

ESTADÍSTICAS DE LA REVISTA AMALTEA (agosto 2008 - diciembre 2010)

Índice

I. DATOS DE ACCESO A LA REVISTA A TRAVÉS DE LA PÁGINA

I.1. Sitemeter

Agosto 2008 - diciembre 2009

■ Visitas	4
■ Páginas vistas	4

Enero 2010 - diciembre 2010

■ Visitas	5
■ Páginas vistas	5

I.2. Google Analytics

Julio 2009 - diciembre 2009

■ Visitas	6
■ Páginas vistas	7
■ Visitas nuevas / habituales	8
■ Procedencia del tráfico	9
■ Idiomas de las visitas	10
■ Procedencia (por países)	11

Enero 2010 - diciembre 2010

■ Visitas	12
■ Páginas vistas	13
■ Visitas nuevas / habituales	14
■ Procedencia del tráfico	15
■ Idiomas de las visitas	16
■ Procedencia (por países)	17

2. DATOS DE ACCESO A TRAVÉS DEL PORTAL DE REVISTAS CIENTÍFICAS DE LA UCM

Noviembre 2008 - diciembre 2009

■ Visitas 18

Enero 2010 - diciembre 2010

■ Visitas 19

3. PROCESO EDITORIAL

3.1 Número 1 (2009)

■ Tasa de aceptación..... 20

■ Artículos publicados de autores externos a la revista 20

■ Idiomas de los artículos recibidos..... 21

■ Idiomas de los artículos publicados 21

3.2. Número 2 (2010)

■ Tasa de aceptación..... 22

■ Artículos publicados de autores externos a la revista 22

■ Idiomas de los artículos recibidos..... 23

■ Idiomas de los artículos publicados 23

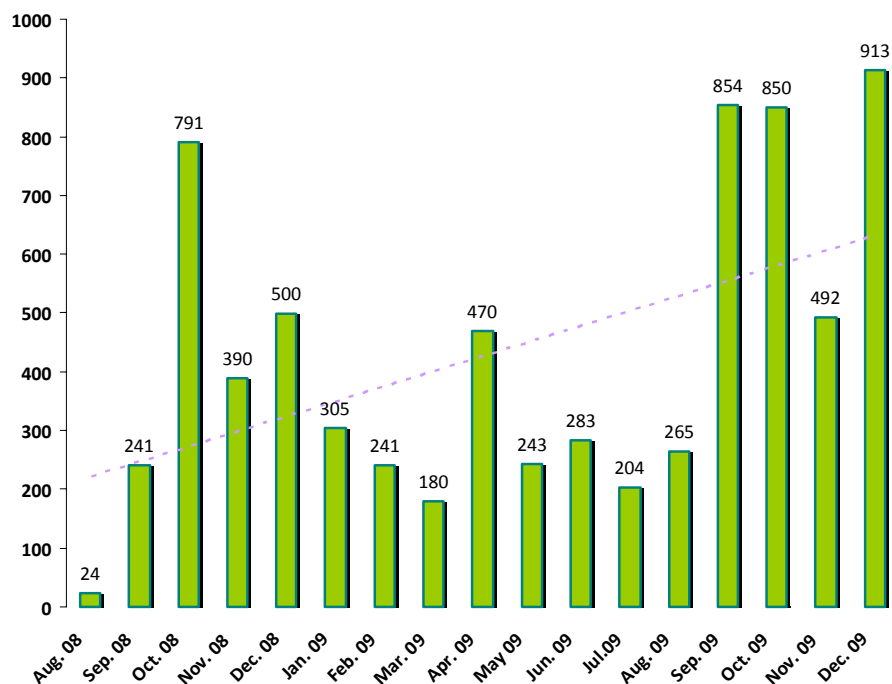
I. DATOS DE ACCESO A LA REVISTA A TRAVÉS DE LA PÁGINA

I.1. Sitemeter

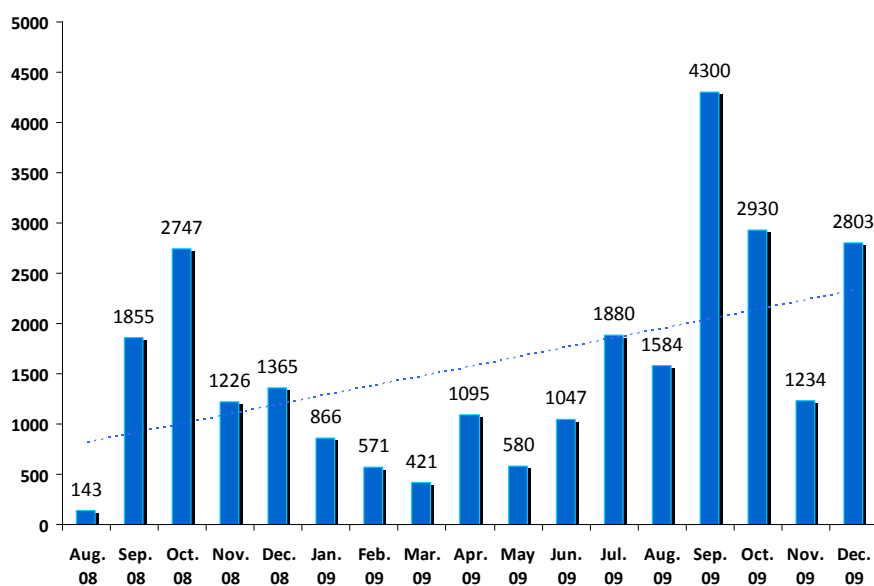
Agosto 2008 - diciembre 2009

Sitemeter

■ Visitas



■ Páginas vistas

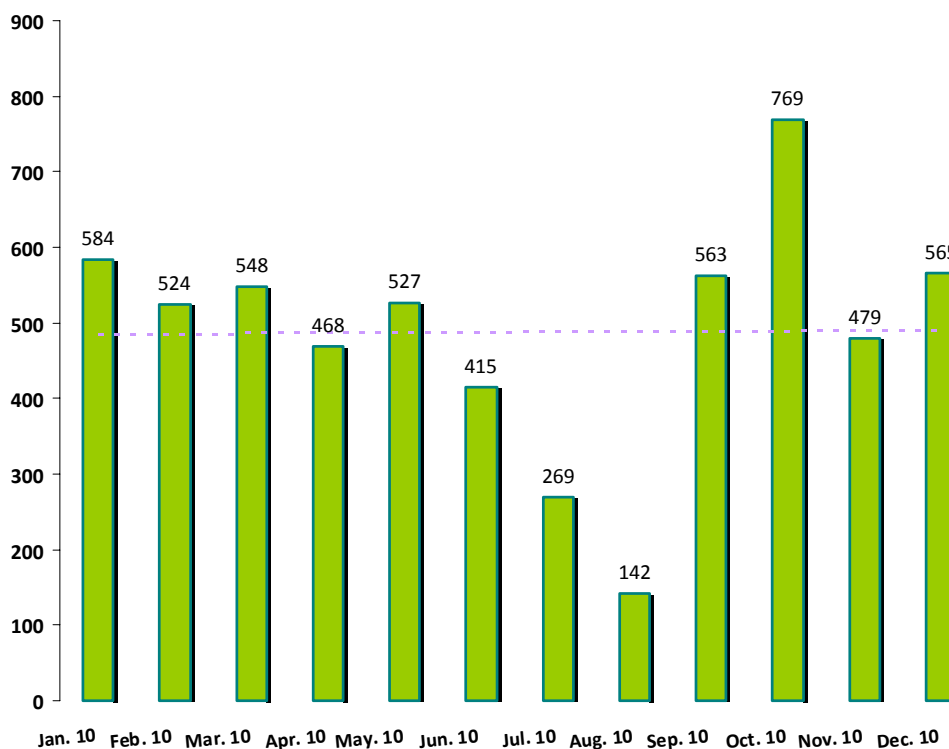


Los puntos azules son una representación lineal de la tendencia.

