



Presentación

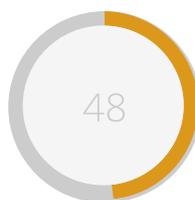
A través del presente informe podrás descubrir con detalle todos los factores clave para optimizar tu web correctamente para SEO. Además, nuestros informes proporcionan consejos útiles para mejorar la usabilidad y la experiencia de usuario de tu sitio web, ya que para cumplir los objetivos marcados hay, primero, que enfocar la web a tus usuarios.

Tras analizar con detalle todos los aspectos de tu página, ésta será puntuada en una escala de 100 puntos. El porcentaje que aparece en la parte superior expresa la visibilidad y la efectividad que tu empresa tiene en Internet según el algoritmo Seigoo.

Este algoritmo se basa en 70 criterios, que incluyen datos de buscadores, estructura del sitio web o rendimiento del mismo. Un porcentaje superior a 70 es un buen resultado que apunta hacia una adecuada optimización de tu página. Por el contrario, una puntuación inferior a 40 indica que tu web está perdiendo visibilidad en Internet por no estar correctamente enfocada al posicionamiento, ni a la conversión. En ese caso, sigue nuestras recomendaciones y optimiza tu página al 100%.

Índice

- Resumen
- Usabilidad
- SEO
- Tecnologías
- Móvil
- Redes sociales

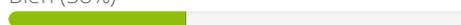


Puntuación SEO

Dominio : cetecima.com
Fecha del informe : 29 Oct 2019, 00:25



Bien (38%)



Mal (62%)



SEO



Título

Cetecima – Centro Tecnológico de Ciencias Marinas

49 caracteres

¡Muy Bien! Tu título tiene entre 10 y 70 caracteres. Esta etiqueta es muy importante para tu sitio web, ya que va a determinar el título oficial que quieras darle a tu página y el texto que aparecerá en la búsqueda de Google™.

Si tu título no está correctamente optimizado revisalo y adapta esta etiqueta a los estándares que te aconsejamos. Además de contener entre 10 y 70 caracteres, cada página debe tener por separado un título único, en el cual no te olvides de incorporar las palabras claves más importantes y relevantes para tu negocio, con el fin de mejorar tu posicionamiento. Ten siempre presente que tu título no solo determinará el nombre oficial que quieras darle a tu página, sino que será la forma en la que tus clientes potenciales te encuentren en Google™.



Meta descripción

No hay meta descripción

¡Vaya! Sentimos decirte que tu meta description no cumple con los parámetros establecidos. Revisala y asegúrate de que contenga los caracteres adecuados incluyendo también los espacios. Ten presente que esta etiqueta será visible en los resultados de búsqueda, por lo que dará una información relevante al cliente del contenido de tu web.

La meta description debe estar presente en todos los apartados de la web. Esta etiqueta debe tener un contenido único, explícito y con las palabras clave más relevantes para tu negocio, ya que además de informar acerca de la temática de tu empresa, con esta descripción puedes atraer nuevos clientes potenciales. ¿Cómo? Redactando una meta descripción que funcione como un anuncio. Para ello te aconsejamos que des forma a tu mensaje convirtiéndolo en un texto atractivo, con gancho, en el que no se te olvide incluir llamadas a la acción que te garanticen una mayor conversión de clics.



Vista previa Google

[Cetecima – Centro Tecnológico de Ciencias Marinas](#)

<http://www.cetecima.com>

Debido que su web no posee Metadescripción, Google lo creará por sí mismo.



Keywords

No hay keywords definidas

No te olvides de incorporar las palabras clave más relevantes en tu sitio web, ya que estas serán esenciales para la optimización de tu posicionamiento. Pero es importante que elijas con cuidado las que mejor te beneficien, por lo que te recomendamos que, antes de incorporarlas, realices una investigación de las palabras más utilizadas por tu audiencia. Para ello, existen muchas herramientas que te pueden ayudar, como la gratuita de Google™ Adwords, con la que podrás saber qué palabras relacionadas con tu temática son las más buscadas.



¡Oh lo sentimos! Pero tu sitio web no tiene o no utiliza adecuadamente los encabezados HTML que tan beneficiosos son para el SEO. Si realmente te preocupa el posicionamiento de tu página debes revisarlos cuanto antes. Asegúrate de utilizar una etiqueta < H1> en cada apartado de tu web y de que esta incluya las palabras clave más relevantes.

