



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**Estrategias comunicacionales digitales en Facebook  
implementadas por el Ministerio de Salud en tiempos de  
pandemia. Perú, 2021**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

**AUTORES:**

**Anticona Ganoza, Rodrigo Alonso (ORCID: 0000-0003-0438-0277)**

**Burgos Vásquez, Silvana María (ORCID: 0000-0002-1197-4615)**

**ASESOR:**

**Mg. Ríos Incio, Felipe Anderson (ORCID: 0000-0001-7049-8869)**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea**

**TRUJILLO – PERÚ**

**2021**

## **DEDICATORIA**

La presente investigación está dedicada a Dios y a las personas que han sido vitales para nuestro desarrollo como profesionales, nuestros padres y familiares cercanos que nos apoyaron y permitieron cumplir nuestros objetivos.

## **AGRADECIMIENTO**

Queremos agradecer a nuestro asesor de tesis, el magister Felipe Ríos Incio, por su apoyo y guía en el desarrollo de la presente investigación. A su vez, queremos agradecer a los docentes especialistas Miryam Roncal Zavaleta, Carlos Gonzales Moreno y Angel Vargas Cabrera por colaborar en la presente investigación validando los instrumentos de recolección de datos. Y agradecemos al especialista en comunicaciones Johan Castillo Laos por brindarnos información necesaria para la investigación.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

I.	INTRODUCCIÓN	1
II.	MARCO TEÓRICO	4
III.	METODOLOGÍA	14
	3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	14
	3.2. VARIABLES Y OPERACIONALIZACIÓN	14
	3.3. POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO	16
	3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	16
	3.5. PROCEDIMIENTOS	17
	3.6. MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS	17
	3.7. ASPECTOS ÉTICOS	17
IV.	RESULTADOS	18
V.	DISCUSIÓN	21
VI.	CONCLUSIONES	25
VII.	RECOMENDACIONES	26
	REFERENCIAS	26
	ANEXOS	

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	18
Tabla 2	19

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1

20

## **RESUMEN**

El presente trabajo de investigación indica las estrategias comunicacionales digitales que utilizó el Ministerio de Salud del Perú (MINSA) en la red social Facebook durante el desarrollo de Covid-19. El tema de investigación fue elegido debido a la importancia de la comunicación de los organismos públicos con la ciudadanía peruana en periodo de emergencia sanitaria donde la información tuvo que ser masiva, confiable y directa. El objetivo general fue determinar las estrategias comunicativas digitales implementadas en la cuenta de Facebook del MINSA durante tiempos de pandemia COVID-19. El diseño de investigación del presente trabajo es cuantitativo, descriptivo no experimental – transversal. A modo de conclusión, se observó en la cuenta de Facebook del MINSA que las estrategias implementadas son estratificación comunicativa, profesionalización de manejo digital y ciberactivismo, siendo los contenidos con mayor publicación e interacción los relacionados a la vacunación contra la COVID-19.

Palabras Clave: Comunicación, estrategia, digital, Covid-19, vacunación.

## **ABSTRACT**

This research work indicates the digital communication strategies used by the Ministry of Health of Peru (MINSA) in the social network Facebook during the development of Covid-19. The research topic was chosen because of the importance of communication between public organizations and the Peruvian citizenry in a period of health emergency where the information had to be massive, reliable and direct. The general objective is to determine the digital communication strategies implemented in the MINSA Facebook account in times of the COVID-19 pandemic. The research design of the present work is quantitative, descriptive, not experimental - transversal. By way of conclusion, it was observed in the MINSA Facebook account that the strategies implemented are communicative stratification, professionalization of digital management and cyberactivism, with the contents of greatest publication and interaction being those related to vaccination against COVID- 19.

Keywords: Communication, strategy, digital, Covid-19, vaccination.