



# **CÓMO SACARLE TODO EL PARTIDO A GOOGLE WEBMASTER TOOLS PARA TU BLOG**



# ¿QUÉ ES GOOGLE

## WEBMASTER TOOLS?

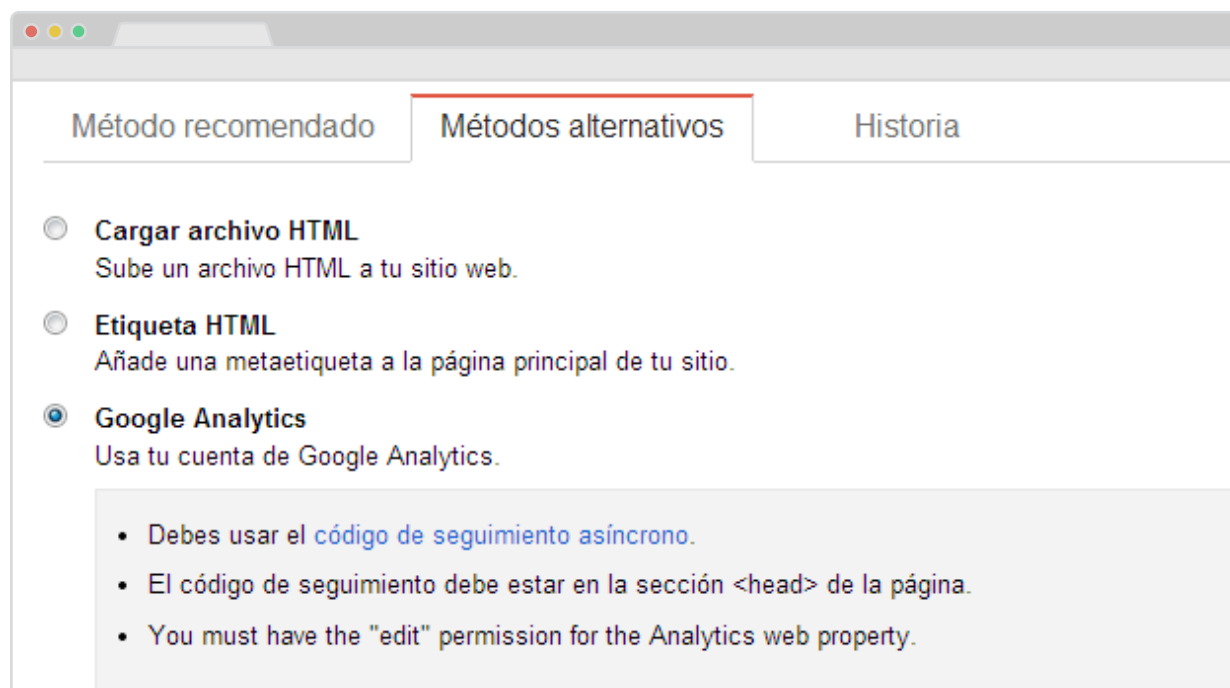
Con todo el mar de herramientas que existen en internet hemos querido analizar una de las menos valoradas y de las más útiles cuando se tiene un blog.

Google Webmaster Tools es la plataforma que Google pone a disposición de los webmasters de manera gratuita y desde la que se puede obtener información esencial para el SEO de un blog.

### CONFIGURAR LA CUENTA

Lo primero que tienes que hacer es agregar tu blog a tu cuenta de Google Webmaster Tools (**GWT**), te dará varias opciones aunque las más recomendables son dos:

- 1. Vincular con Google Analytics:** La opción más rápida, la única premisa que debes seguir es que el código de Google Analytics sea asíncrono y esté en la sección head del código de la web.
- 2. Subir un archivo al servidor:** Si eliges esta opción Google te dará un archivo de 1Kb que tendrás que subir al directorio raíz de tu blog.



## CONFIGURAR UN DOMINIO

Cuando tengas tu blog vinculado a tu cuenta tendrás que configurar las opciones básicas de GWT:

**1. Dominio preferido:** Primero tienes que vincular tu blog en la versión con *www* y sin *www*, una vez hecho esto tienes que clicar en la **rueda dentada > configuración del sitio** y elegir a qué dominio quieres que Google de preferencia

**2. Segmentación geográfica:** Esta opción te permite indicarle a Google que país es al que va orientado tu blog, con esto debes de tener mucho cuidado, si tu blog está dirigido a más de una zona como puede ser el caso de España y Latinoamérica es mejor dejarlo sin configurar.

