

MEMORIA ANUAL DE ACTIVIDADES

2023



Apoyo, sensibilización y humanización
de la atención a la muerte y el duelo perinatal



Asociación Umamanita

Entidad sin ánimo de lucro de ámbito nacional
Organización No Gubernamental

Carrer Major 3
Ultramort
17133, Girona
España

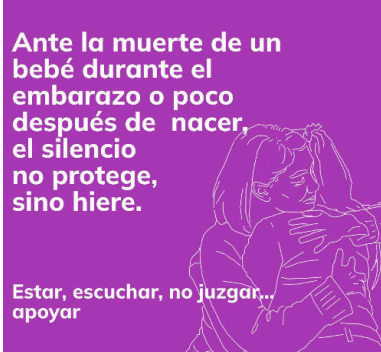
www.umamanita.es
info@umamanita.es

Número fiscal: G85795185
Número Registro Nacional de Asociaciones: 598678

Publicado: 00/00/2024

MEMORIA ANUAL 2023

LO MÁS DESTACADO



15 de octubre
Día internacional de la muerte perinatal



APOYO AL DUELO

Informando y empoderando

- **186.000** vistas de páginas de la web relativas al apoyo al duelo perinatal, un 36% más que el año anterior
- **121.000** visitas a páginas web relativas a información sobre atención sanitaria, un 6% más que el año anterior
- **2.394** clics en enlaces a grupos de apoyo externos
- **1** campaña informativa en redes sociales sobre la nueva ley del Registro Civil
- Creación de **1** páginas nuevas sobre apoyo al duelo/atención sanitaria
- **34** testimonios publicados
- Apoyo directo y acompañamiento prestado a **129** madres, padres y familiares

HUMANIZACIÓN DE LA ATENCIÓN

Formando y apoyando

- **52.000** vistas de páginas de la web relativas a buenas prácticas en la atención sanitaria, cifra similar al año anterior
- **1.700** descargas de documentos sobre buenas prácticas en la atención sanitaria
- **15** formaciones prestadas a **435** profesionales sanitarios
- **156** cajas de recuerdo entregados a hospitales
- **1.664** trípticos informativos sobre atención sanitaria y duelo entregados en hospitales y **1.982** descargados de la web



LOS MOVIMIENTOS CUENTAN



PREVENCIÓN DE LA MORTALIDAD

Luchando para detener lo prevenible

- **459.700** impresiones en Google y **14.000** vistas de las páginas de la campaña «Dormir de lado durante el tercer trimestre del embarazo»
- **159.000** impresiones en Google y **5.000** vistas de las páginas de la campaña «Los movimientos cuentan»
- El cartel de la campaña «Los movimientos cuentan» fue descargado 236 veces

CONCIENCIACIÓN Y ÁMBITO JURÍDICO

Sensibilizando

- Iluminación de la **más de 100 monumentos** para el Día internacional de la muerte perinatal 2023
- 124.500 impresiones y 10.106 en todas las campañas de concienciación durante la Semana internacional de la muerte perinatal 2023.
- **230** recordatorios subidos a la web para la Semana internacional de la muerte perinatal 2023.
- Presencia en **35** artículos en los medios de comunicación.



INVESTIGACIÓN ORIGINAL

Evidenciando

- **1** encuesta realizada sobre la implementación de la nueva Ley 20/2011 del Registro Civil
- **1** artículo de investigación original publicado en revista científica de alto impacto
- Actualización de estadísticas y tasas de mortalidad perinatal en España
- **4.387** vistas de páginas web relativas a investigación original de la Asociación
- **633** descargas directas de publicaciones originales

GESTIÓN DE LA ASOCIACIÓN

Gobernanza y comunidad

- **84.500** usuarios y **108.310** visitas a nuestra página web
- **50.000** visitas desde fuera de España, principalmente de América Latina
- Lanzamiento de la nueva página web
- **19.900** seguidores en las redes sociales
- **17** campañas de comunicación en 2022
- **19** nuevas socias/os y colaboración de **21** voluntarias/os
- **8.466€** recaudados en calidad de donaciones



¿Te parece que nuestra lucha es justa y necesaria?

¿Nos ayudarías con una aportación económica?

Visita nuestra página web: www.umamanita.es/donaciones

Índice

1. APOYO AL DUELO	1
1.1. Metas generales	1
1.2. Actividades	1
1.2.1. Grupos de apoyo	1
1.2.2. Información relativa a la atención sanitaria y ámbito institucional	3
1.2.3. Información relativa al duelo	5
1.2.4. Testimonios	8
1.2.5. Apoyo directo	12
1.2.6. Campañas informativas: Duelo	15
1.2.7. Campañas informativas: Atención sanitaria y ámbito institucional	16
2. HUMANIZACIÓN DE LA ATENCIÓN SANITARIA	18
2.1. Metas generales	18
2.2. Actividades	18
2.2.1. Formación	18
2.2.2. Proyecto Cajas de Recuerdo	24
2.2.3. Proyecto Folletos	28
2.4.4. Información relativa a las buenas prácticas en la atención sanitaria	31
2.4.6. Guías, estándares y calidad	34
3. PREVENCIÓN DE LA MORTALIDAD PERINATAL	35
3.1. Metas generales	35
3.2. Actividades	35
3.2.1. Prevención de la mortalidad perinatal general	35
3.2.2. Campaña - Dormir de lado	36
3.2.3. Campaña - Los movimientos cuentan	40
4. CONCIENCIACIÓN Y ÁMBITO JURÍDICO	43
4.1. Metas generales	43
4.2. Actividades	43
4.2.1. Iluminación de edificios y monumentos para el 15 de octubre y actividades de concienciación sobre la muerte y el duelo perinatal	43
4.2.2. Cobertura mediática	50
4.2.3. Encuesta sobre las experiencias de personas usuarias con los registros civiles españoles con relación al efecto retroactivo de la Ley 20/2011	53
5. INVESTIGACIÓN ORIGINAL	48
5.1. Metas generales	48
5.2. Actividades	48
5.2.1. Estudio nacional del duelo perinatal	48
5.2.2. Análisis de estadísticas de mortalidad intrauterina, neonatal e infantil en España	53
5.2.3. Encuesta Global de International Stillbirth Alliance (Lancet Series)	55
5.2.5. COCOON study: Continuing Care in Covid-19 Outbreak: A global survey of New and expectant parents experiences	56
6. GESTIÓN DE LA ASOCIACIÓN	57
6.1. Finanzas	57
6.1.1. Donaciones	57
6.1.3. Subvenciones	61

6.2. Gobernanza	62
6.2.1. Estatutos y reglamentos	62
6.2.2. Junta Directiva	62
6.2.3. Socias y socios	63
6.2.4. Voluntariado	64
6.4. Sitio web	66
6.4.1. Usuarios, visitas y vistas de páginas	66
6.4.1. Rendimiento en buscadores	71
6.5. Comunicación y comunidad	73
6.4.1. Comunicación e imagen	73
6.4.2. Redes sociales	73
6.4.3. Lista de difusión	78
6.4.4. Relaciones y colaboraciones con otras entidades	80
FIRMA	81

ÁREA DE INTERVENCIÓN 1.

APOYO AL DUELO

Informando y empoderando

1. APOYO AL DUELO

1.1. Metas generales¹

- Organización y coordinación de acciones directas para la prestación de apoyo psicológico y social a mujeres y sus familias, tales como ofrecer información práctica, organización de grupos y redes de apoyo, programas de apoyo, y acciones de fortalecimiento del entorno social y comunitario, entre otros.
- Organización y coordinación de acciones indirectas para la prestación de apoyo psicológico y social a mujeres y sus familias, tales como el fortalecimiento y difusión de las redes de apoyo psicológico y social externas a la Asociación, formación de moderadores de grupos de apoyo, psicólogos y otras personas relevantes.

1.2. Actividades

1.2.1. Grupos de apoyo

Descripción

Desde 2018, Umamanita no gestiona ni ofrece grupos de apoyo. Nuestra página web proporciona datos de contacto de grupos de apoyo y asociaciones en España y América Latina y El Caribe:

<https://www.umamanita.es/grupos-de-apoyo-duelo-perinatal/>

Acciones

- 1) Actualización de contenido: Adición de 5 grupos nuevos al listado de España en 2022 (León, Vizcaya, Euskadi y Navarra, Alicante) y la eliminación de 2 (Madrid, Murcia) y se actualizaron los datos de 5 grupos. No hubo cambios en el listado de grupos de América Latina y El Caribe

Tabla. Número de grupos de apoyo, 2019-2023

	2019	2020	2021	2022	2023
Número de grupos/asociaciones que figuran en la página web					
España y Andorra		55	68	71	74
América Latina y El Caribe		–	18	20	20
Total		55	85	91	94
<i>Tendencia</i>			+30	+6	+3

¹ Definidas en los estatutos de la Asociación.

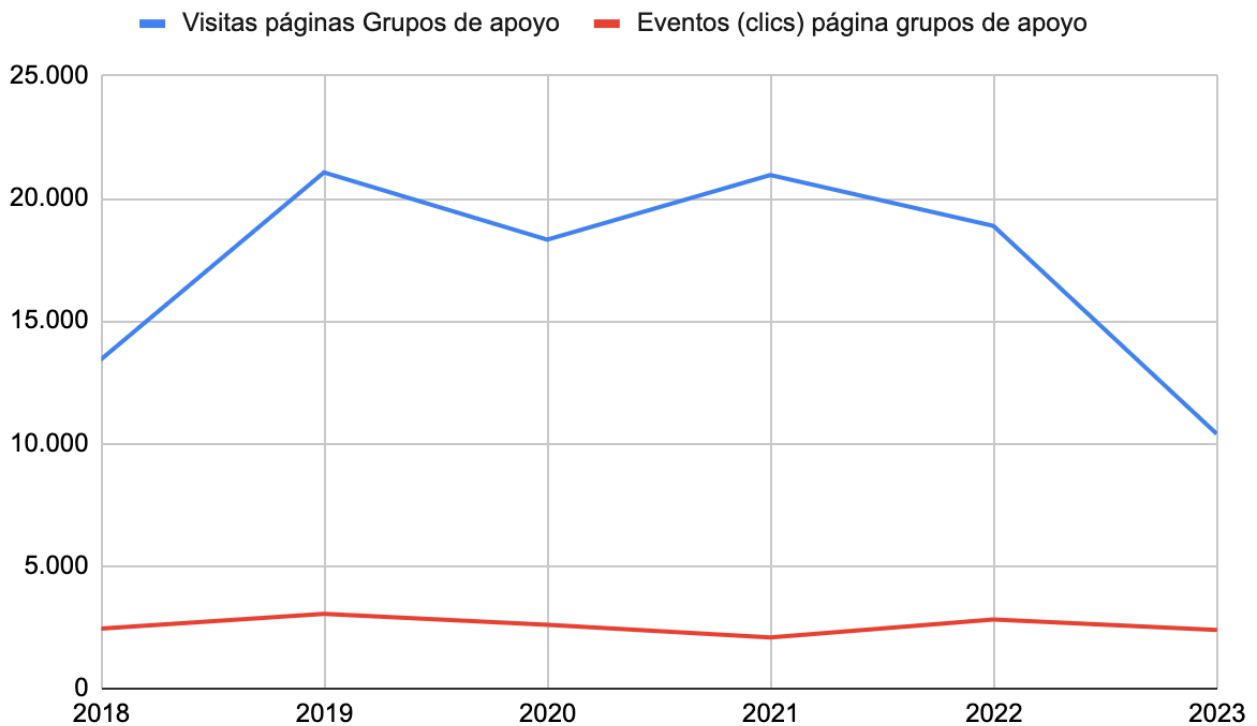
Rendimiento

- 1) Las visitas a la página fueron más o menos estables entre 2018 y 2022, pero experimentaron un descenso notable (-44,9%) en 2023.
- 2) Entre 2018 y 2022, se generó una media del 14%-15% de eventos/interacciones (clics salientes en los enlaces proporcionados) en cada visita a la página, sin embargo, el cambio en el sistema de Google Analytics a mediados de 2023 significa que no disponemos de estas estadísticas para 2023.

Tabla. Página web sobre grupos de apoyo: Visitas y eventos (clics salientes) 2019-2023

	2019	2020	2021	2022	2023
Visitas página grupos de apoyo	21.042	18.297	20.934	18.859	10.405
<i>Tendencia</i>	<i>57,00%</i>	<i>-13,00%</i>	<i>14,40%</i>	<i>-9,90%</i>	<i>-44,9%</i>
Eventos página grupos de apoyo	3.030	2.584	2.067	2.801	2.394
<i>Tendencia</i>	<i>24,70%</i>	<i>-14,70%</i>	<i>-20,00%</i>	<i>35,50%</i>	<i>-17,3%</i>
Proporción eventos/visitas	14,4%	14,1%	9,9%	14,9%	23,0%

Gráfico. Página web sobre grupos de apoyo: Visitas y eventos (clics salientes) 2019-2023



1.2.2. Información relativa a la atención sanitaria y ámbito institucional

Descripción

La página web proporciona información de apoyo a madres, padres y familiares para facilitar una mayor comprensión de las buenas prácticas en la atención sanitaria y para empoderarles en la toma de decisiones durante interacciones con personal sanitario y familiares y en el ámbito institucional.

Acciones

- 1) Adición de una página nueva:
 - a) Negligencia médica en el contexto de la muerte perinatal: información sobre la naturaleza de la negligencia médica y vías judiciales de recurso.
- 2) Comienzo de trabajo de creación de nuevo contenido:
 - a) Lactancia en el contexto de muerte perinatal.

Rendimiento

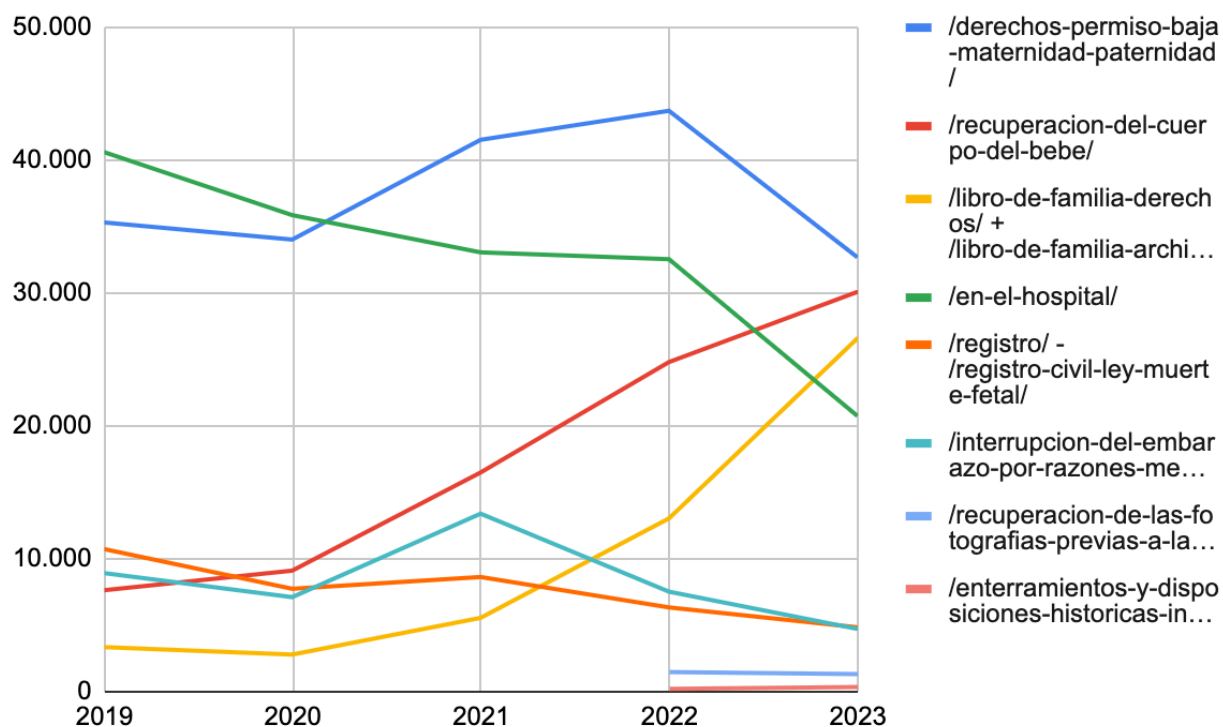
- 1) La tendencia general en visitas a las páginas relativas a la atención sanitaria fue, en general, estable, con una leve reducción del 6,3% respecto al año anterior. Sin embargo, hubo subidas y bajadas notables en algunas páginas.
- 2) Derechos de baja por maternidad/paternidad: caída notable del 25,1% hasta 32.727 visitas
- 3) Derecho a la recuperación del cuerpo: un aumento notable del 21,5% hasta 30.097 visitas
- 4) Derechos de inscripción en el registro civil: aumento muy notable del 104,7% hasta 26.605 visitas
- 5) En el hospital: caída notable del -36% hasta 20.784 visitas
- 6) Interrupción del embarazo: reducción muy notable del -36,9%, una continuación de una tendencia descendiente.
- 7) Nuevo contenido: repercusión ligera y esperable por el tipo de contenido

Tabla. Número de visitas a las páginas de la web relativas a la atención sanitaria, 2019-2023

Página	2019	2020	2021	2022	2023
/derechos-permiso-baja-maternidad-paternidad/	35.302	34.009	41.521	43.705	32.727
<i>Tendencia</i>	<i>112,8%</i>	<i>-3,7%</i>	<i>22,1%</i>	<i>5,3%</i>	<i>-25,1%</i>
/recuperacion-del-cuerpo-del-bebe/	7.590	9.068	16.459	24.771	30.097
<i>Tendencia</i>	<i>147,9%</i>	<i>19,5%</i>	<i>81,5%</i>	<i>50,5%</i>	<i>21,5%</i>
/libro-de-familia-derechos/ + /libro-de-familia-archivo-nacidos-sin-vida/	3.306	2.747	5.509	12.998	26.605
<i>Tendencia</i>	<i>145,6%</i>	<i>-16,9%</i>	<i>100,5%</i>	<i>135,9%</i>	<i>104,7%</i>
/en-el-hospital/	40.597	35.845	33.044	32.532	20.784
<i>Tendencia</i>	<i>77,6%</i>	<i>-11,7%</i>	<i>-7,8%</i>	<i>-1,5%</i>	<i>-36,1%</i>
/registro/ - /registro-civil-ley-muerte-fetal/	10.701	7.707	8.595	6.303	4.846
<i>Tendencia</i>	<i>194,0%</i>	<i>-28,0%</i>	<i>11,5%</i>	<i>-26,7%</i>	<i>-23,1%</i>
/interrupcion-del-embarazo-por-razones-medicas/	8.882	7.067	13.355	7.481	4.720

Tendencia	75,3%	-20,4%	89,0%	-44,0%	-36,9%
/recuperacion-de-las-fotografias-previas-a-la-autopsia-en-casos-de-muerte-perinatal/				1.477	1.324
Tendencia					-10,4%
/enterramientos-y-disposiciones-historicas-informacion/				211	350
Tendencia					65,9%
/negligencia-medica-en-el-contexto-de-la-muerte-gestacional-neonatal-y-perinatal/					99
Tendencia					—
Total	106.378	96.443	118.483	129.267	121.453
Tendencia	99,7%	-9,3%	22,9%	9,1%	-6,0%

Gráfico: Tendencia en las visitas a las páginas de la web relativas a contenido sobre la atención sanitaria



1.2.3. Información relativa al duelo

Descripción

La página web proporciona información de apoyo a madres, padres y familiares para una mayor comprensión de la naturaleza del duelo perinatal, con el fin de facilitar el proceso de duelo y ayudarles en las interacciones con familiares y personas de su comunidad.

Acciones

- 1) Ninguna página añadida o actualizada.
- 2) Comienzo de trabajo de nuevo contenido sobre:
 - a) Duelo perinatal (ampliación de la página existente con información sobre diferentes conceptos de duelo).
 - b) Duelo complicado.
 - c) Información sobre grupos de apoyo (su funcionamiento, buenas prácticas, etc.)
 - d) Información sobre servicios de psicología (tipos, su funcionamiento, buenas prácticas, etc.)

