

Uso de redes temáticas académicas y sociales para la **difusión de los artículos de revistas.**



Tatiana Marielos Aguilar de García
Analista Documental



Empezar →



Universidad Centroamericana
José Simeón Cañas



Universidad Centroamericana
José Simeón Cañas

PORTAL DE REVISTAS Y PUBLICACIONES SERIADAS



INICIO

INFORMACIÓN GENERAL

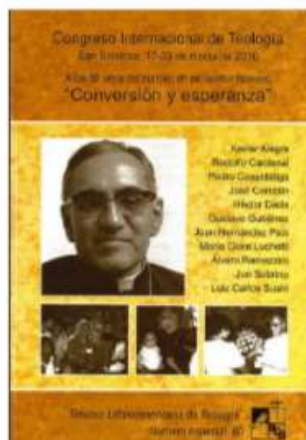
LINEAMIENTOS ÉTICOS

SITIOS DE INTERÉS

CONTACTOS

Buscar

Portal de Revistas y Publicaciones Seriadas de la UCA



<https://revistas.uca.edu.sv/>



Difusión de los artículos de revistas

Generar impacto en la sociedad

Es el compromiso para **fomentar la lectura del artículo** y dar a conocer la **contribución del estudio**, ya que permitirá la transferencia de las aportaciones de las investigación a la comunidad científica. Asimismo, esta **difusión mejorará la visibilidad** del manuscrito y, por consiguiente, podrá **repercutir en las citas y el impacto que genere**.

(Bonilla-del-Río, 2021)

¿Cómo lograr visibilidad?



Paso 2

Implementación de criterios de calidad en las publicaciones científicas



Paso 4

Difusión en redes temáticas académicas y sociales

+

Paso 1

Recepción y aceptación de manuscritos



+

Paso 3

Depósito de los artículos en plataformas online



+

+

Marketing digital

Estrategias iniciales

“Método para crear conciencia y promover una marca o producto utilizando todos los canales digitales disponibles”

- Marketing de motores de búsqueda.
- Promociones en redes sociales
- Email marketing: Promoción de productos o servicios a través de campañas de email marketing.



¿Qué es la Web 2.0? ■

Cuando hablamos de la Web 2.0 o la Web Social, nos referimos a un **modelo de páginas Web** que facilitan la transmisión de información, **la interoperatividad** y la **colaboración entre sus usuarios**, mediante un diseño centrado en sus necesidades, más que en las de la empresa. En otras palabras, se trata de una **tendencia en la Internet que aboga por una red más interactiva, menos unilateral, en la que los usuarios no ocupen un rol meramente pasivo.**

