

Impacto de redes sociales en la difusión de revistas científicas de la Comunidad Andina de Naciones (2020-2024)

15° CRECS 2025

EDGAR OLIVARES ALVARES PH.D.

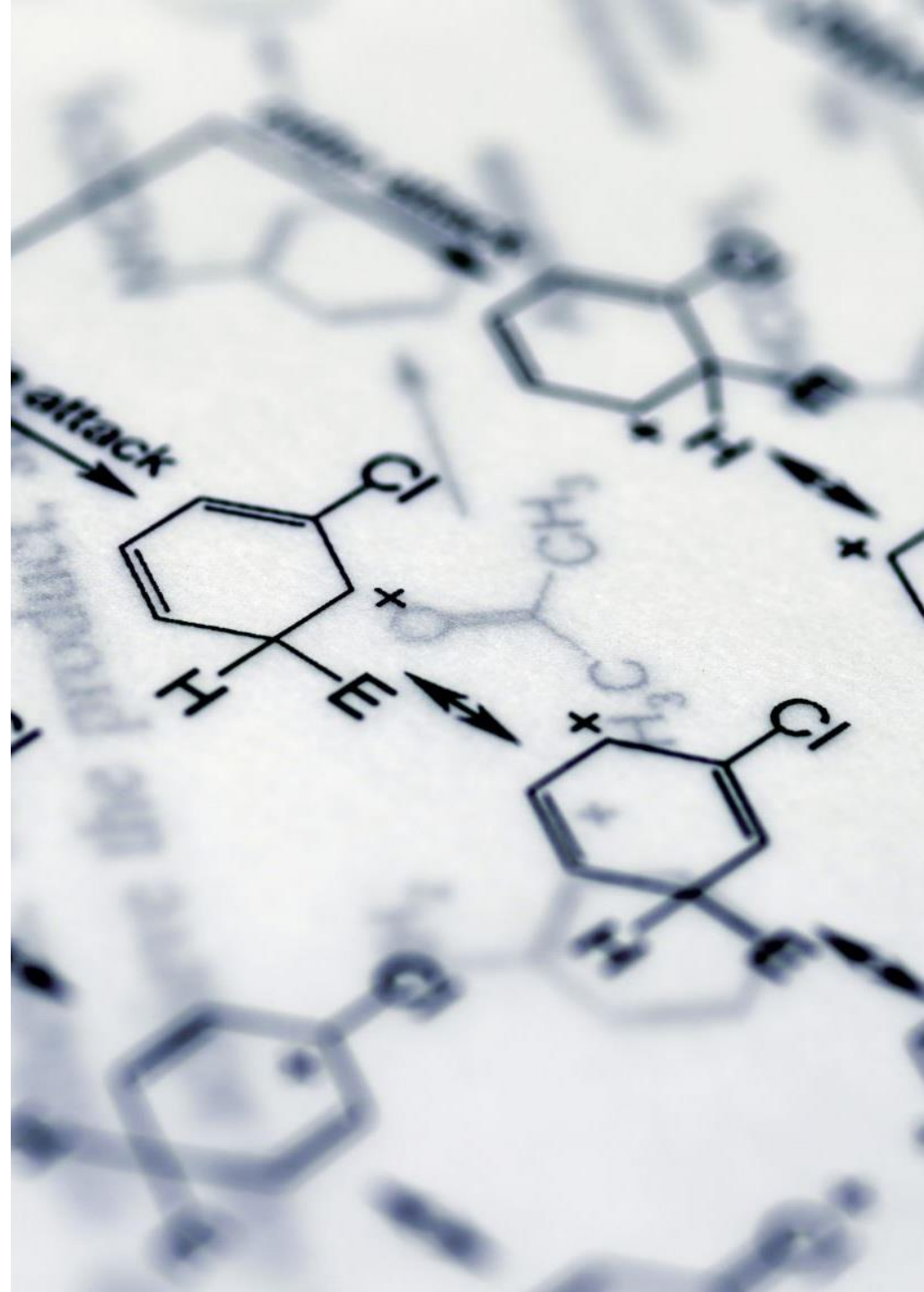
Objetivo

El objetivo es analizar el uso e impacto de las redes sociales convencionales y académicas en la visibilidad, difusión y métricas de impacto de las revistas científicas indexadas en los países de la Comunidad Andina de Naciones durante el período 2020-2024.