Hay varias cosas que debes tener en cuenta a la hora de incorporar tus etiquetas de encabezados HTML. La primera de ellas es que el < H1> es el titular que resume el contenido de cada página de tu sitio web, por lo que es recomendable que en cada uno de tus apartados incluyas, al menos, un encabezado de primer nivel (< H1>). Por otro lado, ya que esta herramienta es una de las etiquetas más importantes a nivel de SEO, te aconsejamos que completes cada una de ellas con las palabras clave más importantes. Pero cuidado con la extensión, ya que el titular puede ir perdiendo fuerza cuando más largo sea, por lo que asegúrate, siempre que te sea posible, de que tu < H1> empieza con las palabras clave principales. Por último, como título que es, dale un lugar destacado en tu página, ya que Google otorga una mayor importancia al contenido situado en el primer tramo de un sitio web.

<H1>	<H2>	<H3>	<H4>	<H5>	<H6>
1	5	26	0	42	4

Centro Tecnológico de Ciencias Marinas (CETECIMA)
CETECIMA
Servicios
Sobre nosotros
Portfolio
Últimas noticias
Marcet
SMART-AQUIPÊCHE
Grupo de acción costera Gran Canaria
Capiten
Portvert
Internacionalización
Innovación
Gestión y Asesoramiento
RED CIDE
Marcet
Centro de Apoyo a la Innovación y la Internacionalización de las actividades marino – marítimas
CETECIMA dispone de una capacidad técnica fundamentada en su amplia experiencia en el desarrollo de proyectos y estudios multidisciplinares, ligados al sector marino y marítimo a nivel nacional e internacional
CETECIMA desarrolla una gran variedad de proyectos, relacionados con el sector marino-marítimo la I+D+i, la internacionalización y la Cooperación Internacional al Desarrollo
Ver todas las noticias



Imágenes

76 Imágenes no tienen "alt" definido.

79 imágenes

¡Qué lástima! Los motores de búsqueda no están entendiendo bien el contenido de tus imágenes y, como consecuencia, estás perdiendo visitas a tu web. Revisa todas tus imágenes y añade texto alternativo en aquellas que falte, recuerda ser conciso y añadir la palabra clave principal.

El atributo Alt ayuda a los buscadores a reconocer las imágenes que incorporamos en nuestras páginas web. Aunque la tecnología ha evolucionado mucho, los motores de búsqueda siguen teniendo problemas para interpretar el contenido de nuestras imágenes. Por ello, el atributo Alt les ayuda a "ver" y a designar una descripción concreta de las mismas, además de ser utilizado por los lectores de pantalla para proporcionar un contexto a las personas con discapacidad Visual. Este atributo además de ser una herramienta muy valiosa a nivel de posicionamiento, también nos ayuda a generar grandes cantidades de tráfico a nuestra web, ya que este texto permitirá que nuestras imágenes se muestren en los resultados de Google Images.

<http://www.cetecima.com/wp-content/uploads/2017/05/historia.png>
<http://www.cetecima.com/wp-content/uploads/2017/05/objetivos.png>
<http://www.cetecima.com/wp-content/uploads/2017/05/organizacion.png>
<http://www.cetecima.com/wp-content/uploads/2018/01/6.png>
<http://www.cetecima.com/wp-content/uploads/2018/01/6.png>
<http://www.cetecima.com/wp-content/uploads/2018/01/smartaquipche.png>
<http://www.cetecima.com/wp-content/uploads/2018/01/finan4.png>
<http://www.cetecima.com/wp-content/uploads/2018/01/smartaquipche.png>
<http://www.cetecima.com/wp-content/uploads/2018/01/23.png>
<http://www.cetecima.com/wp-content/uploads/2018/01/finan3-1.png>
.....



Backlinks

No hay backlinks que apunten a su web

0 backlinks

¡Vaya! Tu sitio web cuenta con pocos o con ningún enlace externo con valor alto de DA (autoridad de dominio) Si quieres que tu página esté en la lucha por las primeras posiciones de Google es imprescindible que cuente con enlaces externos de calidad.

