



ANÁLISIS DIGITAL UBA

CLASE II



EJERCICIO 1

1. Definir una conversión
2. Definir una micro-conversión
3. Definir 10 KPIs
 - a. Por lo menos 2 de alto nivel
 - b. Por lo menos 2 de bajo nivel



Negocio sugerido: tienda online tradicional

REPASO



**SOBRE ESTE
CURSO**

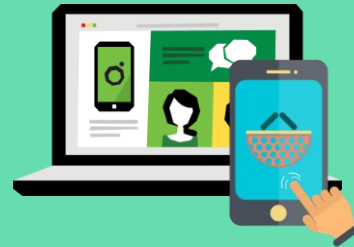


CERTIFICACIÓN



**ECOSISTEMA
DIGITAL**

Buyers Journey,
Inbound, Omnichannel



**WEB SITES
& APPs**

Cómo funcionan, CSS,
HTML, JS, Ajax.

REPASO



**QUÉ ES LA
ANALÍTICA
DIGITAL**



**POR QUÉ
MEDIMOS**



**ESTRATEGIA
DE MEDICIÓN**


KPIs como puente entre
acción y objetivo




SIRVE PARA ANALIZAR TENDENCIAS, NO VALORES ABSOLUTOS

Los datos de las herramientas de web analytics no son 100% precisos:

- 1% al 2% usuarios deshabilitan Javascript
- Errores javascript
- Usuarios eliminan o deshabilitan cookies
- Un usuario, varios ordenadores
- Diferentes usuarios, un ordenador
- Período de decisión de compra
- Tiempos de ejecución de scripts



Páginas 

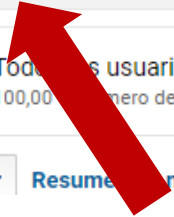
 GUARDAR  EXPORTAR  COMPARTIR

 Todos los usuarios
100,00 número de visitas a páginas

 + Agregar segmento

1 sept. 2017 - 12 nov. 2017 ▼

Explorador **Resumen de navegación**



Este informe se basa en el 1,34 % de las sesiones. [Más información](#)

Las filas de la tabla se han filtrado para que solo incluyan los datos de  El gráfico y las cabeceras de la tabla contienen el total de todos los datos.

Mayor precisión ▾



Total
100%

GOOGLE TAG MANAGER



Google

Herramienta de gestión de etiquetas desarrollada por google para la gestión de etiquetas HTML y JavaScript en Google Analytics.





CONCEPTOS Y TERMINOLOGÍAS

Conceptos y terminologías | **Usuarios**

Cantidad de visitantes no duplicados (contabilizados una sola vez) que han accedido a su sitio web a lo largo de un período de tiempo determinado.

Representan Navegadores o “Browsers”



Celular

PC (Navegador 1)

PC (Navegador 2)