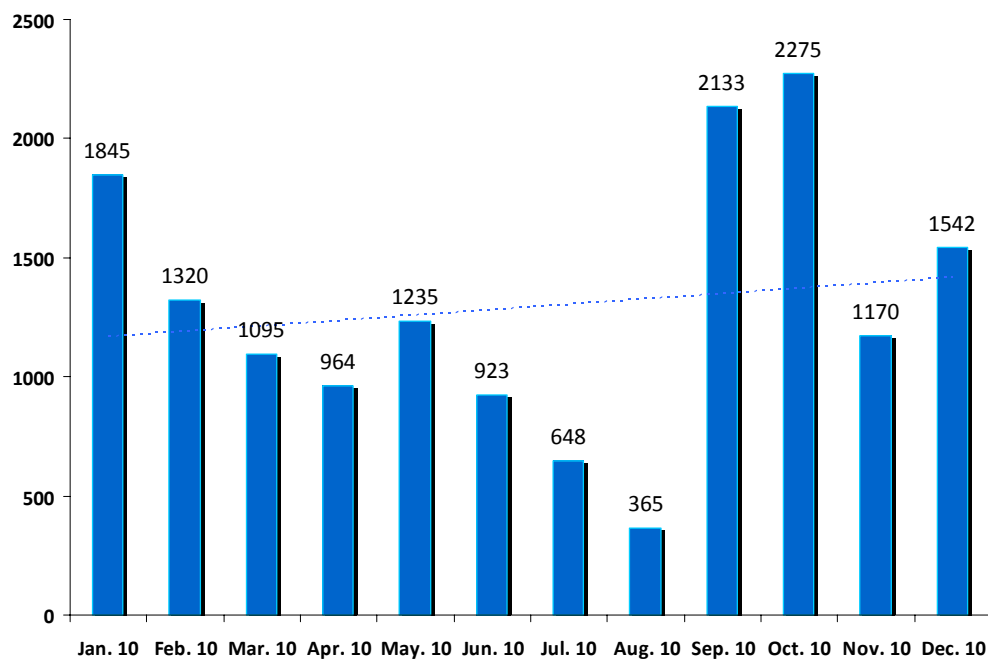
El número cero se publicó en octubre de 2008.

El nº1, a mediados de septiembre de 2009.

■ Visitas



■ Páginas vistas



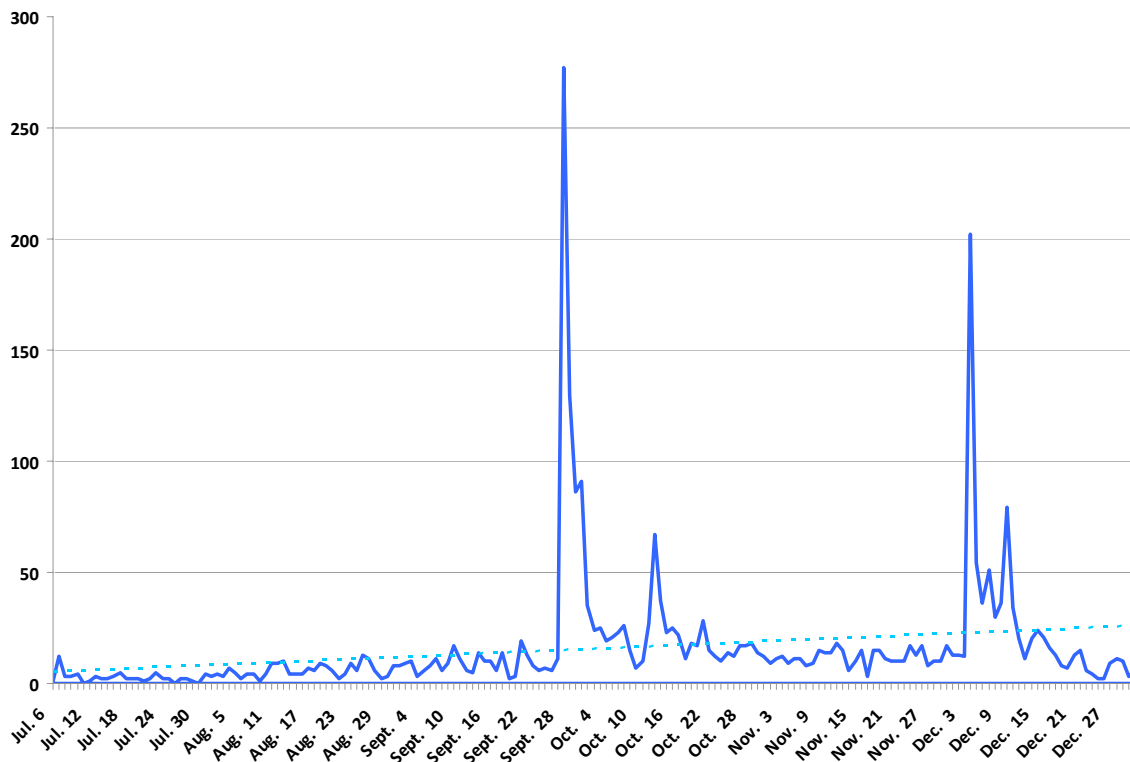
El número 2 apareció el 29 de septiembre de 2010.

I.2. Google Analytics

Julio 2009 - diciembre 2009*

Google Analytics

■ Visitas



Total: **3230** visitas.

El día con el máximo número de visitas es el 28 de septiembre de 2009 (**277**).

El segundo día con el máximo número de visitas es el 4 de diciembre de 2009 (**202**).

