



Análise de Datos: Looker Studio e Analytics

Como ler as estatísticas web facilmente e crear informes para o **Concello de Xunqueira de Ambía**

Dúas ferramentas, un mesmo obxectivo

Para medir o éxito da nosa web usamos dúas ferramentas conectadas entre si. É importante saber para que serve cada unha.

Google Analytics — O Motor

A sala de máquinas. Recolle todos os datos en bruto. Usaremos só para ver información **en tempo real** ou os informes rápidos do día anterior.

Looker Studio — O Escaparate

A ferramenta que usaremos o **90% do tempo**. Toma os datos complexos de Analytics e transfórmaos en informes visuais, bonitos e moi fáciles de ler.

Os Informes de Looker Studio

Creamos un cadro de mandos á medida. Non precisas programar nada: a información actualízase soa. Temos 4 informes dependendo do período de tempo que queiras revisar.

 **17** **Diario**

Para ver o impacto de hoxe. Ideal se acabamos de subir un bando urgente.

 **Semanal**

Perfecto para facer balance as venres e revisar a semana completa.

 **Mensual**

Ideal para as reunións do Concello e ver a evolución a medio prazo.

 **Histórico**

Para ver os datos dende o principio e comparar anos entre si.



O Dicionario Completo de Google Analytics

Guía de referencia de todas as métricas que aparecen nos informes. Gárdaa para consultar cando teñas dúbidas.

Métricas Principais (Parte Superior)

Active Users Usuarios Activos

Persoas distintas que visitaron a web nun período.

Por que importa: Mide o alcance real da comunicación do Concello.

New Sessions Novas Sesións

Visitas de persoas que entran por primeira vez.

Por que importa: Indica se estamos chegando a veciños novos.

Bounce Rate Taxa de Rebote

% de usuarios que entran e saen sen facer nada máis.

Por que importa: Se é alta, o contido non enganchoa ao visitante.

Avg. Session Duration Duración Media de Sesión

Canto tempo de media pasa cada persoa na web.

Por que importa: Máis tempo = o contido é útil e relevante.

Gráficos e Análises

Users by Day — Usuarios por Día

Gráfico de liña que mostra cando hai máis visitas. **Para que serve:** Detectar picos de tráfico tras publicar un bando ou noticia importante. Se o luns hai máis visitas, a xente busca información trala fin de semana.

Device Distribution — Distribución por Dispositivo

Gráfico de tarta: **Mobile** (móbil), **Desktop** (ordenador), **Tablet**. **Para que serve:** Saber se hai que priorizar o deseño para móbil. Se o 70% entra desde o móbil, as fotos e textos deben verse ben en pantallas pequenas.

Users by Country/Region — Usuarios por País/Rexión

Mapa ou táboa de onde veñen os visitantes xeograficamente. **Para que serve:** Confirmar que os veciños locais son os principais usuarios. Un pico de visitas desde fóra pode indicar interese turístico ou da diáspora.

Users by Traffic Source — Usuarios por Fonte de Tráfico

Organic Search: Buscaron en Google e atopáronnos. **Direct:** Escribiron a URL directamente. **Social:** Viñeron desde redes sociais. **Referral:** Chegaron desde outro sitio web. **Para que serve:** Saber que canles funcionan mellor para comunicar.

Users by Page — Usuarios por Páxina

Lista das páxinas máis visitadas, ordenadas de máis a menos tráfico. **Para que serve:** Saber que información buscan máis os veciños. Se "Recollida de lixo" sempre está no top, quizais necesita máis visibilidade na portada.

User Behavior / Funnel — Comportamento do Usuario

Embudo que mostra por onde entran e onde saen os usuarios. **Para que serve:** Detectar onde se perden os veciños antes de atopar a información que necesitan.

Tracked Events — Eventos Rastrexados

Accións específicas: clics en botóns, descargas de PDFs, reproducións de vídeo. **Para que serve:** Medir se os documentos importantes (ordenanzas, formularios) se están descargando realmente.

  **Regra de ouro:** Non todas as métricas importan igual. Para o Concello, o máis relevante é: **Usuarios Activos** (alcance), **Páxinas máis vistas** (interese) e **Dispositivo** (como adaptar o contido).



O misterio do "(not set)"

Se te fixas nas gráficas de Cidades ou Países, verás que o anaco máis grande se chama **"(not set)"** (Sen definir). ¿Significa que a web está rota? **¡Non! Significa que somos legais.**

- ✔ Os datos que si vemos (os que aceptan) sérvennos como "mostra" para facernos unha idea xeral. Isto demostra que **respectamos a lei de protección de datos.**

1 O aviso de Cookies

Se un usuario non acepta as cookies de estatísticas, Google conta a súa visita pero oculta desde onde se conecta.

2 Privacidade do móbil

Moitos veciños teñen desactivada a localización (GPS), polo que é imposible saber se nos len desde Xunqueira de Ambía, Vigo ou Ourense.

Crear novos informes: Clonar a plantilla

Os informes xa están configurados coas gráficas, mapas e táboas necesarias. Se no futuro queres crear un informe para unha campaña específica (ex: Festas de agosto), **non o crees de cero: DUPLICA**.