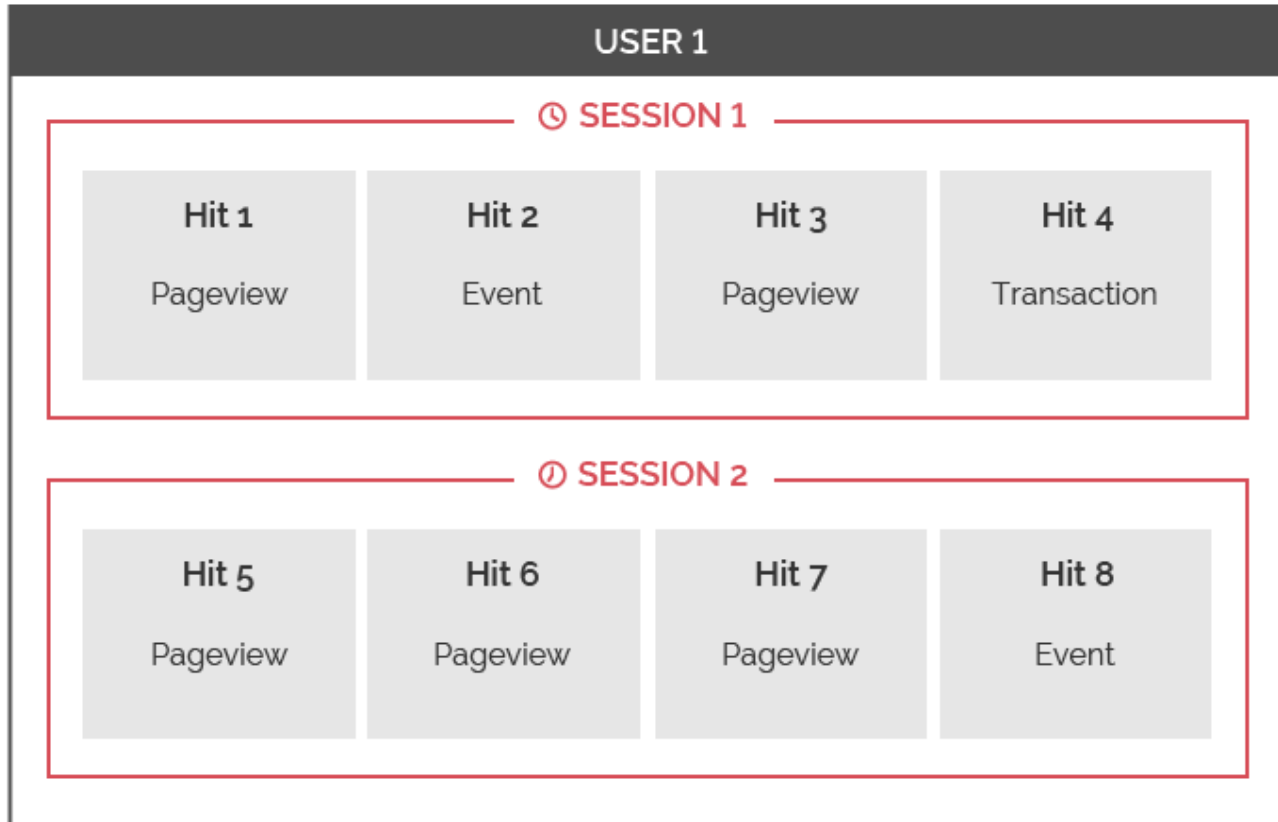
Tablet



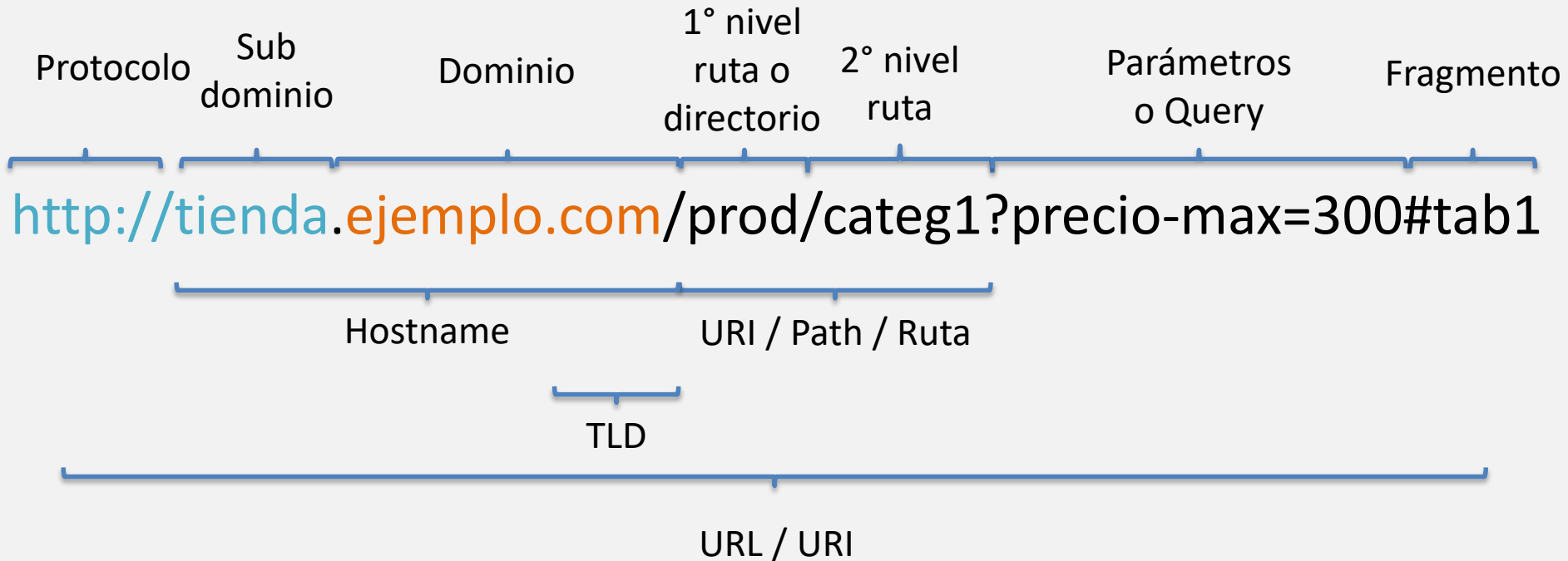
4 visitantes únicos

Plazo de expiración: 2 años

Conceptos y terminologías | **Sesión**



Conceptos y terminologías | **Pageview**



SESIÓN



30
Minutos sin
medición



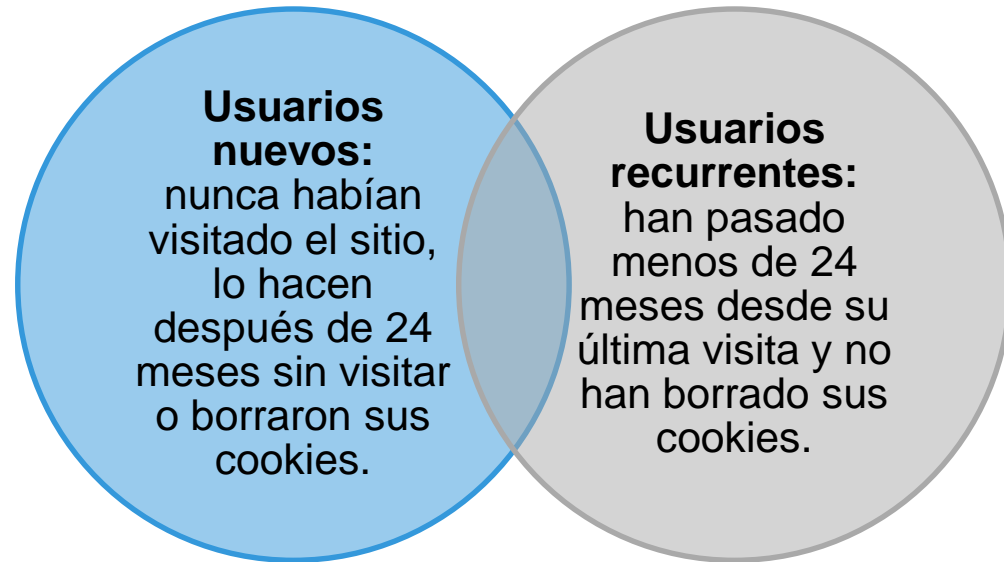
Nueva
información
de campaña



Medianoche

Conceptos y terminologías | **Recurrencia**

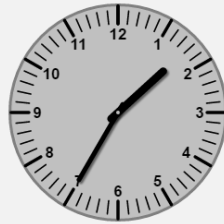
- **Usuarios nuevos:** cantidad de visitantes que realizan una **primera visita** para un período de tiempo determinado.
- **Usuarios recurrentes:** cantidad de visitantes que realizaron una **visita previa** para un período de tiempo determinado.



