

PDF generado desde el dashboard

Sol Organica — CEO SEO Dashboard Report

Este PDF es una impresión de la página del dashboard, por eso coincide con las secciones visibles: KPIs, comparativas, gráficas, alertas, formularios, diagnóstico y reporte mensual. Ranking: más bajo es mejor; posición 1 es excelente.

SEO + Google Analytics · Sol Organica

Dashboard ejecutivo de tráfico orgánico

Qué está pasando en Google, qué palabras clave atraen demanda, qué páginas convierten atención en visitas y qué hay que corregir primero — explicado sin jerga SEO.

GSC: 2026-03-13 → 2026-06-10

GA4: 2026-03-15 → 2026-06-12

Sitio: <https://www.solorganica.com/>

USUARIOS ACTIVOS AHORA

0

GA4 Realtime mide usuarios activos en los últimos 30 minutos. Search Console no es tiempo real: normalmente trae atraso de 2-3 días.

Sin usuarios activos al consultar.

CLICKS DESDE GOOGLE

422

-2.1% vs período previo

Personas que hicieron clic desde Google hacia el sitio.

IMPRESIONES

58,987

+1.1% vs período previo

Veces que Google mostró una página de Sol Organica en resultados.

CTR ORGÁNICO

0.72%

-2.7% vs período previo

Porcentaje de personas que vieron el resultado y dieron clic. Si es bajo, el título o descripción no convencen.

SESIONES ORGÁNICAS GA4

356

Visitas al sitio medidas por Analytics.

Alertas técnicas y formularios

Detecta páginas rotas, problemas de medición y cuánta gente empezó/envió formularios.

FORM SUBMITS

128

41 usuarios
llenaron/enviaron
formulario

FORM STARTS

340

68 usuarios
empezaron formulario

TASA SUBMIT

37.60%

De inicio a envío

LINKS ROTOS

0

70 páginas revisadas

● Configurar conversión del nuevo lead_submit

El formulario nuevo de Cloudflare ya captura leads en Google Sheets y envía email. Falta que GA4 reconozca lead_submit como key event/conversión.

Acción: Validar lead_submit en GA4 y marcarlo como conversión/key event.

● Fricción en formularios

340 inicios vs 128 envíos (37.6%).

Acción: Revisar campos, errores, mobile UX y mensaje de confirmación; reducir campos no esenciales.

● Páginas con señales de formulario débil

Hay páginas donde usuarios empiezan formularios pero la tasa de envío es baja o no se mide como conversión.

Acción: Priorizar páginas con más starts y baja tasa de submit.

FORMULARIOS POR PÁGINA

PÁGINA	STARTS	SUBMITS	RATE	ALERTA
/cart	48	42	87.50%	Hay envíos, pero GA4 no los cuenta como conversión.
/	23	8	34.80%	Hay envíos, pero GA4 no los cuenta como conversión.
/products/organic-dried-bananas-solar-dried-bananas	16	15	93.80%	Hay envíos, pero GA4 no los cuenta como conversión.
/pages/contact	15	8	53.30%	Hay envíos, pero GA4 no los cuenta como conversión.
/collections/all	14	2	14.30%	Tasa de envío baja; posible fricción, error o formulario confuso.
/collections/organic-dried-fruit-packs-healthy-snacks	14	0	0.00%	Personas empiezan el formulario pero nadie lo envía.
/pages/regenerative-organic-fair-trade-solar-dried-banana-origin-story	14	0	0.00%	Personas empiezan el formulario pero nadie lo envía.
/products/dried-fruit-organic-bananas-travel-size-snack-pack	7	7	100.00%	Hay envíos, pero GA4 no los cuenta como conversión.
/products/dried-organic-mangos-solar-dried-mango	7	7	100.00%	Hay envíos, pero GA4 no los cuenta como conversión.
/collections/organic-dried-fruit-packs-healthy-snacks/products/organic-dried-mangos-fair-trade-mangos	11	2	18.20%	Tasa de envío baja; posible fricción, error o formulario confuso.
/collections/organic-dried-fruit-packs-healthy-snacks/products/organic-fruit-mix-dried-fruit-trail-mix	12	0	0.00%	Personas empiezan el formulario pero nadie lo envía.
/collections/organic-dried-fruit-packs-healthy-snacks/products/solar-dried-organic-pineapple	12	0	0.00%	Personas empiezan el formulario pero nadie lo envía.
/collections/organic-dried-fruit-solar-dried-fruit-packs	12	0	0.00%	Personas empiezan el formulario pero nadie lo envía.
/collections/organic-dried-fruit-packs-healthy-snacks/products/dried-fruit-organic-bananas-travel-size-snack-pack	9	3	33.30%	Hay envíos, pero GA4 no los cuenta como conversión.

