



Universidad  
de Navarra

Big Data 2017-18

# Introducción a las herramientas Google

Guillermo Sánchez

<http://diarium.usal.es/guillermo>

<http://www.mathematicabeyondmathematics.com/>

# ¿QUÉ SABE GOOGLE SOBRE MI?

- [HTTPS://MYACTIVITY.GOOGLE.COM/MYACTIVITY](https://myactivity.google.com/myactivity)

INCLUYE MAP (EXPLORA TU CRONOLOGÍA)

- [HTTP://TAKEOUT.GOOGLE.COM/SETTINGS/TAKEOUT](http://takeout.google.com/settings/takeout)
- HAY MUCHOS ARTÍCULOS PARA PROFUNDIZAR E INTERPRETAR EL CONTENIDO DEL FICHERO:  
[HTTPS://WWW.XATAKANDROID.COM/SEGURIDAD/SEGURIDAD-DE-GOOGLE-QUE-Opciones-DEBERIAS-REVISAR-PARA-PROTEGER-TUS-DATOS](https://www.xatakandroid.com/seguridad/seguridad-de-google-que-opciones-deberias-revisar-para-proteger-tus-datos)
- [HTTPS://WWW.XATAKA.COM/PRIVACIDAD/HE-MIRADO-TODOS-LOS-DATOS-QUE-GOOGLE-TIENE-SOBRE-MI-Y-CONFIRMO-QUE-ES-EL-GRAN-HERMANO-DEFINITIVO](https://www.xataka.com/privacidad/he-mirado-todos-los-datos-que-google-tiene-sobre-mi-y-confirmo-que-es-el-gran-hermano-definitivo)

## ¿QUÉ VEREMOS?

- GOOGLE ANALYTICS + BLOGGER
- GOOGLE TRENDS
- HERRAMIENTAS GOOGLE (SELECCIÓN)



GOOGLE ANALYTICS ES UNA HERRAMIENTA DE ANALÍTICA WEB DE GOOGLE. OFRECE INFORMACIÓN AGRUPADA DEL TRÁFICO QUE LLEGA A LOS SITIOS WEB SEGÚN LA AUDIENCIA, LA ADQUISICIÓN, EL COMPORTAMIENTO Y LAS CONVERSIONES QUE SE LLEVAN A CABO EN EL SITIO WEB.

SE PUEDEN OBTENER INFORMES COMO EL SEGUIMIENTO DE USUARIOS EXCLUSIVOS, EL RENDIMIENTO DEL SEGMENTO DE USUARIOS, LOS RESULTADOS DE LAS DIFERENTES CAMPAÑAS DE MARKETING ONLINE, LAS SESIONES POR FUENTES DE TRÁFICO, TASAS DE REBOTE, DURACIÓN DE LAS SESIONES, CONTENIDOS VISITADOS, CONVERSIONES (PARA ECOMMERCE), ETC.

[HTTPS://WWW.GOOGLE.COM/INTL/ES\\_ALL/ANALYTICS/](https://www.google.com/intl/es_ALL/analytics/)

[HTTPS://WWW.GOOGLE.COM/INTL/ES\\_ALL/ANALYTICS/](https://www.google.com/intl/es_ALL/analytics/)

### Mi panel



#### Duración de la visita por país

País/Territorio	Visitas	Duración media de la visita
Estados Unidos	67.445	00:01:54
Reino Unido	18.948	00:01:37
India	8.882	00:00:58
Canadá	6.371	00:01:02
Alemania	5.845	00:00:32
Francia	5.243	00:00:38

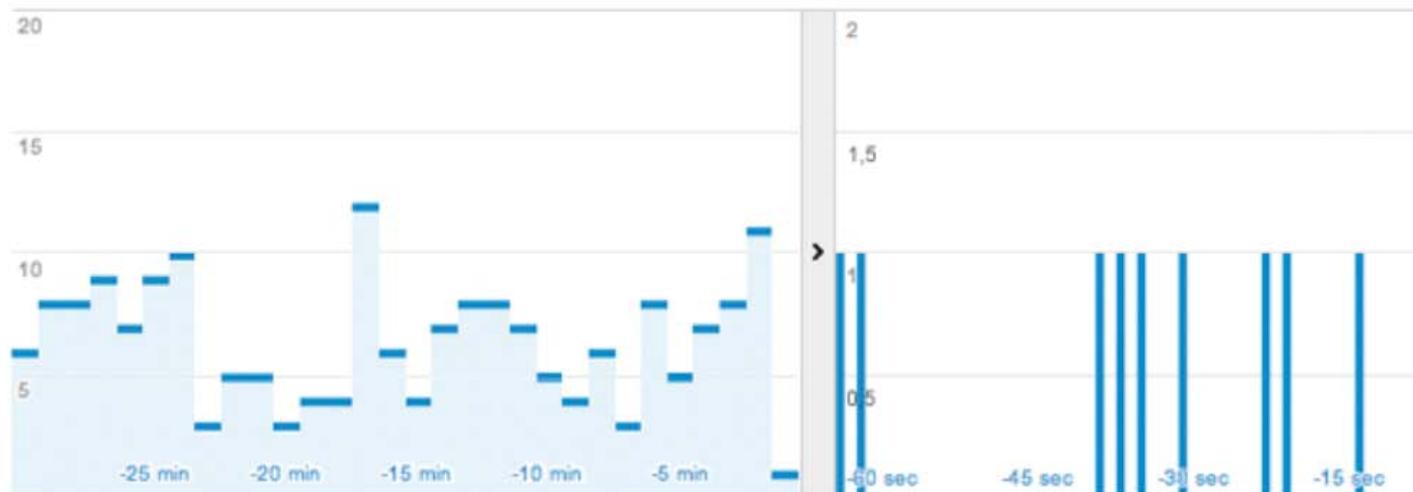
[HTTPS://WWW.GOOGLE.COM/INTL/ES\\_ALL/ANALYTICS/](https://www.google.com/intl/es_ALL/analytics/)

## Visión general

Ahora mismo

30

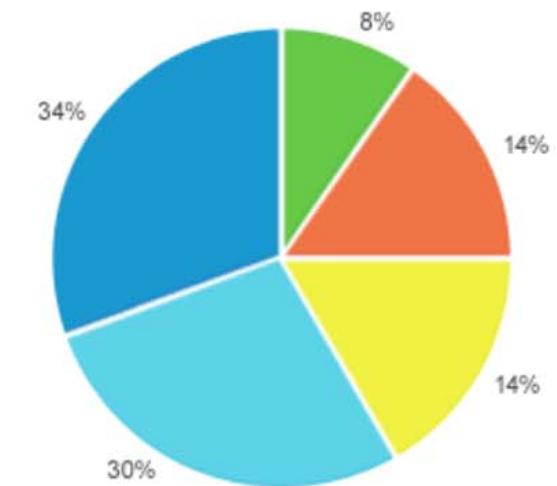
visitantes activos en el sitio



[HTTPS://WWW.GOOGLE.COM/INTL/ES\\_ALL/ANALYTICS/](https://www.google.com/intl/es_ALL/analytics/)

Ver: 1 – 7 de 7

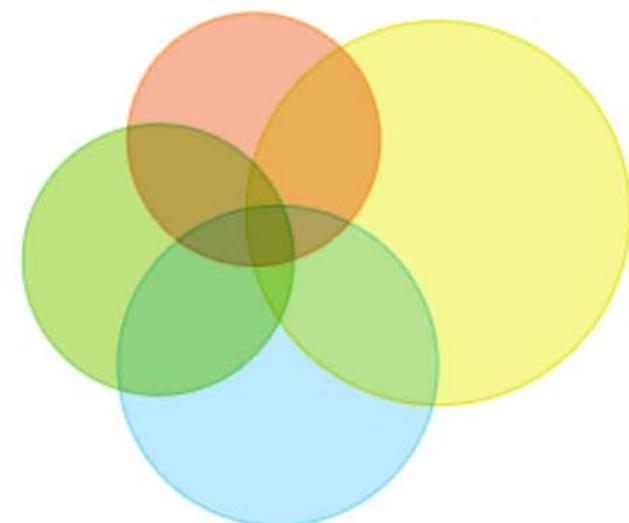
Red social original y acción		Actividades sociales
1.	Google+: +1	2.200
2.	Facebook: Me gusta	2.013
3.	Delicious: marcador	1.459
4.	Read it later: Leido	1.234
5.	Google+: Compartir	1.034



[HTTPS://WWW.GOOGLE.COM/INTL/ES\\_ALL/ANALYTICS/](https://www.google.com/intl/es_ALL/analytics/)

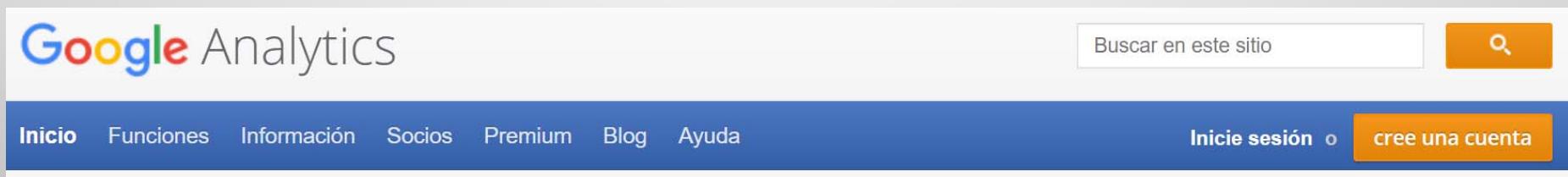
#### Visualizador de conversión de varios criterios de seguimiento

Canal	% de conversiones totales
<input checked="" type="checkbox"/> Directa	47,76%
<input checked="" type="checkbox"/> Búsqueda de pago	33,19%
<input checked="" type="checkbox"/> Búsqueda orgánica	23,41%
<input checked="" type="checkbox"/> Correo electrónico	20,70%
<input type="checkbox"/> Referencia	10,77%
<input type="checkbox"/> Red social	0,19%
<input type="checkbox"/> Display	0,00%



# ¿CÓMO HACER QUE UN SITIO WEB PUEDA SER SEGUIDA POR GOOGLE ANALYTICS?

1. Debe tener una dirección de correo electrónico Google
2. Debe disponer de un sitio web en el que tenga privilegios de administrador que es el que desea seguir. Si no dispone puede crearse un blog en [Blogspot](#) o [Blogger](#).
3. Debe disponer de una cuenta Google Analytics



## CREE UN SITIO WEB O UTILICE UNO QUE YA TENGA

- DISPONE DE CUENTA GOOGLE. SI NO LA TIENE OBTENGALA
- AHORA DEBE CREAR SU BLOG: [BLOGSPOT](#) O [BLOGGER](#)
- DISPONE DE 15 MINUTOS. EN ALGÚN MOMENTO LE PEDIRÁ LA IDENTIFICACIÓN PARA SER SEGUIDO POR GOOGLE ANALYTICS SÁLTESE, POR AHORA, ESE PASO.