# DENTRO DE GOOGLE

## WEBMASTER TOOLS

En este apartado vamos a analizar punto por punto todas las utilidades que te permite esta herramienta.

Lo dividiremos en cada una de la secciones de GWT:

- Aspecto de la búsqueda
- Tráfico de búsqueda
- Índice de Google
- Rastreo

### ASPECTO DE LA BÚSQUEDA

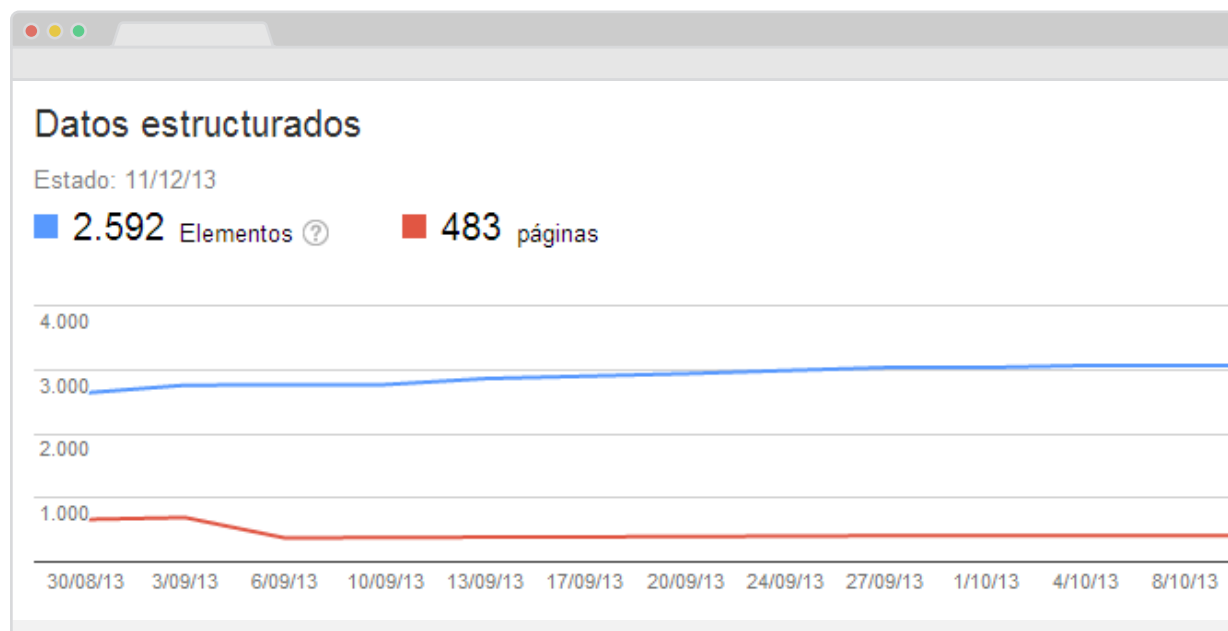
Esta sección se centra en cómo se ve tu blog en los resultados de búsqueda de Google así como los problemas que puedan surgir.

### DATOS ESTRUCTURADOS

Lo primero que verás es una gráfica con **información general de todos los marcadores de datos que Google ha encontrado en tu blog**. Si clicas en los diferentes tipos de marcadores te proporcionará información so-

bre el número de páginas que tienen ese marcador, la fecha en que han sido detectados y si hay algún error.

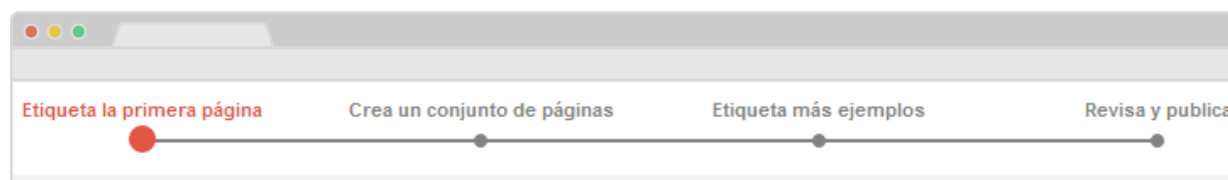
La utilidad de este apartado es **monitorizar y saber si estás implementando bien los marcadores en todas las páginas de tu blog.**



## MARCADOR DE DATOS

Esto te será muy útil para añadir los marcadores de datos a los artículos de tu blog sin necesidad de tocar el código.