EJERCICIOS



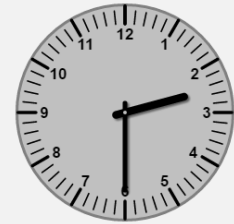
Pageview
13:30



Evento
13:35



Pageview
14:03



Evento
14:30

EJERCICIOS

Una sesión



Pageview
13:30



Evento
13:35



Pageview
14:03



Evento
14:30

EJERCICIOS



Pageview
13:30



Evento
13:35



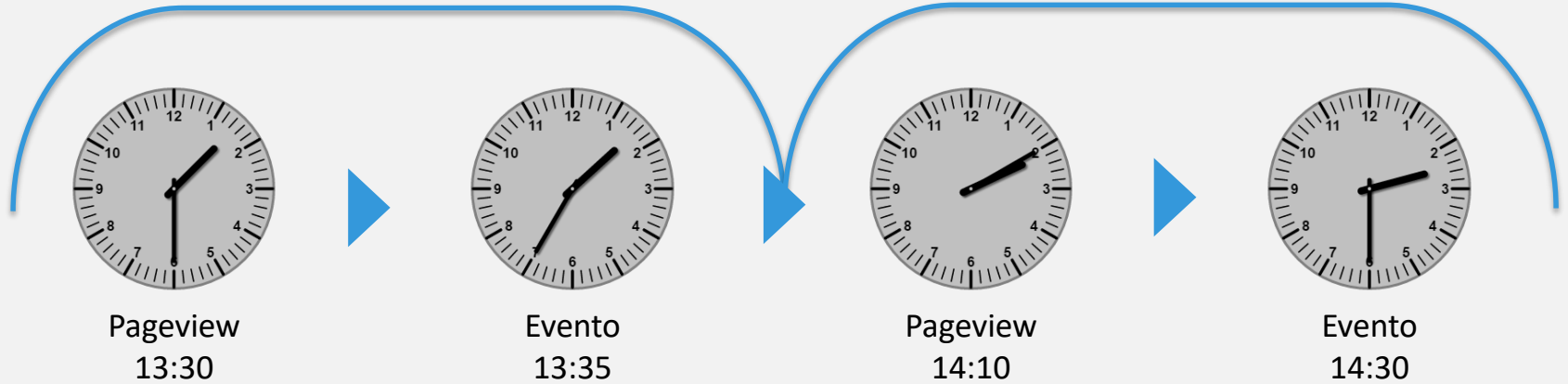
Pageview
14:10



Evento
14:30

EJERCICIOS

Dos Sesiones



EJERCICIOS



Pageview
23:30



Evento
23:55



Evento
00:05



Pageview
00:37

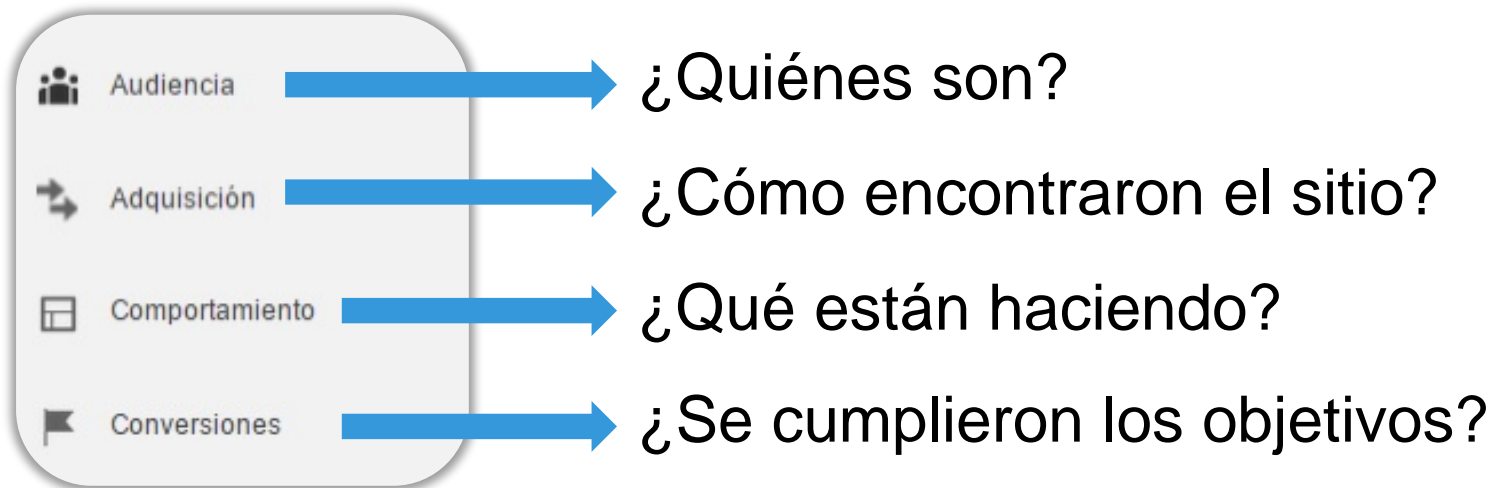
EJERCICIOS

Tres Sesiones



Organización de los informes

Los informes se agrupan juntos en 4 secciones



Diferencia Métrica y Dimensión

MÉTRICAS

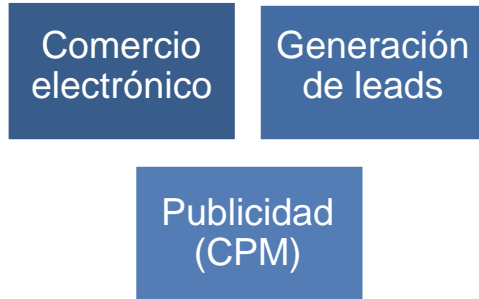
DIMENSIONES

Fuente/medio ?	Sesiones ? ↓	% de nuevas sesiones ?	Nuevos usuarios ?
	5.480.242 % del total: 100,00 % (5.480.242)	50,27 % Media de la vista: 50,27 % (0,00 %)	2.755.184 % del total: 100,00 % (2.755.184)
1. (direct) / (none)	1.149.484 (20,98 %)	72,83 %	837.221 (30,39 %)
2. google / organic	1.090.818 (19,90 %)	46,84 %	510.905 (18,54 %)
3. FACEBOOK / PAGO	767.431 (14,00 %)	55,46 %	425.654 (15,45 %)
4. google / cpc	623.900 (11,38 %)	57,71 %	360.058 (13,07 %)

Conversiones | Agrupación

Macro Conversiones

Cantidad de veces que se cumple con el objetivo principal del negocio.



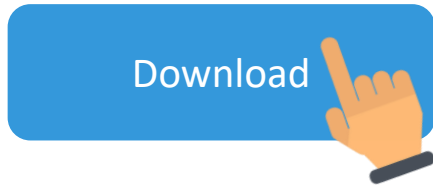
Micro Conversiones

Indican cierto grado de engagement por parte del usuario y potencialmente lo llevará a completar una macro-conversion.