- [HTTPS://WWW.BLOGGER.COM/BLOGGER.G?BLOGID=1784530178646070111#ALLPOSTS](https://www.blogger.com/blogger.g?blogID=1784530178646070111#ALLPOSTS)

Mathematica beyond ... ▾ Entrada nueva Estás usando Blogger como terencium

Ver blog

Entradas 1

Todas (1)

Publicados (1)

Estadísticas

Comentarios

Ingresos

Páginas

Diseño

Tema

Configuración

Lista de lectura

Ayuda

Your language preference for Blogger can be changed in your [Google Account settings](#)

<http://diarium.usal.es/guillermo/mathematica/>

 Entradas 

 Estadísticas

 Visión general

Entradas

Fuentes de tráfico

Audiencia

 Comentarios

 Ingresos

 Páginas

 Diseño

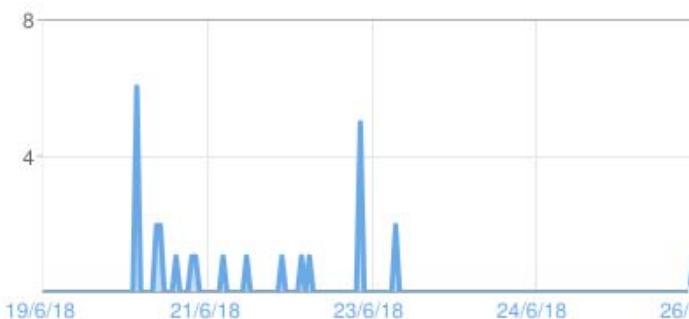
 Tema

 Configuración

 Lista de lectura

 Ayuda

Your language preference for Blogger can be changed in your [Google Account settings](#)



Páginas vistas hoy 1

Páginas vistas ayer 0

Páginas vistas en el último mes 26

Páginas vistas (historial completo) 26

26/6/18 0  
Páginas vistas: 0

Gestiona el seguimiento de tu número de páginas vistas

[Más »](#) Entradas [Más »](#) Fuentes de tráfico

Entrada	Páginas vistas
<a href="http://diarium.usal.es/guillermo/mat...">http://diarium.usal.es/guillermo/mat...</a> 20 jun. 2018, 1 comentario	5

Entrada	Páginas vistas
<a href="https://www.google.com/">https://www.google.com/</a>	1
<a href="https://www.google.es/">https://www.google.es/</a>	1

[Más »](#) Audiencia





CREE UNA CUENTA EN GOOGLE ANALYICS

[HTTPS://WWW.GOOGLE.COM/INTL/ES\\_ALL/ANALYTICS/](https://www.google.com/intl/es_all/analytics/)

# Analítica web para empresas

Disfrute de ella en la plataforma líder de Google. [Más información](#)

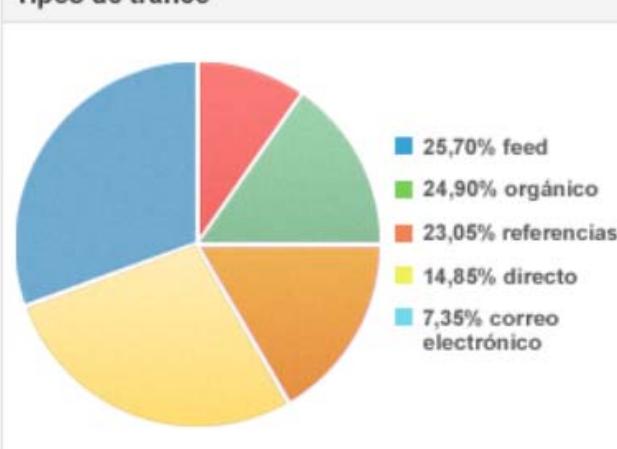
[Página principal](#)[Informes estándar](#)[Informes personalizados](#)

## Mi panel

### Visitas diarias



### Tipos de tráfico



### Duración de la visita por país

País/Territorio	Visitas	Duración media de la visita
Estados Unidos	67.445	00:01:54
Reino Unido	18.948	00:01:37
India	8.882	00:00:58
Canadá	6.371	00:01:02
Alemania	5.845	00:00:32
Francia	5.243	00:00:38

Todas las cuentas > http://diarium.usal.es/guillermo

## Todos los datos de sitios web ▾

Buscar informes y artículos

**PÁGINA PRINCIPAL**

PERSONALIZACIÓN

Informes

EN TIEMPO REAL

AUDIENCIA

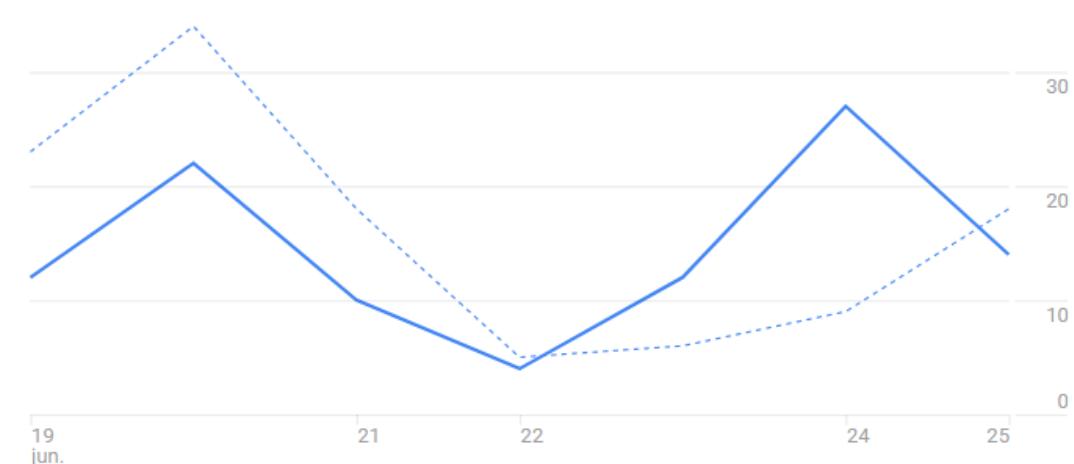
ADQUISICIÓN

COMPORTAMIENTO

CONVERSIONES

### Página principal de Google Analytics

Usuarios	Sesiones	Porcentaje de rebote	Duración de la sesión
<b>99</b> ↓ 8,3 % respecto a los últimos 7 días	<b>104</b> ↓ 12,6 %	<b>93,27 %</b> ↑ 7,8 %	<b>0 min y 5 S</b> ↓ 90,6 %



Últimos 7 días ▾

VISIÓN GENERAL DE LA AUDIENCIA ➤

## Cuenta nueva

¿De qué quiere realizar el seguimiento?

 Sitio web Aplicación móvil

## Configuración de la cuenta

## Nombre de la cuenta

Las cuentas pueden contener más de un ID de seguimiento.

Nombre de mi cuenta nueva

## Configuración de la propiedad

## Nombre del sitio web

Nombre de mi sitio web nuevo

## URL del sitio web

http://

Ejemplo: http://www.mywebsite.com

## Categoría de sector

Ciencia

## Zona horaria de los informes

España

(GMT +02:00) Madrid

## Nueva propiedad

Al crear una nueva propiedad se le proporcionará un ID de seguimiento.

Al crear su propiedad inicial, también creamos una vista predeterminada que subconjunto de datos de este código, probablemente tenga que crear otra.

¿De qué quiere realizar el seguimiento?

 Sitio web Aplicación móvil

## Método de seguimiento

Esta propiedad funciona mediante Universal Analytics. Para completar la configuración de seguimiento de Universal Analytics.

## Configuración de la propiedad

## Nombre del sitio web

Nombre de mi sitio web nuevo

## URL del sitio web

http://

Ejemplo: http://www.mywebsite.com

## Categoría de sector

Seleccione una opción.

## Zona horaria de los informes

Estados Unidos

(GMT -07:00) Hora del Pacífico

Esta cuenta tiene 1 propiedad. El máximo es 50.

# ADMINISTRAR

Cuenta [+ Crear cuenta](#)

jgs12046

 Configuración de la cuenta

 Administración de usuarios

 Todos los filtros

 Historial de cambios

 Papelera

Propiedad [+ Crear propiedad](#)

http://diarium.usal.es/guillermo

 Configuración de la propiedad

 Administración de usuarios

 Información de seguimiento

## ENLAZAR CON OTROS PRODUCTOS

 Enlace de AdWords

 Enlace de AdSense

 Enlace de Ad Exchange

 Todos los productos

 Notificaciones de conversiones

 Definiciones de la audiencia

 Definiciones personalizadas

 Importación de datos

Vista [+ Crear vista](#)

Todos los datos de sitios web

 Configuración de la vista

 Administración de usuarios

 Objetivos

 Agrupación de contenido

 Filtros

 Configuración del canal

 Configuración del comercio electrónico

 Métricas calculadas **BETA**

## HERRAMIENTAS Y ELEMENTOS PERSONALES

 Segmentos

 Anotaciones

 Modelos de atribución

 Agrupación de canales personalizados **BETA**

Creamos una propiedad, que normalmente será la dirección URL que queremos seguir. A esa URL hemos de poder acceder pues vamos a tener que añadir en ella un código gtag.js

Configuración de la propiedad

Configuración básica

ID de seguimiento

Nombre de la propiedad

URL predeterminada

Vista predeterminada

Categoría de sector

Para completar la configuración, haga clic en Obtener ID de seguimiento e implemente el fragmento de código de seguimiento de Universal Analytics

# GOOGLE ANALYTICS: FIRST STEPS

- [HTTPS://SUPPORT.GOOGLE.COM/ANALYTICS/ANSWER/1008015?HL=ES&REF\\_TOPIC=3544906](https://support.google.com/analytics/answer/1008015?hl=es&ref_topic=3544906)
- [HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=LZF3YYKIG8W](https://www.youtube.com/watch?v=LZF3YYKIG8w)

## ID de seguimiento

### Estado

Recibiendo el tráfico de las últimas 48 horas.

