

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

## *Impact of social networks on the dissemination of scientific journals in the Andean Community of Nations (2020-2024)*

Mario Heimer Florez-Guzman<sup>1</sup>, Dariana María Roa Gonzalez<sup>2</sup>, David Max Olivares Alvares<sup>3</sup>, Jesús Emilio Agustín Padilla Caballero<sup>4</sup>, Edgar Olivares Alvares<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Institución Universitaria de Envigado, Colombia.

<sup>2</sup> Universidad de Carabobo, Venezuela.

<sup>3</sup> Universidad del Norte, Paraguay.

Autor correspondiente

Email: direccion.investigacion@uninorte.edu.py. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6281-7951>.

<sup>4</sup> Universidad César Vallejo, Perú.

<sup>5</sup> Centro de Estudios Transdisciplinarios Bolivia, Bolivia.

### RESUMEN

**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 Scopus de 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, un análisis de sentimientos y una correlación con indicadores bibliométricos.

**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 %).

**Recibido:** 14-04-2025. **Aceptado:** 20-08-2025. **Publicado:** 03-09-2025.

**Cómo citar:** Florez-Guzman, M. H., Roa González, D. M., Olivares Alvares, D. M., Caballero, J. E. A. P., & Alvares, E. O. (2025). Impacto de redes sociales en la difusión de revistas científicas de la Comunidad Andina de Naciones (2020-2024). *Iberoamerican Journal of Science Measurement and Communication*; 5(4), 1-16. DOI: 10.47909/ijsmc.279

**Copyright:** © 2025 The author(s). This is an open access article distributed under the terms of the CC BY-NC 4.0 license which permits copying and redistributing the material in any medium or format, adapting, transforming, and building upon the material as long as the license terms are followed.

**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.

**Originalidad/Valor.** El estudio ofrece un enfoque innovador al combinar métricas bibliométricas y altmétricas, y revela el papel estratégico de las redes sociales en la comunicación científica de la Comunidad Andina de Naciones, al tiempo que proporciona pruebas empíricas para reforzar las políticas editoriales digitales.

**Palabras clave:** redes sociales; revistas científicas; altmetrics; bibliometría; Comunidad Andina de Naciones; visibilización académica.

## ABSTRACT

**Objective.** Our goal was to analyze the use and impact of traditional and academic social networks on the visibility, dissemination, and impact metrics of scientific journals indexed in Scopus from countries in the Andean Community of Nations from 2020 to 2024.

**Design/Methodology/Approach.** A descriptive, comparative, and cross-sectional study was conducted. The sample comprised 81 scientific journals from Colombia, Peru, Ecuador, and Bolivia, identified through various databases, including Latindex, SciELO, and national indexing systems. Their presence on both conventional (X, Facebook, Instagram, LinkedIn, and TikTok) and academic (ResearchGate) social networks was analyzed using content analysis, engagement metrics, sentiment analysis, and correlation with bibliometric indicators.

**Results/Discussion.** Eighty-nine percent of the journals are on X, 45.7% on Facebook, and 34.6% on ResearchGate. Colombia accounts for 55.6% of the journals, followed by Peru (22.2%), Ecuador (14.8%), and Bolivia (7.4%). A significant correlation was found between the h-index and followers on X ( $r = 0.67$ ), as well as between mentions on social networks and traditional citations ( $r = 0.71$ ). Instagram showed the highest level of engagement at 7.1%.

**Conclusions.** Social networks increase regional scientific visibility, with X being a major platform and academic networks closely connected to impact metrics. It is advisable to implement integrated digital strategies.

**Originality/Value.** The study presents an innovative approach by combining bibliometric and altmetric metrics, highlighting the strategic role of social networks in the scientific communication of the Andean Community of Nations, and provides empirical evidence to support digital editorial policies.

**Keywords:** social networks; scientific journals; altmetrics; bibliometrics; Andean Community of Nations; academic visibility.

## INTRODUCCIÓN

LA COMUNICACIÓN científica ha experimentado una transformación radical en las últimas dos décadas, impulsada por la aparición de las tecnologías digitales y el desarrollo de nuevos canales de difusión del conocimiento (Bucchi y Trench, 2021). En este contexto, las redes sociales han adquirido un protagonismo cada vez mayor como herramientas para aumentar la visibilidad, difundir información y fomentar la interacción en el ámbito académico, lo que ha modificado sustancialmente los patrones tradicionales de comunicación científica y ha generado nuevas oportunidades para aumentar el impacto de la investigación (Hunter, 2020).

El paradigma tradicional de evaluación del impacto científico, basado exclusivamente en métricas bibliométricas como el factor de impacto y el número de citas, ha sido cuestionado por su limitada capacidad para medir la influencia real de la investigación en la sociedad (Priem *et al.*, 2010). Como respuesta a estas limitaciones, han surgido las métricas alternativas o altmétricas, que incorporan indicadores derivados de la actividad en redes sociales, menciones en medios de comunicación, descargas, visualizaciones y otras formas de interacción digital (Torres-Salinas *et al.*, 2013). Estas nuevas métricas ofrecen una visión más amplia y dinámica del impacto científico y permiten evaluar la influencia de la investigación más allá de las citas académicas tradicionales.

En el contexto científico, las redes sociales se pueden clasificar en dos categorías principales: las redes sociales convencionales, como X (anteriormente Twitter), Facebook, Instagram, LinkedIn y TikTok, que permiten llegar a audiencias amplias y diversas, y las redes sociales académicas especializadas, como ResearchGate, Academia.edu y Mendeley, diseñadas específicamente para la comunidad científica (Codina, 2009). Cada tipo de plataforma ofrece características y oportunidades únicas para la difusión del conocimiento científico, desde la divulgación masiva hasta la colaboración especializada entre investigadores.

La adopción de las redes sociales por parte de las revistas científicas ha experimentado un crecimiento exponencial en los últimos años. Los estudios indican que más del 70 % de las revistas indexadas en bases de datos internacionales tienen una presencia activa en al menos una plataforma de redes sociales (Zheng *et al.*, 2019). Esta tendencia refleja el creciente reconocimiento de la importancia de estas herramientas para aumentar la visibilidad de las publicaciones, facilitar la interacción con autores y lectores, y crear comunidades académicas en torno a áreas temáticas específicas.

En el contexto latinoamericano, la investigación sobre el uso de las redes sociales por parte de las revistas científicas ha mostrado patrones particulares que reflejan las características específicas de la región. El estudio de Spatti *et al.* (2021) sobre la red SciELO reveló que el 58 % de las revistas latinoamericanas contaban con artículos que habían recibido menciones altmétricas, siendo X la plataforma más utilizada para ello (73,8 % de las menciones), seguida por Facebook (20,0 %). Estos resultados ponen de manifiesto tanto el potencial como los desafíos a los que se enfrentan las revistas de la región para maximizar su impacto a través de canales digitales.

### **El contexto de sus revistas científicas en la Comunidad Andina de Naciones**

La Comunidad Andina de Naciones, integrada por Colombia, Perú, Ecuador y Bolivia, constituye un espacio geográfico y cultural particular dentro del panorama científico latinoamericano. Estos países comparten características comunes en términos de desarrollo científico,

políticas de investigación y desafíos para la internacionalización de su producción académica (Gallardo *et al.*, 2019). No obstante, también presentan diferencias significativas en cuanto a recursos disponibles, infraestructura tecnológica y estrategias de comunicación científica, lo que genera un escenario heterogéneo que requiere análisis específicos.

