

# Plantilla — Métricas que Importan GA4 + Core Web Vitals

Guía de foco para no perderse en GA4

Por Fabini | @ilfabini

Plantilla gratuita · Versión práctica para profesionales de marketing digital

# Cómo Usar Esta Plantilla

Esta plantilla está diseñada para profesionales de marketing digital que necesitan un sistema claro y eficiente para monitorizar las métricas más importantes de GA4 y Core Web Vitals sin perderse en datos irrelevantes.

**Tiempo de revisión:** Solo 10-15 minutos semanales. La clave está en la simplicidad y constancia. Cada semana revisa las mismas métricas, identifica patrones y toma una sola acción correctiva.

**La regla de oro:** Mide → cambia 1 cosa → mide. Evita hacer múltiples cambios simultáneos que impidan identificar qué funciona realmente.

01

---

## Revisa métricas

10 minutos cada lunes

02

---

## Identifica problema

Compara con objetivos

03

---

## Cambia una cosa

Una sola acción por semana

04

---

## Documenta cambio

Anota fecha y responsable

# Definiciones Rápidas

Antes de sumergirnos en las métricas, es fundamental que todos los miembros del equipo manejen las mismas definiciones. Estas son las métricas core que realmente importan para tu negocio digital.

## Engagement Rate

### Retención básica

Sesiones que duran más de 10 segundos, tienen un evento de conversión o tienen 2+ vistas de página

Umbral objetivo: > **60%**

## Conversión

### Eventos clave completados

Porcentaje de usuarios que completan una acción valiosa (form\_submit, purchase, signup)

Umbral objetivo: **Variable según sector**

## LCP (Largest Contentful Paint)

### Velocidad de carga percibida

Tiempo que tarda en aparecer el elemento más grande visible en la pantalla

Umbral objetivo: < **2.5 segundos**

## CLS (Cumulative Layout Shift)

### Estabilidad visual

Mide cuánto se mueven los elementos mientras se carga la página

Umbral objetivo: < **0.1**

Recuerda: Un evento típico de formulario sigue el flujo **view** → **start** → **submit**. Esta secuencia te permite identificar dónde pierdes usuarios en el proceso de conversión.

# Checklist de Configuración Mínima

Antes de empezar a medir, asegúrate de tener configurados correctamente estos elementos básicos. Sin una configuración adecuada, tus datos serán incompletos o incorrectos, llevándote a decisiones erróneas.

## 1 Crear conversión personalizada

En GA4, ve a Configurar > Eventos > Crear evento personalizado. Configura `form_submit` como evento de conversión principal.

**Parámetros mínimos:** `event_category`, `form_id`, `page_location`

## 2 Implementar seguimiento de formularios

Etiqueta cada paso del embudo: `form_view` (cuando aparece), `form_start` (primer campo rellenado), `form_submit` (envío exitoso).

Usa Google Tag Manager para mayor flexibilidad y control.

## 3 Guardar baseline de Lighthouse

Toma capturas de pantalla de los informes de Lighthouse para tus páginas más importantes **ANTES** de hacer cambios.

Incluye tanto móvil como escritorio para comparaciones futuras.

## 4 Configurar URLs en Search Console

Añade todas las URLs críticas de tu embudo de conversión a Google Search Console para monitorizar Core Web Vitals.

Prioriza: homepage, páginas de producto/servicio, formularios de contacto.

 **Consejo profesional:** Documenta la fecha de cada configuración. Te ayudará a correlacionar cambios en las métricas con modificaciones técnicas específicas.

# Objetivos Semanales - Worksheet

Esta tabla es tu herramienta de trabajo semanal. Cada lunes, dedica 10 minutos a rellenar los valores actuales y definir una sola acción prioritaria para la semana. La clave del éxito está en la **constancia y el foco**.