Solo tienes **seguir los pasos que se te irán explicando:**



1. Pega la URL de un artículo de tu blog, escoge el tipo de marcado (artículo de noticia) y pulsa "aceptar".

Introduce la URL de una página típica de tu sitio

Artículos de noticias ▼

☒ Marcar esta página y otras similares

☐ Marcar solo esta página

2. Resalta la información que quieres marcar e identifícala.



3. Selecciona un grupo de páginas, yo recomiendo escoger el grupo por defecto.

4. Etiqueta más ejemplos de artículos.

5. Revisa los ejemplos que te muestra Google y corrige errores, yo te recomiendo que etiquetes 20 ejemplos ya que Google te muestra páginas aleatorias y así podrás:

- Eliminar páginas del tipo contacto, sobre nosotros o de categorías
- Corregir los errores que se te indiquen con un símbolo de peligro



6. Clica en

Publicar



## MEJORAS HTML

Aquí se van a mostrar todos los errores posibles respectivos a las etiquetas de tu blog:

- **Errores en meta-descripciones y títulos:** Si están duplicadas, si son muy cortas o muy largas, si son “no informativas” o si simplemente no existen
- **Errores de indexación:** Si existe alguna página que tenga contenido que no pueda indexar, ya sean imágenes, fragmentos de textos o cualquier otro tipo de contenido.

Cuando hagas clic en un tipo de error Google te dará un consejo sobre

como repararlo fácilmente.

La información que facilita es muy útil ya que detectar estos errores en todas las páginas de manera manual es algo muy tedioso.

## ENLACES A TU SITIO

Los enlaces a tu sitio son enlaces a diferentes secciones de tu blog generados automáticamente que pueden aparecer bajo los resultados de búsqueda en Google, suelen ser 4 o 6 enlaces:



- 1. Enlace principal

- 2. Enlaces de sitio

Te permite indicar que **URLs no quieres que aparezcan como enlace de sitio**, para ello solo tienes que introducir la URL que quieres y clicar en “rebajar posición”. [Más información sobre los enlaces de sitio.](#)



## TRÁFICO DE BÚSQUEDA

---

Aquí encontrarás toda la información que tenga que ver con el tráfico a tu blog: **keywords, enlaces externos e internos e información de penalizaciones.**

### CONSULTAS DE BÚSQUEDA

Desde que Google nos ha regalado casi un 100% de not provided esta sección ha cobrado mucha más relevancia. Este apartado a su vez se divide en dos secciones:

#### 1. Consultas principales

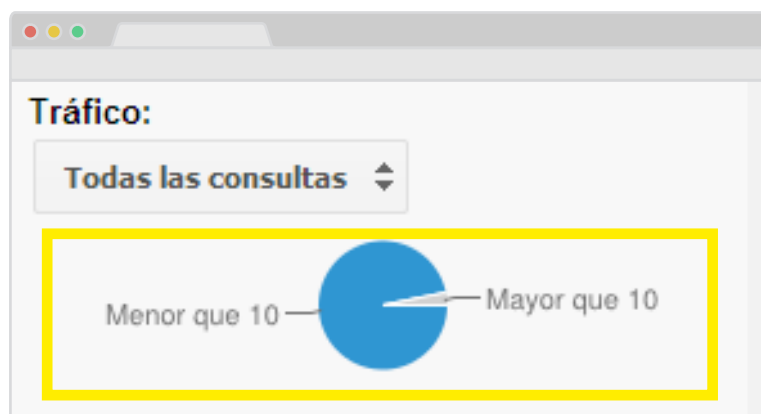
La información que encontrarás aquí es toda la relacionada con las palabras clave que atraen tráfico a tu blog:

- **Palabras clave que han atraído tráfico en los últimos 90 días**
- **Cambios en las estadísticas del último mes**
- **Datos sobre el número de impresiones, número de clics, CTR y posición media de la keyword**
- **Si clicas en una palabra clave te dará información sobre la página a la que llegan los usuarios a través de esa búsqueda y las posiciones desde las que han llegado.**

Si clicas en una palabra clave te dará información sobre la página a la que llegan los usuarios a través de esa búsqueda y las posiciones desde las que han llegado.