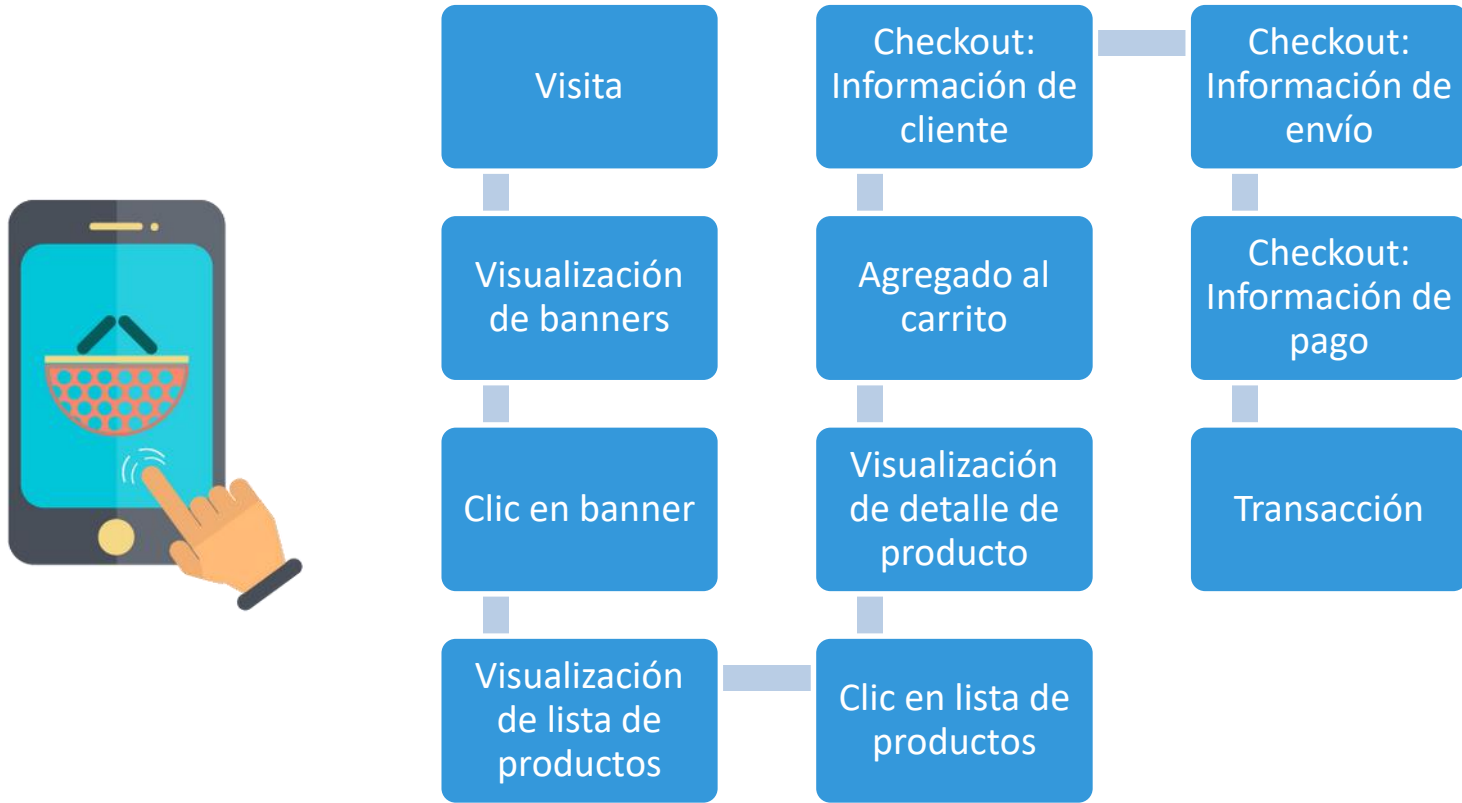


Ecommerce

Objetivos de Conversiones vs. Transcciones de Ecommerce



Enhanced eCommerce



PÁGINAS VISTAS ÚNICAS

1 SESIÓN



PÁGINA 1



PÁGINA 2



PÁGINA 3



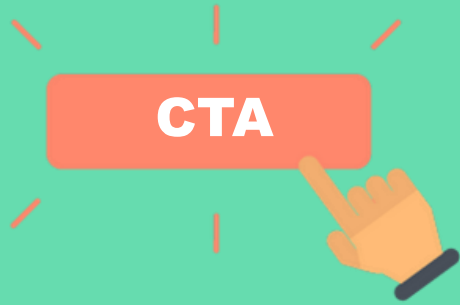
PÁGINA 2

Páginas vistas: **4**

Páginas vistas únicas: **3**

EVENTO

Medición de una interacción que es independiente de la carga de una página.



CATEGORÍA

ACCIÓN

ETIQUETA

VALOR

También existe el concepto de **evento único**.

RECURRENCIA



USUARIOS NUEVOS

Nunca habían visitado el sitio, lo hacen después de 24 meses sin visitar o borraron sus cookies.

USUARIOS RECURRENTE

han pasado menos de 24 meses desde su última visita y no han borrado sus cookies.

REBOTE



Consiste en un usuario que ha generado un solo hit antes de abandonar el sitio (terminar la sesión), independientemente del tiempo que el mismo haya permanecido en el sitio.

SE SUELE MEDIR EN TASA

AFECTADO POR EVENTOS

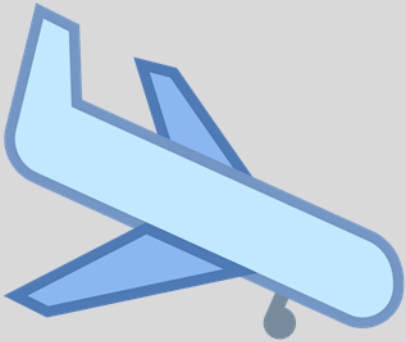


REBOTE



SALIDA

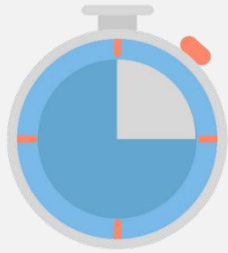
PÁGINA DE DESTINO



También conocida como página de aterrizaje, landing page o página de entrada.

Es la primer página que los usuarios visualizan al llegar al sitio.

DURACIÓN DE LA SESIÓN



La duración de la sesión se calcula mediante la diferencia entre la primer interacción medida y la última.

EJERCICIOS



El usuario ingresa a la página 1 a las 17:00 y la lee por 5 minutos.



El usuario navega a la página 2 a las 17:05 y la lee por 10 minutos.



