Artículo científico de la publicidad de los influencers y el valor de marca relacionado con el estadístico r de Pearson

Mabel Luna

Facultad de Comercio Internacional Administración y Economía Empresarial, Universidad

Politécnica Estatal del Carchi

Cuarto AM- Comercio Exterior

Msc. Gustavo Terán

07 de mayo del 2024

Variable independiente: Publicidad de los *influencers*

Variable dependiente: Valor de marca

**The top 100 social media influencers in neurosurgery on Twitter**

Según Riccio *et al.* (2022) El objetivo de este estudio es identificar a los 100 principales influencers de las redes sociales en Neurocirugía en Twitter, describir quiénes son y correlacionar su influencia en las redes sociales con su influencia académica. Métodos: Las puntuaciones de influencia de Twitter para “cirugía neurológica” y “neurocirugía” se recopilaron en agosto de 2021 utilizando el software *Right* *Relevance*. Los 100 nombres con las puntuaciones más altas se registraron junto con su nombre de usuario en Twitter, antecedentes de capacitación, certificación de la junta, ubicación e índice h académico. Resultados: Se presentan los 100 principales influencers de Twitter en neurocirugía. El 85% son neurocirujanos, el 9% neurólogos, el 4% neurorradiólogos y el 2% no médicos. El 81,8% de los influencers estaban ubicados en Estados Unidos mientras que el resto eran internacionales. El índice h promedio entre los 100 principales influencers de Twitter (n = 100) fue de 27,6 ± 19,7 con una mediana de 24 (rango 1-104). El coeficiente de correlación de Pearson (r) fue de 0,35 entre el rango de “influencia” de Twitter y el índice h con p = 0,0003. Todos los médicos en ejercicio en los Estados Unidos estaban certificados por sus respectivos comités nacionales. Conclusiones: Este estudio muestra que los influencers temáticos de Twitter en neurocirugía son predominantemente neurocirujanos certificados que ejercen en los Estados Unidos. Este estudio también demuestra una correlación entre la influencia de las redes sociales y la influencia académica.

Relación

El estudio utiliza el coeficiente de correlación de Pearson (r) para medir la correlación entre la influencia de Twitter y el impacto académico de los neurocirujanos. El coeficiente de correlación de Pearson es una medida de correlación adecuada para variables continuas, como en este caso, donde la influencia de Twitter se mide en un rango de puntuación y el impacto académico se mide mediante el índice h. El valor obtenido del coeficiente de correlación de Pearson fue de 0,35, lo que indica una correlación positiva moderada. Esto significa que existe una asociación positiva entre la influencia de Twitter y el impacto académico: a mayor influencia en Twitter, mayor impacto académico, y viceversa.

Referencia

Riccio, I., Dumont, A. S., y Wang, A. (2022). The top 100 social media influencers in neurosurgery on Twitter. *Interdisciplinary Neurosurgery: Advanced Techniques and Case Management, 29.* Doi: 10.1016/j.inat.2022.101545