

Índice

Manual de Google Analytics	2
¿Qué es Google Analytics?	2
¿Cómo funciona Google Analytics?	2
Iniciar Sesión en Google Analytics	3
Visualizar las estadísticas.....	3
Resumen de estadísticas con rango de 1 mes	4
¿Qué diferencia hay entre clics, visitas, usuarios, visitas de página y	4
visitas de página únicas?	4
Clics y visitas	4
Visitas y usuarios y usuarios únicos absolutos	5
Visitas de página y visitas de página únicas	5
¿Qué tipos de informes se ofrecen a través de la sección "Usuarios"?	6
¿Qué tipos de informes se ofrecen a través de la sección "Fuentes de tráfico"?	8

Manual de Google Analytics

¿Qué es Google Analytics?

Google Analytics le muestra cómo encuentran su sitio los usuarios, cómo lo exploran y de qué manera puede mejorar usted su experiencia. Incremente el rendimiento de la inversión, aumente las conversiones y consiga más beneficios a través de Internet.

Gracias a la información recopilada, sabrá qué palabras clave funcionan verdaderamente, qué texto de anuncio es el más eficaz y en qué punto del proceso de conversión abandonan los usuarios su sitio web.

No crea que por ser un programa gratuito las prestaciones son limitadas: Google Analytics ofrece un paquete de análisis web completo y potente.

¿Cómo funciona Google Analytics?

Google Analytics utiliza una cookie de origen y código JavaScript para recopilar información acerca de los usuarios que visitan un sitio web y realizar el seguimiento de los datos de su campaña publicitaria. El programa efectúa un seguimiento anónimo de la forma en que los usuarios interactúan con el sitio en cuestión.

Ello incluye su procedencia, las acciones que han realizado y si han alcanzado alguno de los objetivos de conversión del sitio. Google Analytics también realiza el seguimiento de sus datos de comercio electrónico y los combina con información sobre la campaña y las conversiones para proporcionar más detalles sobre el rendimiento de sus campañas publicitarias.

Toda esta información se presenta a través de informes exhaustivos, intuitivos, visuales y de fácil lectura. Google Analytics no afectará al rendimiento ni al aspecto de su sitio web, no alojará archivos adicionales en él y sus páginas no activarán archivos GIF.

Con la información de Google Analytics, podrá dirigir el tráfico a su sitio y convertirlo con mayor eficacia.

Iniciar Sesión en Google Analytics

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

Usuario de cuenta Gmail

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 online son más rentables y ver cómo los usuarios realmente interactúan con su sitio. Realice mejoras fundadas en el diseño del sitio, dirija tráfico orientado y aumente sus conversiones y beneficios.

Regístrese ahora mismo, es sencillo y gratuito.

[>> Más información](#)



Acceda a Google Analytics con su **Cuenta Google**

Correo electrónico:

Contraseña:

Recordarme en este equipo.

[No puedo acceder a mi cuenta.](#)

¿No dispone de una cuenta de Google?
[Regístrese ahora.](#)

Visualizar las estadísticas



frandbf@gmail.com | Configuración | Mi cuenta | Ayuda | Salir

Ajustes de Google Analytics | Ver informes: | Mis cuentas de Google Analytics:

Aumentar el tráfico orientado a su sitio web.
Utilice AdWords con su cuenta de Google Analytics.
[Deseo recibir más información sobre AdWords.](#) | [¿Cómo puedo utilizar AdWords y Analytics simultáneamente?](#)

Ajustes de Google Analytics - www.bluesoft-seo.cl ([Editar la cuenta y la configuración para compartir datos](#))
Administre sus perfiles, objetivos y el acceso a la cuenta desde esta página

Perfiles del sitio web						
Nombre	Dominio	Informes	Configuración	Suprimir	Estado	
1.	www.bluesoft-seo.cl	http://www.bluesoft-seo.cl	Visualizar informes	Editar	Suprimir	✓ Recepción de datos Objetivos de conversión (4)

Añadir perfil de sitio web»

Un perfil le permite realizar el seguimiento de un sitio web o crear vistas diferentes de los datos del informe mediante filtros [Más información](#)

Administrador de usuario»

