

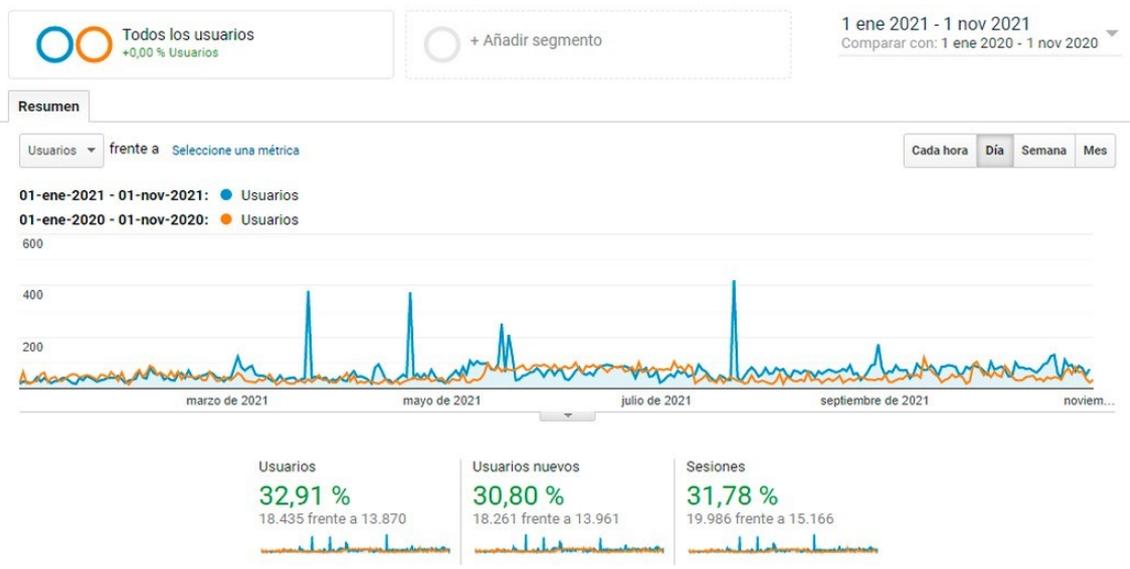
INFORME PÁGINA WEB AAD.

Dr. Fernando Neira Reina.

Desde 1 de enero a 1 de noviembre 2021.

ANÁLISIS GENERAL DE AUDIENCIA (01-aadac-audiencia-20210101-20211101)

- Durante periodo hemos **superado las 18.345 sesiones de usuario (frente a las 13.870 del mismo periodo de 2020)**, realizadas por **más de 18.260 usuarios**, lo que implica un **incremento de usuarios de más del 30% respecto al año anterior**. 2020 fue un año excelente en cuanto a crecimiento de visitas, pensaba que 2021 supondría un pequeño recorte, pero no ha sido así: el posicionamiento y relevancia alcanzados ha hecho que nuestro público siga creciendo considerablemente.
- El total de visualizaciones de páginas es de **más de 27.690 páginas vistas**, que suponen un **incremento de casi un 30%** respecto al mismo periodo de 2020.



- El **porcentaje de rebote (personas que entran, leen un contenido y salen) se ha reducido en un -3,66%**, lo que confirma que las visitas adquiridas son usuarios con interés en el contenido.
- Las ciudades que más acceden son <No identificada> (24,75 %), **Los Ángeles** (7,86 %), Batam (4,29 %), **Madrid** (4,56 %) y Sevilla (3,83 %).
- Por países, destacan **España** (26,23 %) y **EEUU** (25,13 %) seguidos de **México** (10,22 %), Indonesia (8,15 %), New Zealand (4,94%), Colombia (2,35 %), China (2,10 %). Las visitas desde EEUU pueden deberse, en muchos casos, a contenidos obtenidos a través de plataformas estadounidenses de indexación de contenidos.