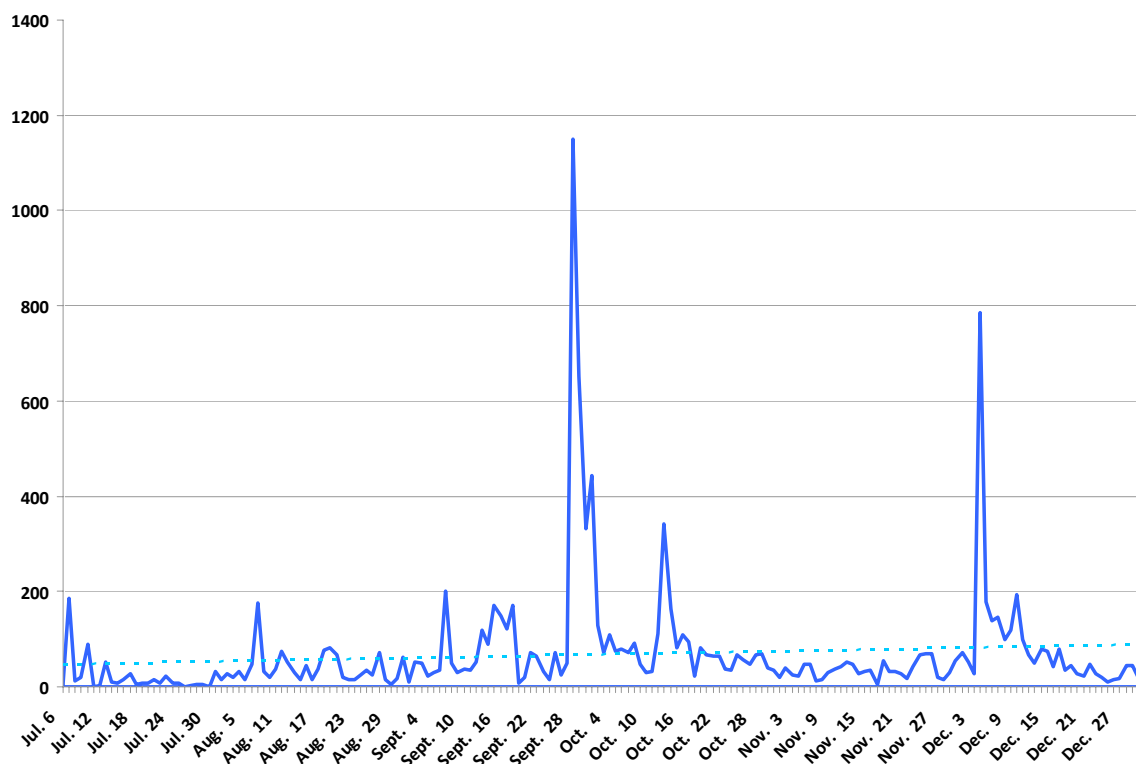
Ambas fechas coinciden con la petición de originales por correo electrónico para el número 2 de la revista.

La media de visitas diarias es de **18,04**.

Los puntos más claros son una representación lineal de la tendencia.

* Por dificultades técnicas, los datos procedentes de Google Analytics sólo están disponibles desde el 6 de julio de 2009.

■ Páginas vistas



El día que concentra el máximo número de páginas vistas es el 28 de septiembre de 2009 (1149).

El segundo día con el máximo número de páginas vistas es el 4 de diciembre de 2009 (785).

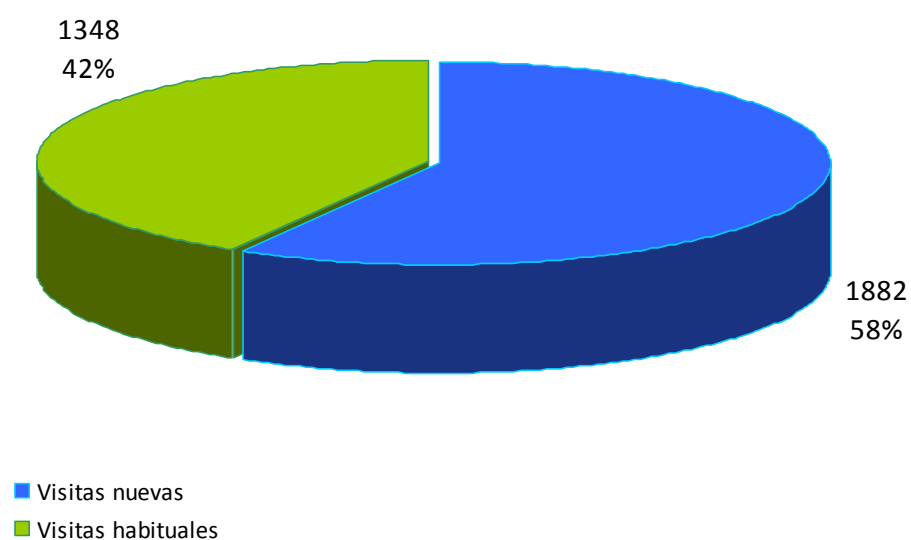
Ambas fechas coinciden con la petición de originales por correo electrónico para el número 2 de la revista.

Media del periodo: 3,80 páginas vistas en cada visita.

Páginas vistas: 12281.

Los puntos más claros son una representación lineal de la tendencia.

■ Visitas nuevas / habituales

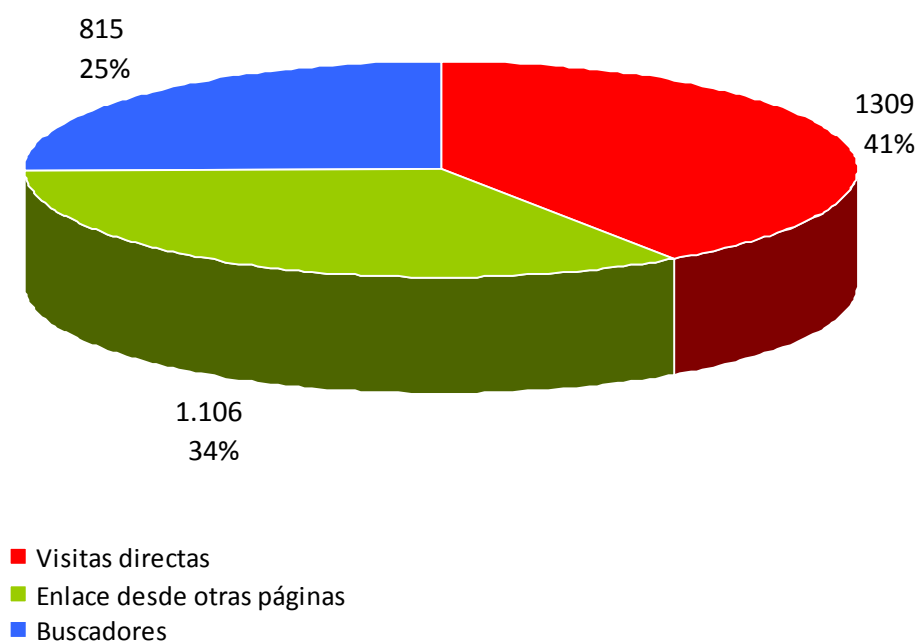


Visitas totales: 3230.

Visitas nuevas: 1882 (58,27%).

Visitas habituales: 1348 (41,73%).