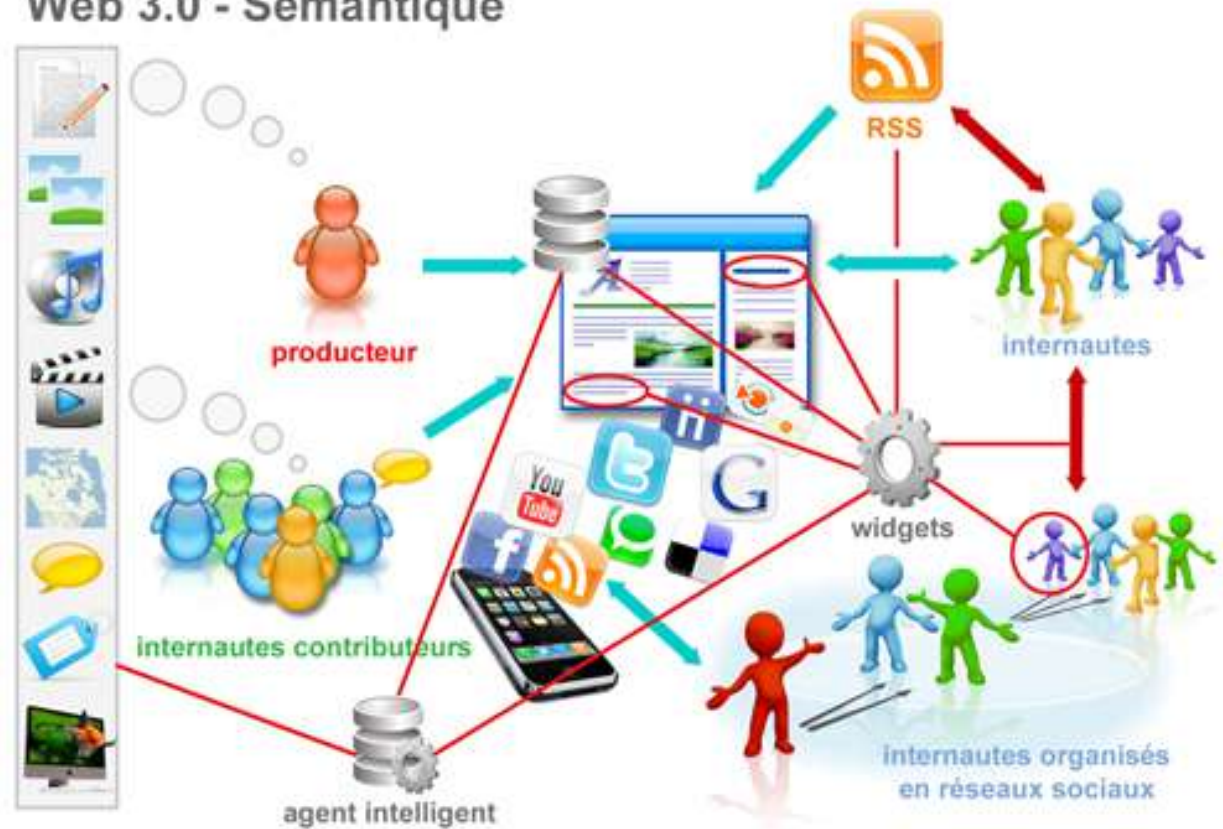


Web 3.0

La web 3.0 es el tipo de internet más actual, cuyas características principales son la **democratización y que basado en la tecnología de la web semántica**. Dicha web está construida a través de una cadena de bloques descentralizado donde no existe una propiedad centralizada del contenido o las plataformas. La web semántica, realiza un **proceso de filtrado automático de los datos**, lo que implica que las máquinas comprendan el significado de la información que contiene la web y así, **procesen la información de manera más rápida, precisa y eficiente**.

(García Gil, 2022)

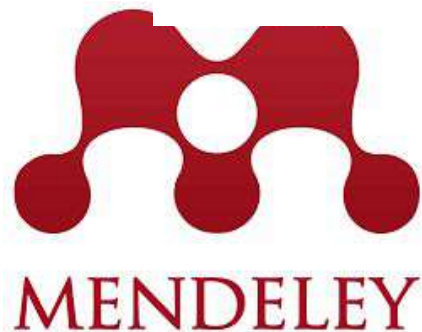
Web 3.0 - Sémantique



Características diferenciales entre la Web 2.0 y la Web 3.0

Web 2.0	Web 3.0
Web de los documentos	Web de los datos
Web social	Web inteligente
Poca personalización para el usuario	Servicios personalizados “a la carta”
Motores de búsqueda (Google)	Buscadores semánticos y agentes inteligentes
Desorden y anarquía	Estándares y protocolos
Abundancia de información	Control de información
Etiquetas de usuarios (<i>tagging</i>)	Metadatos y Web semántica
Dificultad para compartir datos entre dispositivos	Interoperabilidad entre dispositivos
Web de textos con información	Información estructurada y organizada
<i>Second Life</i>	Entornos en 3D avanzados

Fuente: Concepto y aplicaciones de la Web 3.0: una introducción para médicos. Revista Atención Primaria. <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-concepto-aplicaciones-web-3-0-una-S0212656709005083>



Redes temáticas académicas

1. Sirve como servicio de interactividad con las personas lectoras
2. Difusión de la producción científica
3. Accesibilidad
4. Para dar a conocer nuestra actividad investigadora
5. Para incrementar la visibilidad de nuestra investigación
6. Para tener más posibilidades de ser citado
7. Para corregir errores de identificación en nombres de autor o de institución
8. Para contactar con otros investigadores afines
9. Para tener más oportunidades de acceso a financiación pública.