0 usuarios activos en estos momentos. Puede obtener más información en los [informes de tráfico en tiempo real](#).

[Enviar tráfico de prueba](#)



## Seguimiento del sitio web

### Etiqueta de sitio web global (gtag.js)

Este es el código de seguimiento de la etiqueta global de sitio (gtag.js) de esta propiedad. Copie y pegue este código en el primer elemento <HEAD> de todas las páginas web de las que quiera realizar un seguimiento. Si ya tiene una etiqueta global de sitio en su página, solo debe añadir la línea **config** del siguiente fragmento a la etiqueta global de sitio.

```
<!-- Global site tag (gtag.js) - Google Analytics -->
<script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=UA-████████-████"></script>
<script>
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];
  function gtag(){dataLayer.push(arguments);}
  gtag('js', new Date());

  gtag('config', '████████');
</script>
```

La etiqueta global de sitio simplifica la implementación de etiquetas en los productos de remarketing, seguimiento de conversiones y medición, de sitios web de Google, lo que le permite disponer de un mayor control y facilita el proceso de implementación. Al utilizar gtag.js, se beneficiará de las últimas funciones dinámicas e integraciones a medida que estén disponibles. [Más información](#)

## Google Tag Manager

La herramienta gratuita Google Tag Manager le puede ayudar a añadir etiquetas a su sitio si tiene muchas etiquetas de análisis y de seguimiento. Le recomendamos que utilice Google Tag Manager si su caso es uno de los siguientes:

- Utiliza varias herramientas de análisis y de seguimiento del rendimiento de los anuncios que requieren etiquetas de sitio.
- Cuando añade etiquetas a su sitio web se ralentiza la publicación de las campañas de marketing.

[Obtenga más información sobre cómo empezar a utilizar Google Tag Manager.](#)

## ADMINISTRAR

## USUARIO

Vista [+ Crear vista](#)

Todos los datos de sitios web

 Configuración de la vista

 Administración de usuarios

 **Objetivos**

 Agrupación de contenido

 Filtros

 Configuración del canal

 Configuración del comercio electrónico

 Métricas calculadas **BETA**

### 1 Configuración del objetivo

#### Plantilla

Seleccione una plantilla para empezar con opciones configuradas previamente.

#### INGRESOS

- Registro online Registro en una clase o programación de una cita
- Nuevo partner Se ha solicitado o enviado información para ser partner, afiliado o distribuidor
- Donación Se ha completado una donación online

#### ADQUISICIÓN

- Creación de una cuenta Se ha creado correctamente un registro, una cuenta o una vista

#### CONSULTA

- Lectura de opiniones Se han consultado puntuaciones y opiniones
- Próximos eventos Se han consultado un calendario, una lista o eventos
- Descarga o impresión Se ha descargado o impreso un folleto informativo

#### INTERACCIÓN

- Reproducción de medios Reproducción de medios interactivos, como un vídeo, una presentación de diapositivas o una demostración de producto
  - Uso compartido/conexión social Se ha compartido en una red social o se ha enviado por correo electrónico
  - Aportación de contenido Se ha enviado o subido una imagen, una historia u otro elemento
  - Registro para recibir un boletín informativo Registro para recibir un boletín informativo o correos
- Objetivo inteligente El objetivo inteligente no está disponible.

Mida las visitas de más interacción a su sitio web y conviértalas automáticamente en objetivos. A continuación, utilice esos objetivos para mejorar sus pujas de AdWords. [Más información](#)

ADMINISTRAR      USUARIO

Propiedad [+ Crear propiedad](#)

http://diarium.usal.es/guillermo

[Configuración de la propiedad](#)

[Administración de usuarios](#)

[.js Información de seguimiento](#)

ENLAZAR CON OTROS PRODUCTOS

[Enlace de AdWords](#)

[Enlace de AdSense](#)

[Enlace de Ad Exchange](#)

## Configurar el grupo de enlaces de AdWords

Si vincula su propiedad de Analytics con sus cuentas de AdWords, habilitará la transferencia de datos entre ambos productos. [Sí, vincular](#)

**1** Seleccione cuentas de AdWords vinculadas

192-251-7986  
 717-484-7798

**El valor es obligatorio.**

[Continuar](#) [Cancelar](#)

**2** Configuración del enlace

[Cancelar](#)

[https://www.google.com/intl/es\\_es/analytics/features/intelligence.html](https://www.google.com/intl/es_es/analytics/features/intelligence.html)

Herramientas de análisis Contenido Móviles Conversión Social Publicidad

Visión general

Intelligence

Informes personalizados

Anotaciones

Segmentos avanzados

## Analytics Intelligence

Los informes Intelligence de Google Analytics controlan automáticamente el tráfico del sitio web y destacan cualquier cambio significativo, con lo que le mantienen siempre informado y facilitan su trabajo.

<https://www.youtube.com/watch?v=FHzjTrabbC8&feature=youtu.be>

## Análisis de cohortes

Tipo de cohorte [?](#)

Fecha de adquisición [▼](#)

Tamaño de cohorte [?](#)

por mes [▼](#)

Métrica [?](#)

Número de páginas vistas por usuario [▼](#)

Periodo [?](#)

Últimos 3 [▼](#)

Fecha de adquisición cohortes de Número de páginas vistas por usuario

1 seleccionada [▼](#)

■ Todos los usuarios

1,2

## ANALISIS DE COHORTES

<https://support.google.com/analytics/answer/6074676?hl=es>

0,6

Mes 0

Mes 1

	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3
<b>Todos los usuarios</b> 1.871 usuarios	1,15	0,03	0,01	0,01
1 mar. 2018 - 31 mar. 2018 829 usuarios	1,20	0,01	0,02	0,01
1 abr. 2018 - 30 abr. 2018 525 usuarios	1,05	0,00	0,00	
1 may. 2018 - 31 may. 2018 517 usuarios	1,18	0,08		

[HTTPS://WWW.GOOGLE.COM/INTL/ES\\_ALL/ANALYTICS/FEATURES/SOCIAL.HTML](https://www.google.com/intl/es_ALL/analytics/features/social.html)

## Informes sociales

La revolución de las redes sociales ha llegado y está evolucionando rápidamente. ¿Lo está midiendo? Los informes sociales le ayudan a medir el impacto de las redes sociales en los objetivos de su empresa y en las conversiones relacionadas. Asimismo, los datos sociales y web integrados aportan una visión integral de su contenido y comunidad.



# ESTIMAR EL RETORNO DE LA INVERSIÓN (ROI) EN REDES SOCIALES

[HTTPS://WWW.GOOGLE.COM/INTL/ES\\_ALL/ANALYTICS/FEATURES/SOCIAL-CONVERSIONS.HTML](https://www.google.com/intl/es_ALL/analytics/features/social-conversions.html)



The screenshot shows a navigation bar with links: Herramientas de análisis, Contenido, Móviles, Conversión, **Social**, and Publicidad. On the left, a sidebar has links: Visión general, **Conversiones**, Fuentes, and Compartir. The main content area is titled "Conversiones desde redes sociales" and contains the following text: "Demostrar el ROI de las redes sociales era una tarea difícil incluso para profesionales experimentados del marketing online. Pero ha dejado de serlo. El informe Conversiones permite medir la eficacia del marketing en redes sociales y muestra con claridad el impacto de estas en su empresa."

Herramientas de análisis Contenido Móviles Conversión **Social** Publicidad

[Visión general](#)