■ Procedencia del tráfico



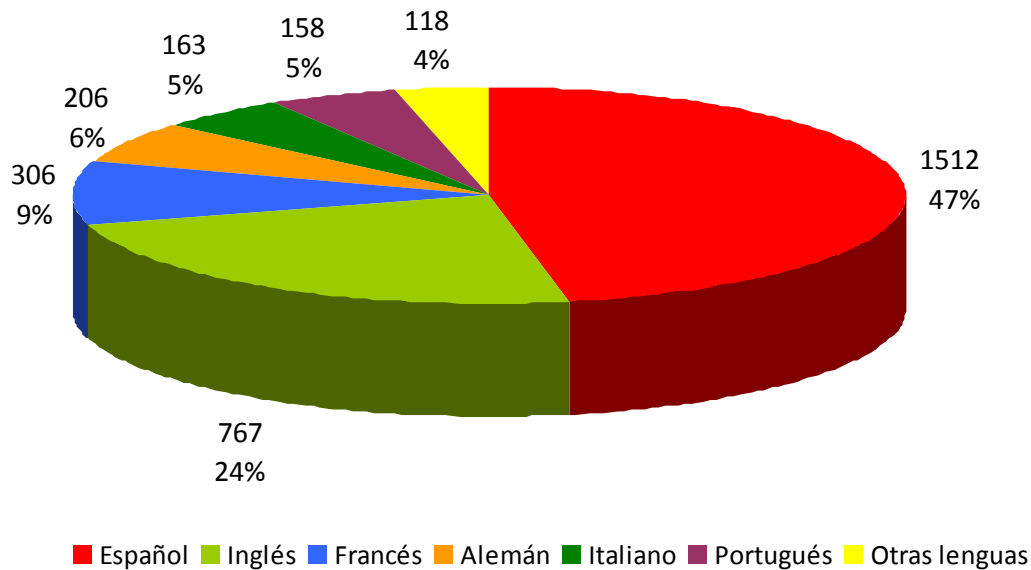
La principal fuente de tráfico de la revista son las **visitas directas**. Los usuarios acceden a la página tecleando el url de la página o a través de los favoritos. Aporta un **41 %** de las visitas.

La segunda forma de acceso a la revista más utilizada son **enlaces** presentes en otros sitios web o en correos electrónicos recibidos por los usuarios. Supone un **34%** de las visitas.

El portal francés Fabula, especializado en investigación literaria ha enviado 160 visitas, lo que supone un 14% de este tipo de accesos, a través de la dirección <<http://www.fabula.org/actualites/article33257.php>>.

Finalmente, los **buscadores** canalizan un **25%** de las visitas.

■ Idiomas de las visitas



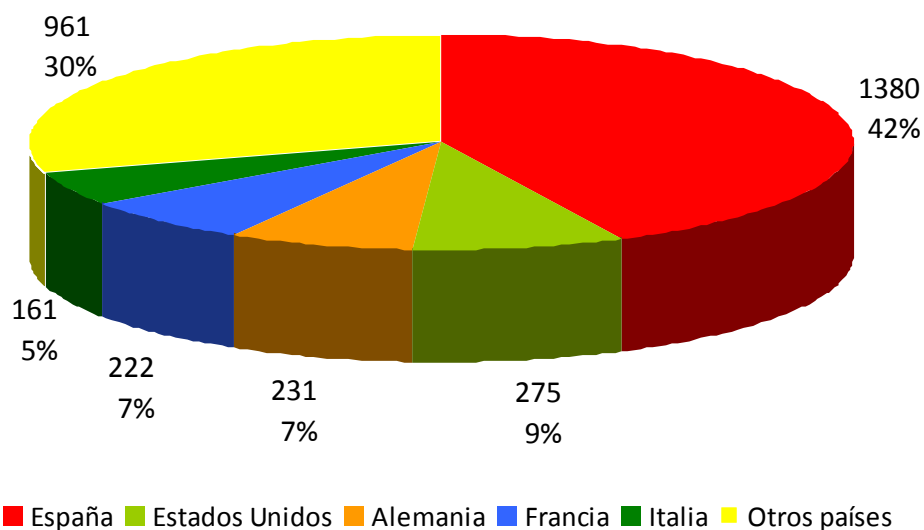
El **47 %** de las visitas se realizan desde ordenadores en **español**.

El **segundo idioma** más utilizado es el **inglés** (24%), seguido de francés (9%), alemán (6%), italiano (5%) y portugués (5%).

Las **6 lenguas de trabajo** de la revista (español, inglés, francés, alemán, italiano y portugués) corresponden a un **96%** de las visitas.

Se han registrado visitas de ordenadores configurados en **28 idiomas**.

■ Procedencia (por países)



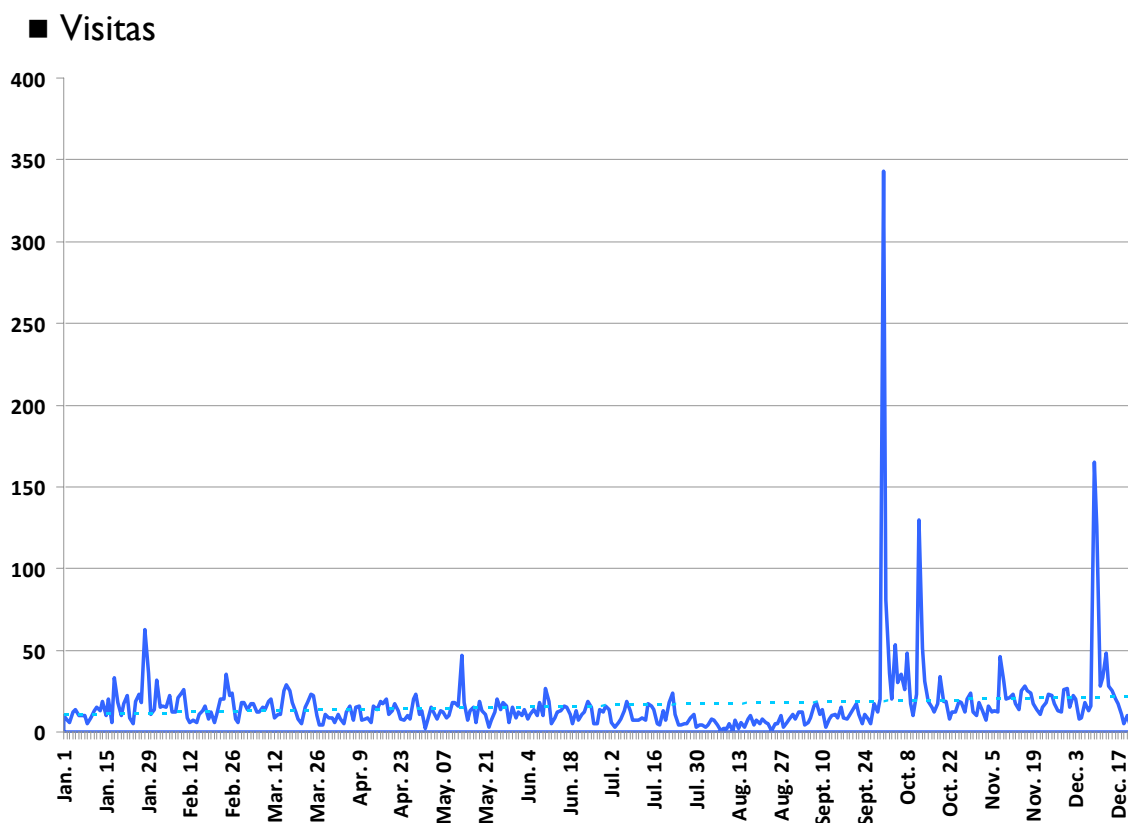
El **42 %** de las visitas procede de **España**.