**Los filtros te dejarán segmentar por palabra, tipo de búsqueda (imagen, vídeo, web, etc), ubicación y por el número de búsquedas de los términos.**

Es muy fácil ver la importancia del long tail en un blog, si te fijas en la tarta de la derecha podrás ver casi con total seguridad que el 90% de los términos tienen menos de 10 búsquedas, como es el caso de 40deFiebre.



## 2. Páginas principales

En esta sección podrás ver la información de las páginas que más tráfico atraen en tu blog:

- Páginas que han atraído tráfico en los últimos 90 días
- Cambios en las estadísticas del último mes
- Datos sobre el número de impresiones, número de clics, CTR y posición media de cada página

**Si clicas en una URL se desplegarán todas las keywords que llevan tráfico a esa página,** así como el número de impresiones y el número de clics de cada keyword.

## ENLACES A TU SITIO

Has entrado en el histórico de todos los enlaces que apuntan a tu blog. El nivel de datos que puedes sacar de aquí es sin duda el más fiable de todas las herramientas gratuitas que puedas encontrar.

## CON MÁS ENLACES A TU SITIO

Aquí encontrarás todos los dominios que tienen un enlace hacia tu blog, además del número de enlaces que tiene cada dominio y el número de páginas a las que enlazan. **Si clicas en un dominio te mostrará todas las páginas a las que enlaza** y si clicas en una de esas páginas te mostrará desde que páginas te enlazan.

**Puedes descargarte un CSV en el botón** “descargar enlaces más recientes” donde podrás ver todos los enlaces ordenados por la fecha en que los detectó Google.

## LAS PÁGINAS MÁS ENLAZADAS DE TU SITIO

Como su propio nombre indica esta sección te **lista las páginas más enlazadas de tu blog**, clicando en cada URL te mostrará los dominios que más enlazan a esa página y clicando en cada dominio te listará las páginas desde las que te enlazan.

Este apartado es muy útil para llevar un control de la **cantidad de enlaces que estás consiguiendo para cada página** de modo que puedas diversificar los enlaces que generas o bien centrar más tu estrategia en una página concreta.

## TEXTO DE ANCLAJE

Esta es la mejor manera de saber si estas consiguiendo enlaces que le puedan resultar sospechosos a Google o no, esta sección te permitirá tener un control de todos los anchor text por los que se te enlaza, de tal manera que sabrás si estás sobreexplotando un anchor text para evitar que los enlaces que has conseguido no sirvan para nada o que seas penalizado por Google.

## ENLACES INTERNOS

**Es imprescindible que todas las páginas de tu blog tengan al menos un enlace interno apuntando hacia ellas.** De este modo le facilitaremos a Google el trabajo de llegar a cada una de las páginas.

Aquí encontrarás el listado de las páginas con más enlaces internos de tu web, si pinchas en una URL te mostrará todas las páginas internas que enlazan a esa URL.

**Usando el buscador que hay en la parte superior puedes comprobar si una página tiene o no un enlace interno,** si no lo tiene encuentra una página desde la que puedas poner un enlace.

## ACCIONES MANUALES

Esta nueva funcionalidad se incluyó en verano de 2013, y **permite consultar en cualquier momento si tu blog tiene una penalización manual,** ofreciendo más ejemplos de por qué has sido penalizado y la posibilidad de enviar de manera sencilla y rápida una reconsideración.

Las penalizaciones pueden ser de 3 tipos:

- **Coincidencias parciales:** Son las que sólo afectan a una parte de tu blog
- **Coincidencias globales:** Afectan a todo tu blog

En el momento en el que tengas un aviso de penalización manual (esperemos que nunca) te encontrarás con lo siguiente:



1. Tipo de penalización: Parcial o global
2. Botón para solicitar una reconsideración
3. Parte de la web afectada: Enlaces entrantes, imágenes, anchor text, etc.

Una vez que estás penalizado, teniendo en cuenta la parte de la web afectada, (enlaces, imágenes, etc), lo siguiente que tendrás que hacer es investigar a fondo y eliminar todo lo que pueda parecer que viole las directrices de Google.

Una vez hecho, ya solo tendrás que [informar a Google a través de la reconsideración](#).

## ÍNDICE DE GOOGLE

---

Como su propio nombre indica, en esta sección encontrarás toda la información sobre cómo está tu blog en el índice de Google, como el número de páginas indexadas o las palabras que Google considera más importantes en tu blog.