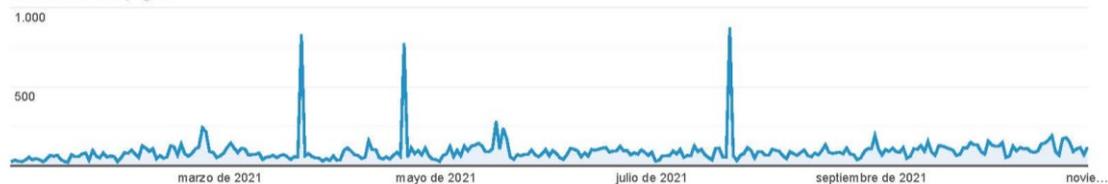
Resumen

Todos los usuarios
 100,00 % Vistas de una página

1 ene 2021 - 1 nov 2021

Resumen

Vistas de una página



Vistas de una página

27.692

Número de páginas vistas
 únicas

23.491

Promedio de tiempo en la
 página

00:01:24

Porcentaje de rebote

80,12 %

Porcentaje de salidas

72,10 %

Título de la página	Vistas de una página	% Vistas de una página
1. Asociación Andaluza del Dolor y Asistencia Continuada	8.292	29,94 %
2. Preguntas clave para describir su dolor a su médico - Asociación Andaluza del Dolor	2.372	8,57 %
3. (not set)	2.248	8,12 %
4. ¿Cómo se mide el dolor? - Asociación Andaluza del Dolor	958	3,46 %
5. Directorio de Unidades de Dolor - Asociación Andaluza del Dolor	835	3,02 %
6. Co-analgésicos - Asociación Andaluza del Dolor	765	2,76 %
7. Has buscado - Asociación Andaluza del Dolor	555	2,00 %
8. Escalas de Evaluación del Dolor - Asociación Andaluza del Dolor	490	1,77 %
9. Tapentadol LR vs Tapentadol LR y Pregabalina en el dolor de espalda crónico con componente neuropático - Asociación Andaluza del Dolor	377	1,36 %
10. Congresos AAD - Asociación Andaluza del Dolor	366	1,32 %

PÁGINAS MÁS VISITADAS (02-aadac-analytics-pag-mas-vistas-20200101-20201120)

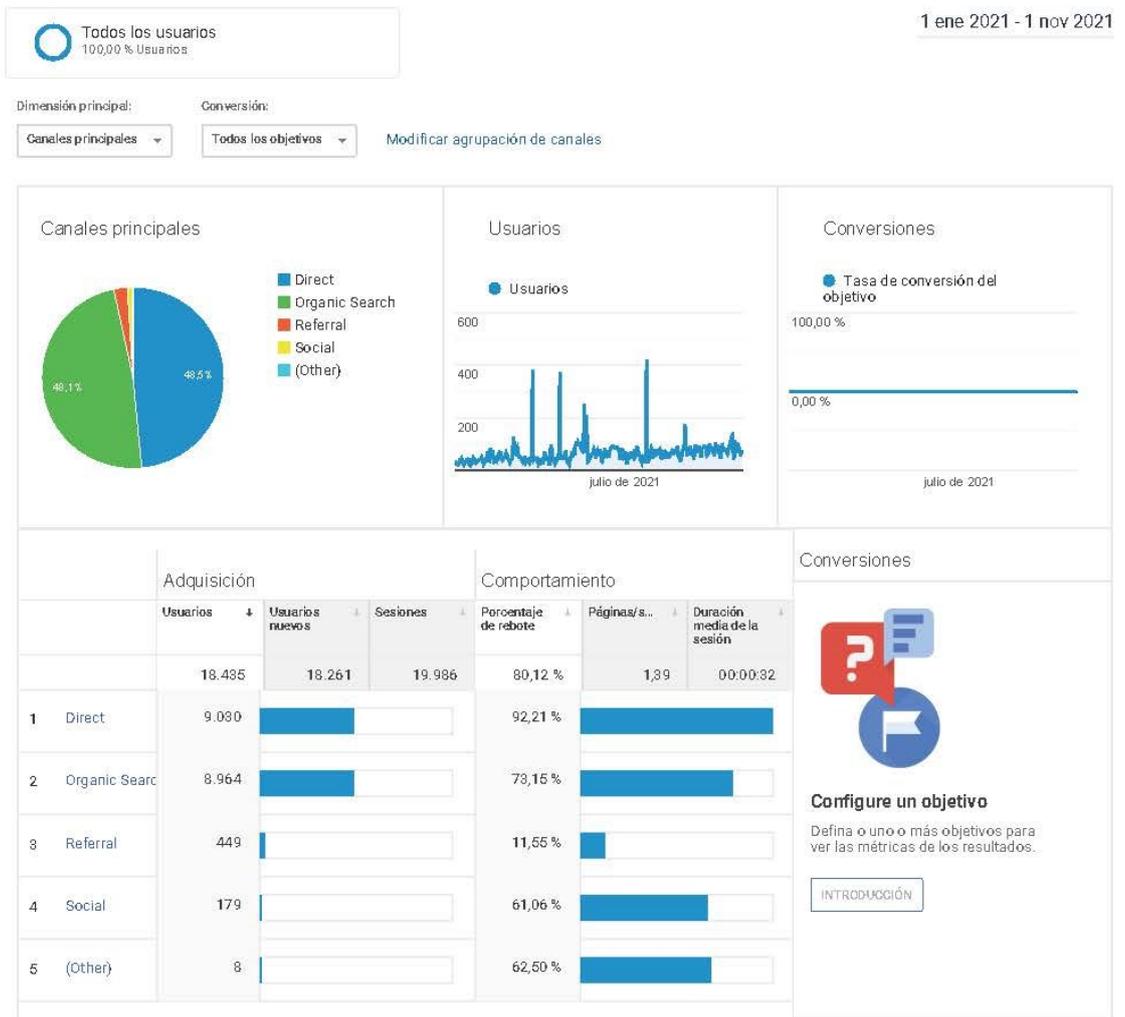
- La página más visitada, como siempre, es la home del portal, que se lleva un **29,94 % de las visitas**.
- La página **Preguntas clave para describir su dolor a su médico** acaparó el 8,57 % de las visitas, son más de 2.370 visualizaciones.
- La página **¿Cómo se mide el dolor?** alcanza la tercera posición, con más de 950 visitas recibidas en este periodo (3,46 %).
- **Directorio de Unidades del Dolor** está en cuarto puesto, con algo más del 3% de las visitas (unas 835 visitas).
- La página **Co-analgésicos** va a continuación, con más de 765 visitas.
- Le sigue **Escalas de Evaluación del Dolor**, que se incorpora a este ránking con más de 490 visitas recibidas.

