

Reporte de Optimización SEO – Urcunina Adventures

1. Mejora del sitio web

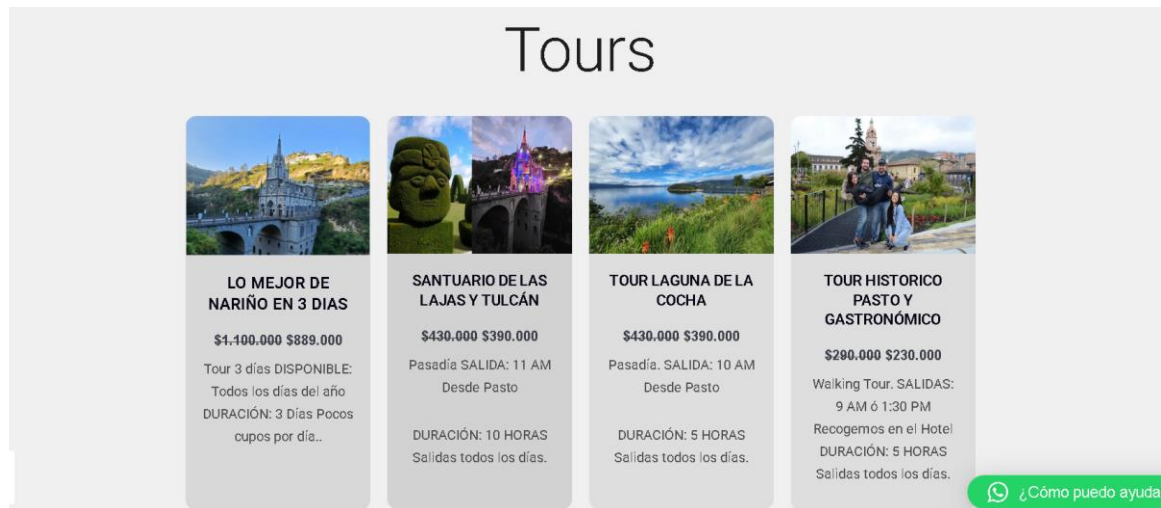
- Se optimizó el formulario de contacto, reduciendo su tamaño y simplificando la información para mejorar la conversión.

Ver Disponibilidad

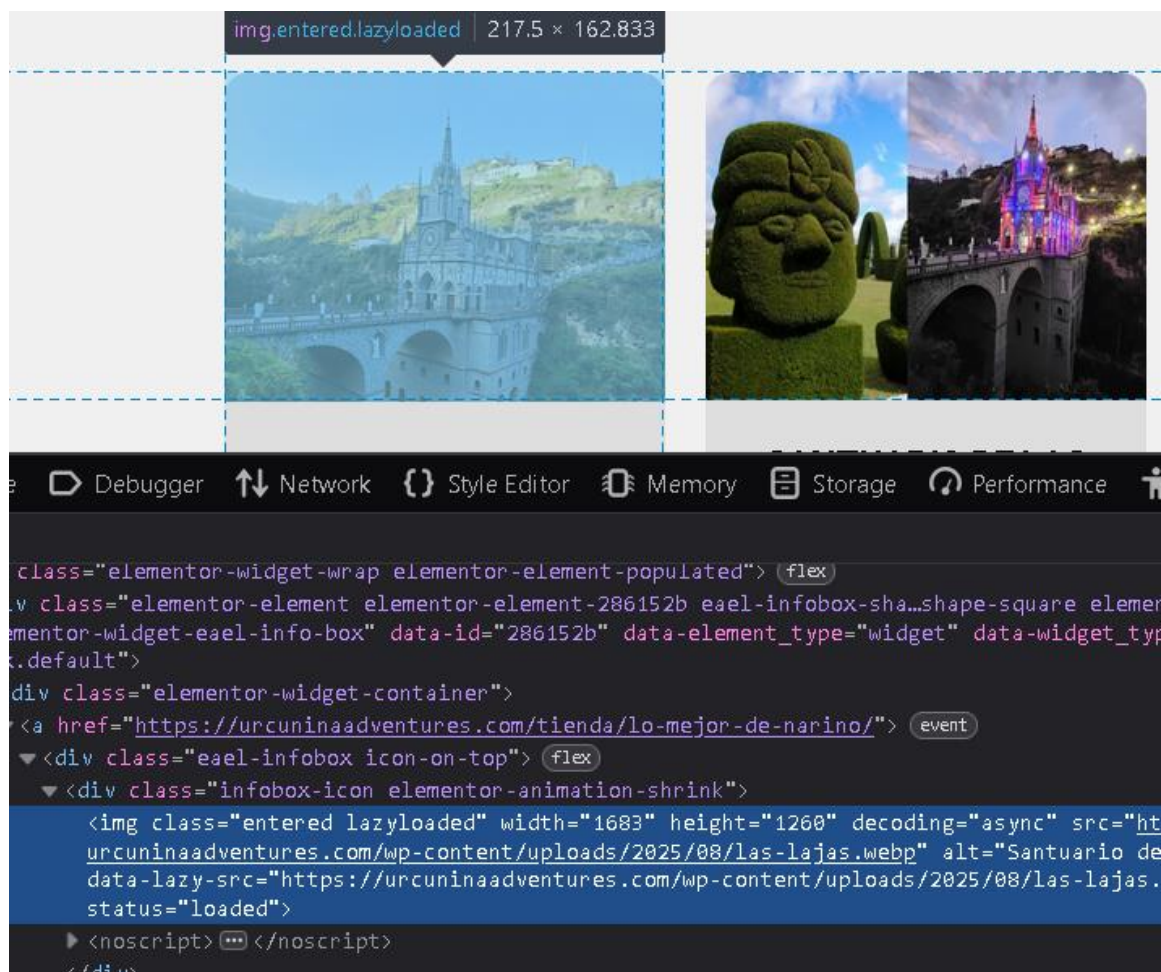
Nombre	<input type="text" value="Introduce tu nombre"/>
Tour	<input type="text"/>
Fecha	<input type="text" value="30/12/2024"/>
# Personas	<input type="text"/>
Email	<input type="text" value="Email Address"/>
<input type="button" value="Enviar"/>	