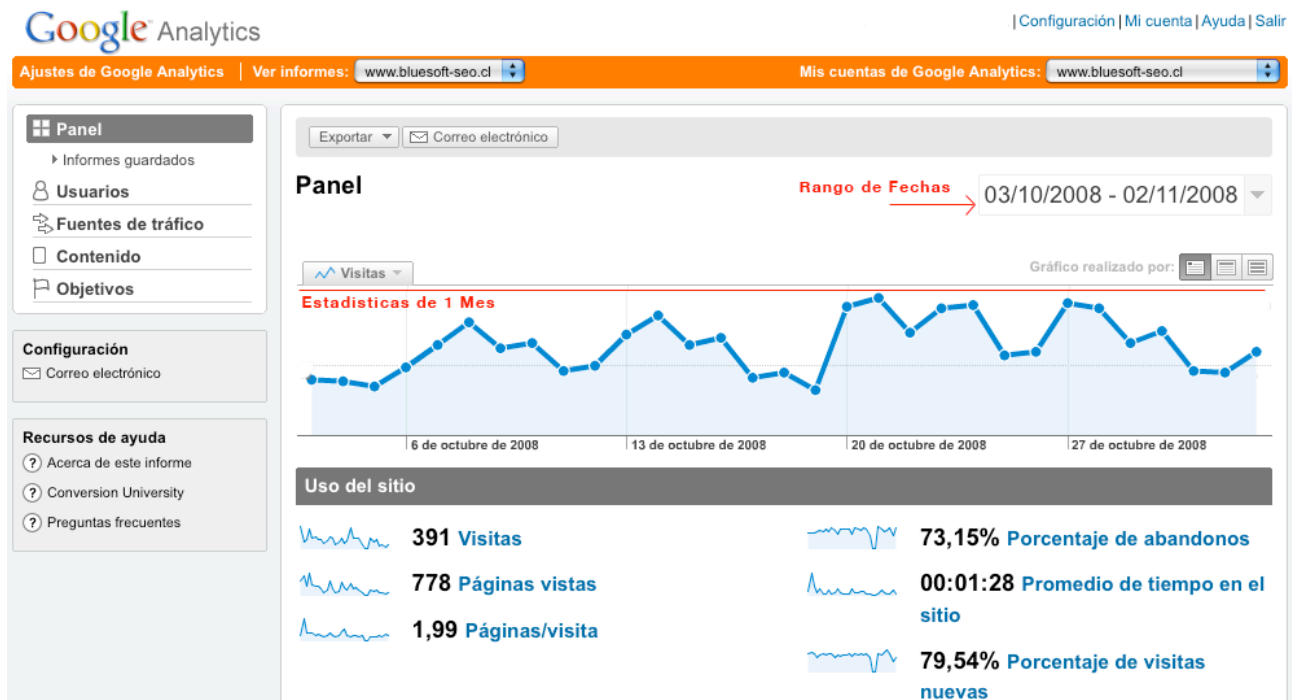
Número de usuarios: 8
Añada o edite usuarios [Más información](#)

Administrador de filtros»

Número de filtros: 0
Pueden utilizarse filtros para personalizar el modo de visualización de los datos en sus informes. [Más información](#)

Presionar "Visualizar Informes"
Para ver las estadísticas

Resumen de estadísticas con rango de 1 mes




¿Qué diferencia hay entre clics, visitas, usuarios, visitas de página y visitas de página únicas?

Dada la gran cantidad de términos similares que se usan en los distintos informes, es fácil confundir los datos del usuario de su cuenta de Google Analytics. A continuación encontrará una explicación más detallada de los términos que suelen ser objeto de confusión.

- Clics y visitas
- Visitas y usuarios y usuarios únicos absolutos
- Visitas de página y visitas de página únicas

Clics y visitas

Existe una importante diferencia entre clics (como los que se recogen en el informe "Campañas de AdWords") y visitas (como las que se reflejan en los informes "Motores de búsqueda" y "Usuarios").