- Se incorpora a este ránking la página "**Tapentadol LR vs Tapentadol LR y Pregabalina en el dolor de espalda crónico con componente neuropático**", que ha recibido al menos 377 visitas.

ADQUISICIÓN DE VISITAS (03-aadac-analytics-adquisicion-20210101-20211101)

- El porcentaje de tráfico que nos llega a través de los buscadores de forma **orgánica (48,1%)** se ha equilibrado con el tráfico directo (48,5 %). Esto nos indica que ambos han crecido, pero el directo mucho más, por lo que más usuarios conocen y acceden directamente a nuestro dominio.
- El **tráfico directo supera las 9.030 visitas, frente a las 5.200 del año anterior**, un incremento muy elevado, debido a visitantes que acceden tecleando directamente o a través de "favoritos" de su navegador, y que siguen formando parte de nuestra comunidad y notificaciones que se les ha enviado.
- El tráfico social se ha distribuido de la siguiente manera. Esto nos indica que el perfil de usuario Facebook tiende más a hacer clic en los enlaces, mientras que el usuario Twitter suele leer los tuits sin acceder a información adicional (los usuarios en Twitter consumen contenidos más rápido que en Facebook).
 - **Facebook: 71 %** de las visitas recibidas como tráfico social (+ otras que veremos en el apartado de referencias)
 - **Twitter: 26 %** a través de la app de Twitter (+ otras que veremos en el apartado de referencias)
- El **tráfico de referencia** (enlaces desde otras webs) alcanza las 450 visitas, lo que supone un aumento frente periodos anteriores, pero sigue siendo poquito, por falta de apariciones en medios (con enlace), banners en otras webs, etc.

