

INFORME DE COMUNICACIÓN

2021 - 2022



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL INFORME	1
CAMPAÑA UNE EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN	3
DATOS DE UNE.ES	12
DATOS DEL BLOG UNELIBROS	18
DATOS DE UNEBOOK	21
DATOS EN REDES SOCIALES: UNE Y UNEBOOK	27

INFORME DE COMUNICACIÓN

2021 - 2022

INTRODUCCIÓN

Uno de los principales objetivos de la actual **Junta Directiva** es continuar con la política de transparencia y mejorar la información que recibe el asociado. De hecho, una de nuestras líneas estratégicas está dedicada casi por completo a ese objetivo.

Este informe de comunicación pretende ser una herramienta más para que el socio conozca el conjunto de actividades de comunicación y difusión que se realizan desde la **UNE**.

Nuestro departamento de comunicación y prensa, junto con la secretaría técnica, coordinan un conjunto de actividades cuyo único objetivo es dar altavoz a la multitud de actividades realizadas, no solo por la **UNE**, sino también por todas las editoriales asociadas.

DESCRIPCIÓN

Este informe está dividido en cinco apartados:

— **Campaña UNE en medios de comunicación.** Esta campaña ha sido un verdadero éxito para todos los que han participado realizando inserciones de reseñas en los diferentes medios. Queremos ofrecer los datos del impacto real de la campaña para que, tanto los participantes como los que aún no lo habéis hecho, podáis ser conscientes del alcance de este proyecto.

— **Datos de la web UNE.** Tras cumplirse un año y medio de su estreno, queremos que conozcáis cómo ha evolucionado nuestra principal herramienta de comunicación.

— **Unelibros Blog.** Es uno de los proyectos de difusión más jóvenes que tenemos, pero ya podemos observar un aumento tanto en las visualizaciones como en la calidad de los contenidos.

— **Unebook (incluye blog).** Nuestra principal herramienta de posicionamiento comercial, sigue sumando contenidos e incorporando mejoras técnicas para prestar el mejor servicio posible al asociado.

— **Redes sociales de UNE y Unebook.** Por último, queremos ofrecer el impacto de toda la actividad en redes sociales, tanto de UNE como de Unebook.



CAMPAÑA UNE EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

CAMPAÑA **UNE** EN MEDIOS

74.659
VISITAS
2022

48
RESEÑAS
2022

17
ASOCIADOS
PARTICIPANTES

EL CULTURAL

ABC

LA VANGUARDIA

En 2020 y en pleno estado de alarma por el COVID-19, UNE puso en marcha una nueva campaña de publicidad en medios de comunicación que sustituía a la que se había venía realizando desde 2004 en los suplementos culturales de papel ABC Cultural (ABC), El Cultural (El Mundo) y Babelia (El País).

El cambio consistió en **abandonar la publicidad en las versiones impresas de los suplementos** y migrar hacia las ediciones digitales buscando nuevas formas de hacer llegar al gran público información sobre los libros de los asociados. La fórmula hallada aportaba un nuevo atractivo para las editoriales y autores: la difusión del libro a través del análisis de su contenido y la presencia de dichos contenidos en los grandes medios de comunicación generalistas y, como consecuencia, en las búsquedas de Google y en las redes sociales.

129 RESEÑAS DE LIBROS DE 17 EDITORIALES

Cuando finalice 2022 y desde septiembre de 2020, se habrán publicado 129 reseñas de libros distintos, de 17 editoriales asociadas.

74.659
VISITAS

EDITORIALES QUE HAN PARTICIPADO EN LA CAMPAÑA

1. Universidad de Alicante
2. Universidad de Almería
3. Universidad de Cantabria
4. Universidad de Castilla-La Mancha
5. Fundación Universitaria San Pablo CEU. CEU Ediciones
6. Universidad Complutense de Madrid
7. Universidad Francisco de Vitoria
8. Universidad de Granada
9. Universitat Jaume I
10. Universidad Nacional de Educación a Distancia UNED
11. Universidad de Navarra
12. Universitat Politècnica de València
13. Universidad de Salamanca
14. Universidad de Sevilla
15. Universidad de Zaragoza
16. Fundación San Millán de la Cogolla
17. Genueve Ediciones

¿QUÉ APORTA ESTA CAMPAÑA?

Creemos que la rentabilidad de esta campaña para las editoriales es muy diversa:

1. **Difusión del contenido de los libros en la sociedad.**
2. **Contribución al contenido cultural y científico que se mueve por la Red.**
3. **Posicionamiento y prestigio de la editorial.**
4. **Movilización de los autores.**
5. **Generación de impactos útiles para las agencias evaluadoras.**