Por volumen de visitas, siguen Estados Unidos, Alemania, Francia e Italia.

Los **5 países** desde los que se accede con más frecuencia a la revista concentran un **70.24%** de las visitas.

Los **10 países** desde los que más se entra (España, Estados Unidos, Alemania, Francia, Italia, Portugal, México, Canadá, Reino Unido y Argentina) suponen un **87,61%** del total de las visitas.

Se han registrado visitas de **86 países**.



Total: **5745** visitas.

El día con el máximo número de visitas es el 30 de septiembre de 2010 (**343**).

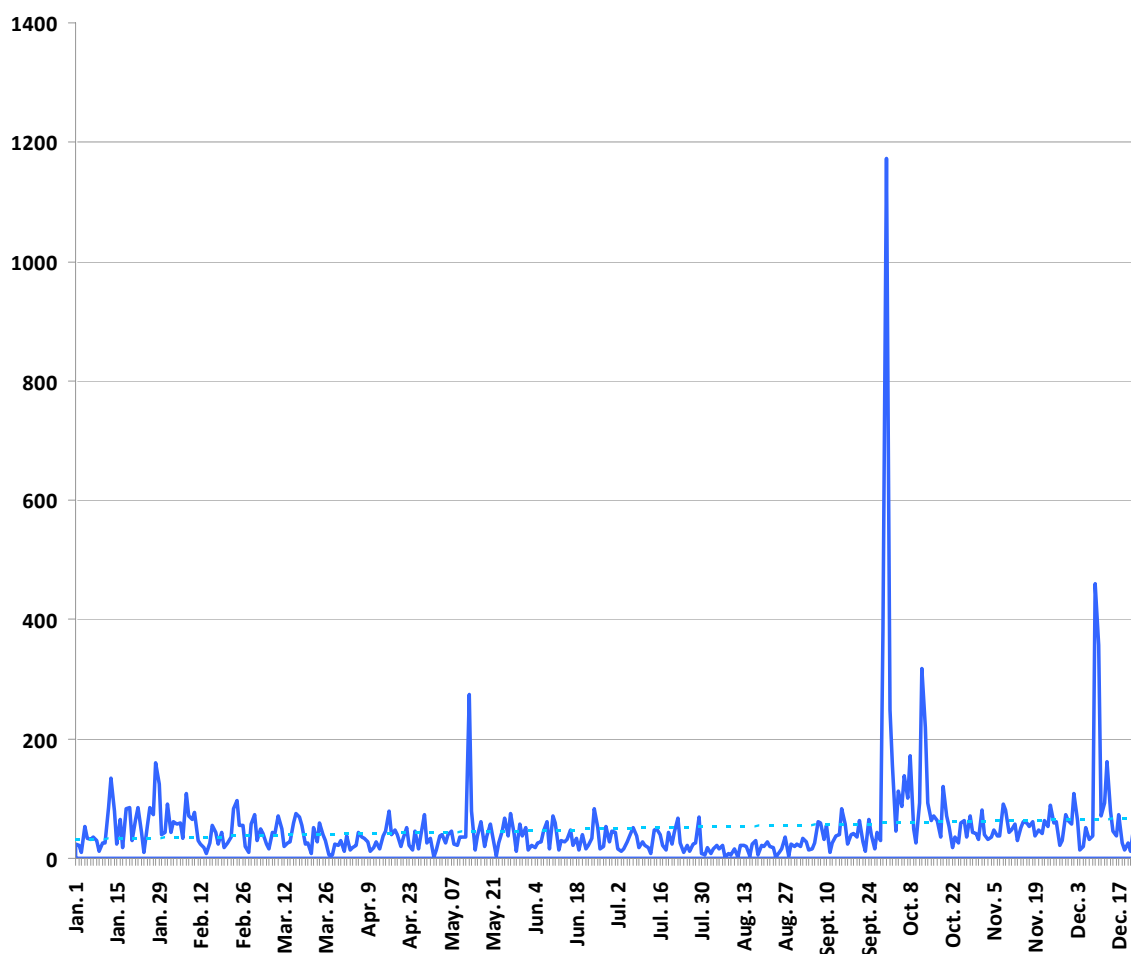
El segundo día con el máximo número de visitas es el 9 de diciembre de 2010 (**165**).

Ambas fechas coinciden con la petición de originales por correo electrónico para el número 3 de la revista.

La media de visitas diarias es de **16,05**.

Los puntos más claros son una representación lineal de la tendencia.

■ Páginas vistas



Páginas vistas: **17798**.

El día que concentra el máximo número de páginas vistas es el 30 de septiembre de 2010 (**1173**).

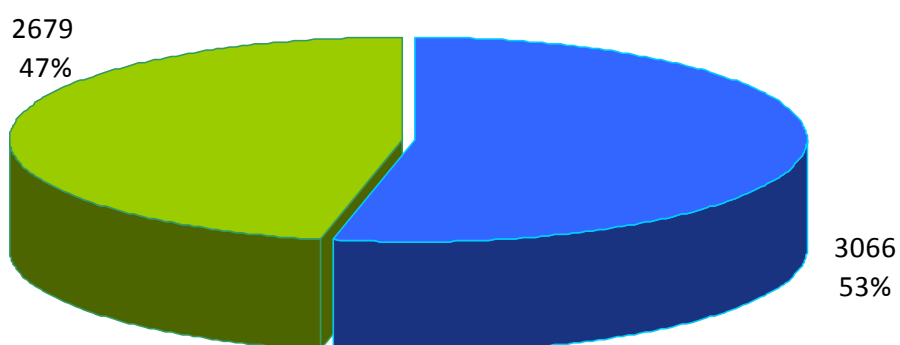
El segundo día con el máximo número de páginas vistas es el 9 de diciembre de 2010 (**460**).

Ambas fechas coinciden con la petición de originales por correo electrónico para el número 3 de la revista.

Media del periodo: **3,10** páginas vistas en cada visita.

Los puntos más claros son una representación lineal de la tendencia.