PÁGINAS/LINKS ROTOS

URL	STATUS	ORIGEN
-----	--------	--------

Diagnóstico por dato

Para cada métrica clave: qué puede estar causándolo y qué acción concreta tomar.

DIAGNÓSTICO

Clicks desde Google

422

Causa raíz probable: Google ya muestra el sitio, pero todavía no convierte suficiente visibilidad en visitas. Probable mezcla de CTR bajo, rankings medios y snippets poco persuasivos.

Sugerencia: Optimizar titles/metadatos de páginas con más impresiones, reforzar keywords posición 4-20 y crear CTAs B2B visibles.

DIAGNÓSTICO

Impresiones

58,987

Causa raíz probable: Hay demanda real y Google entiende parte del tema, pero muchas búsquedas no están generando clic.

Sugerencia: Priorizar CTR: títulos claros, propuesta B2B, certificaciones y formatos en el snippet.

DIAGNÓSTICO

CTR orgánico

0.72%

Causa raíz probable: El resultado aparece, pero no promete suficiente valor o no coincide perfecto con la intención de búsqueda.

Sugerencia: Reescribir title/meta con intención comercial: supplier, bulk, organic, puree/powder/IQF, origen, certificaciones y CTA.

DIAGNÓSTICO

Posición promedio

15.71

Causa raíz probable: Muchas keywords están en página 2 o primera página baja: Google considera relevante el sitio, pero no suficientemente fuerte.

Sugerencia: Agregar profundidad semántica, FAQs, enlaces internos y contenido específico por producto/intención.

DIAGNÓSTICO

Sesiones orgánicas GA4

356

Causa raíz probable: SEO ya trae tráfico medible; ahora toca mejorar calidad y leads.

Sugerencia: Comparar queries → landing pages, mejorar páginas con más impresiones y revisar que GA4 mida correctamente tráfico y eventos.

DIAGNÓSTICO

Bounce rate orgánico

83.43%

Causa raíz probable: El usuario llega pero no interactúa: la primera pantalla, CTA, velocidad, intención o medición de eventos pueden estar fallando.

Sugerencia: Arriba de cada landing: mensaje B2B claro, beneficios, formatos, certificaciones, botón de contacto y links internos. Medir clicks como eventos.

DIAGNÓSTICO

Conversiones orgánicas

3

Causa raíz probable: Hay pocas acciones valiosas registradas; puede ser problema de CTA, formulario, tracking o intención de tráfico.

Sugerencia: Auditar eventos GA4: formularios, email clicks, descargas de specs, botones de contacto. Crear CTA por intención de compra.

DIAGNÓSTICO

Keyword #1 oportunidad

nicaragua national fruit pitahaya

Causa raíz probable: Tiene impresiones/ranking suficiente para crecer, pero no está capturando todo el potencial.

Sugerencia: Crear o mejorar sección/landing para "nicaragua national fruit pitahaya", usando la página /bulk-organic-dried-pitahaya y respondiendo intención B2B.

DIAGNÓSTICO

Página #1 a optimizar

/bulk-organic-dried-pitahaya

Causa raíz probable: La página ya recibe señales, pero necesita mejorar snippet, estructura o respuesta a la intención.

Sugerencia: Actualizar title/meta/H1, agregar FAQ, CTA y enlaces internos en /bulk-organic-dried-pitahaya.

Alertas que resolver primero

Priorizadas por impacto probable: impresiones, CTR, posición y calidad del tráfico.