Actualmente la cantidad y, sobre todo, la calidad de los enlaces externos que contenga nuestra web determinará nuestra posición en los resultados de búsqueda. Si quieres consolidar un buen posicionamiento SEO es imprescindible que diferentes webs con valor alto de DA (autoridad de dominio) enlacen a tu sitio web. Dichos links se pueden conseguir mediante diversas formas de colaboración con estas webs, las cuales deben ser sitios propios y originales, con la misma temática que nuestra página y cuyos enlaces estén integrados en artículos, noticias o notas de prensa. Todos estos factores positivos nos ayudarán a garantizar la calidad de nuestros enlaces y a conseguir una posición más alta en los resultados de búsqueda.



¡Estupendo! Tu página web cuenta con enlaces internos que favorecen la experiencia de usuario y ayudan a Google™ a indexar mejor todos tus apartados. Gracias a estos enlaces los buscadores encontrarán tu página mucho más “amigable” y, como consecuencia, mejorará tu posicionamiento en los resultados de búsqueda.

Además de los links externos que puedan llegarnos de otras páginas, también hay que tener presente la importancia de relacionar los diferentes apartados de nuestra web mediante enlaces internos. Dichos links constituyen un factor fundamental en la mejora de nuestro posicionamiento, ya que, entre otras funciones, permite a Google™ indexar con mayor precisión todos los apartados de nuestra web y favorece la experiencia de navegación de nuestros usuarios haciendo que el tiempo de permanencia de los mismos sea mayor. Para asegurarte la eficacia en tus enlaces internos te recomendamos que utilices palabras clave en los mismos y que configures los apartados de Aviso Legal o Condiciones de Uso para que Google no los indexe, ya que se trata de contenido genérico y no tiene relación directa con la temática de la web.

- http://www.cetecima.com/
- ?page_id=1321
- http://www.cetecima.com/?lang=en
- http://www.cetecima.com/?lang=fr
- ?page_id=484
- ?page_id=480
- ?page_id=1490
- ?page_id=2429
- ?page_id=441
- ?page_id=443
-



Enlaces externos

14 enlaces externos

Enlazar a otros sitios webs o a fuentes alternativas de información da a nuestros artículos una calidad y un valor añadido que se traduce en beneficios palpables para nuestro posicionamiento. Para que tus referencias externas consigan el éxito deseado te recomendamos que hagas un uso adecuado de la etiqueta Rel = No Follow a la hora de indexar y que enlaces tus post a sitios con tu misma temática, que tengan una cierta autoridad y, por supuesto, que sean de interés y relevancia para tus lectores.

Enlazar a otros sitios webs o a fuentes alternativas de información da a nuestros artículos una calidad y un valor añadido que se traduce en beneficios palpables para nuestro posicionamiento. Para que tus referencias externas consigan el éxito deseado te recomendamos que hagas un uso adecuado de la etiqueta Rel = No Follow a la hora de indexar y que enlaces tus post a sitios con tu misma temática, que tengan una cierta autoridad y, por supuesto, que sean de interés y relevancia para tus lectores.

<http://www.marcet-mac.eu/>

<https://capiten.eu/>

<http://www.portvert.net/>

<http://soclimpact.org/es/>

<http://www.proyectonauticom.com/>

<http://www.proyectoecotour.com/>

<http://www.canautic.com/>

<http://www.proyectosmartport.com/>

<http://www.naucam.com/>

<http://www.proyctomacsa.com/>

.....



Enlaces rotos

0 enlaces rotos

¡Bien! Tu sitio web no cuenta con ningún enlace roto. En una buena estrategia de posicionamiento los enlaces, tanto internos, como externos, son uno de los pilares fundamentales. Por ello, te aconsejamos que revises frecuentemente tus enlaces para asegurarte de que indexan correctamente.

Al igual que los enlaces internos y externos pueden ayudarnos en nuestro plan de posicionamiento, los enlaces rotos que contenga nuestra web pueden arruinarnos todo el trabajo en cuestión de minutos, ya que además de dificultar a los rastreadores la indexación de nuestra página, también empeora la usabilidad, la experiencia de usuario y, como consecuencia, la reputación de nuestro sitio web. Y es que un enlace roto "molesta" tanto a los motores de búsqueda, como a nuestros propios usuarios. Por ello, debemos revisar frecuentemente nuestros links y comprobar que todos indexen adecuadamente.



¡Vaya! Hemos detectado que tus URLs no son amigables, ya que muchas de ellas pueden contener caracteres extraños. Revisalas, las URLs claras favorecen la indexación de tus páginas por los motores de búsqueda, ya que estos pueden interpretar mejor su contenido.