RESEÑAS ABC CULTURA 2022

20.014 visitas

24 reseñas

1. **ABC CULTURA LIBROS-ES.** Una brújula para la poesía de ayer. Universidad de Alicante
2. **ABC CULTURA LIBROS-ES.** Pensar las películas para pensar la realidad. Universidad Complutense de Madrid
3. **ABC CULTURA LIBROS-ES.** El teatro quinientista español. Fundación San Millán de la Cogolla
4. **ABC CULTURA LIBROS-ES.** Más allá de 'Vengadores'. La profunda huella de las viñetas en el audiovisual. Universidad de Zaragoza
5. **ABC CULTURA LIBROS-ES.** ¿Por qué leer a Jane Austen? Editorial Universidad de Navarra
6. **ABC CULTURA LIBROS-ES.** Immanuel Kant, una relectura en castellano 300 años después. Universidad de Málaga y UNE
7. **ABC CULTURA LIBROS-ES.** Estamos vivos de milagro: 10 años después de Morente
8. **ABC CULTURA LIBROS-ES.** 'Ortografía Normativa del Español', volúmenes I y II: teoría y práctica de interés público. UNED
9. **ABC CULTURA LIBROS-ES.** Educar mirando a los ojos. Universidad de Navarra
10. **ABC CULTURA LIBROS-ES.** Objetos perdidos, un recorrido por la cultura surcoreana. Universidad de Málaga
11. **ABC CULTURA LIBROS-ES.** La Editorial UFV publica 'Yo siempre vi un sombrero. Encuentros con el Principito'. Universidad Francisco de Vitoria
12. **ABC CULTURA LIBROS-ES.** Una historia europea. Universidad de Zaragoza

RESEÑAS ABC CULTURA 2022

20.014 visitas

24 reseñas

13. [ABC CULTURA LIBROS-ES. Inmigración y género: una doble discriminación.](#) UNED
14. [ABC CULTURA LIBROS-ES. «La familia es el mejor lugar para vivir, el más humano».](#) CEU Ediciones
15. [ABC CULTURA LIBROS-ES. Ernestina de Champourcin y su búsqueda de Dios a través de la poesía.](#) Universidad de Navarra
16. [ABC CULTURA LIBROS-ES. Entrevista a Manuel Pacheco: "Puede que Meschonnic no construyera una teoría al uso con pilares firmes, pero justo eso era lo que buscaba".](#) Universidad de Málaga
17. [ABC CULTURA LIBROS-ES. Walter Benjamin «revisited».](#) geneuve ediciones
18. [ABC CULTURA LIBROS-ES. Josep Baqués Quesada: «China ya opera en 'zona gris', sobre todo, en los mares de China».](#) UNED
19. [ABC CULTURA LIBROS-ES. Por qué leer a Dostoyevski.](#) Universidad de Navarra
20. [ABC CULTURA LIBROS-ES. Feminismo natural: el humor y la excentricidad como resistencia en una sociedad patriarcal.](#) Universidad de Málaga
21. [ABC CULTURA LIBROS-ES. La Revolución francesa: una historia de historias para leer el presente.](#) Universidad de Zaragoza
22. [ABC CULTURA LIBROS-ES. 'The Slow Professor', el ensayo que llama a repensar la docencia universitaria en la era de la productividad y de la rapidez.](#) Universidad de Granada
23. [ABC CULTURA LIBROS-ES. Gombrich: una teoría del arte.](#) Universidad de Navarra
24. [ABC CULTURA LIBROS-ES. Arte y diversidad cultural: un diálogo universal.](#) Universidad de Málaga

RESEÑAS EL CULTURAL- EL ESPAÑOL 2022

35.203 visitas

18 reseñas

1. **EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-COM)**. **Fernando Ortiz, la otra revolución cubana.** Universidad de Granada
2. **EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-COM)**. **Maruja Mallo, María Zambrano o Rosa Chacel, las mujeres en la Revista de Occidente.** Universidad de Almería
3. **EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-COM)**. **¿Está preparada Europa contra el terrorismo y la guerra? Hablan los expertos académicos.** UNED
4. **EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-COM)**. **El cómic adulto en España: 'boom', caída y resurrección.** Universidad de Zaragoza
5. **EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-COM)**. **"La imagen derrotista de la Marina española del siglo XVIII pertenece ya al pasado".** UNED
6. **EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-ES)**. **La caricatura política en la España liberal.** Universidad de Cantabria
7. **EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-COM)**. **Javier Marrodán: "ETA no abandonó la violencia por cuestiones morales, sino estratégicas".** Universidad de Navarra
8. **EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-COM)**. **1921, viaje a una España convulsa.** Universidad de Granada
9. **EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-COM)**. **Pagar con cacao: la permanente crisis monetaria de las Filipinas españolas.** UNED

RESEÑAS EL CULTURAL- EL ESPAÑOL 2022

35.203 visitas

18 reseñas

10. **EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-COM)**. Rodríguez de la Peña: "La compasión de telediario es solidaridad de supermercado". CEU Ediciones
11. **EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-COM)**. 'Risorgimento', la prueba italiana de que la unión hace la fuerza. Universidad de Zaragoza
12. **EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-COM)**. Rubén Herce: "La idea de Dios es un tema casi tabú en España". Universidad de Navarra
13. **EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-COM)**. Brenan y Rimbaud, nexo de literatura y vida. Universidad de Almería
14. **EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-COM)**. Fechas y reyes godos: cómo la educación tradicional eliminó el cuerpo humano de los libros de Historia. UNED
15. **EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-COM)**. ¿En qué consiste "ser mayor"? UNED
16. **EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-COM)**. 'Paraíso': la más alta expresión poética de Dante. Universidad Francisco de Vitoria
17. **EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-COM)**. Agustín Sánchez Vidal: pensar en imágenes
18. **EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-COM)**. Lorca "inédito", el viaje que cambió la poesía. Fundación San Millán de la Cogolla

