



## La web *Familia y Salud* como fuente de promoción de la salud de niños, familias y adolescentes

M. E. Vázquez Fernández<sup>a</sup>, J. J. Morell Bernabé<sup>b</sup>, J. J. Cuervo Valdés<sup>c</sup>, E. Fernández Segura<sup>d</sup>, F. J. Garrido Torrecillas<sup>e</sup>, R. López García<sup>f</sup>, A. M. Lorente García Mauriño<sup>g</sup>, M. E. Serrano Poveda<sup>h</sup>

Publicado en Internet:  
8-mayo-2015

Marta Esther Vázquez Fernández:  
mvmavazfer@gmail.com

<sup>a</sup>Pediatra. CS Arturo Eyries. Valladolid. España. Grupo Educación para la Salud de la AEPap. Equipo editorial de la web *Familia y Salud* • <sup>b</sup>Pediatra. CS Zona Centro. Badajoz. España. Coordinador de la web *Familia y Salud* • <sup>c</sup>Pediatra. CS Ciudad Jardín. Badajoz. España • <sup>d</sup>CS de Nerja. Málaga. España • <sup>e</sup>Pediatra. EBAP UCG Churriana de la Vega (distrito metropolitano). Granada. España • <sup>f</sup>Pediatra. CS Alhaurín el Grande. Málaga. España • <sup>g</sup>Pediatra. CS San Juan de la Cierva. Getafe. Madrid. España • <sup>h</sup>Pediatra. CS Benicalap Azucena. Valencia. España.

### Resumen

**Introducción:** las tecnologías de la información y comunicación se han convertido en un recurso donde el paciente busca información sobre salud y puede compartir experiencias.

**Objetivos:** analizar el flujo de comunicación generado por la web *Familia y Salud* desde su inicio en abril del 2012.

**Metodología:** se analiza el programa estadístico Google Analytics agregado a la web: número de vistas, usuarios, tiempo de duración de la sesión, porcentaje de rebote, perfil sociodemográfico, artículos más visitados y satisfacción.

**Resultados:** se observa un notable incremento del número de visitas, usuarios y seguimiento en el último año, con un elevado nivel de satisfacción. Se reciben visitas de un gran número de países hispano hablantes.

**Conclusiones:** la web *Familia y Salud* se está convirtiendo en una poderosa herramienta de Internet para transmitir información fiable relacionada con la salud infanto-juvenil.

### Palabras clave:

- Web
- Internet
- Promoción de la salud
- Salud infanto-juvenil

## *Familia y Salud* web as source of health promotion for children, families and teens

### Abstract

**Introduction:** information and communication technologies have become a resource where the patient seeks health information and shares experiences.

**Objective:** to analyze the flow of communication generated by the web *Familia y Salud* from the beginning, in April 2012.

**Methodology:** we have analyzed Google Analytics, a statistical program added to the web: number of views, users, duration of the session, bounce rate, socio-demographic profile, most popular articles and satisfaction.

**Results:** we observed a significant increase in the number of visits, users and followers in the last year, with a high level of satisfaction. We received many visits from Spanish speaking countries.

**Conclusions:** the web *Familia y Salud* is becoming a powerful Internet tool for transmitting reliable information related to child and adolescent health.

### Key words:

- Web
- Internet
- Health promotion
- Child and adolescent health

**Cómo citar este artículo:** Vázquez Fernández ME, Morell Bernabé JJ, Cuervo Valdés JJ, Fernández Segura E, Garrido Torrecillas FJ, López García R, *et al.* La web *Familia y Salud* como fuente de promoción de la salud de niños, familias y adolescentes. *Rev Pediatr Aten Primaria.* 2015;17:e117-e124.

## INTRODUCCIÓN

Las tecnologías de la información y comunicación se han convertido en una potencial fuente de promoción de la salud, en particular en Pediatría<sup>1,2</sup>. Muchos son los formatos de Internet para compartir conocimiento, desde los más conocidas (correo electrónico, listas de distribución, páginas web, etc.) hasta los más novedosas (como el fenómeno blog y las redes sociales) y todo lo que queda por llegar. Esta nueva forma de utilizar la red se llama web 2.0 (o “web social”) y es una realidad<sup>3</sup>.

Cada vez más personas buscan en Internet información sobre salud y demandan este tipo de aplicaciones para buscar información o relacionarse con otros pacientes, instituciones o profesionales<sup>4,5</sup>. También cada vez son más los profesionales sanitarios que empezamos a ver esta nueva modalidad como una herramienta de trabajo, para mejorar nuestra formación, investigación o la asistencia que ofrecemos a los pacientes<sup>6-8</sup>.

La web *Familia y Salud* contiene información actualizada periódicamente (textos, *podcast*, vídeos, enlaces, imágenes), fiable y con elevado rigor científico, destinado a familias, profesionales, cuidadores, niños y adolescentes. Aunque da la posibilidad de interactuar mediante comentarios y opiniones, no pretende provisión de servicios médicos ni sustituir la consulta presencial. Con el fin de optimizar su uso, se divide en varias secciones con información de estilo en cascada:

- **Creemos:** pretende informar y acompañar en los distintos momentos de la crianza de nuestros hijos. Hasta el momento tiene incorporados temas para cada tramo de edad en relación a los hábitos de salud, el desarrollo, la alimentación, la actividad física y el juego.
- **Vivimos sanos:** agrupa artículos de temáticas como la lactancia materna, la alimentación, la higiene bucodental, el sueño, etc.
- **Podemos prevenir:** sobre aspectos preventivos.
- **Vacunas:** preguntas frecuentes, calendarios vacunales, vacunación internacional y vacunas específicas.

- **Nos preocupa que:** agrupa temas de interés general por orden alfabético.
- **Enfermedades:** clasifica la información según la parte del cuerpo afectada.
- **Recursos:** decálogos, documentos, vídeos, cuentos, aplicaciones, blogs, juegos, *podcast* y otros recursos.
- **Salud Joven:** trece secciones destinadas a los adolescentes y jóvenes: mi cuerpo, sexualidad, ocio y tiempo libre, abuso de sustancias, experiencias...
- **Medicinas:** información práctica y normas de uso de medicinas de uso habitual en niños.

También incluye otros servicios como un sistema de registro, que facilita a los usuarios el acceso a los contenidos que son de su interés y recibir de forma periódica un boletín informativo, y una amplia inmersión en las redes sociales (Twitter® y Facebook®), que facilita la divulgación diaria de las novedades.

## METODOLOGÍA

**Tipo de estudio:** análisis transversal descriptivo del flujo de comunicación de la web *Familia y Salud* ([www.familiaysalud.com](http://www.familiaysalud.com)).

**Tiempo de estudio:** desde el 23/04/2012, fecha de inicio de las primeras publicaciones en la web hasta el 15/01/2015, fecha de la revisión.

**Material de estudio:** artículos y noticias elaborados por más de 230 pediatras y otros profesionales.

**Metodología de revisión:** se han analizado los datos contenidos en el programa de estadísticas Google Analytics®, que permite conocer cómo interactúan los usuarios con la web. Además se han evaluado los resultados de una encuesta de satisfacción, *online* y voluntaria, sobre los contenidos de la web.