● GA4 todavía no cuenta lead_submit como conversión

El formulario nuevo ya funciona y guarda leads, pero GA4 puede tardar en mostrar el nuevo evento lead_submit. Cuando aparezca, conviene marcarlo como key event/conversión.

Acción: En GA4, marcar lead_submit como key event/conversión y usarlo para medir leads reales.

● Fricción en formularios

340 inicios vs 128 envíos (37.6%).

Acción: Revisar campos, errores, mobile UX y mensaje de confirmación; reducir campos no esenciales.

● Páginas con señales de formulario débil

Hay páginas donde usuarios empiezan formularios pero la tasa de envío es baja o no se mide como conversión.

Acción: Priorizar páginas con más starts y baja tasa de submit.

● CTR orgánico bajo 0.72% CTR

El sitio aparece 58,987 veces pero solo logra 0.72% de clics.

Acción: Reescribir títulos y metadescripciones de páginas con más impresiones.

● Keyword con oportunidad: nicaragua national fruit pitahaya Score 3827.4

4,099 impresiones, posición 8.26, CTR 0.0%. Página: /bulk-organic-dried-pitahaya

Acción: mejorar contenido y enlaces internos; reescribir título/meta para vender mejor el clic

● Keyword con oportunidad: organica Score 3021.9

2,897 impresiones, posición 10.51, CTR 0.0%. Página: /

Acción: mejorar contenido y enlaces internos; reescribir título/meta para vender mejor el clic; crear/reforzar landing específica

● Keyword con oportunidad: coconut puree Score 1251.3

1,312 impresiones, posición 11.94, CTR 0.15%. Página: /coconut-puree

Acción: mejorar contenido y enlaces internos; reescribir título/meta para vender mejor el clic; crear/reforzar landing específica

● Keyword con oportunidad: organic dried fruit Score 1250.6

1,264 impresiones, posición 11.37, CTR 0.63%. Página: /dried-fruit

Acción: mejorar contenido y enlaces internos; reescribir título/meta para vender mejor el clic; crear/reforzar landing específica

● Keyword con oportunidad: nicaragua national fruit pitahaya source Score 1075.5

997 impresiones, posición 5.94, CTR 0.0%. Página: /bulk-organic-dried-pitahaya

Acción: mejorar contenido y enlaces internos; reescribir título/meta para vender mejor el clic

● **Página para optimizar: /bulk-organic-dried-pitahaya** 0.08% CTR

10,361 impresiones, posición 8.38, CTR 0.08%.

Acción: mejorar snippet; reforzar contenido/H1/FAQ/enlaces internos

● **Página para optimizar: /purees-juices** 0.84% CTR

11,201 impresiones, posición 13.44, CTR 0.84%.

Acción: mejorar snippet; reforzar contenido/H1/FAQ/enlaces internos

● **Página para optimizar: /organic-coconut-puree** 0.12% CTR

7,504 impresiones, posición 6.8, CTR 0.12%.

Acción: mejorar snippet; reforzar contenido/H1/FAQ/enlaces internos

● **Página para optimizar: /bulk-organic-dried-green-banana-flour** 0.87% CTR

8,498 impresiones, posición 13.28, CTR 0.87%.

Acción: mejorar snippet; reforzar contenido/H1/FAQ/enlaces internos

● **Rebote alto en tráfico orgánico** 83.4% bounce

Bounce rate orgánico aproximado: 83.4%. Mucha gente entra y no interactúa lo suficiente.

Acción: Mejorar primeras pantallas, CTAs y enlaces internos en páginas orgánicas principales.

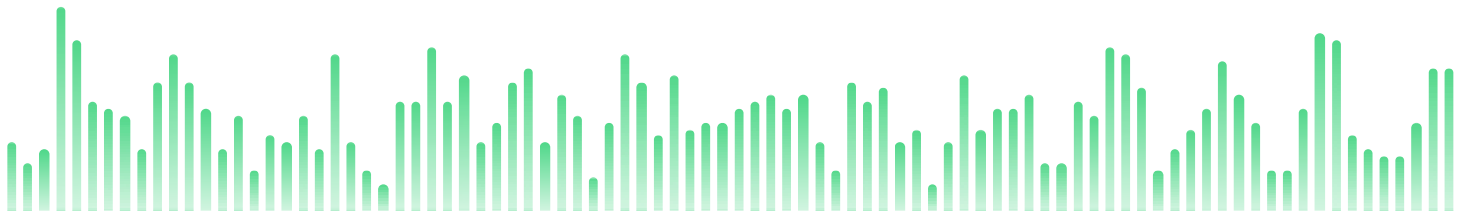
● **Pocas conversiones atribuidas a SEO** 3 conv.