Las direcciones URL son un aspecto del SEO a menudo descuidado debido, en gran parte, al desconocimiento de los beneficios que estas aportan a nuestro posicionamiento. Las URLs claras ayudan a los motores de búsqueda a indexar mejor nuestras páginas, consiguiendo así mejorar nuestra posición en los resultados de búsqueda. Si tu web contiene URLs con caracteres especiales, revisalas y modificalas cuanto antes, ten en cuenta que Google™ no indexará nada que previamente no pueda descifrar.

?page_id=1321

?page_id=1321

http://www.cetecima.com/?lang=en

http://www.cetecima.com/?lang=fr

?page_id=484

?page_id=484

?page_id=480

?page_id=480

?page_id=1490

?page_id=1490

.....



Redireccionamiento

¡Perfecto! esta web tiene redireccionamiento para redirigir el tráfico del dominio no preferido, es decir, redirige y www. hacia la misma URL.

Las solicitudes de redireccionamiento de nombres de dominio secundarios son importantes porque los motores de búsqueda interpretan las URL con y sin "w" como dos sitios web diferentes. Una vez establecido tu dominio primario en tu cuenta Google™ Search Console (anteriormente Google™ Webmaster Tools), utiliza un redireccionamiento 301 para todo aquel tráfico que llegue al dominio secundario.



¡Cuidado! Hemos detectado que en tu código no existe la etiqueta canónica, por lo que puedes estar entorpeciendo el proceso de rastreo e indexación de tu web al detectar duplicidad en tu contenido. Si no quieres que esto perjudique a tu posicionamiento, lee con atención nuestros consejos y ponlo en práctica cuanto antes.

El contenido duplicado es uno de los factores más perjudiciales para nuestro SEO. Lo cierto es que esta problemática se extiende a la gran mayoría de webs con consecuencias directas para el posicionamiento si Google lo detecta. Para solucionar dicha problemática surgió la etiqueta canónica, con la cual estamos indicando a los buscadores cuál es nuestra página de referencia. Es decir, cuando Google rastrea una página y descubre una duplicidad en el contenido, esta etiqueta le sirve de referencia para saber cuál es la "buena", o lo que es lo mismo, que página debe indexar y cuál ignorar. Incorporar la canónica en nuestra web no es difícil, basta con añadir a tus páginas una etiqueta similar a esta: `<link rel="canonical" href="https://midominio.com" />`, la cual debe estar colocada en la sección `<head>` del código HTML de la página, ya que de otra manera los buscadores la ignorarían. Además, debe aparecer en todas las copias de las páginas para indicar en todo momento la versión canónica.



¡Cuidado! Tu sitio web no dispone de un archivo robots.txt y eso puede acarrearle serios problemas. Este tipo de archivo no solo dicta unas recomendaciones de indexación y de comportamiento a los robots de los motores de búsqueda, sino que con él también puedes restringir o denegar el acceso a toda o a varias secciones de la web.

El archivo robots es esencial para el posicionamiento web ya que sirve para controlar el acceso de los robots buscadores al sitio web y controlar las páginas que pueden o no visitar. Puede comprobar si su fichero robots.txt tiene errores de sintaxis utilizando Google™ Search Console (Herramientas para Webmasters de Google™) seleccionando "Robots.txt Tester" en "Crawl". Esto también le permite comprobar páginas individualmente para asegurarse de que Googlebot (el robot de Google™) tiene acceso adecuado.



¡Lo sentimos! Pero tu página no utiliza ningún archivo sitemap.xml. Si tu gestor dispone de una opción con la cuál poder crear dicho archivo modifícalo cuanto antes, ya que los sitemaps son muy útiles a los robots de búsqueda para realizar un rastreo más efectivo de tu sitio web.

Un mapa del sitio enumera las URL que pueden rastrearse e incluye información adicional como las últimas actualizaciones del sitio web, la frecuencia de cambios o la importancia de las URL. Esto permite a los motores de búsqueda rastrear la página de una forma más exhaustiva. Por ello, es importante añadir sólo las páginas que deseas indexar, por lo que asegúrate de no incluir las que han sido bloqueadas a través del archivo robots.txt. Cérciorate, también, de que ninguna URL causa una redirección o devuelve un código de error.

¡Oh, vaya! Es una verdadera lástima que tu web no disponga de un apartado de blog, ya que publicar contenido en tu propia página aporta grandes beneficios para el posicionamiento. ¿A qué esperas para ponerlo en marcha?