### ESTADO DE INDEXACIÓN

En este apartado encontrarás una gráfica con el número de páginas que ha indexado Google en el último año en intervalos de 7 días.

Hay dos tipos de gráficas:

**1. Opción básica:** La gráfica solo muestra el número de páginas indexadas totales.

**2. Avanzada:** Tienes la opción de incluir 4 tipos de información en la gráfica:

- **Total indexadas:** Número de páginas totales que hay indexadas.
- **Rastreadas alguna vez:** Suma del número total de páginas que Google ha indexado en el último año.
- **Páginas bloqueadas por robots:** El total de páginas a las que no se permite el acceso a Google, ya sea por el archivo "robots.txt" o por la meta-etiqueta "noindex".
- **Páginas eliminadas:** Número de páginas que has eliminado con la

herramienta de eliminar páginas de Google (lo veremos más adelante).

Esta información es útil por 4 motivos:

- **Si tienes más páginas indexadas** de las que realmente hay en tu blog es que tienes un problema de contenido duplicado.
- **Si tienes menos páginas indexadas** de las que realmente hay en tu blog, estás bloqueando páginas sin querer.
- **Si hay más páginas bloqueadas** de las que has bloqueado tú es que estas bloqueando páginas sin querer.
- **Si hay menos páginas bloqueadas** de las que has bloqueado tú es que no las has bloqueado de manera correcta.

## PALABRAS CLAVE DEL CONTENIDO

Se trata de una tabla donde se listan las palabras clave que Google ha detectado como más importantes en tu blog, para mí es la alternativa perfecta a calcular la “[keyword density](#)”, simplemente mirando qué palabras clave está detectando Google como más relevantes en tu web y si no coincide con la realidad tendrás que modificar textos, titles, alt de la imágenes, etc.



Palabra clave	Importancia
1. 40defiebre	<div></div>
2. seo (2 variantes)	<div></div>
3. email (2 variantes)	<div></div>
4. google (2 variantes)	<div></div>
5. marketing	<div></div>

## ELIMINACIÓN DE URL

Si quieres eliminar rápidamente una URL del índice de Google lo puedes hacer desde esta sección, una vez elimines una URL desaparecerá del índice del Google un mínimo de 90 días (que es cuando caduca la solicitud).

Para que desaparezcan del todo tienes 3 opciones:

- **Asegúrate de que el contenido ya no está disponible en Internet.**

Si las URLs que has eliminado son páginas que dan errores 404 (no encontrado) o 410 no volverán a aparecer en Google

- **Bloquea el contenido** mediante un archivo robots.txt

- **Bloquea el contenido** mediante una metaetiqueta "noindex"



**Para eliminar un blog entero o gran parte de un blog, debes asegurarte que se ha bloqueado el rastreo de las páginas que quieres eliminar mediante un archivo robots.txt.**

Para eliminar una copia de una página almacenada en caché, cambia el contenido de la página o añádele una metaetiqueta "noarchive". Por lo general, las metaetiquetas "noarchive" se utilizan para eliminar definitivamente la copia almacenada en caché.

De igual modo si has eliminado una URL y quieres volver a incluirla se puede hacer desde esta misma sección clicando en volver a incluir.



## RASTREO

Ofrece toda la información de los procesos de rastreo de Google en tu blog así como todos los problemas encontrados durante estos procesos y las herramientas para corregirlos.

### ERRORES DE RASTREO

Sin duda es la parte que más trabajo te va a dar y con la que más problemas vas a poder solucionar, se divide en dos secciones: **errores de sitio** y **errores de URL**.

### ERRORES DE SITIO

Es la gráfica de la parte superior de la página, en esta sección se muestran los errores que impiden que el robot de Google acceda al blog.



Estos errores GWT los divide en 3:

- **DNS:** Googlebot no ha podido acceder a tu blog porque no ha sido posible establecer comunicación con el servidor DNS o porque que tu servidor no responde al nombre de tu web.
- **Conectividad del servidor:** Google ha podido establecer conexión con el servidor, pero esta se ha finalizado antes de que el servidor pudiera enviar información, es el error que nos aparecerá en el navegador como “tiempo de espera agotado”
- **Información de robots.txt:** Antes de rastrear tu blog, Googlebot accede a tu archivo robots.txt para determinar si este impide que Google rastree algunas páginas o URL. Si tu archivo robots.txt existe pero no se puede acceder a él Googlebot se irá de tu blog sin rastrearlo para evitar rastrear alguna página que no deba.