Conversiones orgánicas reportadas: 3 en el período.

Acción: Verificar configuración de eventos/conversiones y mejorar CTAs B2B.

Tráfico diario

Clics desde Google en el período.



CTR bueno

Más personas escogen nuestro resultado en Google.

Posición 4-20

Ya estamos cerca; ahí suele estar el dinero rápido de SEO.

Impresiones altas

Hay demanda aunque todavía no estén entrando suficientes usuarios.

Conversión

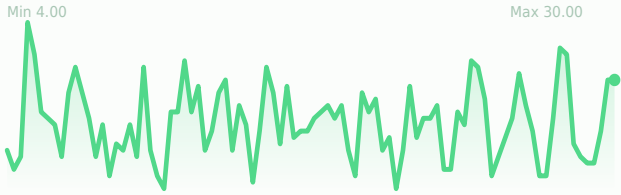
El tráfico hizo una acción valiosa, no solo visitó.

Gráficas de progresión

Cómo evolucionan los KPIs. Importante: en ranking/posición, mientras más bajo mejor; posición 1 es lo ideal.

Clicks desde Google

Más alto es mejor



Lectura: Empeorando aprox. 9.5% vs inicio del período.

Impresiones en Google

Más alto es más visibilidad



Lectura: Empeorando aprox. 28.3% vs inicio del período.

CTR orgánico

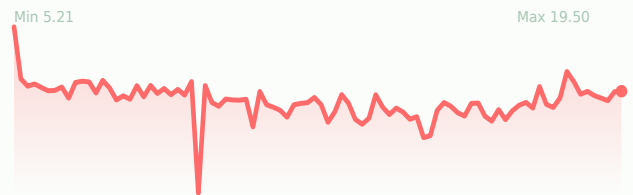
Más alto es mejor



Lectura: Empeorando aprox. 7.6% vs inicio del período.

Ranking / posición promedio

Más bajo es mejor · 1 es excelente



Lectura: Empeorando aprox. 10.6% vs inicio del período.

Sesiones GA4

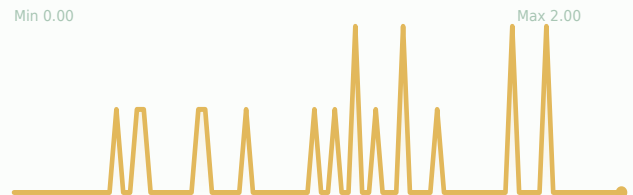
Más alto es mejor



Lectura: Mejorando aprox. 60.2% vs inicio del período.

Conversiones GA4

Más alto es mejor



Lectura: Mejorando aprox. 0.1% vs inicio del período.

Comparativas de crecimiento

Compara últimos 7, 30 y 90 días contra el período anterior y contra el mismo período del año pasado.

Últimos 7 días

Clicks GSC	30 +25%
Impresiones	3,859 -10.1%
CTR	0.78% +39.3%
Posición	14.41 +0.5%
Sesiones orgánicas	17 -32%
Vs año anterior: clicks	26 +15.4%
Vs año anterior: sesiones org.	51 -66.7%

Últimos 30 días

Clicks GSC	135 +5.5%
Impresiones	17,235 -12.3%
CTR	0.78% +20%
Posición	15.66 -7.8%
Sesiones orgánicas	100 -12.3%
Vs año anterior: clicks	133 +1.5%
Vs año anterior: sesiones org.	224 -55.4%

Últimos 90 días

Clicks GSC	422 -2.1%
Impresiones	58,987 +1.1%
CTR	0.72% -2.7%
Posición	15.71 -8.8%
Sesiones orgánicas	356 -22.6%
Vs año anterior: clicks	301 +40.2%
Vs año anterior: sesiones org.	701 -49.2%

Lectura rápida: verde = mejora; rojo = caída o alerta. En posición promedio/ranking, bajar número es positivo porque posición 1 es lo mejor.