**Variables analizadas:** número de visitas, número de usuarios, páginas vistas/sesión, proporción de usuarios nuevos y revisitadores, tiempo de duración media de la sesión, porcentaje de rebote, datos sociodemográficos, cuáles son los contenidos

más populares, seguidores en redes sociales, indicadores de “me gusta” y nivel de satisfacción de usuarios.

## RESULTADOS

### Número de visitas y usuarios

El número total de páginas vistas ha estado en torno a las 6,5 millones de páginas, con más de cuatro millones de usuarios. En el último año hemos recibido algo más de 3,6 millones de vistas procedentes de 2,47 millones de usuarios. En el último mes hubo en torno a 10 000 visitas diarias. Se observa un incremento de las visitas a lo largo de los tres años de funcionamiento de la web, que se ha hecho exponencial en el último año (más del 500% de incremento de visitas) (Fig. 1). El número de páginas vistas por sesión ha sido de 1,35.

La relación de usuarios nuevos fue 86,7% frente a 13,4% que son usuarios que ya han utilizado la web (Fig. 2). Esto supone que más de medio millón de personas repiten visitas.

Las visitas fueron más bajas los fines de semana (sábado y domingo) y mayores los días de diario. El momento de mayor flujo de visitas fue de 18:00 a 23:00 horas.

### Tiempo de duración media de la sesión

La duración media de la sesión fue de 1,16 minutos. Se muestra una tendencia estable desde el inicio de la web.

### Porcentaje de rebote

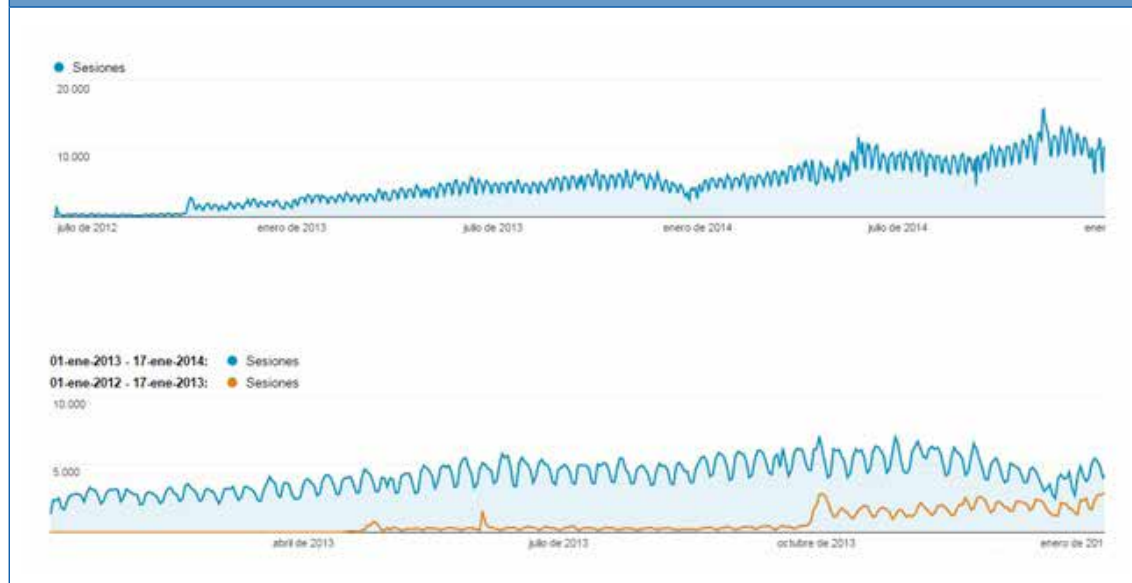
Clara tendencia descendente: con una media del 35,7%, hemos descendido al 15% en el último año.

### Perfil sociodemográfico

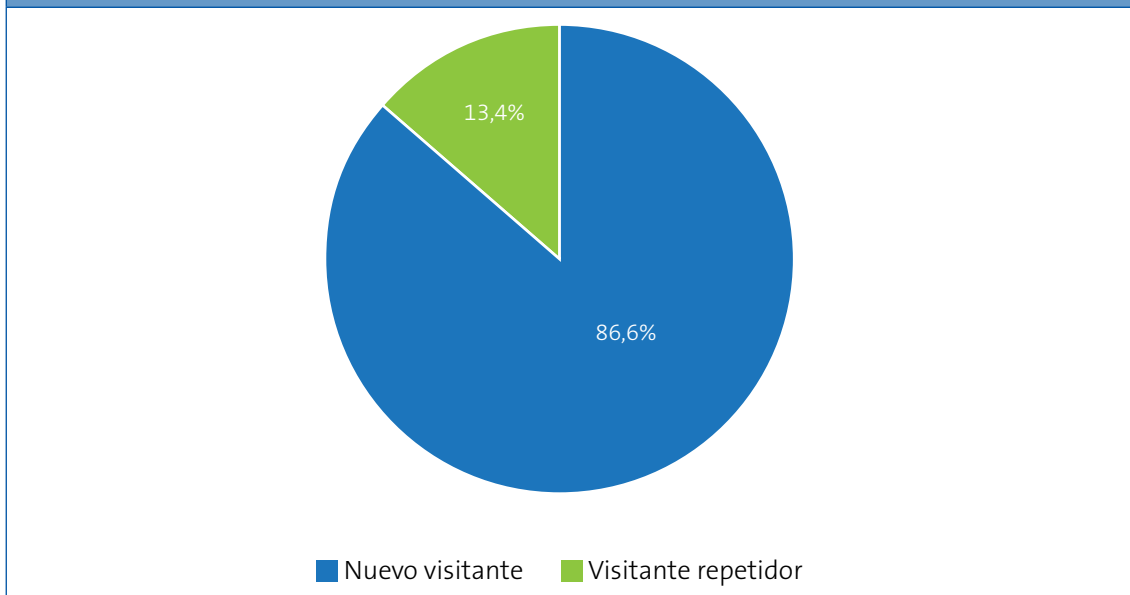
El 61% de la población mayor de 18 años que nos consulta tenía entre 18 y 34 años (Fig. 3). El 45,8% fueron mujeres, el 53,1 varones ( $p < 0,005$ ).

El país del que provienen más visitas es España (35,8%), seguido de México (17,3%) y otros países hispanohablantes. En España destacaron Madrid (9,2%) y Barcelona (3,9%) y de fuera, la ciudad de México (4,0%) (Tabla 1).

