vez. Sin embargo, se considerarán como cuatro órdenes distintas.

**URL dinámicas:** una dirección URL que resulta de la búsqueda en una base de datos.

# Glosario

**Tipos de concordancia:** existen tres tipos de concordancia que le permiten controlar el modo en que coincidirán los pasos de redireccionamiento y la página de objetivo con las direcciones URL que visitan los usuarios.

**Flash:** el software de diseño web que permite crear animaciones web para posteriormente publicarlas en su sitio.

**Etiquetado automático:** una opción de su cuenta de AdWords asociada que le permite etiquetar todas las palabras clave de su cuenta de manera que Google Analytics pueda informar sobre su rendimiento. Esto le permite ahorrar tiempo y le evita tener que etiquetar manualmente cada uno de los términos.

**Comercio electrónico:** compra y venta de bienes y servicios y transferencia de fondos mediante comunicaciones digitales, normalmente a través de un carrito de la compra.

**Cookie:** pequeño fragmento de datos de texto que un servidor web envía a un navegador web. Por ejemplo, un sitio protegido puede almacenar un identificador temporal en una cookie después de que haya accedido correctamente con el fin de indicar que usted es un usuario autorizado.

**Carrito de la compra de un tercero:** otro sitio web que aloja su actividad de venta por Internet. Ejemplo: Cafepress es el carrito de la compra de un tercero para Cash for Critters.

**Intervalo:** las fechas de inicio y finalización del período de tiempo de sus informes.

**Visitas:** cantidad definida de interacción del usuario con un sitio web.

**Páginas vistas:** cualquier archivo o contenido mostrado por un servidor web que, generalmente, constituirá un documento web. Cada vez que se muestra un archivo definido como página, se registra una página vista en Google Analytics.

**Fuente:** los medios por los cuales un usuario accede a su sitio web.



# ¡Adelante con el seguimiento!

Correo electrónico: [googlegrants-es@google.com](mailto:googlegrants-es@google.com)