Keywords con oportunidad

Búsquedas reales donde ya aparecemos pero podemos ganar más clics.

Filtrar keyword o página...

KEYWORD / PÁGINA	IMP.	CTR	POS.	ACCIÓN
nicaragua national fruit pitahaya /bulk-organic-dried-pitahaya	4,099	0.00%	8.26	mejorar contenido y enlaces internos; reescribir título/meta para vender mejor el clic
organica /	2,897	0.00%	10.51	mejorar contenido y enlaces internos; reescribir título/meta para vender mejor el clic; crear/reforzar landing específica
coconut puree /coconut-puree	1,312	0.15%	11.94	mejorar contenido y enlaces internos; reescribir título/meta para vender mejor el clic; crear/reforzar landing específica
organic dried fruit /dried-fruit	1,264	0.63%	11.37	mejorar contenido y enlaces internos; reescribir título/meta para vender mejor el clic; crear/reforzar landing específica
nicaragua national fruit pitahaya source /bulk-organic-dried-pitahaya	997	0.00%	5.94	mejorar contenido y enlaces internos; reescribir título/meta para vender mejor el clic
nicaragua national fruit pitahaya official /press	1,147	0.00%	8.4	mejorar contenido y enlaces internos; reescribir título/meta para vender mejor el clic
passion fruit powder /bulk-dried-passion-fruit-powder	997	1.20%	8.01	mejorar contenido y enlaces internos; reescribir título/meta para vender mejor el clic
dragon fruit puree /organic-pitahaya-puree	1,703	0.12%	3.2	reescribir título/meta para vender mejor el clic
organic passion fruit /iqf-passion-fruit	622	0.80%	11.91	mejorar contenido y enlaces internos; reescribir título/meta para vender mejor el clic; crear/reforzar landing específica
100% natural fruit base manufacturer /purees-juices	613	0.00%	8.34	mejorar contenido y enlaces internos; reescribir título/meta para vender mejor el clic
organic lime juice /organic-lime-juice	629	1.11%	14.02	mejorar contenido y enlaces internos; reescribir título/meta para vender mejor el clic; crear/reforzar landing específica
frozen passion fruit /iqf-passion-fruit	595	0.34%	13.27	mejorar contenido y enlaces internos; reescribir título/meta para vender mejor el clic; crear/reforzar landing específica
organic dried fruit supplier /dried-fruit	488	0.00%	10.63	mejorar contenido y enlaces internos; reescribir título/meta para vender mejor el clic; crear/reforzar landing específica
bulk fruit puree manufacturer /purees-juices	549	0.00%	8.52	mejorar contenido y enlaces internos; reescribir título/meta para vender mejor el clic
regenerative fruit farming /blog-content/can-regenerative-organic-	656	0.00%	24.75	reescribir título/meta para vender mejor el clic; crear/reforzar landing específica

KEYWORD / PÁGINA	IMP.	CTR	POS.	ACCIÓN
fruit-thrive-without-building-better-supply-chains				
nicaragua national fruit pitaya /bulk-organic-dried-pitahaya	524	0.00%	9.41	mejorar contenido y enlaces internos; reescribir título/meta para vender mejor el clic
organic mango puree /regenerative-organic-mango-puree	439	1.82%	6.79	mejorar contenido y enlaces internos; reescribir título/meta para vender mejor el clic
organic green banana flour /bulk-organic-dried-green-banana-flour	434	0.46%	7.94	mejorar contenido y enlaces internos; reescribir título/meta para vender mejor el clic

Páginas que requieren acción

URLs con impresiones y potencial de mejorar CTR/ranking.

