



ACTA DE LA REUNIÓN DE LA CGCT DEL GRADO FILOLOGÍA HISPÁNICA DE LA FACULTAD DE HUMANIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE HUELVA CELEBRADA EL 9 DE MARZO DE 2023

ASISTENTES:

- Beatriz Peña Acuña: Presidenta
- Carmen Martín del Pino: Secretaria
- José Miguel Salazar Pérez: Alumno
- María de la Luz Bort Caballero: Vocal

El día **9 de marzo de 2023**, de manera virtual, comienza a las 10:00 horas una reunión de trabajo con los siguientes puntos del orden del día:

1. Aprobación del acta de la reunión anterior (27/2/2023).
2. Poner en común los trabajos que se están realizando con respecto al autoinforme de seguimiento y el plan de mejora. Establecer nuevas directrices a seguir.
3. Aprobar el informe cuantitativo y cualitativo del informe de visitas de la página web de la Facultad (en anexo)
4. Transmitir la presidenta de la CGCT la reunión mantenida por parte de SGCC el día anterior, en acta de calidad del Centro con fecha 08/03/2023.

Se aprueba el acta de la reunión anterior (30/1/2023). La presidenta de la comisión toma la palabra y explica el trabajo realizado sobre el criterio I de INFORMACIÓN PÚBLICA disponible del autoinforme. Faltaba añadir el informe de visitas de la página web de la Facultad para analizar el impacto, la difusión, la internacionalidad y la captación de nuevos alumnos. Se adjunta, por fin, en anexo I.

Informa que en la reunión la SGCC con fecha 08/03/2023, se ha llegado a este acuerdo con respecto a los datos que debe incorporar el autoinforme de seguimiento:

Se aprueba que los autoinformes de seguimiento que no concurren al seguimiento DEVA/ACCUA pueden no incluir algunas evidencias tales como pruebas de evaluación que cubran el espectro de calificaciones, reconocimiento de créditos, información sobre el profesorado, memorias de prácticas externas o datos sobre TFG y TFM.

Los planes de mejora han de realizarse a partir del último publicado, indicando las acciones de mejora que están finalizadas, las que siguen pendientes, e incluyendo las nuevas, así como el plazo.

Además, se comunica que para la elaboración de la documentación necesaria del Centro antes de la auditoría del día 12 de abril, la Decana solicitará a las diferentes comisiones de títulos los datos y la información que requiera. Se hará desde el curso 2019/2020 hasta 2021/2022.

La Comisión informa que sigue trabajando en el documento Google drive para cumplimentar y estudiar atentamente los datos que se plasman en el autoinforme. No hay ruegos ni preguntas. A las 11:00.h se levanta sesión.

Fdo. Carmen Martín del Pino (Secretaria)

Informe de visitas página web Facultad de Humanidades (28/02/2023).

1. Número de usuarios totales de la página web

El número de visitas a fecha de 28/02/2023 es de 278792 visitas.

Imagen 1. Número de visitas a la web de la Facultad de Humanidades.



Lo comparamos con el número de visitas del informe de febrero de 2022 en el que el contador era de 42.356. Este dato supone un **crecimiento positivo exponencial** en 11 meses de 236.436 visitas más. Se estima que este hecho podría relacionarse con el fenómeno del mayor incremento de **estudiantes Erasmus entrantes (n=282)** en la Facultad de Humanidades durante el curso 2022-2023.

2. Cata de visitas de los meses diciembre 2022-enero-febrero 2023 (90 días)

Se toma como muestra las visitas realizadas durante 90 días intervalo de consulta que permite *Google Analytics*.

La gráfica 1 refleja las nacionalidades de los usuarios de un intervalo de 90 días (3 meses anteriores a la fecha de este informe). Esta indica que los visitantes son, en su mayoría, españoles seguidos por individuos de Italia, Estados Unidos, Francia, Alemania, Polonia e Inglaterra. Por tanto, la página es visitada por usuarios de países en su mayoría europeos y también un país americano: EE.UU. Con respecto a la gráfica del informe anterior 2022, en 2023 emergen Francia, Polonia e Inglaterra. Sin embargo, no se reflejan México, Hungría y Colombia que sí se reflejaban en el gráfico homólogo del informe anterior 2022.

