

Implementación GA4 para formularios: view → start → submit

Mide tu embudo de formulario en 5 minutos con esta guía práctica para desarrolladores y marketers técnicos. Una implementación completa de seguimiento de formularios con Google Analytics 4 y Google Tag Manager que te permitirá optimizar tus conversiones.

Plantilla gratuita · Por Fabini | @ilfabini

Requisitos rápidos (30 segundos)

Acceso a herramientas

- Cuenta de **Google Analytics 4** configurada
- Acceso a **Google Tag Manager** en tu sitio web
- Permisos de administrador en ambas plataformas

Tu formulario web

- WP Forms, Contact Form 7, Gravity Forms, Brevo
- Formulario visible y funcional en una URL específica
- Identificador CSS único (ID o clase)

Consideraciones de privacidad

📌 **Importante:** Nunca envíes datos personales como nombres, emails o teléfonos como parámetros de eventos. Solo metadatos del formulario.

Esta implementación respeta las normativas de privacidad y se centra en medir el comportamiento del usuario con el formulario, no en capturar información personal. El tiempo estimado de configuración es de 5 minutos para usuarios familiarizados con GTM.

Esquema completo de eventos de formulario

Nuestro sistema de medición se basa en tres eventos clave que capturan todo el embudo de conversión del formulario, desde la visualización hasta el envío exitoso.

Evento	Descripción	Cuándo se dispara	Parámetros clave
form_view	El formulario aparece en pantalla del usuario	Al ver el formulario (visibility trigger)	form_id, form_name, page_path
form_start	Usuario comienza a interactuar con el formulario	Al hacer foco o escribir en cualquier campo	form_id, form_name, page_path
form_submit	Formulario enviado correctamente	Envío exitoso o página de agradecimiento	form_id, form_name, page_path, status

Esta estructura te permite analizar cada fase del embudo: ¿cuántas personas ven tu formulario? ¿Cuántas empiezan a rellenarlo? ¿Cuántas lo completan? Los datos resultantes son fundamentales para identificar puntos de fricción y optimizar la experiencia del usuario.

Implementación paso a paso con GTM

Google Tag Manager ofrece la solución más robusta y flexible para implementar el seguimiento de formularios. Seguiremos un enfoque estructurado dividido en variables, activadores y etiquetas.

01

Configurar Variables Integradas

En GTM, activa las variables integradas necesarias:

- **Click ID** - para identificar elementos
- **Click Classes** - para selectores CSS
- **Page Path** - para tracking de páginas

02

Crear Activadores (Triggers)

Configura tres activadores esenciales:

- **Element Visibility** → CSS selector #id-formulario (form_view)
- **Form Submission/Custom Event** → para form_submit
- **Focus/Click en inputs** → para form_start

03

Crear Etiquetas GA4

Una etiqueta de evento GA4 por cada tipo:

- Mapear parámetros correctamente
- Usar variables para datos dinámicos
- Configurar condiciones de activación

04

Publicar Contenedor

Prueba en modo preview antes de publicar:

- Verificar que todos los eventos se disparan
- Comprobar parámetros en DebugView
- Publicar versión final

Alternativa sin GTM: Implementación directa con gtag.js

Para proyectos más simples o cuando no tienes acceso a Google Tag Manager, puedes implementar el seguimiento directamente con código JavaScript usando la biblioteca gtag.js.

Código de ejemplo para form_start

```
// Evento form_start
document.querySelectorAll('input, textarea,
select').forEach(function(element) {
  element.addEventListener('focus', function() {
    gtag('event', 'form_start', {
      'form_id': 'contact-form-1',
      'form_name': 'Formulario de contacto',
      'page_path': window.location.pathname
    });
  }, { once: true });
});
```

Ventajas del método directo

- Control total sobre el código
- Menos dependencias externas
- Implementación más rápida
- Ideal para sitios estáticos

Consideraciones

- Requiere conocimientos de JavaScript
- Menos flexibilidad para cambios
- Mantenimiento manual del código

Inserción en WordPress

- Hook `wp_footer` en `functions.php`
- Plugin "Insert Headers and Footers"
- Directamente en el tema (`footer.php`)

Esta alternativa es especialmente útil para desarrolladores que prefieren tener control directo sobre el código de seguimiento, o para sitios web donde la implementación de GTM no es viable por restricciones técnicas o de rendimiento.

Validación y pruebas del sistema

La validación correcta es crucial para asegurar que los datos se recopilan de manera precisa y fiable. Utilizaremos las herramientas de debug de Google para verificar cada paso del proceso.

Preview en GTM

Activa el modo Preview en Google Tag Manager:

- Verifica que cada trigger se active correctamente
- Comprueba los valores de las variables
- Confirma que las etiquetas se disparan en el momento adecuado

DebugView en GA4

Utiliza la vista de depuración de Analytics:

- Observa los eventos en tiempo real
- Verifica los parámetros de cada evento
- Confirma la secuencia: view → start → submit

Secuencia de prueba

Realiza esta secuencia de acciones:

1. Carga la página con el formulario
2. Haz clic en un campo del formulario
3. Completa y envía el formulario
4. Verifica cada evento en DebugView

Un proceso de validación exhaustivo te ahorrará problemas futuros y garantizará la calidad de tus datos. Dedica tiempo suficiente a esta fase, ya que los errores en la implementación pueden pasar desapercibidos durante semanas y afectar la toma de decisiones basada en datos.

📌 **Tip profesional:** Documenta todas las pruebas realizadas y mantén un registro de las configuraciones que funcionan para futuras implementaciones.

