



ORIGINAL

Communication strategy in social media for the Cuban Journal of Health Technology

Estrategia de comunicación en redes sociales para la Revista Cubana de Tecnología de la Salud

Carlos Rafael Araujo Inastrilla¹  , Dalila Cárdenas Hernández¹ 

¹Universidad de Ciencias Médicas de la Habana. Facultad de Tecnología de la Salud. La Habana, Cuba.

Citar como: Araujo Inastrilla CR, Cárdenas Hernández D. Communication strategy in social media for the Cuban Journal of Health Technology. Health Leadership and Quality of Life. 2022; 1:79. <https://doi.org/10.56294/hl202279>

Enviado: 17-07-2022

Revisado: 05-10-2022

Aceptado: 03-12-2022

Publicado: 04-12-2022

Editor: PhD. Prof. Neela Satheesh 

Autor para la correspondencia: Carlos Rafael Araujo Inastrilla 

ABSTRACT

Introduction: in the academic field, social networks are useful tools for the dissemination of research results and to promote the visibility of authors and scientific journals. The Editorial Team of the Cuban Journal of Health Technology recognizes the importance and the need for an adequate management of the journal's corporate social media profiles.

Objective: to design a communication strategy in social networks for the Cuban Journal of Health Technology.

Method: a development research was carried out where a communication strategy in social networks was elaborated for the journal. Six stages were followed: internal analysis, external analysis, audience delimitation, strategy and specific objectives, publication schedule and monitoring. Statistical tools and platforms such as Metricool were used.

Results: the strategy included an analysis of scientific journals in the area of medical sciences and the characterization of the consumer audience. The journal has a larger audience in some social networks than other journals in the sector, but it is still rated as insufficient. The objectives to be met with each network, the publication schedule and the indicators to be evaluated with the implementation were described.

Conclusions: A communication strategy in social networks was designed to increase the visibility of the Cuban Journal of Health Technology, based on the analysis of internal and external factors of the journal, and on specific objectives.

Keywords: Communication Strategy; Social Networks; Scientific Journal.

RESUMEN

Introducción: en el ámbito académico, las redes sociales son herramientas útiles para la divulgación de resultados de investigaciones y fomentar la visibilidad de autores y revistas científicas. El Equipo Editorial de la Revista Cubana de Tecnología de la Salud reconoce la importancia y la necesidad de una adecuada gestión de los perfiles corporativos de redes sociales de la revista.

Objetivo: diseñar una estrategia de comunicación en redes sociales para la Revista Cubana de Tecnología de la Salud.

Método: se realizó una investigación de desarrollo donde se elaboró una estrategia de comunicación en redes sociales para la revista. Se siguieron seis etapas: análisis interno, análisis externo, delimitación de la audiencia, estrategia y objetivos específicos, calendario de publicaciones y monitoreo. Se utilizaron herramientas estadísticas y plataformas como *Metricool*.

Resultados: la estrategia incluyó un análisis de las revistas científicas del área de ciencias médicas y la caracterización del público consumidor. La revista tiene más audiencia en algunas redes sociales que otras revistas del sector, pero aún se valora de insuficiente. Quedaron descritos los objetivos a cumplir con cada

red, el calendario de publicación y los indicadores que se evaluarán con la implementación.

Conclusiones: se diseñó una estrategia de comunicación en redes sociales para elevar la visibilidad de la Revista Cubana de Tecnología de la Salud, basado en el análisis de factores internos y externos de la revista, y en objetivos específicos.

Palabras clave: Estrategia de Comunicación; Redes sociales; Revista Científica.

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, la globalización ha revolucionado el mundo de las comunicaciones y de las relaciones personales. El surgimiento de la Web 2.0 así como de las redes sociales ha mejorado el vínculo entre usuarios y empresas, haciendo que este sea más pequeño y mucho más auténtico.^(1,2,3)

Las generalizaciones de las redes sociales han revolucionado el panorama de las comunicaciones. Los usuarios han pasado de relacionarse con palabras y mensajes a relacionarse de manera mucho más colaborativa y bidireccional, donde ya no existen límites entre lo privado y lo público.⁽²⁾

La literatura definió a las redes sociales de diversas maneras:

Las redes sociales son comunidades, estructuras formadas por personas conectadas entre sí, que pueden conocerse o no. Y que están unidas por algún factor o interés en común. Este interés o relación, se refleja a través de Internet, donde tiene lugar el contacto social, la comunicación en tiempo real y se tienen en cuenta las preferencias de consumo.^(3,4)

Son sitios online que permiten el intercambio de información y de contenido entre miles de usuarios de forma rápida y gratuita. Ellos eligen a qué comunidades pertenecer y que tipo de intereses y preocupaciones compartir y resolver, con el fin de maximizar el bienestar. Su importancia es tal, que forman parte del día a día de la mayoría, y permiten mantener un contacto directo con el mundo real.^(5,6)

En el plano de la comunicación científica, las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y otras, resultan útiles en la divulgación de los resultados de una investigación. Por ser estructuras abiertas son menos formales y requieren menos control que las estructuras de entornos académicos, tales como las revistas científicas.⁽⁷⁾

Alfonso-Manzanet, consideró que, en el siglo XXI, la comunicación científica se convierte en un proceso social. El surgimiento y auge de las redes sociales dinamiza la comunicación de los resultados. Las revistas científicas no pierden su hegemonía, pero ya no tienen la primicia de la comunicación. La tecnología es la principal mediadora de los procesos de comunicación de la ciencia, y prevalecen los medios de comunicación electrónicos por encima de todos los medios tradicionales.