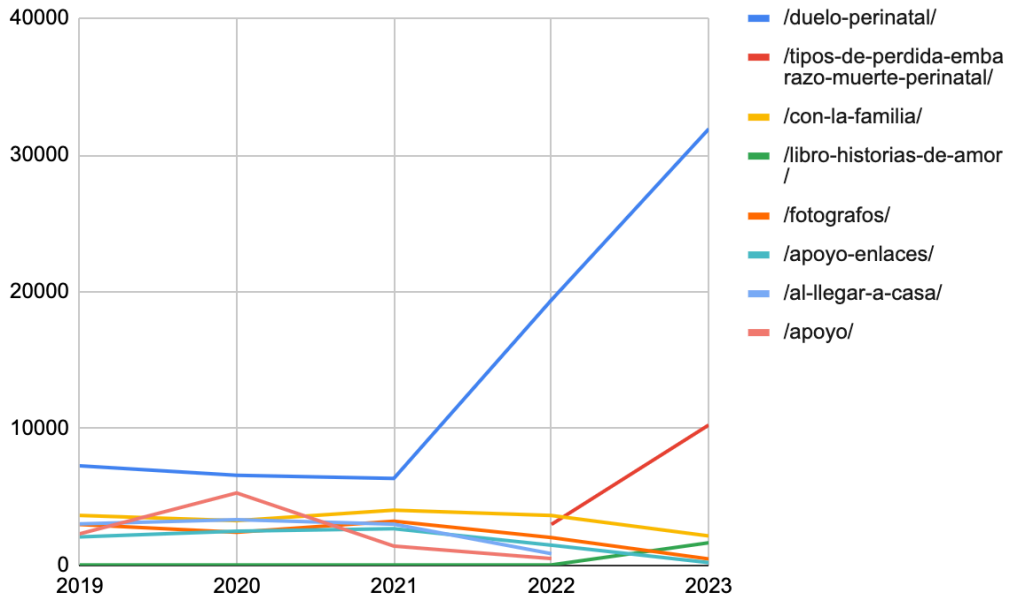
Rendimiento

- 1) Tendencia general: crecimiento notable (+51,5%) en 2023 hasta 46.667 vistas de página, una continuación de la tendencia de 2022.
- 2) Duelo perinatal: Crecimiento muy notable del 64,9% hasta 31.886.
- 3) Duelo, otros familiares y apoyo: Reducción importante (-40,2%), consolidando la tendencia de 2022.
- 4) Tipos de pérdida y causas de muerte: Aumentó muy significativo del 242,1%, alcanzando 10.265 vistas.

Tabla. Número de visitas a las páginas de la web relativas a contenido sobre duelo perinatal, 2019-2023

Página	2019	2020	2021	2022	2023
/duelo-perinatal/	7.251	6.557	6.326	19.342	31.886
<i>Tendencia</i>	67,7%	-9,6%	-3,5%	205,8%	64,9%
/tipos-de-perdida-embarazo-muerte-perinatal/				3.001	10.265
<i>Tendencia</i>					242,1%
/con-la-familia/	3.633	3.251	4.018	3.632	2.171
<i>Tendencia</i>	37,4%	-10,5%	23,6%	-9,6%	-40,2%
/libro-historias-de-amor/	0	0	0	0	1.649
<i>Tendencia</i>					—
/fotos/	2.960	2.392	3.203	2.010	480
<i>Tendencia</i>	36,0%	36,0%	36,0%	36,0%	36,0%
/apoyo-enlaces/	2.054	2.474	2.656	1.453	216
<i>Tendencia</i>	19,8%	20,4%	7,4%	-45,3%	-85,1%
/al-llegar-a-casa/	3.011	3.320	2.990	870	—
<i>Tendencia</i>	31,1%	10,3%	-9,9%	-70,9%	—
/apoyo/	2.273	5.267	1.383	503	—
<i>Tendencia</i>	35,2%	131,7%	-73,7%	-63,6%	—
Total	21.182	23.261	20.576	30.811	46.667
<i>Tendencia</i>	42,8%	9,8%	-11,5%	49,7%	51,5%

Gráfico: Tendencia en las visitas a las páginas de la web relativas a contenido sobre duelo perinatal



1.2.4. Testimonios

Descripción

Desde 2018, la página web ofrece la posibilidad de que los usuarios (madres, padres o familiares en situación de duelo/pérdida) puedan subir testimonios a la página de forma independiente.² Desde 2020, el formulario permite a los usuarios subir imágenes y que la Asociación pueda identificar el país de origen del usuario (sin identificar el usuario).

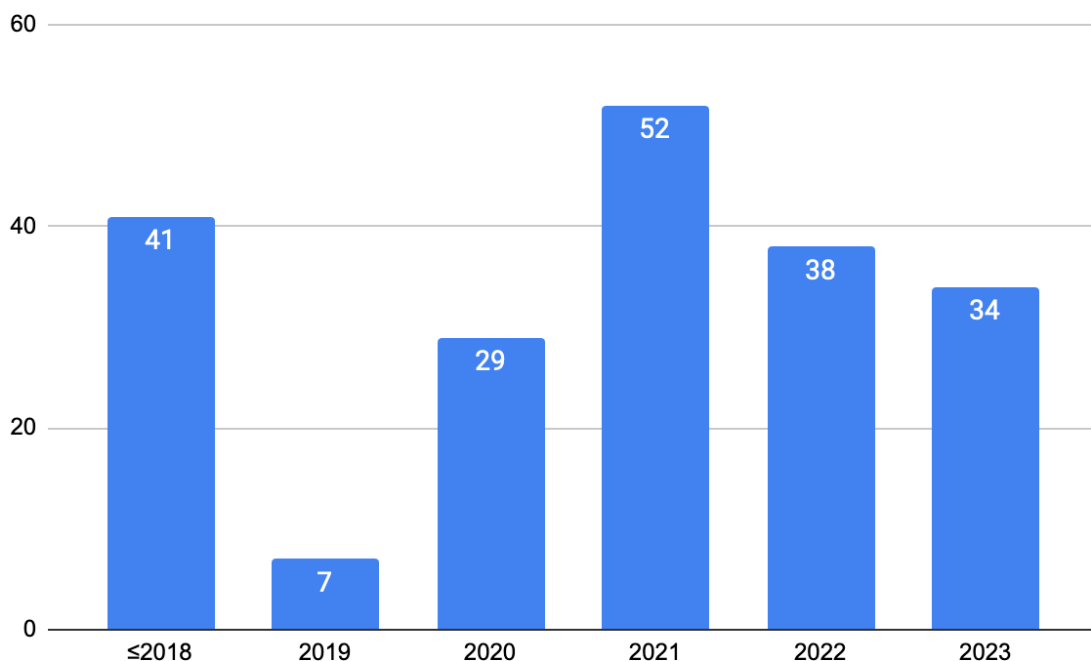
Acciones

- 1) Adición de 34 nuevos testimonios en 2023, lo que representa una reducción del 10,5% con respecto al año 2022. El 47% de los testimonios fueron de España y el resto de América Latina, principalmente México (29,4%).
- 2) Promoción de testimonios en las redes sociales y correo electrónico: cuatro promociones en 2022, frente a dos en 2021.

Tabla. Testimonios subidos a la página por usuarios, 2019-2023

	2019	2020	2021	2022	2023
Entradas totales	48	77	129	167	201
Entradas nuevas	7	29	52	38	34
<i>Tendencia</i>			79,3%	-26,9%	-10,5%

Gráfico. Número de testimonios nuevos, 2019-2023



² Umamanita solo comprueba que el contenido de los testimonios a) no contenga opiniones controvertidas que puedan resultar ofensivas para otros usuarios, b) no tenga implicaciones legales para la Asociación (como nombrar a profesionales sanitarios u otras personas en relación con la reclamación por mala praxis), c) ni represente las propias experiencias del usuario.

Tabla. País de origen de los testimonios, 2021-2023

País	2022 (%)	2023 (%)
España	32,4%	47,1%
México	18,9%	29,4%
República Dominicana	—	2,9%
Perú	2,7%	2,9%
Nicaragua	—	2,9%
Guatemala	—	2,9%
Cuba	—	2,9%
Colombia	18,9%	2,9%
Chile	—	2,9%
Argentina	16,2%	2,9%
Rep. Dominicana	2,7%	—
Honduras	—	—
EEUU	—	—
Ecuador	2,7%	—
Dinamarca	2,7%	—
Costa Rica	2,7%	—
Total	100,0%	100,0%
n	38	34

**El nuevo sistema para gestionar la subida de los testimonios no se puso en marcha hasta junio de 2021.*

Gráfico. País de origen de los nuevos testimonios, 2022-2023

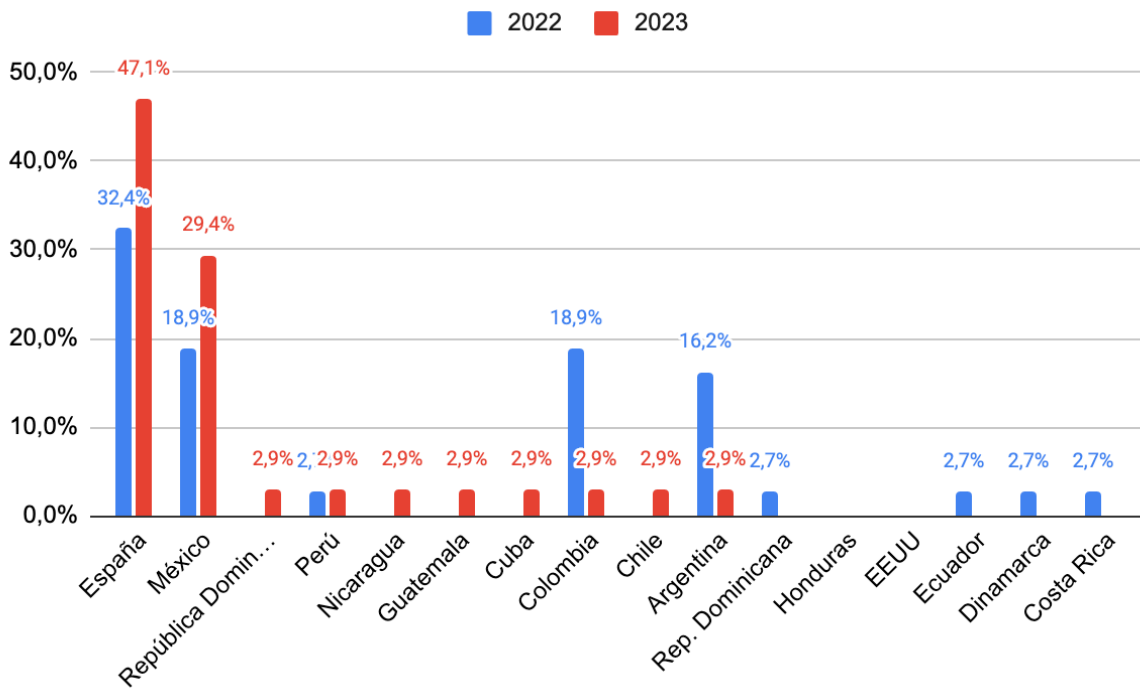


Tabla. Promoción de testimonios en las redes sociales y correo electrónico (número de publicaciones), 2019-2023

Plataforma	2019	2020	2021	2022	2023
Facebook	2	9	1	1	2
Instagram		1		1	2
Twitter	1				
Correo electrónico					
Total	3	10	1	2	4

Tabla. Promoción de testimonios en las redes sociales por tipo de promoción, 2019-2023

Tema	2019	2020	2021	2022	2023
Compartir testimonio	3	9			2
General		1	1	2	2
Total	3	10	1	2	4

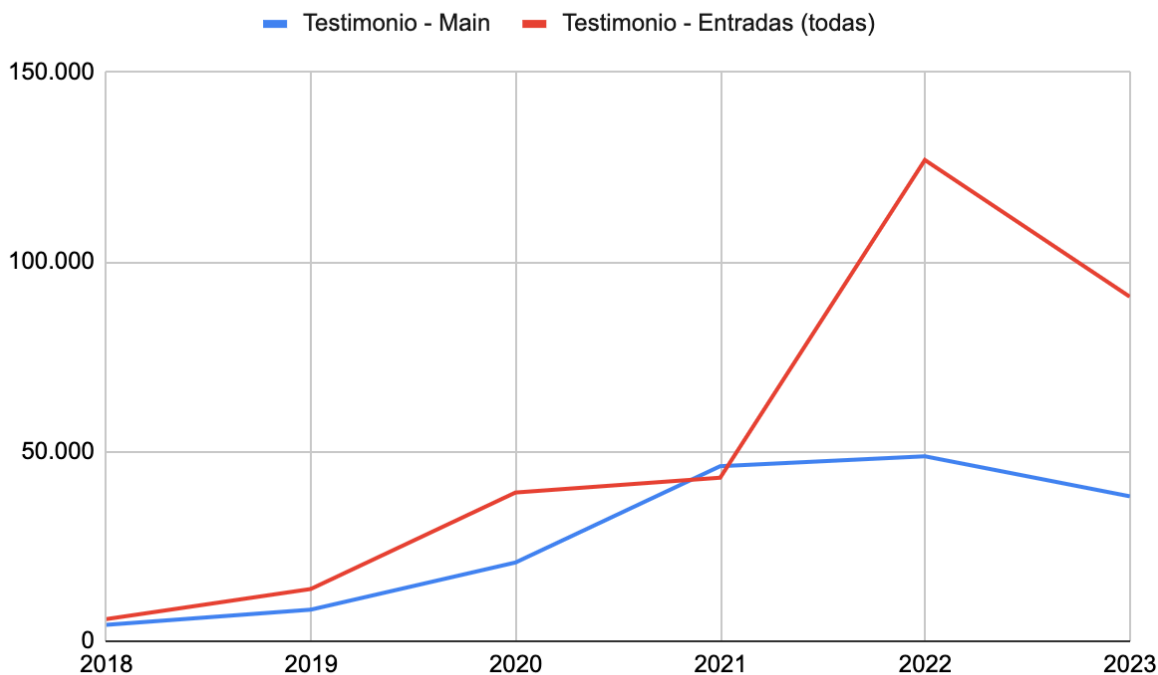
Rendimiento

- 1) Las páginas de testimonios experimentaron una reducción del 26,4% en 2023, después de varios años de crecimiento fuerte.
 - a) La página portal/principal cayó desde 48.658 vistas en 2022 hasta 38.252 en 2023 (-21,4%).
 - b) El número de visitas a las entradas en 2023 también cayó, desde 126.781 hasta 90.912 en 2023 (-28,3%).
 - c) fue de 126.000, a diferencia de tan solo 5.700 hace cinco años. Hubo un aumento de visitas de casi el 200% entre 2021 y 2022, de las cuales, unas 21.000 estuvieron relacionadas con una sola entrada («Carta para el cielo») que fue compartida a través de las redes sociales de la Asociación.

Tabla. Número de visitas a las páginas relacionadas con testimonios, 2019-2023

	2019	2020	2021	2022	2023
Testimonio - Principal	8.214	20.650	46.050	48.658	38.252
<i>Tendencia</i>	95,7%	151,4%	123,0%	5,7%	-21,4%
Testimonio - Entradas	13.642	39.078	42.989	126.781	90.912
<i>Tendencia</i>	139,6%	186,5%	10,0%	194,9%	-28,3%
Total	21.856	59.728	89.039	175.439	129.164
<i>Tendencia</i>	120,9%	173,3%	49,1%	97,0%	-26,4%

Gráfico. Número de visitas a las páginas relacionadas con testimonios, 2019-2023



1.2.5. Apoyo directo

Descripción

Mediante correo electrónico y las redes sociales (mensajes en Facebook e Instagram), la asociación recibe solicitudes de información y apoyo de madres, padres y familiares.

Acciones

- 1) 129 usuarias/os apoyados mediante correo electrónico y mensajería instantánea (principalmente Instagram), de las cuales, unos 15 también recibieron apoyo por teléfono.
- 2) Las solicitudes reflejaron una diversidad de temas relacionados con la nueva Ley de inscripción en el Registro Civil (39), fuentes de apoyo (37), disposición del cuerpo (15), permiso de maternidad/paternidad (10), información variada (9), negligencia médica (5), recuperación de fotografías pre-autopsia (5), entre otros.
- 3) La gran mayoría de los solicitantes fueron madres (102), seguidos por padres (11) y amigas de las familiares (4), entre otros.

Tabla. Número de mensajes recibidos solicitando apoyo según la plataforma de entrada, 2023

Plataforma de entrada	Total
Email	91
Facebook	2
Formulario página web	1
Instagram	33
WhatsApp	2
Total	129

Gráfico. Solicitudes de apoyo directo según la plataforma y el mes de entrada, 2023

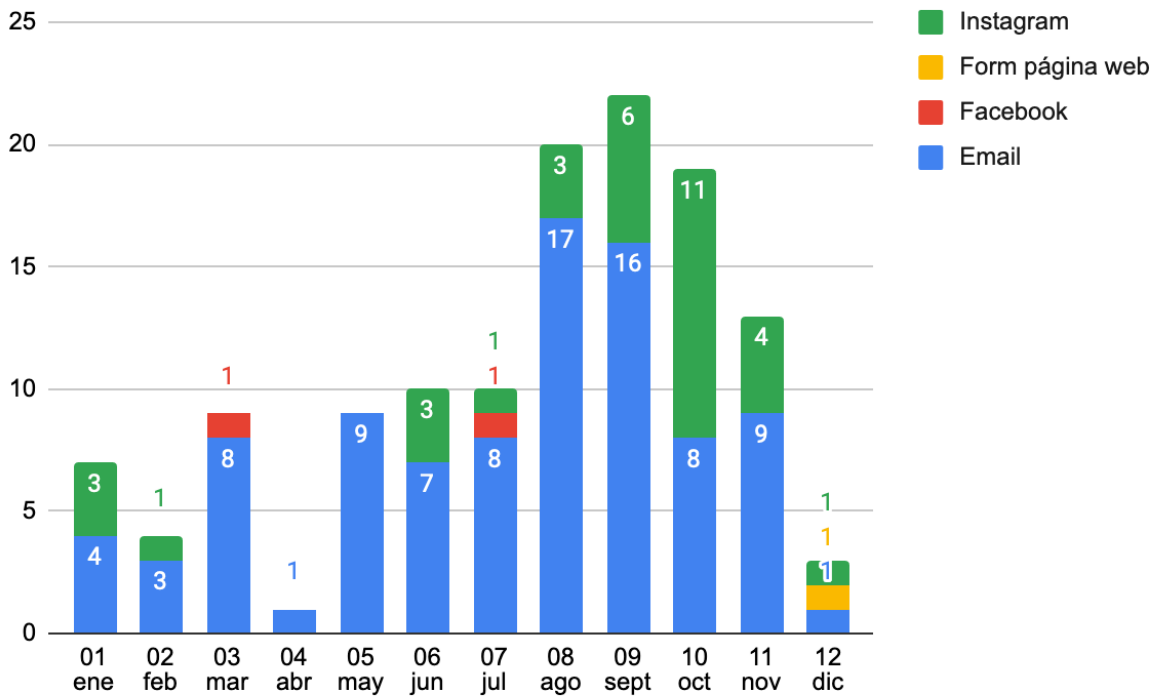


Tabla. Tema de la solicitud de apoyo, 2023

Tema	Total
Inscripción Registro Civil	39
Apoyo	37
Disposición	15
Permiso de maternidad/paternidad	10
Información (varias)	9
Negligencia	5
Fotografías autopsia	5
Disposición histórica	2
Cajas de recuerdo personales	2
Autopsia	2
Ver bebé	1
Asesoramiento clínico	1
Otro	1
Total	129

Tabla. Identidad del solicitante de apoyo, 2023

Solicitante	Total
Madre	102
Padre	11
Amiga	4
No se sabe	3
Otro profesionales (trabajadora social, psicóloga, Cruz Roja), abuel	3
Otro familiares (suegra, sobrina, hermana del padre, hermana de la madre, cuñada, abuela)	6
Total	129

Rendimiento

- El equipo de voluntarios responsables para gestionar las solicitudes de apoyo directo respondieron en una media de 1,1 días desde la recepción del correo electrónico o mensaje.

Tabla. Duración de contestar (en días) según el tema de la solicitud, 2023

Tema	Media de días entre recepción de la solicitud y la respuesta	Número de solicitudes
Otro	4,0	1
Negligencia médica	2,2	5
Información	1,7	9
Inscripción Registro Civil	1,4	39
Disposición	1,3	15
Ver bebé	1,0	1
Asesoramiento clínico	1,0	1
Apoyo	0,8	37
Permiso	0,7	10
Disposición histórica	0,5	2
Autopsia	0,5	2
Fotografías autopsia	0,4	5
Cajas de recuerdo personales	0,0	2
Total	1,1	129

1.2.6. Campañas informativas: Duelo

Descripción

La Asociación hace campañas y mini campañas informativas sobre diferentes aspectos del duelo.

El objetivo de las campañas es mejorar el conocimiento sobre el duelo y fomentar dinámicas o prácticas más adecuadas en las relaciones sociales.

Debido a decisiones estratégicas con respecto al desarrollo de otras actividades, no hubo una campaña sobre duelo en 2023.

Acciones

- 1) Ninguna campaña en 2023.

Rendimiento

- 1) N/A

1.2.7. Campañas informativas: Atención sanitaria y ámbito institucional

Descripción

Es tu derecho.

Si tu bebé nació sin vida hace 5 meses, 5 años o 5 décadas...

... tienes el derecho de solicitar en el Registro Civil el traslado de su inscripción del Legajo de criaturas abortivas al nuevo Archivo de nacidos sin vida, darle nombre y apellido e incluir datos sobre el padre u otro progenitor.

Leer más sobre la nueva Ley 20/2011 del Registro Civil en nuestra página web y los procedimientos a seguir.

15 de octubre
Día internacional de la muerte perinatal

Umamanita 

La Asociación hace campañas o mini campañas informativas sobre diferentes aspectos de la atención sanitaria.

El objetivo de las campañas es mejorar el conocimiento sobre los procedimientos adecuados de la atención sanitaria y los derechos de las mujeres y sus familias con relación a la atención clínica, la atención al duelo y el ámbito institucional.