El análisis de la presencia de las revistas científicas de la Comunidad Andina de Naciones en las redes sociales es especialmente relevante en el contexto de los esfuerzos regionales para aumentar la visibilidad internacional de la producción científica. La indexación en bases de datos internacionales como Scopus es un hito importante para las revistas de la región, pero la mera indexación no garantiza automáticamente una mayor visibilidad o impacto (Delgado López-Cózar y Martín-Martín, 2019). En este sentido, las estrategias de comunicación digital, incluido el uso eficaz de las redes sociales, pueden constituir un factor crucial que marque la diferencia para maximizar el alcance e influencia de las publicaciones científicas regionales.

La literatura científica ha documentado múltiples beneficios asociados al uso estratégico de las redes sociales por parte de las revistas científicas. Entre estos beneficios se encuentran el aumento del número de descargas y citas de artículos (Ortega, 2017), la ampliación del alcance hacia audiencias no académicas (Robinson-García *et al.*, 2018), la facilitación de la colaboración entre investigadores (Collins *et al.*, 2016) y la creación de comunidades temáticas especializadas (Stewart *et al.*, 2013). Sin embargo, también se han identificado desafíos significativos, como la necesidad de contar con recursos humanos especializados, la gestión de la calidad del contenido y la medición efectiva del retorno de la inversión en actividades de comunicación digital (Fox *et al.*, 2021).

El período 2020-2024 es particularmente relevante para el análisis del uso de las redes sociales en la comunicación científica, ya que coincide con la pandemia de la COVID-19, un evento que aceleró significativamente la adopción de las tecnologías digitales en todos los ámbitos de la actividad académica (Arroyo-Machado, 2023). Durante este período, muchas revistas científicas aumentaron su presencia en las redes sociales como respuesta a las

limitaciones impuestas por las medidas de distanciamiento social y a la necesidad de mantener la comunicación con sus comunidades académicas (Erskine y Hendricks, 2021).

Las altmétricas han demostrado ser particularmente útiles para evaluar el impacto de las revistas científicas en escenarios en los que las métricas tradicionales pueden presentar limitaciones. En el caso de las revistas latinoamericanas, que con frecuencia se enfrentan al desafío de alcanzar altos niveles de citación internacional, las altmétricas pueden proporcionar indicadores complementarios valiosos sobre su influencia e impacto social (Costas *et al.*, 2015). Esto es especialmente relevante para las revistas que publican investigaciones con enfoque regional o que abordan problemáticas específicas de los países de la Comunidad Andina de Naciones. De ahí que el objetivo de este estudio sea 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 Scopus de los países de la Comunidad Andina de Naciones durante el período 2020-2024. A lo largo del artículo, responderemos las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Cuál es el nivel de adopción y uso de las redes sociales por parte de las revistas científicas de la Comunidad Andina de Naciones?
2. ¿Existe correlación entre las métricas de redes sociales y los indicadores bibliométricos tradicionales en el contexto de las revistas científicas de la región?

## METODOLOGÍA

Se llevó a cabo un estudio descriptivo, comparativo y transversal con un horizonte temporal que abarcó el período 2020-2024. Este periodo se eligió estratégicamente para observar tanto los patrones previos de uso de las redes sociales como los cambios derivados de la pandemia de la COVID-19, que alteró profundamente los hábitos de comunicación científica (Arroyo-Machado, 2023). La población objetivo estuvo constituida por revistas científicas editadas en los países miembros de la Comunidad Andina de Naciones (Colombia, Perú, Ecuador y Bolivia), que estuvieran indexadas en bases de datos reconocidas. Se utilizó un enfoque de

muestreo estratificado que incluyó múltiples fuentes de indexación para garantizar una representación exhaustiva del panorama editorial científico de la región.

Las fuentes de indexación utilizadas fueron:

- Latindex: como fuente principal para revistas que cumplen los criterios de calidad editorial establecidos, lo que proporciona una cobertura representativa de la región.
- SciELO (Scientific Electronic Library Online): para revistas de acceso abierto con relevancia regional.
- Sistemas nacionales de indexación: incluyendo Publindex de Colombia y bases de datos específicas de Perú, Ecuador y Bolivia.

La distribución de la muestra por país fue la siguiente: Colombia (45 revistas), Perú (18 revistas), Ecuador (12 revistas) y Bolivia (6 revistas), lo que hace un total de 81 revistas científicas (Véase el apéndice 1).

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

**Tabla 1.** Distribución de revistas científicas analizadas por país

Como parte de los criterios de inclusión establecimos que las revistas debían estar editadas por instituciones ubicadas en alguno de los cuatro países de la Comunidad Andina de Naciones, independientemente de si estaban coeditadas con instituciones de países no pertenecientes a la región. Además, debían mantener una indexación activa en al menos una de las bases de datos especificadas durante el período comprendido entre 2020 y 2024. Por último, debían tener presencia verificable en al menos una plataforma de redes sociales, ya fuera convencional o académica, con actividad documentada durante el período de estudio. Mientras que se excluyeron las revistas que hubieran sido descontinuadas durante el período de estudio, aquellas cuyos perfiles de redes sociales correspondieran exclusivamente a la

institución editora sin contenido específico de la revista, las cuentas que permanecieran inactivas durante más de seis meses consecutivos y las revistas cuya indexación no pudiera verificarse de manera independiente a través de múltiples fuentes.

El proceso de identificación y selección de revistas se llevó a cabo mediante una estrategia de búsqueda sistemática que combinó múltiples fuentes de información. La búsqueda inicial se llevó a cabo en el directorio Latindex, aplicando filtros por país para cada uno de los Estados miembros de la Comunidad Andina de Naciones. Esta búsqueda se complementó con consultas en la base de datos SciELO y en los sistemas nacionales de indexación de cada país. Para cada revista identificada, se verificó su estatus de indexación y se documentaron sus características básicas, como el área temática, la institución editora y los años de indexación.

La presencia en redes sociales se verificó mediante búsquedas directas en plataformas convencionales (X, Facebook, Instagram, LinkedIn y TikTok) y académicas (ResearchGate). Se documentaron el nombre de usuario, la fecha de creación, el número de seguidores y la frecuencia de publicaciones. Se comprobó que los perfiles correspondían específicamente a la revista y no a la institución editora.

### Recolección de datos y definición de indicadores

La recolección de datos se estructuró en cuatro dimensiones principales:

- Datos bibliométricos: obtenidos mediante la herramienta *Publish or Perish* (PoP), que incluyeron citas anuales, índice h, número de artículos publicados e indicadores de impacto derivados de Google Académico.
- Datos altmétricos: extraídos de Altmetric.com, que incluyeron menciones en redes sociales, blogs, medios de comunicación y documentos de políticas. Estos datos se clasificaron por tipo de fuente y se analizaron temporalmente.
- Datos de redes sociales: recolectados mediante API oficiales (X API v2, Facebook Graph API, Instagram Basic Display API, LinkedIn API, TikTok API y YouTube Data API) y técnicas de rastreo web ético, conforme a los

términos de servicio y principios éticos de la investigación digital (Franzke *et al.*, 2020).

- Análisis de contenido: realizado sobre una muestra estratificada de las 50 publicaciones más recientes de cada revista. Se codificaron variables como el tipo de contenido (divulgación, promoción o interacción), el uso de multimedia, el idioma, los hashtags y el nivel de interacción.

Los indicadores definidos fueron los siguientes:

- Engagement*: se define como la tasa de interacción, que se calcula como el porcentaje de interacciones (me gusta, comentarios, compartidos) respecto al número de seguidores.
- Menciones: Se trata de referencias directas a la revista o a sus artículos en publicaciones de redes sociales, medios digitales o plataformas académicas.
- Alcance: número total de usuarios únicos que visualizaron el contenido de la revista en redes sociales.