**Figura 1.** Arriba: seguimiento del número de consultas desde el inicio de la web hasta la fecha de revisión. Abajo: comparativa que muestra la tendencia ascendente del número de visitas en los dos últimos años, 2014 frente a 2013



**Figura 2.** Porcentaje de nuevos visitantes frente a los usuarios que repiten visita



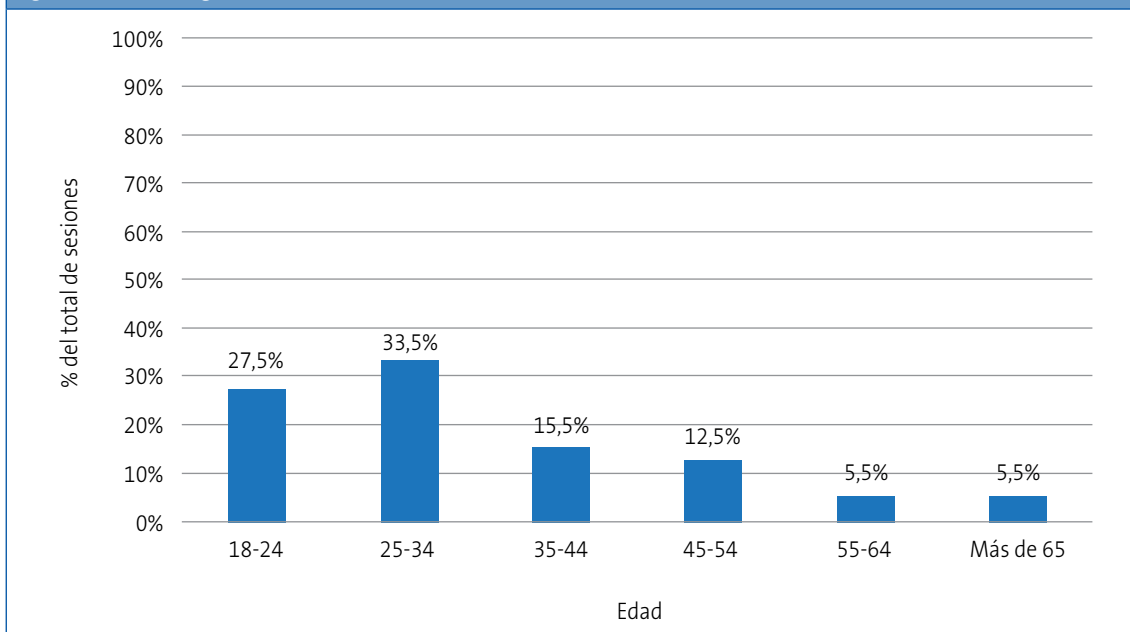
### Contenidos

Los contenidos más visitados han sido la dislexia, los vómitos y las lombrices. Por secciones: *Nos preocupa que* (35,8%), *Enfermedades* (19,6%), *Vivimos sanos*, *Creemos* y, en quinto lugar, *Salud Joven* (Tabla 2).

### Motor de búsqueda

Los principales navegadores utilizados fueron Chrome (49,02%), Android (18,17%) y Safari (14,16%) De manera global, el 50% acceden a la web desde dispositivos móviles o *tablets* y, si nos referimos al último año, la cifra llega al 56,39%.

**Figura 3.** Visitas según la edad



**Tabla 1. Visitas a la web por país, en número absoluto y en porcentaje**

	País	Sesiones	% sesiones
1	España	122 690	35,78%
2	México	59 360	17,31%
3	Argentina	26 948	7,86
4	Chile	20 664	6,03%
5	Colombia	20 230	5,90%
6	Perú	19 865	5,79%
7	EE. UU.	17 848	5,20%
8	Venezuela	13 406	3,91%
9	Ecuador	9274	2,70%
10	República Dominicana	3378	0,99%

### Redes sociales

En las dos redes sociales Twitter® y Facebook®, el rendimiento ha sido progresivo desde su inicio. *Familia y Salud* tiene 1628 seguidores en Twitter®, 1201 tuits y en *Salud Joven* 192 seguidores y 393 tuits. En Facebook®, 1500 “Me gusta” y 229 “Me gusta” para *Salud Joven*.

### Encuesta de satisfacción

En la encuesta de satisfacción *online* hemos obtenido 100 respuestas. De forma general, al 56% de los encuestados la web le ha parecido muy útil, al 40% bastante útil, al 4% poco útil y a nadie nada útil. Por contenidos, la sección que más interés despierta es la de *Enfermedades*, seguida de *Nos preocupa que* y *Salud Joven* (Fig. 4).

### DISCUSIÓN

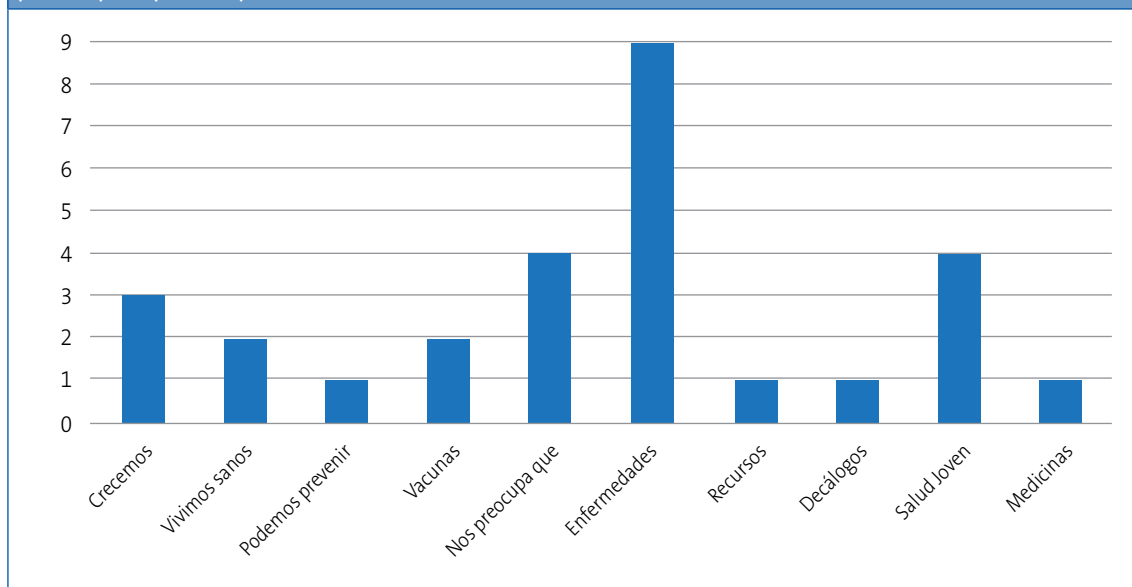
Partimos de una realidad indiscutible: tres de cada cuatro personas se informan en Internet sobre salud. En nuestras consultas nos encontramos con un paciente experto y emponderado que busca información antes y después de visitarnos. El auge de Internet y las redes sociales ha sido espectacular en los últimos años<sup>9</sup>.

Si bien es verdad que en el momento actual son numerosas las fuentes de información relacionadas con atención a la salud infantil, existen pocos estudios que analicen su potencial de comunicación<sup>6,10</sup>. Todo ello hace que nuestros resultados sean difíciles de comparar con otros estudios.