Diseño/Metodología/Enfoque

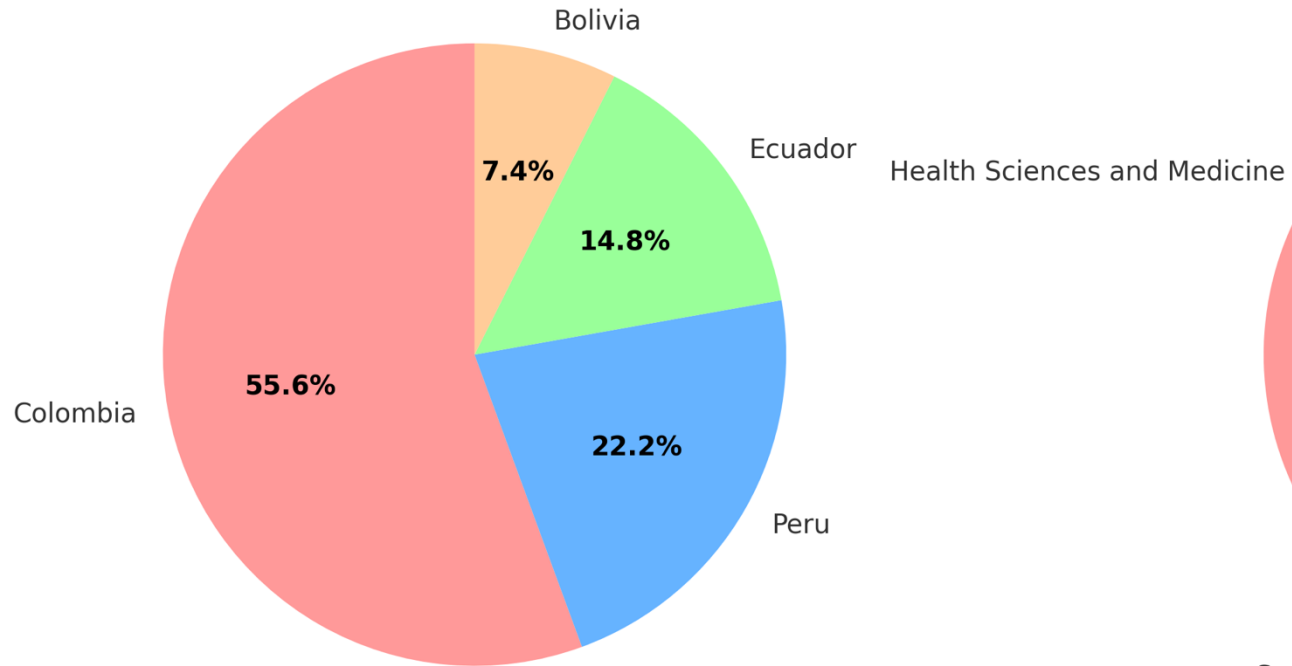
Se realizó un estudio descriptivo, comparativo y transversal. La muestra incluyó 81 revistas científicas de Colombia, Perú, Ecuador y Bolivia, identificadas a través de diversas bases de datos, como Latindex, SciELO y sistemas nacionales de indexación. Se analizó su presencia en redes sociales convencionales (X, Facebook, Instagram, LinkedIn y TikTok) y académicas (ResearchGate), aplicando un análisis de contenido, métricas de engagement y una correlación con indicadores bibliométricos.