Acciones

- 1) Una campaña informativa sobre la entrada en vigor en agosto 2023 de la nueva Ley 20/2011 sobre los registros civiles, cuyo efecto retroactivo, permite el traslado de inscripciones en el Legajo de criaturas abortivas al nuevo Archivo de nacidos sin vida. La campaña tuvo lugar durante la Semana de la muerte perinatal y se enfocó en comunicar el derecho a traslado independientemente del año de la muerte.

Tabla. Actividad en las redes sociales y con correo electrónico en las campañas sobre atención sanitaria y el ámbito institucional, 2022

Campaña	Twitter	Facebook	Instagram	Correo electrónico	Total
Derecho al traslado de la inscripción del Registro Civil al Archivo de nacidos sin vida		1	1	1	3

Rendimiento

- En cuanto al impacto de la campaña en las redes de la Asociación (diferenciado de los colaboradores), el rendimiento fue positivo, llegando hasta 5.614 impresiones y 465 interacciones y un grado de interacción del 8,3%. Tal vez, quedó un poco desapercibido en un contexto de mucha actividad en las redes sociales durante la Semana de la muerte perinatal. Se recomienda repetir la campaña periódicamente durante 2024.

Tabla. Rendimiento de las campañas en las redes sociales, 2022

Campaña	Impresiones	Interacciones	Me gusta y reacciones	Comentarios	Compartido	Reproducciones	% Engagement
Derecho al traslado de la inscripción del Registro Civil al Archivo de nacidos sin vida	5.614	465	380	20	52	—	8,3%

ÁREA DE INTERVENCIÓN 2.

HUMANIZACIÓN DE LA ATENCIÓN

Formando y apoyando

2. HUMANIZACIÓN DE LA ATENCIÓN SANITARIA

2.1. Metas generales

- Abogar por la humanización de la atención sanitaria recibida por parte de las familias.
- Organización y/o difusión de iniciativas destinadas a la formación del personal sanitario y demás personas para que éste sea capaz de brindar el necesario apoyo emocional y psicológico y atención clínica a las familias que se ven afectadas por estos casos, incluyendo formaciones propias, organización de jornadas, conferencias, y debates y campañas, entre otros.
- Proposición e impulso de iniciativas que persigan la humanización de las disposiciones jurídicas y de la normativa o procedimientos internos de los centros sanitarios con la finalidad de conciliar sus previsiones con el respeto a la sensibilidad de las familias que se enfrentan.
- Reducir el impacto negativo de la muerte perinatal en los profesionales sanitarios (por ejemplo, problemas de salud mental derivados de trauma) mediante formación, información, autocuidados y la implementación de buenas prácticas en la atención al duelo perinatal.

2.2. Actividades

2.2.1. Formación

Descripción

La Asociación ofrece formaciones a hospitales y otras entidades mediante tres cursos:

- Básico sobre Duelo perinatal y atención sanitaria: 8 horas
- Avanzado sobre Duelo perinatal y atención sanitaria: 12 horas
- El uso de las cajas de recuerdo: 5 horas

Acciones

- 1) Creación de una página portal sobre formaciones para incorporar formaciones en hospitales y la nueva oferta de formaciones online.
- 2) Creación de una nueva oferta de Formación online con un curso introductorio de 8 horas:
 - a) Programa de la formación
 - b) Página web propia
 - c) Lanzamiento de la primera edición de la formación en febrero de 2024
 - d) Promoción de formación en la página web
- 3) Promoción de formaciones en hospitales.
- 4) Administración de solicitudes de información sobre formación.
- 5) Prestación de formaciones en hospitales.

Tabla. Campañas en las redes sociales (publicaciones) y difusión por correo electrónico según plataforma, 2019-2023

	2019	2020	2021	2022	2023
Facebook					4
Instagram					3
Twitter					2
Correo electrónico				1	2
Total					11

Tabla. Campañas en las redes sociales (publicaciones) y difusión por correo electrónico según plataforma, 2019-2023

	2019	2020	2021	2022	2023
Formación en hospitales					1
Formación online					8
Total					9

Rendimiento

- 1) Prestación de 15 formaciones en ocho entidades en 2022 con un total de 294 asistentes, lo que supuso un aumento notable frente al año anterior. Todo el crecimiento en formaciones se relaciona con la presentación de cursos sobre el uso de cajas de recuerdo en la comunidad de Cataluña y dentro del proyecto acordado con la empresa funeraria Altima.

Tabla. Visitas a las páginas de la web sobre formación, 2019-2023

<i>Página</i>	2019	2020	2021	2022	2023
/formacion-en-la-atencion-al-duelo-perinatal/	0	0	0	2.533	4.449
<i>Tendencia</i>					75,6%
/formacion-online-duelo-muerte-perinatal/	0	0	0	0	626
<i>Tendencia</i>					—
/curso-online-introduccion-a-los-principios-de-duelo-perinatal	0	0	0	0	1.898
<i>Tendencia</i>					—
/duelo-y-muerte-en-la-sociedad-contemporanea-formacion-avanzada	0	0	0	0	579
<i>Tendencia</i>					—
/category/recursos/formacion/	3.439	2.625	2.815	1.134	10

<i>Tendencia</i>	31,5%	-23,7%	7,2%	-59,7%	—
Total	3.439	2.625	2.815	3.667	7.562
<i>Tendencia</i>	31,5%	-23,7%	7,2%	30,3%	106,2%

Gráfico. Número de visitas a las páginas relacionadas con formación, 2019-2023

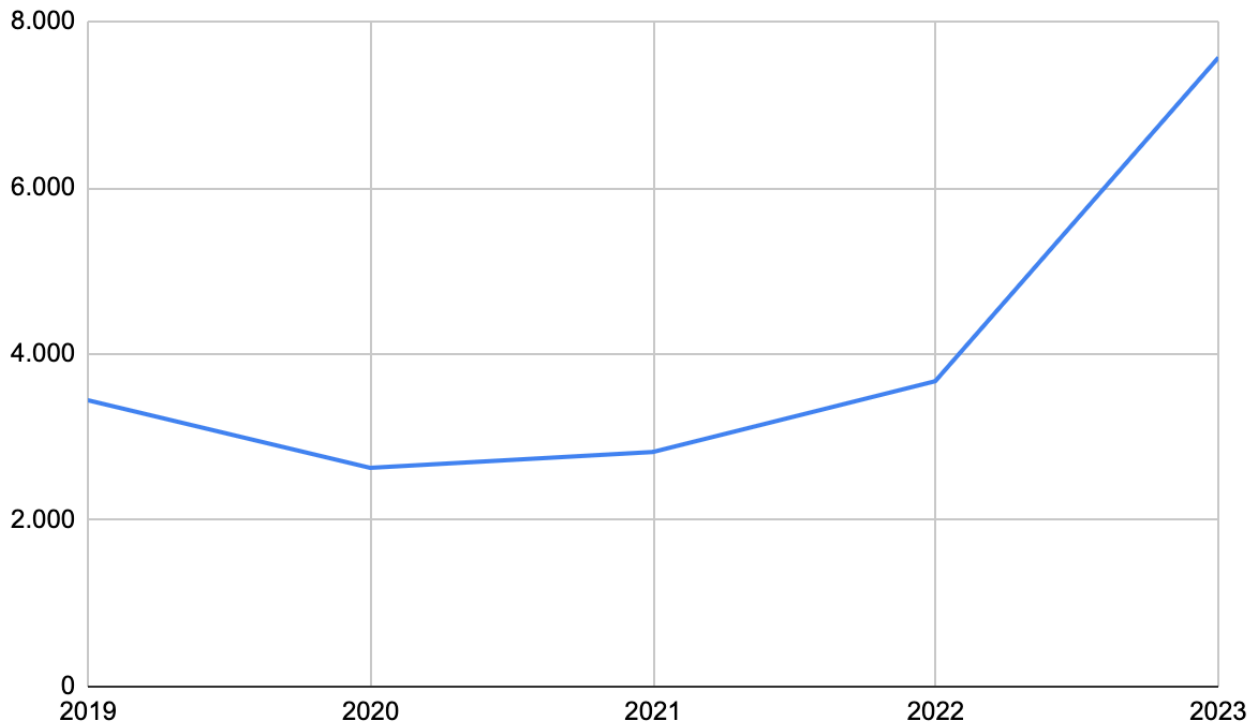


Tabla. Rendimiento de las campañas en las redes sociales, 2023

Campaña	Impresiones	Interacciones	Me gusta y reacciones	Comentarios	Compartido	Reproducciones	% Engagem ent
Formación hospitales	1.300	166	83	5	8	—	12,8%
Formación online	9.384	324	207	7	29	—	3,5%
Total	10.684	490	290	12	37	—	4,6%

Tabla. Formaciones prestadas, 2022

Nombre entidad	Tipo entidad	Provincia	Comunidad	Nombre de la la formación	Duración	Asistentes
Hospital Rafael Méndez	Hospital	Murcia	Murcia	Duelo gestacional y perinatal	8	30
Hospital de Jario	Hospital	Asturias	Asturias	Cajas de recuerdo	2	4
Hospital Universitario Ntra. Sra. de Candelaria y Hospital Universitario Canarias	Hospital	Santa Cruz de Tenerife	Canarias	Duelo gestacional y perinatal	12	50
Hospital Universitario Ntra. Sra. de Candelaria y Hospital Universitario Canarias	Hospital	Santa Cruz de Tenerife	Canarias	Duelo gestacional y perinatal	12	50
Hospital Universitario Ntra. Sra. de Candelaria y Hospital Universitario Canarias	Hospital	Santa Cruz de Tenerife	Canarias	Duelo gestacional y perinatal	12	50
Hospital El Clinc	Hospital	Barcelona	Cataluña	Cajas de Recuerdo	5	30
Hospital El Clinc	Hospital	Barcelona	Cataluña	Cajas de Recuerdo	5	25
Hospital El Clinc	Hospital	Barcelona	Cataluña	Cajas de Recuerdo	5	30
Hospital Universitario General de Villalba	Hospital	Madrid	Madrid	Duelo gestacional y perinatal	8	15
Hospital Universitario Infanta Elena	Hospital	Madrid	Madrid	Duelo gestacional y perinatal	8	10
Hospital Universitario Rey Juan Carlos	Hospital	Madrid	Madrid	Duelo gestacional y perinatal	8	25
Hospital de Manacor	Hospital	Baleares	Baleares	Duelo gestacional y perinatal	12	24
Hospital Universitario de Getafe	Hospital	Madrid	Madrid	Duelo gestacional y perinatal	8	30
Hospital Universitario Ntra. Sra. de Candelaria y Hospital Universitario Canarias	Hospital	Santa Cruz de Tenerife	Canarias	Duelo gestacional y perinatal	12	30
Hospital de Mataró	Hospital	Barcelona	Barcelona	Duelo gestacional y perinatal	12	32
Total					129	435

Tabla. Formaciones prestadas según tipo de entidad, 2019-2023

	2019	2020	2021	2022	2023
Asociaciones y colegios de profesionales	1				
Consejerías			3	3	
Hospitales	4		1	12	15
Total	5		4	15	15

Tabla. Formaciones prestadas según el enfoque de la formación, 2019-2023

	2019	2020	2021	2022	2023
Cajas de recuerdo	1			11	4
Duelo gestacional y perinatal	4		4	4	11
Total	5		4	15	15

Tabla. Formaciones prestadas según la Comunidad Autónoma de la entidad, 2019-2023

	2019	2020	2021	2022	2023
Asturias					1
Baleares					1
Barcelona					1
Canarias					4
Castilla y León				1	
Cataluña	2		1	9	3
Madrid	1			1	4
Murcia			3	3	1
Navarra				1	
Total	5		4	15	15

Tabla. Profesionales formados según tipo de entidad, 2021-2023

	2021	2022	2023
Asociaciones y colegios de profesionales			
Consejerías	62	75	
Hospitales	25	219	435
Total	87	294	435

Gráfico. Número de profesionales sanitarios formados (hospitales y consejerías), 2021-2023

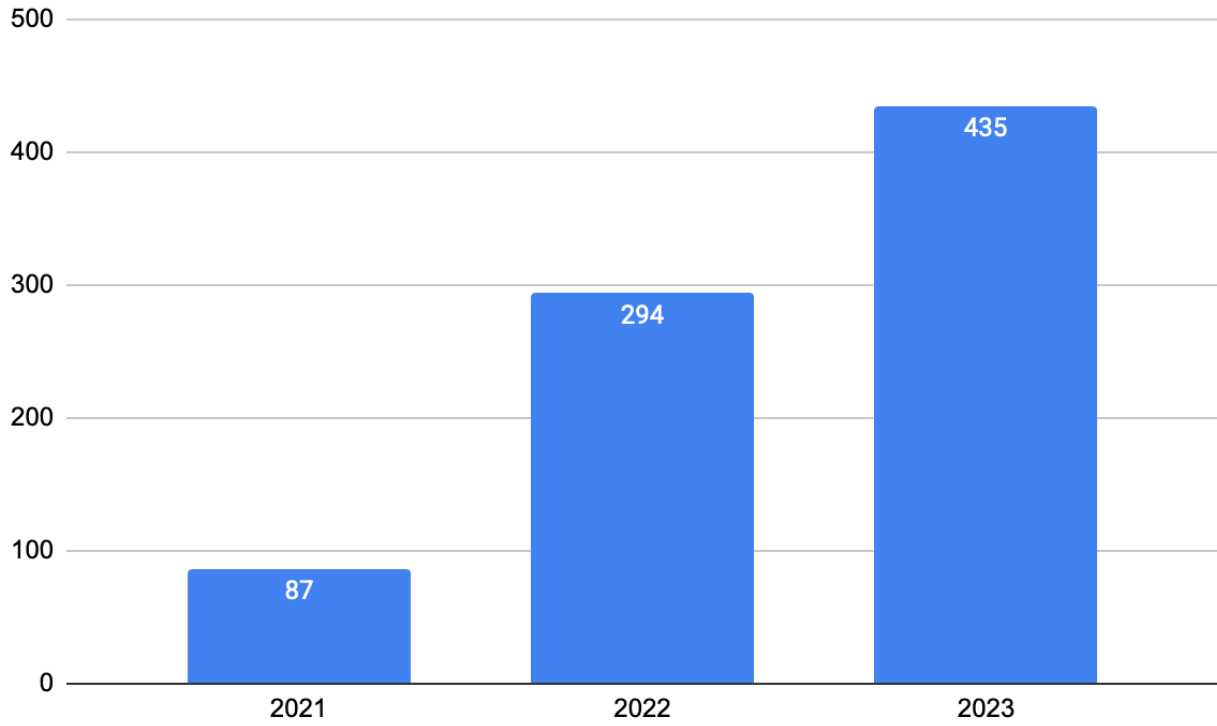
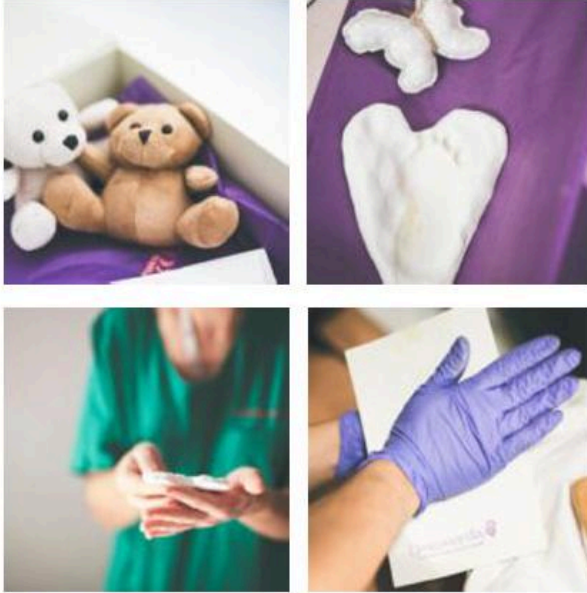


Tabla. Organización de jornadas y congresos, 2019-2023

	2019	2020	2021	2022	2023
Jornadas					
Congresos nacionales					
Congresos internacionales	1				

2.2.2. Proyecto Cajas de Recuerdo

Descripción



Para ayudar a fomentar la práctica de ofrecer objetos de recuerdo y fotografías a madres y padres en los hospitales españoles, la Asociación ha creado sus propias cajas de recuerdo, compuestas de objetos, recursos y folletos informativos. Lo que se pretende conseguir con las cajas de recuerdo no es que las familias salgan del hospital con «al menos» un recuerdo, sino que se lleven el máximo número de recuerdos que deseen. Las cajas de recuerdo de Umamanita tienen una dimensión de 40 cm x 30 cm x 8 cm y contienen documentos informativos y objetos que ayudarán a aprovechar el tiempo que las madres y padres elijan pasar con su bebé, para cuidar de él/ella y crear recuerdos.

Acciones

- 1) Promover el proyecto mediante la página web (posicionamiento en la portada/página de inicio y actualización de contenido).
- 2) Promover el proyecto mediante redes sociales y correo electrónico: 16 promociones, principalmente relacionadas con la solicitud de colaboraciones en la elaboración de mantas para las cajas de recuerdo.
- 3) Desarrollo y gestión de la colaboración con la empresa funeraria Altima para la entrega de cajas de recuerdo y formación en los hospitales participantes en la Comunidad Autónoma de Cataluña (entre 2022 y 2023).

Tabla. Visitas a la página web del proyecto, 2019-2023

	2019	2020	2021	2022	2023
Visitas página proyecto	6.601	6.383	7.900	10.520	7.500
<i>Tendencia</i>	80,4%	-3,3%	23,8%	33,2%	-28,7%

Tabla. Campaña en las redes sociales (publicaciones) y difusión por correo electrónico, 2019-2023

	2019	2020	2021	2022	2023
Cajas de recuerdo					
Facebook					
Instagram					1
Twitter	2		4		
Correo electrónico				1	1
Objetos y recuerdos físicos					
Facebook			4		
Instagram			4		
Twitter					
Correo electrónico					
Colaborar en la elaboración de Cajas de recuerdo					
Facebook					5
Instagram					5
Twitter					4
Correo electrónico					
Total	2		12	1	16

Rendimiento

- 1) Las campañas en las redes sociales en relación con la colaboración para elaborar mantas para las Cajas de recuerdo tuvieron bastante éxito, con 63.027 impresiones y 1.857 interacciones. Esto se vio reflejado en el número de visitas a la sección de la web que contiene información sobre cómo colaborar en la confección de mantas, con un total de 1.618 visitas, y en el número de mantas recibidas a lo largo de 2023, un total de 287 mantas.
- 2) Entrega de 156 cajas de recuerdo, una subida del 38,1% frente al año anterior.
- 3) Prestación de formación especializada en el uso de cajas de recuerdo en dos hospitales (4 sesiones y 89 profesionales sanitarios).

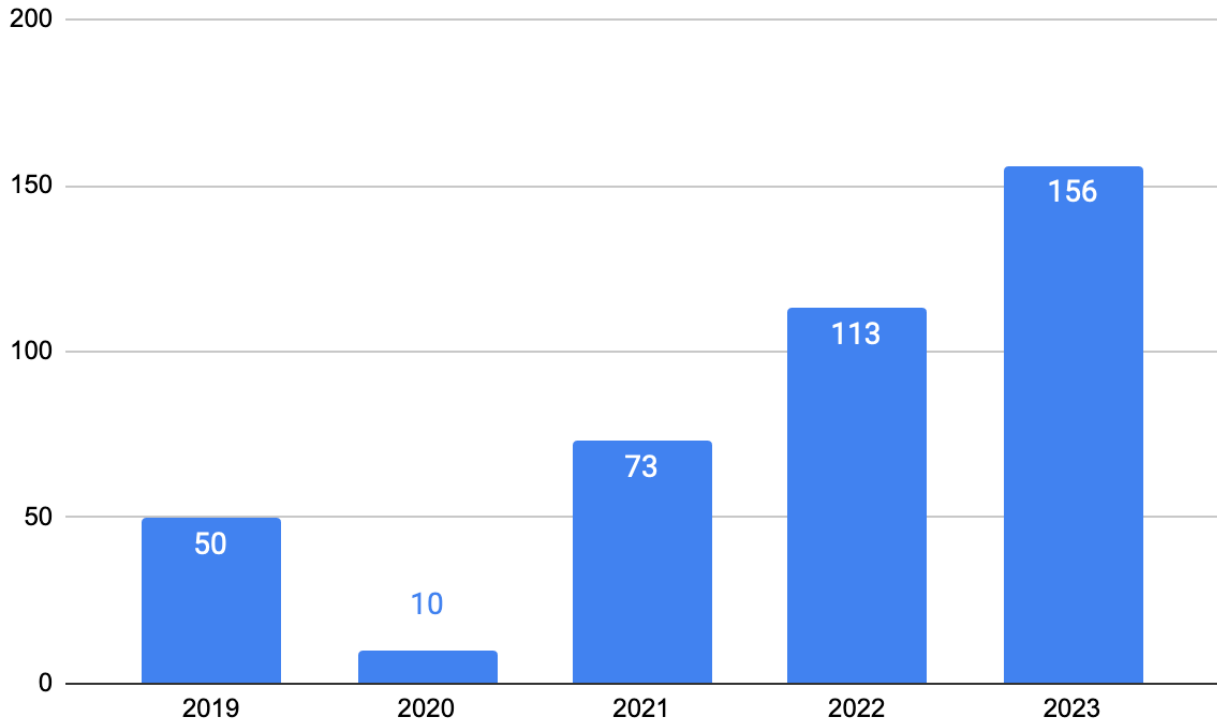
Tabla. Rendimiento de la campaña en las redes sociales (publicaciones) y difusión por correo electrónico, 2019-2023

	2019	2020	2021	2022	2023
Cajas de recuerdo					
Impresiones	608		6.153		63.027
Interacciones	49		482		1.857
Reacciones y me gusta	15		61		1.199
Comentarios	0		0		76
Compartido	0		39		180
% engagement	8,1%		7,9%		2,9%
Objetos y recuerdos físicos					
Impresiones			28.100		
Interacciones			2.327		
Reacciones y me gusta			1.548		
Comentarios			96		
Compartido			76		
% engagement			8,3%		

Tabla. Entrega de cajas de recuerdo en hospitales según comunidad autónoma, 2019-2023

Comunidad	2019	2020	2021	2022	2023
Cataluña	50	6	70	84	126
Madrid				5	20
País Vasco				20	
Castilla y León		4	3	4	8
Asturias					2
Total	50	10	73	113	156
<i>Tendencia</i>		-80,0%	630,0%	54,8%	38,1%

Gráfico. Entrega de cajas de recuerdo en hospitales, 2019-2023



2.2.3. Proyecto Folletos

Descripción

Sentimos mucho que tu nieto/nieta haya muerto.