**Conversiones**

Fuentes

Compartir

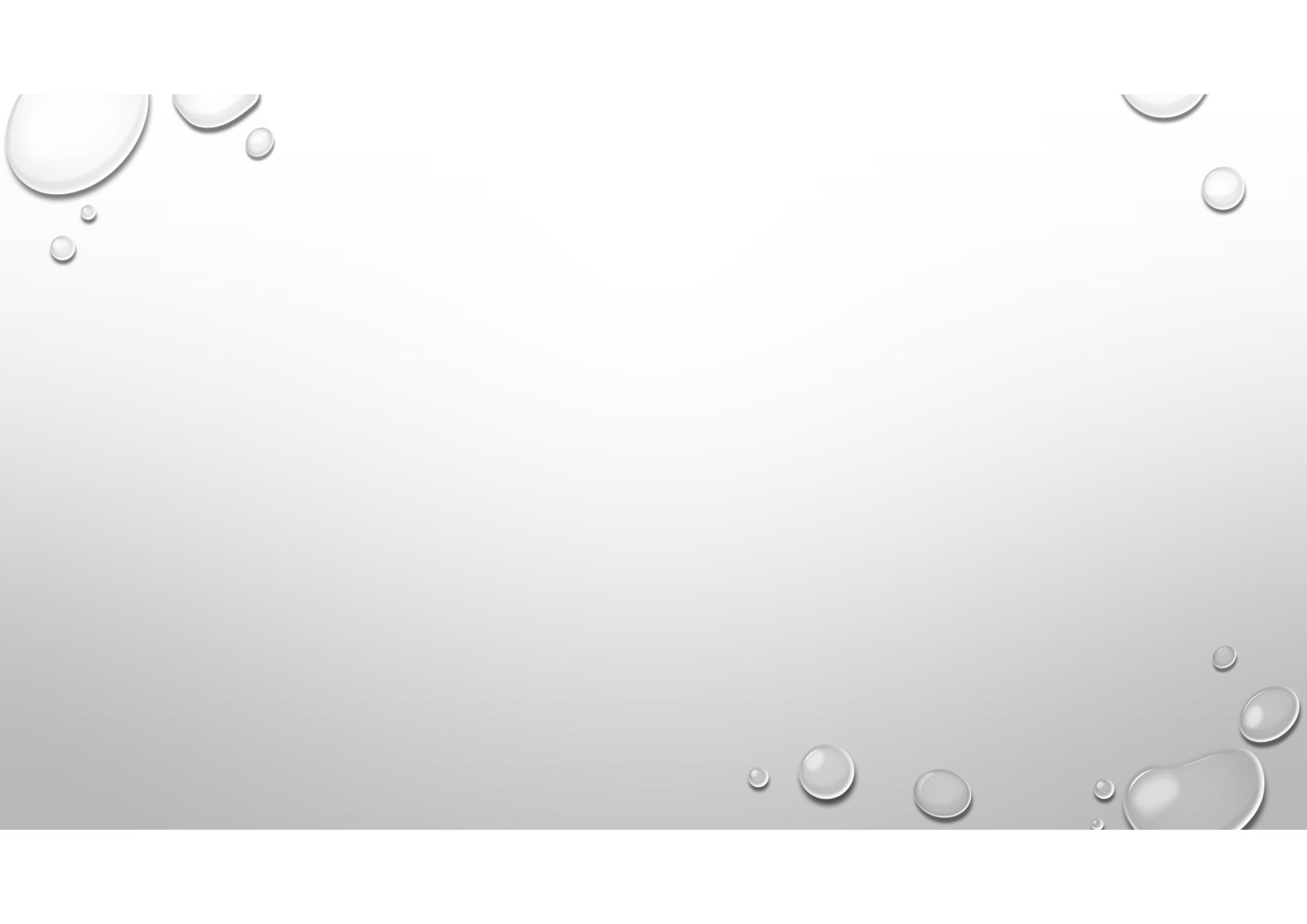
## Conversiones desde redes sociales

Demostrar el ROI de las redes sociales era una tarea difícil incluso para profesionales experimentados del marketing online. Pero ha dejado de serlo. El informe Conversiones permite medir la eficacia del marketing en redes sociales y muestra con claridad el impacto de estas en su empresa.

# PARA APRENDER MUCHO MAS

- [HTTPS://SUPPORT.GOOGLE.COM/ANALYTICS](https://support.google.com/analytics)
- [HTTPS://ANALYTICS.GOOGLE.COM/ANALYTICS/ACADEMY/](https://analytics.google.com/analytics/academy/)

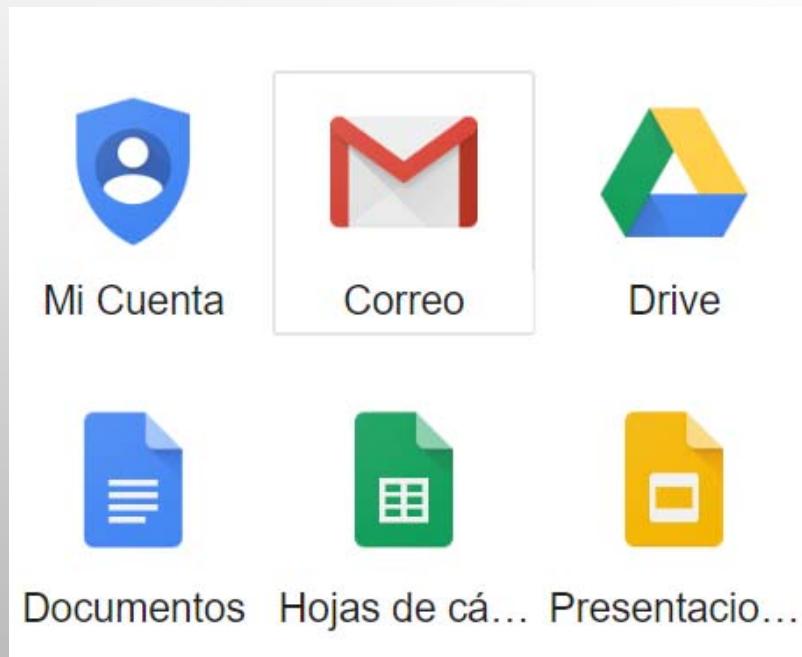
# HERRAMIENTAS GOOGLE



# HERRAMIENTAS GOOGLE

(<https://www.google.es/intl/es/about/products/>)

GMAIL: Desde donde se accede:



- [GOOGLE DOMAINS](#)
- [GOOGLE HANGOUTS](#)
- [GOOGLE ALERTS](#)
- [GOOGLE SHOPPING](#)
- [GOOGLE PLUS](#)
- [GOOGLE EVENTS](#)
- [BOOKS \(https://books.google.es/\)](#)
- [https://danyelperales.com/herramientas-google/](#)

- ADSENSE ([HTTPS://DANYELPERALES.COM/HERRAMIENTAS-GOOGLE/](https://DANYELPERALES.COM/HERRAMIENTAS-GOOGLE/) )  
[HTTPS://WWW.GOOGLE.ES/ADSENSE/START/#/?MODAL\\_ACTIVE=NONE](https://WWW.GOOGLE.ES/ADSENSE/START/#/?MODAL_ACTIVE=NONE) :
- GOOGLE ADSENSE ES UNO DE LOS SISTEMAS PARA GANAR DINERO CON BLOGS MÁS CONOCIDOS Y UTILIZADOS EN TODO EL MUNDO. CONSISTE EN LA PUBLICACIÓN DE ANUNCIOS DE GOOGLE DE FORMA MUY SEGMENTADA DE TAL MANERA QUE A CADA USUARIO SÓLO SE LE MUESTRA CONTENIDO RELACIONADO CON LAS BÚSQUEDAS QUE HACE HABITUALMENTE EN EL BUSCADOR GOOGLE. EL SISTEMA QUE UTILIZA ESTA HERRAMIENTA PARA GANAR DINERO ES EL CPC (COSTE POR CLIC), QUE SIGNIFICA QUE GANAS DINERO CUANDO UN USUARIO PINCHA (HACE CLIC) EN TU ANUNCIO.

# HERRAMIENTAS GOOGLE

- [HTTPS://DANYELPERALES.COM/HERRAMIENTAS-GOOGLE/](https://DANYELPERALES.COM/HERRAMIENTAS-GOOGLE/)
- [HTTPS://WWW.GOOGLE.ES/ADSENSE/START/#/?MODAL\\_ACTIVE=NONE](https://WWW.GOOGLE.ES/ADSENSE/START/#/?MODAL_ACTIVE=NONE) :
- GOOGLE ADSENSE ES UNO DE LOS SISTEMAS PARA GANAR DINERO CON BLOGS MÁS CONOCIDOS Y UTILIZADOS EN TODO EL MUNDO. CONSISTE EN LA PUBLICACIÓN DE ANUNCIOS DE GOOGLE DE FORMA MUY SEGMENTADA DE TAL MANERA QUE A CADA USUARIO SÓLO SE LE MUESTRA CONTENIDO RELACIONADO CON LAS BÚSQUEDAS QUE HACE HABITUALMENTE EN EL BUSCADOR GOOGLE. EL SISTEMA QUE UTILIZA ESTA HERRAMIENTA PARA GANAR DINERO ES EL CPC (COSTE POR CLIC), QUE SIGNIFICA QUE GANAS DINERO CUANDO UN USUARIO PINCHA (HACE CLIC) EN TU ANUNCIO.

# HERRAMIENTAS GOOGLE

- [GOOGLE MY BUSINESS](#)
- [HTTPS://DANYELPERALES.COM/HERRAMIENTAS-GOOGLE/](https://danyelperales.com/herramientas-google/) )

ESTA HERRAMIENTA DE GOOGLE ES **IMPRESCINDIBLE PARA CUALQUIER EMPRESA, YA SEA GRANDE O PEQUEÑA, QUE QUIERA TENER PRESENCIA EN GOOGLE.**

- CON SÓLO DAR DE ALTA TU EMPRESA GOOGLE MY BUSINESS INCLUYE TODA TU INFORMACIÓN TANTO EN EL BUSCADOR GOOGLE COMO EN GOOGLE MAPS Y EN GOOGLE PLUS DE TAL FORMA QUE TUS POTENCIALES CLIENTES PUEDAN ENCONTRARTE A TRAVÉS DE CUALQUIER DISPOSITIVO.

# HERRAMIENTAS GOOGLE

- [GOOGLE DOMAINS](https://danyelperales.com/herramientas-google/) ([HTTPS://DANYelperales.com/HERRAMIENTAS-GOOGLE/](https://danyelperales.com/herramientas-google/))
- GOOGLE TAMBIÉN EJERCE COMO REGISTRADOR DE DOMINIOS A TRAVÉS DE ESTA HERRAMIENTA. UNA DE LAS VENTAJAS QUE OFRECE, ES EL PODER SINCRONIZAR TU DOMINIO CON UNA CUENTA DE CORREO PERSONAL, TODO CON LA POTENCIA Y SEGURIDAD DE LA GRAN G.
- LA MIA: [HTTP://WWW.MATHEMATICABEYONDMATHEMATICS.COM/](http://www.mathematicabeyondmathematics.com/)

# HERRAMIENTAS GOOGLE

- [GOOGLE FORMS \(\(HTTPS://DANYELPERALES.COM/HERRAMIENTAS-GOOGLE/ \)](https://DANYELPERALES.COM/HERRAMIENTAS-GOOGLE/)ESTA HERRAMIENTA ES REALMENTE ÚTIL SI QUIERES RECOLLECTAR CIERTA INFORMACIÓN MEDIANTE UN FORMULARIO DE CONTACTO EXTERNO A TU PÁGINA WEB. SI LO PREFIERES, TAMBIÉN PUEDES INCRUSTAR UNO DE ESTOS FORMULARIOS DE GOOGLE EN TU WEB.
- EJERCICIO: CRÉATE UN FORMULARIO