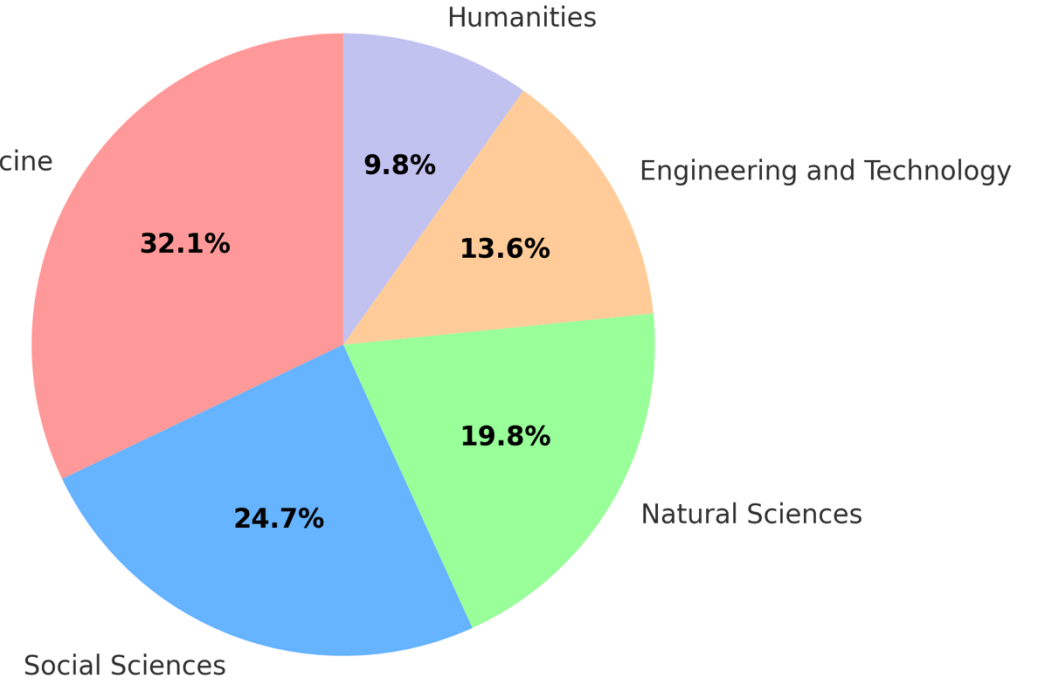
Distribución de revistas analizadas por país

País	Número de revistas	Porcentaje
Colombia	45	55.6%
Perú	18	22.2%
Ecuador	12	14.8%
Bolivia	6	7.4%
Total	81	100%

**Distribution by Country
(Total: 81 journals)**



Distribution by Subject Area



Distribución de revistas científicas de la Comunidad Andina de Naciones por país y área temática.

Presencia en redes sociales por tipo de plataforma

Plataforma	Revistas con presencia	Porcentaje	Seguidores promedio	<i>Engagement rate</i> promedio
Redes Convencionales				
X	72	89.0%	2,847 ± 1,892	3.4% ± 1.8%
Facebook	37	45.7%	2,342 ± 1,654	5.2% ± 2.4%
Instagram	19	23.5%	1,274 ± 743	7.1% ± 3.6%
LinkedIn	13	16.0%	987 ± 654	3.7% ± 2.1%
TikTok	3	3.7%	456 ± 298	12.3% ± 5.2%
Redes Académicas				
ResearchGate	28	34.6%	1,567 ± 1,123	4.8% ± 2.7%