“Cada vez es más evidente el uso de redes sociales con fines académico-científicos. (..) Son una buena opción para el trabajo en equipo de investigaciones con temáticas e intereses comunes; a través de ellas se pueden compartir producciones, experiencias, hipótesis” afirmó Villegas-Maestre.⁽⁸⁾

Dada sus prestaciones en el entorno académico, se justifica la amplia acogida que han tenido las redes sociales por parte de las revistas científicas para fomentar el interés por el trabajo de estas publicaciones o incrementar los indicadores de visibilidad e impacto de autores, artículos y de la propia revista. Se ciernen grandes ventajas en la creación de una comunidad virtual en torno a las revistas científicas.

El Equipo Editorial de la Revista Cubana de Tecnología de la Salud (RCTS) reconoce la importancia y la necesidad de una adecuada gestión de los perfiles corporativos de redes sociales de la revista. En un análisis realizado de la revista, se determinó como objetivo estratégico elevar la promoción de la actividad de la revista en redes sociales.^(9,10)

Esta línea de trabajo de la revista se corresponde con uno de los indicadores de evaluación del funcionamiento y la calidad de las revistas cubanas en Ciencias de la Salud. Estos establecen la presencia en más de dos redes sociales como un elemento significativo para lograr una sintonía con las mejores publicaciones a nivel internacional.⁽¹¹⁾

Sin embargo, no basta con la simple presencia de un perfil alegórico a una revista para comprometer a una comunidad de usuarios con el contenido que se genera. Se precisa una estrategia específica y una ejecución efectiva de esta para cumplir los objetivos de visibilidad, compromiso de la comunidad y redirección a los servicios de la revista, que se pretenden alcanzar con las redes sociales.

Por tanto, el presente artículo se propone diseñar una estrategia de comunicación en redes sociales para la Revista Cubana de Tecnología de la Salud.

MÉTODO

Se realizó una investigación de desarrollo donde se elaboró una estrategia de comunicación en redes sociales para la RCTS. La estrategia se diseñó a partir de la metodología propuesta por García-Díaz para la gestión de

redes sociales.

El diseño de la estrategia incluyó seis etapas:

- I. Análisis interno
- II. Análisis externo
- III. Delimitación de la audiencia
- IV. Estrategia y objetivos específicos
- V. Calendario de publicaciones
- VI. Monitoreo

Para realizar el análisis externo, se estudiaron las revistas científicas del área de las ciencias médicas que integran un total de 63. Se realizó un análisis de su presencia en redes sociales y la actividad de las mismas. El procesamiento estadístico para esta etapa incluyó distribuciones de frecuencias y los percentiles, como medida de posición para ubicar a la revista caso de estudio con respecto a las otras del sector.

Se emplearon plataformas como *Metricool* (www.metricool.com), y las propias redes sociales para extraer estadísticas e *insights*, que permitieron caracterizar el público consumidor del contenido de la revista. También se utilizó el generador de *buyer persona* de *HubSpot* (www.hubspot.es) para modelar un ejemplo de usuario ideal a partir de las características ya conocidas del público habitual y en función de las características del público objetivo.

RESULTADOS

Análisis interno

La revista cuenta con perfiles en las redes sociales más empleadas a nivel mundial para fines personales y profesionales: Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn. La actividad en estas redes se acentuó a partir del año 2022. Se trabaja en el posicionamiento de estos perfiles, pues aún no cumplen las expectativas del Comité Editorial.

Tabla 1. Análisis interno de los perfiles de redes sociales de la Revista Cubana de Tecnología de la Salud

Redes sociales	Seguidores	Periodicidad	Engagement/ Tasa de interacción con el contenido	Calidad del contenido
Facebook	945	Entre 2 y 3 <i>posts</i> semanales	Se puede considerar baja. No generan el nivel de interacción esperado.	Publicaciones informativas. Imágenes en calidad aceptable, con trabajo de edición. Necesidad de contenido audiovisual.
Instagram	59	Entre 2 y 3 <i>posts</i> al mes	Poca interacción debido a la poca frecuencia de publicación. Bajo número de <i>likes</i> en las publicaciones.	Se han tomado estrategias para hacer contenido atractivo
Twitter	126	Al menos un <i>tuit</i> semanal	Poca interacción debido a la poca frecuencia de publicación	Publicaciones informativas. Puede mejorar, falta más contenido multimedia.
LinkedIn	19	Sin una frecuencia definida, cantidad insuficiente	No hay interacción	Contenido insuficiente.