Todos estos errores se pueden comprobar desde la herramienta “explorar como Google” que veremos más adelante.

## ERRORES DE URL

Los errores de URL se muestran cuando Google no puede rastrear correctamente URLs específicas. Pueden ser de 5 tipos:

### 1. Página no encontrada

Estos errores, conocidos como errores 404, **aparecen cuando Googlebot intenta acceder a una página que no existe** (ya sea porque se ha eliminado la página, porque se le ha cambiado el nombre

o porque existe algún error ortográfico o tipográfico en el enlace)



## ¿Cómo solucionarlos?

Para ver de dónde proceden estos enlaces erróneos haz clic en la URL. En el cuadro de diálogo del mensaje de error, haz clic en la pestaña **“Enlazada desde”**. Si los enlaces proceden de tu sitio, corrígelos o elimínalos. Si proceden de un sitio externo, puedes hacer dos cosas: crear un redirección permanente 301 de la URL errónea a la correcta o intentar contactar con el webmaster para que cambie el enlace.

## 2. URL no seguidas

Estos errores **se muestran cuando Google se encuentra con URLs que no puede podido seguir completamente** y se te da información sobre los motivos por los que no las ha podido rastrear.

¿Por qué pueden aparecer estos errores? Lo más común es que sea por 4 motivos:

**1. Usar redirecciones temporales 302:** Cuando hagas una redirección permanente tiene que ser 301

**2. Usar enlaces relativos en lugar de absolutos:** Cuando enlaces a una página de tu propia web

✗ ¡¡MAL!! /pagina.html

✓ ¡¡BIEN!! <http://www.ejemplo.com/página.html>

**3. Usar URLs dinámicas:** Si utilizas páginas dinámicas (por ejemplo, si la URL contiene un carácter “?”) asegurate de que al

menos se enlaza a esa página desde una URL estática

**4. Usar URLs con identificadores de sesión:** Asegúrate de que no se esté añadiendo automáticamente cierta información (por ejemplo, un ID de sesión) a las URLs que usar en redirecciones.

### 3. Acceso denegado:

Este error aparece cuando un enlace apunta a una página a la que Google no puede acceder ya sea porque se necesita iniciar sesión para acceder a esa página o porque la bloquea el archivo robots.txt



¿Cómo solucionarlo?

Añade una etiqueta “nofollow” al enlace que esté apuntando a esa página, para encontrar ese enlace en la sección Enlaces Internos de Google Webmaster Tools.

### 4. Errores del servidor:

Se producen porque Google no ha podido acceder a tu URL porque se ha agotado el tiempo de espera de la solicitud o porque el sitio estaba ocupado.

## ERRORES 404 LEVES:

Este tipo de errores se producen cuando Google entra en una página que existe pero por algún motivo Google la identifica como 404, como explican en su propio blog.

## ERROR 404 LEVE

“ Es como si una jirafa tuviera una etiqueta de nombre “perro”. El hecho de que en la etiqueta se indique que es un perro no significa que en realidad lo sea. ”

-Google



## ESTADÍSTICAS DE RASTREO

La página de estadísticas de rastreo proporciona información sobre la actividad de Google en tu blog durante los últimos 90 días.



### Páginas rastreadas al día

Te proporciona el número de página que Google ha rastreado en los últimos 90 días, lo que no quiere decir que las haya indexado.