## HOJA DE CALCULO

[HTTPS://DOCS.GOOGLE.COM/SPREADSHEETS/U/1/](https://docs.google.com/spreadsheets/u/1/)

- ABRE UNA HOJA EN BLANCO

EJERCICIO: INSTALA LOS COMPLEMENTOS:

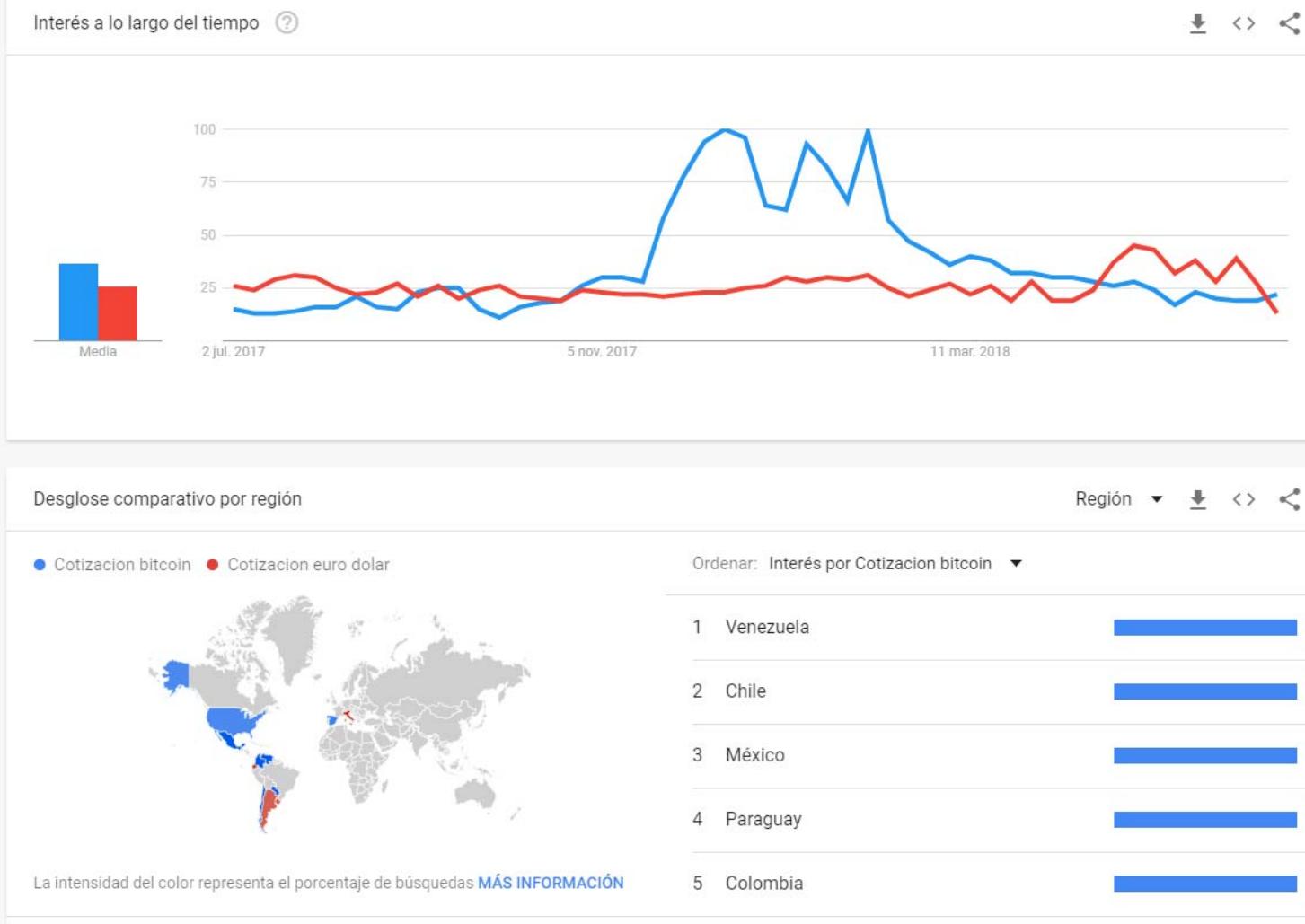


## Utiliza Cryptofinance para obtener la cotización actual de las criptomonedas

The screenshot shows a Google Sheets document titled "AnalyticsTest1". The main content is a table of cryptocurrency data with columns for Id, Name, Symbol, Rank, Price, and various market metrics. The formula used in cell A1 is =CRYPTOFINANCE("COINMARKETCAP"). A sidebar on the right is titled "CRYPTOFINANCE" and lists "Complementos del documento" such as Google Analytics, OpenSolver, and Power Tools. The sidebar also includes links to "XLMiner Analysis ToolPak", "Obtener complementos...", and "Administrador complementos...".

	A	B	C	D	Precio	...	H	I	J	K	...
1	Id	Name	Symbol	Rank	Price						
2	bitcoin	Bitcoin	BTC	1	610		100.0	104541485092	17117912.0	17117912.0	21000000.0
3	ethereum	Ethereum	ETH	2	434		100.0	43606850045.0	100330510.0	100330510.0	0.0
4	ripple	Ripple	XRP	3	0.45						
5	bitcoin-cash	Bitcoin Cash	BCH	4	704						
6	eos	EOS	EOS	5	7.59						
7	litecoin	Litecoin	LTC	6	76.8						
8	stellar	Stellar	XLM	7	0.18						
9	cardano	Cardano	ADA	8	0.12615	0.0000206562	36627800.0	3270699948.0	25927070538.0	31112483745.0	45000000000.0
10	tether	Tether	USDT	9	0.999984	0.0001637401	2142080000.0	2707097031.0	2707140346.0	3080109502.0	0.0
11	iota	IOTA	MIOTA	10	0.960787	0.0001573219	45241400.0	2670536562.0	2779530283.0	2779530283.0	1.0
12	tron	TRON	TRX	11	0.0388233	0.0000063570	102946000.0	2552558663.0	65748111645.0	100000000000.0	0.0
13	monero	Monero	XMR	12	127.214	0.0208303723	41981100.0	2057124147.0	16170580.0	16170580.0	1.0
14	neo	NEO	NEO	13	29.8773	0.0048921918	54255500.0	1942024500.0	65000000.0	100000000.0	-0.0
15	dash	Dash	DASH	14	230.505	0.0377435264	178257000.0	1880033348.0	8156150.0	8156150.0	18900000.0
16	binance-coin	Binance Coin	BNB	15	14.1077	0.0023100338	45621900.0	1608860308.0	114041290.0	194972068.0	0.0
17	ethereum-classic	Ethereum Classic	ETC	16	14.6291	0.0023954093	234465000.0	1500902958.0	102597081.0	102597081.0	0.0
18	vechain	VeChain	VEN	17	2.55453	0.0004182858	50844500.0	1398603572.0	547499372.0	873378637.0	2.0
19	nem	NEM	XEM	18	0.151486	0.0000248047	11716100.0	1363374000.0	8999999999.0	8999999999.0	0.0
20	ontology	Ontology	ONT	19	5.23951	0.0008579319	77901000.0	792696863.0	151292175.0	1000000000.0	0.0
21	qtum	Qtum	QTUM	20	8.91785	0.0014602334	185623000.0	790696854.0	88664516.0	100664516.0	-0.0
22	omisego	OmiseGO	OMG	21	7.25676	0.001188242	17734800.0	740498308.0	102042552.0	140245398.0	1.0
23	zcash	Zcash	ZEC	22	160.873	0.0263417901	39663800.0	680063460.0	4227331.0	4227331.0	0.0
24	icon	ICON	ICX	23	1.40569	0.000243271	28405500.0	575602867.0	387431340.0	400228740.0	0.0
25	lisk	Lisk	LSK	24	5.23885	0.0008578238	6886070.0	562514709.0	107373700.0	122620148.0	0.0
26	decred	Decred	DCR	25	68.9659	0.0112926673	8303460.0	492812591.0	7145743.0	7565743.0	21000000.0
27	zilliqa	Zilliqa	ZIL	26	0.0624716	0.0000102293	24053500.0	473278185.0	7575893444.0	12600000000.0	0.0
28	bytecoin-bcn	Bytecoin	BCN	27	0.00256224	0.0000004195	3786820.0	471171547.0	183890481254	183890481254	184470000000.0
29	aeternity	Aeternity	AE	28	1.78761	0.0002927082	5533240.0	416549726.0	233020472.0	273685830.0	0.0

Utiliza Google Trends para comparar la cotización del bitcoin y la del euro dólar en el mundo durante los últimos 12 meses ¿Qué conclusiones obtienes?  
Descarga en un fichero los datos del gráfico de interés a lo largo del tiempo



Los datos descargados importalos en una Hoja de Calculo Google:  
 Añade una columna que muestre la relación del interés Cotización  
 Bitcoin/EuroDolar.