Coeficiente de correlación

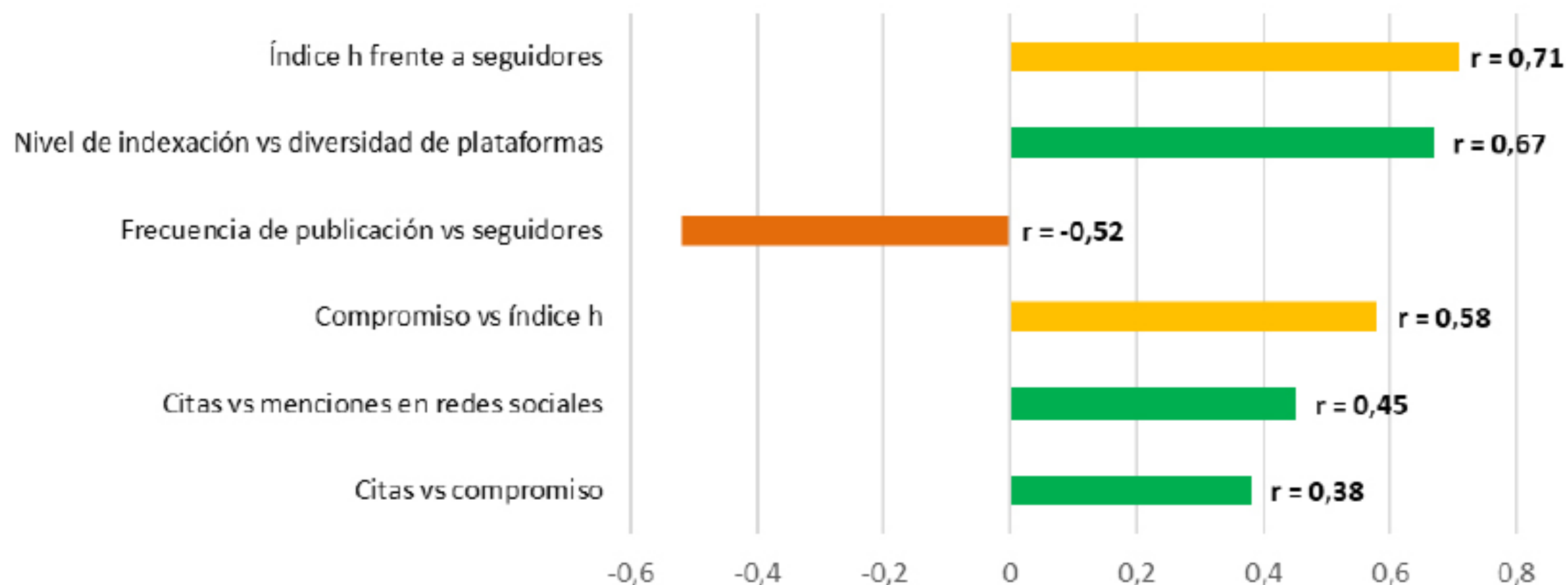


Figura 2. Correlaciones entre métricas bibliométricas y de redes sociales.

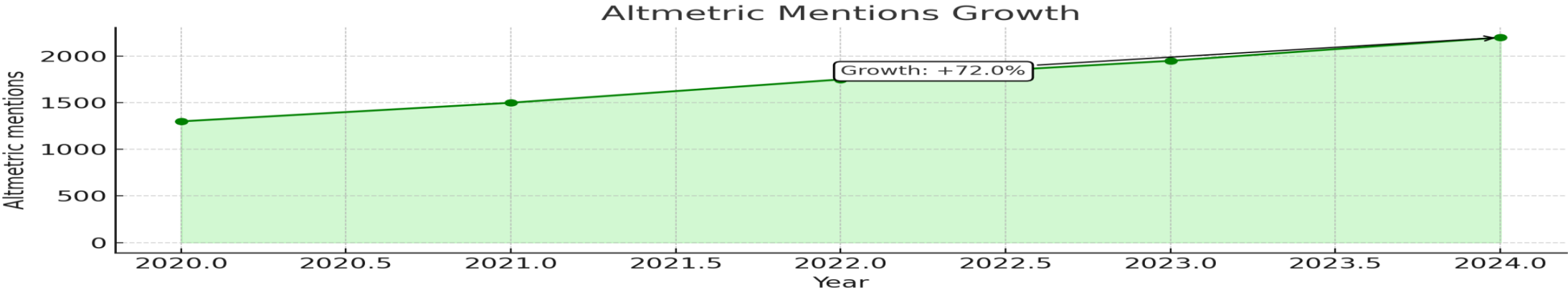
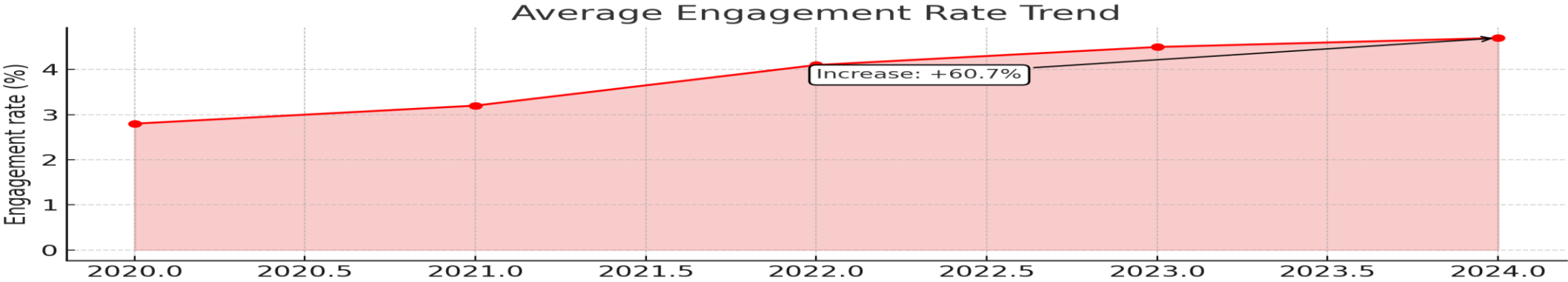
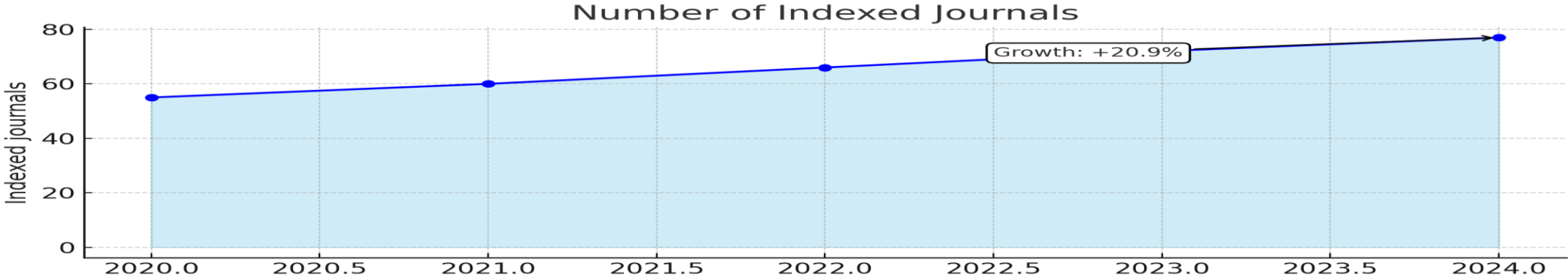
Análisis de contenido por tipo de publicación