RESEÑAS LA VANGUARDIA 2022

19.442 visitas

6 reseñas

1. **LA VANGUARDIA CULTURA-COM. La realidad incómoda del cine español.** Universidad Complutense de Madrid
2. **LA VANGUARDIA CULTURA-COM. La increíble historia oculta de la abadía benedictina de San Millán de la Cogolla.** Fundación San Millán de la Cogolla
3. **LA VANGUARDIA CULTURA-COM. La Transición, un periodo con luces y muchas sombras.** Universidad de Zaragoza
4. **LA VANGUARDIA CULTURA-COM. Así ha evolucionado el papel de la mujer en el ámbito laboral.** Universidad de Navarra
5. **LA VANGUARDIA CULTURA-COM. ‘Rebelión en la granja’: las claves ideológicas de una fábula todavía actual.** CEU Ediciones
6. **LA VANGUARDIA CULTURA-COM. De los clásicos al fenómeno Harry Potter: Cómo son los libros que leen los más jóvenes.** Universidad de Castilla-La Mancha

DIFUSIÓN PUBLISHERS WEEKLY EN ESPAÑOL 2022

**Más de 130.000 personas de España y Latinoamérica
(papel y digital)**

Paralelamente, con el fin de posicionar a las editoriales universitarias en el sector del libro, destacar su aportación al mundo de la cultura y resaltar la idiosincrasia en cada caso, UNE acordó con Publishers Weekly, revista internacional de referencia de la industria del libro, la realización de reportajes que cumplieran este objetivo.

Hasta el momento se han publicado los que a continuación detallamos, que han llegado a una audiencia de 130.000 personas de España y América latina, a través de la difusión de la revista en papel y pdf.

1. **PUBLISHERS WEEKLY. Cilengua o las primeras letras. Fundación San Millán de la Cogolla**
2. **PUBLISHERS WEEKLY. Ediciones Universidad de Navarra, fe en el libro.**
3. **PUBLISHERS WEEKLY. Editorial de la Universidad de Cantabria, la calidad como norte.**
4. **PUBLISHERS WEEKLY. Editorial Universidad de Granada: el lugar del saber.**
5. **PUBLISHERS WEEKLY. Genueve, las siete magníficas.**
6. **PUBLISHERS WEEKLY. Universitat Politècnica de Valencia, la internacionalización como horizonte.**

ACCIONES DE PRENSA 2022

En la tabla que os exponemos a continuación os presentamos las cifras de los contenidos informativos generados desde Comunicación y Prensa de la **UNE** así como el número de noticias publicadas por los asociados en la web, junto con el recuento de impactos que se han podido registrar.

NOTICIAS PUBLICADAS EN LA WEB (NOTAS DE PRENSA Y OTRAS)	87
REPORTAJES FOTOGRÁFICOS DE ACTIVIDADES UNE	8
VÍDEOS	14
RETRANSMISIONES EN STREAMING	1
IMPACTOS EN MEDIOS DIGITALES DE LAS ACTIVIDADES DE LA UNE	67*
NOTICIAS PUBLICADAS POR LOS ASOCIADOS EN LA WEB	655
IMPACTOS DE LOS ASOCIADOS SUBIDOS A LA WEB	313

* Estos impactos se corresponden con los [registrados por Google](#). Los impactos reales son más, ya que muchos medios no autorizan a Google para difundirlos

DATOS DE LA WEB UNE.ES



UNIÓN DE
EDITORIALES
UNIVERSITARIAS
ESPAÑOLAS

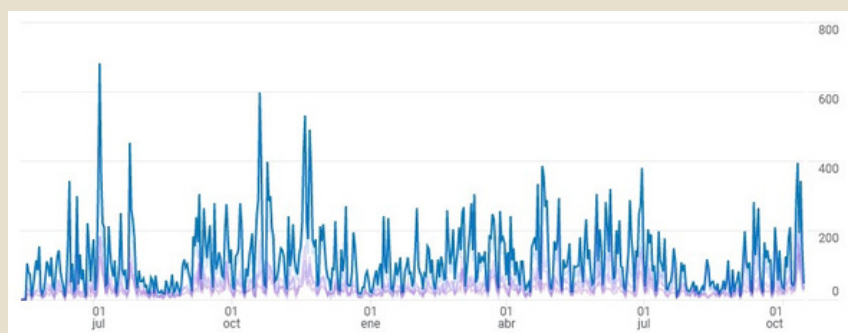
DATOS DE UNE.ES

Los datos que a continuación os mostramos, son la compilación que la web ha arrojado desde su creación hace un año y medio. Al ser un proyecto con un nacimiento tan reciente, hemos considerado relevante realizar su recorrido completo.

VISITAS TOTALES

Las visitas totales se refieren a las contabilizadas desde mayo de 2021 hasta el octubre del 2022.

Este gráfico ha sido extraído de *Google Analytics*

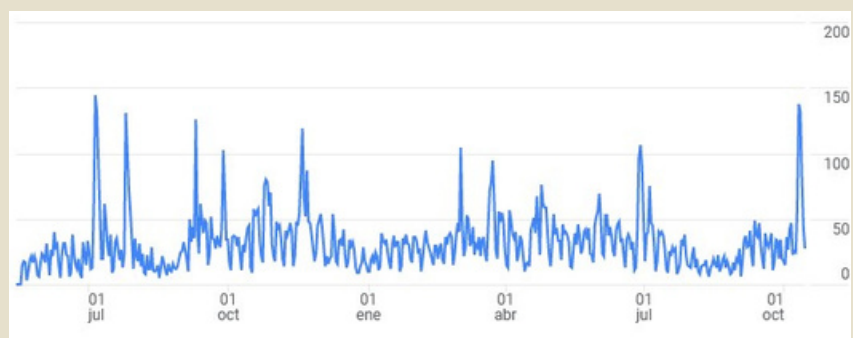


59.254 visitas

USUARIOS TOTALES

Entendemos por usuario aquella persona única que ve o utiliza nuestro sitio web. Es decir, que 13.000 personas han visitado o interactuado con nuestra web en este periodo.