### Kilobytes descargados al día

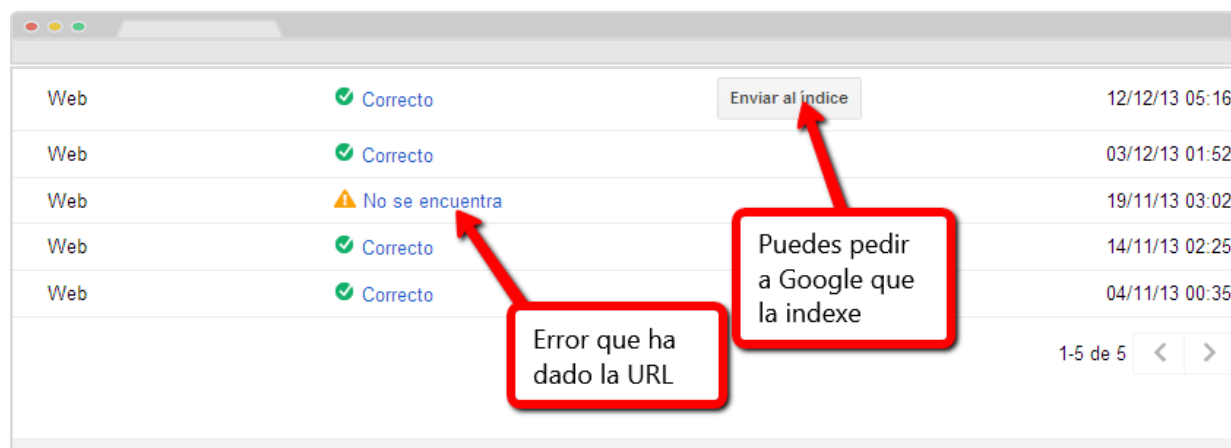
Te dice el peso de toda la información que ha rastreado en tu blog, **que haya descargado mucha información de tu página no significa que sea bueno, puede ser que tu página pesa demasiado.**

### Tiempo de descarga de una página (en milisegundos)

Te da el tiempo que ha tardado en descargar una página de media, esto es importante compararlo con la anterior gráfica, **si ha descargado mucha información (kilobytes) pero el tiempo de descarga es muy alto es que tu página pesa demasiado.**

## EXPLORAR COMO GOOGLE

Sirve para comprobar cómo ve Google tus páginas. Si en la sección de “errores de rastreo” se te informa de alguna URL con error puedes comprobarlo aquí. Pones la URL en el campo para ello, eliges el tipo de robot de Google que quieres que lo rastree y le das a recuperar:



Web	✓ Correcto	Enviar al índice	12/12/13 05:16
Web	✓ Correcto		03/12/13 01:52
Web	⚠ No se encuentra		19/11/13 03:02
Web	✓ Correcto		14/11/13 02:25
Web	✓ Correcto		04/11/13 00:35

1-5 de 5 < >

## URL BLOQUEADAS

Son URLs que Google no ha podido rastrear debido a restricciones del archivo robots.txt. Desde este apartado puedes **monitorizar el estado de tu archivo robots.txt**, te dirá si ha encontrado algún error en el archivo cuando cualquiera de los robots de Google, ya sea web, móvil o de imágenes.

Esta sección sirve como campo de prueba para modificar el archivo robots.txt, si quieres modificarlo pero no estás seguro de si lo haces de manera correcta **no se guardará ningún cambio**. Si quieres que se hagan cambios en el archivo deberás modificar y subir el archivo otra vez a tu servidor.

## SITEMAPS

Aquí obtendrás detalles de todos los sitemaps (incluidos los archivos de índice de sitemaps) que hayas enviado a Google. **Las estadísticas de indexación se suelen actualizar cada pocos días y hace un cálculo ajustado del número de URL indexadas.**

Entre la información disponible sobre cada sitemap puedes encontrar:

- **El formato del sitemap** (por ejemplo, un sitemap estándar, un feed RSS, una lista de URL o un índice de sitemaps)
- **El número de páginas web enviadas e indexadas en Google**
- **El número total de elementos de contenido enviados e indexados** (incluidos vídeos, imágenes y contenido de noticias)
- **La fecha en que enviaste el sitemap a Google** y la fecha en la que fue procesado
- En la página de información detallada de sitemaps **podrás consultar cualquier mensaje de advertencia o de error relacionado con un sitemap.**

Al entrar en esta sección, puedes encontrarte con dos cosas dependiendo de si has subido un sitemap o un índice de sitemaps. Si has subido un índice clicas en cada sitemap que te aparezca para ver el estado del mismo.

Una vez dentro de un sitemap concreto te encontrarás una gráfica donde verás el número de páginas e imágenes enviadas a través de sitemap



y el número de páginas e imágenes que realmente Google ha indexado.

**Si hay menos páginas indexadas que enviadas deberás revisar el archivo sitemap que has enviado en busca de los errores que te explicamos en “URLs no seguidas”.**



Justo debajo de la gráfica (en el caso de que Google haya detectado errores) te aparecerán listados los diferentes errores junto con una pequeña descripción del tipo de error y una URL de ejemplo del error.

## PARÁMETROS DE URL

El objetivo de esta sección es informar a Google que no indexe las páginas cuyas URLs tienen los parámetros que le indicamos. Existen muchos tipos de parámetros, el problema es que muchos de estos no cambian el contenido de la página, eso genera muchas URLs para el mismo contenido.