Tipo de contenido	Frecuencia	Porcentaje	Engagement promedio	Alcance promedio
Promoción de artículos	1,204	42.3%	3.2% ± 1.8%	2,847 ± 1,923
Divulgación científica	817	28.7%	5.8% ± 3.2%	4,156 ± 2,734
Noticias institucionales	433	15.2%	2.1% ± 1.4%	1,923 ± 1,287
Interacción con autores	253	8.9%	4.7% ± 2.6%	3,234 ± 2,156
Contenido educativo	140	4.9%	6.9% ± 4.1%	4,567 ± 3,123

Análisis comparativo de métricas por países de la Comunidad Andina de Naciones

Métrica	Colombia	Perú	Ecuador	Bolivia
Revistas analizadas	45	18	12	6
Presencia promedio en redes sociales	2.3 ± 1.2	2.1 ± 1.1	2.4 ± 1.3	1.8 ± 0.9
Seguidores X (promedio)	3,247 ± 2,156	2,134 ± 1,567	1,876 ± 1,123	1,234 ± 789
<i>Engagement rate</i> X	2.8% ± 1.4%	3.2% ± 1.8%	4.1% ± 2.3%	3.8% ± 2.6%
Publicaciones/mes (promedio)	12.3 ± 8.7	9.8 ± 7.1	8.7 ± 5.9	6.2 ± 4.1
Sentimiento positivo	69.2%	66.8%	65.4%	63.2%

Evolución temporal de métricas clave (2020-2024)