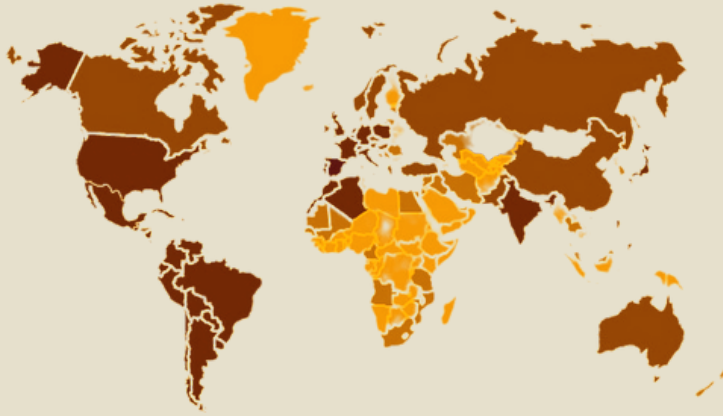
Este gráfico ha sido extraído de *Google Analytics*



13.000 usuarios

DATOS DE UNE.ES

USUARIOS POR PAÍS



ESPAÑA	11.000
MÉXICO	404
ARGENTINA	200
COLOMBIA	197
PERÚ	173
ESTADOS UNIDOS	138
FRANCIA	106

El mapa y los datos han sido extraídos de *Google Analytics*

DATOS DE UNE.ES

PÁGINAS MÁS VISITADAS

	Visitas	Usuarios	Visitas por usuario	Tiempo de interacción medio
Respecto al total:	59.254	12.855	4,61	1 min y 29 s
UNE Unión de Editoriales Españolas	8.212	2.054	4,00	1 min y 02 s
Asociados	4.145	671	6,18	1 min y 09 s
Noticias UNE	3.950	295	13,39	2 min y 36 s
Enlaces acceso abierto	1.513	513	2,95	0 min y 56 s
La UNE en la prensa	1.436	66	21,76	4 min y 33 s
Sello CEA-APQ	1.171	404	2,90	1 min y 11 s
Premios UNE	1.117	342	3,27	0 min y 37 s
Libros ganadores de los XXIV Premios Nacionales de Edición Universitaria	822	369	2,23	1 min y 03 s
Contrato de edición, derechos de autor	662	419	1,58	1 min y 30 s
Ganadores de los XXV Premios Nacionales de Edición Universitaria	539	259	2,08	0 min y 51 s

Los datos de esta tabla han sido extraídos de *Google Analytics*

DATOS DE UNE.ES

ORIGEN DEL TRÁFICO

	Usuarios	Sesiones	Sesiones con interacción	Tiempo de interacción medio
Respecto al total:	12.855	16.378	9.744	1 min y 10 s
DIRECTO	12.739	13.717	8.494	1 min y 05 s
BÚSQUEDA ORGÁNICA	490	1.533	786	1 min y 30 s
BÚSQUEDA SOCIAL	106	661	305	2 min y 01 s
REFERIDO	62	191	92	1 min y 08 s

Esta tabla ha sido extraída de *Google Analytics*

Como podemos observar, esta tabla nos indica las vías por las que los usuarios han llegado a nuestra web.

DIRECTO

Son aquellas búsquedas en las que el usuario ha escrito la URL en la barra de navegación, es decir, **conoce la página web**. Esto nos indica dos cosas: en primer lugar, un conocimiento de nuestra asociación; y, en segundo lugar, una fidelización de usuarios.

BÚSQUEDA ORGÁNICA

Este tipo de búsqueda está mediada por Google, y es síntoma de unas estrategias de posicionamiento SEO eficientes. Aspecto que, desde la UNE, tenemos muy presente.

BÚSQUEDA SOCIAL

Esta es la búsqueda que más importancia está adquiriendo: la que proviene de las **redes sociales**. Desde nuestro compromiso por promover la visibilidad de los asociados, emprendemos cada vez más medidas de optimización de nuestras redes sociales.

DATOS DE LA NEWSLETTER **UNE.ES**

La *newsletter* de la web de **UNE** cuenta actualmente con 561 suscriptores.

La *newsletter* que se envía recopilando noticias de la UNE y sus asociados es **semanal** y tiene una **tasa de apertura** de más del 34%.

SUSCRÍBETE A NUESTRA NEWSLETTER

Indica tu nombre

Indica tu/s apellido/s

Indica tu correo electrónico

Acepto el [aviso legal](#) y la [política de privacidad](#)

¡ME APUNTO!

DATOS DEL BLOG UNELIBROS.UNE.ES

UNElibros

Edición del conocimiento científico y académico



DATOS DEL BLOG UNELIBROS

JUSTIFICACIÓN DE LOS DATOS SELECCIONADOS

El periodo que hemos utilizado para la adquisición de estos datos comprende entre marzo y octubre de 2022. Esto se debe a que la herramienta que utilizamos, *Google Analytics*, no comenzó a arrojar datos hasta dicho mes. Por ello, deberá tenerse en cuenta la franja más reducida sobre la que se trabaja.

VISITAS TOTALES

7.503 visitas

USUARIOS TOTALES

2.800 usuarios

Los usuarios totales corresponden a todas aquellas personas únicas que han interactuado con nuestra web. Es decir, que en el transcurso de marzo a octubre, 2.800 visitantes distintos han accedido a nuestro sitio web.