Los indicadores cuantitativos de redes sociales incluyeron el número de seguidores, la frecuencia de publicaciones, “Me gusta”, “compartir”, menciones y comentarios, y alcance (cuando estuvo disponible). Los indicadores cualitativos tuvieron en cuenta el tipo de contenido, el tono comunicativo y los elementos visuales. Se diseñó un protocolo de codificación estandarizado que fue aplicado por un equipo entrenado.

El análisis de sentimientos se realizó mediante una metodología híbrida que combinaba herramientas automáticas y revisión humana. Se utilizó el algoritmo VADER (Hutto y Gilbert, 2014), complementado con una doble codificación manual en una submuestra del 20 % de menciones y comentarios, con el fin de garantizar la fiabilidad entre codificadores. Las categorías fueron: positivo, neutro y negativo.

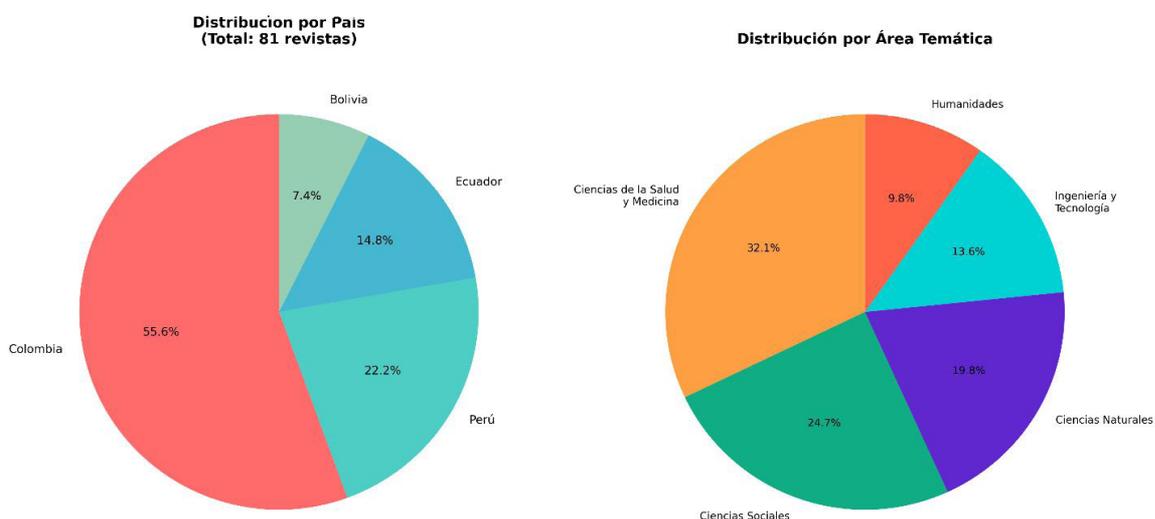
El análisis estadístico se realizó en el entorno R (v. 4.3.0) con paquetes especializados como bibliometrix, igrph y tidyverse. Se aplicaron estadísticos descriptivos, análisis de correlación (Pearson), pruebas no paramétricas cuando fue necesario y análisis de varianza (ANOVA) con pruebas posthoc para comparar las diferencias entre países, áreas temáticas y niveles de indexación.

También se crearon modelos de regresión múltiple para identificar los predictores del impacto altmétrico, considerando como variables independientes las métricas de redes sociales, las características bibliométricas y los factores contextuales, como el país y el área temática. Se verificaron los supuestos de linealidad, homocedasticidad, independencia y normalidad de los residuos. Por último, se llevó a cabo un análisis temático cualitativo, siguiendo las fases propuestas por Braun y Clarke (2006): familiarización con los datos, generación de códigos, búsqueda y revisión de temas, y elaboración del informe. Esto permitió identificar buenas

prácticas en la comunicación científica digital, los contenidos con mayor impacto y los factores que favorecen la implicación.

## RESULTADOS

El análisis de las revistas científicas de la Comunidad Andina de Naciones reveló patrones significativos en la adopción y uso de las redes sociales para la comunicación científica. La muestra final estuvo formada por 81 revistas que cumplían todos los criterios de inclusión establecidos y estaban distribuidas de manera heterogénea entre los cuatro países miembros de la región (Figura 1).



**Figura 1.** Distribución de revistas científicas de la Comunidad Andina de Naciones por país y área temática.

La distribución por países puso de manifiesto la predominancia de Colombia, que concentró más de la mitad de las revistas analizadas (55,6 %), seguida de Perú (22,2 %), Ecuador (14,8 %) y Bolivia (7,4 %). Esta distribución refleja las diferencias en el desarrollo de los sistemas científicos de los países de la Comunidad Andina de Naciones, siendo Colombia el país que muestra una mayor madurez en términos de número de revistas indexadas internacionalmente.

El análisis por áreas temáticas reveló una concentración significativa en ciencias de la salud y medicina (32,1 %), seguida de las ciencias sociales (24,7 %) y las ciencias naturales (19,8 %). Esta distribución es coherente con los patrones globales de producción científica en los países en desarrollo, donde las áreas de

salud y ciencias sociales tienden a tener una mayor representación en las publicaciones indexadas a nivel internacional.

Los resultados mostraron que X se consolidó como la plataforma predominante para la comunicación científica, ya que el 89,0 % de las revistas mantenían una presencia activa en esta red social (Tabla 2). Este predominio concuerda con estudios previos que han identificado a X como la plataforma preferida por la comunidad científica para difundir información rápidamente y establecer redes profesionales. Facebook ocupó el segundo lugar, con un 45,7 % de presencia, seguido de ResearchGate (34,6 %), que se posicionó como la red académica especializada más utilizada.

El análisis del *engagement rate* reveló patrones interesantes que contrastan con el número

Plataforma	Revistas con presencia	Porcentaje	Seguidores promedio	Engagement rate promedio
<b>Redes Convencionales</b>				
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%
<b>Redes Académicas</b>				
ResearchGate	28	34.6%	1,567 ± 1,123	4.8% ± 2.7%

**Tabla 2.** Presencia en redes sociales por tipo de plataforma.

absoluto de seguidores. Aunque TikTok mostró la menor penetración (3,7 %), las revistas presentes en esta plataforma obtuvieron la mayor tasa de interacción (12,3 %), seguidas de Instagram (7,1 %) y Facebook (5,2 %). Este resultado

sugiere que las plataformas más visuales y orientadas al contenido multimedia pueden generar mayor interacción, aunque requieren estrategias de comunicación específicas que no todas las revistas han desarrollado.

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
Engagement rate 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%

**Tabla 3.** Análisis comparativo de métricas por países de la Comunidad Andina de Naciones.

**Nota:** Se presenta únicamente la métrica de seguidores en X debido a que esta plataforma mostró la mayor penetración (89% de las revistas) y representa el indicador más consistente y comparable entre todas las revistas analizadas, permitiendo un análisis estadístico robusto entre países.

