

ANÁLISIS INDURA

ÍNDICE

1. Investigación SEO
 - 1.1 Sitio y Rubro
 - 1.2 Revisión general SEO: Indexación en Google
 - 1.3 Revisión general SEO: Términos en marca de Google
 - 1.4 Páginas cacheadas en Google
 - 1.5 Resultados Móviles
2. Factores SEO On-Page
 - 2.1 Títulos y meta descripciones
 - 2.2 Indexar imágenes
 - 2.3 Palabras claves
 - 2.4 Url's amigables
3. Análisis Contenido SEO
 - 3.1 Contenido mínimo de 250 palabras
 - 3.2 Contenido y palabras duplicadas
 - 3.3 Sitemap.xml y Robots.txt
 - 3.4 Bloqueos metas
4. Arquitectura de enlaces
 - 4.1 Enlaces externos e internos
 - 4.2 Enlaces anchors
5. Aspectos técnicos y SEO internacional
 - 5.1 Evaluación GTMetrix
 - 5.2 Optimización móviles
 - 5.3 Versiones de idiomas
 - 5.4 Volumen de enlaces entrantes
 - 5.5 Identifica Competidores
6. Palabras Claves

1. INVESTIGACIÓN SEO

Esta investigación se llevó acabo en **abril de 2019** con énfasis en su sitio web **indura.cl** y **ceti.cl**

1.1 Sitio y Rubro

Sitio: indura.cl

Rubro: Empresa con 69 años de experiencia en la producción, comercialización y desarrollo de soluciones con gases y soldaduras.

1.2 Revisión general SEO: Indexación en Google

La **indexación de páginas** es la cantidad de url's que nuestro sitio tiene para mostrar en el buscador. Esta varía todo el tiempo, subiendo y bajando constantemente.

Site: indura tiene 242.000 páginas indexadas.

Site: CETI indura tiene 165.000 páginas indexadas.

1.3 Revisión general SEO: Términos de marca en Google

Los términos de marca se refiere cuando los consumidores **buscan tu servicio por “su nombre”**, permitiendo saber si dominamos el nombre de marca dentro del mercado.

Indura: Primer lugar

CETI Indura: Primer lugar

1.4 Páginas cacheadas por Google

Las páginas cacheadas nos hacen un cierto mapeo de hace cuánto las spiders de Google no visitan nuestro sitio, esto depende de la actualización de contenido.

Indura: 30 de marzo

CETI: 31 de marzo

Cuando Googlebot percibe que la página tiene más relevancia y autoridad, este indexará el sitio con más frecuencia. Para esto es importante hacer revisión del texto (porque Googlebot

solo ve texto) y no sobrecargar con palabras claves para que Googlebot no se confunda y nos penalice.

Web indura.cl tiene grandes contenidos de información en el home, pero son imágenes, lo que no ayuda en SEO al no tener texto con palabras claves.

- X
- [HOME](#)

X

Logo Indura

- [Campaña Bolsas Reutilizables](#)
- [Revista Pulso Marzo 2019](#)
- [Sorteo Sodimas](#)
- [evalúa nuestro sitio](#)

ESTAMOS A TU SERVICIO
Conoce nuestras áreas de negocio

Cambiar País Chile

[Ir a versión Web](#)

[Somos parte de Air Products](#)

Copyright © 2019 INDURA. Todos los derechos reservados. Desarrollado por: [teparatres](#)

X

X

SELECCIONE EL SITIO QUE DESEA VISITAR:

Cerrar

Web ceti.cl tiene más texto que la web indura.cl por lo que nos ayuda en SEO, aún así se puede integrar palabras claves para completar esta fase.