En la dura lucha por conseguir las primeras posiciones de búsqueda, el marketing de contenidos se alza como uno de los factores más importantes para lograr la notoriedad que las empresas buscan en internet. Si aún no dispones de un apartado de blog, te aconsejamos que no demores mucho su creación, ya que aunque publicar contenido en otras webs puede ser una buena estrategia, no debemos olvidar que incorporar contenido actualizado y de calidad en nuestra propia página aportará beneficios palpables para nuestro posicionamiento. Crear un blog es una forma estupenda de impulsar tu SEO y atraer más visitas de calidad.



Formulario de conversión

La web no tiene formulario de contacto

¡Oh, no! Es una pena que tu página no disponga de un formulario de conversión. Si te preguntas porque tus usuarios no contactan contigo o no adquieren tus productos, quizá sea porque no se lo estás poniendo fácil.

Contar con un formulario de contacto en tu sitio web aumentará tus conversiones y facilitará a los clientes interesados en tus servicios a ponerse en contacto directo contigo. Para que tus usuarios lo rellenen con éxito debes ponérselo fácil, por ello y para evitar su rechazo, genera formularios compactos, cortos y simples, reduciendo al máximo posible los campos solicitados. Una vez lo tengas desarrollado no te olvides de incorporarlo en un lugar bien visible de tu web, donde tus usuarios tengan acceso a él fácilmente.



Domain authority

%

La Autoridad de Dominio o "Domain Authority" (DA), es una métrica que se utiliza para evaluar la autoridad o la calidad de un sitio web basándose en su antigüedad o contenido.



Page authority

%

La Autoridad de Página o "Page Authority" (PA), mide en una escala de 0 a 100 las probabilidades que tiene una URL concreta de posicionarse en los resultados de búsqueda de Google™. Ya que no todas las páginas de nuestro sitio web tienen el mismo valor, ni se posicionan de la misma forma, este indicador nos sirve para conocer la importancia que tiene cada página de manera individual, independientemente del dominio en el que estén. Para ello se tienen en cuenta varios factores tales como el contenido, las visitas o la antigüedad de las mismas en el propio buscador.



Previsualización



Optimización móvil

¡Muy bien! Tu sitio web está adaptado a formato "responsive", lo que quiere decir que tu web puede ser visualizada en cualquier dispositivo móvil, algo que Google™ tiene muy en cuenta dando prioridad a estas webs en sus resultados de búsqueda móvil.

Debido a que en los últimos años la búsqueda de información a través de dispositivos móviles se ha disparado, Google™ ha tomado la determinación de valorar y "premiar" en sus resultados de búsqueda a aquellas webs que estén configuradas en formato responsive, con el fin de poder dar a sus usuarios una experiencia de navegación mucho más favorecedora. Por ello, si tu web no está todavía configurada para ser visualizada en todos los dispositivos móviles no tienes tiempo que perder.



Compatibilidad móvil

¡Genial! Tu página no contiene tipos de contenidos web especiales como Flash, Silverlight o Java, por lo tanto tu contenido es accesible desde cualquier dispositivo.

Las tecnologías anteriormente citadas como por ejemplo el contenido en Flash, no se adaptan correctamente a todos los dispositivos móviles, lo que supone un problema grave perjudicando así la usabilidad y la experiencia de navegación de los usuarios. En un mundo en el que el nivel de búsquedas a través de dispositivos móviles se ha disparado por completo, es imprescindible contar con una buena optimización y adaptación de nuestras webs a formato responsive.



¡Bien! Tu letra tiene un tamaño adecuado para ser legible en un dispositivo móvil.

No olvides tener en cuenta el tamaño de la fuente a la hora de adaptar tu web a cualquier dispositivo móvil. Para que tu contenido sea legible sigue estas recomendaciones adicionales: Utiliza un tamaño de fuente base de 16 píxeles CSS. Usa tamaños en relación con el tamaño base para definir la escala tipográfica. Se recomienda, también, utilizar la altura de línea predeterminada del navegador, que es de 1,2 em.

USABILIDAD



Tiempo de carga



32/100

Oh, vaya, tenemos un problema. Tu sitio web es excesivamente lento. La velocidad de carga de una página puede afectar seriamente a la tasa de conversión de la misma. Revisa el tamaño de tus imágenes o el peso de tus archivos.