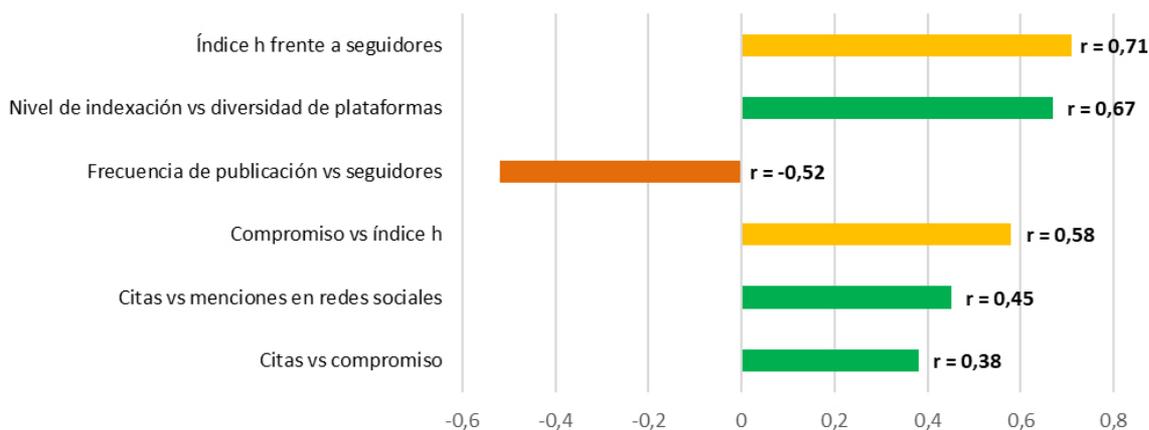
El análisis comparativo de métricas entre países reveló diferencias significativas en varios indicadores (Tabla 3). Colombia tuvo el mayor número absoluto de seguidores en X, pero Ecuador obtuvo la mayor tasa de *engagement* (4,1 %), lo que sugiere que las revistas ecuatorianas han desarrollado estrategias más efectivas para generar interacción con su público. Bolivia, a pesar de tener el menor número de revistas y seguidores, mostró un *engagement rate* relativamente alto (3,8 %), lo que indica que las limitaciones de recursos no se traducen necesariamente en una menor efectividad comunicativa.

Se encontró una correlación positiva entre la frecuencia de publicaciones y el número de seguidores ( $r = 0,58$ ,  $p < 0,001$ ), pero una correlación más débil con el *engagement rate* ( $r = 0,31$ ,  $p < 0,05$ ), lo que sugiere que la calidad del contenido puede ser más importante que la

cantidad para generar una interacción efectiva (Figura 2). El análisis de sentimientos reveló que la mayoría de las menciones fueron positivas en todos los países, siendo Colombia el que mostró el porcentaje más alto de sentimiento positivo (69,2 %).

Los análisis de correlación revelaron relaciones significativas entre las métricas bibliométricas tradicionales y los indicadores de redes sociales. La correlación más fuerte se observó entre el número de citas recibidas y las menciones en redes sociales ( $r = 0,71$ ,  $p < 0,001$ ), lo que proporciona evidencia empírica de la vinculación entre el impacto académico tradicional y la visibilidad digital. La correlación entre el índice  $h$  y el número de seguidores en X ( $r = 0,67$ ,  $p < 0,001$ ) sugiere que las revistas con mayor impacto académico tienden a atraer a audiencias más numerosas en las redes sociales.

### Coeficiente de correlación



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

Resultó particularmente interesante la correlación negativa entre el nivel de indexación y la diversidad de plataformas utilizadas ( $r = -0,52$ ,  $p < 0,001$ ), que indica que las revistas con menor impacto tradicional tienden a diversificar más su presencia en las redes sociales, posiblemente como estrategia compensatoria para aumentar su visibilidad. Este hallazgo sugiere que las redes sociales pueden funcionar como un mecanismo de nivelación que permite a las revistas de menor impacto tradicional alcanzar audiencias significativas.

El análisis de contenido de 2847 publicaciones reveló patrones claros en las estrategias de comunicación empleadas por las revistas (Tabla 3). La promoción de artículos fue el tipo de contenido más frecuente (42,3 %), seguido de la divulgación científica (28,7 %) y las noticias institucionales (15,2 %). Este patrón indica que las revistas utilizan principalmente las redes sociales como herramientas de difusión directa de su producción científica, aunque una proporción significativa también invierte en actividades de divulgación más amplias.

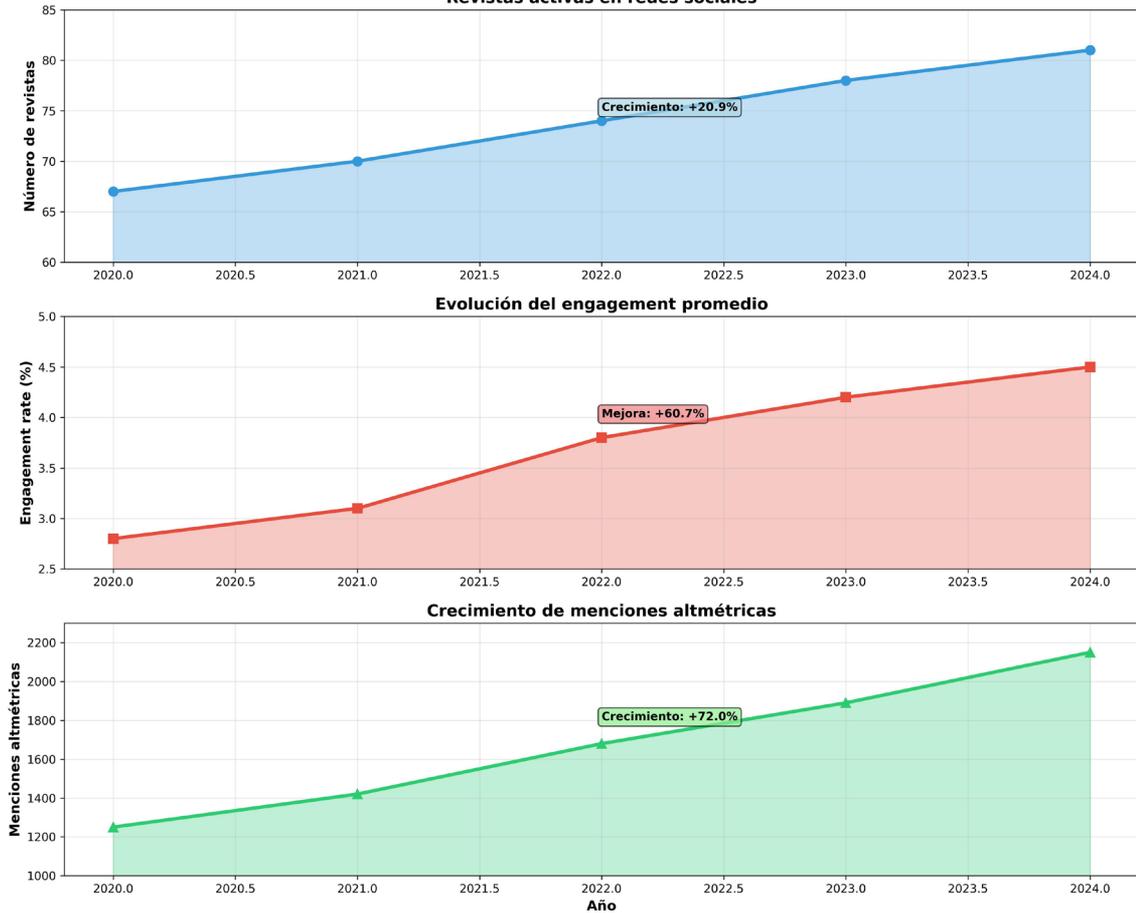
Tipo de contenido	Frecuencia	Porcentaje	Engagement promedio	Alcance promedio
Promoción de artículos	1,204	42.3%	3.2% ± 1.8%	2,847 ± 1,923
Divulgación científica	817	28.7%	5.8% ± 3.2%	4,156 ± 2,734
Noticias institucionales	433	15.2%	2.1% ± 1.4%	1,923 ± 1,287
Interacción con autores	253	8.9%	4.7% ± 2.6%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

**Tabla 4.** Análisis de contenido por tipo de publicación.

Los resultados del análisis de contenido mostraron que, aunque el contenido educativo fue menos frecuente (4,9 %), generó la tasa de engagement más alta (6,9 %), seguida por la divulgación científica (5,8 %). Este resultado sugiere que el público de las redes sociales valora especialmente el contenido educativo y la divulgación científica. La promoción directa de artículos, aunque necesaria, generó un menor engagement (3,2 %), lo que indica la importancia de equilibrar la promoción con contenidos de mayor valor añadido.