The image shows a mobile application interface for Urcunina Adventures. It features a dark grey background with white text and input fields. The form starts with a greeting '¡Hola! ¿Cómo te llamas?' followed by a text input field labeled 'Escribe tu nombre aquí'. The next question is '¿Cuál es tu número de celular?' with an example 'Ej: 300 123 4567' and a corresponding input field. This is followed by '¿Qué tour te interesa?' with a text input field labeled 'Nombre del tour'. The final question is '¿Quieres contamos algo más? (opcional)' with a text input field labeled 'Escribe aquí tus dudas o comentarios'. At the bottom of the form is a large green button with a rocket icon and the text 'Enviar consulta'. In the bottom right corner of the app interface, there is a green circular button with a speech bubble icon and the text '¿Cómo puedo ayuda'.

- Se reemplazó el diseño del menú de servicios para que toda el área sea clickeable, mejorando la experiencia del usuario (UX).



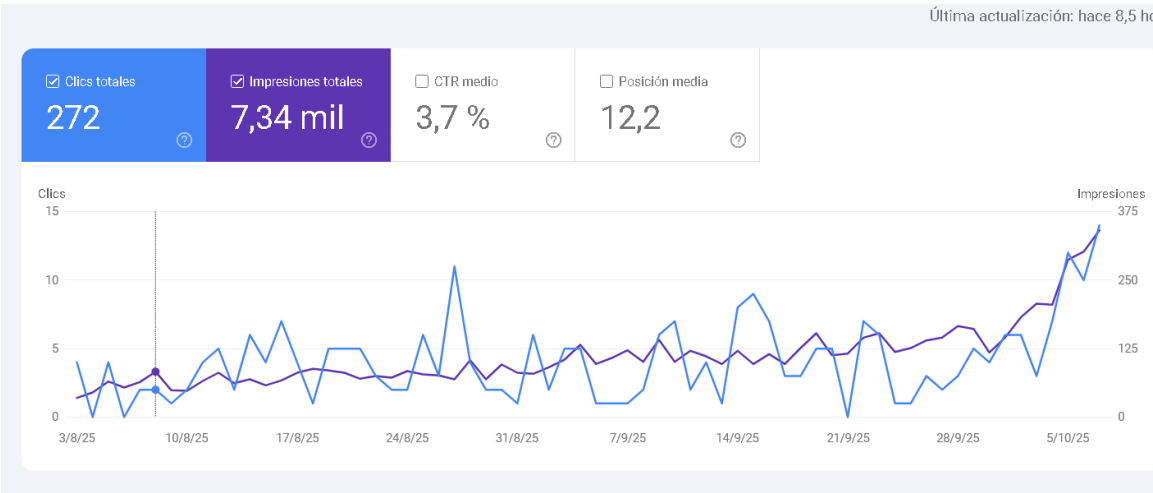
- Las imágenes fueron convertidas al formato .webp, optimizando la velocidad de carga y el rendimiento general del sitio.



- Se implementó una versión móvil mejorada, garantizando compatibilidad con diferentes dispositivos y mejor puntaje en Core Web Vitals.

2. Implementaciones SEO

- Se agregaron meta descripciones a todas las páginas principales.
- Se configuraron los archivos robots.txt y sitemap.xml, permitiendo un mejor rastreo e indexación por parte de Google.
- El sitio fue agregado a Google Search Console para monitorear el rendimiento orgánico.