PÁGINA	IMP.	CTR	POS.	CAUSA RAÍZ	SUGERENCIA	ACCIÓN		
/bulk-organic-dried-pitahaya	10,361	0.08%	8.38	Snippet no convence para una búsqueda con demanda.	Ajustar title/meta y crear contenido exacto para intención B2B.	La página aparece en Google, pero su título/meta no atrae clics.	Mejorar H1, FAQ, CTA, schema y enlaces internos.	mejorar snippet; reforzar contenido/H1/FAQ/enlaces internos
/purees-juices	11,201	0.84%	13.44	Snippet no convence para una búsqueda con demanda.	Ajustar title/meta y crear contenido exacto para intención B2B.	La página aparece en Google, pero su título/meta no atrae clics.	Mejorar H1, FAQ, CTA, schema y enlaces internos.	mejorar snippet; reforzar contenido/H1/FAQ/enlaces internos
/organic-coconut-puree	7,504	0.12%	6.8	Snippet no convence para una búsqueda con demanda.	Ajustar title/meta y crear contenido exacto para intención B2B.	La página aparece en Google, pero su título/meta no atrae clics.	Mejorar H1, FAQ, CTA, schema y enlaces internos.	mejorar snippet; reforzar contenido/H1/FAQ/enlaces internos
/bulk-organic-dried-green-banana-flour	8,498	0.87%	13.28	Snippet no convence para una búsqueda con demanda.	Ajustar title/meta y crear contenido exacto para intención B2B.	La página aparece en Google, pero su título/meta no atrae clics.	Mejorar H1, FAQ, CTA, schema y enlaces internos.	mejorar snippet; reforzar contenido/H1/FAQ/enlaces internos
/	9,819	4.71%	7.27	Keyword cercana a capturar más tráfico.	Ajustar title/meta y crear contenido exacto para intención B2B.	Página con potencial de mejorar conversión.	Mejorar H1, FAQ, CTA, schema y enlaces internos.	reforzar contenido/H1/FAQ/enlaces internos
/dried-fruit	7,129	0.73%	12.56	Snippet no convence para una búsqueda con demanda.	Ajustar title/meta y crear contenido exacto para intención B2B.	La página aparece en Google, pero su título/meta no atrae clics.	Mejorar H1, FAQ, CTA, schema y enlaces internos.	mejorar snippet; reforzar contenido/H1/FAQ/enlaces internos
/tradeshows	6,253	0.35%	12.5	Snippet no convence para una búsqueda con demanda.	Ajustar title/meta y crear contenido exacto para intención B2B.	La página aparece en Google, pero su título/meta no atrae clics.	Mejorar H1, FAQ, CTA, schema y enlaces internos.	mejorar snippet; reforzar contenido/H1/FAQ/enlaces internos