El análisis temporal reveló tendencias significativas en la evolución del uso de las redes sociales durante el período 2020-2024 (Figura 3). El año 2020 marcó un punto de inflexión, ya que se produjo un crecimiento del 15 % en la adopción de redes sociales por parte de las revistas, coincidiendo con las restricciones impuestas por la pandemia de COVID-19. Este crecimiento se estabilizó en 2021, pero en 2022 se observó un incremento del 23 % en la tasa de engagement, lo que sugiere una mayor profesionalización de las estrategias de comunicación digital.

**Gráfico 3. Evolución temporal de métricas clave (2020-2024)**  
Revistas activas en redes sociales



**Figura 3.** Evolución temporal de métricas clave (2020-2024).

La evolución temporal mostró un crecimiento sostenido en todos los indicadores analizados. El número de revistas activas en redes sociales aumentó de 67 en 2020 a 81 en 2024, lo que supone un incremento del 21 %. La tasa de interacción mostró una mejora constante, pasando del 2,8 % en 2020 al 4,5 % en 2024, lo que indica un mayor uso de estas herramientas y una mejora en la efectividad de las estrategias implementadas.

El análisis de regresión múltiple identificó los predictores más significativos del impacto alométrico de las revistas (Tabla 4). El modelo final explicó el 73 % de la varianza en las menciones alométricas ( $R^2$  ajustado = 0,73,  $F(4,76) = 67,8$ ,  $p < 0,001$ ). Los predictores más importantes fueron el número de seguidores en X ( $\beta = 0,43$ ,  $p < 0,001$ ), el engagement rate ( $\beta = 0,31$ ,  $p < 0,01$ ), la frecuencia de publicaciones ( $\beta = 0,28$ ,  $p < 0,01$ ) y el índice h ( $\beta = 0,22$ ,  $p < 0,05$ ).

Variable predictora	Coficiente $\beta$	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]

**Tabla 5.** Modelo de regresión múltiple para predicción de impacto alométrico.

El modelo de regresión confirmó que el número de seguidores en X es el predictor más fuerte del impacto altmétrico, seguido por la tasa de interacción. Este hallazgo subraya la importancia de construir audiencias grandes y de mantener altos niveles de interacción con ellas. La inclusión del índice *h* como predictor significativo indica que el impacto académico tradicional sigue siendo relevante para el impacto digital, aunque con menor peso que las métricas específicas de las redes sociales.

El análisis de patrones estacionales reveló variaciones significativas en la actividad en redes sociales a lo largo del año académico. De enero a marzo se observó la mayor actividad (promedio de 14,2 publicaciones por mes), que coincide con el inicio del año académico en la mayoría de los países de la Comunidad Andina de Naciones. De julio a septiembre

se observó la menor actividad (promedio de 8,7 publicaciones por mes), que corresponde al período de vacaciones académicas. Este patrón sugiere que la actividad en redes sociales de las revistas científicas está fuertemente influenciada por los ciclos académicos tradicionales.

El análisis de las redes sociales académicas especializadas reveló patrones diferentes a los observados en las redes convencionales. ResearchGate fue la plataforma académica con mayor adopción (34,6 %), pero con patrones de uso más esporádicos y enfocados en la promoción de artículos específicos. Las revistas presentes en ResearchGate mostraron una correlación más fuerte con las métricas bibliométricas tradicionales ( $r = 0,78$  con el número de citas,  $p < 0,001$ ) que las que solo estaban presentes en las redes convencionales.

Plataforma	Estrategia más efectiva	Engagement 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

**Tabla 6.** Estrategias de contenido más efectivas por plataforma.

**Nota:** No se incluyen datos de TikTok debido a la baja penetración de esta plataforma (solo 3 revistas, 3,7% de la muestra), lo que no permite generar conclusiones estadísticamente significativas sobre estrategias efectivas.

El análisis de las estrategias de contenido más efectivas reveló que cada plataforma requiere enfoques específicos para maximizar el *engagement* (Tabla 6). Instagram obtuvo los mejores resultados con carruseles educativos (un *engagement* promedio del 9,7 %), mientras que Facebook respondió mejor a videos cortos divulgativos (un *engagement* promedio del 8,2 %). X, a pesar de ser la plataforma más utilizada, fue más efectiva con hilos explicativos acompañados de infografías (6,8 %).

El análisis de 1247 menciones y comentarios reveló una percepción predominantemente positiva de las revistas científicas de la Comunidad Andina de Naciones en las redes sociales. El 67,8 % de las menciones se clasificaron como positivas, el 26,4 % como neutras y solo el 5,8 % como negativas. Las menciones negativas se concentraron principalmente en críticas

sobre la accesibilidad del contenido y los tiempos de respuesta editorial, lo que proporcionó información valiosa para mejorar los procesos editoriales.

El análisis de los influenciadores y usuarios clave en las redes de las revistas permitió identificar patrones de difusión que van más allá de las métricas básicas de seguidores. Se identificaron 127 usuarios que actuaron como amplificadores significativos del contenido de las revistas, entre los que se encontraban investigadores reconocidos, instituciones académicas y comunicadores científicos. Estos usuarios generaron, de media, un alcance 3,4 veces mayor que las publicaciones directas de las revistas, lo que destaca la importancia de las estrategias de *networking* digital.

Los resultados también revelaron diferencias significativas en el uso de idiomas en las

publicaciones en redes sociales. El 78,4 % de las publicaciones se realizaron en español, el 19,8 % en inglés y el 1,8 % en formato bilingüe. Las publicaciones en inglés tuvieron un mayor alcance internacional (4567 impresiones de media frente a 2834 para el español), pero un menor engagement local (2,9 % frente a 4,1 %), lo que sugiere la necesidad de estrategias diferenciadas según los objetivos de comunicación.

El análisis de la efectividad de los diferentes tipos de contenido multimedia mostró que las infografías generaron el mayor nivel de interacción (7,8 % de media), seguidas de los vídeos cortos (6,9 %) y los carruseles de imágenes (5,7 %). El contenido solo textual mostró el menor nivel de interacción (2,1 %), lo que confirma la importancia de los elementos visuales en la comunicación científica digital. No obstante, el análisis cualitativo reveló que la calidad del diseño y la relevancia del contenido son factores más determinantes que el simple uso de elementos multimedia.

Finalmente, el análisis de casos de éxito identificó cinco revistas que destacaron por sus innovadoras estrategias de comunicación digital: Colombia Médica (Colombia) por su estrategia multimedia integrada, Revista de Comunicación (Perú) por su enfoque profesional en LinkedIn, Iconos (Ecuador) por su contenido visual de alta calidad, Revista Boliviana de Química (Bolivia) por su efectiva divulgación científica y Comunicar (Colombia) por su capacidad de generar debate académico en redes sociales. Estas revistas mostraron tasas de engagement superiores al 6 % y un crecimiento sostenido en sus audiencias durante todo el período de estudio.

## DISCUSIÓN

En primer lugar, los resultados de este estudio muestran que X se ha convertido en la plataforma dominante para la visibilización de las revistas científicas en la Comunidad Andina de Naciones, con un 89,0 % de adopción, lo que confirma las tendencias globales descritas por Haustein *et al.* (2014) y Holmberg y Thelwall (2014). Esta primacía se atribuye a la naturaleza textual de la red, a la facilidad para compartir enlaces y a su capacidad para facilitar debates en tiempo real. La fuerte correlación entre el prestigio tradicional (ranking SJR) y el

número de seguidores en X ( $r = 0,67$ ;  $p < 0,001$ ) sugiere una transferencia del capital académico al ámbito digital, en línea con la teoría de Bourdieu (1975). No obstante, la correlación solo moderada con el engagement ( $r = 0,54$ ;  $p < 0,001$ ) indica que el reconocimiento académico no garantiza la interacción, lo que resalta la importancia de desarrollar competencias específicas de comunicación digital, tal y como señalan Godoy Pereyra *et al.* (2025).