Análisis externo

El 60,3 % de las revistas de ciencias médicas cubanas no tiene presencia en las redes sociales Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn. Solo el 39,7 % (n=24) tuvo actividad en redes sociales. Sin embargo, el 45 % de las 24 revistas presentes en redes sociales solo emplean Facebook.

Destaca la audiencia de Instagram, que supera la del 95 % de las revistas y la de Twitter que supera la del 88 %. En LinkedIn, a pesar de superar al 66 % de las revistas, el alcance es muy insuficiente, y está muy por debajo del resto de redes. Facebook al ser la red donde las revistas tienen mayor presencia, a pesar de ser la de mayor cantidad de seguidores es superada por el 66 % de las revistas. (tabla 2).

Tabla 2. Audiencia de la Revista Cubana de Tecnología de la Salud en redes sociales con relación al resto de revistas de ciencias médicas. 2022

Red Social	Revistas presentes	Ranking	Percentil*
Facebook	20	14	44
Twitter	11	5	88
Instagram	3	1	95
LinkedIn	5	4	66

*n=24 (revistas que tienen presencia en redes sociales).

A partir del análisis cualitativo de las redes sociales de las otras revistas del sector se realizaron las observaciones siguientes:

Aspectos positivos

- Generalmente se utilizan los colores representativos del perfil.
- Enlaces de redirección para generar tráfico a las plataformas de las revistas.
- El contenido se comparte a través de los perfiles institucionales o personales de los miembros de las instituciones patrocinadoras de las revistas.

Aspectos negativos

- El tono y estilo de las publicaciones no demuestran el seguimiento de una estrategia de comunicación planificada.
- Frecuencia de publicación indefinida e irregular.
- Publicaciones con copy (texto de la publicación) extenso y enlaces de redirección sin acortar que restan atractivo a las publicaciones.
- No se utilizan hashtags.
- Imágenes de baja resolución o sin trabajo de diseño.
- Limitada retroalimentación e interacción con la audiencia.

La mayoría de las publicaciones externas más exitosas generan un alto nivel de *engagement* por la temática que aborda. Los temas más relevantes y actualizados en el área de las ciencias médicas reciben más interacciones por el contenido y no por la calidad de la publicación.

Delimitación de la audiencia

Según los datos reportados por la herramienta *Metricool*, el público actual está conformado por 1139 seguidores, donde el 68 % son mujeres y el 32 % son hombres, en su mayoría de Cuba (41,26 %). Predomina el grupo de edad de 45 a 54 años (20 %).

La revista se enfoca en planificar la gestión de redes sociales con el objetivo de alcanzar la audiencia *target* (objetivo) con las características siguientes:

- Hombres y mujeres mayores de 18 años de edad.
- Estudiantes universitarios de pregrado y posgrado.
- Profesionales de la salud, docentes e investigadores con acceso frecuente a redes sociales.
- Investigadores extranjeros con interés en publicar contribuciones en la revista.
- Comunidades que repliquen y difundan el contenido publicado.