[logo](#)

[MENÚ](#)

[Logo CETI](#)

- [HOME](#)
- [EMPRESA](#)
 - [Historia](#)
 - [Misión y Visión](#)
 - [Nosotros](#)
 - [Política de Calidad](#)
 - [Certificaciones](#)
- [CURSOS EN TALLER](#)
- [SEMINARIOS](#)
- [INSPECCIÓN](#)
- [BECAS](#)
 - [Becas](#)
 - [Cursos Disponibles](#)
- [CWI](#)
 - [Certificación CWI](#)
 - [Documentación](#)
 - [Fechas](#)
 - [Programa CWI](#)
 - [Requisitos](#)
- [VIDEOS](#)
- [CONTACTO](#)
- [SEDES](#)
-
- [Revista Pulso Especial](#)
- [Encuesta 2019](#)
- [Promociones](#)
- [Programación Seminario](#)
- [Curso](#)
-
- [Revista Pulso Especial](#)
- [Encuesta 2019](#)
- [Promociones](#)
- [Programación Seminario](#)
- [Curso](#)
-

CURSOS EN TALLER

Somos especialistas, capaces de entregar conocimientos de todos los procesos de soldaduras y aplicación de gases. Ven y conócenos.

[VER MÁS](#)

SEMINARIOS

Entregamos especialización en gases y soldaduras a la medida de las necesidades del cliente. Conócenos.

[VER MÁS](#)

INSPECCIONES

Ofrecemos servicios de certificación de procesos y materiales de soldadura. Consúltanos.

[VER MÁS](#)

CALIFICACIÓN DE SOLDADORES

Certifica tus habilidades en soldadura bajo norma AWS. Cotiza.

[VER MÁS](#)

1.5 Resultados Móviles

En la evolución del SEO, ésta es una de las más importantes. La búsqueda por celular y por computadora es diferente, por ende deben analizarse de manera separada.

Indura: primer lugar

CETI: primer lugar

2. FACTORES SEO ON-PAGE

2.1 Títulos y meta descripciones

Estos dos factores del SEO On-Page nos ayuda a entregar ciertas palabras claves y descripción específica de lo que el cliente busca. Utilizando la menor cantidad de palabras posibles para un mejor posicionamiento. ***Rojo** es malo, **azul** medio y **verde** el uso correcto.

INDURA

- Título: **12 caracteres**
- Meta descripción: **no hay meta descripción**

CETI

- Título: **11 caracteres**
- Meta descripción: **150 caracteres**

Título óptimo: Entre 10 y 70

Metas óptimo: Entre 160 y 300

Título medio: Entre 80 y 100

Metas medio: Menor de 160

Título erróneo: Superior a 100

Metas erróneo: Superior a 300

2.2 Indexar imágenes

Dentro de los factores internos que influyen está la indexación de imágenes, es decir, integrarle keywords para ligarlas a las búsquedas. Ésta está lista desde el primer análisis.

Si hay imágenes indexadas. Al intentar guardar imágenes, aparece que tienen nombres como “oooo1, unknow, etc.”. Imágenes sin ALT definido.

2.3 Palabras claves

Las keywords son las palabras que se utilizan para entrar dentro de una determinada búsqueda (reclutamiento y selección).

PALABRAS CLAVES

Indura:

Gases vitivinícola
Gases para envasado de alimentos
Gases acuícola
Capacitación metalmecánica
Gases para salud
Gases industriales
Ropa de seguridad industrial

CETI:


Capacitación metalmecánica
Cursos de soldadura
Servicios de certificación de soldadura
Taller de soldadura
Curso de soldadura
Seminario en gases y soldaduras
Capacitación en soldadura

2.4 URL's amigables

Las url's amigables ayudan a que las búsquedas sean menos tediosas y más específicas. Este punto está listo desde el primer análisis, haciendo que todo el sitio las tuviese.


Indura:

url's correctas al ser cortas y directas

 www.indura.cl/Web/CL/Compania/Historia

CETI:

Ok url's pero al pedir más información o al seguir seleccionando bloques, se deforma la url.
Ejemplo:

 <http://www.ceti.cl/detalle-curso.php?id=2>

3. ANÁLISIS CONTENIDO SEO

3.1 Contenido mínimo de 250 palabras por home

Sí tiene más que el mínimo de palabras por home CETI y indura.cl pero se necesita más de las que tiene, porque estamos en el límite.