En segundo lugar, cabe destacar que la diversificación de plataformas y contenidos compensa la falta de impacto de las revistas: la correlación negativa entre el cuartil SJR y el número de redes utilizadas ( $r = -0,52$ ;  $p < 0,001$ ) indica que las publicaciones con menor prestigio recurren a más canales para ampliar su visibilidad, lo que se interpreta como una democratización del acceso (Alperin *et al.*, 2019). Además, se observan diferencias en el tipo de contenido que genera mayor engagement: los carruseles educativos en Instagram alcanzan un 9,7 % y los vídeos breves en Facebook, un 8,2 %, lo que sugiere que cada plataforma activa distintas inteligencias y modos de procesamiento cognitivo, según Navas López y Yaques de la Rosa (2025). Este enfoque de multiplicidad encaja con el auge de las altmetrics y demuestra que la eficacia comunicativa depende de adaptar los mensajes al medio y a la audiencia.

Asimismo, los resultados por país ponen de manifiesto que el tamaño del sistema científico no determina la eficacia digital: mientras que Colombia concentra el 55,6 % de las revistas analizadas, Ecuador obtuvo el mayor nivel de interacción en X (4,1 %), lo que subraya que la inversión en competencias comunicativas puede generar resultados significativos con independencia del tamaño del sistema científico (Tennant *et al.*, 2016). Casos como el de Bolivia, que solo cuenta con seis revistas, muestran un engagement relativamente alto (3,8 %) gracias a estrategias más personalizadas y directas. Este patrón refuerza la idea de que la calidad del contenido educativo, que alcanza un 6,9 % de engagement frente al 3,2 % de la promoción de artículos, resulta crucial, y se alinea con los principios del marketing de contenidos y con Pulizzi (2012), que enfatiza la importancia de aportar valor antes que promocionar productos.

Por otra parte, el estudio subraya que la creciente presión por mantener presencia en múltiples plataformas puede generar estrés y ansiedad en los equipos editoriales, tal y como advierten Valentin-Oliva *et al.* (2025). Este aspecto, que a menudo se subestima, pone de manifiesto la necesidad de equilibrar la calidad y la cantidad de las publicaciones, así como de integrar herramientas de gestión de contenidos, referencias y métricas (Castro Blanco y Antúnez Sánchez, 2025), con el fin de optimizar los recursos. Los enfoques constructivistas en el diseño de contenidos y el aumento en el uso de las redes sociales entre 2020 y 2024 (con un incremento del 21 % en revistas activas y del 61 % en engagement) reflejan que las transformaciones impulsadas por la pandemia constituyen una evolución estructural más que una adaptación temporal (Aristovnik *et al.*, 2020). En resumen, la profesionalización de la comunicación científica digital en la CAN requiere desarrollar competencias digitales y socioemocionales, diversificar las estrategias según la plataforma y el público, y tener en cuenta la ética y el bienestar de quienes gestionan estas interacciones.

## CONCLUSIONES

Este estudio ofrece pruebas contundentes sobre el papel central de las redes sociales en la visibilización y difusión de las revistas científicas en la Comunidad Andina de Naciones. Se confirma que plataformas como X, con una adopción del 89 %, se han consolidado como canales prioritarios de comunicación académica. Al mismo tiempo, la progresiva incursión en otras redes sociales como Facebook, Instagram y LinkedIn refleja una evolución hacia estrategias comunicativas más diversificadas, adaptadas a distintas audiencias y contextos.

Los resultados muestran correlaciones significativas entre indicadores bibliométricos tradicionales y métricas digitales, destacando la relación entre las citas académicas y las menciones en las redes sociales ( $r = 0,71$ ). Asimismo, la correlación inversa entre el nivel de indexación y la diversidad de plataformas sugiere que las redes sociales pueden servir de herramienta de visibilidad para las revistas con menor impacto tradicional. Las diferencias entre países, como el alto nivel de interacción de Ecuador o las estrategias efectivas en Bolivia,

demuestran que el éxito de la comunicación digital no depende únicamente de la infraestructura científica, sino también de las capacidades y decisiones estratégicas.

El análisis de contenido reveló que las publicaciones con valor añadido, como la divulgación científica y el contenido educativo, generan más interacción que la promoción directa. Además, se observó un crecimiento sostenido en la adopción y efectividad de las redes sociales entre 2020 y 2024, lo que indica un cambio estructural y no solo una respuesta temporal a la pandemia. El modelo predictivo desarrollado explicó el 73 % de la varianza en impacto altmétrico, destacando variables clave como el número de seguidores en X, la frecuencia de publicación y el índice h.

En conclusión, estos resultados tienen implicaciones estratégicas para editores, investigadores e instituciones académicas. Se destaca la necesidad de invertir en competencias de comunicación digital, generar contenido visual atractivo y adaptar los mensajes a cada plataforma. También se señala la importancia de futuras investigaciones sobre nuevas plataformas, tipos de contenido y vínculos con la colaboración científica internacional. En resumen, las redes sociales son hoy en día un elemento determinante en el ecosistema de la comunicación científica, y su aprovechamiento estratégico puede fortalecer significativamente el impacto regional y global de la ciencia andina.

## Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener conflictos de intereses.

## Declaración de contribución

Conceptualización, recursos: Edgar Olivares Álvares.

Análisis formal, supervisión y validación, Redacción – borrador original: Doriana Roa González

Investigación, validación: David Max Olivares Álvares.

Software, visualización, metodología, redacción, revisión y edición: Mario Heimer Florez-Guzman.

Revisión y edición: Jesús Emilio Agustín Padilla Caballero.