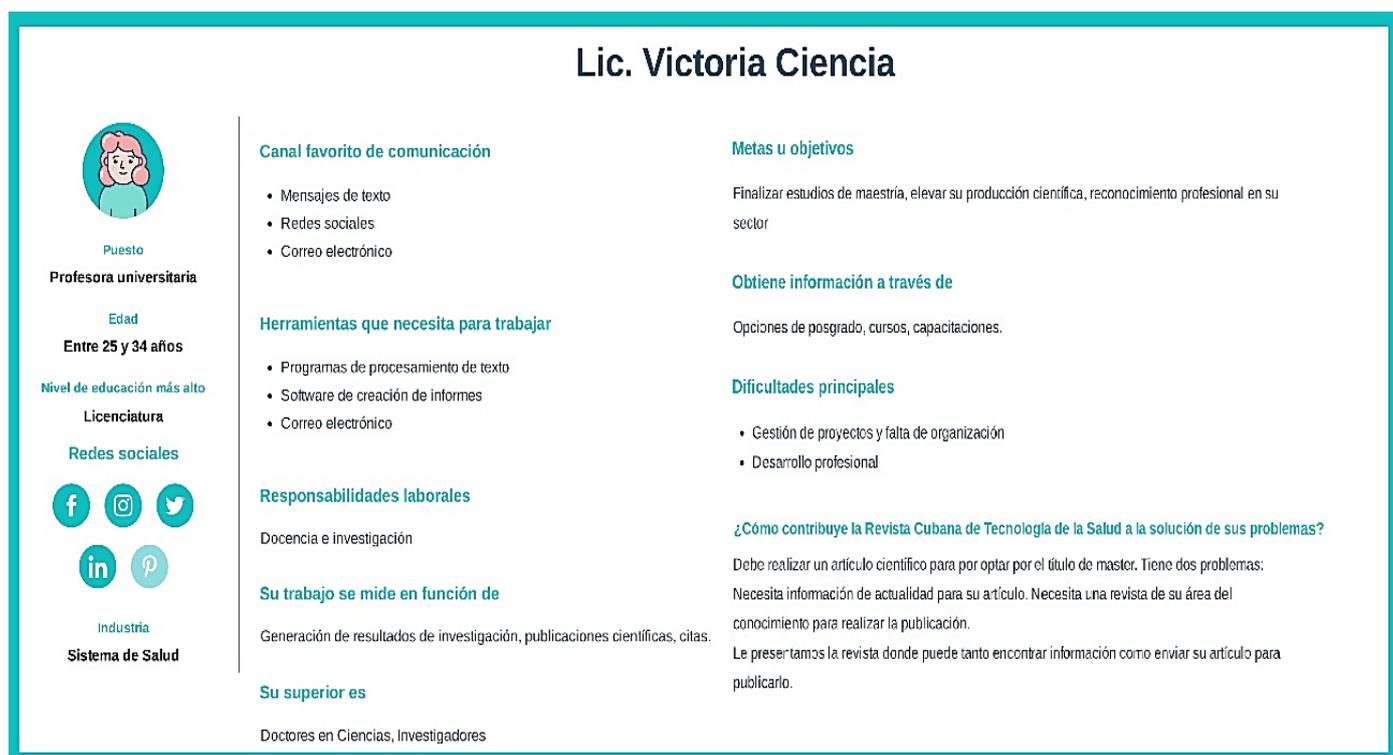


Figura 1. Buyer persona de las redes sociales de la Revista Cubana de Tecnología de la Salud

Al tomar como referente las características deseadas, se realiza la modelación de un *buyer* persona, el cual es la representación ficticia de un usuario ideal. (figura 1)

Estrategia y objetivos específicos

A punto de partida del análisis anterior, se trazaron tres objetivos estratégicos para el posicionamiento de los perfiles de redes sociales en un puesto de mayor popularidad:

- Elevar la visibilidad de los perfiles.
- Incrementar el *engagement* de los perfiles.
- Fidelizar a la comunidad a la que están dirigidas los contenidos de los perfiles.

Estos objetivos estratégicos se proyectan con la finalidad última de generar tráfico desde los perfiles de redes sociales a la *web* de la revista. Se espera como resultado un mayor alcance de la revista en los contextos nacionales e internacionales y la recepción de un mayor número de manuscritos para su publicación como artículos. (figura 2).