Métrica	Valor Actual	Objetivo	Acción de la Semana	Responsable	Fecha
Engagement Rate	[[rellena %]]	> 60%	[[define una acción específica]]	[[nombre]]	[[dd/mm]]
Tasa Conversión	[[rellena %]]	[[tu objetivo]]	[[define una acción específica]]	[[nombre]]	[[dd/mm]]
LCP	[[rellena ms]]	< 2500ms	[[define una acción específica]]	[[nombre]]	[[dd/mm]]
CLS	[[rellena valor]]	< 0.1	[[define una acción específica]]	[[nombre]]	[[dd/mm]]

## Ejemplos de acciones específicas:

- Optimizar imagen hero de homepage (comprimir + WebP)
- Reducir campos de formulario de contacto de 8 a 5
- Implementar lazy loading en galería de productos
- Añadir microcopy de confianza bajo botón de envío

Recuerda: **Una sola acción por semana**. Es mejor hacer un cambio pequeño y medir su impacto que hacer múltiples modificaciones sin poder identificar qué funciona.

# Seguimiento 30 Días

El seguimiento mensual te permite identificar tendencias y patrones que las mediciones semanales podrían pasar por alto. Esta tabla es tu histórico de rendimiento y la base para decisiones estratégicas futuras.

**Instrucciones de uso:** Cada lunes, rellena una fila con los datos de la semana anterior. Al final del mes tendrás una visión completa de la evolución de tus métricas clave.

Fecha	Engagement Rate %	Tasa Conversión %	LCP (ms)	CLS	Notas
[[dd/mm]]	[[rellena]]	[[rellena]]	[[rellena]]	[[rellena]]	[[cambios realizados]]
[[dd/mm]]	[[rellena]]	[[rellena]]	[[rellena]]	[[rellena]]	[[cambios realizados]]
[[dd/mm]]	[[rellena]]	[[rellena]]	[[rellena]]	[[rellena]]	[[cambios realizados]]
[[dd/mm]]	[[rellena]]	[[rellena]]	[[rellena]]	[[rellena]]	[[cambios realizados]]
[[dd/mm]]	[[rellena]]	[[rellena]]	[[rellena]]	[[rellena]]	[[cambios realizados]]

... [continúa hasta 30 filas]

**Tip avanzado:** Usa códigos de colores en las notas (verde para mejoras, rojo para empeoramiento, amarillo para cambios neutros) para identificar rápidamente patrones visuales.

Al final de cada mes, analiza las tendencias generales y ajusta tu estrategia para el mes siguiente. Los datos de 30 días te darán una perspectiva más sólida que las fluctuaciones semanales.

# Diagnóstico Rápido

Cuando tus métricas no alcanzan los objetivos, es crucial diagnosticar rápidamente la causa raíz. Esta guía de diagnóstico te ahorrará horas de investigación al dirigirte directamente hacia las soluciones más probables.

1

## Engagement Rate Bajo (< 60%)

**Síntoma:** Los usuarios abandonan rápidamente tu sitio

**Principales causas:**

- Velocidad de carga lenta (revisa LCP)
- Primer pantallazo poco claro (H1 + CTA confusos)
- Contenido no relevante para la búsqueda
- Diseño poco profesional o desactualizado

**Acción inmediata:** Optimiza el hero section y mide LCP

2

## Tasa de Conversión Baja

**Síntoma:** Los usuarios navegan pero no completan acciones clave

**Principales causas:**

- Formularios con demasiados campos
- Falta de elementos de confianza (testimonios, sellos)
- CTA poco visible o texto confuso
- Proceso de checkout complicado

**Acción inmediata:** Simplifica el formulario principal

3

## LCP Alto (> 2.5s)

**Síntoma:** La página tarda en mostrar contenido principal

**Principales causas:**

- Imágenes pesadas sin optimizar
- Hosting lento o sin CDN
- CSS/JS que bloquea el renderizado
- Falta de lazy loading

**Acción inmediata:** Convierte imágenes hero a WebP

4

## CLS Alto (> 0.1)

**Síntoma:** Los elementos se mueven mientras carga la página

**Principales causas:**

- Imágenes sin dimensiones especificadas
- Anuncios que aparecen tarde
- Fuentes web que cambian el texto
- Contenido dinámico que empuja elementos

**Acción inmediata:** Define width/height en todas las imágenes

# Plantilla de Acciones

Esta lista de acciones probadas te permitirá mejorar rápidamente tus métricas. Cada elemento ha sido testado en múltiples proyectos y tiene un impacto directo y medible en las KPIs principales.