Gráfica 1. Visitas de usuarios por países



Fuente: Google Analytics

3. Usuarios e interacción con la Web de FHUM.

La gráfica 2 ahonda en el tipo de uso que se ha realizado. En concreto, en el gráfico que ofrece *Google Analytics* se analiza una muestra de 1.120 usuarios. De esta cata, los usuarios nuevos que se detectan son 700, esto supone un incremento de 58,3%, respecto del total

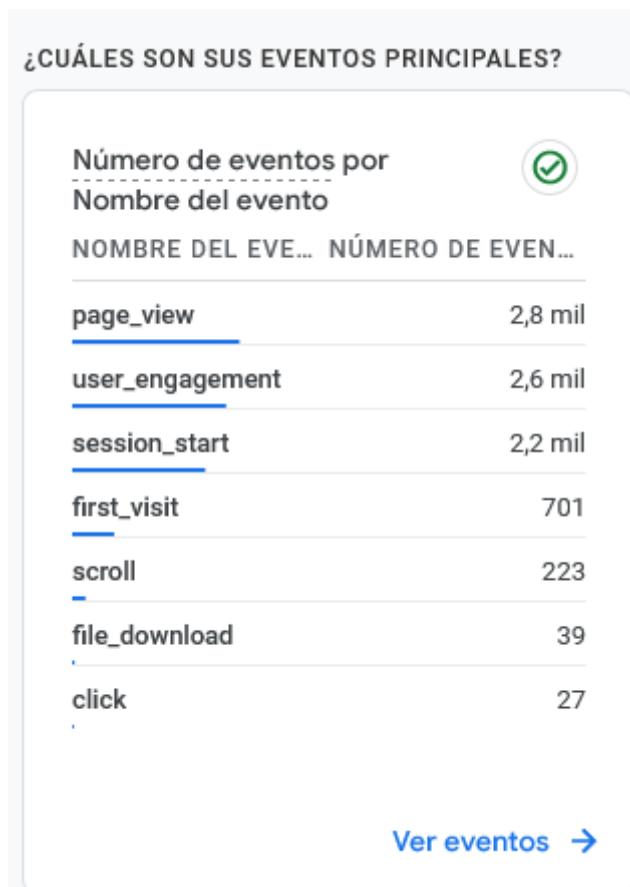
Gráfico 2. Datos de usuarios e interacción con la web.

Pais	↓ Usuarios	Usuarios nuevos	Sesiones con interacción	Porcentaje de interacciones	Sesiones con interacción por usuario	Tiempo de interacción medio	Número de eventos
	1.120 100 % respecto al total	700 100 % respecto al total	1.189 100 % respecto al total	53,32 % Media 0 %	1,06 Media 0 %	0 min y 37 s Media 0 %	8.576 100 % respecto al total

Fuente: Google Analytics

Son destacables las sesiones con interacción, 1.189 (53,32%) en la web general (2.800), usuarios habituales (2,600), con comienzo de sesión (2,200), primera visita (701) y en desplegables lo que refleja un interés por encontrar la información concreta.

Gráfico 3. Acciones en la web



4. Usuarios nuevos y usuarios recurrentes

En este informe 2023, como novedad, desglosaremos, a continuación, el origen de los usuarios nuevos y recurrentes.

Gráfico 4. Origen de los nuevos usuarios

En esta cata que refleja el gráfico 4, los nuevos usuarios son, en su mayoría, españoles (42,1%), seguidos por italianos, norteamericanos, franceses, alemanes, polacos y en este casi sí emergen los mexicanos. Esta gráfica repite constantes del gráfico 1 (2022) referente a nacionalidad de visitantes añadiendo el dato de otro país americano: México.



Fuente: Google Analytics

Gráfico 5. Usuarios recurrentes por país (pantalla primera)

Los usuarios recurrentes son, en este orden, españoles, italianos, franceses, ingleses, polacos, alemanes y portugueses, para el ámbito europeo. Son franceses e italianos los que muestran el mayor incremento de uso, llegando en el primer caso a un 130% con respecto a las visitas totales realizadas en el intervalo de 90 días.



El gráfico 6 aporta datos del continente americano. Aparece otra vez Estados Unidos, emerge Argentina y Brasil.