El interés por la web *Familia y Salud* es alto, tenemos un gran número de visitas diarias (10 000 visitas al día), con una tendencia ascendente, tanto en el número de visitas como de nuevos visitantes

**Tabla 2. Temas principales que han motivado visitas en la web**

	Título de la página	Número de páginas vistas	% número de páginas vistas
1	¿Qué es la dislexia?	331 805	5,42%
2	¿Qué hacer cuando mi hijo vomita?	288 099	4,71%
3	Las lombrices, ¿cómo es posible que a mi hijo le hayan salido esos bichitos?	218 906	3,58%
4	El recién nacido. Consejos para el primer mes de vida	179 438	2,93%
5	Hongos en los pies, ¿qué son y qué podemos hacer?	178 498	2,92%
6	Padres y pediatras al cuidado de la infancia y la adolescencia	177 708	2,90%
7	Ganglios. Adenopatías: importancia y consencuencias	132 877	2,17%
8	Cómo manejar la tos: qué hacer cuando mi hijo tose	113 666	1,86%
9	Displasia de cadera	113 337	1,85%
10	Mononucleosis infecciosa o enfermedad del beso	105 203	1,72%

**Figura 4. Contenidos que han despertado más interés entre los encuestados (cuestionario *online*). Valores del 0 (mínimo) al 9 (máximo)**

en los últimos meses. Cerca de medio millón de usuarios nos vuelven a visitar. Esto demuestra que la web gusta y despierta interés.

El tiempo de duración por sesión es otro indicador del interés que despierta una web. Se considera que cualquier web que supera el minuto está muy bien. Nuestra web supera este límite. La media mundial es de 20 segundos. Se supone que esto es porque hay miles de webs que realmente no dan respuesta a lo que el usuario busca, por lo que entra y abandona la página rápidamente.

El porcentaje de rebote es el *ratio* de visitas que entran en una página y no navegan más, salen sin leer más porque no les interesa. Cuanta más alta es la tasa de rebote menor calificación o *ranking* por parte de Google®, lo que significa peor posicionamiento. En nuestro caso vamos consiguiendo mayor interés con un porcentaje de rebote cada vez más bajo.

Como no podía ser de otra manera para una web pediátrica dirigida a familias, el perfil de usuarios son población joven de 18 a 34 años, tanto hombres como mujeres, sin diferencias estadísticamente significativas. Además, a menor edad mayor uso de Internet. Algunos datos de trabajos

publicados cifran que un 83% de los jóvenes utiliza los buscadores *online* para buscar información sobre salud<sup>3</sup>. Este dato es superior a las visitas a la consulta del médico (77%) o las consultas al farmacéutico (46%). Aunque también refieren que la fiabilidad que le dan a la información de Internet es menor que a la consulta presencial. Esto viene dado por una parte por una mayor accesibilidad, comodidad y rapidez que ofrece el canal *online* por sí solo.

Respecto a las visitas que procedieron de fuera de España, destaca la enorme representación de las zonas de habla hispana, dos de cada tres visitantes, lo que convierte a *Familia y Salud* en una de las principales webs en español sobre salud infantil. Internet es la autopista de la globalización, las distancias desaparecen, la información fluye de forma instantánea, la difusión es ilimitada, el acceso es ubicuo.

Los contenidos que han despertado más interés son los problemas de salud, destacando la dislexia y los vómitos. Esto confirma que el motor de búsqueda de información sobre salud en Internet es la enfermedad o dolencia y menos veces los aspectos preventivos relacionados con la nutrición, vacunas,

estilos de vida saludable y medicamentos. Estos datos coinciden con el estudio publicado por el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información (ONTSI) y la Entidad Pública Empresarial Red.es<sup>9</sup>. Por otro lado, los temas relacionados con la salud del adolescente, reunidos en la sección de *Salud Joven* ocupan un quinto lugar, que no está nada mal teniendo en cuenta que es la franja de población menos numerosa y con menor número de requerimientos médicos en las consultas habituales.

Un gran porcentaje de los usuarios que usaron nuestra web utilizaron en primera instancia un buscador para acceder a la información demandada. El siguiente paso fue introducir el nombre de la enfermedad/dolencia. Los móviles son los dispositivos desde los cuales tres de cada cuatro visitantes acceden a nuestra web, seguido del ordenador de sobremesa.

Hoy en día no podemos ignorar el papel que desempeñan las redes sociales<sup>11</sup>. En nuestra web aprovechamos el potencial que estas ofrecen. Twitter®, Facebook® y otras redes sociales se convierten cada día con más intensidad en un punto de encuentro para intercambiar información y recursos que se van incluyendo en la web. Están evolucionando rápidamente y la web cada vez cuenta con más interacción con el usuario a través de este medio.

La satisfacción de este tipo de herramientas *online* sobre salud es muy elevada. En nuestro caso, el 96% de los usuarios piensan que la web es muy útil o bastante útil, siendo la sección *Enfermedades* la más apreciada.

## CONCLUSIONES

Las búsquedas de información por Internet se están convirtiendo en un canal donde el paciente busca información, un lenguaje claro y cercano y poder compartir experiencias. La aparición de estos nuevos modelos no implica que todos los pacientes vayan a utilizarlos, o que vayan a ser en el futuro totalmente empoderados y activos y vayan a asumir un alto grado de responsabilidad en la toma de decisiones. Es posible que sigan existiendo muchas personas que prefieran seguir derivando las decisiones sobre su salud a los profesionales. También habrá otras que sí adquirirán esa responsabilidad y necesitarán de nosotros otro tipo de tratamiento.

La web *Familia y Salud* está logrando ser un medio poderoso de comunicación y promoción de la salud de los niños y adolescentes, un megáfono para difundir conocimientos y crear cultura sanitaria.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Jovel AJ. El paciente del siglo XXI. *An Sist Sanit Navar*. 2006;29:85-90.
2. González de Dios J, Aleixandre Benavent R. Formación e información en Pediatría: aproximación a la necesidad de los profesionales. *Acta Pediatr Esp*. 2010; 68:235-40.
3. Cepeda, JM. Manual de inmersión 2.0 para profesionales de salud. En: *Salud Conectada* [en línea] [consultado el 05/05/2015]. Disponible en <http://saludconectada.com/>
4. López de Ayala López MC, Catalina García B, Alfageme Pardo P. Hábitos de búsqueda y confianza en la información online sobre salud entre jóvenes universitarios. *Actas del VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social (VI CILCS)*, Universidad de La Laguna, diciembre de 2014. En: *Revista Latina de Comunicación Social* [en línea] [consultado el 05/05/2015]. Disponible en [www.revistalatinacs.org/14SLCS/2014\\_actas/017\\_Lopez.pdf](http://www.revistalatinacs.org/14SLCS/2014_actas/017_Lopez.pdf)
5. El rol de internet en el proceso de consulta de Información sobre salud. Encuesta Pfizer y The Cocktail Analysis. Septiembre 2010. En: Pfizer [en línea] [consultado el 05/05/2015]. Disponible en