A las 17:15 el usuario abandona el sitio.

EJERCICIOS



El usuario ingresa a la página 1 a las 17:00 y la lee por 5 minutos.



El usuario navega a la página 2 a las 17:05 y la lee por 10 minutos.



A las 17:15 el usuario abandona el sitio.

5 MINUTOS

MÉTRICA Y DIMENSIÓN

MÉTRICAS

DIMENSIONES

Fuente/medio ?	Sesiones ? ↓	% de nuevas sesiones ?	Nuevos usuarios ?
	5.480.242 % del total: 100,00 % (5.480.242)	50,27 % Media de la vista: 50,27 % (0,00 %)	2.755.184 % del total: 100,00 % (2.755.184)
1. (direct) / (none)	1.149.484 (20,98 %)	72,83 %	837.221 (30,39 %)
2. google / organic	1.090.818 (19,90 %)	46,84 %	510.905 (18,54 %)
3. FACEBOOK / PAGO	767.431 (14,00 %)	55,46 %	425.654 (15,45 %)
4. google / cpc	623.900 (11,38 %)	57,71 %	360.058 (13,07 %)

DIMENSIONES

▼Visitors

- Hour of the day
- Page Depth
- Days Since Last Visit
- Count of Visits
- Visitor Type
- City
- Language
- Region
- Country/Territory
- Continent
- Sub Continent Region
- User Defined Value

▼Traffic Sources

- Campaign
- Ad Group
- Keyword
- Ad Content
- Ad Slot
- Ad Slot Position
- Source
- Medium
- Source/Medium
- Referral Path

▼Systems

- Browser
- Browser Version
- Connection Speed
- Operating System
- Operating System Version
- Flash Version
- Java Support
- Screen Colors
- Screen Resolution
- Hostname
- Network Location
- Domain

▼E-Commerce

- Affiliation
- Days to Transaction
- Product SKU
- Product
- Product Category
- Count of Visits to a Transaction

▼Content

- Page Title
- Page
- Site Search Status
- Search Term
- Refined Keyword
- Site Search Category
- Landing Page
- Exit Page

MÉTRICAS

▼ Site Usage

Bounces	Exits	Time on Page	Time on Site	Entrances	New Visits
Bounce Rate	% Exit	Pageviews	Avg. Time on Site	Pages/Visit	Visits

▼ Content

Total Unique Searches	Search Refinements	Time after Search	Search Exits	Unique Pageviews	Visits with Search
		Search Depth			

▼ Goals

Total Goal Starts	Goal3 Starts	Goal1 Completions	Goal4 Completions	Goal2 Value	Per Visit Goal Value
Goal1 Starts	Goal4 Starts	Goal2 Completions	Total Goal Value	Goal3 Value	
Goal2 Starts	Total Goal Completions	Goal3 Completions	Goal1 Value	Goal4 Value	Goal Conversion Rate

▼ E-Commerce

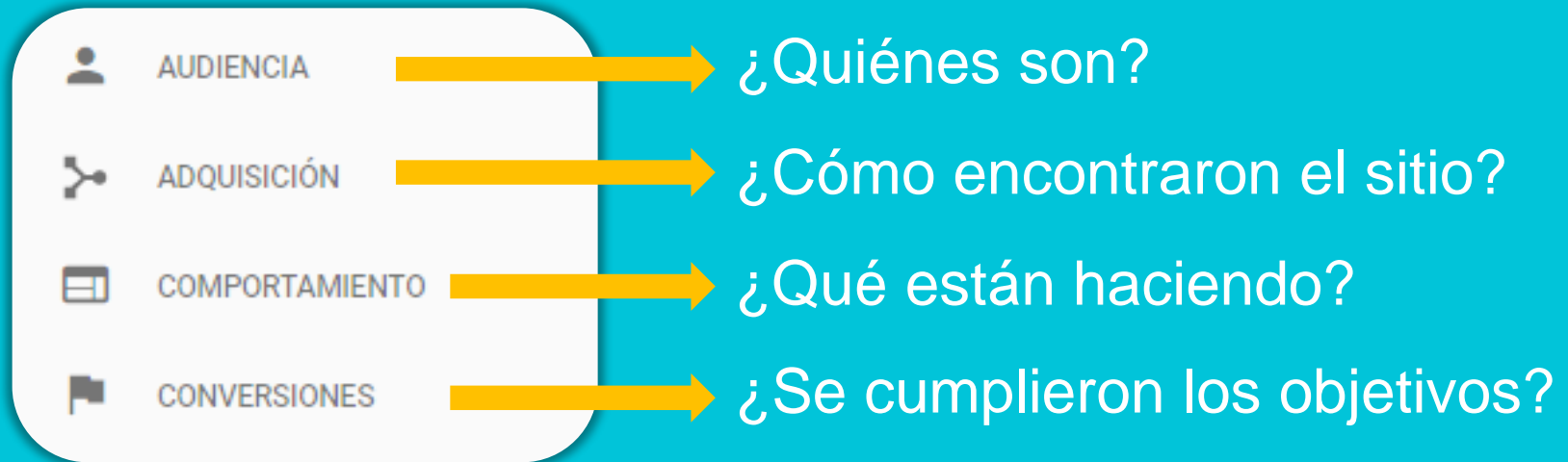
Unique Purchases	Quantity	Per Visit Value	Average Value	Tax
Product Revenue	Revenue	RPC	Shipping	Transactions

▼ Advertising

Clicks	Impressions	CPC	Cost per Goal Conversion	Cost per Transaction	Cost per Conversion
Cost	CTR	CPM			