PÁGINA	IMP.	CTR	POS.	CAUSA RAÍZ	SUGERENCIA	ACCIÓN		
/organic-pitahaya-puree	4,067	0.25%	4.77	Snippet no convence para una búsqueda con demanda.	Ajustar title/meta y crear contenido exacto para intención B2B.	La página aparece en Google, pero su título/meta no atrae clics.	Mejorar H1, FAQ, CTA, schema y enlaces internos.	mejorar snippet; reforzar contenido/H1/FAQ/enlaces internos
/passion-fruit-juice	4,449	0.85%	11.37	Snippet no convence para una búsqueda con demanda.	Ajustar title/meta y crear contenido exacto para intención B2B.	La página aparece en Google, pero su título/meta no atrae clics.	Mejorar H1, FAQ, CTA, schema y enlaces internos.	mejorar snippet; reforzar contenido/H1/FAQ/enlaces internos
/blog-content/an-alarming-drop-in-nutritional-quality-a-systemic-wakeup-call	3,775	0.40%	9.21	Snippet no convence para una búsqueda con demanda.	Ajustar title/meta y crear contenido exacto para intención B2B.	La página aparece en Google, pero su título/meta no atrae clics.	Mejorar H1, FAQ, CTA, schema y enlaces internos.	mejorar snippet; reforzar contenido/H1/FAQ/enlaces internos
/blog-content/the-bold-brilliant-superfruit-your-brand-has-been-waiting-for	2,910	0.27%	4.4	Snippet no convence para una búsqueda con demanda.	Ajustar title/meta y crear contenido exacto para intención B2B.	La página aparece en Google, pero su título/meta no atrae clics.	Mejorar H1, FAQ, CTA, schema y enlaces internos.	mejorar snippet; reforzar contenido/H1/FAQ/enlaces internos
/regenerative-organic-mango-puree	3,953	0.86%	12.44	Snippet no convence para una búsqueda con demanda.	Ajustar title/meta y crear contenido exacto para intención B2B.	La página aparece en Google, pero su título/meta no atrae clics.	Mejorar H1, FAQ, CTA, schema y enlaces internos.	mejorar snippet; reforzar contenido/H1/FAQ/enlaces internos
/regenerative-organic-banana-puree	2,564	1.48%	7.91	Snippet no convence para una búsqueda con demanda.	Ajustar title/meta y crear contenido exacto para intención B2B.	La página aparece en Google, pero su título/meta no atrae clics.	Mejorar H1, FAQ, CTA, schema y enlaces internos.	mejorar snippet; reforzar contenido/H1/FAQ/enlaces internos
/bulk-dried-passion-fruit-powder	3,431	1.37%	13.65	Snippet no convence para una búsqueda con demanda.	Ajustar title/meta y crear contenido exacto para intención B2B.	La página aparece en Google, pero su título/meta no atrae clics.	Mejorar H1, FAQ, CTA, schema y enlaces internos.	mejorar snippet; reforzar contenido/H1/FAQ/enlaces internos
/iqf-passion-fruit	4,944	0.93%	18.82	Snippet no convence para una búsqueda con demanda.	Ajustar title/meta y crear contenido exacto para intención B2B.	La página aparece en Google, pero su título/meta no atrae clics.	Mejorar H1, FAQ, CTA, schema y enlaces internos.	mejorar snippet; reforzar contenido/H1/FAQ/enlaces internos
/organic-lime-juice	3,054	0.98%	12.37	Snippet no	Ajustar title/meta y	La página aparece en	Mejorar H1, FAQ,	mejorar snippet; reforzar contenido/H1/FAQ/enlaces

PÁGINA	IMP.	CTR	POS.	CAUSA RAÍZ	SUGERENCIA	ACCIÓN		
				convence para una búsqueda con demanda.	crear contenido exacto para intención B2B.	Google, pero su título/meta no atrae clics.	CTA, schema y enlaces internos.	internos

Canales GA4

De dónde vienen las sesiones y calidad básica.

CANAL	SESIONES	USUARIOS	BOUNCE	CONV.	CAUSA RAÍZ	SUGERENCIA
Direct	1,352	1,308	92.38%	7	El tráfico no encuentra rápido una razón para interactuar.	Medir conversiones por canal y optimizar páginas de entrada.
Unassigned	784	769	98.60%	8	El tráfico no encuentra rápido una razón para interactuar.	Medir conversiones por canal y optimizar páginas de entrada.
Organic Search	356	324	83.43%	3	El tráfico no encuentra rápido una razón para interactuar.	Medir conversiones por canal y optimizar páginas de entrada.
Referral	47	47	82.98%	0	El tráfico no encuentra rápido una razón para interactuar.	Medir conversiones por canal y optimizar páginas de entrada.
Organic Social	3	3	66.67%	0	Canal estable; revisar calidad de leads.	Medir conversiones por canal y optimizar páginas de entrada.
Cross-network	2	2	100.00%	0	El tráfico no encuentra rápido una razón para interactuar.	Medir conversiones por canal y optimizar páginas de entrada.
AI Assistant	1	1	100.00%	0	El tráfico no encuentra rápido una razón para interactuar.	Medir conversiones por canal y optimizar páginas de entrada.

Landing pages orgánicas

Páginas de entrada desde Google según Analytics.