 **1.594 Visitas**

La columna "clics" de sus informes indica las veces que los usuarios han hecho clic en sus anuncios, mientras que la columna "visitas" señala las sesiones únicas que han iniciado los usuarios. Existen varios motivos por los que tal vez no coincidan estas dos cantidades:

- Un usuario puede hacer clic en su anuncio varias veces. Cuando esto sucede dentro de la misma sesión, AdWords registra varios clics, mientras que Google Analytics identifica las distintas visitas de página como una sola visita. Esto ocurre con frecuencia entre los usuarios que comparan los productos que van a comprar.

- Un usuario puede hacer clic en un anuncio y, más tarde, durante una sesión diferente, volver directamente al sitio a través de un marcador. En este caso, se guardará la información de referencia de la visita original, de manera que el clic se convertirá en varias visitas.
- Un usuario puede hacer clic en su anuncio, pero impedir que la página se cargue por completo si decide acceder a otra página o pulsar el botón "Detener" del navegador. En este caso, el código de seguimiento de Google Analytics es incapaz de ejecutar o enviar datos de seguimiento a los servidores de Google. Sin embargo, AdWords registrará un clic.
- Para poder garantizar una facturación más exacta, AdWords de Google filtra automáticamente los clics de sus informes que no son válidos. Sin embargo, los informes de Google Analytics incluyen estos clics como visitas realizadas a su sitio web para mostrar todo el conjunto de datos de tráfico.

Visitas y usuarios y usuarios únicos absolutos

Google Analytics realiza un recuento tanto de las visitas como de los usuarios en su cuenta. Las visitas representan el número de sesiones individuales iniciadas por todos los usuarios para llegar a su sitio web. Si un usuario permanece inactivo en su sitio durante al menos 30 minutos, toda actividad posterior se atribuirá a una nueva sesión. Los usuarios que abandonen su sitio y vuelvan en menos de 30 minutos se considerarán como parte de la sesión inicial.



1.594 Visitas



1.402 Usuario único absoluto



8.714 Páginas vistas



5,47 Promedio de páginas vistas



00:03:14 Tiempo en el sitio



19,51% Porcentaje de abandonos



86,76% Nuevas visitas

El usuario es un término utilizado para definir con la máxima precisión el número de personas distintas y reales que visitan un sitio web. Evidentemente, no existe modo alguno de saber si dos personas comparten un equipo desde la perspectiva del sitio web, pero un buen sistema de seguimiento de usuarios puede aproximarse mucho a la cifra real. Los sistemas más precisos normalmente emplean cookies para realizar el recuento de usuarios diferentes.

Los "usuarios" representan el número diario de usuarios únicos que visitan su sitio web. Todas las sesiones de un mismo usuario iniciadas durante un mismo día se agregarán a un usuario único, aunque pueden representar dos o más visitas diferentes.

En el informe "Usuario único absoluto", se añadirán todas las visitas del mismo usuario realizadas en el intervalo de tiempo activo completo que haya seleccionado, de manera que se contabilizarán como un usuario único absoluto, independientemente del número de días que haya visitado su sitio y las veces que lo haya hecho cada día.

Visitas de página y visitas de página únicas

Una visita de página hace referencia a la visualización de una página de su sitio web que el código de seguimiento de Google Analytics está controlando. Si un usuario vuelve a cargar la página después de que se haya cargado completamente, esto contará como una visita de página adicional. Si un usuario navega a una página diferente y más tarde vuelve a la página original, se registrará también una segunda visita de página.



8.714 Páginas vistas



5,47 Páginas/visita

Una visita de página única, tal y como aparece en el informe "Contenido principal", integra las visitas de páginas que genera el mismo usuario durante la misma sesión. Una visita de página única representa el número de sesiones durante las cuales se ha visitado esa página al menos una vez.

¿Qué tipos de informes se ofrecen a través de la sección "Usuarios"?

