

---

**Solucionario de**

# ejercicios de autoevaluación



---

## Ejercicios de autoevaluación

### Unidad de Aprendizaje 1

#### 1. Indica si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas:

a. *Google Analytics* es la única aplicación analítica gratuita.

- Verdadero
- Falso

b. Para disponer de una cuenta en *Google Analytics* es suficiente con tener una cuenta de correo.

- Verdadero
- Falso

c. *Google Analytics* no permite gestionar una cuenta por diferentes usuarios.

- Verdadero
- Falso

d. Dentro de las vistas se configuran las cuentas de correo electrónico que tienen acceso a la herramienta.

- Verdadero
- Falso

e. El código de seguimiento de *Google Analytics* solo puede usarse para una propiedad.

- Verdadero
- Falso

f. Para incorporar un nuevo usuario solo se necesita conocer su correo electrónico.

- Verdadero
- Falso

**2. ¿En qué año se lanzó oficialmente la herramienta *Google Analytics*?**

- a. 2004
- b. 2005**
- c. 2010
- d. 2012

**3. *Google Analytics* dispone de dos versiones:**

- a. *Google 360* y *Enterprise*.
- b. *Google Analytics* y *Analytics 360*.**
- c. Solo dispone de una versión.
- d. Web y apps.

**4. El orden de la organización de la configuración es:**

- a. Cuenta > Propiedad > Vista.**
- b. Cuenta > Vista > Propiedad.
- c. Propiedad > Cuenta > Vista.
- d. Vista > Cuenta > Propiedad.

**5. ¿Qué tipo de flujo de datos no permite hacer seguimiento *Google Analytics*?**

- a. Web.
- b. Aplicación *iOS*.
- c. Aplicación *Android*.
- d. Integración con puntos de venta (TPV).**

**6. Para que *Google Analytics* comience a recopilar datos se necesita:**

- a. Configurar la cuenta.**
- b. Que la página web se encuentre en mantenimiento.
- c. Que transcurran 30 min desde que se inserta el código.
- d. Que transcurran 2 h desde que se inserta el código.

---

## Ejercicios de autoevaluación

### Unidad de Aprendizaje 2

#### 1. Indica si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas:

a. Los informes se centran únicamente en el aspecto económico.

- Verdadero
- Falso

b. La creación de informes permite establecer cambios y sacar conclusiones.

- Verdadero
- Falso

c. *Google Analytics 4* y *Universal Analytics* son herramientas gratuitas.

- Verdadero
- Falso

d. Antes de generar los informes, se deben temporalizar.

- Verdadero
- Falso

e. En los informes se debe establecer una periodicidad mínima mensual.

- Verdadero
- Falso

f. Se puede instalar una cuenta de demostración con datos de prueba en *Google Analytics 4*.

- Verdadero
- Falso

#### 2. ¿En qué año se lanzó herramienta *Google Analytics 4*?

- a. 2018
- b. 2019

- c. **2020**
- d. 2021

**3. El primer informe que muestra *Google Analytics* es:**

- a. Informe de adquisición
- b. Informe en tiempo real**
- c. Informe personalizado
- d. Informe de audiencia

**4. El informe más importante que ofrece *Universal Analytics* es:**

- a. Informe de adquisición
- b. Informe de comportamiento
- c. Informe de audiencia**
- d. Informe de conversión

**5. El informe más importante que ofrece *Universal Analytics* para un comercio online es:**

- a. Informe de adquisición
- b. Informe de comportamiento
- c. Informe de audiencia
- d. Informe de conversión**

**6. ¿Qué importante cambio ha llevado a cabo *GA4* sobre *Universal Analytics*?**

- a. Interfaz y recolección de datos.**
- b. Colores corporativos.
- c. No hay cambios.
- d. La forma de acceso.

**7. ¿En qué apartado se pueden crear los informes personalizados en *GA4*?**

- a. Explorar**
- b. Informes
- c. Publicidad
- d. Colaborar

**8. ¿Cuánto tiempo abarca el informe en tiempo real?**

- a. 1 h
- b. 1 mes
- c. 24 h
- d. 30 min**

**9. Los datos referentes a la ubicación de los usuarios se encuentran en:**

- a. Tecnología
- b. Ubicaciones
- c. Grupos demográficos**
- d. En tiempo real

**10. Los informes de tecnología contienen información acerca de:**

- a. Versión de la aplicación.**
- b. Horas de conexión del dispositivo.
- c. Estabilidad de las aplicaciones.
- d. Las opciones a y c son correctas.



---

## Ejercicios de autoevaluación

### Unidad de Aprendizaje 3

#### 1. Indica si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas:

a. Las acciones que se pretenden con un embudo de conversión normalmente se enfocan a la venta.

- Verdadero
- Falso

b. Cuando hablamos de embudos de conversión (*funnels*) y *leads*, nos referimos a lo mismo.

- Verdadero
- Falso

c. Una etapa del embudo de conversión es la de cultivo.

- Verdadero
- Falso

d. Un embudo de conversión puede tener diferentes objetivos.

- Verdadero
- Falso

e. Si no se conoce el público objetivo, no se puede establecer un embudo de conversión.