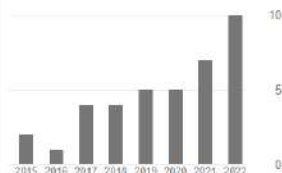
Realidad, revista de ciencias sociales y humanidades

Universidad Centroamericana José Simeón Cañas
Dirección de correo verificada de uca.edu.sv - [Página principal](#)
[Ciencias Sociales](#) [Humanidades](#)

SIGUIENDO

Citado por [VER TODO](#)

	Total	Desde 2017
Citas	45	35
Índice h	4	3
Índice i10	0	0



TÍTULO	CITADO POR	AÑO
Los valores de la ciencia y el papel de la ética en la ciencia H Lacey, L Alvaranga Realidad: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, 241-246	9	2008
Una reforma educativa desconocida El Salvador 1883-1890 JG Torres Realidad: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, 35-67	6	2013
La ética y el desarrollo de la nanotecnología H Lacey, L Alvaranga Realidad: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, 77-90	5	2009
Sobre la esencia y Estructura dinámica de la realidad, textos claves en la construcción del pensamiento filosófico de Ignacio Ellacuría R Carrero Realidad, revista de ciencias sociales y humanidades, 47-66	4	2020
Katya Mandoki. Prosaica uno. Estética cotidiana y juegos de la cultura L Alvaranga Realidad: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, 697-699	3	2008
Ignacio Ellacuría y la "civilización de la pobreza". Apuntes para el siglo XXI AS Quezada Realidad, revista de ciencias sociales y humanidades, 87-104	2	2020
Génesis y evolución de la categoría realidad histórica en Ignacio Ellacuría M Berto Realidad: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, 17-46	2	2020
El Rebelde y Estrella Roja, publicaciones de las FPL en la década de 1970 L Alvaranga Realidad: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, 633-671	2	2013

nombre? Enunciación homo
dramático. Universitat de

guardé por mucho tiempo en
leasta salvadoreño. 2 de

lecho 800/0001



Perfil de revista en Google Scholar

Es más fácil tener un control de las citas que ha recibido, índice h, índice i10 y las alertas de citas.



Módulo de indexación en Google Scholar

Redes sociales

Son la nueva forma de conectarse con otras personas. Son parte del marketing digital y están aquí para cambiar la forma en que encontramos nuevos clientes y promocionar nuestros productos.

Derechos de autor 2022 David J. Rocha Cortez



Esta obra está bajo una licencia internacional [Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).



Módulo AddThis
Módulo del Canal de Anuncios
Settings Announcements Block

OJS
OPEN JOURNAL SYSTEMS

Tipos de difusiones en redes sociales



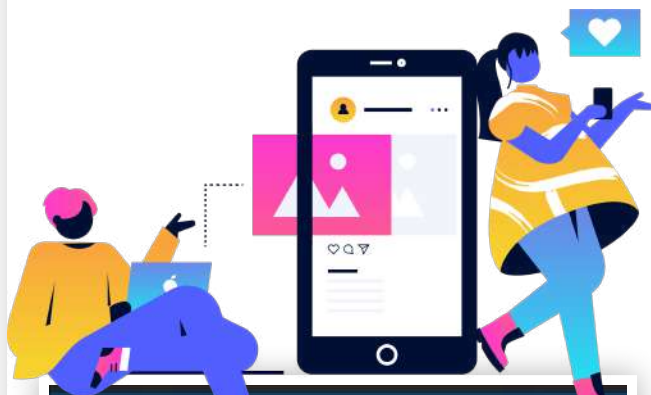
Difusión de
convocatoria



Difusión de nuevo
número



Difusión por cada
artículo



NUEVA PUBLICACIÓN



LES INVITAMOS A LEER

Realidad

Revista de Ciencias Sociales y Humanidades

Núm. 159
enero - junio, 2022



INGRESA AQUÍ



NUEVA PUBLICACIÓN



LES INVITAMOS A LEER

ECA

Estudios Centroamericanos

Vol. 76 Núm. 767
octubre - diciembre, 2021



INGRESA AQUÍ



 labibliouca • Siguiendo

 labibliouca NUEVA PUBLICACIÓN
ECA - Estudios Centroamericanos
Vol. 76 Núm. 767, octubre-diciembre, 2021.

Para consultar este número, ingresa al siguiente enlace:
<https://revistas.uca.edu.sv/index.php/e-ca/issue/view/711>

Editado · 19 sem

4 Me gusta

MARZO 7

 Agrega un comentario...

[Publicar](#)

 Biblioteca UCA
@LaBiblioUCA

[#RevistaRealidad_Empresarial](#) | 📖 Les invitamos a leer la nueva publicación de "Realidad Empresarial", Núm. 12, enero, 2022.