Crea dos gráficos como los que se muestran en la figura  
 Cálcula el promedio de los datos de cada columna

Semana	Cotizacion bitcoin	Cotizacion euro	BitCoin/Dolar
2017-07-02	14	23	0.61
2017-07-09	16	29	0.55
2017-07-16	15	32	0.47
2017-07-23	14	25	0.56
2017-07-30	17	28	0.61
2017-08-06	17	27	0.63
2017-08-13	20	23	0.87
2017-08-20	15	22	0.68
2017-08-27	16	27	0.59
2017-09-03	25	21	1.19
2017-09-10	25	24	1.04
2017-09-17	23	20	1.15
2017-09-24	9	23	0.39
2017-10-01	11	26	0.42
2017-10-08	17	20	0.85
2017-10-15	20	16	1.25
2017-10-22	19	19	1.00
2017-10-29	25	25	1.00
2017-11-05	27	22	1.23
2017-11-12	32	20	1.60
2017-11-19	30	23	1.30
2017-11-26	59	22	2.68
2017-12-03	77	17	4.53
2017-12-10	99	25	3.96
2017-12-17	98	24	4.08
2017-12-24	99	26	3.81
2017-12-31	63	25	2.52
2018-01-07	62	27	2.30
2018-01-14	93	25	3.72
2018-01-21	85	29	2.93
2018-01-28	69	29	2.38
2018-02-04	100	29	3.45
2018-02-11	60	26	2.31
2018-02-18	46	19	2.42
2018-02-25	41	23	1.78
2018-03-04	38	25	1.52



## WOLFRAM ALPHA

[HTTP://WWW.WOLFRAMALPHA.COM/](http://www.wolframalpha.com/)

(EL APP ES MUY RECOMENDABLE)

- LOS BUSCADORES REALIZAN BUSQUEDAS QUE NOS SUELEN LLEVAR A ENLACES RELACIONADOS CON LA BUSQUEDA EN EL CASO DE WOLFRAM ALPHA LO QUE TENEMOS SON RESPUESTA, FRECUENTEMENTE DATOS QUE DESPUÉS PODEMOS MANIPULAR



Wolfram Alpha está programado en el Wolfram Language (Mathematica) que dispone de muchas funciones de machine learning que son utilizadas por algunos buscadores



## DETERMINA EL ORIGEN DE LOS DATOS DE GOOGLE TRENDS

**GOOGLE TRENDS ANALIZA UN PORCENTAJE DE BÚSQUEDAS WEB DE GOOGLE PARA DETERMINAR CUÁNTAS BÚSQUEDAS SE REALIZARON EN UN PERÍODO DE TIEMPO ESPECÍFICO.**

POR EJEMPLO, SI ESTÁS ESCRIBIENDO UNA NOTICIA SOBRE EL VIRUS DE ZIKA Y QUIERES SABER SI RECENTEMENTE SE HA PRODUCIDO UN REPUNTE EN LAS BÚSQUEDAS SOBRE ESTE TEMA, SELECCIONA LA OPCIÓN DE LOS ÚLTIMOS 90 DÍAS. GOOGLE TRENDS ANALIZA UN PORCENTAJE DE TODAS LAS BÚSQUEDAS DE "VIRUS ZIKA" REALIZADAS CON ESOS PARÁMETROS.

[HTTPS://TRENDS.GOOGLE.ES/TRENDS/?GEO=ES](https://trends.google.es/trends/?geo=es)

← → C Es seguro | <https://trends.google.es/trends/?geo=ES>

Aplicaciones Google Hotmail usalmail Cumulo W

# Google Trends

Inicio

- Explorar
- Tendencias en búsquedas
- Más populares
- Suscripciones

# DESCUBRE QUÉ ESTÁ BUSCANDO EL MUNDO: CONSULTA LAS TENDENCIAS DEL 2017 EN ESPAÑA

## Cine, TV y Series

- 1 Eurovisión
- 2 HBO
- 3 Oscars
- 4 Supervivientes
- 5 La Sexta Directo

## Deportes

- 1 Liga Santander
- 2 Eurobasket
- 3 Neymar
- 4 Champions League
- 5 Roland Garros

## General

- 1 Cataluña
- 2 Atentado Barcelona
- 3 Bimba Bosé
- 4 Puigdemont
- 5 Ángel Nieto

## Personalidades

- 1 Bimba Bosé
- 2 Puigdemont
- 3 Ángel Nieto
- 4 Carme Chacón
- 5 Andrea Janeiro

## ¿Cómo...?

- 1 ¿Cómo eres según tu nombre?
- 2 ¿Cómo hacer slime?
- 3 ¿Cómo hacer torrijas?
- 4 ¿Cómo llegar Google Maps?
- 5 ¿Cómo saber si tengo cláusula suelo?

## ¿Qué es...?

- 1 ¿Qué es el artículo 155?
- 2 ¿Qué es TGSS?
- 3 ¿Qué es la DUI?
- 4 ¿Qué es el lupus?
- 5 ¿Qué es la CUP?

# GOOGLE TRENDS: ENTIENDE LOS DATOS

HAZ UNA VISITA GUIADA A:

<https://newsinitiative.withgoogle.com/training/lesson/6507480104304640?image=trends&tool=Google%20Trends>

## Google Trends: entiende los datos

Cómo interpretar los resultados de Tendencias de búsqueda.

[HTTPS://NEWSINITIATIVE.WITHGOOGLE.COM/TRAINING/LESSONS?TOOL=GOOGLE%20TRENDS&IMAGE=TRENDS](https://newsinitiative.withgoogle.com/training/lessons?tool=google%20trends&image=trends)

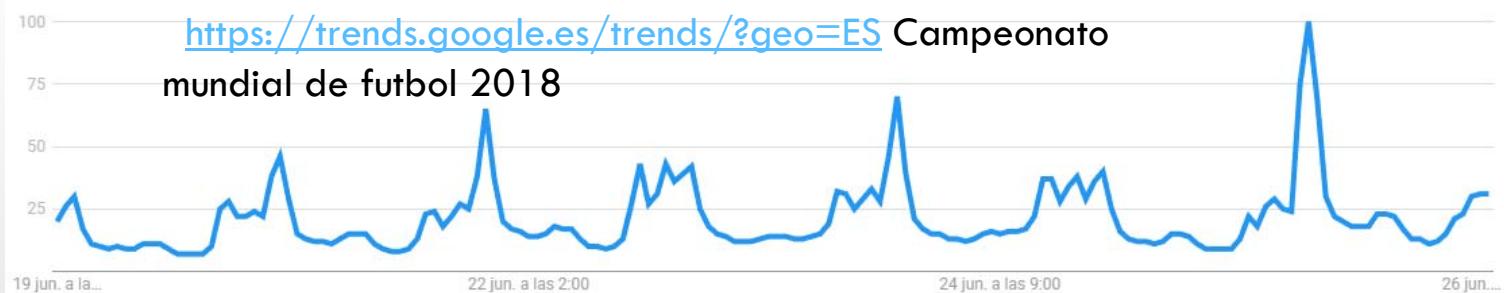
### Determina el origen de los datos de Google Trends

Google Trends analiza un porcentaje de búsquedas web de Google para determinar cuántas búsquedas se realizaron en un periodo de tiempo específico.

Por ejemplo, si estás escribiendo una noticia sobre el virus de Zika y quieres saber si recientemente se ha producido un repunte en las búsquedas sobre este tema, selecciona la opción de los últimos 90 días. Google Trends analiza un porcentaje de todas las búsquedas de "virus zika" realizadas con esos parámetros.

España ▾ Últimos 7 días ▾ Todas las categorías ▾ Búsqueda web ▾

Interés a lo largo del tiempo ?



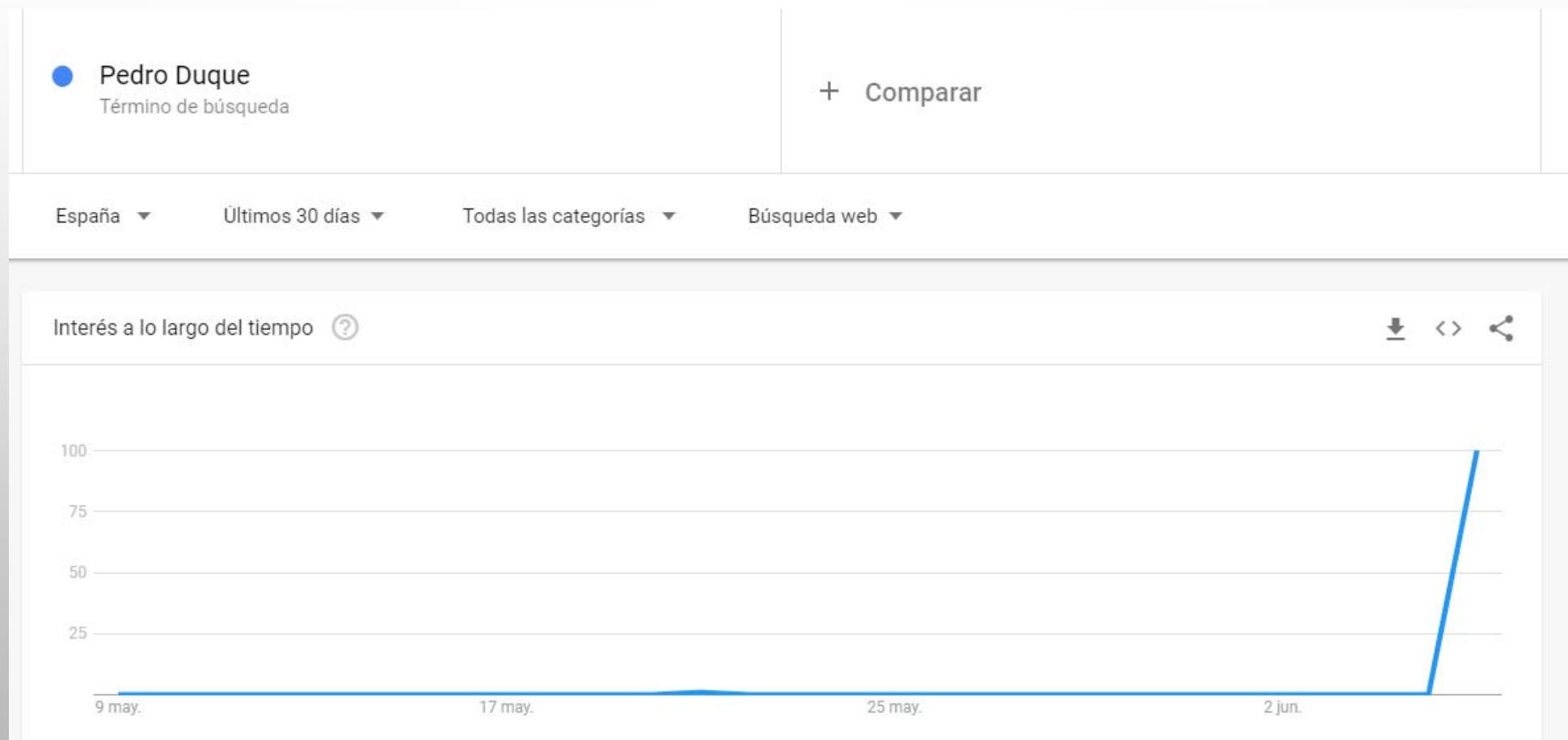
Interés por subregión ?