REPORTES ESTÁNDAR

Los informes se agrupan en 4 secciones principales





UNIDAD IV

COMENZANDO A UTILIZAR
GOOGLE ANALYTICS





ORGANIZACIÓN DE UNA CUENTA

ESTRUCTURA DE UNA CUENTA DE GA

CUENTA

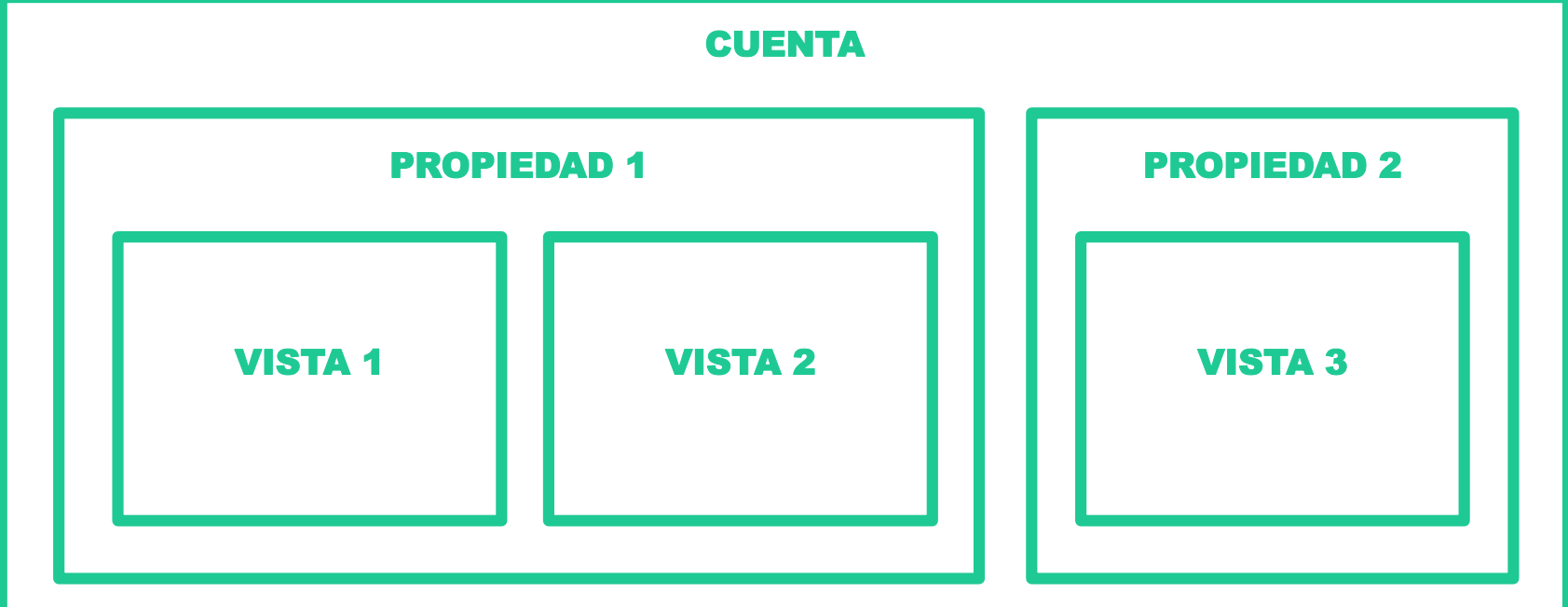
PROPIEDAD 1

VISTA 1

VISTA 2

PROPIEDAD 2

VISTA 3





Search reports and help



CUSTOMIZATION

Reports



REAL-TIME



AUDIENCE

Overview

Active Users

 Cohort Analysis ^{BETA}

User Explorer

▶ Demographics

▶ Interests

▶ Geo



ADMIN

Audience Overview

Email

Export ▾

Add to Dashboard

Shortcut

This report is



All Users

100.00% Sessions



+ Add Segment

Overview

Sessions ▾

 vs. [Select a metric](#)

● Sessions

12

6

...

Feb 22

Feb 23

Feb 24

Feb 25

Sessions

25

Users

19

Pageviews

69

Search

ALL

FAVORITES

Accounts

Properties & Apps

Views

Analysis digital UBA >

analysisdigitaluba.c... >
UA-90272838-1

All Web Site D...
137895566 ✓ ☆

This report is

Add Segment

Feb 22

Feb 23

Feb 24

ADMIN

Sessions

25

Users

19

Pageviews

69

Search

ALL

FAVORITES

Accounts

Properties & Apps

Views

Analysis digital UBA

analysisdigitaluba.c...
UA-90272838-1

All Web Site D...
137895566



Add Segment

Feb 22

Feb 23

Feb 24

ADMIN

Sessions

25

Users

19

Pageviews

69



Search reports and help



CUSTOMIZATION

Reports



REAL-TIME



AUDIENCE

Overview

Active Users

 Cohort Analysis ^{BETA}

User Explorer

▶ Demographics

▶ Interests

▶ Geo



ADMIN

Audience Overview

Email

Export ▾

Add to Dashboard

Shortcut

This report is



All Users

100.00% Sessions



+ Add Segment

Overview

Sessions ▾

 vs. [Select a metric](#)

● Sessions

12

6

...

Feb 22

Feb 23

Feb 24

Feb 25

Sessions

25

Users





19

Pageviews

69




CUENTA

Análisis digital UBA






 Configuración de la cuenta Gestión de usuarios Todos los filtros Historial de cambios Papelera

PROPIEDAD

analisisdigitaluba.com








 Configuración de la propiedad Gestión de usuarios Información de seguimiento

ENLACE CON OTROS PRODUCTOS







 Enlace de AdWords Enlaces de AdSense Enlace de Ad Exchange Todos los productos Notificaciones Definiciones de la audiencia Dd Definiciones personalizadas Dd Importación de datos

VER

All Web Site Data

 Ver configuración Gestión de usuarios Objetivos Agrupación de contenido Filtros Configuración del canal Configuración de comercio electrónico Dd Métricas calculadas **BETA**

HERRAMIENTAS Y ELEMENTOS PERSONALES

 Segmentos anotaciones Modelos de atribución Agrupaciones de canales personalizados **BETA** Alertas personalizadas Mensajes de correo electrónico programados Accesos directos

ESTRUCTURA DE UNA CUENTA DE GA



CUENTA

- Suele utilizarse para agrupar toda la información de una compañía.
- Puede contener más de una propiedad
- No es posible migrar datos históricos
- Permite asignar permisos a usuarios sobre todas las entidades inferiores
- Permite configuraciones básicas relativas a compartir datos.

ESTRUCTURA DE UNA CUENTA DE GA



PROPIEDAD

- Unidad de información
- Puede contener uno o más sitios web/apps.
- Solo la información que está en la misma propiedad se puede cruzar (salvo en premium).
- Corresponde a un ID de seguimiento (UA-XXXXXX-Y)
- Permite brindar permisos, que se aplican también a todas sus vistas.
- Sobre este nivel se realizan los linkeos de información a otras fuentes.