■ Visitas nuevas / habituales



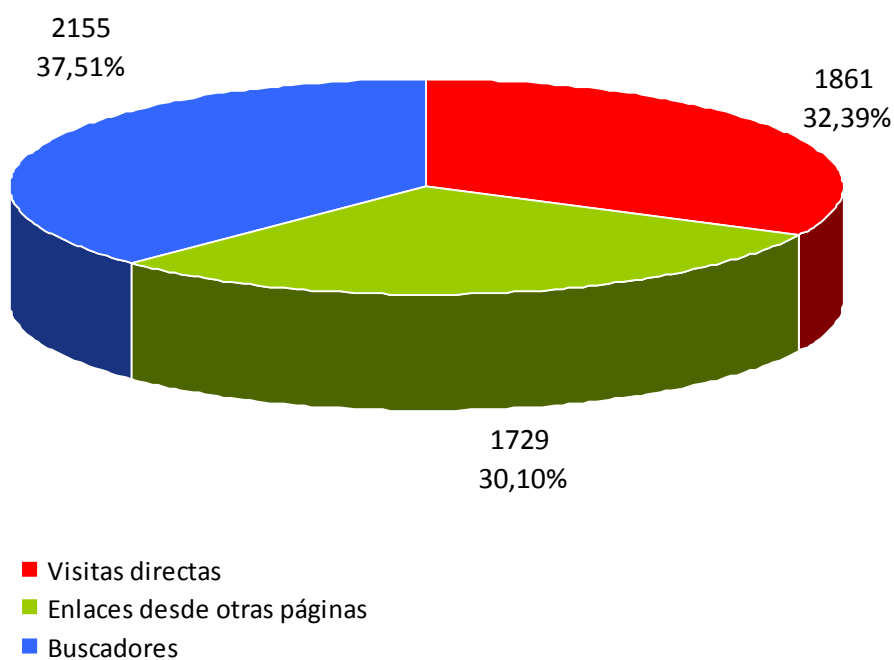
- Visitas nuevas
- Visitas habituales

Visitas totales: **5745**.

Visitas nuevas: **3066** (53,36%).

Visitas habituales: **2679** (46,63%).

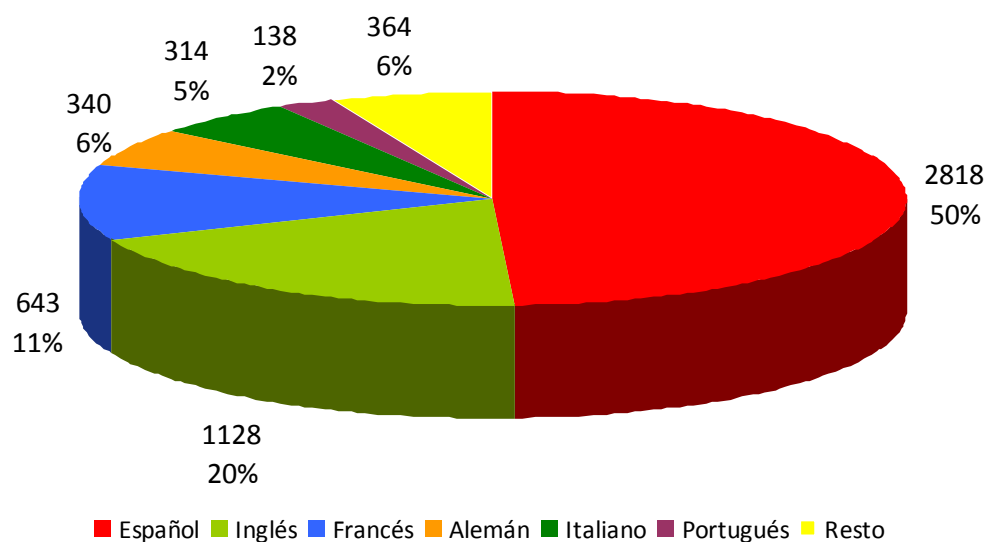
■ Procedencia del tráfico



Las fuentes de tráfico se han equilibrado respecto al periodo anterior, con un ligero predominio ahora de los **buscadores** (37,51%), frente a las **visitas directas** (32,39%) y a los **enlaces** presentes en otros sitios web (30,10%).

El sitio web que más visitas envía a la revista *Amaltea* es el portal de revistas científicas de la Universidad Complutense de Madrid, con 111.

■ Idiomas de las visitas



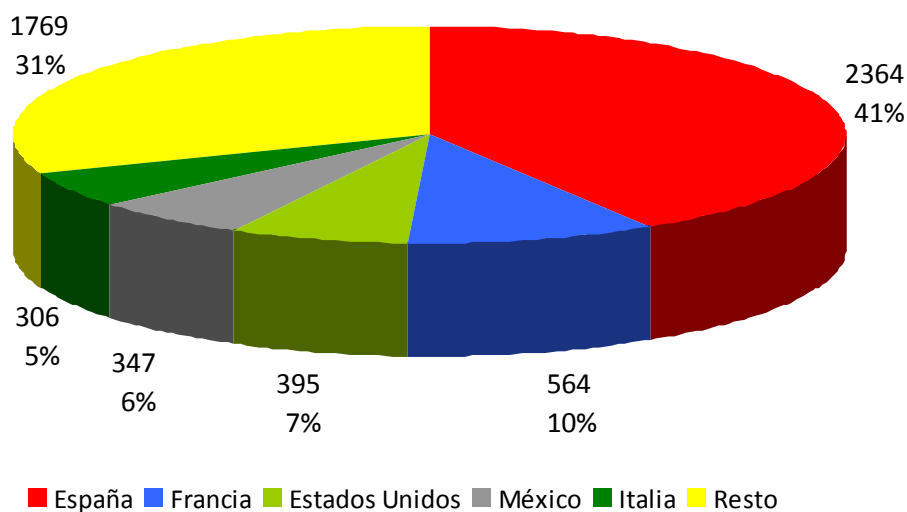
El **50 %** de las visitas se realizan desde ordenadores en **español**.

El **segundo idioma** más utilizado es el **inglés** (20%), seguido de francés (11%), alemán (6%), italiano (5%) y portugués (2%).

Las **6 lenguas de trabajo** de la revista (español, inglés, francés, alemán, italiano y portugués) corresponden a un **93,66%** de las visitas.

Se han registrado visitas de ordenadores configurados en **29 idiomas**.

■ Procedencia (por países)



El **41 %** de las visitas procede de **España**.

Por volumen de visitas, siguen **Francia**, **Estados Unidos**, **México** e **Italia**.

Los **5 países** desde los que se accede con más frecuencia a la revista concentran un **69.20%** de las visitas.

Los **10 países** desde los que más se entra (España, Francia, Estados Unidos, México, Italia, Reino Unido, Alemania, Canadá y Argentina) suponen un **85,55%** del total de las visitas.