Subregión ▾ Download Copy Share

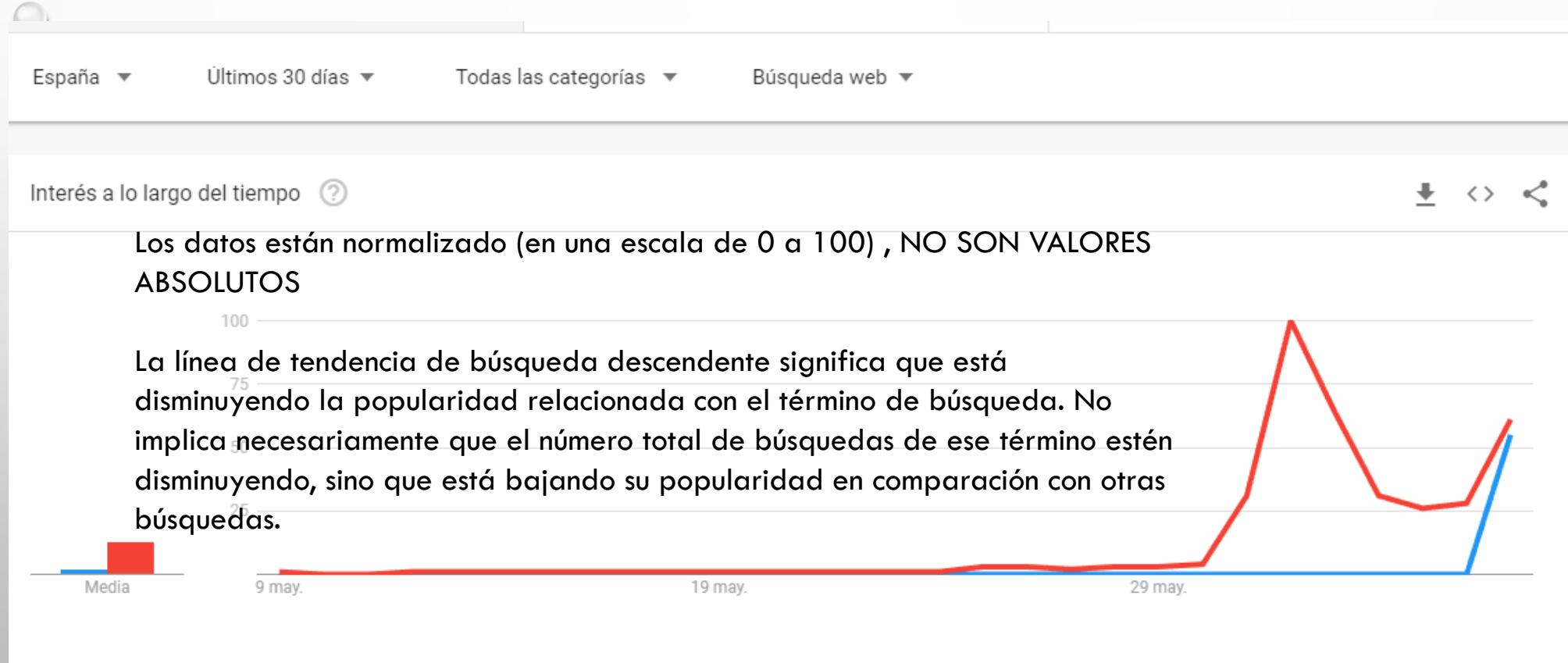


1	Islas Baleares	100	
2	Canarias	100	
3	Cataluña	91	
4	Comunidad Valenciana	90	
5	Andalucía	89	

[HTTPS://TRENDS.GOOGLE.ES/TRENDS/TRENDINGSEARCHES/DAILY?GEO=ES](https://trends.google.es/trends/trendingsearches/daily?geo=ES)



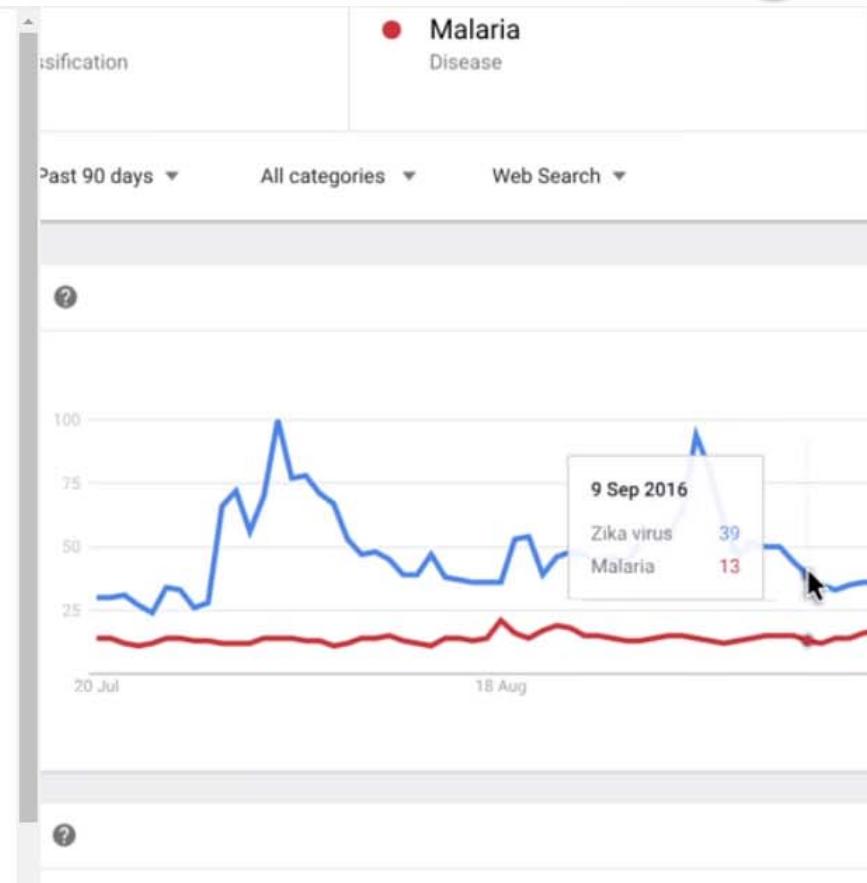
<https://trends.google.es/trends/explore?date=today%201-m&geo=ES&q=Pedro%20Duque,Pedro%20Sanchez>

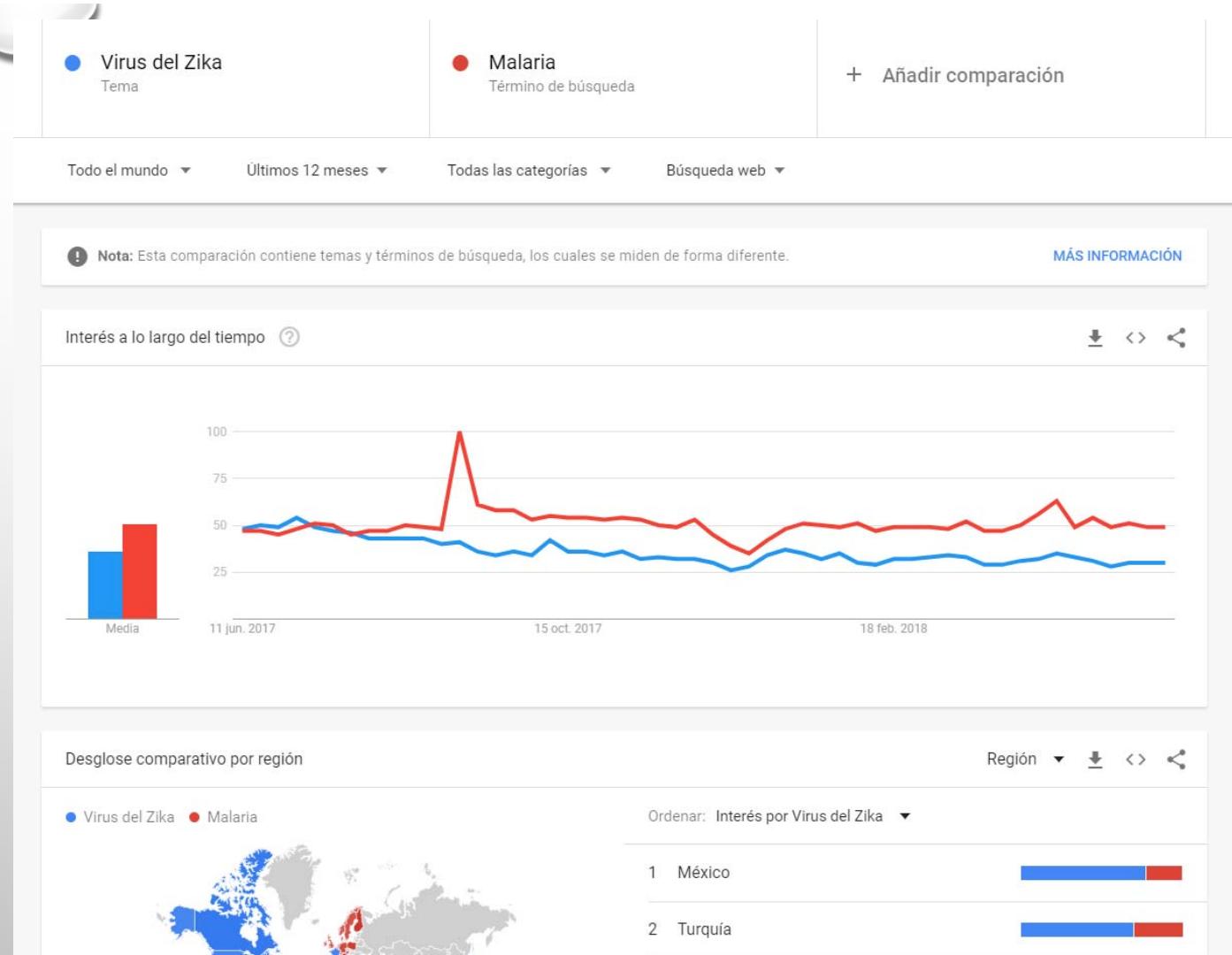


## Encuentra el tema más buscado en cada región o país

Cuando buscas varios términos en Google Trends, se muestra un mapa comparativo en el que se indica qué término o tema es el más buscado en cada región.