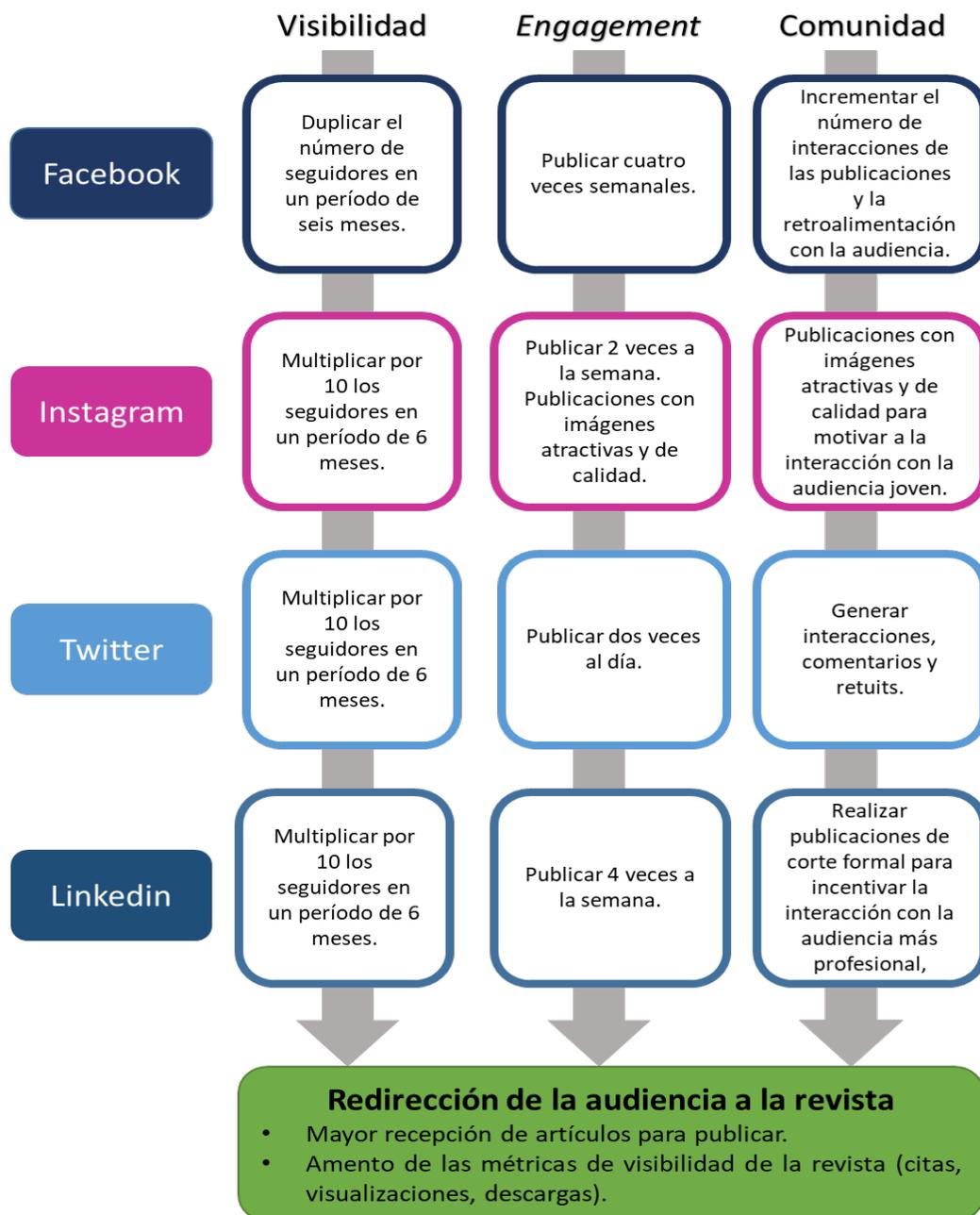


Figura 2. Estrategia de posicionamiento de las redes sociales de la Revista Cubana de Tecnología de la Salud

Las publicaciones deberán mantener un alta estética y a la vez el carácter informativo y científico de la

revista. Se deben emplear textos cortos y atractivos que faciliten la lectura rápida y el interés por el contenido. Se emplearán *emojis*, para una mayor visualidad de la publicación y a la vez se emplean *hashtags*, que permiten rastrear la actividad en las redes en torno a la revista.

Calendario de publicaciones

Se programó un sistema de publicaciones semanales (tabla 4). Estas se distribuyeron de manera estratégica a través de la clasificación de las publicaciones en seis categorías diferentes:

Informativa: información sobre novedades de la revista, nuevos artículos, convocatorias, fechas conmemorativas.

Información corporativa: sobre el aspecto del funcionamiento interno de la revista y de la institución patrocinadora.

Pregunta o encuesta: para generar interacción y retroalimentación con la audiencia. Fomenta el sentimiento de comunidad en torno a la revista a través del debate.

Video o Imagen: contenido visual de alta calidad y atractivo para suscitar interés por el contenido de las otras modalidades de publicación.

Motivacional: para establecer cercanía con la audiencia y fidelizar a la comunidad con mensajes positivos.

Consejos, información útil: información sobre metodología de la investigación y comunicación científica para motivar a la audiencia mediante el aprendizaje.

Tabla 3. Planificación de las publicaciones semanales de los perfiles de redes sociales de la Revista Cubana de Tecnología de la Salud

Redes sociales	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Facebook	Informativa	Informativa/Pregunta o encuesta	-	Información corporativa	Motivacional/ Consejos, información útil
Instagram	-	Video/ Imagen	-	Video/ Imagen	-
Twitter	Informativo	Informativo	Informativo	Informativo	Informativo
	Motivacional	Información corporativa	Pregunta encuesta	o Video/ Imagen	Consejos, información útil
Linkedin	Información corporativa	Informativo	-	Información corporativa	Informativo

Monitoreo

Para medir el cumplimiento de los objetivos estratégicos se emplearán las herramientas: *Metricool*, *Facebook Analytics* y *Instagram Analytics*, además de las estadísticas propias de cada red social. Se realizarán mediciones periódicas de los Indicadores Clave de Desempeño (KPI) siguientes:

- número de seguidores
- variación porcentual del número de seguidores
- tasa de *engagement*
- alcance de las publicaciones

Como parte del plan de monitoreo se rastrearán las menciones a la revista, a través de palabras claves relacionadas con la misma. Este proceso se apoyará en las plataformas: *Social Mention* y *Google Alert*.

DISCUSIÓN

Las redes sociales empleadas para el desarrollo de la ciencia permiten a investigadores de todo el mundo relacionarse e intercambiar información sobre sus campos de investigación. Entre los beneficios del uso de estas herramientas se encuentran: establecer redes de contactos con otros especialistas y formar parte de un grupo de investigadores con perfil similar; publicar contenidos científicos y obtener mayor difusión, visibilidad e impacto de los trabajos científicos; así como acceder a información actualizada sobre un área determinada.^(12,13,14)

Es por esta razón que las redes sociales aplicadas a los procesos administrativos y de servicios complementarios a la formación y a la investigación, se muestran cada vez más como un escenario ineludible por los canales de comunicación científica; dígame las revistas.^(15,16,17,18)

El estudio realizado por Martínez-Guerrero sobre el uso de redes sociales en las revistas científicas de la Universidad de Los Andes, Venezuela; percibió que apenas el 22,3 % de las publicaciones periódicas analizadas es miembro de al menos una de estas redes sociales. Sin embargo, concluyó que no cuentan con constante

actividad y, por tanto, la cifra de suscriptores es corta y su alcance limitado.^(19,20)

“Se recomienda al personal que allí hace vida académica procurar esfuerzos para alcanzar mejores índices de visibilidad y difusión, así como el registro en más comunidades virtuales y el trabajo constante en el mantenimiento de ellas” sentenció Martínez-Guerrero.^(19,20) Esta reflexión indica que no es suficiente contar con perfiles que respondan a la revista en las redes sociales más populares. La gestión de los mismos debe ser coherente y bajo la rectoría de objetivos bien delimitados.