- Se integró Google Tag Manager y Google Analytics 4 (GA4) para un mejor seguimiento de eventos y conversiones.

Adquisición de tráfico: Grupo de canales principal de la sesión (Grupo de canales predeterminado)

ir en gráfico

Buscar...

Filas por página: 10

1-7 de 7

Grupo de canal...	Sesiones	Sesiones con interacción	Porcentaje de interacciones	Tiempo de interacción medio por sesión	Eventos por sesión
Total	293 100 % respecto al total	184 100 % respecto al total	62,8 % Media 0 %	53 s Media 0 %	5,20 Media 0 %
Organic Search	208 (70,99 %)	127 (69,02 %)	61,06 %	57 s	4,93
Organic Social	36 (12,29 %)	30 (16,3 %)	83,33 %	32 s	5,33
Direct	28 (9,56 %)	12 (6,52 %)	42,86 %	41 s	5,96
Referral	17 (5,8 %)	12 (6,52 %)	70,59 %	1 min y 11 s	7,00
Paid Social	2 (0,68 %)	1 (0,54 %)	50 %	0 s	2,50
Organic Video	1 (0,34 %)	1 (0,54 %)	100 %	54 s	6,00
Unassigned	1 (0,34 %)	1 (0,54 %)	100 %	1 min y 02 s	9,00

3. Estrategia de Contenido

- Se desarrolló una sección de Blog con diseño moderno e información útil sobre turismo, aventura y cultura local.



- El objetivo es atraer tráfico orgánico mediante contenido relevante y palabras clave relacionadas con viajes y experiencias de naturaleza.

4. Resultados y métricas






- Se creó el evento personalizado Generate_lead en GA4 para medir solicitudes de contacto.

<input checked="" type="checkbox"/>	7	form_start	5 (0,33 %)	5 (2,13 %)
<input checked="" type="checkbox"/>	8	generate_lead	5 (0,33 %)	4 (1,7 %)

- Se observó un aumento en la generación de eventos y en el rendimiento general según los reportes de GA4.



- Mejora en la visibilidad del sitio y posicionamiento de palabras clave relacionadas con turismo de aventura en Nariño y Urcunina.

Arriba	Tendencia al alza	Tendencia a la baja	Clics
	Guía Completa del Carnaval de Negros y Blancos en Pasto 2026 https://urcuninaadventures.com/2025/09/01/guia-completa-del-carnaval-de-negros-y-blancos-en-pasto-2...		↑ 1.400 % +28
	Tours en Pasto Nariño https://urcuninaadventures.com/product-category/tours-en-pasto-narino/		↑ 63 % +15
	CARNAVAL DE NEGROS Y BLANCOS EN 6 DÍAS - Urcunina Adventures https://urcuninaadventures.com/tienda/carnaval-de-negros-y-blancos/		↑ 400 % +8
	Cómo llegar al Santuario de Las Lajas desde Pasto https://urcuninaadventures.com/2025/08/25/como-llegar-al-santuario-de-las-lajas-desde-pasto/		↑ Anteriormente: 0 +5
	Como llegar a la Laguna de la Cocha desde Pasto https://urcuninaadventures.com/2025/08/20/como-llegar-a-pasto/		↑ Anteriormente: 0 +2

Fuente/medio de la sesión ▾ +		↓ Sesiones	Sesiones con interacción	Porcentaje de interacciones	Tiempo de interacción medio por sesión	Eventos por sesión
Total		293 100 % respecto al total	184 100 % respecto al total	62,8 % Media 0 %	53 s Media 0 %	5,20 Media 0 %
1	google / organic	180 (61,43 %)	111 (60,33 %)	61,67 %	57 s	5,06
2	(direct) / (none)	28 (9,56 %)	12 (6,52 %)	42,86 %	41 s	5,96
3	bing / organic	17 (5,8 %)	9 (4,89 %)	52,94 %	48 s	4,53
4	facebook.com / referral	17 (5,8 %)	15 (8,15 %)	88,24 %	4 s	3,88
5	tiktok.com / referral	15 (5,12 %)	13 (7,07 %)	86,67 %	1 min y 07 s	6,73
6	co.search.yahoo.com / referral	9 (3,07 %)	6 (3,26 %)	66,67 %	45 s	3,44
7	casonahotelpasto.com / referral	6 (2,05 %)	5 (2,72 %)	83,33 %	1 min y 00 s	5,50

5. Próximos pasos recomendados

- Continuar con la publicación periódica de artículos optimizados para SEO.
- Implementar una estrategia de backlinks y menciones locales.
- Realizar un seguimiento mensual del rendimiento orgánico y optimización continua.