- [www.pfizer.es/docs/pdf/noticias/Resultados\\_en\\_cuesta\\_Pfizer.pdf](http://www.pfizer.es/docs/pdf/noticias/Resultados_en_cuesta_Pfizer.pdf)
6. Álvarez Rodríguez C, Aramburu Vilariño FJ, Fandiño Orgueira JM, Vázquez Lima M, Díez Lindín O, Bugarín González R. Valoración de la eficacia de un blog de medicina de urgencias como medio de comunicación. *Emergencias*. 2007;19:180-6.
  7. Nuño-Solinis R, Rodríguez-Pereira C, Piñera-Elorriaga K, Zaballa-González I, Bikandi-Irazabal J. Panorama de las iniciativas de educación para el autocuidado en España. *Gac Sanit*. 2013;27:332-7.
  8. González de Dios J, González Muñoz M, González Rodríguez P, Esparza Olcina M J, Buñuel Álvarez JC. Blogs médicos como fuente de formación e información: el ejemplo del blog *Pediatría basada en pruebas*. *Rev Pediatr Aten Primaria*. 2013;15:27-35.
  9. Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y Sociedad de la Información (ONTSI). Los ciudadanos ante la e-Sanidad. Estudio sobre opiniones y expectativas de los ciudadanos sobre el uso y aplicación de las TIC en el ámbito sanitario. En: ONTSI [en línea] [consultado el 05/05/2015]. Disponible en [http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/informe\\_ciudadanos\\_esanidad.pdf](http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/informe_ciudadanos_esanidad.pdf)
  10. Marín-Torresa V, Valverde Aliaga J, Sánchez Miró I. Internet como fuente de información sobre salud en pacientes de atención primaria y su influencia en la relación médico paciente. *Aten Primaria*. 2013;45:46-53.
  11. Traver Salcedo V, Fernandez-Luque L. El e-paciente y las redes sociales. En: *Salud 2.0* [en línea] [consultado el 05/05/2015]. Disponible en [www.salud20.es/wp-pdf.php?f=178](http://www.salud20.es/wp-pdf.php?f=178)





## The *Familia y Salud* website as a vehicle for health promotion in children, families and adolescents

M. E. Vázquez Fernández<sup>a</sup>, J. J. Morell Bernabé<sup>b</sup>, J. J. Cuervo Valdés<sup>c</sup>, E. Fernández Segura<sup>d</sup>, F. J. Garrido Torrecillas<sup>e</sup>, R. López García<sup>f</sup>, A. M. Lorente García Mauriño<sup>g</sup>, M. E. Serrano Poveda<sup>h</sup>

Published in Internet:  
8-may-2015

Marta Esther Vázquez Fernández:  
mvmavazfer@gmail.com

<sup>a</sup>Pediatra. CS Arturo Eyries. Valladolid. España. Grupo Educación para la Salud de la AEPap. Equipo editorial de la web *Familia y Salud* • <sup>b</sup>Pediatra. CS Zona Centro. Badajoz. España. Coordinador de la web *Familia y Salud* • <sup>c</sup>Pediatra. CS Ciudad Jardín. Badajoz. España • <sup>d</sup>CS de Nerja. Málaga. España • <sup>e</sup>Pediatra. EBAP UCG Churriana de la Vega (distrito metropolitano). Granada. España • <sup>f</sup>Pediatra. CS Alhaurín el Grande. Málaga. España • <sup>g</sup>Pediatra. CS San Juan de la Cierva. Getafe. Madrid. España • <sup>h</sup>Pediatra. CS Benicalap Azucena. Valencia. España.

### Abstract

**Introduction:** information and communication technologies have become a resource where the patient seeks health information and shares experiences.

**Objective:** to analyze the flow of communication generated by the web *Familia y Salud* from the beginning, in April 2012.

**Methodology:** we have analyzed Google Analytics, a statistical program added to the web: number of views, users, duration of the session, bounce rate, socio-demographic profile, most popular articles and satisfaction.

**Results:** we observed a significant increase in the number of visits, users and followers in the last year, with a high level of satisfaction. We received many visits from Spanish speaking countries.

**Conclusions:** the web *Familia y Salud* is becoming a powerful Internet tool for transmitting reliable information related to child and adolescent health.

### Key words:

- Web
- Internet
- Health promotion
- Child and adolescent health

## La web *Familia y Salud* como fuente de promoción de la salud de niños, familias y adolescentes

### Resumen

**Introducción:** las tecnologías de la información y comunicación se han convertido en un recurso donde el paciente busca información sobre salud y puede compartir experiencias.

**Objetivos:** analizar el flujo de comunicación generado por la web *Familia y Salud* desde su inicio en abril del 2012.

**Metodología:** se analiza el programa estadístico Google Analytics agregado a la web: número de vistas, usuarios, tiempo de duración de la sesión, porcentaje de rebote, perfil sociodemográfico, artículos más visitados y satisfacción.

**Resultados:** se observa un notable incremento del número de visitas, usuarios y seguimiento en el último año, con un elevado nivel de satisfacción. Se reciben visitas de un gran número de países hispano hablantes.

**Conclusiones:** la web *Familia y Salud* se está convirtiendo en una poderosa herramienta de Internet para transmitir información fiable relacionada con la salud infanto-juvenil.

### Palabras clave:

- Web
- Internet
- Promoción de la salud
- Salud infanto-juvenil

**How to quote this article:** Vázquez Fernández ME, Morell Bernabé JJ, Cuervo Valdés JJ, Fernández Segura E, Garrido Torrecillas FJ, López García R, *et al.* La web *Familia y Salud* como fuente de promoción de la salud de niños, familias y adolescentes. *Rev Pediatr Aten Primaria.* 2015;17:e117-e124.

## INTRODUCTION

---

Information and communication technologies have become a potential vehicle for health promotion, especially in paediatrics.<sup>1,2</sup> Many forms of on-line publishing can be used to share information, including well-known ones (electronic mail, electronic mailing lists, websites, etc) and newer forms (such as the very popular blogs and social networks), with more to come. This new way of using the web has been labelled web 2.0 (social web) and is an established reality.<sup>3</sup>

The number of individuals that search health information keeps growing, and they demand this type of media to search for information or interact with other patients, institutions or professionals.<sup>4,5</sup> There is also an increasing number of health professionals that see this new mode of communication as a professional tool that can be used to improve our knowledge, our research or the care we offer patients.<sup>6-8</sup>

The *Familia y Salud* (Family and Health) website has information that is updated periodically (texts, podcasts, videos, links, images) and of great scientific rigour, aimed at professionals, caregivers, children and adolescents. Although it offers the possibility of interacting by means of comments and opinions, its purpose is not to provide medical services nor replace face-to-face health services. To optimise its use, its contents have been divided into various sections by means of cascading style sheets:

- *Growing*: it aims to inform and be a companion in the different stages of our children's upbringing. So far, this section has included topics for every each age group concerning health habits, child development, nutrition, physical activity and play.
- *Healthy living*: comprises articles on topics such as breastfeeding, nutrition, oral and dental hygiene, sleep, etc.
- *Let's prevent*: prevention-related topics.
- *Vaccines*: frequently asked questions, immunisation schedules, international vaccination and specific vaccines.

- *Our concerns*: gathers content on general interest topics in alphabetical order.
- *Diseases*: classifies contents by the affected part of the body.
- *Resources*: guidelines, documents, videos, stories, applications, blogs, games, podcasts and other resources.
- *Young health*: thirteen sections devoted to adolescents and young adults: my body, sexuality, recreation and leisure, substance use, experiences...
- *Medicines*: practical information and directions for the administration of medicines commonly used in children.