Estos parámetros pueden ser “search” para las búsquedas internas,

“post\_id” para los IDs de los artículos, “utm\_source” para los parámetros de traqueo de las URLs o “p” para la paginación de las etiquetas y categorías.

Es muy importante (como informa Google) que estés 100% seguro de las URLs que estas bloqueando, para ello, antes de bloquear cualquier parámetro haz la siguiente búsqueda:

- Si el parámetro es “post\_id”, busca en Google: “site:www.tuweb.com inurl:post\_id”, de este modo sabrás si realmente está indexando esas URLs, si no es así no es necesario bloquearlo.

Parámetro: **post\_id**

¿Este parámetro cambia el contenido de la página que se muestra al usuario?

Sí, cambia, reordena o restringe el contenido de la página.

¿Cómo influye este parámetro en el contenido?

Ordena el contenido.

Ordena contenido tal como especifica el parámetro. Por ejemplo, muestra fichas de productos ordenadas por nombre, marca o precio.

URL con este parámetro que Googlebot debe rastrear:

☒ Dejar que el robot de Google decida (Predeterminada)

Hay dos medios para configurar los parámetros:

1. Que **Google lo haga de manera automática** clicando en “Configurar parámetros de URL »”
2. **Añadirlo tú de manera manual** clicando en “añadir parámetro”, es importante que añadas solo el nombre del parámetro, sin el interrogante ni el resultado después del nombre  
Una vez añadidos los parámetros clicas en configurar, donde te aparecerá una ventana en la que tendrás que escoger las opciones

que describen ese parámetro y cómo quieres que Google trate ese parámetro:

- **Dejar que el robot de Google decida:** Es decir, Google hará lo que crea oportuno
- **Todas las URL:** Google las indexará todas ya que las páginas no se duplican al cambiar el parámetro
- **Solo URL con el valor "x":** En el campo que te facilitan escribes el valor que quieres que se indexe, si el parámetro es "post\_id" pero solo quieres que se indexe "?post\_id=389", escribe 389 en el campo
- **Ninguna URL:** Google no indexará ninguna URL con ese parámetro

## LABS

Webmaster Labs permite **probar nuevas funciones en fase experimental de Google Webmaster Tools**. Ten en cuenta lo siguiente acerca de esta sección:

- Estas funciones se encuentran en fase experimental y no están muy bien definidas, por lo que **pueden dejar de funcionar en cualquier momento**
- Esta guía está escrita en Noviembre de 2013, **es posible que cuando la leas hayan desaparecido algunas funciones o se conviertan en funciones permanentes en otro apartado.**

## ESTADÍSTICAS DE AUTOR

---



Si tienes implementada la etiqueta “rel=author” en los artículos que has escrito podrás ver las estadísticas de todos los artículos que estén enlazadas con tu Google+ a través del Authorship.

El filtro te permite segmentar por tipo de resultado (imagen, web, móvil y vídeo), por ubicación y por número de visitas. Los datos que incluyen son las impresiones, número de clics, CTR y la posición media en buscadores.

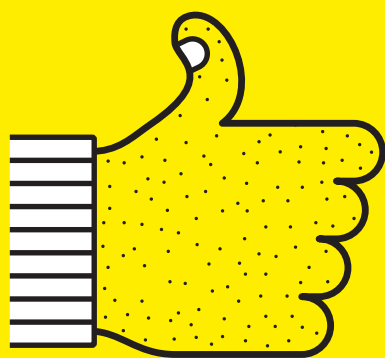
Es de mucha utilidad para saber cuál es el impacto de cada uno de tus artículos y si existe algún cambio en la estadísticas en los artículos con y sin la etiqueta Authorship.

## MOTORES DE BÚSQUEDA PERSONALIZADOS

---

Esta herramienta te permite crear un buscador interno para tu web de manera sencilla. Lo primero que tienes que hacer es elegir si quieres que se muestre o no publicidad en los resultados que muestre, aceptar los términos y condiciones y guardar el motor de búsqueda.

El siguiente paso es rellenar el formulario para y dependiendo del número de búsquedas que estimes que haya en tu blog te puede salir gratis.



**Esperamos que esta guía  
te haya sido  
muy útil**



[www.socialmood.com](http://www.socialmood.com)