Resumen de adquisiciones



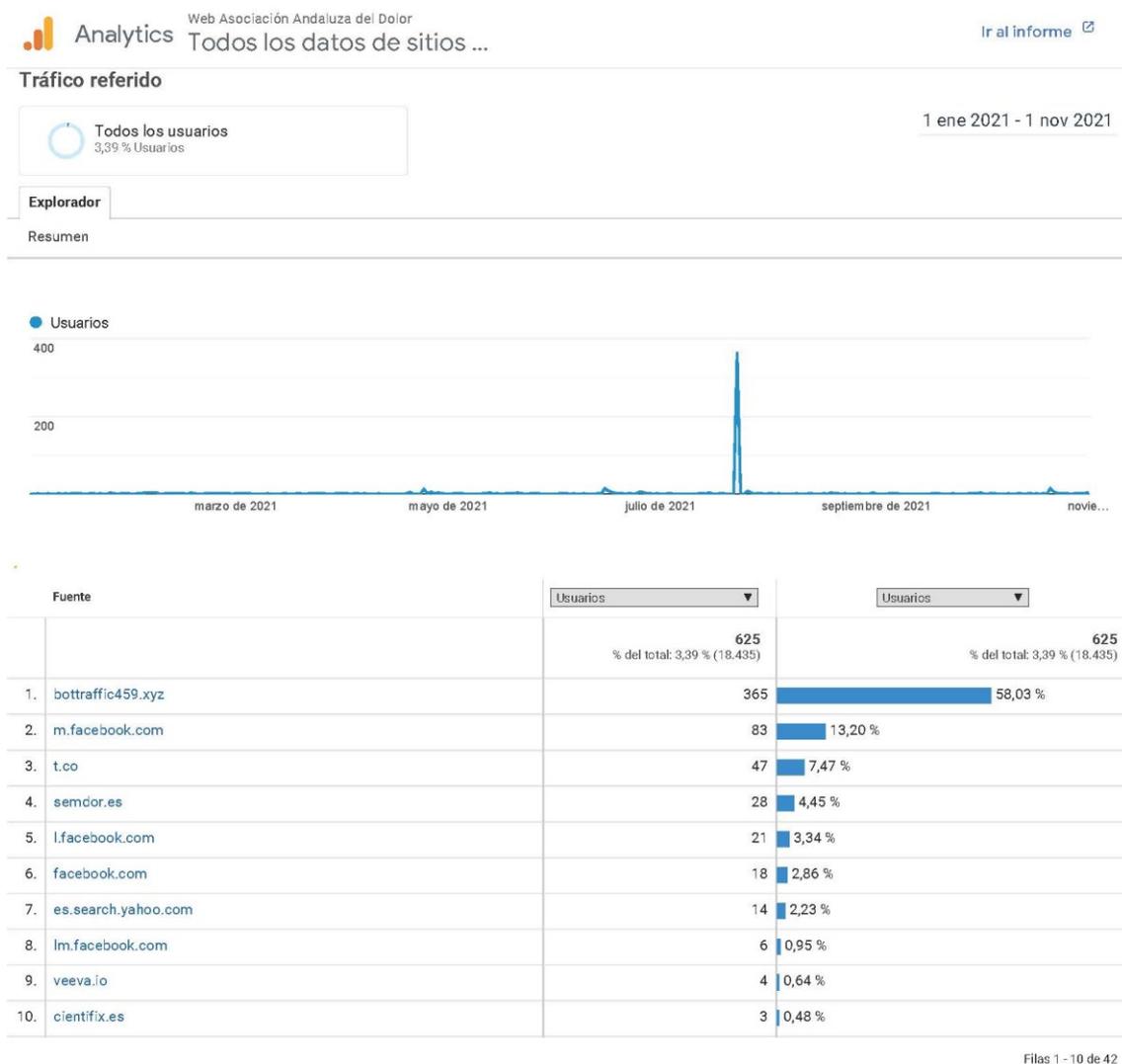
PRINCIPALES REFERENCIAS (04-aadac-analytics-adquisicion-referencias-20210101-20211101)

Como veíamos en el apartado anterior, nuestro tráfico de referencia es pequeño (realmente nos alimentamos más de buscadores y redes que de páginas que enlacen hacia nosotros), y se distribuye principalmente así:

- m.facebook.com, facebook.com y l.facebook.com - Nuestras publicaciones Facebook, que por lo que este tráfico de referencia es, en realidad, también tráfico social. Supone unas 128 visitas más a contar como trabajo que hacemos en Facebook.
- t.co - Es el acortador de URLs que utilizamos en Twitter, por lo que la mayor parte de las referencias son en realidad tráfico social (visitas que captamos con nuestro trabajo en Twitter). Se han alcanzado 50 enlaces de este tipo. Los usuarios consultan la información sin hacer clic en los enlaces.