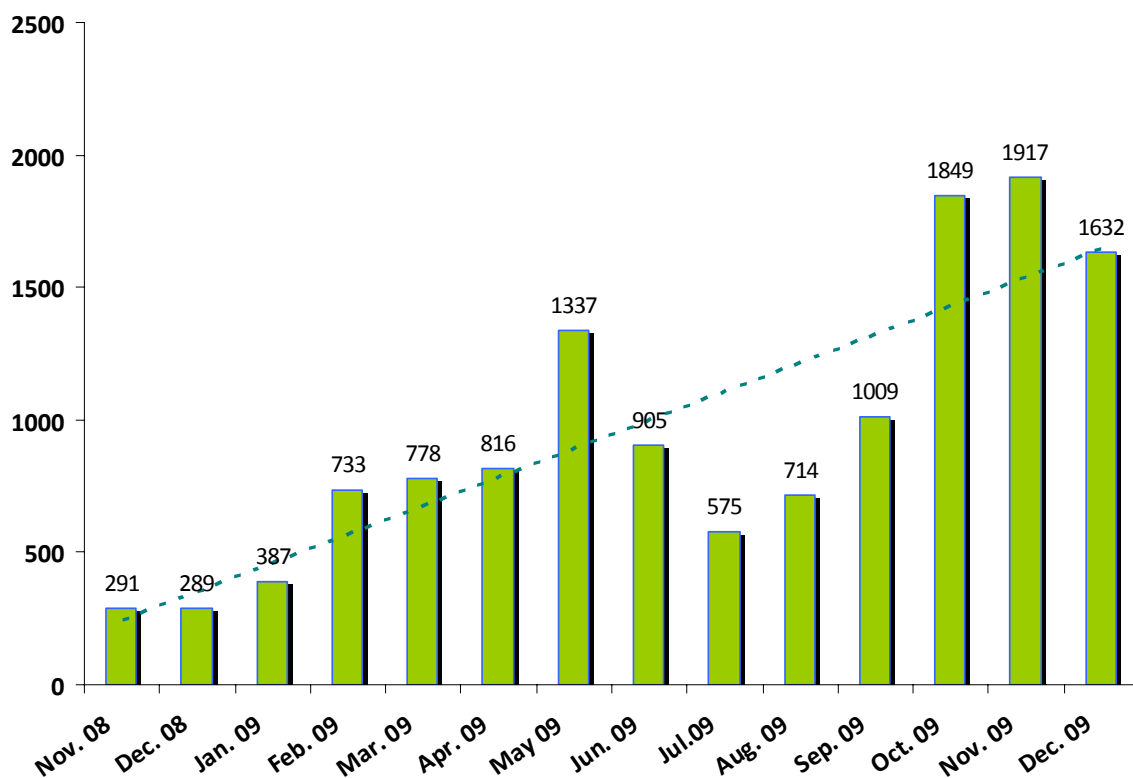
Se han registrado visitas de **85 países**.

2. DATOS DE ACCESO A TRAVÉS DEL PORTAL DE REVISTAS CIENTÍFICAS DE LA UCM

Nov. 2008 - dic. 2009

Portal UCM

■ Visitas

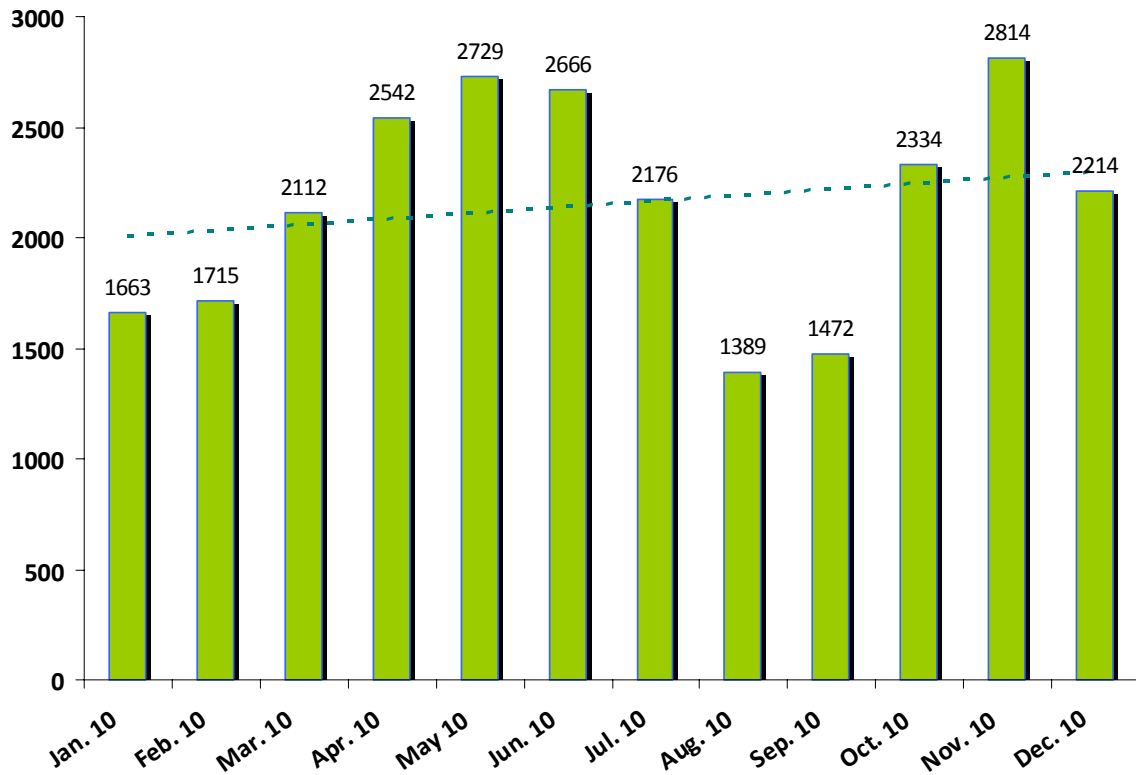


El número cero de *Amaltea* se publicó en octubre de 2008.

El número I se incorporó a la base de datos en octubre de 2009.

Los puntos de color son una representación lineal de la tendencia.

■ Visitas



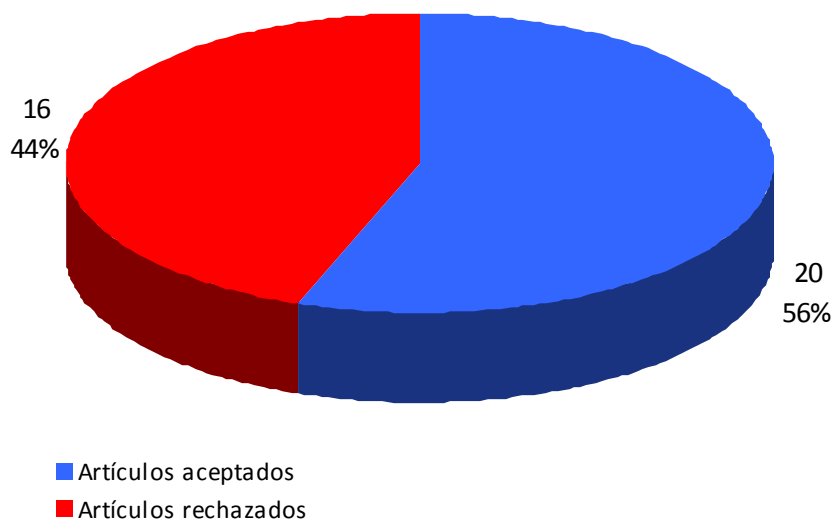
El número 2 se incorporó a la base de datos en octubre de 2010.

Los puntos de color son una representación lineal de la tendencia.