ID DE SEGUIMIENTO

CUENTA

UA-92814952-10

PROPIEDAD

ESTRUCTURA DE UNA CUENTA DE GA



VISTA

- Recorte de la información de la propiedad
- Sobre este nivel de aplican los filtros
- Permite pre-procesamiento de la información
- Permite otorgar permisos a los usuarios.
- Los cambios en la configuración no son retroactivos.



analytics.google.com



Cuentas



Empiece a analizar el tráfico de su sitio en tres pasos

1 Registrarse en Google Analytics



Lo único que necesitamos es información básica acerca del sitio que desea supervisar.

2 Añadir código de seguimiento



Obtendrá un código de seguimiento para pegarlo en sus páginas a fin de que Google tenga constancia de cuándo se visita su sitio.

3 Conozca su audiencia



En pocas horas empezará a ver datos acerca de su sitio.

Empezar a usar Google Analytics

[Regístrese](#)

Regístrese ahora mismo. Es sencillo y gratuito.

Nueva cuenta

¿De qué quiere realizar el seguimiento?

Sitio web

Aplicación móvil

Método de seguimiento

Esta propiedad funciona mediante Universal Analytics. Para completar la configuración haga clic en *Obtener ID de seguimiento* e implemente el fragmento de código de seguimiento de Universal Analytics.

Configuración de la cuenta

Nombre de cuenta obligatorio

Las cuentas son el nivel superior de organización y contienen uno o varios ID de seguimiento.

Mi nombre de cuenta nuevo

Configuración de la propiedad

Nombre del sitio web obligatorio

Mi sitio web nuevo

URL del sitio web obligatorio

http://



Ejemplo: http://www.mywebsite.com

Configuración para compartir datos ?

Los datos que recopila, procesa y almacena utilizando Google Analytics (datos de Google Analytics) son seguros y confidenciales. Dichos datos se utilizan para proporcionar y mantener el servicio de Google Analytics, realizar acciones fundamentales del sistema y, en algunos casos excepcionales, por motivos legales, según se describe en nuestra [política de privacidad](#).

Las opciones para compartir datos le proporcionan un mayor control al compartir datos de Google Analytics. [Más información](#)

Productos y servicios de Google **RECOMENDADO**

La opción comparte datos de Google Analytics con Google para ayudar a mejorar los productos y servicios de Google. *Si la desactiva, es posible que los datos sigan transmitiéndose a otros productos de Google enlazados explícitamente con Analytics. Visite la sección [enlaces de producto](#) de cada propiedad para visualizar o cambiar la configuración.*

Comparativas **RECOMENDADO**

Ceder datos anónimos para agregarlos a un conjunto de datos totales a fin de habilitar funciones como comparativas y publicaciones que pueden ayudarle a conocer las tendencias de los datos. Antes de compartirlos, se suprime cualquier información que pueda identificar su sitio web y se combina con otros datos anónimos.

Asistencia técnica **RECOMENDADO**

Permitir que los representantes del servicio de asistencia técnica de Google puedan acceder a su cuenta y a sus datos de Google Analytics cuando sea necesario a fin de proporcionar el correspondiente servicio y encontrar soluciones a los problemas técnicos.

Especialistas en cuentas **RECOMENDADO**

Esta opción permite a los especialistas en marketing y ventas de Google acceder a sus datos y cuenta de Google Analytics para que puedan sugerirle mejoras en la configuración y en el análisis, además de ofrecerle consejos de optimización. Si no tiene asignado ningún de especialistas en ventas, permita el acceso a representantes de Google autorizados.

Descubra cómo Google Analytics [protege los datos](#).

Está utilizando 0 cuentas de un total de 100.

ID de seguimiento

UA-92814952-1

Estado

No se han recibido datos durante las últimas 48 horas. [Learn more](#)

Seguimiento del sitio web

Este es el código de seguimiento de Universal Analytics para esta propiedad.

Cópielo y péguelo en todas las páginas web que quiera supervisar a fin de obtener todas las ventajas de Universal Analytics para la propiedad.

```
<script>
(function(i,s,o,g,r,a,m){i['GoogleAnalyticsObject']=r;i[r]=i[r]||function(){
(i[r].q=i[r].q||[]).push(arguments)},i[r].l=1*new Date();a=s.createElement(o),
m=s.getElementsByTagName(o)[0];a.async=1;a.src=g;m.parentNode.insertBefore(a,m)
})(window,document,'script','https://www.google-analytics.com/analytics.js','ga');

ga('create','UA-92814952-1','auto');
ga('send','pageview');

</script>
```

Implementación PHP OPCIONAL

- Use el código de arriba para crear un archivo con el nombre `analyticstracking.php` e inclúyalo en cada página de la plantilla PHP.
- Agregue la línea siguiente a cada página de la plantilla justo después de la etiqueta `<body>` de apertura:

```
<?php include_once("analyticstracking.php") ?>
```

ID de seguimiento

UA-92814952-1

Estado

No se han recibido datos durante las últimas 48 horas. [Learn more](#)

Seguimiento del sitio web

Este es el código de seguimiento de Universal Analytics para esta propiedad.

Cópielo y péguelo en todas las páginas web que quiera supervisar a fin de obtener todas las ventajas de Universal Analytics para la propiedad.

```
<script>
(function(i,s,o,g,r,a,m){i['GoogleAnalyticsObject']=r;i[r]=i[r]||function(){
(i[r].q=i[r].q||[]).push(arguments)},i[r].l=1*new Date();a=s.createElement(o),
m=s.getElementsByTagName(o)[0];a.async=1;a.src=g;m.parentNode.insertBefore(a,m)
})(window,document,'script','https://www.google-analytics.com/analytics.js','ga');

ga('create','UA-92814952-1','auto');
ga('send','pageview');

</script>
```

Implementación PHP OPCIONAL

- Use el código de arriba para crear un archivo con el nombre `analyticstracking.php` e inclúyalo en cada página de la plantilla PHP.
- Agregue la línea siguiente a cada página de la plantilla justo después de la etiqueta `<body>` de apertura:

```
<?php include_once("analyticstracking.php") ?>
```

FILTROS

Administración > Filtros de vista

Analisis digital UBA / analisisdigitaluba.com / All Web Site Data



VER

All Web Site Data

Ver configuración

Gestión de usuarios

Objetivos

Agrupación de contenido

Filtros

Configuración del canal

Configuración de comercio electrónico

Métricas calculadas **BETA**

+ AGREGAR FILTRO

Buscar

Clasificación

Nombre del filtro

Tipo de filtro

No hay datos para esta vista.