It also offers other services such as registration, by which users can more easily access the contents they are interested in and can periodically receive a newsletter, and extensive social media integration (Twitter<sup>®</sup> and Facebook<sup>®</sup>) that facilitates the daily diffusion of new contents.

## METHODOLOGY

---

**Study design:** cross-sectional descriptive analysis of the web traffic of the *Familia y Salud* site ([www.familiaysalud.com](http://www.familiaysalud.com)).

**Period under study:** from April 23, 2012, when contents started to be published on the site, to January 15, 2015, when we conducted our review.

**Studied material:** articles and news written by more than 230 paediatricians and other professionals.

**Review method:** we analysed the data collected by the Google Analytics<sup>®</sup> web service, which can be used to learn how users interact with the web. We also analysed the results of an online, voluntary satisfaction survey about the contents of the website.

**Analysed variables:** number of visits, number of users, page views/session, proportion of new and returning users, mean duration of session, bounce rate, sociodemographic data, most popular contents, social network followers, likes, and user satisfaction level.

## RESULTS

### Number of sessions and users

The total number of pages viewed was approximately 6.5 million, and they were visited by more than four million users. Last year we received a little over 3.6 million visits from 2.47 million users. In the past month, there were approximately 10,000 sessions a day. We observed an increase in the number of sessions over the course of the three years that the website has been up, which was exponential in the past year (an increase in the number of sessions of more than 500%) (Figure 1). The number of pages viewed per session was 1.35.

The proportion of new users was 86.7% compared to 13.4% of users that previously used the site (Fig. 2). This means that more than half a million are returning users.

The number of sessions was lower during weekends (Saturday and Sunday) and higher during weekdays. The time of day with the heaviest traffic was from six to eleven pm.

### Average session duration

The average session duration was 1.16 minutes. This trend has remained stable since the website was launched.

### Bounce rate

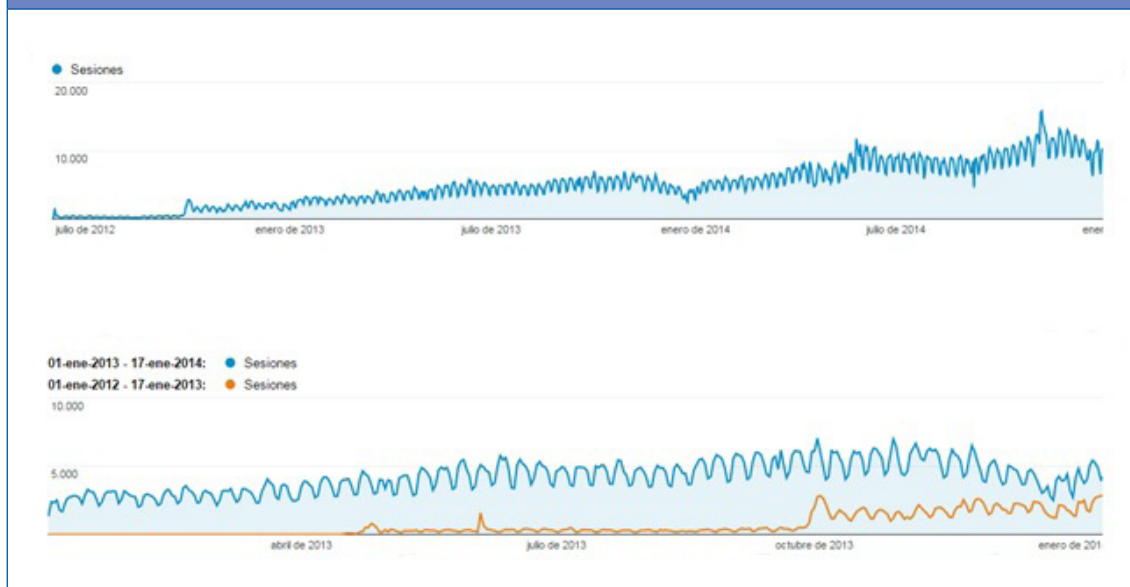
There is a clear decreasing trend: the mean bounce rate is 35.7%, while the rate has dropped to 15% in the last year.

### Sociodemographic profile

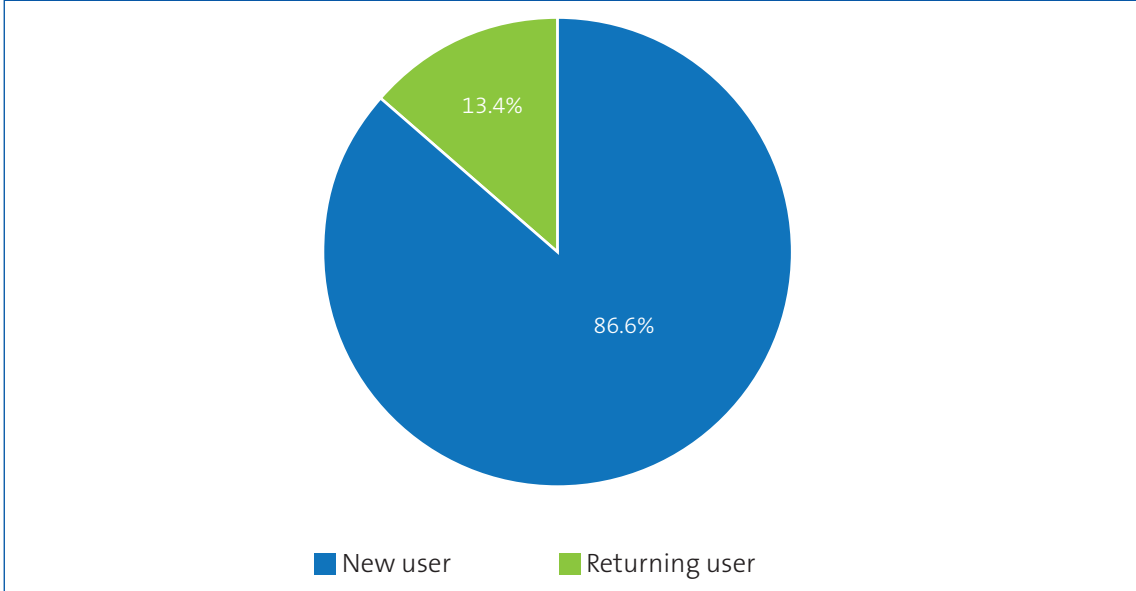
Sixty-one percent of the users older than 18 years that visit the website were 18 to 24 years old (Figure 3). Female users accounted for 45.8%, and male for 53.1% of the total ( $P < .005$ ).

Spain was the country where most of the users were located (35.8%), followed by Mexico (17.3%) and other Spanish-speaking countries. Users in Spain were most frequently located in Madrid (9.2%) and Barcelona (3.9%), and users abroad in Mexico City (4.0%) (Table 1).