La muerte de un bebé no es dura sólo para la madre/el padre. Lo es también para los abuelos y abuelos maternos y paternos. Para todos tiene la inmensa desgracia de aportar informaciones de cómo se pueden sentir estos miembros de la familia y cómo pueden ayudar a sus hijos, hijas, suecos/suecas en este momento.

LAS MADRES/LOS PADRES

Nada ni nadie les puede preparar para la muerte de su bebé. Todos sus planes para el futuro han desaparecido y en poco tiempo tienen que asumir este hecho que la vida les ha dado.

Tanto las madres como los padres sentirán una mezcla de emociones: desde el shock, la culpabilidad (es común que se sientan culpables por algo que hicieron o no hicieron durante el embarazo), el aislamiento (parece que nadie entiende lo que están sintiendo), angustia (porque parece que todo el mundo está embarazado y empujando un carrito) hasta la ira.

A su vez pueden sentir otras emociones, como por ejemplo hacer un envío a lo que ha pasado y sentir mucho amor y cariño por su bebé.

CONTACTO
WWW.UMAMANITA.ES
INFO@UMAMANITA.ES

Umamanita
Siempre con la mano siempre a tu lado

Umamanita es una Asociación sin ánimo de lucro registrada en el Registro Nacional de Asociaciones con número 200879

Impresión en papel reciclado



ABUELAS Y ABUELOS

Umamanita
Siempre con la mano siempre a tu lado

Umamanita ha elaborado 10 trípticos/folletos que proporcionan información para las madres, los padres y sus familiares en relación a la atención sanitaria y experiencias de duelo.

Los folletos están disponibles en formato impreso a petición de hospitales o pueden descargarse directamente desde la página web. Además, la Asociación incluye una copia de cada folleto en cada caja de recuerdo que prepara.

Acciones

- 1) Administrar el proyecto (solicitudes y envíos)
- 2) Promocionar el proyecto por correo electrónico
- 3) Revisar la redacción de todos los folletos

Tabla. Campaña de promoción del proyecto «Folletos» en las redes sociales (publicaciones) y por correo electrónico, 2019-2023

	2019	2020	2021	2022	2023
Facebook					
Instagram					
Twitter					
Correo electrónico					1
Total					1

Rendimiento

- 1) En 2022, se realizaron 5.571 visitas a la página web del proyecto, lo que supuso un aumento del 28,1% con respecto a 2021.
- 2) En total, se enviaron 1.664 folletos a hospitales en formato impreso, de los cuales 1.404 fueron incluidos en cajas de recuerdo y el resto se envió directamente.
- 3) En total, los 9 ejemplares de folletos se descargaron 1.982 veces, lo que supuso un aumento del 73,1% frente a 2021.
- 4) El trabajo de revisión de folletos se completó en un 95% en 2023.

Tabla. Visitas a la página web del proyecto, 2021-2023

	2021	2022	2023
Visitas página proyecto	1.788	4.350	5.571
<i>Tendencia</i>		143,3%	28.1%

Tabla. Entregas de folletos impresos a hospitales, 2019-2022

Folletos	2019	2020	2021	2022	2023
Envíos directos					
El duelo			121	124	70
Conocer a tu bebé			111	164	70
Llegar a casa			121	74	20
Duelo y otros hijos			121	61	20
Fotografiar a tu bebé			111	54	20
Amigos y familiares			181	74	20
Abuelas y abuelos			181	74	20
Decidir sobre autopsia			99	65	20
Cajas de recuerdo			14	4	
Derechos			113	55	
Subtotal			1.173	749	260
Incluidos en cajas de recuerdo					
El duelo	50	10	73	113	156
Conocer a tu bebé	50	10	73	113	156
Llegar a casa	50	10	73	113	156
Duelo y otros hijos	50	10	73	113	156
Fotografiar a tu bebé	50	10	73	113	156
Amigos y familiares			73	113	156
Abuelas y abuelos			73	113	156
Decidir sobre autopsia	50	10	73	113	156
Cajas de recuerdo	50	10	73	113	156
Derechos	25	10	73	113	
Subtotal	375	80	730	1.130	1.404
Total	375	80	1.903	1.879	1.664
Tendencia		-78,7%	2278,8%	-1,3%	-11,4%

Gráfico. Folletos impresos entregados en hospitales, 2019-2022

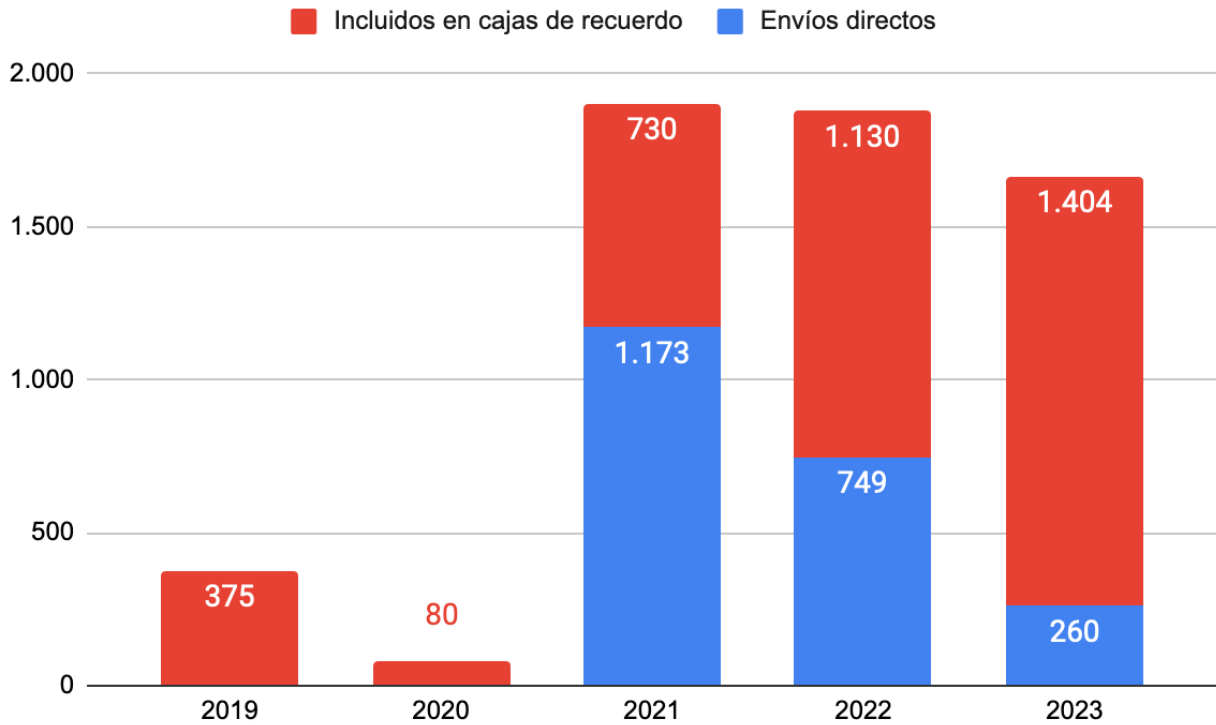


Tabla. Descargas de folletos de la página web, 2019-2022

Folletos	2019	2020	2021	2022	2023*
El duelo	44	12	148	201	
Conocer a tu bebé	36	10	126	193	
Llegar a casa	25	6	77	192	
Duelo y otros hijos	23	3	79	128	
Fotografiar a tu bebé	21	6	63	112	
Amigos y familiares			70	110	
Abuelas y abuelos			59	106	
Decidir sobre autopsia		5	72	103	
Total	149	42	694	1.145	1.982
<i>Tendencia</i>		-71,8%	1552,4%	65,0%	73,1%
Proporción descargas por visitas			38,9%	26,3%	35,6%

*Debido a cambios en Google Analytics 4 en 2023, no fue posible hacer un recuento de las descargas de folletos individuales

2.4.4. Información relativa a las buenas prácticas en la atención sanitaria

Descripción

La página web no dispone de páginas dedicadas a buenas prácticas, sino «Categorías» que recogen distintas páginas o entradas que tratan cada tema; no obstante, desde 2022 incluye un menú dedicado a «Profesionales». En este sentido, el público objetivo de este contenido es principalmente profesionales sanitarios, lo cual no significa que esta información no sea relevante para otros usuarios.

Acciones

- 1) Ninguna acción concreta en 2023.

Rendimiento

- 1) Visitas, descargas y tendencia general:
 - a) Visitas a las páginas relacionadas con buenas prácticas en la atención sanitaria: representan el 4,6% de todas las visitas a páginas, frente al 5,9% en 2022 y al 8,1% en 2021.
 - b) La tendencia general es la consolidación de una reducción de visitas a estas páginas desde 2022. De hecho, estas páginas han experimentado una caída del casi el 50% en dos años, pasando de 39.909 visitas a 21.653.
 - c) Descargas: en 2023, se realizaron un total de 1.719 descargas de materiales de las páginas web que tratan de buenas prácticas, frente a las 1.834 descargas durante 2022. La tendencia general es a la baja.
- 2) Contenido popular:
 - a) Las páginas que tratan de autopsia (5.946 visitas), parto (3.406), evidencia empírica recopilada por Umamanita (3.739) y guías y protocolos (1.908) son las más visitadas.
 - b) Las temáticas más descargadas en 2022 fueron: buenas prácticas - autocuidado del profesional (663 veces), guías y protocolos (430 veces) y evidencia empírica recopilada por Umamanita (376 veces).

Tabla. Visitas a las páginas de la web relativas a buenas prácticas en la atención sanitaria, 2019-2023

	2019	2020	2021	2022	2023
Atención - Buenas prácticas (Autocuidado)	515	359	344	357	663
<i>Tendencia</i>	21,2%	-30,3%	-4,2%	3,8%	85,7%
Atención - Buenas prácticas (Autopsia)	9.119	8.388	6.904	7.296	5.946
<i>Tendencia</i>	428,9%	-8,0%	-17,7%	5,7%	-18,5%
Atención - Buenas prácticas (Cuidados paliativos)	1.459	587	476	232	99
<i>Tendencia</i>	30,0%	-59,8%	-18,9%	-51,3%	-57,3%
Atención - Buenas practicas (Disposición)	748	763	962	835	554
<i>Tendencia</i>	179,1%	2,0%	26,1%	-13,2%	-33,7%
Atención - Buenas prácticas (Duelo)	1.171	1.155	1.360	1.484	1.406
<i>Tendencia</i>	104,0%	-1,4%	17,7%	9,1%	-5,3%
Atención - Buenas prácticas (Guías y protocolos)	4.688	3.867	4.925	3.495	1.980
<i>Tendencia</i>	72,0%	-17,5%	27,4%	-29,0%	-43,3%
Atención - Buenas prácticas (Lactancia)	4.392	2.985	2.414	2.432	1.146
<i>Tendencia</i>	171,3%	-32,0%	-19,1%	0,7%	-52,9%
Atención - Buenas prácticas (Parto)	6249	5407	5947	4.124	3.406
<i>Tendencia</i>	278,7%	-13,5%	10,0%	-30,7%	-17,4%
Atención - Buenas prácticas (Próximo embarazo)	2074	2263	1823	1.066	915
<i>Tendencia</i>	225,1%	9,1%	-19,4%	-41,5%	-14,2%
Atención - Evidencia empírica	6717	3840	12466	8.428	3.729
<i>Tendencia</i>	-65,7%	-42,8%	224,6%	-32,4%	-54,1%
Atención - Recursos	2453	1793	2288	857	1.809
<i>Tendencia</i>	68,7%	-26,9%	27,6%	-62,5%	111,1%
Total	39.585	31.407	39.909	30.606	21.653
<i>Tendencia</i>	24,6%	-20,7%	27,1%	-23,3%	-28,5%
% de todas las páginas	9,4%	7,1%	8,1%	5,9%	4,6%

Tabla. Descargas de la página web, 2019-2023

Temas	2019	2020	2021	2022	2023
Atención (Buenas prácticas)	255	211	283	336	526
Atención - Evidencia empírica (Artículos ISA)	0	0	24	19	0
Atención - Buenas prácticas (Aprendizajes BCN 2017)	42	38	22	18	8
Atención - Buenas prácticas (Revista MDP)	227	180	180	145	210
Atención - Buenas prácticas (Bibliografías)	420	437	185	157	132
Atención - Evidencia empírica (Artículos/tesis)	0	0	259	284	37
Atención - Evidencia empírica (Informe Umamanita)	994	474	526	379	376
Atención - Buenas prácticas (Guías y protocolos)	452	494	576	496	430
Total	2.390	1.834	2.055	1.834	1.719
<i>Tendencia</i>	<i>-18,0%</i>	<i>-23,3%</i>	<i>12,1%</i>	<i>-10,8%</i>	<i>-6,2%</i>

2.4.6. Guías, estándares y calidad

Descripción

Desde la publicación en 2010 de la Guía de Atención a la Muerte Perinatal en colaboración con El Parto es Nuestro, la Asociación no ha publicado ninguna actualización, aunque se reconoce su necesidad.

Acciones

Ninguna.

Rendimiento

La guía actual sigue teniendo repercusión. En 2023, se descargó 248 veces y se citó hasta en 80 ocasiones en total en Google Scholar, con 11 citas adicionales en el año 2023.

Tabla. Descargas de la guía de atención, 2019-2023

	2019	2020	2021	2022	2023
Descargas	271	370	482	341	248
<i>Tendencia</i>	105,3%	36,5%	30,3%	-29,3%	-27,3%

Tabla. Citas en Google Scholar, 2019-2023

	≤2019	2020	2021	2022	2023	Total
Citas	10	8	9	18	11	80
<i>Tendencia</i>		-20,0%	12,5%	100,0%	-38,9%	

ÁREA DE INTERVENCIÓN 3.

PREVENCIÓN DE LA MORTALIDAD PERINATAL

Luchando para detener lo prevenible

3. PREVENCIÓN DE LA MORTALIDAD PERINATAL

3.1. Metas generales

- Reducir la tasa de mortalidad perinatal en España y globalmente mediante campañas de concienciación sobre factores de riesgo e investigación.
- Organización y/o difusión de iniciativas destinadas a la formación del personal sanitario para que tenga el conocimiento y las habilidades para crear circuitos sanitarios que ayuden a reducir la tasa de mortalidad.

3.2. Actividades

3.2.1. Prevención de la mortalidad perinatal general

Acciones

- 1) Ninguna acción específica enfocada en la reducción de la mortalidad mediante campañas en las redes sociales.
- 2) Análisis estadístico de los datos de muerte perinatal del Instituto Nacional de Estadística para crear 4 gráficos que explican la totalidad de muertes anuales en España, las tendencias generales y los grupos sociales que experimentan en mayor medida la muerte perinatal: véase sección 5.2.2.
- 3) Difusión de estadísticas de mortalidad mediante la página web: véase sección 5.2.2.

Rendimiento

- 1) La página portal de prevención tuvo 957 visitas en 2023, una cantidad bastante modesta pero superior que en 2022.

Tabla. Visitas a la página portal de prevención, 2022-2023*

Página	2019	2020	2021	2022	2023
prevencion-de-la-muerte-intrauterina-y-perinatal/				449	957
<i>Tendencia</i>					131,1%-

*Página creado en 2022

3.2.2. Campaña - Dormir de lado

Descripción



Esta campaña de prevención de la mortalidad intrauterina incluye dos iniciativas para promover esta práctica: un vídeo para aconsejar sobre cómo dormir de lado y una página para dar respuesta a preguntas frecuentes.

Acciones

- 1) Ninguna acción concreta en 2022.

Tabla. Campaña en las redes sociales (publicaciones) y difusión por correo electrónico, 2019-2023

	2019	2020	2021	2022	2023
Facebook					
Instagram					
Twitter					
Correo electrónico					
Total	—	—	—	—	—

Rendimiento

- 1) En total, las páginas de la campaña recibieron 13.952 visitas en 2023, lo que supone un aumento del 15,5% con respecto al año anterior. Se trata de un rendimiento relativamente positivo dada la ausencia de campañas de comunicación.
- 2) En total, las páginas de la campaña alcanzaron unas 459.743 impresiones en Google, lo que supone un aumento del 135,4% con respecto a 2022. Esto se traduce en un aumento de clics del 57,1% (4.866 clics en 2023 frente a 3.098 en 2022), lo que explica las mejoras en el rendimiento de la página.

Tabla. Visitas a la página web de la campaña, 2019-2023

Página	2019	2020	2021	2022	2023
/dormir-de-lado-embarazo-preguntas-respuestas/	0	0	0	8.516	12.485
<i>Tendencia</i>				—	46,6%
/dormir = /dormir-de-lado-durante-el-embarazo/	7.717	17.110	7.572	2.207	1.214
<i>Tendencia</i>	147,3%	121,7%	-55,7%	-70,9%	-45,0%
/campana-dormir-de-lado-nota-de-prensa/	186	109	303	910	0
<i>Tendencia</i>	-90,9%	-41,4%	178,0%	200,3%	—
/video-de-la-campana-dormir-de-lado/	2.365	3.177	598	274	253
<i>Tendencia</i>	-30,3%	34,3%	-81,2%	-54,2%	-7,7%
/category/dormir-de-lado/	80	535	309	141	0
<i>Tendencia</i>	-56,5%	568,8%	-42,2%	-54,4%	—
/campana-dormir-de-lado-toolkit/	68	33	57	24	0
<i>Tendencia</i>	-34,0%	-51,5%	72,7%	-57,9%	—
/tag/dormir-de-lado/	511	28	120	9	0
<i>Tendencia</i>	-40,3%	-1725,0%	76,7%	—	—
Total	10.927	20.992	8.959	12.081	13.952
<i>Tendencia</i>	14,3%	92,1%	-57,3%	34,8%	15,5%

Tabla. Rendimiento de promociones en las redes sociales, 2019-2023

	2019	2020	2021	2022	2023
Impresiones					
Interacciones					
Me gusta y reacciones					
Comentarios					
Compartido o retweets					
Total	—	—	—	—	—

Tabla. Rendimiento en búsquedas de Google: Impresiones y clics, 2022-2023

	2022			2023		
	Impresiones	clics	CTR (% clics)	Impresiones	clics	CTR (% clics)
https://www.umamanita.es/dormir-de-lado-durante-el-embarazo/	42.128	476	1,1%	21.966	187	0,9%
https://www.umamanita.es/dormir-de-lado-embarazo-preguntas-respuestas/	152.345	2.571	1,7%	379.198	4.613	1,2%
https://www.umamanita.es/dormir-de-lado-embarazo-preguntas-respuestas/#¿Puedo_dormir_de_espaldas_durante_el_embarazo?			—	28.800	6	0,0%
https://www.umamanita.es/dormir-de-lado-embarazo-preguntas-respuestas/#¿Y_si_me_despierto_de_espaldas_durante_la_noche?			—	28.215	9	0,0%
https://www.umamanita.es/wp-content/uploads/2018/06/ToolkitDormirDeLado.pdf	617	46	7,5%	950	43	4,5%
https://www.umamanita.es/campana-dormir-de-lado-embarazo-nota-de-prensa/	210	5	2,4%	614	8	1,3%
Total	195.300	3.098	1,6%	459.743	4.866	1,1%

Tabla. Rendimiento búsquedas de Google: posicionamiento, 2022

Campaña	Búsqueda	Posición (feb 2023)	Posición (feb 2024)
Dormir de lado	dormir lado tercer trimestre	1	1
Dormir de lado	dormir lado derecho tercer trimestre	2	2
Dormir de lado	dormir de lado embarazo	4	8
Dormir de lado	dormir lado izquierda tercer trimestre	5	4
Dormir de lado	dormir de lado derecha embarazo	7	4
Dormir de lado	dormir de lado izquierda embarazo	12	9

3.2.3. Campaña - Los movimientos cuentan

Descripción

LOS MOVIMIENTOS CUENTAN



Esta campaña tiene como objetivo informar y concienciar a las mujeres embarazadas, los profesionales de la salud y la sociedad en general sobre la importancia de los movimientos del bebé en el último trimestre del embarazo.