- ▶ Comparación del interés a lo largo del tiempo: si comparamos los términos de búsqueda "virus zika" y "malaria", podrás comprobar que la tasa de consultas de "malaria" se mantiene de forma lineal a lo largo del tiempo y que apenas se han registrado búsquedas de "zika" hasta enero de 2016, cuando se produjo un gran repunte.
- ▶ Comparación del interés por región: si observamos el interés de búsqueda por región, comprobamos que el virus de Zika fue más buscado en Estados Unidos y Brasil, mientras que la malaria fue un tema de búsqueda más popular en la India y el Sudeste Asiático.





Podemos realizar la comparación por región y descargar los datos para un tratamiento estadístico

## Explora los temas

Supongamos que quiere explorar el interés que suscita en España el ["Campeonato Mundial de Futbol 2018"](#). Solo tienes que utilizar la barra de búsqueda de Google Trends ( eligiendo como región España):

- [Introduce el término "Campeonato Mundial de Futbol 2018" en la barra de búsqueda situada en la parte superior de la página principal. Pulsa Intro para ver los resultados.](#)
- En la página de resultados se incluirán tres visualizaciones de datos (gráficos): Interés a lo largo del tiempo, Interés por región y Consultas relacionadas.
- En la página de resultados, puedes añadir temas para compararlos de forma simultánea en los gráficos haciendo clic en el botón + Comparar, o bien quitar un tema haciendo clic en la "x" que se muestra en su cuadro cuando colocas el cursor sobre él.
- También puedes buscar varios términos de forma simultánea. Solo tienes que escribirlos en el cuadro Añadir término de búsqueda.

## **Profundiza; no te quedes en las cuestiones básicas**

Con Google Trends, podrás saber fácilmente cuáles son las historias y los temas que más interesan. Explorar temas es un proceso relativamente sencillo. Además, en Tendencias de búsqueda se incluyen algunas funciones y opciones que te ayudarán a definir mejor tus resultados. Existen varias formas de obtener los datos precisos que necesitas y que te resultarán útiles para desarrollar una idea para tu historia o defender un punto de vista.

Define mejor tu búsqueda mediante la puntuación

Puedes utilizar la puntuación para filtrar tus resultados de Tendencias de búsqueda. Por ejemplo, si estás escribiendo una historia sobre energías renovables y buscas el término “energía renovables”, sin ninguna puntuación, los resultados incluirán ambas palabras en cualquier orden, junto con otras palabras

## GUÍA DE PUNTUACIÓN

- A CONTINUACIÓN, INDICAMOS CÓMO LOS DISTINTOS USOS DE LA PUNTUACIÓN PUEDEN AFECTAR A ESTA BÚSQUEDA:
- "PARQUE EÓLICO": SI UN TÉRMINO SE ESCRIBE ENTRE COMILLAS, EN LOS RESULTADOS SE MOSTRARÁ ESE TÉRMINO EXACTO, POSIBLEMENTE CON PALABRAS ANTES O DESPUÉS DEL MISMO (POR EJEMPLO, "PARQUE EÓLICO COSTERO").
- EÓLICO + SOLAR: LOS RESULTADOS PUEDEN INCLUIR LAS PALABRAS "EÓLICO" O "SOLAR".
- EÓLICO – PARQUE: LOS RESULTADOS INCLUIRÁN LA PALABRA "EÓLICO", PERO EXCLUIRÁN LA PALABRA "PARQUE". ESTO ES ÚTIL CUANDO BUSCAS UN TÉRMINO QUE FORMA PARTE DE UNA EXPRESIÓN MUY POPULAR QUE NO QUIERES QUE DOMINE LOS RESULTADOS.
- COMBUSTIBLE + COMBUSTIBLES + COMBUSTIEBLE: LOS RESULTADOS INCLUIRÁN VARIEDADES ORTOGRÁFICAS ALTERNATIVAS (COMBUSTIBLE O COMBUSTIBLES), ADEMÁS DE ERRORES ORTOGRÁFICOS HABITUALES (COMBUSTIEBLE).

## DEFINE MEJOR LA BÚSQUEDA POR ZONA GEOGRÁFICA

- CUANDO BUSQUES UN TÉRMINO EN GOOGLE TRENDS, EN LOS RESULTADOS SE INCLUIRÁ UN MAPA DEL MUNDO EN EL QUE SE MUESTRAN LAS ZONAS DONDE SE UTILIZA MUCHO ESE TÉRMINO. EL SOMBREADO MÁS OSCURO INDICA LOS LUGARES EN LOS QUE ES MÁS PROBABLE QUE SE BUSQUE EL TÉRMINO.

SOLO TIENES QUE COLOCAR EL CURSOR SOBRE UNA REGIÓN PARA QUE SE ACTIVE UNA VENTANA EMERGENTE EN LA QUE SE MUESTRA SU ÍNDICE DE VOLUMEN DE BÚSQUEDA. A LA DERECHA DEL MAPA, SE INCLUYE UN ICONO DE VISTA DE LISTA QUE MUESTRA UNA CLASIFICACIÓN DE LAS CIUDADES O REGIONES PRINCIPALES SEGÚN LA POPULARIDAD DEL TÉRMINO.

## **DELIMITA O MUESTRA CADA TEMA DE BÚSQUEDA POR UBICACIÓN GEOGRÁFICA Y PERÍODO DE TIEMPO**

- EN LA PÁGINA DE RESULTADOS QUE SE MUESTRA JUNTO A CADA TEMA DE BÚSQUEDA INTRODUCIDO, UTILIZA EL BOTÓN DE OPCIONES PARA ACOTAR MÁS LA BÚSQUEDA POR REGIÓN O PERÍODO DE TIEMPO.

POR EJEMPLO, SI COMPARAS EL INTERÉS DE BÚSQUEDA EN LA ENERGÍA UNDIMOTRIZ Y EN LA ENERGÍA SOLAR, PODRÁS COMPROBAR QUE LA ENERGÍA SOLAR SUELE SUPERAR A LA ENERGÍA UNDIMOTRIZ EN CUANTO A INTERÉS DE BÚSQUEDA A NIVEL MUNDIAL. SI CAMBIAS LOS FILTROS INDIVIDUALES PARA CONOCER EL INTERÉS LOCAL Y SELECCIONAS LISBOA PARA ENERGÍA UNDIMOTRIZ Y CALIFORNIA PARA ENERGÍA SOLAR, LOS DATOS MUESTRAN QUE NO EXISTE TANTA DIFERENCIA COMO A NIVEL MUNDIAL.

## USA LOS ELEMENTOS Y LOS DATOS DE GOOGLE TRENDS

- GOOGLE TRENDS MIDE LO QUE LOS USUARIOS ESTÁN BUSCANDO. ES POSIBLE QUE TE INTERESE INCLUIR ESA INFORMACIÓN EN TUS NOTICIAS PARA ILUSTRAR TEMAS DE INTERÉS ACTUALES (POR EJEMPLO, UN CANDIDATO POLÍTICO O UN PROBLEMA SOCIAL).

Insertar

Mantener los datos actualizados

Estos datos están publicados y se seguirán actualizando

Pega esto en una página HTML:

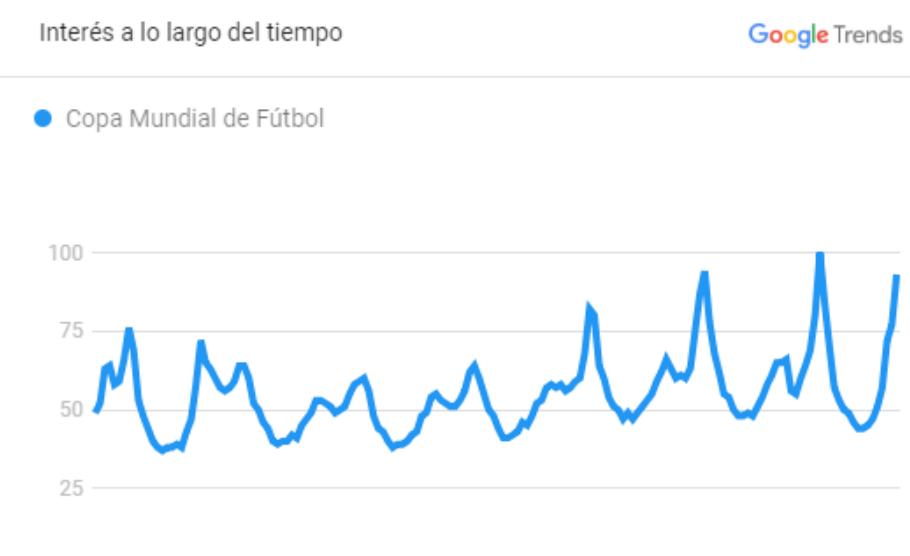
```
<script type="text/javascript" src="https://ssl.gstatic.com/trends_nrtr/1435_RC12/embed_loader.js"></script>
<script type="text/javascript" trends.embed.renderExploreWidget("TIMESERIES",
```

Vista previa

ORDENADOR MÓVIL

Interés a lo largo del tiempo Google Trends

● Copa Mundial de Fútbol



3 jun. a la... 8 jun. a las 19:00

LISTO

**COPIA EL CÓDIGO EN TU PAG WEB Y SE SEGUIRÁ ACTUALIZANDO**

EJERCICIO: ACCEDE A

[HTTPS://TRENDS.GOOGLE.ES/TRENDS/?GEO=ES](https://trends.google.es/trends/?geo=ES)

ELIGE UN TEMA. UTILIZA TREND PARA ANALIZARLO. ELIGE LA  
REGIÓN Y EL PERÍODO E INTERPRÉTALA. COMPARA.

DESCARGA LOS DATOS

INSERTA LO QUE TE INTERESE EN BLOGGER QUE HAS CREADO  
ANTES