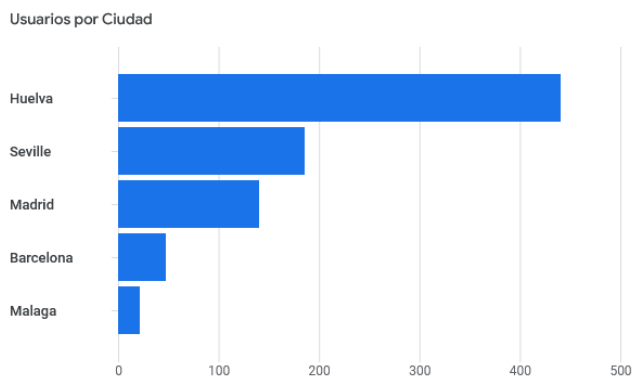
Gráfico 6. Usuarios recurrentes por país (segunda pantalla)

País	↓ Usuarios	Usuarios nuevos
	2.487 100 % respecto al total	1.905 100 % respecto al total
1 Spain	2.053	1.480
2 Italy	189	174
3 United States	62	61
4 France	53	47
5 Germany	29	25
6 Poland	14	12
7 United Kingdom	8	6
8 Portugal	7	7
9 Argentina	6	6
10 Brazil	6	6

5. Usuarios clasificados por ciudades.

El gráfico refleja durante estos 90 días más de 400 visitas realizadas por residentes en Huelva, seguidos por los que se sitúan en Sevilla, Madrid, Barcelona y en menos medida Málaga. Refleja los mismos datos que el anterior informe (enero 2022) salvo porque ahora aparece la ciudad de Málaga que sustituye a la de Clarksville. Esta mayoría onubense en el uso podría ser reflejo del seguimiento de la página web por parte de los agentes pertenecientes a la Facultad (alumnado, profesorado).

Gráfico 7. Ciudades de los usuarios



Fuente: Google Analytics

6. Usuarios clasificados por idioma

Este gráfico que representa los usuarios clasificados por idioma durante 90 días muestra también internacionalidad de idiomas con respecto a habitantes con origen europeo, asiático y africano.

Gráfico 8. Idiomas de los usuarios

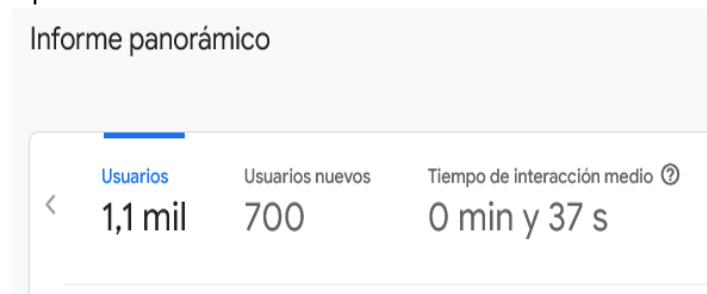
Idioma	↓ Usuarios	Usuarios nuevos
	2.487 100 % respecto al total	1.905 100 % respecto al total
1 Spanish	1.952	1.422
2 Italian	204	178
3 English	201	175
4 French	62	57
5 German	23	24
6 Polish	14	12
7 Portuguese	13	13
8 Turkish	6	6
9 Arabic	3	3
10 Greek	3	3

Fuente: Google Analytics

7. Tiempo medio de interacción

El tiempo de interacción medio de la muestra de 1.100 es mayor (37 segundos) con respecto al informe de enero de 2022 (33 segundos), lo cual revelaría un mayor interés en los contenidos de la web, no sólo académicos, sino administrativos y culturales-

Imagen 2. Tiempo medio de interacción



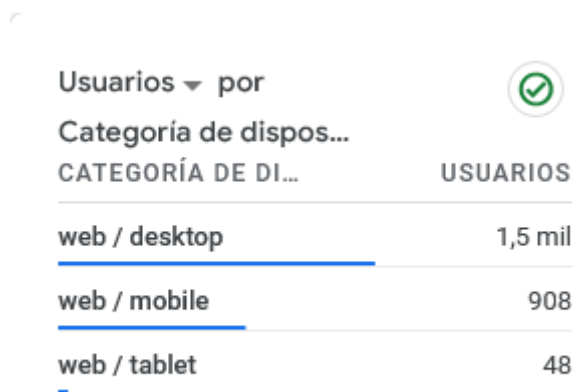
Fuente: Google Analytics

En este informe añadimos el tipo de dispositivo para acceder a la web.

8. Dispositivos usados

El gráfico indica predominio de acceso a través de ordenador y en menor medida por móvil y tableta.

Gráfico 9. Tipos de dispositivos



Fuente: Google Analytics