Incluye tres iniciativas para promover esta práctica: un vídeo para aconsejar sobre los movimientos del bebé, una página para dar respuesta a preguntas frecuentes y un cartel informativo.

Acciones

- 1) Ninguna acción concreta en 2022.

Tabla. Campaña en las redes sociales (publicaciones) y difusión por correo electrónico, 2019-2023

	2019	2020	2021	2022	2023
Facebook			4	1	
Instagram			4	1	
Twitter			2	1	
Correo electrónico				1	
Total			10	4	0

Rendimiento

- 1) En total, las páginas de la campaña recibieron 5.003 visitas en 2023, una reducción muy notable del 72,5% respecto al año anterior.
- 2) El cartel de la campaña se descargó 236 veces de la página web, un descenso del 66,6% respecto al año anterior.
- 3) En total, las páginas de la campaña alcanzaron unas 159.068 impresiones en Google, una reducción muy notable del 61,5% frente al año anterior.
- 4) En cuanto al posicionamiento en búsquedas de Google, ninguna página de la campaña ha conseguido posicionarse entre los cinco primeros resultados y se aprecia un empeoramiento de posicionamiento frente a 2022, a pesar de intentos de mejorar el SEO de la campaña.

Tabla. Visitas a la página web de la campaña, 2019-2023

Página	2019	2020	2021	2022	2023
/movimientos-bebe = /movimientos-bebe-embarazo/	0	0	16.775	15.999	5.003
<i>Tendencia</i>				-4,6%	-68,7%
/los-movimientos-de-tu-bebe-durante-el-embarazo-preguntas-frecuentes/	0	0	0	1.076	1.909
<i>Tendencia</i>					77,4%
/los-movimientos-cuentan/ = /los-movimientos-bebe-embarazo-video/	0	0	2.611	989	617
<i>Tendencia</i>				-62,1%	-37,6%
/posicionamiento-de-isa-monitorizacion-de-movimientos-fetales/	80	39	291	144	88
<i>Tendencia</i>	-13,0%	-51,3%	646,2%	-50,5%	-38,9%
Total	80	39	19.677	18.208	5.003
<i>Tendencia</i>	-	-	-	-7,5%	-72,5%

Tabla. Rendimiento de promociones en las redes sociales, 2021-2023

	2019	2020	2021	2022	2023
Impresiones			516.221	6.354	—
Interacciones			59.176	626	—
Me gusta y reacciones			8.795	248	—
Comentarios			487	10	—
Compartido o retweets			2.134	23	—
% engagement			11,5%	9,9%	—

Tabla. Descargas cartel «Los movimientos cuentan», 2021-2022

	2019	2020	2021	2022	2023
Total			545	707	236
<i>Tendencia</i>				29,7%	-66,6%

Tabla. Rendimiento en búsquedas de Google: Impresiones y clics, 2022-2023

	2022			2023		
	Impresiones	clics	CTR (% clics)	Impresiones	clics	CTR (% clics)
https://www.umamanita.es/los-movimientos-bebe-embarazo-video/	4.026	10	0,2%	4.028	15	0,4%
https://www.umamanita.es/los-movimientos-cuantan/	404	39	9,7%			
https://www.umamanita.es/los-movimientos-de-tu-bebe-durante-el-embarazo-preguntas-frecuentes/	2.003	7	0,3%	25.046	505	2,0%
https://www.umamanita.es/movimientos-bebe-embarazo/	367.283	4.244	1,2%	128.354	1.108	0,9%
https://www.umamanita.es/posicionamiento-de-isa-monitorizacion-de-movimientos-fetales/	1.137	28	2,5%	1.640	38	2,3%
Total	374.853	4.328	1,2%	159.068	1.666	1,0%

Tabla. Rendimiento búsquedas de Google: posicionamiento, 2022-2023

Búsqueda	Posición (feb 2023)	Posición (feb 2024)
reducción movimiento feto embarazo	6	8
reducción movimiento feto tercer trimestre	6	9
disminución movimiento bebe tercer trimestre	7	11
disminución movimiento feto embarazo	8	11
disminución movimiento bebe embarazo	9	10
movimiento fetal tercer trimestre	10	—
bebe se mueve menos tercer trimestre	11	42
movimiento fetal embarazo	14	23
movimientos bebe embarazo	15	9
movimiento feto tercer trimestre	18	45
movimiento bebe tercer trimestre	22	—
movimiento feto embarazo	23	7

ÁREA DE INTERVENCIÓN 4.

CONCIENCIACIÓN Y EL ÁMBITO JURÍDICO

Sensibilizando

4. CONCIENCIACIÓN Y ÁMBITO JURÍDICO

4.1. Metas generales

- Contribuir a promover la sensibilización de la sociedad sobre la particular situación que han de afrontar las mujeres y sus familias que viven una experiencia de muerte gestacional o neonatal y sobre la necesidad de apoyo y reconocimiento adecuados en dichos casos.
- Concienciar a la sociedad en general sobre la muerte gestacional y neonatal, así ayudando a que la muerte de un bebé deje de ser un tabú y que las familias dejen de ser estigmatizadas.
- Promover el desarrollo de legislación, políticas y estrategias adecuadas para el apoyo a personas en duelo y la reducción de la mortalidad perinatal.
- Impulsar iniciativas que permitan adecuar las normas del ordenamiento jurídico español.

4.2. Actividades

4.2.1. Iluminación de edificios y monumentos para el 15 de octubre y actividades de concienciación sobre la muerte y el duelo perinatal

Descripción



Proyecto/campaña colaborativa entre varias asociaciones de apoyo a la muerte perinatal que pretende conseguir que los ayuntamientos municipales iluminen edificios y monumentos en reconocimiento del Día Internacional de la Muerte Perinatal, una campaña de sensibilización internacional (*International Babyloss Day*).

Acciones

- 1) Organización de una campaña de solicitar a 426 ayuntamientos que iluminen monumentos para la semana/día de la muerte perinatal. Fue el primer año que Umamanita se involucró directamente en la campaña más allá de organizar la iluminación de la Plaza de Cibeles. Las solicitudes se enfocaron en comunidades con pocas iluminaciones en años anteriores o las con socias/voluntarias de la asociación activas.
- 2) Campaña de animar las personas particulares a solicitar a su ayuntamiento que iluminen un monumento para la semana/día de la muerte perinatal, incluidas las siguientes acciones:
 - a) Traducción de la carta modelo rellenable español a gallego, catalán y euskera y su publicación en la página web en formato Word y PDF.
 - b) Promoción de la iniciativa en la página web: actualización de la página y posicionamiento en la portada/página de inicio
 - c) Promoción de la iniciativa en las redes sociales y por correo electrónico a la lista de difusión

- d) Creación de una galería en la página web para la publicación de monumentos iluminados en 2023
- 3) Desarrollo y lanzamiento de la campaña «Estar, escuchar, no juzgar, apoyar» para concienciar sobre la importancia del apoyo social tras la muerte perinatal:
<https://www.umamanita.es/15-de-octubre-dia-internacional-de-la-muerte-perinatal-por-que-es-necesario-sensibilizar-y-concienciar/>
- 4) Desarrollo y lanzamiento de la campaña “mortalidad perinatal” para concienciar sobre la realidad de las tasas de mortalidad perinatal en España en relación con el impacto total en la población y el impacto desigual entre algunos grupos sociales:
<https://www.umamanita.es/instantanea-de-la-mortalidad-gestacional-y-perinatal-en-espana/>
- 5) Creación de un formulario y página para que las madres, padres y entornos cercanos donde haya habido la muerte de un bebé podría subir recordatorios en la página web de la asociación:
<https://www.umamanita.es/recordatorios-para-los-bebes-que-han-fallecido-durante-el-embarazo-o-los-primeros-meses-de-vida-semana-internacional-de-la-muerte-perinatal/>

Tabla. Promoción de la campaña «Iluminación de edificios y monumentos», 2021-2022

Comunidad Autónoma	2021	2022	2023
Twitter		2	9
Facebook		1	18
Instagram			9
Correo electrónico		1	2
Total		3	38

Tabla. Número de plazas iluminadas por la campaña de iluminación de Umamanita, 2023

	Enviados	Aceptados	Rechazados	Sin respuesta
Andalucía	3	3		0
Aragón	5	5		0
Cantabria	3	3		0
Castilla-La Mancha	14	7		7
Castilla León	52	16		36
Cataluña	97	37	2	58
Ceuta y Melilla	2	1		1
Extremadura	8	6		2
Islas Canarias	51	10		41
La Rioja	3	1		2
Madrid	47	18	7	22
Murcia	45	11		34
País Vasco	53	12	14	27
Comunitat Valenciana	43	12		31
Total	426	142	23	261

Tabla. Promoción de la campaña «Estar, escuchar, no juzgar, apoyar», 2023

Comunidad Autónoma	2023
Twitter	6
Facebook	9
Instagram	8
Correo electrónico	
Total	23

Tabla. Promoción de la campaña «Mortalidad perinatal», 2023

Comunidad Autónoma	2023
Twitter	2
Facebook	6
Instagram	6
Correo electrónico	
Total	14

Rendimiento

- 1) Las varias páginas de la web del proyecto de iluminaciones experimentó un aumento notable de visitas en 2023, alcanzando un total de 11.664 frente a 1.843 en 2022.
- 2) Se descargaron 68 cartas modelos de la página web.
- 3) De las 426 solicitudes enviadas a los ayuntamientos, 145 respondieron afirmativamente. Sin embargo, no fue posible confirmar todas las iluminaciones y existió cierta duplicación de solicitudes con otras asociaciones. Se estima al menos 100 iluminaciones únicas.
- 4) Subieron 230 recordatorios a la página web.
- 5) En cuanto a las repercusiones en las redes sociales, la campaña tuvo bastante éxito, alcanzando, en su totalidad, 124.469 impresiones y 10.106 interacciones en un periodo de 4 semanas, frente a 23.452 impresiones y 1.492 interacciones en 2023.
- 6) En cuanto a la campaña de concienciación sobre la necesidad de apoyo social tras la muerte perinatal, la campaña alcanzó 56.626 impresiones y 5.626 interacciones en la parte no pagada (es decir, expuesto principalmente a la comunidad de seguidores de Umamanita) y 105.917 impresiones en la campaña pagada.
- 7) En cuanto a la campaña de concienciación sobre las tasas de mortalidad perinatal, se alcanzó un total de 29.892 impresiones y 1.470 interacciones.

Tabla. Visitas a la página web «Iluminación de edificios y monumentos», 2021-2023

Página	2021	2022	2023
/iluminacion-monumentos-edificios-dia-internacional-muerte-perinatal/	193	1.843	6.341
<i>Tendencia</i>		854,9%	244,1%
/formulario-para-subir-recordatorios-para-la-semana-internacional-de-la-muerte-perinatal/	—	—	1.745
<i>Tendencia</i>			—
/recordatorios-para-los-bebes-que-han-fallecido-durante-el-embarazo-o-los-primeros-meses-de-vida-semana-internacional-de-la-muerte-perinatal/	—	—	1.032
<i>Tendencia</i>			—
/15-de-octubre-dia-internacional-de-la-muerte-perinatal-por-que-es-necesario-sensibilizar-y-concienciar/	—	—	851
<i>Tendencia</i>			—
/galeria-de-edificios-y-monumentos-iluminados-para-el-dia-internacional-de-la-muerte-perinatal-2023/	—	—	732
<i>Tendencia</i>			—
/category/dia-internacional-muerte-perinatal/	—	—	542
<i>Tendencia</i>			—
/actividades-de-concienciacion-para-el-15-de-octubre-dia-internacional-de-la-muerte-perinatal/	—	—	421
<i>Tendencia</i>			—
Total	193	1.843	11.664
<i>Tendencia</i>		854,9%	532,9%

Tabla. Descargas de las cartas modelo para solicitud la iluminación de monumentos, 2022-2023

	2022	2023
Descargas	55	68

Gráfico. Número de monumentos iluminados para el día de la muerte perinatal según la comunidad autónoma



Tabla. Número de monumentos iluminados por la campaña de iluminación de Umamanita, 2023

	Enviados	Aceptados	Rechazados	Sin respuesta
Andalucía	3	3		0
Aragón	5	5		0
Cantabria	3	3		0
Castilla-La Mancha	14	7		7
Castilla-León	52	16		36
Cataluña	97	37	2	58
Ceuta y Melilla	2	1		1
Extremadura	8	6		2
Islas Canarias	51	10		41
La Rioja	3	1		2
Madrid	47	18	7	22
Murcia	45	11		34
País Vasco	53	12	14	27
Comunitat Valenciana	43	12		31
Total	426	142	23	261

Tabla. Rendimiento de promociones en las redes sociales «Semana de la muerte perinatal», 2019-2023

	2019	2020	2021	2022	2023
Impresiones	4.317	7.709	9.097	23.452	124.469
Interacciones	251	2.152	797	1.492	10.106
Me gusta y reacciones	79	1.081	520	677	7.167
Comentarios	0	83	16	10	126
Compartido o retuits	17	944	77	284	1.819
% <i>engagement</i>	5,8%	27,9%	8,8%	6,4%	8,1%

Tabla. Rendimiento de promociones en las redes sociales «Semana de la muerte perinatal» según campaña, 2023

Campaña	Impresiones	Interacciones	Me gusta y reacciones	Comentarios	Compartido	Reproducciones	% Engagement
Campaña «Estar, escuchar, no juzgar, apoyar»	55.626	5.626	4.103	49	1.233		10,1%
Campaña «Mortalidad perinatal»	29.862	1.470	1.078	26	320		4,9%
Iluminaciones	19.250	1.609	1.002	34	90		8,4%
Actividades semana muerte perinatal	19.731	1.401	984	17	176		7,1%
Total	124.469	10.106	7.167	126	1.819		8,1%

Tabla. Rendimiento de promociones en las redes sociales «Semana de la muerte perinatal» según plataforma, 2023

Plataforma	Impresiones	Interacciones	Me gusta y reacciones	Comentarios	Compartido	Reproducciones	% Engagement
Facebook	22.407	2.233	1.005	30	211		10,0%
Instagram	72.990	7.037	5.623	96	1.318		9,6%
Twitter	29.072	836	539	0	290		2,9%
Total	124.469	10.106	7.167	126	1.819		8,1%

4.2.2. Cobertura mediática

Descripción

Conseguir cobertura mediática representa una estrategia fundamental para la sensibilización de un público más amplio y, por lo general, inalcanzable mediante los canales de comunicación (redes sociales y lista de difusión) que gestiona la Asociación.

Acciones

- 1) Notas de prensa: una en 2022 (relacionada con el día/semana de la muerte perinatal)
- 2) 7 entrevistas con periodistas en 2023

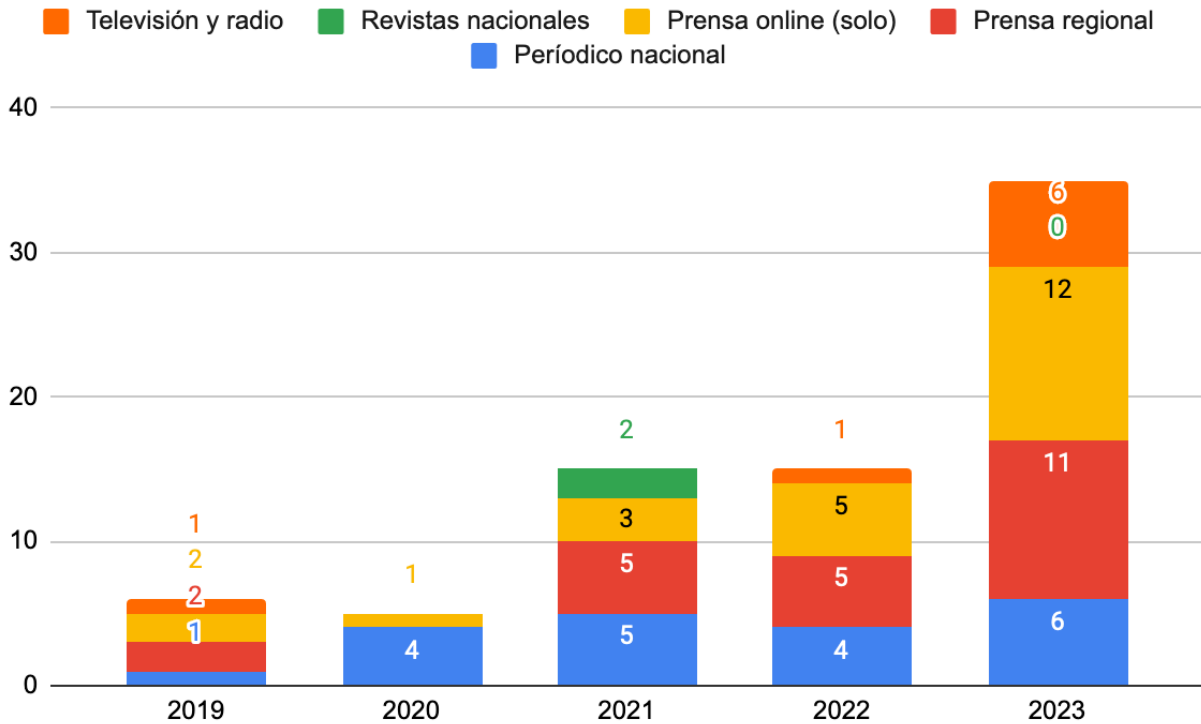
Rendimiento

- 1) En 2023, Umamanita apareció 35 veces en los medios de comunicación, más del doble del año anterior (14), con un aumento notable en televisión, radio y prensa regional.
- 2) En 9 de las exposiciones mediáticas, Umamanita fue el protagonista de la historia y en otras 6 hizo una contribución parcial a la narrativa (es decir, entrevistaron múltiples expertos). En 20 casos, apareció en calidad de fuente de información secundaria (ej. estadística, apoyo, etc.).

Tabla. Cobertura mediática, 2019-2023

	2019	2020	2021	2022	2023
Periódico nacional	1	4	5	4	6
Prensa regional	2		5	4	11
Prensa en línea (solo)	2	1	3	5	12
Revistas nacionales			2		
Televisión nacional				1	2
Televisión regional					1
Radio nacional					2
Radio regional	1				1
Total	6	5	15	14	35

Gráfico. Cobertura mediática, 2019-2023*



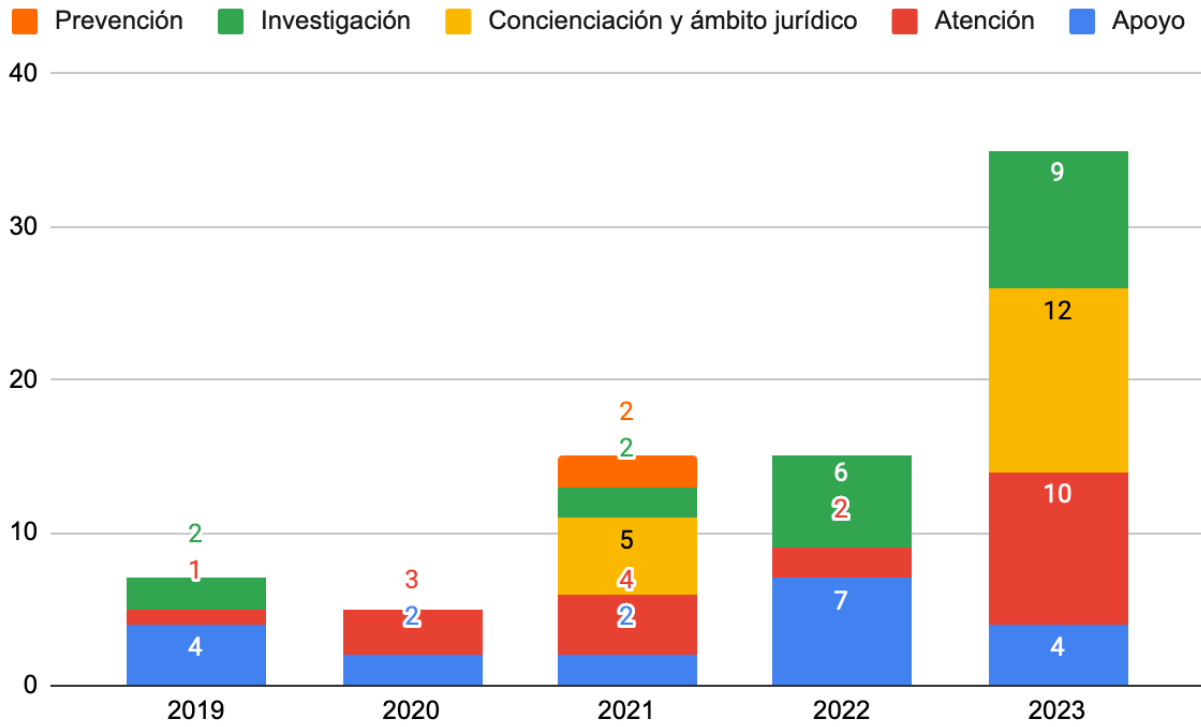
*Excluye prensa online local

Tabla. Cobertura mediática según área de operación, 2019-2023*

	2019	2020	2021	2022	2023
Apoyo	3	2	2	7	4
Atención (cajas de recuerdo e Informe Umamanita)	1	3	4	2	10
Concienciación y ámbito jurídico (permisos)			5		12
Investigación (estadística)	2		2	5	9
Prevención			2		
Total	6	5	15	14	35

*Excluye prensa online local

Gráfico. Cobertura mediática según área de operación, 2019-2023*



*Excluye prensa online local

Tabla. Cobertura mediática según el enfoque en la Asociación, 2019-2023

	2019	2020	2021	2022	2023
Umamanita (ej. nota prensa Asociación)			1		9
Contribución parcial (ej. entrevista portavoz)	3	1	11	5	6
Secundario (estadística, recursos, apoyo)	3	4	3	9	20
Total	6	5	15	14	35

4.2.3. Encuesta sobre las experiencias de personas usuarias con los registros civiles españoles con relación al efecto retroactivo de la Ley 20/2011

Descripción

En agosto de 2023, el gobierno implementó cambios en la inscripción de los bebés nacidos sin vida tras seis meses de gestación en el Registro Civil, acorde con las provisiones de la Ley 20/2011, permitiendo dar nombre al bebé e incluir los datos del padre u otro progenitor. Asimismo, la disposición transitoria novena de la nueva ley estableció un efecto retroactivo sin límites de antigüedad. Tras varios meses, la Asociación se enteró de muchas historias por parte de sus usuarias y usuarios acerca de procedimientos disfuncionales en varios registros civiles, además de relatos sobre el trato insensible e irrespetuoso de algunos funcionarios. Estas historias anecdóticas parecían tan preocupantes que la Asociación decidió realizar una encuesta para indagar en la situación.