Una revista científica (de manera específica, la RCTS) debe entenderse como un negocio, a pesar de no poseer un carácter comercial por sus políticas de acceso abierto. Por tanto, para su correcto funcionamiento, se precisa conocer a los consumidores/usuarios, la competencia (sin carácter antagónico) y el alcance. De esta manera se garantiza un desenvolvimiento sólido para la organización.

Un análisis competitivo permite entender quiénes son los competidores en un área, los aciertos y las fallas de estos. De esta manera se establecen cuáles son las expectativas en el sector, lo cual coadyuva a definir algunos objetivos en las propias redes sociales. El seguimiento de las cuentas de los competidores y palabras claves relevantes del área, denota cambios estratégicos en la manera en la competencia utilizan sus redes sociales.^(21,22,23,24,25,26)

Se debe tener en cuenta para la implementación de la estrategia los diferentes estratos en que se divide la audiencia, y la vía de comunicación con cada uno de esos estratos. Los resultados demostraron que es más amplio el público maduro en Facebook, en cambio Instagram, aunque no es exclusiva de los jóvenes, si es mucho más frecuentada por estos.^(28,29,30,31)

Según Ramos-Cordero los trabajadores del sector de la salud pública manifiestan poco conocimiento sobre el uso en el ámbito académico, por lo que es una necesidad inminente revertir esta situación. Corrales Reyes obtuvo que la mayoría de los estudiantes cubanos del pregrado de Estomatología poseía perfiles en la red social Facebook; asimismo, la mayor parte de estos la utilizaba con fines académicos.^(32,33,34)

Se aprecian entonces, diferencias en cuanto a los hábitos y las preferencias según los diferentes grupos de edad. Por tanto, las publicaciones que se realicen en cada red social deben estar bien diseñadas según las preferencias de los consumidores finales. No es posible aplicar un esquema rígido para todos los públicos, pues los resultados no serán satisfactorios.⁽³⁵⁾

La actividad en redes sociales de una revista no solo es importante desde el punto de vista publicitario, de *marketing* o divulgativo. Está cobrando una connotación relacionada con el impacto de los artículos y de la propia revista. En 2010 surge un nuevo campo dentro de la Webmetría denominado Altmetría, relacionado con la creación y el estudio de nuevas mediciones basadas en el análisis del uso de la bibliografía en las redes sociales a partir de *tweets*, discusiones de blogs, notas o redes de investigadores, entre otras.^(36,37)

La idea que subyace es que, por ejemplo, las menciones en blogs, el número de retwits o el de personas que guardan un artículo en su gestor de referencias puede ser una medida válida del uso de las publicaciones científicas.^(15,22) Por tanto, la imbricación de la producción científica con el uso de las redes sociales, representan un tránsito a otra fase en el estudio y la evaluación del impacto de ciencia.

CONCLUSIONES

Se diseñó una estrategia de comunicación en redes sociales para elevar la visibilidad de la Revista Cubana de Tecnología de la Salud, basado en el análisis de factores internos y externos de la revista, y en objetivos específicos. Resalta la importancia de una adecuada gestión de las redes sociales, como medio de comunicación y divulgación con un trasfondo cada vez más científico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Alfonso Manzanet JE, Zayas Mujica R, Dorta-Contreras AJ, Cadenas Freixas JL. Propuesta para la evaluación de la calidad y el funcionamiento de Revistas Científicas en Ciencias de la Salud. *Rev haban cienc méd* [Internet]. 2018 [citado: 18/03/2022];17(2):[325-334]. Disponible en: <http://www.revhabanera.sld.cu/index.php/rhab/article/view/2323>
2. Alfonso Manzanet JE. La gestión editorial de las revistas científicas en el entorno de la formación profesional en Cuba. [Tesis]. La Habana: Universidad de Ciencias Médicas de la Habana; 2022.
3. Amaro NNV, Rios SWR, Claudio BAM. Exploration of theoretical conceptualizations of the causes of college dropout. *Seminars in Medical Writing and Education* 2022;1:15-15. <https://doi.org/10.56294/mw202215>.
4. Amaro NNV, Rios SWR, Claudio BAM. Influencing factors and student desertion at a private university in northern Lima. *Seminars in Medical Writing and Education* 2022;1:14-14. <https://doi.org/10.56294/mw202214>.
5. Atiaja NEB, Nieto MIF. Knowledge of Neonatal Metabolic Screening in Pregnant Women. *Salud, Ciencia y*

Tecnología 2022;2:74-74. <https://doi.org/10.56294/saludcyt202274>.