La lentitud de las páginas es una de las principales quejas de los usuarios y un factor relevante en la pérdida de posiciones en los resultados de búsqueda. Ten muy presente que tu audiencia odia esperar, por lo que si tu sitio web tarda en cargarse más de lo debido esto afectará seriamente a tu tasa de conversión. Para solucionar este problema te aconsejamos que revises tus imágenes y archivos, quizá sean demasiado grandes o tengan un peso excesivo, por lo que deberás optimizarlos y recudirlos lo máximo posible.



Tamaño de página

5.47 MB

¿Sabías que el tamaño de tu página puede afectar al tiempo de carga de la misma? Dos de los motivos principales de este aumento se debe a las imágenes y a los ficheros Javascript. Si no quieres que tus usuarios abandonen tu página por aburrimiento, debes tener muy en cuenta minimizar al máximo los tiempos de carga. Por ello, y para mantener el tamaño de tu página por debajo de la media global, te aconsejamos que utilices imágenes más pequeñas y optimices tus descargas utilizando archivos gzip.



Favicon

No hay favicon o su ubicación está mal definida

Lamentablemente tu web no cuenta con un favicon personalizado y acorde con tu marca. El favicon es el pequeño icono que aparece en la parte izquierda de la pestaña superior de tu página.

¿Por qué es importante que tu página web tenga favicon? Te preguntarás. Este pequeño icono cumple dos funciones muy importantes, en primer lugar la de identificar el sitio y su marca y, por consiguiente, la de posicionarse en la mente del usuario. Por ello, te recomendamos que si aún no lo tienes incorporado, añadas un favicon que identifique a tu empresa, como por ejemplo tu logotipo.



Página 404

No hay página de error personalizada

¡Oh, lástima! Hemos comprobado que tu sitio web no dispone de una página personalizada de "Error 404", algo que puede ser perjudicial en términos de usabilidad. ¡Revísalo!

Una página de "Error 404" aparece cuando un usuario busca algo dentro de nuestra web que no existe, esto puede ser debido a que quizá ha introducido mal una URL o pincha en un enlace que ha dejado de funcionar. Para no dar sensación de vacío y redirigir el tráfico a nuestra web es recomendable tener incorporada esta página de error personalizada.



¡Estupendo! Has especificado el idioma principal de tu sitio web.

Si tu página web no tiene especificado el idioma predominante es importante que lo modifiques cuanto antes, ya que es un factor importante para la indexación de Google™. Por ello, te recomendamos que en todas tus páginas tengas especificado un idioma como el principal, sobre todo de cara a ajustar la web a los robots de búsqueda.



Google™ Analytics

No hay código de Google™ Analytics en su web

Oh, es una pena, pero no tienes incorporado el código de seguimiento de Google™ Analytics dentro de tu página web, de modo que no puedes saber las visitas exactas que recibes ni como estas responden a tu contenido.

Si quieres saber en todo momento cuantas visitas recibe tu página, cuales son los apartados más visitados o cómo actúan tus visitantes dentro de tu sitio web, el código de seguimiento de Google™ Analytics te proporcionará una medición exhaustiva de todas las visitas que recibas. Con esta herramienta podrás analizar tus estadísticas, ver cómo responden tus usuarios a tu contenido o cuánto tiempo permanecen en tu web.



Codificación

UTF-8

¡Perfecto! La codificación del idioma/caracteres está especificada.

Es importante que la codificación de tu web esté especificada en utf8 para que se muestren correctamente caracteres especiales tales como tildes, acentos o eñes, independientemente del idioma del navegador desde el que se esté viendo la página.



Ssl

Su web no utiliza ssl

¡Vaya! Hemos detectado que el nivel de seguridad de tu página web no alcanza los requisitos mínimos establecidos.

Google™ considera el uso de HTTPS como una señal positiva y un factor importante a tener en cuenta para el posicionamiento en los resultados de búsqueda. De modo que si tu sitio web no cuenta con la encriptación y la seguridad mínima establecida te recomendamos que lo revises y lo modifiques cuanto antes. Ten en cuenta que la información que viaja por SSL va encriptada y por eso es mucho más difícil de descifrar.



Tecnologías utilizadas

REDES SOCIALES



Presencia en redes sociales



0
In page Facebook Likes



296
Twitter Followers



0
Instagram

