EcomLabs

GUÍA PASO A PASO

El análisis del lunes después de Black Friday

La plantilla del análisis: cinco métricas con su fórmula y dónde sacar cada dato en Shopify y en GA4, los tres periodos contra los que se comparan, las consultas en ShopifyQL y la lista de acciones para diciembre.

PARA	Tiendas en Shopify que quieren revisar su fin de semana de Black Friday 2026 con método
PROBADO CON	Node 22.22.3 (script de comparación del artículo) · nombres de reportes revisados en la ayuda de Shopify y de GA4
ACTUALIZADA	19 de noviembre de 2026
DOCUMENTACIÓN	help.shopify.com/en/manual/reports-and-analytics/shopify-reports
ARTÍCULO	ecomlabs.dev/g/postbf
AUTOR	Luis Morales · @luismoralesdev

Índice

Antes de empezar	Los tres periodos
Paso 01	La plantilla de las cinco métricas
Paso 02	El embudo del checkout en GA4
Paso 03	Contar los pagos fallidos
Paso 04	La lista de acciones para diciembre
Al terminar	Checklist

ANTES DE EMPEZAR

Los tres periodos

Cada métrica se lee contra dos referencias, siempre con los mismos días de la semana. Anota las fechas antes de abrir un solo reporte:

PERIODO	FECHAS	PARA QUÉ SIRVE
Black Friday	vie 27 – dom 29 nov 2026	El fin de semana que analizas.
Fin de semana normal	vie 13 – dom 15 nov 2026	Cómo funciona la tienda sin promociones. Ni la semana justo antes de Black Friday ni una con campaña.
Año pasado	vie 28 – dom 30 nov 2025	Black Friday 2025 fue el 28 de noviembre. Solo para métricas que no dependen de sesiones.

> **CUIDADO**
> Shopify desplegó una actualización de la medición de sesiones del 21 al 23 de septiembre de 2026 y avisa que las sesiones, la tasa de conversión y las demás métricas basadas en sesiones pueden moverse sin que cambie tu tráfico. No compares la conversión de 2026 contra la de 2025; compárala contra el fin de semana normal.

PASO 01

La plantilla de las cinco métricas

Llena las tres columnas de la derecha con tus números. Guarda conteos (sesiones, pedidos, búsquedas), no solo tasas: así la fórmula es la misma en los tres periodos.

MÉTRICA	FÓRMULA	DÓNDE SACAR EL DATO	BF	NORMAL	2025
1. Conversión (por dispositivo)	completaron el checkout ÷ sesiones	*Sessions by device*, *Conversion rate breakdown*			n/c
2. Ticket promedio	(ventas brutas – descuentos) ÷ pedidos	*Average order value over time*, con ventas brutas y descuentos			
3. Avance en el checkout	completaron ÷ llegaron al checkout	*Conversion rate breakdown*; por pasos, embudo de GA4			n/c
4. Búsquedas sin resultados	búsquedas sin resultados ÷ búsquedas	*Top online store searches with no results* (hasta 72 h de retraso)			
5. Errores de pago	pagos fallidos ÷ pedidos × 100	*Abandoned checkouts*, en el *Timeline* (no crea pedido)			

Regla para marcar: una métrica entra a la lista si sale más de un 10 % peor contra el fin de semana normal o contra 2025. Peor significa más baja en 1, 2 y 3, y más alta en 4 y 5. Con poco volumen, sube el umbral: con 100 pedidos,

tres pagos fallidos de más ya mueven mucho la tasa. Las consultas en ShopifyQL para las métricas 1, 2 y 3, y el script que aplica esta regla, están en el artículo.

PASO 02

El embudo del checkout en GA4

En *Explorar*, crea una exploración de embudo con estos ajustes:

- **Pasos:** `begin_checkout`, `add_shipping_info`, `add_payment_info`, `purchase`. Antes, confirma en el reporte de eventos que los cuatro llegan; cuáles manda tu tienda depende de tu integración.
- **Make open funnel:** apagado, para contar solo a quien entra por el primer paso.
- **Desglose:** *Device category*.
- **Show elapsed time:** encendido, para ver cuánto tardan entre pasos.
- **Fechas:** el fin de semana de Black Friday; después, el fin de semana normal. Anota la tasa de abandono de cada paso en los dos.

GA4 cuenta usuarios y Shopify cuenta sesiones: no mezcles sus números en una fórmula.

PASO 03

Contar los pagos fallidos

Abre cada checkout abandonado del fin de semana, expande el evento del pago fallido y lee el campo *Message*. Lleva la cuenta así:

MOTIVO	CÓMO RECONOCERLO	BF	NORMAL
Rechazo del banco	Mensaje del banco: fondos, tarjeta vencida, datos incorrectos.		
Error del proveedor	Varios fallos en la misma hora. Revisa la página de estado de Shopify.		
Bloqueo por fraude	«Blocked due to high risk of fraud» en el *Timeline*.		

Un checkout cuenta como abandonado después de más de 10 minutos incompleto: los intentos de los últimos minutos todavía no aparecen.

PASO 04

La lista de acciones para diciembre

Para cada métrica marcada, empieza por la causa más común y comprueba antes de cambiar nada:

SI SALIÓ PEOR	REVISA PRIMERO	ACCIÓN TÍPICA
Conversión en móvil	Popups de la promoción, peso de la página de producto, métodos de pago visibles en el teléfono.	Quitar o retrasar el popup; aligerar banners; probar una compra completa en un teléfono.
Ticket promedio	Ventas brutas por pedido contra descuento por pedido.	Ajustar paquetes, recomendaciones del carrito o el umbral de envío gratis.
Avance en el checkout	El paso con más abandono en el embudo de GA4.	Envío: mostrar costo y tiempo antes. Pago: ver el Paso 03.
Búsquedas sin resultados	Los diez términos más buscados sin resultados.	Sinónimos, una redirección para «ofertas» o «black friday», alternativas en agotados.
Pagos fallidos	El montón que más creció en el Paso 03.	Revisar reglas de fraude, hablar con el proveedor, configurar alertas.

Pasa cada acción a esta tabla. Tres o cuatro filas bastan:

TAREA	RESPONSABLE	FECHA	MÉTRICA QUE LO CONFIRMA

Si la tienda sigue en code freeze, cada tarea pasa por el proceso de excepción. A mitad de diciembre, mide otra vez con las mismas fórmulas.

AL TERMINAR

Checklist

- [ ] Los tres periodos están anotados, con los mismos días de la semana.
- [ ] La conversión se compara solo contra el fin de semana normal.
- [ ] El embudo de GA4 usa eventos que de verdad llegan, con el embudo cerrado.
- [ ] Las búsquedas se revisan con los datos completos (72 h).
- [ ] Los pagos fallidos están agrupados por motivo.
- [ ] La lista tiene tres o cuatro tareas con responsable, fecha y métrica.