**Figure 1.** Top: tracking of the number of sessions from the launching of the website to the date the data was reviewed. Bottom: comparison that shows the increasing trend in the number of sessions in the past two years, 2014 versus 2013



**Figure 2. Percentage of new users compared to returning users**



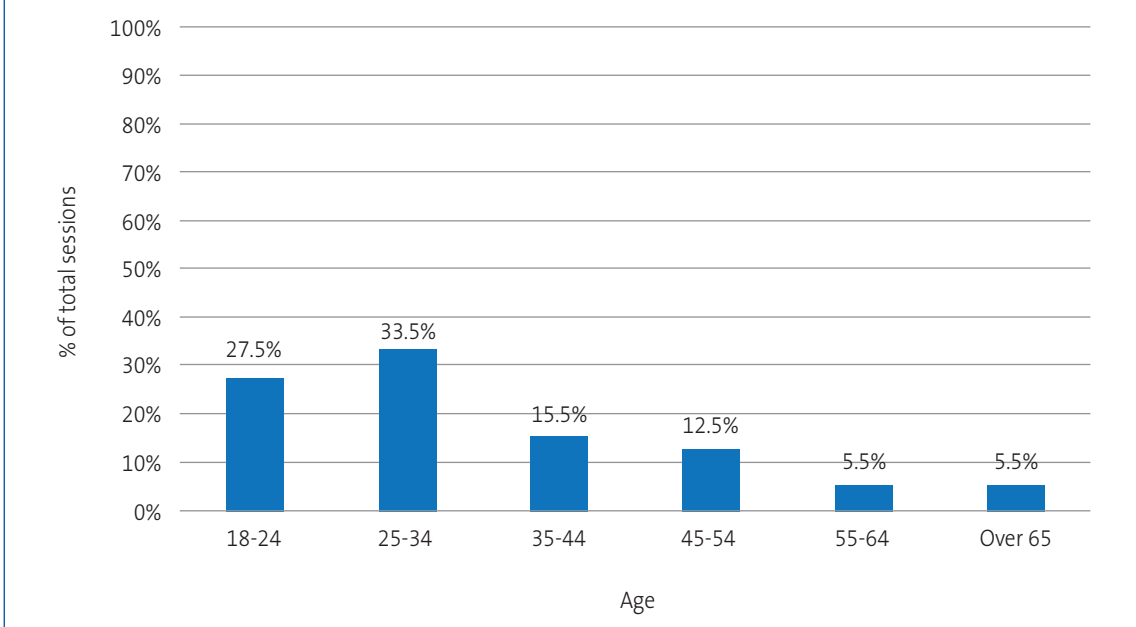
**Contents**

The contents visited most frequently concerned dyslexia, vomiting and worms. The most visited sections were: *Our concerns* (35.8%), *Diseases* (19.6%), *Healthy living, Growing*, and, fifth place, *Young health* (Table 2).

**Search engine**

The most frequently used browsers were Chrome (49.02%), Android (18.17%) and Safari (14.16%). During the period under study, 50% of users accessed the website from mobile devices or tablets, and in the past year this figure reached 56.39%.

**Figure 3. Sessions by age**



**Table 1. Visits to the website by country, as absolute frequencies and percentages**

	Country	Sessions	% Total sessions
1	Spain	122 690	35.78%
2	Mexico	59 360	17.31%
3	Argentina	26 948	7.86
4	Chile	20 664	6.03%
5	Colombia	20 230	5.90%
6	Peru	19 865	5.79%
7	United States	17 848	5.20%
8	Venezuela	13 406	3.91%
9	Ecuador	9274	2.70%
10	Dominican Republic	3378	0.99%

### Social networks

Our growth in the Twitter® and Facebook® social networks has been gradual since the website was first launched. *Familia y Salud* has 1628 Twitter® followers and 1201 tweets, and *Young Health* has 192 followers and 393 tweets. In Facebook®, the website has 1500 likes and *Young Health* has 229.

### Satisfaction survey

We received 100 responses for the online satisfaction survey. Overall, 56% of respondents found the website very useful, 40% useful, 4% hardly useful and none found it useless. When it came to specific contents, the section that the users found most interesting was *Diseases*, followed by *Our concerns* and *Young Health* (Figure 4).

### DISCUSSION

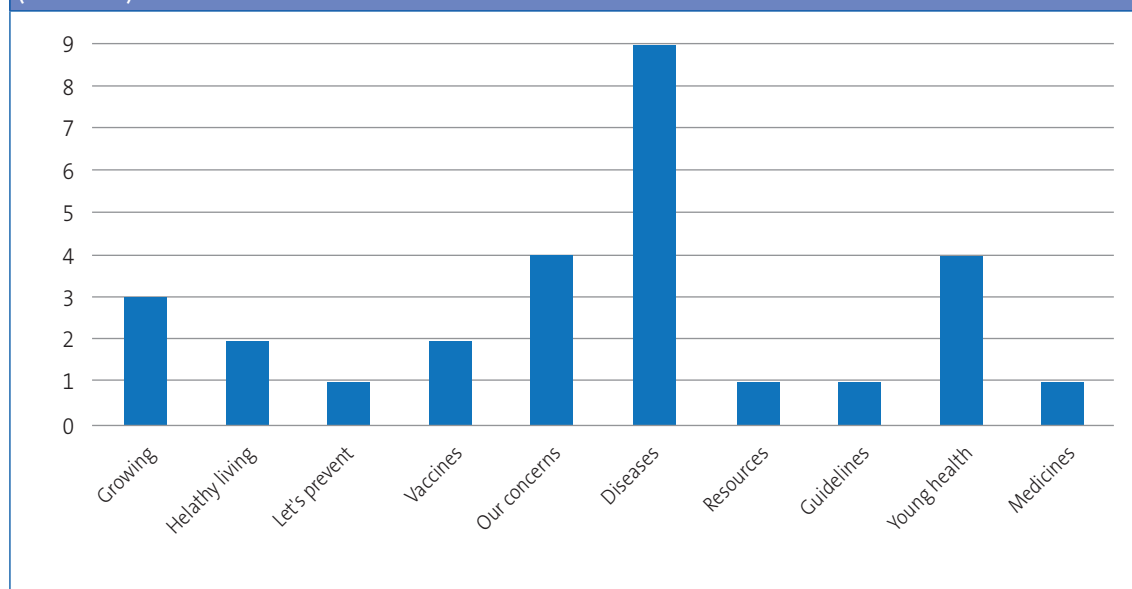
Let us start with an indisputable fact: three out of four individuals obtain health information from the Internet. In our clinical practise, we meet knowledgeable and empowered patients that search for information before and after meeting with us. The ascent of the Internet and the social networks in recent years has been spectacular.<sup>9</sup>

While at present there are numerous sources of information concerning children's health, few studies have analysed their potential for communication<sup>6,10</sup>. Thus, it is difficult to compare our results with the findings of other studies.