Acciones

- 1) Diseño y elaboración de una encuesta anónima online
- 2) Lanzamiento de la encuesta con una campaña informativa
- 3) Trabajo de campo durante cinco semanas
- 4) Análisis de los datos recopilados
- 5) Preparación de un informe de resultados con conclusiones (redacción en estado avanzado pero no finalizado a finales de 2023)
- 6) Redacción de una carta para entregarla junto con el informe al Ministerio de Justicia (redacción en estado avanzado pero no finalizado a finales de 2023)

ÁREA DE INTERVENCIÓN 5.

INVESTIGACIÓN ORIGINAL

Evidenciando

5. INVESTIGACIÓN ORIGINAL

5.1. Metas generales

- Elaboración de investigaciones originales en el ámbito de duelo, atención al duelo y prevención de la mortalidad perinatal.
- Colaboración en investigaciones llevadas a cabo por otras entidades en el ámbito local, nacional e internacional.
- Difusión de material científico.
- Fomentar y elaborar la investigación empírica en los ámbitos de duelo, atención sanitaria y prevención de la mortalidad con el propósito de asegurar que las prácticas sanitarias estén basadas en evidencia y de asegurar la representación de los afectados en el desarrollo y prestación de servicios.
- Fomentar y elaborar la investigación empírica enfocada en grupos sociales desaventajados y de mayor riesgo de exclusión social por motivo de género, economía, etnia, geografía, sexualidad, entre otros.

5.2. Actividades

5.2.1. Estudio nacional del duelo perinatal

Descripción

Proyecto de investigación de métodos mixtos en el ámbito nacional (España) iniciado en 2011 que incluye una encuesta y entrevistas en profundidad. El proyecto indaga tanto en la atención sanitaria como en la experiencia de pérdida/duelo.

Acciones

- 1) Avance con la redacción del artículo sobre violencia obstétrica en casos de muerte perinatal.
- 2) Desarrollo y puesta en marcha del estudio/encuesta sobre el efectivo retroactivo de la nueva Ley 20/2011 de los Registros Civiles (véase sección 4.2.3)

Tabla. Número de publicaciones de investigación empírica original, 2019-2023

	≤2019	2020	2021	2022	2023
Artículos en revistas indexadas					
Teknokultura	1				
BMC Pregnancy and Childbirth	1				1
Omega Journal of Death and Dying			1		
Journal of Perinatal Medicine				1	
Health Sociology Review				1	
Informes y tesis					
Informe Umamanita	1				
Tesis: Buenas madres/malas madres			1		
Total	3	-	2	2	1

Tabla. Diseminación de los resultados de investigaciones empíricas en congresos, jornadas, cursos y presentaciones en línea, 2019-2023

	2019	2020	2021	2022	2023
Comunicaciones orales					
Congresos internacionales	2				
Simposio internacional				1	
Congresos nacionales	1		2		
Jornadas nacionales				1	
Cursos			1		
Presentaciones en línea (Umamanita)			2	1	
Total comunicaciones orales	3	0	5	3	0
Pósteres					
Congresos internacionales	3				
Total	6		5	3	0

Tabla. Diseminación de los resultados de investigaciones empíricas en las redes sociales (publicaciones) y por correo electrónico, 2021-2023

Plataforma	2019	2020	2021	2022	2023
Facebook			12	3	
Instagram			14	1	
Twitter			17	6	
Correo electrónico			3	3	
Total			46	13	—

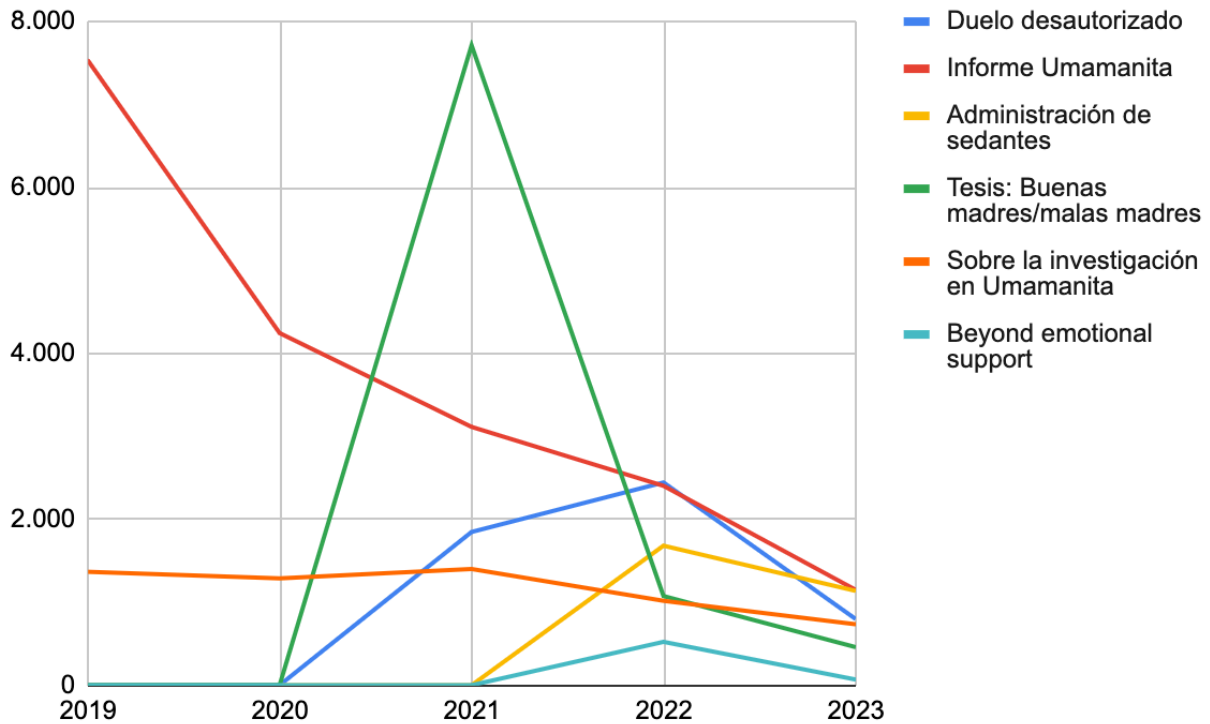
Rendimiento

- 1) Una reducción notable del 52,0% en las vistas de las páginas relacionadas con investigación original en Umamanita, atribuible principalmente a la falta de publicaciones nuevas.
- 2) En cuanto a descargas, fueron estables en 2023 (622) frente a 663 en 2022.
- 3) En cuanto a las repercusiones en las redes sociales, las campañas no suelen tener tanto impacto como las otras campañas, con una media de interacciones por impresiones del 4,6% entre 2021 y 2022. Cabe destacar que la campaña sobre “Administración de sedantes” alcanzó un porcentaje de interacción del 6,0%.

Tabla. Visitas a las páginas de la web relativas a investigación empírica nacional

Páginas/trabajos	2019	2020	2021	2022	2023
Duelo desautorizado			1.846	2.442	807
Informe Umamanita	7.529	4.240	3.110	2.400	1.155
Administración de sedantes				1.681	1.144
Tesis: Buenas madres/malas madres			7.708	1.074	465
Sobre la investigación en Umamanita	1.366	1.287	1.400	1.017	741
Beyond emotional support				522	75
Total	8.895	5.527	14.064	9.136	4.387
<i>Tendencia</i>	<i>-54,6%</i>	<i>-37,9%</i>	<i>154,5%</i>	<i>-35,0%</i>	<i>-52,0%</i>

Gráfico. Visitas a las páginas de la web relativas a investigación empírica nacional, 2019-2023



Descargas y eventos (clics salientes) página web

	2019	2020	2021	2022	2023
Investigación empírica (Artículos/tesis)	0	0	259	284	246
Investigación empírica (Informe Umamanita)	994	474	526	379	376
Total	994	474	785	663	622
<i>Tendencia</i>	-48,6%	-52,3%	65,6%	-15,5%	-6,2%

Tabla. Rendimiento de promociones de investigaciones empíricas en las redes sociales

	2019	2020	2021	2022	2023
Impresiones			84.324	10.506	
Interacciones			3.779	614	
Me gusta y reacciones			2.308	614	
Comentarios			142	11	
Compartido o retuits			367	68	
Interacciones por impresión			4,5%	5,8%	

Tabla. Citas en Google Scholar

Año publicado	Trabajos	Revista/editorial	Total final de 2022	Total final 2023
2015	<i>The body and ontology: perinatal death and bereavement in the technoscientific landscape of hospital care</i>	Teknokultura	10	10
2018	<i>Care quality following intrauterine death in Spanish hospitals: results from an online survey</i>	BMC Pregnancy and Childbirth	32	45
2018	Informe Umamanita: Encuesta sobre la Calidad de la Atención Sanitaria en Casos de Muerte Intrauterina	Umamanita	17	25
2021	<i>The disenfranchisement of perinatal grief: how silence, silencing and self-censorship complicate bereavement (a mixed methods study)</i>	Omega - Journal of Death and Dying	9	18
2021	<i>Good mothers/bad mothers: Grief, morality and gender inequality in care encounters following perinatal death</i>	Universidad Complutense de Madrid	4	7
2022	<i>Beyond emotional support: predictors of satisfaction and perceived care quality following the death of a baby during pregnancy</i>	Journal of Perinatal Medicine	2	7
2022	<i>Sedative Administration in Spanish Hospitals in the Context of Perinatal Loss: Findings from a Mixed-Methods Study</i>	Health Sociology Review	0	0
	<i>Total</i>		74	112

5.2.2. Análisis de estadísticas de mortalidad intrauterina, neonatal e infantil en España

Descripción

En cuanto a la prestación de apoyo, atención sanitaria y prevención de la mortalidad, resulta imprescindible obtener datos fiables sobre el número de pérdidas/muertes anuales, las tasas de mortalidad generales y en grupos específicos, y las tendencias en las mismas. En este sentido, uno de los objetivos en el ámbito de investigación es la interrogación crítica de los datos publicados por el Estado y la creación de cifras que puedan ser útiles a la hora de evaluar la tasa de mortalidad y tomar decisiones sobre acciones adecuadas para la prevención de la mortalidad. La página web tiene varias páginas que presentan datos sobre estadísticas de mortalidad.

Asimismo, la Asociación participa en un proyecto internacional que se enfoca en la comparación de datos de mortalidad entre países: *ISA International Scorecard* [ISA Tarjeta de Puntuación Internacional]. El primer artículo de esta investigación está casi finalizado y listo para mandar a una revista científica.

Acciones

- 1) Desarrollo de una nueva análisis y contenido de la web sobre la mortalidad gestacional y perinatal en España en el marco de la campaña de concienciación de la semana de la muerte perinatal: <https://www.umamanita.es/instantanea-de-la-mortalidad-gestacional-y-perinatal-en-espana/>
- 2) Publicación del artículo «*A Scorecard for Ending Preventable Stillbirths in High-Resource Settings*» como autores (Paul Cassidy, Jillian Cassidy) en la revista BMC Pregnancy and Stillbirth.

Rendimiento

- 1) Estadísticas de mortalidad: Se percató una leve reducción en las vistas de las páginas de la web relacionadas con estadísticas de mortalidad, desde 14.745 vistas a 13.608 (-7,7%).
- 2) La nueva página recibió un total de 767 vistas en 2023, aunque hay que tener en cuenta que no fue lanzado hasta mediados de octubre.
- 2) Hasta 2023, el artículo de MDP sobre estadísticas y tasas de mortalidad perinatal en España se citó 29 veces, según Google Scholar, el aumento es de 8 citas.

Tabla. Visitas a las páginas web relativas a estadísticas de mortalidad

Página	2019	2020	2021	2022	2023
/estadisticas-de-mortalidad-perinatal-e-infantil-en-espana/	0	0	959	8.609	9.463
/estadisticas-y-tasas-de-la-mortalidad-intrauterina-neonatal-y-perinatal-en-espana/	22.134	14.960	10.240	5.828	3.314
/posicionamiento-acerca-de-la-infradeclaracion-y-fiabilidad-de-las-estadisticas-de-muertes-perinatales-en-espana/	128	134	229	162	64
/estadisticas-y-estimaciones-de-la-muerte-gestacional-y-neonatal-en-espana/	376	403	492	146	—
/instantanea-de-la-mortalidad-gestacional-y-perinatal-en-espana/					767
Total	22.638	15.497	11.920	14.745	13.608
<i>Tendencia</i>	<i>370,7%</i>	<i>-31,5%</i>	<i>-23,1%</i>	<i>23,7%</i>	<i>-7,7%</i>

Tabla. Difusión de datos sobre estadísticas en prensa y publicaciones académicas

Tipo de publicación	2019	2020	2021	2022	2023
Citas en Google Scholar artículo MDP 2018				21	29
Medios nacionales o solo digital					8
Medios regionales					1

5.2.3. Encuesta Global de *International Stillbirth Alliance (Lancet Series)*

Descripción

Umamanita participó en este proyecto como representante de España, colaborando en el desarrollo del cuestionario y su implantación en España. El cuestionario trataba sobre las prácticas y experiencias de la atención sanitaria tras una muerte intrauterina. Hasta 2022, Umamanita ha participado en la publicación de tres artículos de investigación en revistas de gran repercusión.

Acciones

- 1) Ninguna acción en 2023

Tabla. Publicación en revistas de alto impacto de artículos procedentes del proyecto ISA Encuesta Global

Artículo	Revista	Año
Stillbirths: recall to action in high-income countries	The Lancet	2016
Care in subsequent pregnancies following stillbirth: an international survey of parents	BJOG	2018
Parents' experiences of care offered after stillbirth: An international online survey of high and middle-income countries	Birth	2021

Rendimiento

Tabla. Citaciones de los artículos procedentes de proyecto ISA Encuesta Global

Artículo	Revista	Citas 2022 (total)	Citas 2023 (total)
Stillbirths: recall to action in high-income countries	The Lancet	503	603
Care in subsequent pregnancies following stillbirth: an international survey of parents	BJOG	49	65
Parents' experiences of care offered after stillbirth: An international online survey of high and middle-income countries	Birth	10	21
Total		562	689

5.2.5. COCOON study: Continuing Care in Covid-19 Outbreak: A global survey of New and expectant parents experiences

Descripción

Umamanita, la Asociación Cometa y la Universidad de Alicante, en colaboración con el centro de investigación australiano Stillbirth Centre of Research Excellence, han coordinado a escala local (España) un estudio de investigación global con el propósito de entender los retos y las preocupaciones de las mujeres embarazadas, puérperas y las que han sufrido una muerte perinatal o neonatal, y sus parejas, durante la pandemia global de COVID-19.

Acciones

Ninguno en 2023

Rendimiento

Ninguno en 2023

GESTIÓN DE LA ASOCIACIÓN

Gobernanza y comunidad

6. GESTIÓN DE LA ASOCIACIÓN

6.1. Finanzas

6.1.1. Donaciones

Acciones

- 1) Lanzamiento de una nueva página y formulario para solicitar copias del libro Historias de amor (en tapa blanda o PDF)
- 2) Lanzamiento del nuevo Plan de amigas/os de Umamanita que permite una suscripción anual en calidad de donación
- 3) Promociones en las redes para recaudar donaciones mediante:
 - a) Media maratón de Brendan Lowe
 - b) Historias de amor
 - c) Plan de amigas/os (lanzado en 2023)

Tabla. Campañas para recaudar donaciones, 2019-2023

Plataforma	2019	2020	2021	2022	2023
Twitter					2
Facebook					14
Instagram					12
Correo electrónico				1	
Total				1	28

Tabla. Promociones para recaudar donaciones mediante las redes sociales y por correo electrónico, 2019-2023

Promoción	2023
Apoyar a Brendan	15
Historias de amor	9
Decoraciones Navideñas (Carolyn C.)	2
Plan amigas/os de Umamanita	2
Total	28

Rendimiento

- 1) Se observó un aumento notable del 62,4% en las visitas a las páginas asociadas con donaciones aparentemente relacionado con las nuevas páginas creadas en 2023. Sin embargo, es importante destacar que el porcentaje de usuarios que visitan la web y entran en las páginas relacionadas con donaciones es muy reducido.
- 2) En 2023, la Asociación recibió un total de 8.466,80 € de 60 donantes, un aumento muy importante frente al año anterior (2.369,74 €), principalmente atribuible la recaudación de Brendan Lowe (5.585,00 €), y en menor medida a otras actividades como el nuevo Plan de Amigas/os y la promoción activa del libro Historias de amor.

Tabla. Visitas a las páginas web relativas a donaciones, 2019-2023

Página	2019	2020	2021	2022	2023
/donaciones/	1.632	926	1.306	766	819
/donacion-con-tarjeta-de-credito-de-bito/			57	101	145
/nuestros-donantes-y-amigos/					150
/formulario-para-inscripcion-de-amigas-y-amigos/					102
/apoyo-a-brendan-lowe-quien-corre-un-medio-maraton-para-recaudar-fondos-para-umamanita/					192
Total	1.632	926	1.363	867	1.408
<i>Tendencia</i>	<i>22,8%</i>	<i>-43,3%</i>	<i>47,2%</i>	<i>-36,4%</i>	<i>62,4%</i>

Tabla. Rendimiento de promociones en las redes sociales, 2023

Plataforma	Impresiones	Interacciones	Me gusta y reacciones	Comentarios	Compartido	Reproducciones	% Engagement
Facebook	9.716	692	238	24	35		7,1%
Instagram	44.131	642	616	6	20		1,5%
Twitter	391	12	9	0	3		3,1%
Total	54.238	1.346	863	30	58		2,5%

Tabla. Rendimiento de promociones en las redes sociales, 2023

Plataforma	Impresiones	Interacciones	Me gusta y reacciones	Comentarios	Compartido	Reproducciones	% Engagement
Apoyar a Brendan	42.861	768	550	22	34		1,8%
Historias de amor	8.064	419	207	8	21		5,2%
Decoraciones Navideñas (Carolyn C.)	2.000	130	80	0	1		6,5%
Plan amigas/os de Umamanita	1.313	29	26	0	2		2,2%
Total	124.469	10.106	7.167	126	1.819		8,1%

Tabla. Importe donado según la actividad de recaudación, 2020-2023

Actividad	2020	2021	2022	2023
Donaciones simples	1.107,43 €	1.379,77 €	2.069,74 €	2.510,00 €
Libro Historias de amor	36,50 €	53,37 €		196,80 €
Velas Día del recuerdo	321,00 €			
Decoraciones Navidad (Carolyn Chambers)*			300,00 €	
Media maratón de Brendan Lowe				5.585,00 €
Plan amigas/os de Umamanita (suscripción anual)**				175,00 €
Total	1.464,93 €	1.433,14 €	2.369,74 €	8.466,80 €
Tendencia		-2,2%	65,4%	257,3%

*Carolyn Chambers recaudó 146 € en 2023, pero no entró en las cuentas hasta 2024.