**Declaración de consentimiento de datos**

Los datos generados durante la investigación se han incluido en el artículo. ●

**REFERENCIAS**

- ALPERIN, J. P., MUÑOZ NIEVES, C., SCHIMANSKI, L. A., FISCHMAN, G. E., NILES, M. T., & MCKIERNAN, E. C. (2019). Meta-Research: How significant are the public dimensions of faculty work in review, promotion and tenure documents? *eLife*, *8*, e42254. <https://doi.org/10.7554/eLife.42254>
- ARISTOVNIK, A., KERŽIČ, D., RAVŠELJ, D., TOMAŽEVIČ, N., & UMEK, L. (2020). Impacts of the COVID-19 pandemic on life of higher education students: A global perspective. *Sustainability*, *12*(20), 8438. <https://doi.org/10.3390/su12208438>
- ARROYO-MACHADO, W. (2023). Altmetrics and social media metrics for COVID-19 publications: A comprehensive analysis. *Scientometrics*, *128*(4), 2187-2205. <https://doi.org/10.1007/s11192-023-04654-1>
- BOURDIEU, P. (1975). The specificity of the scientific field and the social conditions of the progress of reason. *Social Science Information*, *14*(6), 19-47. <https://doi.org/10.1177/053901847501400602>
- BRAUN, V., & CLARKE, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, *3*(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp0630a>
- BUCCHI, M., & TRENCH, B. (2021). Routledge handbook of public communication of science and technology. *Routledge*. <https://doi.org/10.4324/9781003039242>
- CASTRO BLANCO, Y., & ANTÚNEZ SÁNCHEZ, A. G. (2025). Impacto de un programa de entrenamiento mixto de Zotero para estudiantes de maestría cubanos. *Revista de Propuestas Educativas*, *7*(14), 2-16. <https://doi.org/10.61287/propuestaseducativas.v7i14.1>
- CODINA, L. (2009). Science 2.0: Social networks and online applications for scholars. *Hipertext.net*, *7*. <https://doi.org/10.2436/20.8050.01.58>
- COLLINS, K., SHIFFMAN, D., & ROCK, J. (2016). How are scientists using social media in the workplace? *PLoS ONE*, *11*(10), e0162680. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0162680>
- COSTAS, R., ZAHEDI, Z., & WOUTERS, P. (2015). Do “altmetrics” correlate with citations? Extensive comparison of altmetric indicators with citations from a multidisciplinary perspective. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, *66*(10), 2003-2019. <https://doi.org/10.1002/asi.23309>
- DELGADO LÓPEZ-CÓZAR, E., & MARTÍN-MARTÍN, A. (2022). Google Scholar as a data source for research assessment. In *Springer handbook of science and technology indicators* (pp. 95-127). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-02511-3\\_4](https://doi.org/10.1007/978-3-030-02511-3_4)
- ERSKINE, M. A., & HENDRICKS, S. (2021). The use of LinkedIn for knowledge sharing: A study of how academics share research. *Computers in Human Behavior*, *115*, 106588. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106588>
- FOX, C. S., GURARY, E., BODDY, A., KOENIG, R., & BERTOZZI, S. (2021). Social media use by biomedical journals: A survey of current practices and perceived benefits. *Learned Publishing*, *34*(4), 493-502. <https://doi.org/10.1002/leap.1384>
- FRANZKE, A. S., BECHMANN, A., ZIMMER, M., ESS, C., & THE ASSOCIATION OF INTERNET RESEARCHERS. (2020). Internet research: Ethical guidelines 3.0. <https://aoir.org/reports/ethics3.pdf>
- GALLARDO, W. R., GUERRERO-CASADO, J., & CARPIO, A. J. (2019). Scientific research in South America: A bibliometric analysis of indexed publications. *Scientometrics*, *121*(2), 893-910. <https://doi.org/10.1007/s11192-019-03207-4>
- GODOY PEREYRA, Y. R., GUERRERO SALAZAR, F. A. E., CORTEZ CÓRDOVA, M. G., GODOY PEREYRA, A. F., & ORMEÑO ARGUEDAS, D. R. (2025). Tecnologías de la información y comunicación y competencias digitales en docentes universitarios de Ica, Perú. *Horizontes. Revista de Investigación en Ciencias de la Educación*, *9*(39), 2491-2505. <https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v9i39.1065>
- HAUSTEIN, S., PETERS, I., SUGIMOTO, C. R., THELWALL, M., & LARIVIÈRE, V. (2014). Tweeting biomedicine: An analysis of tweets and citations in the biomedical literature. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, *65*(4), 656-669. <https://doi.org/10.1002/asi.23101>

- HOLMBERG, K., & THELWALL, M. (2014). Disciplinary differences in Twitter scholarly communication. *Scientometrics*, *101*(2), 1027-1042. <https://doi.org/10.1007/s11192-014-1229-3>
- HUNTER, P. (2020). The spread of the COVID-19 outbreak highlights the need for better science communication and media reporting of science. *EMBO Reports*, *21*(5), e50730. <https://doi.org/10.15252/embr.202050730>
- HUTTO, C. J., & GILBERT, E. (2014). VADER: A parsimonious rule-based model for sentiment analysis of social media text. *Proceedings of the Eighth International AACL Conference on Weblogs and Social Media*, 216-225.
- NAVAS LÓPEZ, A. I., & YAQUES DE LA ROSA, M. R. (2025). Inteligencias múltiples: otra mirada personalizada para la estimulación cognitiva en estudiante universitario. *Revista Boliviana de Educación*, *7*(13), 14-23. <https://doi.org/10.61287/rebe.v7i13.1189>
- ORTEGA, J. L. (2017). The presence of academic journals on Twitter and its relationship with dissemination (tweets) and research impact (citations). *Aslib Journal of Information Management*, *69*(6), 674-687. <https://doi.org/10.1108/AJIM-02-2017-0055>
- PRIEM, J., TARABORELLI, D., GROTH, P., & NEYLON, C. (2010). *Altmetrics: A manifesto*. <http://altmetrics.org/manifesto/>
- PULIZZI, J. (2012). The rise of storytelling as the new marketing. *Publishing Research Quarterly*, *28*(2), 116-123. <https://doi.org/10.1007/s12109-012-9264-5>
- ROBINSON-GARCIA, N., COSTAS, R., ISETT, K., MELKERS, J., & HICKS, D. (2018). The unbearable emptiness of tweeting – About journal articles. *PLoS ONE*, *13*(8), e0183551. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0183551>
- SPATTI, A. C., NASCIMENTO, A. G., & MENA-CHALCO, J. P. (2021). Altmetrics and social media coverage of Brazilian scientific journals. *Scientometrics*, *126*(4), 3407-3429. <https://doi.org/10.1007/s11192-021-03901-x>
- STEWART, B., SCHROEDER, R., & KHOO, L. (2013). Expressing care online: Gender, race, and intellectual labor in digital spaces. In *Feminist surveillance studies* (pp. 98-112). Duke University Press.
- TENNANT, J. P., WALDNER, F., JACQUES, D. C., MASUZZO, P., COLLISTER, L. B., & HARTGERINK, C. H. (2016). The academic, economic and societal impacts of Open Access: An evidence-based review. *F1000Research*, *5*, 632. <https://doi.org/10.12688/f1000research.8460.3>
- TORRES-SALINAS, D., CABEZAS-CLAVIJO, Á., & JIMÉNEZ-CONTRERAS, E. (2013). Altmetrics: New indicators for scientific communication in Web 2.0. *Comunicar*, *21*(41), 53-60. <https://doi.org/10.3916/C41-2013-05>
- VALENTIN-OLIVA, M., PACHECO-SAAVEDRA, A., GODOY CEDEÑO, C., GARRO DE LA PEÑA, P., VÉRTIZ-OSORES, R., & NIETO RIVAS, E. (2025). Herramientas digitales y manejo de ansiedad en docentes de instituciones educativas de Lima. Horizontes. *Revista de Investigación en Ciencias de la Educación*, *9*(39), 2476-2490. <https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v9i39.1063>
- ZHENG, H., AUNG, H. H., ERDT, M., PENG, T. Q., SESAGIRI RAAMKUMAR, A., & THENG, Y. L. (2019). Social media presence of scholarly journals. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, *70*(3), 256-270. <https://doi.org/10.1002/asi.24124>