01

Abre o informe en Looker Studio

02

Vai ao menú superior e fai clic nos tres puntos > Facer unha copia

03

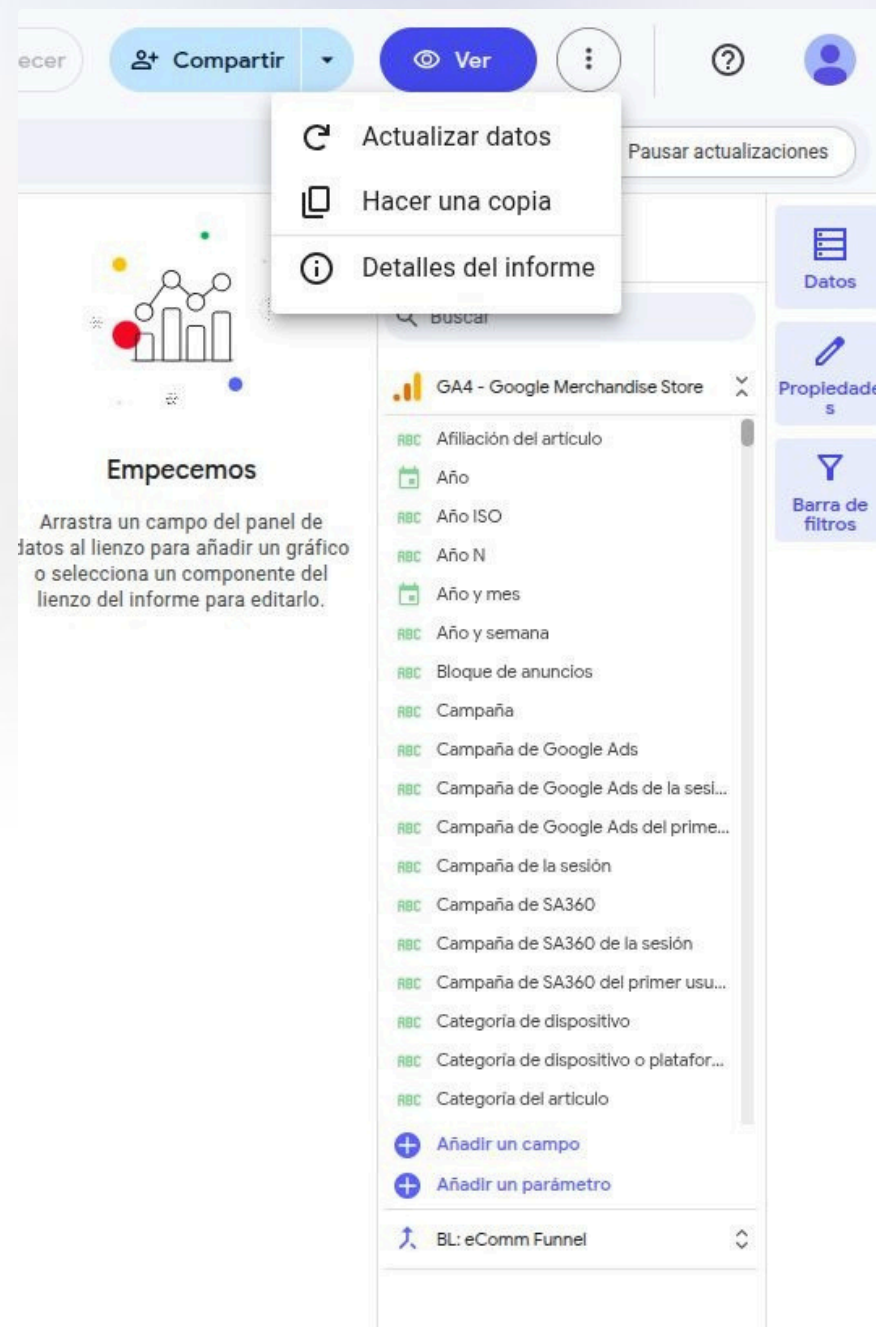
Ponlle un nome novo

Ex: *Informe Festas 2026*

04

Selecciona só os días que che interesen

No selector de datas da esquina superior dereita. As gráficas adaptaranse automaticamente.



Google Analytics: Ver datos en Tiempo Real

Se necesitas ver o que está a pasar na web neste preciso momento (por exemplo, xusto despois de enviar unha ligazón de aviso aos veciños), Looker Studio pode tardar un pouco en actualizarse.

Nese caso excepcional, entraremos directamente en **Google Analytics**:

→ Accede a analytics.google.com

→ Menú esquerdo: "Informes" > "Resumen en tiempo real"

→ Verás un mapa do mundo con puntitos parpadeando

As persoas conectadas *agora mesmo* lendo o noso bando.





Os datos ao servizo do Concello

Os números non son só estatísticas frías. Ver que unha venres de choiva as visitas se dispararon dende o móbil, ou que a páxina de "Subvencións" é a máis lida do mes, dános **pistas reais sobre as preocupacións e intereses da nosa veciñanza**.



Revisa mensualmente

Usa os informes para asegurarte de que o traballo que fas na web está chegando a quen ten que chegar.



Busca patróns

¿Que páxinas se len máis?
¿Dende que dispositivo? ¿En que días hai máis tráfico?



Toma decisións

Os datos díchente que funciona e que mellorar. Úsaos para priorizar o contido.