

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN
Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación



**Fidelización de pacientes en el Centro Médico del Niño a
través del Marketing digital en Facebook, Lima 2024**

Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la
Comunicación

Autor:

Claudia Rojas Hernandez

Asesor:

Mgtr. José Víctor Cabrera Aquino

Lima, mayo de 2025

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo José Víctor Cabrera Aquino, docente de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: “**Fidelización de pacientes en el Centro Médico del Niño a través del Marketing digital en Facebook, Lima 2024**” del autor Claudia Rojas Hernandez, tiene un índice de similitud de 6 % verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de Lima a los 25 días del mes de agosto del año 2025



José Víctor Cabrera Aquino

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Lima, Ñaña, Villa Unión, a los 30 día(s) del mes de mayo del año 2025 siendo las 8:15 horas, se reunieron en el Salón de Grados y Títulos de la Universidad Peruana Unión, bajo la dirección del presidente del jurado: Mtro. Marco Antonio Pascual Rivera; el secretario: Lic. Nick Josías Brañez Medrano; demás miembros: Mtro. José Calsín Molleapaza y el asesor: Mg. José Víctor Cabrera Aquino, con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulada: **"Fidelización de pacientes en el Centro Médico del Niño a través del Marketing digital en Facebook, Lima 2024"** presentado para las bachilleres: Claudia Rojas Hernandez, conducente a la obtención del título profesional de Licenciada (o) en Ciencias de la Comunicación.

El presidente inició el acto académico de sustentación invitando a la candidata a hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltos por la candidata. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Candidato-(a): **Bach. Claudia Rojas Hernandez**

| CALIFICACIÓN | ESCALAS | | | Mérito |
|--------------|-----------|---------|-------------|---------------|
| | Vigesimal | Literal | Cualitativa | |
| APROBADA | 18 | A- | Muy bueno | Sobresaliente |

Candidato-(a):

| CALIFICACIÓN | ESCALAS | | | Mérito |
|--------------|-----------|---------|-------------|--------|
| | Vigesimal | Literal | Cualitativa | |
| | | | | |

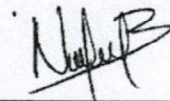
(*) Ver parte posterior

Finalmente, el presidente del jurado invitó al candidato a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

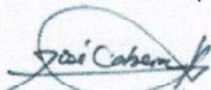
"SUSTENTACIÓN REALIZADA BAJO LA MODALIDAD VIRTUAL SINCRÓNICA"



Mtro. Marco Antonio Pascual Rivera
Presidente (a)



Lic. Nick Josías Brañez Medrano
Secretario (a)



Mg. José Víctor Cabrera Aquino
Asesor (a)



Mtro. José Calsín Molleapaza
Vocal



Claudia Rojas Hernandez
Candidato/a (a)

Agradecimientos

En primer lugar, agradezco a Dios, quien me dio fortaleza, sabiduría y la oportunidad de alcanzar esta meta, sosteniéndome en cada dificultad y regalándome esperanza para seguir adelante.

A mis padres, pilares de mi vida, que con sacrificio y amor me han enseñado que los sueños se alcanzan con disciplina, humildad y constancia.

A las personas que me brindaron apoyo en los momentos en que más lo necesité, ya sea para comprender aspectos académicos, practicar mi ponencia o darme palabras de aliento, demostrando paciencia y confianza en mí.

A mi asesor, por la orientación brindada en este proceso.

De manera muy especial, al profesor José Calsín, por su ánimo constante y por tenderme la mano en los momentos más complicados, ayudándome a comprender y superar dificultades académicas y documentales, y recordándome que siempre se puede seguir avanzando.

Y finalmente, al Centro Médico del Niño, institución en la que trabajé durante más de cinco años, por abrirme sus puertas, brindarme la oportunidad de crecer profesionalmente y, sobre todo, por apoyarme con horas adicionales que me permitieron prepararme para mi sustentación. Gracias por ser parte importante de este camino.

Dedicatoria

A Dios, por ser mi refugio y guía en cada paso de mi vida, incluso en los momentos en que las fuerzas parecían agotarse.

A mis padres, quienes con amor y esfuerzo me han mostrado que la perseverancia abre caminos que parecen imposibles.

Y a quienes me alentaron en silencio y con paciencia, recordándome que este logro no es solo mío, sino también de todos los que me acompañaron con fe, sacrificio y confianza.

Índice

| | |
|---|----|
| DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS | 2 |
| ACTA DE SUSTENTACIÓN..... | 3 |
| Agradecimientos..... | 4 |
| Dedicatoria | 5 |
| Índice..... | 6 |
| Resumen..... | 7 |
| Abstract..... | 8 |
| Introducción..... | 9 |
| Método | 11 |
| Resultados | 11 |
| Discusión..... | 16 |
| Financiamiento | 17 |
| Conflicto de interés..... | 17 |
| Derechos de autor..... | 17 |
| Referencias bibliográficas | 18 |
| Anexos | 20 |

FIDELIZACIÓN DE PACIENTES EN EL CENTRO MÉDICO DEL NIÑO A TRAVÉS DEL MARKETING DIGITAL EN FACEBOOK, LIMA 2024

Claudia Rojas Hernandez/a 1

Universidad Peruana Unión, Lima, Perú

claudiarojas@upeu.edu.pe

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-5003-3332>

Resumen

La era de las tecnologías digitales, han influido de manera significativa en la interacción de los usuarios con determinados servicios públicos. Dentro de las entidades de salud, se buscan estrategias de marketing digital para que nuevos pacientes puedan ser captados y fidelizados, fomentándose con más énfasis la lealtad de los pacientes actuales. El objetivo de este estudio fue determinar la correlación del marketing digital a través del uso de Facebook en la fidelización de los pacientes en el Centro Médico del Niño, Lima 2024. La metodología fue de enfoque cuantitativo correlacional, no experimental, descriptivo y de corte transversal. A través de una muestra no probabilística se aplicó a 150 usuarios de las prestaciones ofrecidas en la entidad sanitarias, quienes en su mayoría fueron mujeres de 29 – 39 años. Los resultados revelaron que el marketing digital en la red social Facebook fue predominantemente alto (80.7), de igual forma se presentó un porcentaje alto de fidelización en pacientes (76%). Asimismo, se llegó a presentar una conexión significativa entre el marketing digital en Facebook y la fidelización de los pacientes en el Centro Médico del Niño, puesto que se identificó un Rho de Spearman = 0.626 y una significancia de 0.000. Se concluye que existe una alta correlación entre las variables estudiadas.

Palabras clave: fidelización 1, marketing digital, pacientes, centro médico.