USUARIOS POR PAÍS



ESPAÑA	1.500
MÉXICO	603
ESTADOS UNIDOS	156
ARGENTINA	68
COLOMBIA	52
CHILE	36
CHINA	33

El mapa y los datos han sido extraídos de *Google Analytics*

DATOS DEL BLOG UNELIBROS

PÁGINAS MÁS VISITADAS

	Visitas	Usuarios	Visitas por usuario	Tiempo de interacción medio
Respecto al total:	7.503	2.751	2,73	1 min y 12 s
Nefrología pediátrica	1.581	730	2,17	0 min y 44 s
UNELibros Unión de Editoriales Universitarias Españolas	1.314	482	2,73	0 min y 29 s
El oficio de editar... libros universitarios	391	200	1,96	2 min y 01 s
Fundamentos de Rehabilitación Vestibular	356	160	2,23	0 min y 55 s
Los fundamentos del libro y la edición	343	194	1,77	0 min y 39 s
Editar sin editor	306	166	1,84	1 min y 01 s
Scientia sine arte nihil est. Las publicaciones universitarias	297	142	2,09	1 min y 39 s
Un libro, una historia	291	132	2,20	0 min y 32 s
"La fiesta barroca. El reino de Valencia": El deseo de un libro bello	222	101	2,20	1 min y 13 s
Los magnates editoriales que impusieron el prestigio en las publicaciones científicas	182	98	1,86	1 min y 36 s

Los datos de esta tabla han sido extraídos de *Google Analytics*

DATOS DE LA WEB
UNEBOOK.ES
U*ni*Ebook



DATOS DE UNEBOOK.ES

Los datos que a continuación exponemos sobre **Unebook** aúnan las estadísticas tanto de la web como del blog. Hemos reunido los datos de todo un año, desde octubre de 2021 a octubre de 2022.

VISITAS TOTALES

Las visitas totales se refieren a las contabilizadas desde el 15 de octubre de 2021 hasta el 15 de octubre de 2022.



Este gráfico ha sido extraído de *Google Analytics*

1.166.821 visitas

USUARIOS TOTALES

Entendemos por **usuario** aquella **persona única** que ve o utiliza nuestro sitio web. Es decir, que **491.297 personas** han visitado o interactuado con nuestro dominio en este periodo.



Este gráfico ha sido extraído de *Google Analytics*

491.297 usuarios

DATOS DE UNEBOOK.ES

USUARIOS POR PAÍS



El mapa y los datos han sido extraídos de *Google Analytics*

ESPAÑA	205.097
MÉXICO	74.307
ESTADOS UNIDOS	45.741
COLOMBIA	28.726
PERÚ	25.300
ARGENTINA	20.866
ECUADOR	13.841
CHILE	12.678
BOLIVIA	10.981
REPÚBLICA DOMINICANA	5.649

DATOS DE UNEBOOK.ES**POSTS MÁS LEÍDOS**

Título	Visitas
El libro sagrado del budismo	39.304
Gamificación en educación: gamificar el aula	24.929
Los libros más vendidos de la historia	22.869
Libros de enfermería básica para estudiantes y profesionales	16.106
Libros sobre drogas y drogodependencia	13.784
Libros sobre el aborto	9.917
Libros sobre el bullying escolar para prevenir el acoso	8.553
Libros esenciales de Simone de Beauvoir	7.991
Libros sobre el suicidio	7.424
Libros sobre los sueños	5.549

Los datos de esta tabla han sido extraídos de *WordPress*

DATOS DE UNEBOOK.ES

ORIGEN DEL TRÁFICO

	Usuarios	Sesiones	Tiempo de interacción medio
Respecto al total:	498.244	584.657	1 min y 08 s
BÚSQUEDA ORGÁNICA	312.047	356.393	1 min
DIRECTO	150.169	172.926	1 min y 01 s
REFERIDO	27.426	38.927	2 min y 30 s
BÚSQUEDA SOCIAL	4.428	5.193	1 min y 09 s

Los datos de esta tabla han sido extraídos de *Google Analytics*

Como podemos observar, esta tabla nos indica las vías por las que los usuarios han llegado a nuestra web.

BÚSQUEDA ORGÁNICA

La búsqueda orgánica se refiere a aquella que realiza un usuario a través de una palabra clave en un buscador. Este tipo de búsqueda está mediada por **Google**, es decir, sin coste adicional, y es síntoma de unas estrategias de posicionamiento SEO eficientes. Desde **Unebook** entendemos la importancia de un buen posicionamiento, por lo que diseñamos y planificamos nuestro contenido en consecuencia.

DIRECTO

Son aquellas búsquedas en las que el usuario ha escrito la URL en la barra de navegación, es decir, conoce la página web. Esto nos indica dos cosas: en primer lugar, un conocimiento de nuestra asociación; y, en segundo lugar, una fidelización de usuarios.

REFERIDO

Este tipo de tráfico señala a aquellas personas que han llegado a nuestra web mediante otras páginas o enlaces. Aquí añadiríamos todo el trabajo que se realiza desde las redes sociales para promocionar tanto el blog, como la web y la tienda.

BÚSQUEDA SOCIAL

Esta es la búsqueda que más importancia está adquiriendo: la que proviene de las **redes sociales**. Desde nuestro compromiso por promover la visibilidad de los asociados, emprendemos cada vez más medidas de optimización de nuestras redes sociales.