✓ Míralo aquí: revistas.uca.edu.sv/index.php/reuc...

[Translate Tweet](#)

NUEVA PUBLICACIÓN



LES INVITAMOS A LEER

Realidad Empresarial

Núm. 12
enero, 2022



INGRESA AQUÍ



4:30 PM · May 2, 2022 · Twitter Web App

Derechos de autor 2022 David J. Rocha
Cortez



Esta obra está bajo una licencia
internacional [Creative Commons](#)
[Atribución-NoComercial 4.0](#).



0



Tatiana Aguilar

20 de abril · Shared via AddThis ·

Este es un gran artículo



Universidad Centroamericana
José Simeón Cañas

REALIDAD

Revista de Ciencias Sociales y Humanidades

REVISTAS.UCA.EDU.SV

Subjetividad autoritaria y democracia como horizonte emancipatorio ¿Es posible una democracia sin padres? | Realidad, revista de ciencias sociales y humanidades



Tatiana Aguilar



Me gusta



Comentar



Compartir

Realidad Empresarial

Administración • Mercadeo • Finanzas



Revista Realidad Empresarial

@RevistaRealidadEmpresarial • 5 1 opinión • Educación

Contactarnos

uca.edu.sv

Inicio Información Fotos Eventos Más ▾

Te gusta Mensaje

Preguntar a Revista Realidad Empresarial

"Quiero chatear con alguien."

Preguntar

"¿Cómo envío una solicitud?"

Preguntar

"¿Dónde están?"

Preguntar

"¿Aceptan nuevos estudiantes?"

Preguntar

Escribe una pregunta

Preguntar

Información

Ver todo

Una iniciativa de el Departamento de Administración de Empresas, el Departamento de Contabilidad y Finanzas, la Facultad de Ciencias Económicas y Empr... Ver más

A 332 personas les gusta esto

339 personas siguen esto

<http://uca.edu.sv/realidad.empresarial/>

2210 6600



Crear publicación

Foto/video

Estoy aquí

Etiquetar amigos



Revista Realidad Empresarial

9 de marzo de 2021 ·

RE #Análisis

Economía Social, Solidaria y Colaborativa en América Latina como un nuevo modelo de empresa
#EmpresaSocial #EconomíaSocial #EconomíaSolidaria #EconomíaColaborativa #AméricaLatina #ModeloEmpresarial

ANÁLISIS

El modelo de la economía social, solidaria y colaborativa en América Latina como un nuevo modelo de empresa



MicroEnfoque

@MicroEnfoqueUCA • 5 1 opinión • Universidad

Enviar correo

Inicio Información Fotos Eventos Más ▾

Me gusta Mensaje

Preguntar a MicroEnfoque

"Quiero chatear con alguien."

Preguntar

"¿Cómo envío una solicitud?"

Preguntar

"¿Dónde están?"

Preguntar

"¿Aceptan nuevos estudiantes?"

Preguntar

Escribe una pregunta

Preguntar

Información

Ver todo

* Publicación trimestral con análisis consolidados sobre el mercado microfinanciero.

A 513 personas les gusta esto

528 personas siguen esto

2210 6669

Enviar mensaje



Universidad Centroamericana José Simeón Cañas
San Salvador, El Salvador, C.A.



MicroEnfoque

14 de julio a las 13:34 ·

Cambio en correo electrónico,
ahora puede escribirnos a:

centro.microenfoque@uca.edu.sv



Resumen de adquisiciones

Todos los usuarios
100,00 % Usuarios

1 jun 2022 - 30 jun 2022

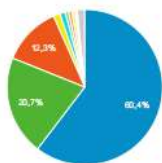
Dimensión principal:

Conversiones:

Fuentes/medios principales

Todos los objetivos

Fuentes/medios principales



google / organic
(direct) / (none)
scholar.google.es / referral
m.facebook.com / referral
scholar.google.com / referral
classroom.google.com / referral
linkedin.com / referral
mail.google.com / referral
scholar.google.com.mx / referral
l.facebook.com / referral
ev.turnitin.com / referral
Im.facebook.com / referral
search-dra.dt.dbankcloud.com / referral
petalsearch.com / referral
scholar.google.com.pe / referral
scholar.google.com.ar / referral
Otras