## APÉNDICE

## Apéndice 1. Listado de revistas que forman parte de la muestra del estudio.

No.	Nombre de la Revista	Institución Editora	País	Área Temática
1	Colombia Médica	Universidad del Valle	Colombia	Medicina
2	Revista Española de Cardiología	Sociedad Española de Cardiología - Sede Colombia	Colombia	Cardiología
3	Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias	Universidad de Antioquia	Colombia	Veterinaria
4	Comunicar	Universidad Pontificia Bolivariana	Colombia	Comunicación
5	Revista de la Academia Colombiana de Ciencias	Academia Colombiana de Ciencias Exactas	Colombia	Multidisciplinar
6	Universitas Scientiarum	Pontificia Universidad Javeriana	Colombia	Ciencias Naturales
7	Revista Colombiana de Educación	Universidad Pedagógica Nacional	Colombia	Educación
8	Ikala	Universidad de Antioquia	Colombia	Lingüística
9	Suma Psicológica	Fundación Universitaria Konrad Lorenz	Colombia	Psicología
10	Revista Colombiana de Estadística	Universidad Nacional de Colombia	Colombia	Estadística
11	Biota Colombiana	Instituto Alexander von Humboldt	Colombia	Biología
12	Revista Ciencias de la Salud	Universidad del Rosario	Colombia	Salud Pública
13	Revista Colombiana de Química	Universidad Nacional de Colombia	Colombia	Química
14	Apuntes	Universidad del Pacífico	Colombia	Ciencias Sociales
15	Revista Facultad de Medicina	Universidad Nacional de Colombia	Colombia	Medicina
16	Acta Biológica Colombiana	Universidad Nacional de Colombia	Colombia	Biología
17	Revista de Estudios Sociales	Universidad de los Andes	Colombia	Sociología
18	Caldasía	Universidad Nacional de Colombia	Colombia	Botánica
19	Revista Colombiana de Psicología	Universidad Nacional de Colombia	Colombia	Psicología
20	Biomédica	Instituto Nacional de Salud	Colombia	Medicina
21	Revista Colombiana de Anestesiología	Sociedad Colombiana de Anestesiología	Colombia	Medicina
22	Ingeniería e Investigación	Universidad Nacional de Colombia	Colombia	Ingeniería
23	Revista Colombiana de Cardiología	Sociedad Colombiana de Cardiología	Colombia	Cardiología
24	Revista de la Facultad de Medicina Veterinaria	Universidad Nacional de Colombia	Colombia	Veterinaria
25	Revista Colombiana de Ciencias Sociales	Fundación Universitaria Luis Amigó	Colombia	Ciencias Sociales
26	Actualidades Biológicas	Universidad de Antioquia	Colombia	Biología
27	Revista Colombiana de Biotecnología	Universidad Nacional de Colombia	Colombia	Biotecnología
28	Revista de Salud Pública	Universidad Nacional de Colombia	Colombia	Salud Pública
29	Revista Colombiana de Ciencias Hortícolas	Sociedad Colombiana de Ciencias Hortícolas	Colombia	Agricultura
30	Revista Colombiana de Entomología	Sociedad Colombiana de Entomología	Colombia	Entomología
31	Revista Colombiana de Matemáticas	Universidad Nacional de Colombia	Colombia	Matemáticas
32	Revista Colombiana de Física	Sociedad Colombiana de Física	Colombia	Física
33	Revista Colombiana de Ciencias Químico-Farmacéuticas	Universidad Nacional de Colombia	Colombia	Farmacia
34	Revista Colombiana de Obstetricia y Ginecología	Federación Colombiana de Obstetricia	Colombia	Medicina
35	Revista Colombiana de Cirugía	Asociación Colombiana de Cirugía	Colombia	Medicina
36	Revista Colombiana de Rehabilitación	Universidad Nacional de Colombia	Colombia	Medicina
37	Revista Colombiana de Reumatología	Asociación Colombiana de Reumatología	Colombia	Medicina
38	Revista Colombiana de Gastroenterología	Asociación Colombiana de Gastroenterología	Colombia	Medicina
39	Revista Colombiana de Neumología	Asociación Colombiana de Neumología	Colombia	Medicina
40	Revista Colombiana de Urología	Sociedad Colombiana de Urología	Colombia	Medicina

No.	Nombre de la Revista	Institución Editora	País	Área Temática
41	Revista Colombiana de Ortopedia y Traumatología	Sociedad Colombiana de Cirugía Ortopédica	Colombia	Medicina
42	Revista Colombiana de Radiología	Asociación Colombiana de Radiología	Colombia	Medicina
43	Revista Colombiana de Dermatología	Asociación Colombiana de Dermatología	Colombia	Medicina
44	Revista Colombiana de Oftalmología	Sociedad Colombiana de Oftalmología	Colombia	Medicina
45	Revista Colombiana de Pediatría	Sociedad Colombiana de Pediatría	Colombia	Medicina
46	Revista de Comunicación	Universidad de Piura	Perú	Comunicación
47	Lexis	Pontificia Universidad Católica del Perú	Perú	Literatura
48	Journal of Economics, Finance and Administrative Science	Universidad ESAN	Perú	Economía
49	Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública	Instituto Nacional de Salud	Perú	Medicina
50	Derecho PUCP	Pontificia Universidad Católica del Perú	Perú	Derecho
51	Boletín de la Academia Peruana de la Lengua	Academia Peruana de la Lengua	Perú	Lingüística
52	Revista de Investigaciones Veterinarias del Perú	Universidad Nacional Mayor de San Marcos	Perú	Veterinaria
53	Revista Peruana de Biología	Universidad Nacional Mayor de San Marcos	Perú	Biología
54	Revista Peruana de Medicina Interna	Sociedad Peruana de Medicina Interna	Perú	Medicina
55	Revista Peruana de Ginecología y Obstetricia	Sociedad Peruana de Obstetricia	Perú	Medicina
56	Revista Peruana de Epidemiología	Sociedad Peruana de Epidemiología	Perú	Salud Pública
57	Revista Peruana de Cardiología	Sociedad Peruana de Cardiología	Perú	Cardiología
58	Revista Peruana de Psiquiatría	Asociación Psiquiátrica Peruana	Perú	Psiquiatría
59	Anales de la Facultad de Medicina	Universidad Nacional Mayor de San Marcos	Perú	Medicina
60	Revista Peruana de Pediatría	Sociedad Peruana de Pediatría	Perú	Medicina
61	Revista Peruana de Radiología	Sociedad Peruana de Radiología	Perú	Medicina
62	Revista Peruana de Dermatología	Sociedad Peruana de Dermatología	Perú	Medicina
63	Horizonte Médico	Universidad de San Martín de Porres	Perú	Medicina
64	Iconos	FLACSO Ecuador	Ecuador	Ciencias Sociales
65	Retos	Universidad Politécnica Salesiana	Ecuador	Educación Física
66	Sophia	Universidad Politécnica Salesiana	Ecuador	Filosofía
67	La Granja	Universidad Politécnica Salesiana	Ecuador	Agricultura
68	Revista Ecuatoriana de Neurología	Sociedad Ecuatoriana de Neurología	Ecuador	Neurología
69	Revista Ecuatoriana de Medicina y Ciencias Biológicas	Universidad Central del Ecuador	Ecuador	Medicina
70	Revista de la Facultad de Ciencias Médicas	Universidad Central del Ecuador	Ecuador	Medicina
71	Revista Ecuatoriana de Pediatría	Sociedad Ecuatoriana de Pediatría	Ecuador	Medicina
72	Revista Ecuatoriana de Cardiología	Sociedad Ecuatoriana de Cardiología	Ecuador	Cardiología
73	Revista Ecuatoriana de Ginecología	Sociedad Ecuatoriana de Ginecología	Ecuador	Medicina
74	Revista de la Facultad de Ciencias Químicas	Universidad Central del Ecuador	Ecuador	Química
75	Killkana Sociales	Universidad Católica de Cuenca	Ecuador	Ciencias Sociales
76	Revista Boliviana de Química	Universidad Mayor de San Andrés	Bolivia	Química
77	Revista CON-CIENCIA	Universidad Católica Boliviana	Bolivia	Multidisciplinar
78	Revista Científica de Salud UNITEPC	Universidad Tecnológica Privada de Santa Cruz	Bolivia	Salud
79	Cuadernos Hospital de Clínicas	Universidad Mayor de San Andrés	Bolivia	Medicina
80	Revista de Investigación e Información en Salud	Universidad Mayor de San Andrés	Bolivia	Salud Pública
81	Gaceta Médica Boliviana	Colegio Médico de Bolivia	Bolivia	Medicina