**Instrucciones:** Marca las casillas a medida que implementes cada acción. Concéntrate en una sola acción por semana para poder medir su impacto específico.

1

## Optimización de Imágenes

- Convertir imágenes hero a formato WebP
- Implementar lazy loading en galería
- Definir width/height en todas las imágenes
- Comprimir imágenes por debajo de 100KB

2

## Mejoras de Formularios

- Reducir campos obligatorios al mínimo
- Añadir validación en tiempo real
- Incluir microcopy de ayuda
- Agregar elementos de confianza

3

## Optimización Técnica

- Minificar CSS y JavaScript
- Habilitar compresión GZIP
- Optimizar Critical CSS
- Implementar Service Worker

4

## Contenido y UX

- Mejorar H1 y subtítulo principal
- Añadir enlaces internos relevantes
- Incluir FAQ en páginas clave
- Optimizar textos de CTA

**"La perfección es enemiga de la mejora."** No esperes a implementar todas las acciones. Elige una, ejecútala bien, mide el impacto y continúa con la siguiente.

Recuerda documentar la fecha de implementación de cada acción en tu worksheet semanal. Esto te permitirá correlacionar mejoras en las métricas con acciones específicas.

# Recursos Adicionales y Herramientas

Para maximizar el valor de esta plantilla, aquí tienes las herramientas y recursos esenciales que complementarán tu trabajo de optimización. Cada herramienta tiene un propósito específico en tu proceso de medición y mejora.

## Herramientas de Medición

- **Google Analytics 4** - Métricas de engagement y conversión
- **Google PageSpeed Insights** - Core Web Vitals oficiales
- **Search Console** - Datos reales de usuarios
- **Lighthouse CI** - Monitorización continua
- **GTMetrix** - Análisis detallado de rendimiento

## Optimización de Imágenes

- **Squoosh** - Conversión a WebP online
- **TinyPNG** - Compresión automática
- **Cloudinary** - CDN con optimización automática

## Testing y Validación

- **Hotjar** - Mapas de calor y grabaciones
- **Google Optimize** - A/B testing gratuito
- **Microsoft Clarity** - Análisis de comportamiento

## Recursos de Aprendizaje

- **Web.dev** - Guías oficiales de Google
- **GA4 Academy** - Cursos especializados
- **Core Web Vitals Guide** - Documentación técnica

📌 **Pro tip:** Configura alertas automáticas en GA4 cuando tus métricas clave caigan por debajo de los umbrales objetivo.

La clave del éxito no está en usar todas las herramientas, sino en dominar las esenciales y crear un proceso sistemático que puedas mantener a largo plazo.

# Mide lo que Importa

# Mide → Cambia → Mide

Has llegado al final de esta plantilla, pero en realidad es el comienzo de tu proceso sistemático de optimización. Los datos sin acción son solo números; las acciones sin medición son solo experimentos ciegos.



## Enfoque

Concéntrate en las 4 métricas clave: Engagement Rate, Conversión, LCP y CLS. Ignorar las métricas secundarias hasta dominar estas.



## Consistencia

15 minutos cada lunes durante 3 meses. La regularidad vence a la intensidad esporádica. Crea el hábito antes que los resultados.



## Mejora Continua

Una acción por semana, bien ejecutada y medida. Pequeñas mejoras constantes generan resultados extraordinarios a largo plazo.

**Tu próximo paso:** Implementa la configuración mínima esta semana. El lunes que viene, haz tu primera medición. En 30 días tendrás datos suficientes para tomar decisiones estratégicas basadas en evidencias reales.

*"En marketing digital, la intuición te puede llevar lejos, pero los datos te llevan al destino correcto."*

### ¿Necesitas más recursos?

Encuentra plantillas adicionales, casos de estudio y herramientas avanzadas en nuestro hub de recursos.

**Comparte tus resultados:** Etiqueta @ilfabini en tus actualizaciones de métricas. La comunidad aprende de tus experiencias.



Más recursos en [/recursos](#)

Sígueme [@ilfabini](#)