



DETECCIÓN DE USUARIOS Y SUS NECESIDADES DE INFORMACIÓN CLÍNICA A TRAVÉS DE UNA PÁGINA WEB.

R. Seisdedos, Fraga Fuentes MD, Valenzuela Gámez JC, Conde García MC, Canales Ugarte S, Márquez Nieves JJ.

Servicio de Farmacia. C. H. Mancha-Centro. Alcázar de San Juan. Ciudad-Real

OBJETIVOS

Detectar las necesidades de información y el perfil de los usuarios a través de los accesos a una página web.

MATERIAL Y MÉTODOS

Análisis retrospectivo de diferentes indicadores de la página web de un Servicio de Farmacia de un hospital de 350 camas, a través de la herramienta Google Analytics desde enero de 2009 a abril de 2011.



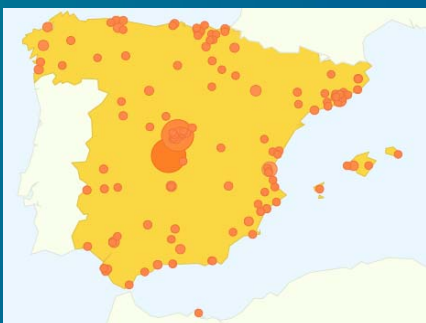
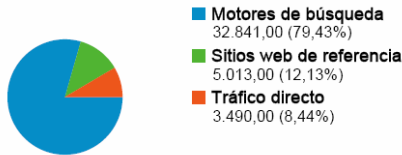
RESULTADOS

El número de visitas aumentó gradualmente, con un total de 41.344 visitas. La mayoría procedieron de España (26.646), repartiéndose el resto entre 77 países principalmente hispanohablentes y EEUU. Se analizaron las visitas/día en el primer trimestre de 2009, 2010 y 2011, observando que, aproximadamente, se duplicaban anualmente (22 en 2009, 42 en 2010 y 96 en 2011). El tiempo medio de visita fue de 2 minutos, lo que determina el interés del usuario, confirmado por el número de páginas/visita (3,3) y el porcentaje de visitas nuevas (76%), que puede indicar tanto el interés por los contenidos como la recomendación de usuarios habituales.

El 79% de las visitas provenían de motores de búsqueda, lo que indica que los contenidos están bien indizados, el 12% de otros sitios web que nos recomiendan y el 9% de tráfico directo generado por usuarios fidelizados. Las búsquedas realizadas con más frecuencia son generadas por los problemas habituales en la farmacia hospitalaria, principalmente sobre administración de medicamentos (compatibilidad, fotosensibilidad, guías de administración de medicamentos, bombas de infusión y extravasación de citostáticos) así como sobre aspectos básicos para la localización y selección de información bibliográfica jerarquizada (pirámide de Haynes, fichas técnicas y vademécum).

CONCLUSIONES

Internet constituye una herramienta que permite compartir y difundir gran cantidad de información con accesibilidad a todos los profesionales sanitarios y facilitándoles mantenerse actualizados mediante suscripción a contenidos a través de RSS. Posicionar un sitio web es un proceso lento que requiere inversión de tiempo y esfuerzo, así como conocer las necesidades de los usuarios. Los indicadores analizados muestran resultados satisfactorios y definen un perfil de usuario con sus necesidades de información. Se observa que está satisfecho con la información proporcionada y no solo se fideliza a usuarios antiguos sino que, además, se detecta un incremento en el número de nuevos usuarios.



CONFLICTO DE INTERESES: No