DATOS DE LA NEWSLETTER DE UNEBOOK

ÚNETE A NUESTRA COMUNIDAD

Entérate de todas las novedades de la web más importante de libro universitario en español

Email Address*

First Name*

Actualmente, **Unebook** posee dos newsletter.

NEWSLETTER SEMANAL

24.300
SUSCRIPTORES

17,1%
TASA DE APERTURA

NEWSLETTER SEGMENTADA

Esta lista de difusión está dividida en **18 audiencias diferenciadas** para un mayor nivel de especialización e interés.

9.203
SUSCRIPTORES

34,6%
TASA DE APERTURA

¿Qué área te interesa?*

Ciencias y tecnología

Humanidades

Historia

Derecho

Divulgación

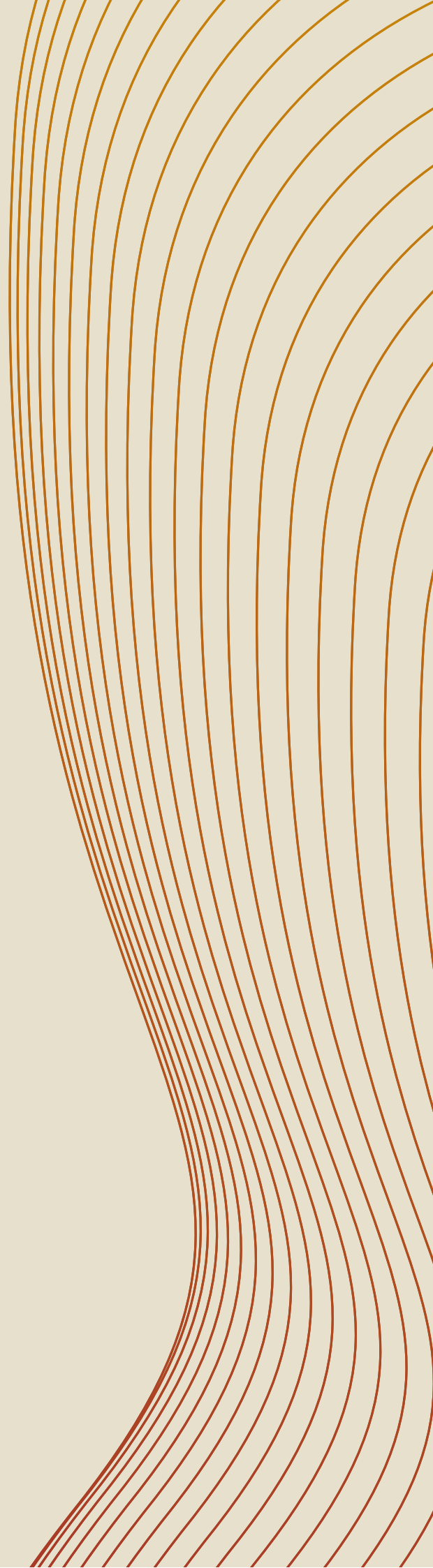
Academia

Elige las áreas que sean de tu interés

* = campo obligatorio



DATOS EN REDES SOCIALES UNE Y UNEBOOK





FACEBOOK UNE

Los datos que hemos seleccionado van desde octubre de 2021 a octubre de 2022. Han sido extraídos de *Facebook Audience Insights*.

SEGUIDORES

Los **seguidores** nos indican un público fidelizado, que quiere estar al tanto de nuestras iniciativas y campañas.

2.938 seguidores

ALCANCE DE LA PÁGINA

Cuando hablamos del **alcance** nos referimos al número de personas que vieron nuestras publicaciones en un periodo determinado. En este caso, hemos seleccionado datos anuales: octubre de 2021 a octubre de 2022.

Nuestro **alcance** se ha incrementado en un **102,4 %** desde el periodo anterior.

24.183 personas

VISITAS DE LA PÁGINA

Las visitas a la página son el número de veces que las personas vieron el perfil de una página, con o sin una sesión iniciada en Facebook. El alcance, en cambio, es el número de personas que vieron contenido de tu página o sobre ella.

1.559 visitas

NUEVOS ME GUSTA

Los **me gusta** indican un apoyo a nuestra página y a nuestras iniciativas.

Nuestros **me gusta** se han incrementado en un **24,5 %** desde el periodo anterior.

198 me gusta



FACEBOOK UNEBOOK

Los datos que hemos seleccionado van desde octubre de 2021 a octubre de 2022. Han sido extraídos de *Facebook Audience Insights*.

SEGUIDORES

Los seguidores nos indican un público fidelizado, que quiere estar al tanto de nuestras iniciativas y campañas, además de posibles compradores.

3.985 seguidores

ALCANCE DE LA PÁGINA

Cuando hablamos del alcance nos referimos al número de personas que vieron nuestras publicaciones en un periodo determinado. En este caso, hemos seleccionado datos anuales: octubre de 2021 a octubre de 2022.

Nuestro alcance se ha incrementado en un **10,9 %** desde el periodo anterior.

5.263 personas

VISITAS DE LA PÁGINA

Las visitas a la página son el número de veces que las personas vieron el perfil de una página, con o sin una sesión iniciada en Facebook. El alcance, en cambio, es el número de personas que vieron contenido de tu página o sobre ella.

681 visitas

NUEVOS ME GUSTA

Los me gusta indican un apoyo a nuestra página y a nuestras iniciativas.

Nuestros **me gusta** se han incrementado en un **15,8 %** desde el periodo anterior.