- Verdadero
- Falso

f. Los embudos de conversión sirven para tratar de retener a los usuarios antes de que abandonen.

- Verdadero
- Falso

**2. ¿Cuál es la etapa en la que se trata de atraer a la mayor cantidad de personas posibles?**

- a. Etapa de atracción**
- b. Etapa de captación
- c. Etapa de concentración
- d. Etapa de medición

**3. La fase que suelen saltarse los comercios pasando a la etapa de venta es:**

- a. Etapa de atracción
- b. Etapa de captación**
- c. Etapa de concentración
- d. Etapa de medición

**4. Si hacemos referencia a la etapa en la que los clientes comparan entre diferentes opciones, nos referimos a la:**

- a. Etapa de cultivo
- b. Etapa de conversión
- c. Etapa de consideración**
- d. Etapa de medición

**5. La etapa dentro del embudo en la que es más fácil fallar es la:**

- a. Etapa de consideración
- b. Etapa de conversión**
- c. Etapa de cultivo
- d. Etapa de medición

**6. ¿Qué elementos hay que valorar correctamente antes de crear un embudo de conversión?**

- a. Propiedades del producto y cliente.
- b. Mensaje y palabras clave.
- c. Páginas de aterrizaje.
- d. Todas las opciones son correctas.**

7. ¿Cuál de las siguientes opciones no es un tipo de objetivo en *Universal Analytics*?
- a. **En tiempo real**
  - b. Página de destino
  - c. Duración
  - d. Páginas por sesión
8. ¿Cuánto tiempo se debe esperar para empezar a ver datos del embudo de conversión en *Universal Analytics*?
- a. 1 hora
  - b. 1 mes
  - c. **24 h**
  - d. 30 min
9. El proceso que debe seguirse para definir un embudo de conversión en GA4 es:
- a. Informes > Explorar > Embudos de conversión.
  - b. Conversión > Embudo > Informes.
  - c. **Explorar > Exploración de embudos.**
  - d. Todas las opciones son incorrectas.
10. Dentro de cada paso del embudo de conversión en GA4...
- a. ... se pueden utilizar diferentes eventos o métricas.
  - b. ... deben separarse eventos y métricas.
  - c. ... se pueden incorporar diferentes dispositivos.
  - d. **Las opciones a y c son correctas.**



---

## Ejercicios de autoevaluación

### Unidad de Aprendizaje 4

#### 1. Indica si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas:

a. Los eventos que se muestran por defecto en *Google Analytics 4* son generados automáticamente por la herramienta.

- Verdadero
- Falso

b. Un evento se puede definir como una acción que desarrolla un usuario en una página.

- Verdadero
- Falso

c. Es obligatorio crear un evento como si fuese un objetivo.

- Verdadero
- Falso

d. Los eventos no se pueden rastrear con *Google Analytics*.

- Verdadero
- Falso

e. Un evento hace lo mismo que un embudo de conversión pero en una única etapa.

- Verdadero
- Falso

f. *Google Analytics 4* se centra en las interacciones y eventos del usuario.

- Verdadero
- Falso

2. ¿Cuál de las siguientes condiciones interviene en la definición de los eventos?

- a. Categoría.
- b. Acción.
- c. Valor.
- d. Todas las opciones son correctas.**

3. El orden de las condiciones que definen un evento atendiendo al grado de restricción de mayor a menor es:

- a. Acción > Categoría > Etiqueta > Valor.
- b. Valor > Etiqueta > Acción > Categoría.
- c. Categoría > Acción > Etiqueta > Valor.**
- d. Categoría > Acción > Valor > Etiqueta.

4. ¿Qué tipo de evento JavaScript debemos implementar si queremos medir si la página se carga correctamente?

- a. *onclick*
- b. *onload***
- c. *onpage*
- d. *onreset*

5. Para crear un evento personalizado se debe hacer desde la opción Crear evento, que se puede encontrar en:

- a. Informes > Eventos > Crear evento.
- b. Audiencias > Eventos > Crear evento.
- c. Conversiones > Eventos > Crear evento.
- d. Configurar > Eventos > Crear evento.**

6. ¿Dónde se debe incluir el código de seguimiento (etiqueta) de Google Tag Manager?

- a. En la etiqueta <body> </body>.
- b. En la etiqueta <footer> </footer>.
- c. En la etiqueta <head> </head>.
- d. Las opciones a y c son correctas.**

7. De las siguientes opciones indica la que no es una ventaja de implementar *Google Tag Manager* en una página o aplicación:

- a. Mejora el rendimiento.
- b. Ralentiza la velocidad de la página.**
- c. No necesitas conocimientos de programación.
- d. Te ayuda en la estrategia publicitaria.

8. ¿Cuántos elementos integran la estructura de *Google Tag Manager*?

- a. 3
- b. 4
- c. 5**
- d. 6

9. La condición que provoca que se activen las etiquetas se denomina:

- a. Activador.**
- b. Variable.
- c. Etiqueta.
- d. Todas las opciones son incorrectas.

10. ¿En qué año se puso a disposición de los usuarios *Google Tag Manager*?

- a. 2010
- b. 2012**
- c. 2014
- d. 2016