- semdor.es - En esta ocasión hemos tenido 28 visitas que provienen de SEMDOR.
- Otras referencias: han aparecido, en muy pequeña cantidad, referencias desde veeva.io (4 visitas), buscador de Yahoo (14 visitas), cientifix.es (3 visitas) .

Durante este periodo no ha habido visitas llegadas de medios como Diario de Sevilla o de Cádiz, que otras veces nos mandaban tráfico, de ahí la reducción en el tráfico de referencia.

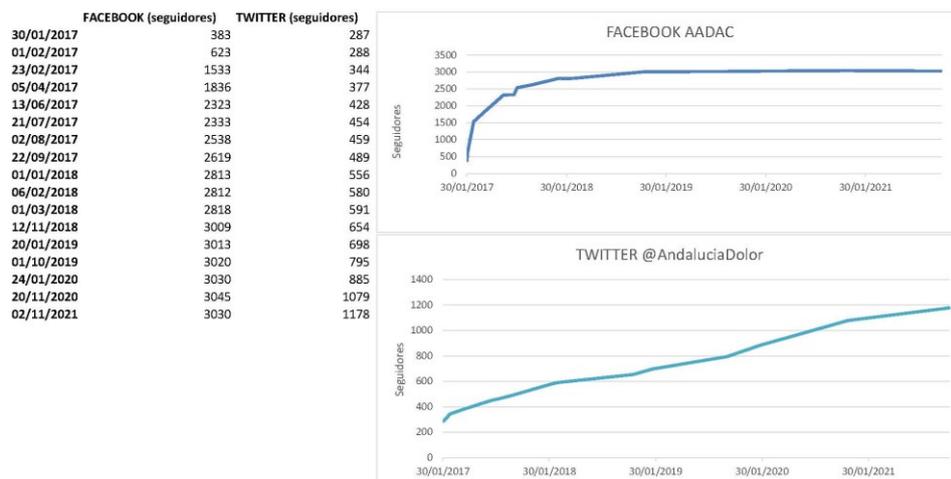


INFORME REDES SOCIALES

Tal y como vemos en otros clientes, Facebook está perdiendo interés, cada vez son menos los usuarios que interactúan con esta red. Recientemente Facebook anunció grandes cambios para su red, que pasará a llamarse META, analizaremos todas las novedades para ver cómo aprovecharlas.

FACEBOOK: nos quedamos este año en **3030 seguidores actuales**.

TWITTER: se consolida la tendencia ascendente en esta red, alcanzando los **1178 seguidores actuales** (en el último informe eran unos 1080), aumentando el índice de participación de nuestros seguidores. Se trata de seguidores reales, que interactúan con nuestros contenidos, y esperamos un aumento durante el congreso que tendrá lugar del 4 al 6 de noviembre de 2021.



CONCLUSIÓN Y NUEVOS PASOS

Este año pensábamos que el tráfico se reduciría respecto a 2020, que probablemente quedaríamos en niveles ligeramente superiores a 2019, pero sin embargo hemos experimentado un aumento muy considerable (+30 %), lo que supone un + 180 % respecto a 2019, lo que nos confirma la tendencia positiva que llevamos y la mejora en posicionamiento y reputación que se va alcanzando.

Viendo los resultados positivos y la tendencia actual, proponemos seguir la misma línea de actuación, aumentando algunos puntos para mejorar:

- **Aumentar el ritmo de publicación de novedades** y acciones de la AADAC, con aquellos contenidos que consideréis de interés para vuestro público. Siempre que dispongais de cualquier novedad, enviadnos y la haremos pública.
- **Seguir mejorando nuestra indexación en Google:** trabajamos cada día en cumplir todas sus recomendaciones, lo que nos ha permitido aumentar de esta manera las visitas recibidas. Continuaremos con ese trabajo.

- **Crecimiento en redes sociales:** continuaremos trabajando para aumentar nuestros seguidores buscando seguidores de calidad.