

# 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
NATOS EN RENES SOCIALES: LINE Y LINEROOK	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 ofreceros 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 ofreceros 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**



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 18 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
- 18. Universidad de Málaga. UMA Editorial

## ¿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. <u>ABC CULTURA LIBROS-ES.</u> ¿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. Universidad de Granada y Universidad de Sevilla
- 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». Genueve 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. <u>EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-COM)</u>. Fernando Ortiz, la otra revolución cubana.

  <u>Universidad de Granada</u>
- 2. <u>EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-COM). Maruja Mallo, María Zambrano o Rosa Chacel,</u>

  <u>las mujeres en la Revista de Occidente. Universidad de Almería</u>
- 3. <u>EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-COM).</u> ¿Está preparada Europa contra el terrorismo y la guerra? Hablan los expertos académicos. UNED
- 4. <u>EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-COM)</u>. <u>El cómic adulto en España: 'boom', caída y</u> <u>resurrección. <u>Universidad de Zaragoza</u></u>
- 5. <u>EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-COM). "La imagen derrotista de la Marina española</u>
  del siglo XVIII pertenece ya al pasado". UNED
- 6. <u>EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-ES).</u> 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. <u>EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-COM). 1921, viaje a una España convulsa. Universidad</u> 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.<u>EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-COM). Rodríguez de la Peña: "La compasión de telediario es solidaridad de supermercado". CEU Ediciones</u>

11.<u>EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-COM). 'Risorgimento', la prueba italiana de que la unión hace la fuerza. Universidad de Zaragoza</u>

12.<u>EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-COM). Rubén Herce: "La idea de Dios es un tema</u>
<a href="mailto:casitabú en España". Universidad de Navarra">casitabú en España". Universidad de Navarra</a>

13. <u>EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-COM). Brenan y Rimbaud, nexo de literatura y vida.</u>

<u>Universidad de Almería</u>

14.<u>EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-COM). Fechas y reyes godos: cómo la educación tradicional eliminó el cuerpo humano de los libros de Historia. UNED</u>

15. EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-COM). ¿En qué consiste "ser mayor"? UNED

16.<u>EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-COM). 'Paraíso': la más alta expresión poética de Dante. Universidad Francisco de Vitoria</u>

17. EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-COM). Agustín Sánchez Vidal: pensar en imágenes.

Universidad de Zaragoza

18. <u>EL CULTURAL (EL ESPAÑOL-COM). Lorca "inédito", el viaje que cambió la poesía.</u>

<u>Fundación San Millán de la Cogolla</u>



## **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.

- 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. <u>PUBLISHERS WEEKLY</u>. Editorial Universidad de Granada: el lugar del saber.
- 5. PUBLISHERS WEEKLY. Genueve. las siete magníficas.
- 6. <u>PUBLISHERS WEEKLY</u>. <u>Universitat Politècnica de Valencia</u>, <u>la</u> 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

<sup>\*</sup> Estos impactos se corresponden con los <u>registrados por Google</u>. Los impactos reales son más, ya que muchos medios no autorizan a Google para difundirlos





## **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.



## 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.



13.000 usuarios

## INFORME DE COMUNICACIÓN

mayo 2021 - octubre 2022

## **DATOS DE UNE.ES**

## **USUARIOS POR PAÍS**



11.000
404
200
197
173
138
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

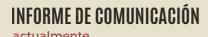
Son aquellas búsquedas en las que el usuario ha escrito la URL en la barra de navegación, es decir, conoce la página web. Esto nos indica dos cosas: en primer lugar, un conocimiento de nuestra asociación; y, en segundo lugar, una fidelización de usuarios.

## **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 <u>34%</u>.

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!	
	17

# DATOS DEL BLOG UNELIBROS.UNE.ES UNELIBROS.UNE.ES

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

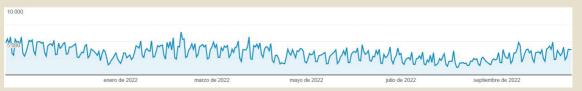
Los datos de esta tabla han sido extraídos de Google Analytics

# DATOS DE LA WEB UNEBOOK.ES U112ebook

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

## **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

## 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

ORIG	<b>EN DEL TRÁ</b>	FICO —	
	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?\*
O Ciencias y tecnología
O Humanidades
O Historia
O Derecho
O Divulgación
O Academia
Elige las áreas que sean de tu interés
\* = campo obligatorio



octubre 2021 - 2022

## **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-**

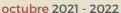
Las visitas a la página son el número de veces que las personas vieron el perfil de una página, con o sin una sesión iniciada en Facebook. El alcance, en cambio, es el número de personas que vieron contenido de tu página o sobre ella.

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

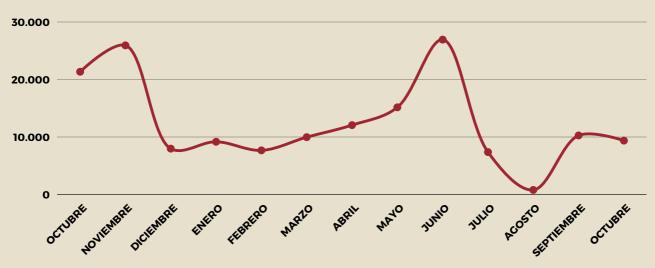
Los datos que hemos seleccionado concurren desde octubre de 2021 a octubre de 2022. Han sido extraídos de *Twitter Analytics*. Hemos querido ver globalmente la evolución de nuestro impacto en esta red social.

#### **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

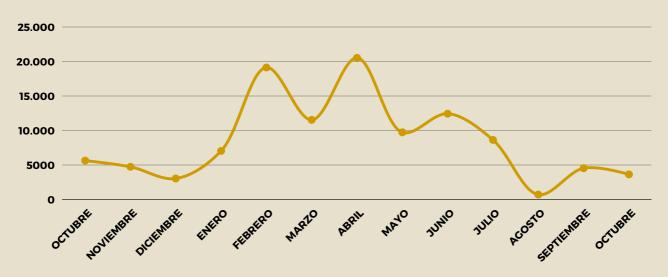
Los datos que hemos seleccionado concurren desde octubre de 2021 a octubre de 2022. Han sido extraídos de *Twitter Analytics*. Hemos querido ver globalmente la evolución de nuestro impacto en esta red social.

#### **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** •





## **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 Tiempo de **Visualizaciones Porcentaje** 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** Duración media de las Tiempo de **Visualizaciones** visualización visualizaciones **VÍDEOS SUGERIDOS** 71.183 1:43 2.051,9 **FUENTES EXTERNAS** 192 81,7 2:19 1.438 **EXPLORACIÓN** 18 0:45ÁREA GEOGRÁFICA Duración media de las Tiempo de Visualizaciones visualización visualizaciones 1:33 25.250 656,9 **MÉXICO ESTADOS UNIDOS** 12.004 1:31 303,8 **ESPAÑA** 4.402 1:49 133,6

## **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.