**6 personas se suscribieron al Plan de Amigas/os (media suscripción = 29,16 €)

Gráfico. Importe donado según la actividad de recaudación, 2020-2023

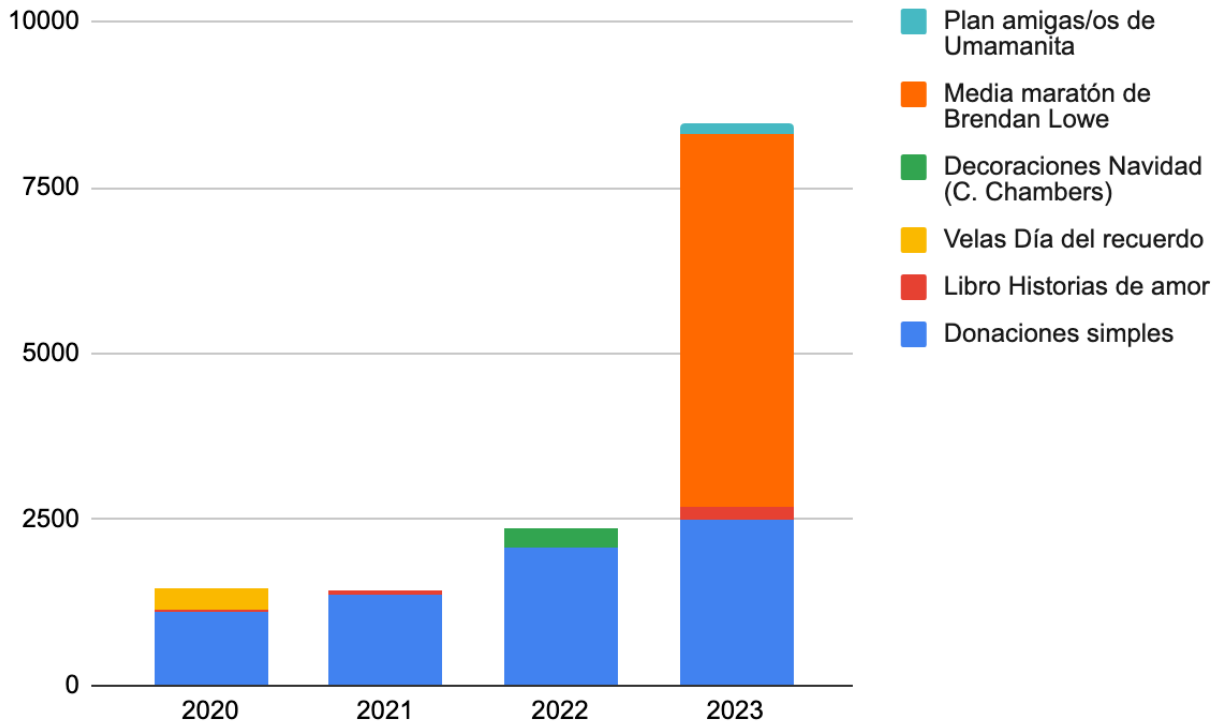


Tabla. Importe donado según método o plataforma de pago, 2020-2023

Plataforma	2020	2021	2022	2023
Facebook	230,07 €	439,00 €	215,00 €	95,00 €
PayPal	455,00 €	243,00 €	102,84 €	755,00 €
Stripe (formulario web - tarjeta crédito)		20,00 €	601,90 €	2.402,80 €
Transferencia bancaria	500,00 €	1.640,00 €	1.400,00 €	5.214,00 €
Total	1.185,07 €	2.342,00 €	2.319,74 €	8.466,80 €
<i>Tendencia</i>		97,6%	-1,0%	265,0%

Tabla. Número de donaciones recibidas según método o plataforma de pago, 2020-2023

Plataforma	2020	2021	2022	2023
Facebook	9	26	16	1
PayPal	7	6	5	7
Stripe (formulario web - tarjeta crédito)		1	8	51
Transferencia bancaria	5	7	4	1
Total	21	40	33	60

Tabla. Importe medio donado según método o plataforma de pago, 2020-2023

Plataforma	2020	2021	2022	2023
Facebook	25,56 €	16,88 €	13,44 €	95,00 €
PayPal	65,00 €	40,50 €	20,57 €	107,86 €
Página web (pago por tarjeta crédito/débito)		20,00 €	75,24 €	43,10 €
Transferencia bancaria	100,00 €	234,29 €	350,00 €	5.214,00 €*
Medio donado	56,43 €	58,55 €	70,30 €	110,67 €

**Representa una transferencia de donaciones recaudado por Brendan Lowe en la plataforma idonate.ie*

6.1.3. Subvenciones

No se solicitó ninguna subvención.

6.2. Gobernanza

6.2.1. Estatutos y reglamentos

Acciones

- 1) Elaboración de nuevos estatutos que:
 - a) esbozan con mayor claridad los valores de la asociación,
 - b) detallan las actividades de la Asociación de forma más completa,
 - c) especifican de forma más exhaustiva los procedimientos de actuación de la Junta Directiva y la Asamblea General y
 - d) especifican con mayor exactitud las responsabilidades de las socias y socios de la Asociación.
- 2) Elaboración de nuevos reglamentos de régimen interno:
 - a) Régimen Disciplinario de los Asociados: Infracciones, Sanciones, Procedimientos y Prescripción.

6.2.2. Junta Directiva

Acciones

- 1) Patricia Blasco se retiró de la Junta Directiva en 2022 y Paul Cassidy asumió el cargo de Secretario en 2023.
- 2) Celebración de tres reuniones de la Junta Directiva en 2023.

Tabla. Integrantes de la Junta Directiva, 2019-2023

	2019	2020	2021	2022	2023
Presidente	Jillian Cassidy	Jillian Cassidy	Jillian Cassidy	Jillian Cassidy	Jillian Cassidy
Vicepresidente	Juan Castro	Juan Castro	Juan Castro	Juan Castro	Juan Castro
Secretario	Patricia Blasco	Patricia Blasco	Patricia Blasco	Patricia Blasco	Paul Cassidy
Tesorero	Juanjo Olivan				
Vocal	Paul Cassidy	Paul Cassidy	Paul Cassidy	Paul Cassidy	
Vocal	Sonia Maldonado	Sonia Maldonado	Sonia Maldonado	Sonia Maldonado	Sonia Maldonado
Vocal	Anna Escude	Anna Escude	Anna Escude		
Vocal	Patricia Roncallo	Patricia Roncallo			
Vocal					

6.2.3. Socias y socios

Acciones

- 1) Desarrollo de una nueva página y formulario de inscripción para permitir a las personas interesadas asociarse con un pago anual recurrente. El lanzamiento de la página se llevó a cabo entre febrero y marzo de 2023.
- 2) Desarrollo de una nueva página portal privada para socias y socios que recoge la documentación relevante a la administración de la Asociación (Estatutos, Régimen interno, Actas de Asambleas, Actas de reuniones de la Junta Directiva, Cuentas, Planes estratégicos, etc.)
- 3) Promociones en las redes y mediante la lista de difusión (correo electrónico) para animar a las personas interesadas a asociarse.

Tabla. Número de promociones para incorporar a nuevas/os socias/os, 2023

Actividad	2023
Twitter	1
Facebook	4
Instagram	5
Correo electrónico	3
Total	13

Rendimiento

- 1) Las campañas de “Hazte socia/o” funcionaron bastante bien, con 11.514 impresiones y 647 interacciones.
- 2) En total, 19 personas se asociaron en 2023 y 4 personas renovaron su cuota.
- 3) El total de cuotas entre las 23 socias/os fue de 715,00 €.

Tabla. Rendimiento de promociones para incorporar a nuevas/os socias/os, 2023

Plataforma	Impresiones	Interacciones	Me gusta y reacciones	Comentarios	Compartido	Páginas web vistas	% Engagem ent
Huella de amor I	2.379	113	95	6	2	210	4,7%
Huella de amor II	3.872	186	177	2	2	65	4,8%
Huella de amor III	1.637	75	65	1	3	31	4,6%
Nadie debería vivir en silencio I	3.626	273	252	0	13	67	7,5%
Total	11.514	647	589	9	20	373	5,6%

Tabla. Número de socias/os, 2022-2023

	2022	2023
Socias/os	4	23

Tabla. Cuotas de socias/os, 2023

Actividad	2023
Número de cuotas pagadas	23
Total de cuotas	715,00 €
Media cuota pagada*	31,09 €

**La cuota de la Asociación es de un mínimo de 25,00 € pero cada socia/o puede elegir pagar más.*

6.2.4. Voluntariado

Acciones

- 1) Creación de un formulario para la inscripción de personas interesadas en acciones voluntarias.
- 2) Cinco promociones en las redes sociales para animar al voluntariado.

Tabla. Número de promociones para incorporar a personas voluntarias, 2023

Actividad	2023
Twitter	1
Facebook	2
Instagram	3
Correo electrónico	1
Total	7

Rendimiento

- 1) Con las campañas de promoción del voluntariado se consiguió la inscripción de 41 personas interesadas, de las que 22 participaron activamente en la Asociación en 2023.

Tabla. Rendimiento de promociones para incorporar a personas voluntarias, 2023

	2023
Impresiones	9.237
Interacciones	267
Me gusta y reacciones	220
Comentarios	10
Compartido o retuits	21
<i>% Engagement</i>	2,9%

Tabla. Número de personas voluntarias que colaboraron con Umamanita según área de actividad, 2022-2023

Área de actividad	2022	2023*
Apoyo	2	3
Humanización		3
Prevención		0
Concienciación		13
Investigación		
Administración	1	11
Total	3	22
Socias/os	1	8

**Algunas personas voluntarias colaboran en más de un área de operación.*

6.4. Sitio web

Descripción

El sitio web es la herramienta principal de la Asociación y la vía más potente de comunicación con los usuarios. Contiene más de 300 páginas estructuradas principalmente en siete secciones:

- Apoyo
- Profesionales
- Proyectos
- Investigación
- Prevención
- Colaborar
- Nosotros

6.4.1. Usuarios, visitas y vistas de páginas

Acciones

- 1) Finalización del diseño de la nueva web y su lanzamiento en marzo de 2023.
- 2) Introducción de la sección “Colaborar” al menú principal.
- 3) Actualización del contenido de varias páginas:
 - a) Iluminación de monumentos y edificios:
<https://www.umamanita.es/iluminacion-monumentos-edificios-dia-internacional-muerte-perinatal/>
 - b) Derecho de baja por maternidad/paternidad:
<https://www.umamanita.es/derechos-permiso-baja-maternidad-paternidad/>
 - c) Libro de familia y Archivo de nacidos sin vida:
<https://www.umamanita.es/libro-de-familia-archivo-nacidos-sin-vida/>
 - d) Voluntariado: oportunidades para colaborar con Umamanita:
<https://www.umamanita.es/voluntariado/>
- 4) Creación de varias páginas nuevas:
 - a) Colaborar con la fabricación de materiales para nuestras Cajas de recuerdo:
<https://www.umamanita.es/colaborar-con-la-fabricacion-de-materiales-para-nuestras-cajas-de-recuerdo/>
 - b) Haz deporte y recauda para apoyar al duelo perinatal:
<https://www.umamanita.es/haz-deporte-y-recauda-para-apoyar-al-duelo-perinatal/>
- 5) Monitorización de rendimiento.
- 6) Instalación del nuevo sistema de analítica de Google (Google Analytics 4) en el segundo trimestre.

Rendimiento

- 1) Visitas y usuarios: en 2023, entraron 107.119 usuarias/os en el sitio web , un aumento significativo del 26,7% con respecto a 2022 (84.500 usuarios).
- 2) Dispositivos: tres de cada cuatro usuarios acceden al sitio web con su móvil. Esto supone un reto para la gestión de la tecnología del sitio web. De hecho, el análisis de Google Console posiciona la experiencia del sitio en móvil como “mala” por ser demasiado lenta y avisa de que es necesario mejorarla porque puede afectar al posicionamiento del sitio web en su buscador.

- 3) Fuente de usuarias/os: más del 80% de las visitas al sitio web proceden de búsquedas orgánicas en plataformas como Google, mientras que solo el 6% de las visitas proceden de las redes sociales de la Asociación, lo que indica una posible debilidad o la oportunidad de aumentar visitas e interacción entre las redes sociales.
- 4) País desde donde se conectan las/os usuarias/os: en 2023, España sigue siendo el principal país de procedencia (48,3%), con 50.972 usuarios/as. Este dato denota un crecimiento de más de 7.000 personas conectadas desde España en relación con 2022. Además, las personas que se conectaron desde el extranjero (fuera de España) superaron el 50% del total por primera vez, aumentando hasta el 51,7% y, por tanto, representando una proporción elevada en el crecimiento del número de personas conectadas a nuestra página web.
- 5) A pesar de que se produjo un ascenso del número de usuarias/os en 2023, el número de visitas continuó su tendencia descendente, de 608.831 a 516.341 (-14,5%). Del incremento de usuarias/os y la disminución del número de páginas, se deduce que el número de páginas visitadas por usuario cayó de una forma aún más drástica: desde 7,1 hasta 4,8 por usuario. Sin embargo, es posible que esta tendencia sea positiva y esté relacionada con las mejoras en la usabilidad de la página web y signifique que las/os usuarias/os están encontrando la información adecuada más rápido y no tienen que dar muchas vueltas en la página. También destaca que el tiempo medio de visita de cada usuaria/o aumentó en 2023 en un poco más de 3 minutos.
- 6) En cuanto a la temática de las páginas vistas (el área de operación), dos de cada tres estuvieron relacionadas con "Apoyo" (309.837). La segunda posición, la ocupó la "Página de inicio" (53.313 vistas), seguida de "Humanización de la atención" (52.104 vistas).³

Tabla. Datos generales del rendimiento de la página web, 2019-2023

	2019	2020	2021	2022	2023*
Usuarios	51.753	68.932	76.178	84.563	107.119
<i>Tendencia</i>		33,2%	10,5%	11,0%	26,7%
Sesiones	68.207	89.653	101.242	108.310	
<i>Tendencia</i>		31,4%	12,9%	7,0%	
Páginas visitadas	516.373	547.816	673.327	603.831	516.341
<i>Tendencia</i>		6,1%	22,9%	-10,3%	-14,5%
Sesiones por usuario	1,32	1,3	1,33	1,31	
Páginas por usuario	10,0	7,9	8,8	7,1	4,8
Tasa rebote	1,04%	1,58%	1,66%	0,71%	
Usuarios nuevos	80,9%	88,0%	87,0%	87,5%	
Duración visita (media)	0:02:05	0:02:02	0:02:25	0:02:15	0:03:05
Eventos en la página - Descargas				5.545	7.007
Eventos en la página - Enlaces				5.370	7.768

**El cambio de Google Analytics and Google Analytics 4 en junio de 2023 supone una incompatibilidad entre medidas antiguas y nuevas y, por lo tanto, hasta 2024 no será posible disponer de algunas cifras.*

³ La base del análisis del número de páginas vistas según el área de operación (466.348) es inferior al número real de vistas (516.341) porque necesita una codificación manual de cada página.

Gráfico. Número de usuarias/os del sitio web, 2019-2023

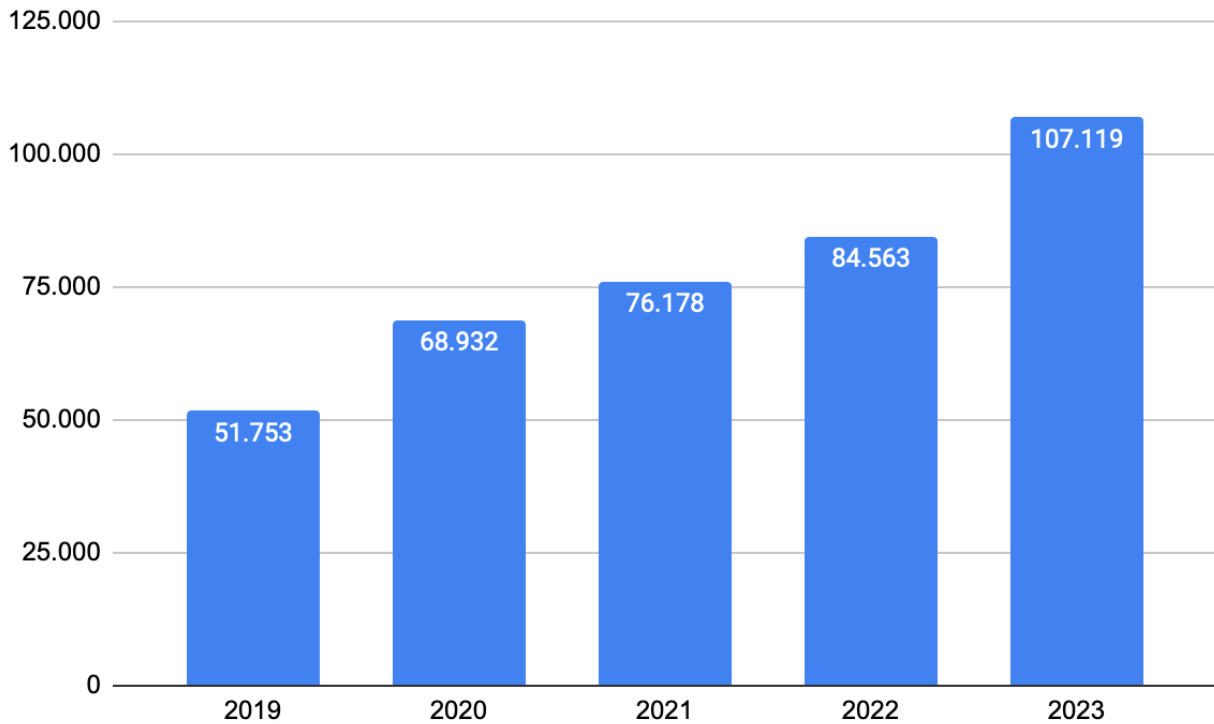


Tabla. Dispositivo utilizado, 2019-2023

Dispositivo	2019	2020	2021	2022	2023
Móvil	36.666	53.019	57.418	63.681	82.737
Sobremesa	13.814	14.794	17.751	18.719	22.329
Tablet	1.102	903	730	698	725
% móvil	70,8%	76,9%	75,4%	75,3%	77,2%

**El cambio de Google Analytics and Google Analytics 4 en junio de 2023 supone una incompatibilidad entre medidas antiguas y nuevas y, por lo tanto, hasta 2024 no será posible disponer de algunas cifras.*

Tabla. Fuente de visitas al sitioweb, 2019-2023

Fuente	2019	2020	2021	2022	2023*
Orgánico	83,7%	81,2%	79,6%	81,3%	
Directo	10,4%	10,2%	13,3%	11,9%	
Social	4,3%	6,0%	3,8%	3,6%	
Referral	1,6%	2,7%	3,3%	3,3%	
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Total número	52.536	69.590	77.185	83.772	

**El cambio de Google Analytics and Google Analytics 4 en junio de 2023 supone una incompatibilidad entre medidas antiguas y nuevas y, por lo tanto, hasta 2024 no será posible disponer de algunas cifras.*

Tabla. País de origen de las/os usuarias/os del sitio web, 2019-2023

Región	2019	2020	2021	2022	2023
España	67,2%	56,5%	55,1%	51,3%	48,3%
América Latina y Caribe	27,4%	38,3%	36,6%	40,1%	45,9%
Otro	1,9%	1,2%	4,8%	3,8%	3,2%
EEUU y Canadá	2,8%	3,2%	2,6%	3,2%	1,7%
Europa otro	0,7%	0,7%	0,9%	1,3%	0,8%
Asia	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	51.753	68.932	76.178	84.563	105.615