6. Aucatoma DVR. Use of alternative and complementary therapies for pain relief. *Salud, Ciencia y Tecnología* 2022;2:76-76. <https://doi.org/10.56294/saludcyt202276>.

7. Aviles-Yataco W, Meneses-Claudio B. Neural networks applied to the detection and diagnosis of Breast Cancer, a systematic review of the scientific literature of the last 5 years. *Salud, Ciencia y Tecnología - Serie de Conferencias* 2022;1:3-3. <https://doi.org/10.56294/sctconf202235>.

8. Cano CAG, Castillo VS. Unveiling the Thematic Landscape of Cultural Studies Through Bibliometric Analysis. *Community and Interculturality in Dialogue* 2022;2:34-34. <https://doi.org/10.56294/cid202234>.

9. Cardozo MBS, Cano CAG. Perception of the merchants upon the implementation of an electronic payroll as a support document for the companies costs and deductions at Florencia- Caquetá. *Salud, Ciencia y Tecnología - Serie de Conferencias* 2022;1:2-2. <https://doi.org/10.56294/sctconf202234>.

10. Castellanos SMS, Sandoval AL. Rediscovering the original recipe for the “empanada sampedrana.” *Community and Interculturality in Dialogue* 2022;2:32-32. <https://doi.org/10.56294/cid202232>.

11. Cómo de importantes son las redes sociales hoy en día. Difusion y comunicación [Internet]. (s. f.). [citado: 18/03/2022]. Disponible en: <https://www.difusioncomunicacion.es/blog/importancia-redes-sociales-actualmente/>

12. Corrales Reyes IE, Naranjo Zaldívar HA, Valdés Gamboa L, Mejía CR. Uso de recursos de información científica y redes sociales por los estudiantes cubanos de estomatología. *Rev Cubana Inv Bioméd* [Internet]. 2020 [citado: 26/03/2022];39(2):e409. Disponible en: <http://www.revibiomedica.sld.cu/index.php/ibi/article/view/409>

13. Delgado MCF, Mendoza JAR, Piñeiro ALC. Characterization of the scientific output on lithium batteries through SciVal topic analysis. *Data and Metadata* 2022;1:5-5. <https://doi.org/10.56294/dm20225>.

14. Duart J. Integrar las TIC en la universidad. *Revista de Universidad y Sociedad de Conocimiento* [Internet]. 2005 [citado: 18/03/2023]; 2(1). Disponible en: <http://www.uoc.edu/rusc/2/1/editorial.html>

15. Fernández-García J. Diseño e implementación de un plan de Social Media Marketing (o Marketing 2.0) en la biblioteca de la Universidad de Cádiz. [Tesis]. Madrid: Universidad Carlos III de Madrid; 2011.

16. Fleitas LAV, Herrera MD, Junco OM, Borrego YM, Borges YG. Effectiveness of the treatment applied in the smoking cessation consultation. *Interdisciplinary Rehabilitation / Rehabilitacion Interdisciplinaria* 2022;2:16-16. <https://doi.org/10.56294/ri202216>.

17. García-Díaz MM. Plan de redes sociales. Social Media para principiantes. IEBS Bussiness School; 2022.

18. Ginarte MJG, Landrove-Escalona EA, Moreno-Cubela FJ, Yano RT del. Visibility and impact of the scientific production on cranial nerve teaching and learning published in Scopus. *Data and Metadata* 2022;1:4-4. <https://doi.org/10.56294/dm20224>.

19. Hootsuite. Crea una Estrategia de Marketing en Redes Sociales Ocho sencillos pasos para desarrollar tu presencia en las redes sociales. Hootsuite blog [Internet]. 2022 [citado: 18/03/2023]. Disponible en: <https://blog.hootsuite.com/es/6-pasos-plan-de-mercadotecnia/>

20. Juárez-Risco K, Silva-Silva T, Meneses-Claudio B, Rios-Rios S. E-commerce and business growth of Inversiones Bonno S.A.C Lima, 2021. *Salud, Ciencia y Tecnología - Serie de Conferencias* 2022;1:4-4. <https://doi.org/10.56294/sctconf202236>.

21. Landrove-Escalona EA, Hernández-González EA, Mitjans-Hernández D, Avila-Díaz D, Quesada AJF. Bibliometric analysis of the Cuban Journal of Neurology and Neurosurgery between 2017 and 2021. *Data and Metadata* 2022;1:1-1. <https://doi.org/10.56294/dm20221>.