Usuarios

Usuarios

30

100

200

300

400

500

600

700

800

900

1000

1100

1200

1300

1400

1500

1600

1700

1800

1900

2000

2100

2200

2300

2400

2500

2600

2700

2800

2900

3000

3100

3200

3300

3400

3500

3600

3700

3800

3900

4000

4100

4200

4300

4400

4500

4600

4700

4800

4900

5000

Conversiones

Tasa de conversión del objetivo

100,00 %

200,00 %

300,00 %

400,00 %

500,00 %

600,00 %

700,00 %

800,00 %

900,00 %

1000,00 %

1100,00 %

1200,00 %

1300,00 %

1400,00 %

1500,00 %

1600,00 %

1700,00 %

1800,00 %

1900,00 %

2000,00 %

2100,00 %

2200,00 %

2300,00 %

2400,00 %

2500,00 %

2600,00 %

2700,00 %

2800,00 %

2900,00 %

3000,00 %

3100,00 %

3200,00 %

3300,00 %

3400,00 %

3500,00 %

3600,00 %

3700,00 %

3800,00 %

3900,00 %

4000,00 %

4100,00 %

4200,00 %

4300,00 %

4400,00 %

4500,00 %

4600,00 %

4700,00 %

4800,00 %

4900,00 %

5000,00 %

Fuente/Medio	Usuarios	Sesiones	Número de páginas vistas	Usuarios nuevos
google / organic	265	328	827	248
(direct) / (none)	91	125	656	84
scholar.google.com / referral	5	20	113	3
scholar.google.es / referral	54	61	109	53
classroom.google.com / referral	3	4	29	3
m.facebook.com / referral	6	6	16	5
linkedin.com / referral	3	6	9	2
mail.google.com / referral	1	2	6	0
scholar.google.com.mx / referral	3	3	3	3
l.facebook.com / referral	1	1	2	0
scholar.google.com.co / referral	1	1	2	1
ev.turnitin.com / referral	1	1	1	1
Im.facebook.com / referral	1	1	1	1
search-dra.dt.dbankcloud.com / referral	1	1	1	1
petalsearch.com / referral	1	1	1	1
scholar.google.com.pe / referral	1	1	1	1
scholar.google.com.ar / referral	1	1	1	1
	439	563	1778	408

Uso de Google Analytics

Marketing Website Summary

Data From Google Analytics

Usuarios

2.611

Sesiones

3.504

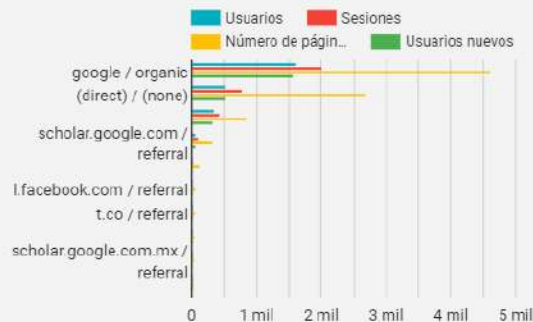
Número de páginas vistas

8.964

Usuarios nuevos

3 mil

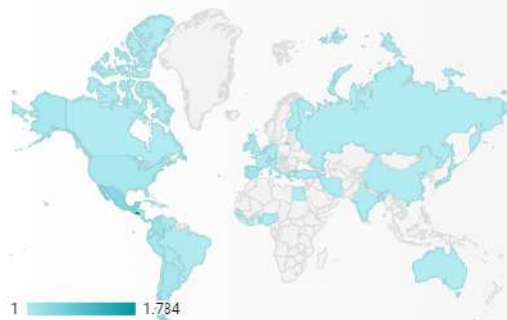
¿Qué canales están impulsando la participación?



¿Qué páginas son las más consultadas?

	Título de la página	Número de páginas vistas
1.	Realidad, revista de ciencia...	854
2.	Núm. 158 (2021) Realidad,...	302
3.	Archivos Realidad, revista...	260

¿Desde donde nos visitan?



	País	Usuarios	Sesione...	Número ...	Usuar...
1.	El Salvad...	1.171	1.784	5.782	1.144
2.	Mexico	310	401	720	309
3.	Colombia	187	210	354	187

Uso de Google Analytics

¡GRACIAS!



Contacto: **Tatiana Aguilar**
taguilar@uca.edu.sv
Tel. 503 2210-6600 ext. 407
Cel. 503 7732-3777