Modelo de regresión múltiple para predicción de impacto altmétrico

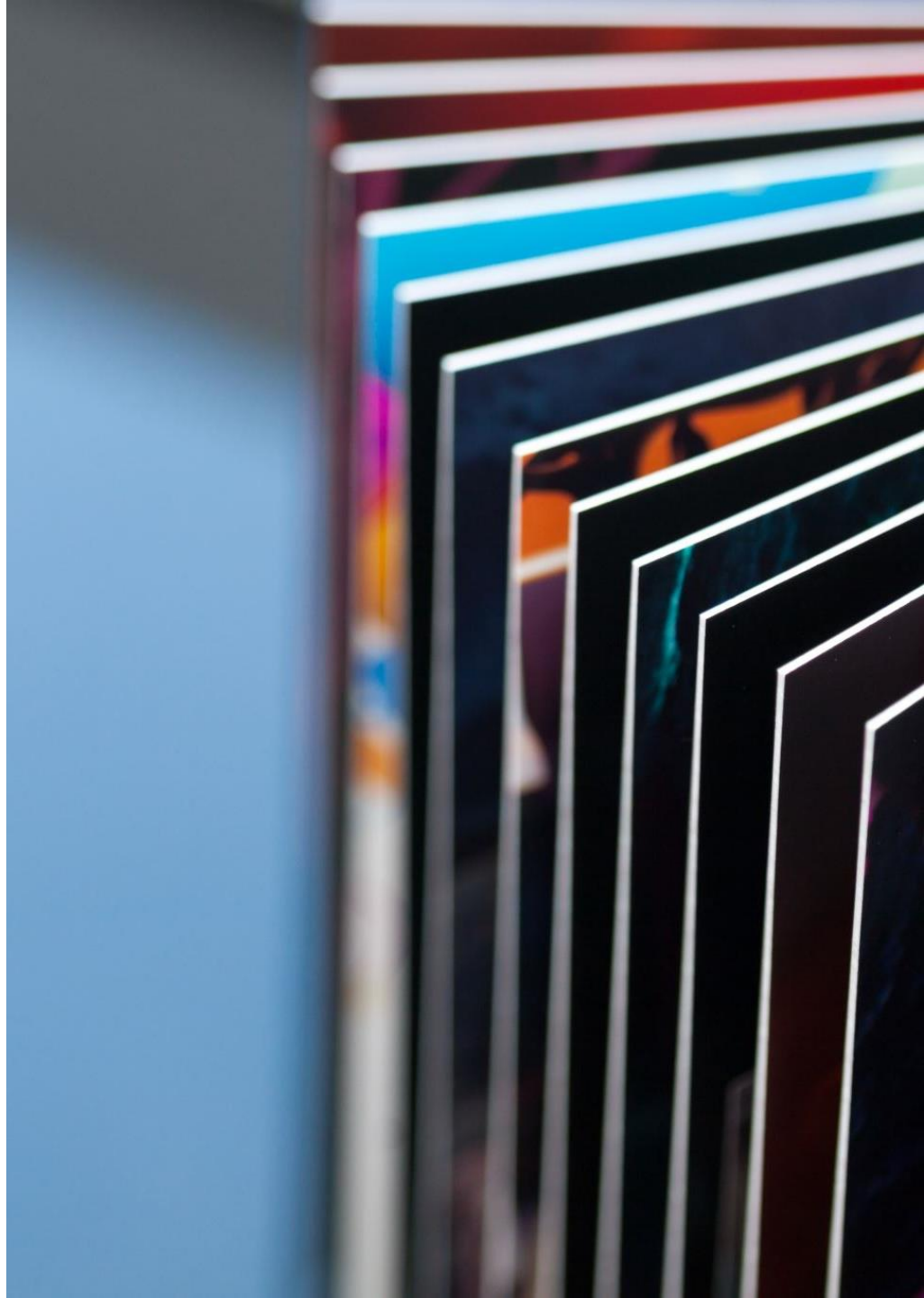
Variable predictora	Coeficiente β	Error estándar	Valor t	Valor p	IC 95%
Seguidores X	0.43	0.08	5.38	< 0.001	[0.27, 0.59]
Engagement rate	0.31	0.09	3.44	< 0.01	[0.13, 0.49]
Frecuencia publicaciones	0.28	0.10	2.80	< 0.01	[0.08, 0.48]
Índice h	0.22	0.11	2.00	< 0.05	[0.01, 0.43]
Constante	1.23	0.45	2.73	< 0.01	[0.34, 2.12]

Estrategias de contenido más efectivas por plataforma

Plataforma	Estrategia más efectiva	<i>Engagement</i> promedio	Elementos clave
X	Hilos explicativos + infografías	6.8% ± 3.2%	Hashtags específicos, menciones a autores
Facebook	Videos cortos divulgativos	8.2% ± 4.1%	Contenido visual, preguntas abiertas
Instagram	Carruseles educativos	9.7% ± 4.8%	Diseño atractivo, stories interactivas
LinkedIn	Artículos de análisis	5.4% ± 2.9%	Enfoque profesional, datos relevantes
ResearchGate	Promoción con resúmenes técnicos	4.1% ± 2.3%	Lenguaje especializado, metodología

Resultados/Discusión

El 89 % de las revistas está en X, el 45,7 % en Facebook y el 34,6 % en ResearchGate. Colombia concentra el 55,6 % de las revistas, seguida de Perú (22,2 %), Ecuador (14,8 %) y Bolivia (7,4 %). Se halló una correlación significativa entre el índice h y los seguidores en X ($r = 0,67$), así como entre las menciones en redes sociales y las citas tradicionales ($r = 0,71$). Instagram mostró el mayor nivel de engagement (7,1 %).





Conclusiones

Las redes sociales potencian la visibilidad científica regional, siendo X una plataforma clave y estando las redes académicas fuertemente vinculadas a métricas de impacto. Se recomienda adoptar estrategias digitales integradas.

Gracias...!