There is considerable interest in *Familia y Salud*, as we receive a great number of visits every day (10 000 sessions/day), and the number of sessions and of new users have been increasing in recent months. About half a million users are returning

**Table 2. Main topics that have brought users to the website**

	Page title	Page views	% total page views
1	What is dyslexia	331 805	5.42%
2	What should I do when my child vomits?	288 099	4.71%
3	Pinworms, how did my child get these little bugs?	218 906	3.58%
4	The newborn. Advice for the first month of life	179 438	2.93%
5	Foot fungal infections, what are they and what can we do?	178 498	2.92%
6	Parents and paediatricians in charge of children and adolescents	177 708	2.90%
7	Ganglia. Adenopathies: importance and consequences	132 877	2.17%
8	Cough management: what to do when my child has a cough	113 666	1.86%
9	Hip dysplasia	113 337	1.85%
10	Infectious mononucleosis or kissing disease	105 203	1.72%

**Figure 4.** Contents that most interested respondents (online questionnaire). Scale from 0 (minimum) to 9 (maximum)

users. This shows that the site is valued and sparks interest.

The average session duration is another indicator of how much interest a website attracts. A duration of more than one minute is considered very good. The average for a web exceeds that threshold. The worldwide average is 20 seconds. The assumption is that this is due to the existence of thousands of websites that do not have what the user is looking for, so that he or she leaves the page immediately after entering.

The bounce rate is the percentage of visitors who enter the site and then do not browse, but rather leave without reading any more because they are not interested. The higher the bounce rate the lower the Google® ranking, which results in poorer positioning. In our case, there is growing interest in the site, and the bounce rate keeps decreasing.

As expected for a paediatric website that targets families, users tended to be young, 18 to 34 years of age, and were both male and female, with no statistically significant differences. The younger the age, the greater the Internet use. According to data from published studies, 83% of young individuals use web browsers to search for health-related

information.<sup>3</sup> This percentage is higher than the percentage that visit the doctor (77%) or consult with a pharmacist (46%). However, it has also been reported that they find online information less reliable than the information obtained in a face-to-face visit. The reason for the more frequent search of information online is the greater accessibility, convenience and speed of the Internet.

As for users from abroad, most visits from outside of Spain came from Spanish-speaking regions (two out of three users), which makes *Familia y Salud* one of the major websites on paediatric health in the Spanish language. Internet is the highway of globalisation, distances are eliminated, information flows instantly, there is unlimited diffusion, access is ubiquitous.

The contents that most interested users had to do with health problems, especially dyslexia and vomiting. This demonstrates that searches for health information on the Internet usually had to do with diseases or other health complaints, and less often with preventive aspects related to nutrition, vaccination, healthy lifestyles and medication. These data are consistent with the study published by the Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y

la Sociedad de la Información (ONTSI) and the publicly owned corporation Red.es.<sup>9</sup> On the other hand, topics related to adolescent health, gathered in the section *Young Health*, occupy the fifth place, which is not bad considering that this is the smallest subset of the population and that adolescents require the least care in traditional settings.

A large percentage of the users that visited our website had used a browser to access the desired information. The following step was entering the name of the disease/complaint. Mobile phones were the platform used to access our website by three out of four users, followed in frequency by desktop computers.

The role played by social networks today cannot be overlooked.<sup>11</sup> Our website takes advantage of their potential. With each passing day, Twitter®, Facebook® and other social networks grow in importance as a meeting point for exchanging information and are resources that are increasingly integrated into the site. They are evolving rapidly, and there is increasing interaction of the user with our website through social media.

The reported satisfaction with these types of online health-related tools is very high. In this case,

96% of users found the website useful or very useful, and the most valued section was the one devoted to *Diseases*.

## CONCLUSIONS

The Internet is becoming a channel of communication where patients search for information in clear and accessible language, and share experiences. The emergence of these new forms of communication does not mean that all patients will use them, or that they will be fully empowered and active in the future and take on a greater responsibility in decision-making. It is possible that a large number of people will continue to prefer delegating the decisions concerning their health to health care professionals. There will also be others that will assume that responsibility and require different treatment.

The *Familia y Salud* website is becoming a powerful means of communication and health promotion in children and adolescents, a source for the diffusion of knowledge and shaping the health care culture.

## REFERENCES

1. Jovel AJ. El paciente del siglo XXI. *An Sist Sanit Navar*. 2006;29:85-90.
2. González de Dios J, Aleixandre Benavent R. Formación e información en Pediatría: aproximación a la necesidad de los profesionales. *Acta Pediatr Esp*. 2010; 68:235-40.
3. Cepeda, JM. Manual de inmersión 2.0 para profesionales de salud. En: *Salud Conectada* [en línea] [consultado el 05/05/2015]. Disponible en <http://saludconectada.com/>
4. López de Ayala López MC, Catalina García B, Alfageme Pardo P. Hábitos de búsqueda y confianza en la información online sobre salud entre jóvenes universitarios. *Actas del VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social (VI CILCS)*, Universidad de La Laguna, diciembre de 2014. En: *Revista Latina de Comunicación Social* [en línea] [consultado el 05/05/2015]. Disponible en [www.revistalatinacs.org/14SLCS/2014\\_actas/017\\_Lopez.pdf](http://www.revistalatinacs.org/14SLCS/2014_actas/017_Lopez.pdf)
5. El rol de internet en el proceso de consulta de Información sobre salud. Encuesta Pfizer y The Cocktail Analysis. Septiembre 2010. En: Pfizer [en línea] [consultado el 05/05/2015]. Disponible en [www.pfizer.es/docs/pdf/noticias/Resultados\\_encuesta\\_Pfizer.pdf](http://www.pfizer.es/docs/pdf/noticias/Resultados_encuesta_Pfizer.pdf)
6. Álvarez Rodríguez C, Aramburu Vilariño FJ, Fandiño Orgueira JM, Vázquez Lima M, Díez Lindín O, Bugarín González R. Valoración de la eficacia de un blog de medicina de urgencias como medio de comunicación. *Emergencias*. 2007;19:180-6.
7. Nuño-Solinis R, Rodríguez-Pereira C, Piñera-Elorriaga K, Zaballa-González I, Bikandi-Irazabal J. Panorama

de las iniciativas de educación para el autocuidado en España. *Gac Sanit*. 2013;27:332-7.

8. González de Dios J, González Muñoz M, González Rodríguez P, Esparza Olcina M J, Buñuel Álvarez JC. Blogs médicos como fuente de formación e información: el ejemplo del blog Pediatría basada en pruebas. *Rev Pediatr Aten Primaria*. 2013;15:27-35.
9. Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y Sociedad de la Información (ONTSI). Los ciudadanos ante la e-Sanidad. Estudio sobre opiniones y expectativas de los ciudadanos sobre el uso y aplicación de las TIC en el ámbito sanitario. En: ONTSI [en línea] [consultado el 05/05/2015]. Disponible en [http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/informe\\_ciudadanos\\_esanidad.pdf](http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/informe_ciudadanos_esanidad.pdf)
10. Marín-Torresa V, Valverde Aliaga J, Sánchez Miró I. Internet como fuente de información sobre salud en pacientes de atención primaria y su influencia en la relación médico paciente. *Aten Primaria*. 2013;45:46-53.
11. Traver Salcedo V, Fernandez-Luque L. El e-paciente y las redes sociales. En: *Salud 2.0* [en línea] [consultado el 05/05/2015]. Disponible en [www.salud20.es/wp-pdf.php?f=178](http://www.salud20.es/wp-pdf.php?f=178)