

Conversación con Gemini

Exported: 15/6/2026 10:05:08

Jordi H.

Has dicho se pueden bajar los datos crudos de google analytics?

Gemini

La respuesta corta es **sí**, pero el "cómo" depende de qué versión de Analytics estés usando (aunque hoy en día casi todo el mundo está en GA4) y de qué tan "crudos" necesites los datos. Aquí tienes las tres formas principales de hacerlo

1. Exportación a BigQuery (La opción "pata negra")

Esta es la forma oficial de obtener los **datos crudos evento por evento**. A diferencia de los informes de la interfaz de Google Analytics, que están agregados y a veces sujetos a muestreo, la conexión con BigQuery te entrega cada interacción individual

- **Cómo funciona:** Vinculas tu propiedad de GA4 con un proyecto en Google Cloud.
- **Ventaja:** Tienes acceso a todos los parámetros, dimensiones personalizadas y el ID de usuario sin procesar.
- **Coste:** GA4 tiene una conexión gratuita con BigQuery (Sandbox), aunque pagas por el almacenamiento y las consultas si superas los límites gratuitos de Google Cloud

2. Google Analytics Data API (Para desarrolladores)

Si quieres extraer los datos para meterlos en tu propia base de datos o en una aplicación personalizada, puedes usar la **API de GA4**

- **Uso:** Requiere conocimientos de programación (Python, Node.js, etc.).
- **Limitación:** Aunque permite extraer mucha información, los datos ya pasan por un pequeño proceso de agregación. No es tan "atómico" como BigQuery, pero es muy flexible para reportes automáticos

3. Exportación Manual (CSV / Excel)

Es la opción más básica y menos "cruda", pero útil para análisis rápidos.

- **Dónde:** En cualquier informe de GA4 o en la sección de Exploraciones.
- **El truco:** Si usas la sección de "Exploraciones", puedes crear una tabla con dimensiones muy granulares (como la marca de tiempo o el ID de transacción) y descargarla en formato CSV o Google Sheets

¿Por qué querrías los datos crudos?

Normalmente, bajar los datos sin procesar es vital cuando:

1. **Evitar el muestreo:** Las cuentas con mucho tráfico sufren de "sampling" en la interfaz web.
2. **Atribución personalizada:** Quieres crear tu propio modelo de atribución fuera de lo que ofrece Google.
3. **Data Warehouse:** Quieres cruzar los datos de navegación con tus datos de ventas reales (CRM).

¿Te gustaría que te explique paso a paso cómo activar la vinculación gratuita con BigQuery para empezar a

Jordi H.

Has dicho mi problema es el borrado que hace google de datos antiguos. me gustaría conservarlos para hipotéticos análisis posteriores de varios años comparado

Gemini

Entiendo perfectamente tu preocupación. El límite de retención de datos en Google Analytics 4 (GA4) es uno de los cambios que más impacta si vienes de la versión antigua (Universal Analytics), donde los datos no solían caducar. Para evitar que Google borre tus datos y poder realizar análisis históricos de varios años, aquí tienes las soluciones técnicas para **"congelar"** y conservar esa información

1. La solución definitiva: Exportación a BigQuery

Es la única forma de garantizar que tus datos **nunca se borren**. Google Analytics 4 tiene una cláusula de retención de datos de eventos de máximo 14 meses (por defecto viene en 2 meses). Al enviarlos a BigQuery, salen del ecosistema de Analytics y pasan a ser tuyos para siempre en una base de datos

- Cómo hacerlo: Ve a Administrar > Vinculaciones con otros productos > Vinculaciones con BigQuery.
- Ventaja: Puedes acumular años de datos y compararlos sin que Analytics los elimine de su interfaz.
- Dato importante: La vinculación es gratuita (dentro de los límites del Sandbox de Google Cloud), por lo que puedes empezar hoy mismo sin coste

2. Ajustar la retención al máximo permitido

Por defecto, GA4 suele estar configurado para borrar datos de eventos después de **2 meses**. Debes cambiar esto inmediatamente para ganar tiempo, aunque el máximo sea limitado

- Paso a paso: Ve a Administrar > Recogida y modificación de datos > Retención de datos.
- Cambio: Cambia "Retención de datos de eventos" de 2 meses a 14 meses.
- Nota: Esto no evita el borrado a largo plazo (más de un año), pero te da un margen mucho mayor para tus análisis actuales

3. Copias de seguridad periódicas en Google Sheets

Si no quieres usar BigQuery porque te parece complejo, puedes usar el complemento oficial de **Google** para Google Sheets**.

- Estrategia: Configura un informe mensual que extraiga las métricas clave (sesiones, usuarios, conversiones por fuente) y las pegue en una hoja de cálculo
- Resultado: Tendrás una tabla histórica creada por ti que nunca caducará, ideal para comparar años (YoY) de forma sencilla

4. Exportar el historial de Universal Analytics (si aún lo tienes)

Si tu preocupación es por los datos de la versión antigua que Google cerró definitivamente, recuerda que esos datos **no se migraron automáticamente a GA4**. Si no descargaste esos datos en su momento (vía CSV o BigQuery), es probable que ya no sean accesibles, ya que Google inició el borrado masivo tras el cierre de UA. **Mi recomendación:** Activa hoy mismo la conexión con **BigQuery**. Es la única forma profesional de asegurar que dentro de 3 o 5 años puedas mirar atrás y ver exactamente qué pasó en tu web

Jordi H.