FILTROS

Añadir filtro a la vista

Información del filtro

Nombre del filtro

Tipo de filtro

Predefinido

Personalizado

Seleccionar tipo de filtro ▾

Seleccionar una fuente o un destino ▾

Seleccionar una expresión ▾

Verificación de filtros ?

[Verificar este filtro](#) Descubra cómo afectaría este filtro a los datos de la vista actual, basándose en el tráfico de los últimos 7 días.

Guardar

Cancelar

FILTROS

Añadir filtro a la vista

Información del filtro

Nombre del filtro

Tipo de filtro

Predefinido

Personalizado

Seleccionar tipo de filtro ▾

Seleccionar una fuente o un destino ▾

Seleccionar una expresión ▾

Excluir

Incluir solo

[Verificar este filtro](#) Descubra cómo afectaría este filtro a los datos de la vista actual, basándose en el tráfico de los últimos 7 días.

Guardar

Cancelar

FILTROS

Añadir filtro a la vista

Información del filtro

Nombre del filtro

Tipo de filtro

Predefinido

Personalizado

Excluir

Seleccionar una fuente o un destino

Seleccionar una expresión

Verificación de

Verificar este filtro

- tráfico del dominio del ISP
- tráfico de las direcciones IP
- tráfico a los subdirectorios
- tráfico al nombre de host

filtro a los datos de la vista actual, basándose en el tráfico de los últimos 7 días.

Guardar

Cancelar

FILTROS

Añadir filtro a la vista

Información del filtro

Nombre del filtro

Tipo de filtro

Predefinido

Personalizado

Excluir

tráfico al nombre de host

Seleccionar una expresión

Nombre del host

p. ej., example.com

Verificación de filtros ?

que son iguales a
que empiezan por
que terminan por
que contienen

[Verificar este filtro](#) Descubra cómo afectaría este filtro a los datos de la vista actual, basándose en el tráfico de los últimos 7 días.

FILTROS

Añadir filtro a la vista

Información del filtro

Nombre del filtro

Tipo de filtro

 Predefinido Personalizado

Nombre del host

Verificación de filtros ?

[Verificar este filtro](#) Descubra cómo afectaría este filtro a los datos de la vista actual, basándose en el tráfico de los últimos 7 días.

FILTROS

+ AGREGAR FILTRO		Asignar un orden a los filtros	<input type="text" value="Buscar"/>
Clasificación ↓	Nombre del filtro	Tipo de filtro	
1	Hostname	Incluir	eliminar
2	Lowercase	Minúsculas	eliminar



Se aplican en orden

FILTROS

Asignar un orden a los filtros

Los filtros se aplican en el orden en el que aparecen a continuación. Seleccione cualquiera de ellos y utilice las flechas para desplazarlo hacia arriba o hacia abajo en la lista.

Filtros actuales

Hostname
Lowercase

Orden: **1**
Nombre del filtro: **Hostname**
Tipo de filtro: **Incluir**

↑ Mover hacia arriba

↓ Mover hacia abajo

[Cancelar](#)

FILTROS MÁS USADOS

- Minúsculas
- Concatenar Hostname
- Excluir IPs
- Incluir Dominio
- Incluir subdirectorio
- Incluir/Excluir APPs

FILTROS PERSONALIZADOS

Información del filtro

Nombre del filtro

Tipo de filtro

Excluir

Campo del filtro

Seleccione el campo ▾

Patrón del filtro

Distinción entre mayúsculas y minúsculas

Incluir

Minúsculas

Mayúsculas

Buscar y reemplazar

Opciones avanzadas

[Más información acerca de las expresiones regulares](#)

FILTRO LOWERCASE

Tipo de filtro

Predefinido Personalizado

Excluir

Incluir

Minúsculas

Campo del filtro

Seleccione el campo ▾

Me

Bu

Op

▶ ? A

Verifica

Verifica

Guard

Buscar

CONTENIDO Y TRÁFICO

URI de la solicitud

Nombre del host

Título de la página

Referencia

URL de destino de la campaña

Tipo de hit

Término de búsqueda

Categoría de búsquedas en el sitio

ID de seguimiento de la propiedad fuente

o a los datos de la vista actual, basándose en el tráfico de los últimos 7 días.

FILTROS CONCATENAR **HOSTNAME**

Advanced

Field A -> Extract A

Hostname

Field B -> Extract B

Request URI

Output To -> Constructor

Request URI

Field A Required

Field B Required

Override Output Field

Case Sensitive

PERMISOS DE USUARIOS

Correo electrónico	↑	Permisos de cuenta	
1. leonelfrattesi@gmail.com		Administrar usuarios, Editar, Colaborar, Leer y analizar ▼	eliminar

Mostrar filas: 10 ▼ Ir a: 1 1 - 1 de 1 < >

Añadir permisos para:

Dirección de correo electrónico del usuario registrada en Cuentas de Google

Notificar a este usuario por correo electrónico

Leer y analizar ▼

- Administrar usuarios
- Editar
- Colaborar
- Leer y analizar

PERMISOS DE USUARIOS



LEER Y ANALIZAR



COLABORAR



EDITAR



**ADMINISTRAR
USUARIOS**

PERMISOS DE USUARIOS

Permiso	Explicación
Administrar usuarios	Sirve para gestionar los usuarios de la cuenta (agregar y suprimir usuarios, y asignar permisos).
Editar	<p>Sirve para realizar funciones administrativas y relacionadas con los informes (como agregar, editar o suprimir cuentas, propiedades, vistas, filtros, objetivos, etc., pero sin gestionar usuarios), así como para consultar los datos de los informes.</p> <p>El permiso se necesita en la cuenta para crear filtros y en la vista para aplicarlos.</p> <p>Este permiso incluye el permiso de colaboración.</p>
Colaborar	Sirve para crear elementos personales y compartirlos. Puede colaborar en elementos compartidos; por ejemplo, editando un panel de control o una anotación . Incluye el permiso Leer y analizar.
Leer y analizar	Sirve para ver los datos de configuración y de los informes, trabajar con los datos de estos (p. ej., filtrar una tabla, agregar una dimensión secundaria o crear un segmento), crear elementos personales y compartirlos, así como ver elementos que otros han compartido. No se puede colaborar sobre elementos compartidos.