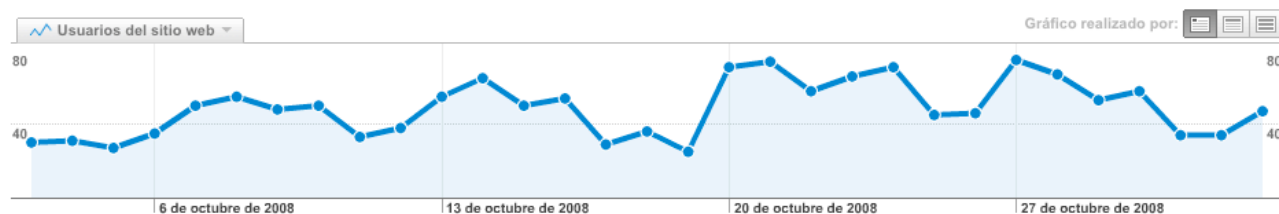
La sección "Usuarios" incluye los informes siguientes:

Visión general de usuarios:

Mediante este informe sabrá la cantidad de usuarios nuevos y recurrentes que han visitado su sitio web y el tiempo durante el cual han interactuado con el contenido. Ofrece una perspectiva del tráfico que le permite centrarse en aspectos tales como la calidad de las visitas (es decir, el promedio de visitas de página, el tiempo que el usuario pasa en el sitio o el porcentaje de abandonos) y sus características (es decir, los usuarios que visitan el sitio por primera vez o las visitas recurrentes).

Visión general de usuarios

03/10/2008 - 02/11/2008



1.402 usuarios han visitado este sitio.

- 1.594 Visitas
- 1.402 Usuario único absoluto
- 8.714 Páginas vistas
- 5,47 Promedio de páginas vistas
- 00:03:14 Tiempo en el sitio
- 19,51% Porcentaje de abandonos

Segmentación de usuarios

- Perfil de los usuarios: idiomas, ubicaciones de red, definido por el usuario
- Perfil del navegador: navegadores, sistemas operativos, navegador y sistemas operativos, colores de pantalla, resoluciones de pantalla, compatibilidad con Java, Flash
- Gráfico de visitas por ubicación
Visualización de la ubicación geográfica

Visitas:

El número de visitas que recibe su sitio web es el indicador básico para medir la eficacia con la que consigue promocionarlo. Entre los ejemplos de factores que pueden influir en el volumen de visitas se encuentran los siguientes: iniciar y detener la publicación de anuncios, cambiar las ofertas de palabras clave, eventos de marketing viral y ranking de búsqueda.

Páginas visitadas:

Se trata del total de páginas que se han visitado en su sitio web; es un indicador general del uso del sitio web. Este parámetro resulta más útil como indicador del volumen de tráfico del sitio y del servidor como índice de marketing.

Promedio de páginas visitadas:

Este parámetro es una de las formas de medir la calidad de las visitas. Si el valor es elevado indica que los usuarios pasan bastante tiempo interactuando con el contenido de su sitio. Ello puede ser la causa directa de uno de los factores siguientes, o de ambos:

- 1. El tráfico de su sitio está correctamente orientado (es decir, los usuarios que lo visitan están interesados en lo que ofrece).**
- 2. El sitio ofrece contenido de calidad dispuesto de forma eficaz.**

Por el contrario, si el porcentaje de páginas visitadas es bajo, significa que el tráfico del sitio no se ha orientado correctamente con respecto a lo que se ofrece, o que este último no ofrece lo que se promete a través del anuncio.

Tiempo en el sitio:

Este parámetro es una de las formas de medir la calidad de las visitas. Si los usuarios dedican mucho tiempo a visitar su sitio web, es posible que estén interactuando bastante con él. Sin embargo, esta variable podría prestar a confusión, ya que a menudo los usuarios dejan abiertas las ventanas del navegador tras consultar o utilizar el sitio.

Porcentaje de abandonos:

Se trata del índice de visitas en una sola página, es decir, visitas en las que el usuario ha abandonado su sitio en la página de acceso, por ejemplo. Esta variable ayuda a medir la calidad de las visitas y, en caso de presentar un valor elevado, significa que las páginas de acceso (de destino) no son relevantes para los usuarios que visitan el sitio. Para lograr reducir este valor, intente adaptar las páginas de destino a cada una de las palabras clave y los anuncios que publica. Estas páginas deberían proporcionar la información y los productos o servicios mencionados en el texto del anuncio.

