

— MARKETING DIGITAL · ACCIONES

Configurar GA4 en tu pyme: *siete pasos* en una tarde

Los mismos siete pasos que sigo en cada web, con su tiempo y dónde se hace cada uno. El plan de medición para anotar qué mide cada evento está en el Excel que acompaña a este PDF.



Nico — Auve Nico · Consultor de marketing digital freelance en Sevilla
Acompaña al artículo «Cómo configurar GA4 en tu pyme: eventos clave en una tarde»



Los siete pasos

Unas dos horas si la web es de servicios y ya tiene formulario. Marca cada casilla cuando esté hecha, no cuando esté «en ello».

- ☐ **1 • Cuenta, propiedad y flujo de datos web (15 min)**
analytics.google.com > Administrar. La recogida de datos tarda hasta 30 minutos en arrancar.
- ☐ **2 • Etiqueta con consentimiento previo (45 min)**
En España las cookies de análisis necesitan consentimiento (AEPD, mayo de 2024): GA4 se carga solo si aceptan. Con Google Ads, además el modo de consentimiento v2.
- ☐ **3 • Medición mejorada activada (5 min)**
Administrar > Flujos de datos > tu web. Registra form_start, form_submit, file_download y clics salientes sin tocar código.
- ☐ **4 • Dos o tres eventos clave marcados (30 min)**
Administrar > Visualización de datos > Eventos: estrella en form_submit. Evento nuevo para tel: y wa.me, marcado como clave. Hasta 30 por propiedad.
- ☐ **5 • Search Console enlazada (10 min)**
Administrar > Enlaces de productos. Aparecen dos informes; hay que publicar la colección desde la biblioteca.
- ☐ **6 • Retención de datos a 14 meses (2 min)**
Administrar > Configuración de datos > Retención. Viene en dos meses; catorce es el máximo gratuito.
- ☐ **7 • Prueba real y plan de medición (20 min)**
Envía tú el formulario, pulsa tú el teléfono desde el móvil, míralo en DebugView. Apunta qué evento mide qué y quién lo comprueba.

De las 30 Sesiones de Diagnóstico de 2026, 14 llegaron con la web sin ningún evento clave y 9 con el teléfono sin enlace. Antes de configurar nada, el número va en texto con su enlace tel:.



Qué evento clave marcar según tu negocio

NEGOCIO	EVENTO CLAVE PRINCIPAL	LOS QUE LA ANTICIPAN
Servicios (asesoría, correduría, instaladora)	Formulario enviado	Clic en teléfono, clic en WhatsApp
Clínica o consulta	Reserva de cita	Clic en teléfono
Tienda online	Compra	Añadir al carrito, inicio del pago
Servicios a empresas con ciclo largo	Reunión reservada	Descarga de un documento, formulario

La prueba, antes de darlo por hecho

- ☐ He enviado el formulario desde mi móvil y ha llegado a mi correo
- ☐ He pulsado el teléfono desde el móvil y el evento aparece en DebugView
- ☐ He rechazado las cookies en incógnito y GA4 no carga
- ☐ El evento clave aparece en los informes (hasta 24 horas después)
- ☐ Search Console muestra datos dentro de GA4

Revisión mensual: 30 minutos, tres números

MES	CONTACTOS POR CANAL (FORMULARIO · TELÉFONO · WHATSAPP)	IMPRESIONES Y POSICIÓN (20 BÚSQUEDAS)	QUÉ DECIDO

Si marcas diez eventos clave, el informe vuelve a no decirte nada. Coleccionar métricas y medir se parecen poco. Si quieres que lo miremos juntos: Sesión de Diagnóstico gratuita, 30 minutos, 2 plazas por semana. auvenico.es/contacto/#reservar



Siguiente paso

Este recurso es gratis y sin registro. Si quieres que lo miremos juntos, hay dos formas de seguir.

Sesión de Diagnóstico gratuita

30 minutos por videollamada. Antes de la reunión reviso tu web, tu ficha de Google, tus redes y tu SEO; salimos con tres prioridades. Dos plazas por semana, de lunes a jueves de 17:30 a 20:00.

auvenico.es/contacto/#reservar

Formación y mentoría en marketing digital

Para negocios y equipos que quieren aprender a hacerlo ellos. Sesiones de trabajo sobre tu caso, con un sistema que se queda en casa.

auvenico.es/formacion-mentoría-marketing-digital/

Todos los recursos del blog, en auvenico.es/recursos/. Consultas: comunicacion@auvenico.es.