3.2 Contenido y palabras duplicadas

No hay contenido duplicado.

3.3 Sitemap.xml y Robots.txt

no se han encontrado Sitemap.xml y robots.txt para bloquear páginas sin contenido y registrar las páginas más visitadas para darles mayor prioridad.

3.4 Bloqueos metas

Todos los links internos que deriven a un sitio externo a indura.cl están con 56.0 K con follow y 428 No Follow. Por lo que habría que reducir considerablemente los follow para mejorar el SEO.

4. ARQUITECTURA DE ENLACE

4.1 Enlaces externos e internos

Excelente dominio de enlaces, solo falta hacer enlaces internos en Indura.cl

Indura
EX: 30.887 / IN: 3
CETI
EX:32.150 / IN: 5.712

4.2 Enlaces anchors

En las dos webs, revisar detalladamente los enlaces internos ya que muchos están más hechos

Ejemplo de hacerlo correctamente: que diga capacidades y soluciones, para que al momento de dar clic realmente te redireccione a capacidades y soluciones.

5. ASPECTOS TÉCNICOS Y SEO INTERNACIONAL

5.1 Optimización móviles

CETI: Sí está optimizada para celulares

INDURA: No está optimizada para celulares

El no estar optimizada para celulares, dificulta al usuario la experiencia con la marca vía internet.

5.2 Versiones de Idiomas

No existe una versión en otro idioma en el sitio o subsitios.

5.3 Volumen de enlaces entrantes

El **Domain Authority** es la autoridad de todo el sitio y el **Page Authority** es la autoridad por página.

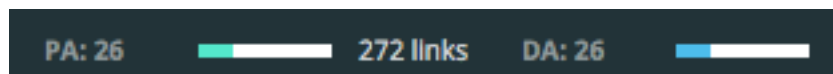
INDURA:

[Page Authority 32/100 – Domain Authority 31/100]



CETI:

[Page Authority 26/100 – Domain Authority 26/100]



5.4 Identificar competidores

Identificar los competidores en las búsquedas orgánicas es importante para saber de cuánto es el porcentaje de resultados que arroja por cada servicio:

INDURA:

Gases vitivinícola: 739.000 resultados
Gases para envasado de alimentos: 21.100.000 resultados
Gases acuícola: 729.000 resultados
Capacitación metalmecánica: 1.590.000 resultados
Gases para salud: 340.000.000 resultados
Gases industriales: 29.900.000 resultados
Ropa de seguridad industrial: 63.700.000 resultados

CETI:

Capacitación metalmecánica: 1.600.000 resultados
Cursos de soldadura: 10.100.000 resultados
Servicios de certificación de soldadura: 12.000.000 resultados
Taller de soldadura: 17.700.000 resultados
Curso de soldadura: 10.100.000 resultados
Seminario en gases y soldaduras: 489.000 resultados
Capacitación en soldadura: 3.750.000 resultados

6. PALABRAS CLAVES

Según las keywords que uno utiliza para dominar los sectores de la web, uno tiene un lugar en la búsqueda.

6.1 INDURA:

Gases vitivinícola: 1º lugar
Gases para envasado de alimentos: 1º lugar
Gases acuícola: 1º lugar
Capacitación metalmecánica: 1º lugar
Gases para salud: 1º lugar
Gases industriales: 10º lugar
Ropa de seguridad industrial: 16º lugar (segunda página)

6.2 CETI:

Capacitación metalmecánica: 1º lugar

Cursos de soldadura: 2º lugar

Servicios de certificación de soldadura:

Taller de soldadura: 4º lugar

Curso de soldadura: 2º lugar

Seminario en gases y soldaduras: 1º lugar

Capacitación en soldadura: 2º lugar (el primero es indura)