66 me gusta



TWITTER UNE

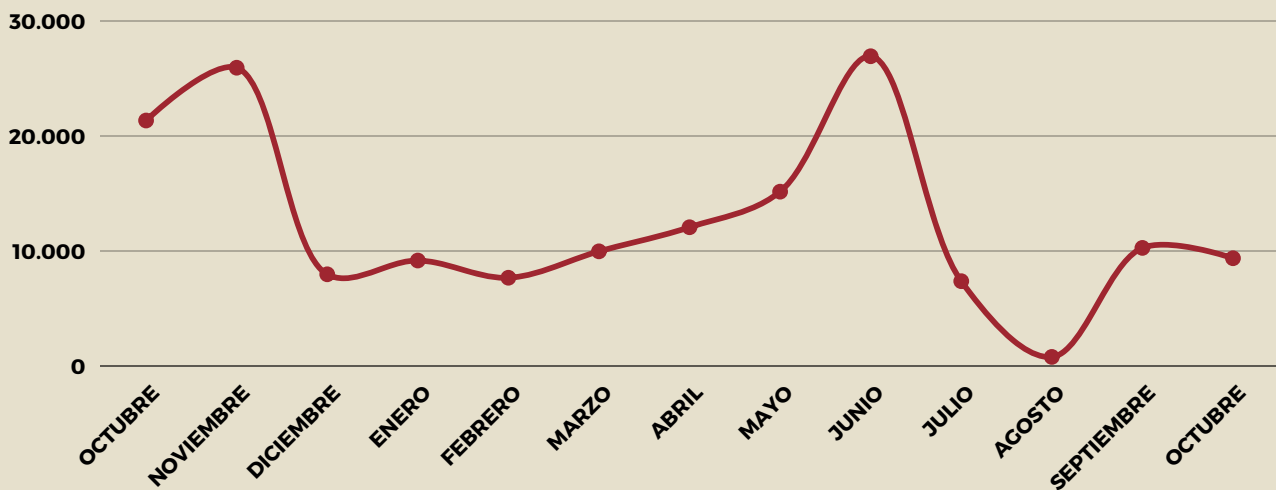
Los datos que hemos seleccionado concurren desde octubre de 2021 a octubre de 2022. Han sido extraídos de *Twitter Analytics*. Hemos querido ver globalmente la evolución de nuestro impacto en esta red social.

INTERACCIONES

IMPRESIONES TOTALES	163.300
MEDIA DE IMPRESIONES POR DÍA	1.784
RETUIT	952
ME GUSTA	2.528

Los datos de esta tabla han sido extraídos de *Twitter Analytics*

IMPRESIONES TOTALES



Los datos de esta tabla han sido extraídos de *Twitter Analytics*

El pico que observamos en el mes de junio de 2022 corresponde con la **Feria del Libro de Madrid**. Esto nos indica que la comunicación de eventos importante multiplica nuestro tráfico de audiencia e interacción.



TWITTER UNEBOOK

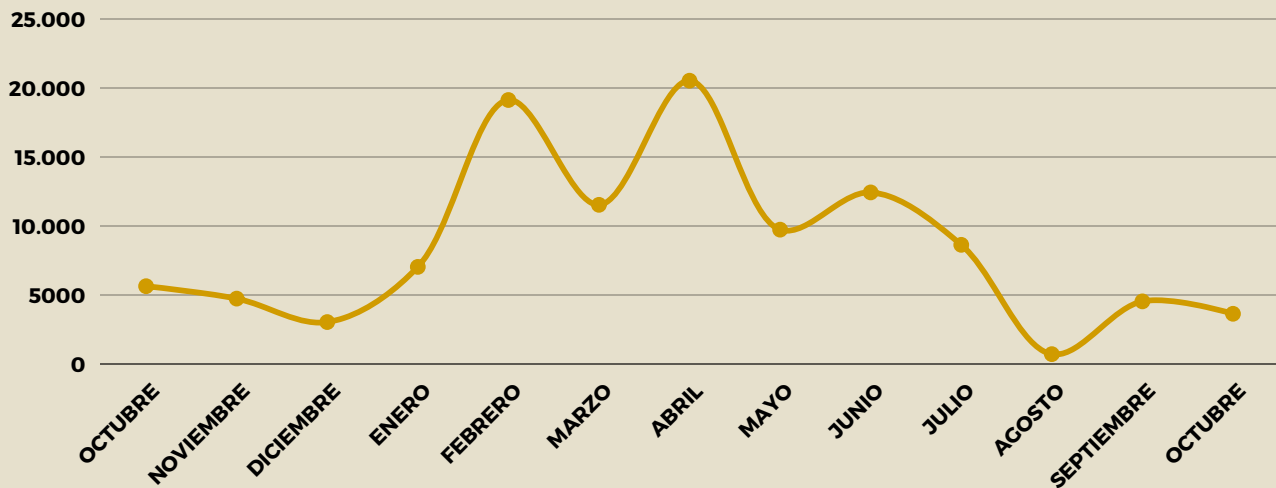
Los datos que hemos seleccionado concurren desde octubre de 2021 a octubre de 2022. Han sido extraídos de *Twitter Analytics*. Hemos querido ver globalmente la evolución de nuestro impacto en esta red social.