LANDING	SESIONES	BOUNCE	CONV.	CAUSA RAÍZ	SUGERENCIA
/	206	81.55%	1	Landing probablemente no responde rápido la intención o CTA débil.	Agregar propuesta clara arriba, specs, links relacionados y evento de contacto.
/products/organic-dried-bananas-solar-dried-bananas	26	80.77%	0	Landing probablemente no responde rápido la intención o CTA débil.	Agregar propuesta clara arriba, specs, links relacionados y evento de contacto.
/products/dried-organic-mangos-solar-dried-mango	15	80.00%	1	Landing probablemente no responde rápido la intención o CTA débil.	Agregar propuesta clara arriba, specs, links relacionados y evento de contacto.
(not set)	14	100.00%	0	Landing probablemente no responde rápido la intención o CTA débil.	Agregar propuesta clara arriba, specs, links relacionados y evento de contacto.
/pages/bulk-dried-fruit-private-label-organic-products	14	85.71%	0	Landing probablemente no responde rápido la intención o CTA débil.	Agregar propuesta clara arriba, specs, links relacionados y evento de contacto.
/collections/all	10	80.00%	0	Landing probablemente no responde rápido la intención o CTA débil.	Agregar propuesta clara arriba, specs, links relacionados y evento de contacto.
/products/organic-solar-dried-dragon-fruit	10	80.00%	0	Landing probablemente no responde rápido la intención o CTA débil.	Agregar propuesta clara arriba, specs, links relacionados y evento de contacto.
/pages/regenerative-organic-fair-trade-solar-dried-banana-origin-story	9	100.00%	0	Landing probablemente no responde rápido la intención o CTA débil.	Agregar propuesta clara arriba, specs, links relacionados y evento de contacto.
/pages/contact	7	71.43%	0	Landing probablemente no responde rápido la intención o CTA débil.	Agregar propuesta clara arriba, specs, links relacionados y evento de contacto.
/pages/shop-sol-simple-shop-organic-products-store-locator	7	100.00%	0	Landing probablemente no responde rápido la intención o CTA débil.	Agregar propuesta clara arriba, specs, links relacionados y evento de contacto.
/products/organic-dried-mangos-fair-trade-mangos	5	100.00%	0	Landing probablemente no responde rápido la intención o CTA débil.	Agregar propuesta clara arriba, specs, links relacionados y evento de contacto.
/pages/certified-regenerative-organic-b-corp-business-fair-trade-fruit	4	100.00%	0	Landing probablemente no responde rápido la intención o CTA débil.	Agregar propuesta clara arriba, specs, links relacionados y evento de contacto.

LANDING	SESIONES	BOUNCE	CONV.	CAUSA RAÍZ	SUGERENCIA
/products/organic-dried-pineapple	4	100.00%	0	Landing probablemente no responde rápido la intención o CTA débil.	Agregar propuesta clara arriba, specs, links relacionados y evento de contacto.
/products/solar-dried-organic-pineapple	4	100.00%	0	Landing probablemente no responde rápido la intención o CTA débil.	Agregar propuesta clara arriba, specs, links relacionados y evento de contacto.
/pages/regenerative-organic-fair-trade-solar-dried-mango-origin-story	3	100.00%	0	Landing probablemente no responde rápido la intención o CTA débil.	Agregar propuesta clara arriba, specs, links relacionados y evento de contacto.
/cart	2	50.00%	0	Entrada orgánica útil; reforzar CTA.	Agregar propuesta clara arriba, specs, links relacionados y evento de contacto.

Glosario para no especialistas

Qué significa cada métrica y cómo interpretarla.

clicks

Personas que hicieron clic desde Google hacia el sitio.

impressions

Veces que Google mostró una página de Sol Organica en resultados.

ctr

Porcentaje de personas que vieron el resultado y dieron clic. Si es bajo, el título o descripción no convencen.

position

Promedio de ranking en Google. 1 es lo mejor; 10 es primera página baja; 11-20 es página 2.

sessions

Visitas al sitio medidas por Analytics.

activeUsers

Personas activas ahora o en los últimos 30 minutos, según GA4 Realtime.

bounceRate

Porcentaje de visitas sin interacción suficiente. Alto puede indicar mala intención, página débil o medición incompleta.

conversions

Acciones importantes configuradas en GA4: leads, formularios, clics o eventos marcados como conversión.

keywords

Búsquedas reales que la gente escribió en Google antes de ver Sol Organica.