Usuarios nuevos y recurrentes:

Si el número de usuarios nuevos es elevado, significa que su sitio atrae tráfico eficazmente, y si el volumen de usuarios que regresan al sitio también es alto, indica que el contenido del sitio es lo suficientemente efectivo como para que regresen. Los informes 'Frecuencia' y 'Fidelización' le permitirán saber la frecuencia con la que regresan al sitio los usuarios y las veces que lo hacen. Encontrará ambos informes en 'Usuarios nuevos y recurrentes', en la sección "Usuarios".

Gráfico de visitas por ubicación:

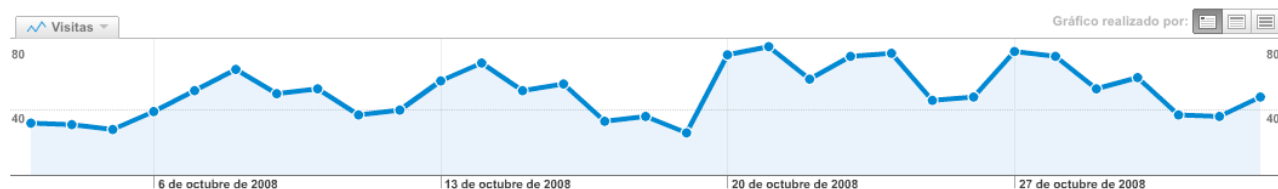
Utilice este mapa para consultar el volumen (visitas, páginas visitadas) y la calidad (páginas visitadas por visita, porcentajes de conversión y el valor medio de cada visita) según la región geográfica. Haga clic en la región que desee para acceder a los valores por ciudad.

¿Qué tipos de informes se ofrecen a través de la sección "Fuentes de tráfico"?

La sección "Fuentes de tráfico" contiene los informes siguientes:

Visión general de las fuentes de tráfico

03/10/2008 - 02/11/2008

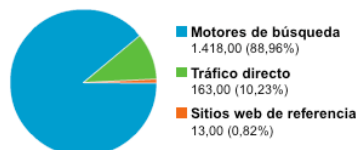


Todas las fuentes de tráfico han enviado un total de 1.594 visitas.

10,23% Tráfico directo

0,82% Sitios web de referencia

88,96% Motores de búsqueda



Visión general:

Este informe ofrece una descripción de las distintas fuentes que envían tráfico a su sitio web. La gráfica muestra las tendencias del tráfico, mientras que el diagrama y las tablas reflejan los elementos que impulsan dichas tendencias. El parámetro "Tráfico directo" indica las visitas de los usuarios que han hecho clic en un marcador para acceder a su sitio web o que han introducido la dirección URL directamente en el navegador. "Sitios web de referencia" muestra las visitas procedentes de otro sitio web. El indicador "Motores de búsqueda" refleja las visitas que proceden de una página de resultados de un motor de búsqueda.

Todas las fuentes de tráfico:

Este parámetro identifica los usuarios procedentes de motores de búsqueda, otros sitios web y vínculos con etiquetas de entre el "promedio" de usuarios que han visitado el sitio. La gráfica muestra las tendencias globales, y la tabla las fuentes específicas en que se basan las tendencias: motores de búsqueda, sitios web y vínculos con etiquetas.

Tráfico de referencia:

Este parámetro identifica los usuarios que han accedido a su sitio web a través de un marcador o escribiendo la URL del sitio en el navegador de entre el "promedio" de usuarios que han visitado el sitio. Incluye también usuarios captados a través de campañas tradicionales, por ejemplo, en prensa o televisión.

Sitios de referencia:

Este valor identifica los usuarios que proceden de otros sitios web de entre el "promedio" de usuarios que han visitado el sitio. La gráfica refleja las tendencias globales del volumen de tráfico, mientras que en la tabla se enumeran los sitios en cuestión. ejemplo, en prensa o televisión.

Motores de búsqueda:

Este parámetro determina el tráfico procedente de motores de búsqueda de entre el total de tráfico del sitio. La gráfica indica las tendencias globales, mientras que la tabla muestra los motores de búsqueda en cuestión.

Palabras clave:

Este valor compara el tráfico procedente de palabras clave con el tráfico total del sitio. La gráfica refleja las tendencias globales, mientras que la tabla indica las palabras clave en cuestión.