INTERACCIONES

IMPRESIONES TOTALES	89.600
IMPRESIONES POR DÍA Y TUIT	978
RETUIT	563
ME GUSTA	1319

Los datos de esta tabla han sido extraídos de *Twitter Analytics*

IMPRESIONES TOTALES



Los datos de esta tabla han sido extraídos de *Twitter Analytics*

El pico que observamos en el mes de abril de 2022 corresponde con la campaña **#IntercambioCientífico** que se realizó a raíz de la incorporación de estadísticas en la plataforma de la web.



LINKEDIN UNE

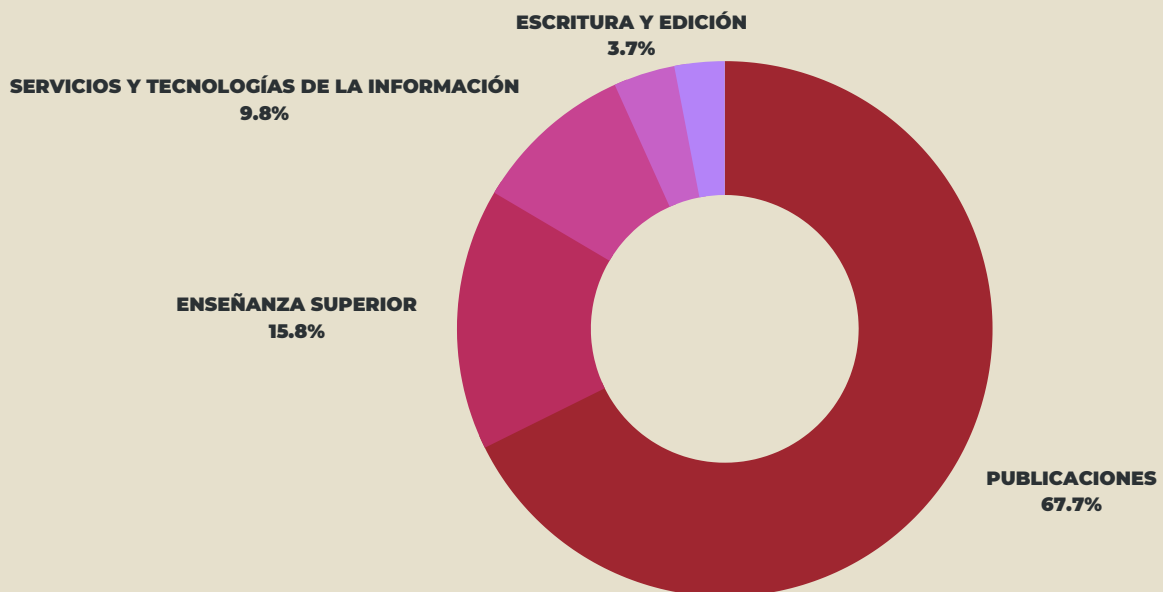
Los datos que hemos seleccionado se recogieron desde octubre de 2021 a octubre de 2022. Han sido extraídos de *LinkedIn Analytics*. Esta red social es relevante al nivel de las empresas, por lo que nos interesa tener un buen posicionamiento.



DATOS SOBRE EL CONTENIDO

	REACCIONES	PORCENTAJE DE MEJORA
REACCIONES	1.712	+ 1.291,9 %
COMENTARIOS	30	+ 900 %
VECES COMPARTIDO	183	+ 4.475 %

SECTOR LABORAL DE LOS VISITANTES



Los datos de estos gráficos y tablas han sido extraídos de *LinkedIn Analytics*



YOUTUBE **UNE**

Los datos que hemos seleccionado concurren desde octubre de 2021 a octubre de 2022. Han sido extraídos de *YouTube Analytics*. Es importante observar los datos de esta red social, un espacio que permite un perímetro de actuación mayor en cuanto a longitud y especificación del contenido. La mayor parte de nuestro contenido es informativo o de formación.

76.859
VISUALIZACIONES

295
SUSCRIPTORES

A primera vista puede sorprender el elevado número de visualizaciones comparado con el de suscriptores. Podemos observar que la mayoría de las visitas no proceden de nuestros suscriptores. Esto significa que nuestro contenido llega a mucho público, lo cual nos interesa.

ESTADO DE SUSCRIPCIÓN

	Visualizaciones	Porcentaje	Tiempo de interacción medio
Total:	76.859	100 %	2.238,7
NO SUSCRITO	76.667	99,8 %	2.230,9
SUSCRITO	192	0,3 %	1 min y 01 s

FUENTE DE TRÁFICO

	Visualizaciones	Tiempo de visualización	Duración media de las visualizaciones
VÍDEOS SUGERIDOS	71.183	2.051,9	1:43
FUENTES EXTERNAS	192	81,7	2:19
EXPLORACIÓN	1.438	18	0:45

ÁREA GEOGRÁFICA

	Visualizaciones	Tiempo de visualización	Duración media de las visualizaciones
MÉXICO	25.250	656,9	1:33
ESTADOS UNIDOS	12.004	303,8	1:31
ESPAÑA	4.402	133,6	1:49

Los datos de estas tablas han sido extraídos de *YouTube Analytics*

PREVISIONES PARA 2023

CAMPAÑA EN MEDIOS DIGITALES

En las próximas semanas os enviaremos las **nuevas ofertas para 2023** con el fin de que podáis encajarlas en vuestras previsiones de difusión de vuestros contenidos.

Esperamos que os animéis y entre todos podamos seguir colaborando a que en la Red esté presente cada vez más el conocimiento que generan las universidades y centros de investigación.



UNIÓN DE EDITORIALES
UNIVERSITARIAS ESPAÑOLAS