Has dicho vamos a por la exportación manual en las exploraciones. guíame

¡Perfecto! Vamos a por ello. La sección de **Exploraciones** es la herramienta más potente de la interfaz de GA4 para sacar datos detallados (lo más parecido a "datos crudos" sin entrar en programación). Sigue estos pasos para crear tu primer informe de respaldo histórico

1. Entrar al "Laboratorio"

- En el menú de la izquierda de Google Analytics, haz clic en el icono del gráfico con una lupa: Explorar.
- Selecciona la opción En blanco (el cuadro con el símbolo +).

2. Definir qué quieres bajar (Variables)

En la columna de la izquierda (**Variables**), verás tres secciones clave que debes configurar:

- Nombre de la exploración: Ponle algo como "Respaldo_Historico_Mensual".
- Periodo: Haz clic y selecciona el rango más amplio posible (o el mes específico que quieras salvar).
- Dimensiones (+): Haz clic en el + y busca/selecciona las que necesites. Para un análisis detallado te recomiendo: Fecha (para tener el dato día a día). Fuente/medio de la sesión (para saber de dónde e venían). Nombre del evento (si quieres ver qué hacían). Página de destino (Landing page
- Métricas (+): Haz clic en el + y busca: Sesiones. Total de usuarios. Eventos por sesión. Conversiones.

[!!IMPORTANT]

No olvides darle a **Importar** arriba a la derecha después de seleccionar las dimensiones y métricas, si no, no aparecerán para usar

3. Construir la tabla (Configuración de la pestaña)

Ahora que tienes las piezas, hay que montarlas en la columna central:

- Filas: Arrastra las Dimensiones que importaste (ej: Fecha, Fuente/medio).
- Valores: Arrastra las Métricas (ej: Sesiones, Conversiones).

4. El paso clave: Exportar los datos

Una vez que veas la tabla con los datos en la parte derecha:

1. Busca el icono de la flecha hacia abajo (Exportar datos) en la esquina superior derecha de la pantalla.
2. Elige el formato:
 - Google Sheets: Si quieres seguir trabajando el histórico en la nube.
 - CSV: Si quieres guardarlo en tu disco duro (es el formato más "crudo" y compatible).
 - PDF: (No recomendado para análisis, solo para lectura).

Un par de advertencias de "amigo":

- Límite de filas: Las exploraciones tienen un límite de 50.000 filas. Si tu web tiene mucho tráfico y cruzas muchas dimensiones (ej: Fecha + Ciudad + Dispositivo + Página), podrías pasarte. Si eso ocurre, exporta mes a mes
- El Umbral (Thresholding): Si ves un icono de un triángulo naranja arriba, es que Google está ocultando datos para proteger la privacidad (pasa si hay pocos usuarios en una fila). Para evitarlo, intenta no usar dimensiones muy específicas como "ID de usuario" en este modo

¿Quieres que te diga qué dimensiones y métricas son las "imprescindibles" para que tu histórico sea realmente

Gemini

Para que tus datos de hoy le sirvan a tu "yo del futuro" dentro de dos o tres años, no basta con bajar números sueltos. Necesitas contexto. Si solo bajas "Sesiones", en 2028 no sabrás si esas sesiones vinieron de un anuncio de Instagram o de un post orgánico que se hizo viral. Aquí tienes el **"Kit de Supervivencia Histórica"** (las dimensiones y métricas que sí o sí debes incluir en tu exportación)

1. Dimensiones de Adquisición (El "De dónde")

Sin esto, tu histórico no tiene valor estratégico.

- Fuente / medio de la sesión: Fundamental para saber si el tráfico era de Google (organic), de pago (cpc) o referido
- Campaña de la sesión: Para identificar acciones específicas (ej: "Rebajas_Verano_2024").
- Grupo de canales predeterminado de la sesión: Te da la visión general (Direct, Organic Search, Social, etc.).

2. Dimensiones de Comportamiento (El "Qué hicieron")

- Ruta de página y clase de pantalla: Para saber qué contenidos funcionaban.
- Página de destino (Landing page): Vital para entender por dónde entraba la gente y qué ofertas funcionaban mejor
- Nombre del evento: Si quieres un análisis "crudo", añade esta dimensión para ver cuántos clicks, scrolls o view_item hubo

3. Métricas de Rendimiento (El "Cuánto")

No te quedes solo en las sesiones; necesitas calidad.

- Sesiones / Usuarios activos: El volumen básico.
- Eventos por sesión / Porcentaje de interacciones: Para medir el engagement real.
- Conversiones / Eventos clave: Lo más importante. Si puedes, añade Ingresos totales si tienes un e-commerce

Mi consejo "Pro" para tu archivo histórico:

Si vas a hacer esto manualmente cada mes o trimestre, crea una **columna extra de "Año" y "Mes"** en tu Excel o Google Sheets final. ¿Por qué? Porque GA4 a veces exporta la fecha en formatos que Excel no entiende bien (ej: 20240520). Si etiquetas cada bloque de datos con su mes correspondiente, te será mucho más fácil crear **Tablas Dinámicas** para comparar, por ejemplo, todos los meses de Mayo de los últimos 4 años

Un pequeño truco antes de terminar:

En la configuración de la exploración, asegúrate de poner las **Filas** al máximo (suelen venir 10 o 20 por defecto, cámbialo a **500**) para que la tabla que ves en pantalla sea lo más completa posible antes de darle a exportar. ¿Te parece que empecemos montando una tabla con estas dimensiones o prefieres que veamos cómo automatizar esto para no tener que hacerlo a mano cada mes?