3. PROCESO EDITORIAL

3.1. Número I (2009)

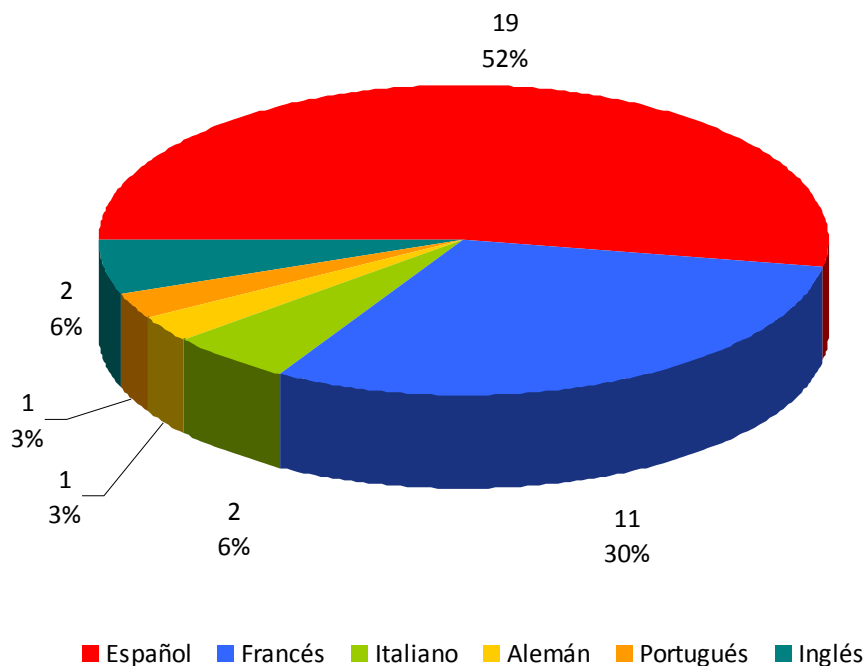
■ Tasa de aceptación



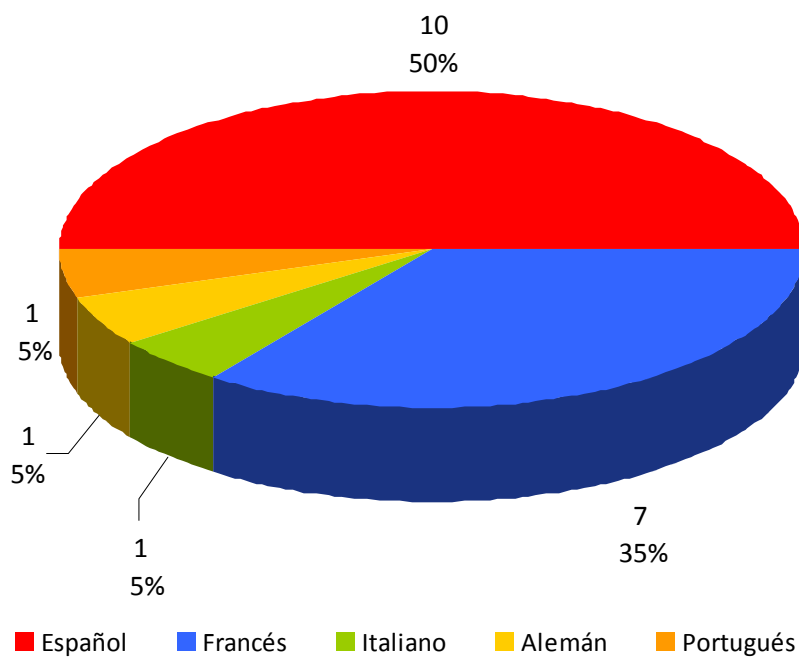
■ Artículos publicados por autores externos a la revista



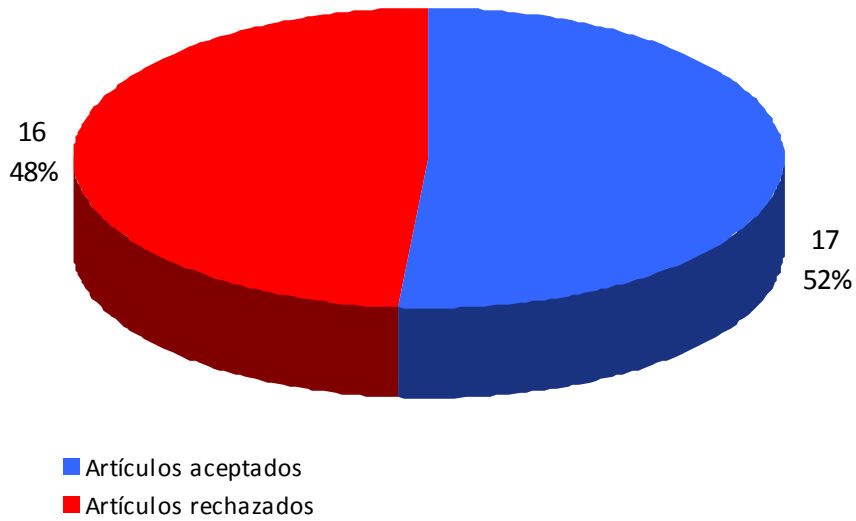
■ Idiomas de los artículos recibidos



■ Idiomas de los artículos publicados



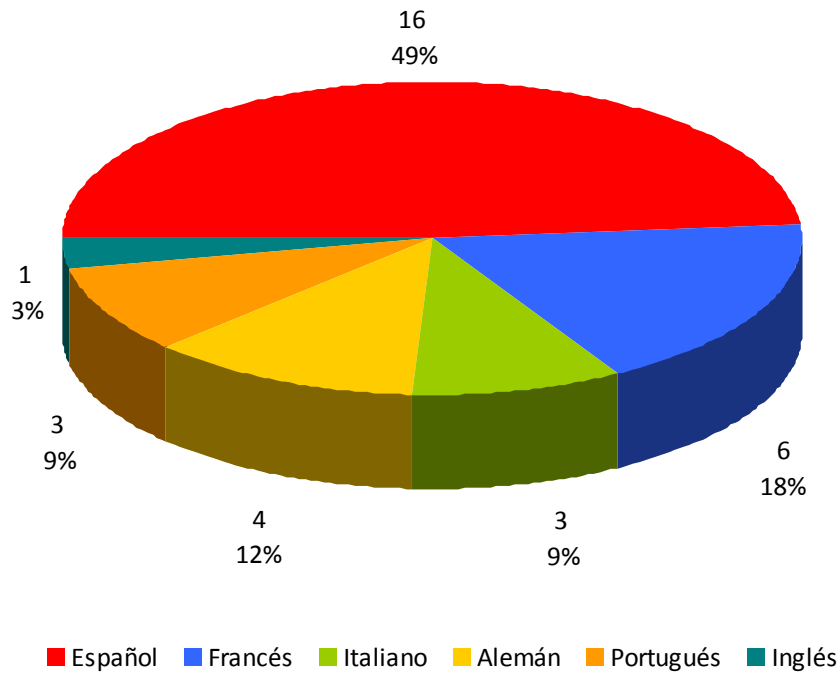
■ Tasa de aceptación



■ Artículos publicados por autores externos a la revista



■ Idiomas de los artículos recibidos



■ Idiomas de los artículos publicados