22. Llosa-Santana M, Gutierrez-Vera D, Araujo-Inastrilla CR, Manzanet-Valladares K. Retos de la Revista Cubana de Tecnología de la Salud. Convención AGROPAT 2022, Cuba; 2022.
23. Manobanda YAT, Nieto MIF. Knowledge of sexually transmitted diseases in Ecuadorian high school students. *Salud, Ciencia y Tecnología* 2022;2:75-75. <https://doi.org/10.56294/saludcyt202275>.
24. Martin-Guerrero CA. Uso de redes sociales en las revistas científicas de la Universidad de Los Andes, Venezuela. *Revista e-Ciencias de la Información [Internet]*. 2018 [citado: 18/03/2022]; 8(1). Disponible en: <https://www.redalyc.org/journal/4768/476854589003/html/>
25. Montesino DC, Reguera IP, Fernández OR, Relova MR, Valladares WC. Clinical and epidemiological characterization of disability in the elderly population. *Interdisciplinary Rehabilitation / Rehabilitacion Interdisciplinaria* 2022;2:15-15. <https://doi.org/10.56294/ri202215>.
26. Piñera-Castro HJ, Moreno-Cubela FJ. Productivity, Collaboration and Impact of Cuban Scientific Research on Parkinson's Disease in Scopus. *Data and Metadata* 2022;1:2-2. <https://doi.org/10.56294/dm20222>.
27. Portales YT, Díaz OR, Díaz ERH, Rosales YÁ, Álvarez MD. Emotional manifestations and perceived social support in elderly adults in the face of the impact of COVID-19. *Interdisciplinary Rehabilitation / Rehabilitacion Interdisciplinaria* 2022;2:13-13. <https://doi.org/10.56294/ri202213>.
28. Ramos Cordero A, Blanco Betancourt S. Las redes sociales académicas en el primer Encuentro Nacional de Jóvenes Investigadores de la Salud. *EDUMECENTRO [Internet]*. 2019 [citado: 24/11/2022];11(1):[aprox. 3 pant.]. Disponible en: <http://revedumecentro.sld.cu/index.php/edumc/article/view/1258>.
29. Redes sociales científicas [Internet]. (s. f.). [citado: 18/03/2022]. Disponible en: <https://www.ull.es/servicios/biblioteca/redes-sociales-cientificas/>
30. Rendón JEJ, Rojas MG. Positioning of clothing brands in Colombia. *Community and Interculturality in Dialogue* 2022;2:33-33. <https://doi.org/10.56294/cid202233>.
31. Rodríguez-Pérez DJA. Pediatric Surgery in Cuba: an untold story. *Seminars in Medical Writing and Education* 2022;1:4-4. <https://doi.org/10.56294/mw20224>.
32. Rojas-Concepción AA, Herrera-Miranda GL, Arteaga-Prado Y. Pedagogical model for the methodological work of the General Integral Medicine specialization. *Salud, Ciencia y Tecnología* 2022;2:72-72. <https://doi.org/10.56294/saludcyt202272>.
33. Sánchez-Guerrero - Soler C. Social media: desarrollo del plan de social media de una empresa. [Tesis]. Madrid: Universidad Pontificia de Comillas; 2019.
34. Sarango-Barros KR. Diseño de un plan estratégico de comunicación digital para la asociación Abdón Calderón. [Tesis]. Cuenca: Universidad Politécnica Salesiana; 2021.
35. Tovar-Cardozo G, Facundo-Vargas G, Joven-Santanilla V. Gallery tax in florencia Caquetá: legality and collection behavior. *Salud, Ciencia y Tecnología - Serie de Conferencias* 2022;1:5-5. <https://doi.org/10.56294/sctconf202237>.
36. Villegas-Maestre JD, Corrales-Reyes IE, Villegas-Maestre JD, Corrales-Reyes IE. Uso de las redes sociales como medio para “socializar la ciencia”. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud [Internet]*. 2022 [citado: 18/03/2022]; 33. Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2307-21132022000100024&lng=es&nrm=iso&tlng=es
37. Yeong CH, Abdullah BJJ. Altmetrics: the right step forward. *Biomedical Imaging and Intervention Journal*. 2012; 8(3).

CONFLICTOS DE INTERESES

No se declaran conflictos de intereses.

FINANCIACIÓN

No se recibió.

CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA

Conceptualización: Carlos Rafael Araujo Inastrilla, Dalila Cárdenas Hernández.

Investigación: Carlos Rafael Araujo Inastrilla, Dalila Cárdenas Hernández.

Metodología: Carlos Rafael Araujo Inastrilla, Dalila Cárdenas Hernández.

Curación de datos: Carlos Rafael Araujo Inastrilla.

Administración del proyecto: Carlos Rafael Araujo Inastrilla, Dalila Cárdenas Hernández.

Software: Carlos Rafael Araujo-Inastrilla.

Supervisión: Carlos Rafael Araujo Inastrilla, Dalila Cárdenas Hernández.

Validación: Carlos Rafael Araujo Inastrilla, Dalila Cárdenas Hernández.

Visualización: Carlos Rafael Araujo Inastrilla, Dalila Cárdenas Hernández.

Redacción-borrador original: Carlos Rafael Araujo Inastrilla, Dalila Cárdenas Hernández.

Redacción-revisión y edición: Carlos Rafael Araujo Inastrilla, Dalila Cárdenas Hernández.