Gráfico. País de origen de las/os usuarias/os de sitio web, 2019-2023

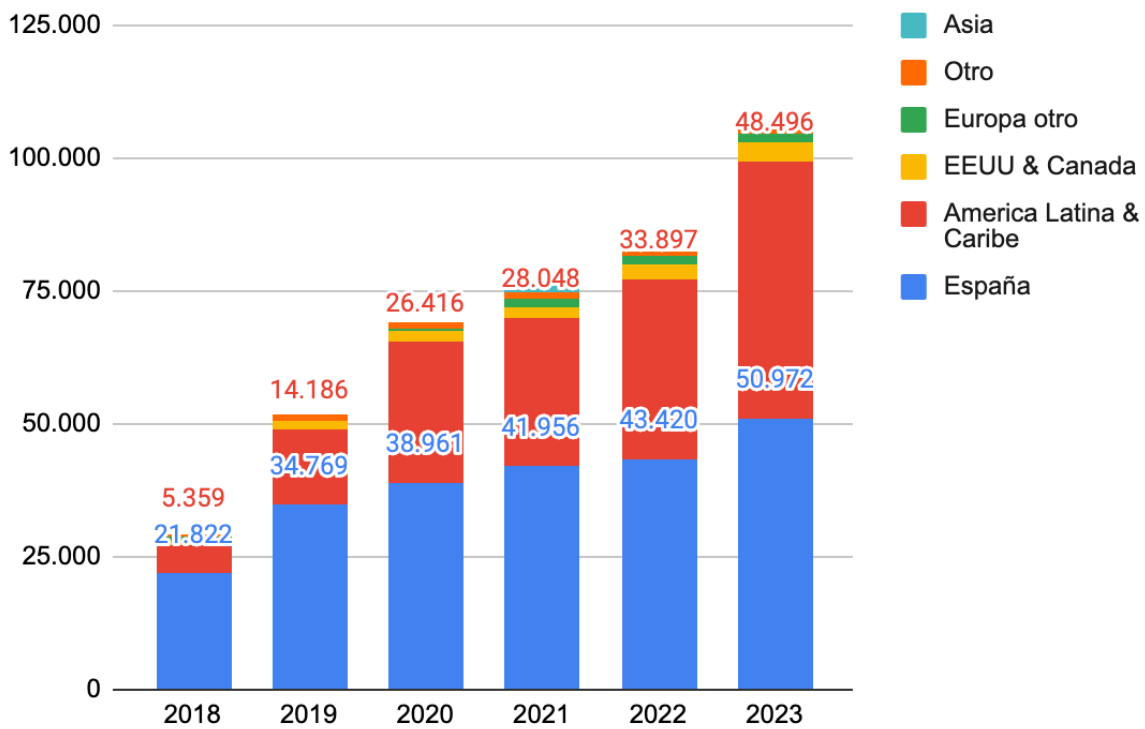
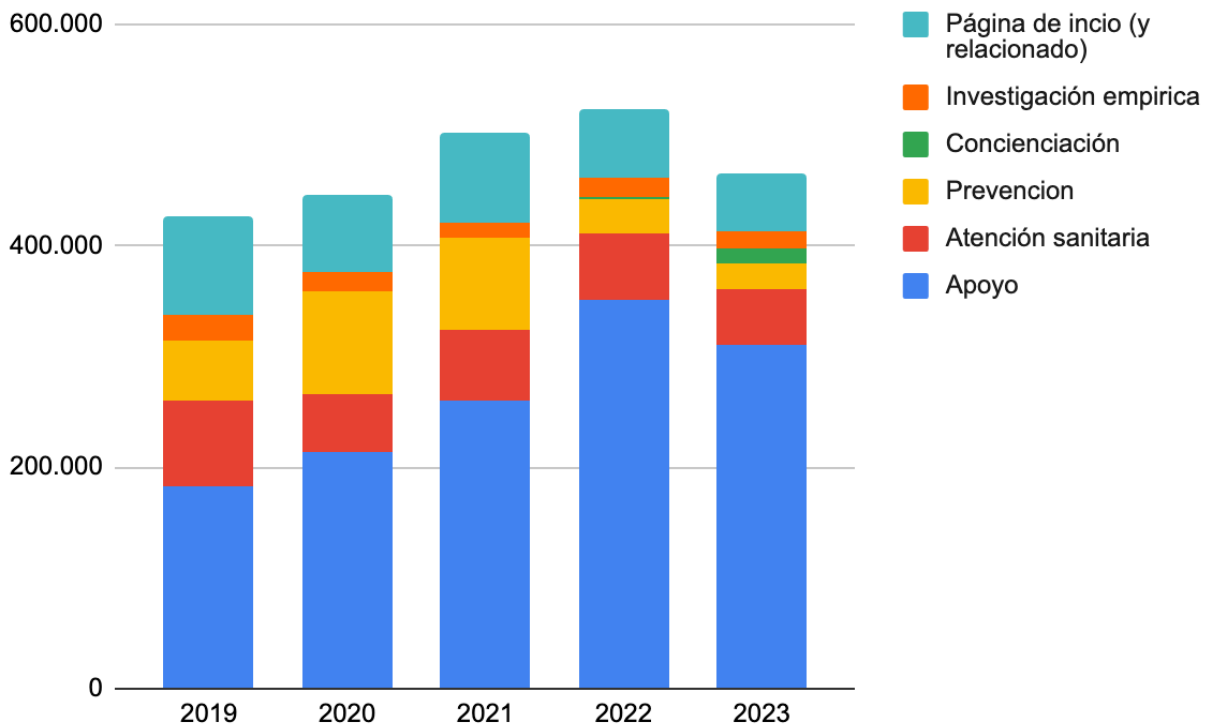


Tabla. Páginas vistas según área de operación, 2019-2023*

Área de operación	2019	2020	2021	2022	2023
Apoyo	182.451	213.947	260.512	352.045	309.837
Humanización de la atención	78.058	51.600	63.463	58.528	52.104
Prevención	53.871	94.461	82.644	32.640	22.827
Concienciación	0	0	193	1.843	12.726
Investigación empírica	24.004	16.784	13.320	15.762	15.541
Página de inicio (y relacionado)	87.777	68.914	81.879	62.629	53.313
Suma total	426.161	445.706	502.011	523.447	466.348
<i>Tendencia</i>		4,6%	12,6%	4,3%	-10,9%

*La base del análisis del número de páginas vistas según el área de operación (466.348) es inferior al número real de vistas (516.341) porque necesita una codificación manual de cada página.

Gráfico. Vistas de páginas según área de operación, 2019-2023



6.4.1. Rendimiento en buscadores

Acciones

- 1) Actividades de gestión SEO y optimización en buscadores.

Rendimiento

- 1) Impresiones (aparición de páginas del sitio web en los resultados de Google): la página web pasó de 2.843.928 impresiones en Google en 2022 a 4.848.421 en 2023, un aumento del 68,9%.
- 2) Clics (número de veces que alguien hizo clic en un enlace del sitio web en los resultados de búsquedas) en Google: el sitio web pasó de 85.134 clics en Google en 2022 a 112.206 en 2023, un aumento del 31,8%.
- 3) *Click Through Rate* (CTR): El CTR mide el porcentaje de clics en resultados de búsquedas por las impresiones: en 2023, el CTR cayó: del 3,0% al 2,3%.
- 4) Posicionamiento en Google: el rendimiento del sitio web continúa siendo muy positivo, con 11 términos de búsqueda en los primeros 10 resultados de Google, con mejoras en algunos, aunque “duelo perinatal” (posición 13 en 2023) y “muerte perinatal” (posición 9 en 2023) empeoraron algo en su posicionamiento.
- 5) Se detecta una consolidación destacable en las páginas del sitio web que aparecen en las búsquedas de Google alrededor de la página sobre duelo perinatal (reconfigurada en 2022) y la página introducida en 2022 sobre “tipos de pérdida”.

Tabla. Rendimiento en búsquedas de Google: impresiones y clics, 2022

Áreas de operación	Impresiones	Clics	% clics (CTR)	Impresiones	Clics	% clics (CTR)
Apoyo	1.914.207	57.791	3,0%	3.516.013	81.160	2,3%
Humanización	153.296	7.518	4,9%	396.488	10.028	2,5%
Prevención	570.999	7.457	1,3%	710.450	10.378	1,5%
Concienciación	10.635	319	3,0%	58.041	943	1,6%
Investigación	131.753	4135	3,1%	87.625	1206	1,4%
Página de inicio y relacionado	70.380	6.939	9,9%	69.194	7.911	11,4%
No categorizado	19433	975	5,0%	10610	580	5,5%
Total	2.870.703	85.134	3,0%	4.848.421	112.206	2,3%
<i>Tendencia</i>				68,9%	31,8%	-22,0%

Tabla. Posicionamiento de consultas principales en búsquedas de Google, 2022-2023

Consultas principales	Posición media (feb 2022)	Posición media (feb 2023)	Enlace/páginas
testimonio muerte bebé	1	1	/testimonios/

duelo bebé fallecido	2	1	/duelo-perinatal/
muerte perinatal testimonios	2	1	/testimonios/
muerte perinatal	4	9	/tipos-de-perdida-embarazo-muerte-perinatal/
muerte bebé parto	4	5	/en-el-hospital/ > /duelo-perinatal/
superar duelo pérdida bebe	5	5	/duelo-perinatal/
muerte gestacional	6	2	/tipos-de-perdida-embarazo-muerte-perinatal/
pérdida gestacional	7	3	/tipos-de-perdida-embarazo-muerte-perinatal/
afrontar pérdida bebe	7	5	/duelo-perinatal/
muerte neonatal	10	6	/tipos-de-perdida-embarazo-muerte-perinatal/
mi bebé murió embarazo	10	6	/duelo-perinatal/
duelo perinatal	10	13	/duelo-perinatal/
muerte intrauterina	12	14	/estadisticas-de-mortalidad-perinatal-e-infantil-en-espana/ > /tipos-de-perdida-embarazo-muerte-perinatal/
duelo pérdida embarazo	16	11	/duelo-perinatal/
muerte embarazo	25	17	/tipos-de-perdida-embarazo-muerte-perinatal/
duelo gestacional	30	23	Página de inicio > /tipos-de-perdida-embarazo-muerte-perinatal/
muerte fetal	37	25	/estadisticas-de-mortalidad-perinatal-e-infantil-en-espana/ > /tipos-de-perdida-embarazo-muerte-perinatal/
pérdida embarazo	39	25	/tipos-de-perdida-embarazo-muerte-perinatal/
muerte feto	41	22	/tipos-de-perdida-embarazo-muerte-perinatal/
parto feto muerto	—	15	/en-el-hospital/
aborto espontáneo	—	—	

6.5. Comunicación y comunidad

6.4.1. Comunicación e imagen

Descripción

Comunicación e imagen se refiere a la gestión general de la imagen visual de la Asociación y las comunicaciones con la comunidad de la Asociación, compuesta por socias/os, integrantes de la lista de difusión, usuarias/os de las redes sociales de la Asociación y usuarias/os del sitio web.

Acciones

- 1) Lanzamiento del nuevo sitio web y logo unicolor

6.4.2. Redes sociales

Descripción

La Asociación está activa en tres de las plataformas de redes sociales: Twitter, Instagram y Facebook.

Acciones

- 1) Un total de 190 publicaciones en todos los medios de comunicación, un aumento de 38 en 2022.
- 2) 17 campañas de comunicación, abarcando todas las áreas de operación, menos prevención e investigación.
- 3) El aumento principal en la actividad en las redes se produjo en dos áreas de operación: concienciación y administración

Tabla. Actividad (publicaciones y tuits) en las redes sociales, 2020-2023

Publicaciones y tuits	2020	2021	2022	2023
Twitter	41	56	28	35
Facebook	36	63	23	85
Instagram	45	84	71	70
Total	122	203	122	190

Tabla. Campañas y número de publicaciones, 2020-2023

Campaña	2020	2021	2022	2023
15 de octubre	4	3	8	36
Recaudación				26
Cómo apoyar a familias en duelo				23
Comunicaciones generales				20
Cajas de recuerdo		4		15
Tasa mortalidad		2		14
Socios				10
Formación				9
Encuesta Ley 20/2011				9
Voluntariado				6
Lista de difusión	2	4		5
Testimonios	10	1	2	4
Permiso paternidad				4
Book club				3
Plan amigas/os				2
Negligencia médica				2
Derechos Ley 20/2011				2
Recaudaciones	4			
Objetos y memorias físicas		8		
Modificación ley SSR - IVE		4		
Manifiesto IVE		2		
Los movimientos cuentan		10	3	
Good mothers/bad mothers		35		
Fotos autopsia			9	
Duelo y sexo			3	
Duelo y próximo embarazo			3	
Duelo desautorizado		8		
Beyond emotional support			1	
Administración de sedantes			9	
Aceptando la muerte		2		
Total	20	83	38	190

Tabla. Número de publicaciones según área de operación, 2020-2023

Área de operación	2020	2021	2022	2023
Apoyo	10	11	8	9
Humanización de la atención		4	9	24
Prevención		12	3	
Concienciación y ámbito jurídico	4	9	8	86
Investigación empírica		43	10	
Administración	6	4		71
Total	20	83	38	190

Rendimiento

- 1) La Asociación alcanzó un total de 19.009 seguidores en 2023 con un aumento total del 11,3% en relación con 2022, principalmente en Instagram (+1.694 seguidores).
- 2) Con respecto a 2022, se observó un aumento notable de impresiones e interacciones, de 109.563 a 331.208 y de 10.067 a 18.631, respectivamente. Se observa que, en general, la plataforma con más interacción por parte de los seguidores fue Instagram.
- 3) En cuanto al porcentaje de *engagement* con las publicaciones (5,6%, frente a 9,4% en 2022), se observó una reducción importante, atribuible al aumento de publicaciones enfocadas en aspectos administrativos de la Asociación (reclutamiento de socios/os, donaciones, recaudaciones, voluntarios, etc.) que tienen menos interés para la audiencia.
- 4) En cuanto a campañas específicas, «Cómo apoyar a personas en duelo», «Comunicaciones generales», «Permiso de paternidad», «Derechos Ley 20/2011» y las campañas de «15 de octubre» fueron las más populares, según la métrica de «*engagement*» (impresiones según interacciones).

Tabla. Seguidores en las redes sociales, 2019-2023

Seguidores	2019	2020	2021	2022	2023
Twitter	1.096	1.368	1.630	1.814	1.956
Facebook	6.700	7.741	9.325	9.644	9.743
Instagram				5.616	7.310
Total	7.796	9.109	10.955	17.074	19.009
<i>Tendencia</i>		<i>16,8%</i>	<i>20,3%</i>	<i>55,9%</i>	<i>11,3%</i>

Tabla. Impresiones en las redes sociales, 2019-2023

Impresiones	2019	2020	2021	2022	2023
Twitter	151.038	75.284	34.124	31.042	60.346
Facebook			825.101	52.084	56.713
Instagram			40.607	26.437	214.149
Total	151.038	75.284	899.832	109.563	331.208

Tabla. Interacciones con las publicaciones, 2019-2023

Interacciones	2019	2020	2021	2022	2023
Twitter		3.642	2.975	1.321	1.114
Facebook		4.500	28.932	3.352	5.042
Instagram		3.447	12.689	5.394	12.475
Total		11.589	44.596	10.067	18.631

Tabla. Interacciones por cada publicación, 2019-2023

Interacciones por publicación	2019	2020	2021	2022	2023
Twitter	53,9	88,8	53,1	47,2	59,3
Facebook	0,0	125,0	459,2	145,7	178,2
Instagram	0,0	76,6	151,1	76,0	32,8
Total	31,0	95,0	219,7	82,5	98,1

Tabla. Repercusión de las campañas de comunicación* en las redes sociales, 2019-2023

	2019	2020	2021**	2022	2023
Impresiones		19.494	668.472	84.843	331.208
Interacciones		3.494	67.720	8.010	18.631
Me gustas y reacciones		1.961	13.799	2.600	13.081
Comentarios		83	744	164	380
Compartido		991	2.874	612	2.507
% Engagement		17,9%	10,1%	9,4%	5,6%

*Excluye actividad no centrada en concreto en la difusión de una campaña o proyecto.

**En 2021, hubo una campaña promocionada (pagada) en Facebook: "Los movimientos cuentan".

Tabla. Repercusión de las campañas de comunicación en las redes sociales según área de operación, 2023

Área de operación	Impresiones	Interacciones	Me gusta y reacciones	Comentarios	Compartido	% Engagement
Apoyo	10.344	400	265	12	20	3,9%
Prevención	73.711	2.347	1.489	88	217	3,2%
Humanización de la atención						
Concienciación y ámbito jurídico	143.687	11.330	8.145	180	1.949	7,9%
Investigación empírica						
Administración	103.466	4.554	3.182	100	321	4,4%
Total	331.208	18.631	13.081	380	2.507	5,6%

Tabla. Impresiones y interacciones en campañas de las redes sociales, 2023

Tema	Impresiones	Interacciones	% engagement
Apoyo	55.626	5.626	10,1%
Comunicaciones generales	21.677	2.047	9,4%
Permiso paternidad	8.599	719	8,4%
Derechos Ley 20/2011	5.614	465	8,3%
15 de octubre	39.190	3.014	7,7%
Socios	11.514	647	5,6%
Testimonios	4.994	252	5,0%
Tasa mortalidad	29.862	1.470	4,9%
Formación	10.684	490	4,6%
Cajas de recuerdo	63.027	1.857	2,9%
Voluntariado	9.237	267	2,9%
Negligencia médica	1.860	53	2,8%
Book club	3.490	95	2,7%
Lista de difusión	3.101	80	2,6%
Recaudación	52.925	1.317	2,5%
Encuesta Ley 20/2011	8.495	203	2,4%
Plan amigas/os	1.313	29	2,2%
Total	331.208	18.631	5,6%

6.4.3. Lista de difusión

Descripción

La lista de difusión es una de las herramientas más importantes para la Asociación, ya que permite entablar comunicaciones directas con un público (madres y padres y profesionales de la salud) muy interesado en las actividades de la Asociación.

Acciones

- 1) 5 publicaciones para reclutar a nuevos miembros de la lista en 2023
- 2) Traslado de Mailchimp a un sistema propio para la gestión de la base de contactos de la lista de difusión para evitar los costes
- 3) 6 envíos a la lista en 2023, frente a 5 en 2022

Tabla. Campaña en las redes sociales (publicaciones) y difusión por correo electrónico

	2019	2020	2021	2022	2023
Cajas de recuerdo					
Facebook		2	1		2
Instagram			1		2
Twitter			2		1
Total		2	3		5

Tabla. Número de correos electrónicos a lista según segmento, 2021-2023

Segmento	2021	2022	2023
Madres y padres	1	1	1
Profesionales	2	2	2
Toda la lista	1	2	3
Total	4	5	6

Rendimiento

- 1) Se registraron 105 nuevos usuarios, con un aumento neto de 68, con un total de 1.274 integrantes en 2023.
- 2) España representa el 82% de los integrantes de la lista y más del 70% son profesionales de la salud.
- 3) En cuanto a ocupación/relación con la asociación, madres/padres fueron el grupo con más inscripciones en 2023.
- 4) Los destinatarios abrieron en torno al 47,6% de los correos electrónicos enviados en 2023, una reducción del 1,5% frente al 49,1% de 2022.
- 5) En 2023, el 9,4% de las/os destinatarias/os hizo clic en al menos un enlace en el correo, frente al 10,5% de 2021.

- 6) Los grupos que participaron más en los correos electrónicos enviados (que los abren e interactúan) son periodistas, estudiantes, activistas y matronas.

Total. Número de personas inscritas según país/región y año, 2021-2023

País/región	≤2021	2022	2023	Total	%
España	906	65	83	1.054	82,7%
América del Sur	81	13	13	107	8,4%
Perdido	41			41	3,2%
América del Norte	28	9	4	41	3,2%
Europa otro	10		2	12	0,9%
América Central y Caribe	9		2	11	0,9%
No España	7			7	0,5%
África del Norte			1	1	0,1%
					0,0%
Total	1.082	87	105	1.274	100,0%

Total. Número de personas inscritas según ocupación y año, 2021-2023

Ocupación/categoría	≤2021	2022	2023	Total	%
Madre, padre o familiar	307	24	42	373	29,3%
Matrona	211	14	7	232	18,2%
Psicóloga/o o psiquiatra particular	141	13	14	168	13,2%
Profesional sanitario - Enfermería o auxiliar	119	9	10	138	10,8%
Otro	45	7	11	63	4,9%
Profesional sanitario - Médico o admin.	44	9	4	57	4,5%
Psicóloga/o o psiquiatra en un hospital	48	4	4	56	4,4%
Perdido	47			47	3,7%
Doula	38	2	2	42	3,3%
Activista	36	2	3	41	3,2%
Profesor/a	15	2	1	18	1,4%
Estudiante	15		1	16	1,3%
Investigador/a	10	1	1	12	0,9%
Periodista	5		5	10	0,8%
Abogada/o	1			1	0,1%
Total	1082	87	105	1274	100,0%

6.4.4. Relaciones y colaboraciones con otras entidades

Descripción

La Asociación mantiene relaciones colaborativas con otras entidades que operan en el ámbito de la prevención de la muerte perinatal o en la prestación de apoyo al duelo. Esto lo hace tanto a escala nacional como internacional.

A escala nacional, la Asociación colabora principalmente con:

- Red El Hueco de mi vientre - campañas de prevención de la mortalidad perinatal
- A Contracor - prestación de apoyo en contexto de interrupción del embarazo y campañas de humanización de la atención
- FEDUP - proyectos de humanización de la atención
- Stillbirth Project - proyectos de humanización de la atención
- El Clínic, Barcelona - campañas de prevención de la mortalidad perinatal
- INatal, Barcelona - campañas de prevención de la mortalidad perinatal
- Círculo de Familias en Duelo - campañas de prevención de la mortalidad perinatal
- Asociación Española de Matronas - campañas de prevención de la mortalidad perinatal
- Sociedad Catalana de Obstetricia y Ginecología - campañas de prevención de la mortalidad perinatal

A escala internacional la Asociación colabora principalmente con:

- The International Stillbirth Alliance - congresos e investigación
- Tommy's (Reino Unido) - campañas de prevención de la mortalidad perinatal
- The Centre of Research Excellence in Stillbirth (CRE) - congresos e investigación
- CiaoLapo (Italia) - congresos e investigación
- Feileacain (Irlanda) - prestación de cajas de recuerdo y congresos

Acciones

- 1) Ninguna en 2023

FIRMA

Firmado por JILLIAN
THERESE CASSIDY -
DNI ****9693* el día
06/05/2024

Fdo. Vº Bº PRESIDENTE/A
Dña Jillian Therese Cassidy

CASSIDY
PAUL
RICHARD -
X6484019C

Digitally signed
by CASSIDY
PAUL RICHARD -
X6484019C
Date: 2024.05.06
15:25:53 +01'00'

Fdo. SECRETARIO/A
D. Paul Richard Cassidy