Configurar conversiones y embudos en GA4

Una vez que los eventos se registran correctamente, es momento de configurar las conversiones y crear embudos de análisis que nos proporcionen insights accionables sobre el rendimiento de nuestros formularios.

1

Marcar `form_submit` como conversión

En GA4, navega a **Administrar** → **Eventos** y marca el evento `form_submit` como conversión. Esto te permitirá:

- Incluir formularios en informes de conversiones
- Configurar objetivos de campaña
- Medir ROI de tus acciones de marketing

2

Crear embudo en Explorar

Utiliza la herramienta **Explorar** de GA4 para crear un embudo personalizado:

- **Paso 1:** `form_view` (usuarios que ven el formulario)
- **Paso 2:** `form_start` (usuarios que interactúan)
- **Paso 3:** `form_submit` (usuarios que completan)

3

Segmentar por `form_name`

Aplica filtros por el parámetro `form_name` para:

- Analizar formularios específicos
- Comparar rendimiento entre formularios
- Identificar formularios problemáticos

Los embudos te revelarán información crucial: ¿en qué punto pierdes más usuarios? ¿Qué formularios tienen mejor tasa de conversión? ¿Cómo varía el rendimiento entre dispositivos o fuentes de tráfico? Esta información es la base para optimizaciones futuras.

Plantilla de informe de seguimiento

Para mantener un control sistemático del rendimiento de tus formularios, es esencial contar con un sistema de reporting estructurado. Esta plantilla te permitirá hacer un seguimiento regular y comparar métricas a lo largo del tiempo.

Fecha	Formulario	Views	Starts	Submits	% Inicio	% Envío	Notas
01/12/23	Contacto principal	[[rellena]]	[[rellena]]	[[rellena]]	[[calc]]	[[calc]]	[[observaciones]]
02/12/23	Newsletter	[[rellena]]	[[rellena]]	[[rellena]]	[[calc]]	[[calc]]	[[observaciones]]
03/12/23	Demo producto	[[rellena]]	[[rellena]]	[[rellena]]	[[calc]]	[[calc]]	[[observaciones]]



Fórmulas clave

- **Tasa de inicio:** $(\text{Starts} / \text{Views}) \times 100$
- **Tasa de envío:** $(\text{Submits} / \text{Starts}) \times 100$
- **Conversión total:** $(\text{Submits} / \text{Views}) \times 100$



Métricas de referencia

- **Tasa de inicio:** 15-30% (buena)
- **Tasa de envío:** 70-85% (buena)
- **Conversión total:** 10-25% (buena)



Frecuencia de reporting

- **Diario:** formularios críticos
- **Semanal:** análisis general
- **Mensual:** informes estratégicos

Checklist de pruebas antes del lanzamiento

Antes de considerar completa tu implementación, es fundamental realizar una serie de verificaciones que garanticen el funcionamiento correcto del sistema de seguimiento en todas las condiciones posibles.

1

Verificación de eventos básicos

- ✓ Se dispara **form_view** al cargar la página con el formulario
- ✓ Se activa **form_start** al hacer foco o escribir en cualquier campo
- ✓ Se registra **form_submit** solo cuando hay envío exitoso

2

Validación de parámetros

- ✓ Todos los eventos incluyen **form_id** correctamente
- ✓ **form_name** se captura con el nombre descriptivo
- ✓ **page_path** refleja la URL actual
- ✓ **status** se incluye en **form_submit** cuando aplique

3

Configuración de conversiones

- ✓ **form_submit** marcado como conversión en GA4
- ✓ Los eventos aparecen en informes de conversiones
- ✓ Los embudos muestran la secuencia correcta

4

Privacidad y cumplimiento

- ✓ No se envían datos personales como parámetros
- ✓ Se respetan las preferencias de consentimiento
- ✓ Los eventos se comportan correctamente con Consent Mode

📌 **Recordatorio importante:** Realiza todas estas pruebas en diferentes navegadores, dispositivos y con diferentes estados de consentimiento para garantizar una cobertura completa.

Una implementación que pasa todas estas verificaciones te dará la confianza necesaria para tomar decisiones basadas en los datos recopilados. No subestimes la importancia de este paso: un pequeño error puede invalidar semanas de datos.

Solución de problemas comunes

Incluso con una implementación cuidadosa, pueden surgir situaciones específicas que requieren ajustes. Aquí tienes las soluciones a los problemas más frecuentes que encontrarás en entornos reales.

SPAs y páginas de agradecimiento inline

Problema: En aplicaciones de página única o formularios que muestran agradecimiento sin redirección.

Solución: Utiliza el evento de éxito específico del plugin de formulario o implementa un `dataLayer.push` personalizado que se active cuando aparezca el mensaje de confirmación.

Eventos duplicados

Problema: `form_submit` se dispara múltiples veces en la misma sesión.

Solución: Añade una condición "once per page" en GTM o implementa un flag JavaScript que prevenga disparos duplicados hasta que se recargue la página.

Bloqueo por Consent Mode

Problema: Los eventos no se registran cuando el usuario no ha dado consentimiento.

Solución: Implementa correctamente el Consent Mode con `gtag('consent', 'default')` y asegúrate de respetar las preferencias del usuario. Los eventos pueden registrarse como "modelados" sin violar la privacidad.

Optimización continua

Mide → Detecta caídas → Optimiza formulario

El verdadero valor de esta implementación surge del análisis continuo y las mejoras iterativas basadas en datos reales de comportamiento del usuario.

Recursos adicionales

Más plantillas en fabini.one

¿Te ha resultado útil esta guía? Etiqueta [@ilfabini](https://twitter.com/ilfabini) y comparte tu experiencia.