

**UNIVERSIDAD SAN PEDRO**  
**FACULTAD DE MEDICINA HUMANA**  
**PROGRAMA DE ESTUDIO DE FARMACIA Y**  
**BIOQUIMICA**



**Evaluación de automedicación causada por la infodemia del Covid-19, en pobladores de Catacaos que acudieron a Botica Virgen de la Puerta, 2020.**

Tesis para optar el Título Profesional de Químico Farmacéutico

**Autor:**

Silva Sarmiento María Tionila

**Asesor**

Cacha Salazar, Carlos Esteban

(Código ORCID: 0000-0002-5239-0501)

**Piura - Perú**

**2022**

## INDICE DE CONTENIDOS

INDICE DE TABLAS .....	ii
PALABRA CLAVE .....	iii
TITULO .....	iv
RESUMEN .....	v
ABSTRACT.....	vi
INTRODUCCIÓN .....	1
METODOLOGÍA .....	19
Tipo y Diseño de investigación .....	19
Población - Muestra y Muestreo .....	20
Técnicas e instrumentos de investigación.....	21
Procesamiento y análisis de la información.....	21
RESULTADOS .....	23
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN .....	41
CONCLUSIONES .....	44
RECOMENDACIONES.....	44
ANEXOS .....	53

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b>	Género de las personas que acudieron a la botica Virgen de la Puerta del distrito de Catacaos	23
<b>Tabla 2</b>	Edad de las personas que acudieron a la botica Virgen de la Puerta del distrito de Catacaos	23
<b>Tabla 3</b>	Ocupación de las personas que acudieron a la botica Virgen de la Puerta del distrito de Catacaos	24
<b>Tabla 4</b>	Estado civil de las personas que acudieron a la botica Virgen de la Puerta del distrito de Catacaos	25
<b>Tabla 5</b>	Residencia de las personas que acudieron a la botica Virgen de la Puerta del distrito de Catacaos	25
<b>Tabla 6</b>	Grado de instrucción de las personas que acudieron a la botica Virgen de la Puerta en el distrito de Catacaos	26
<b>Tabla 7</b>	Nivel de ingreso de las personas que acudieron a la botica Virgen de la Puerta en el distrito de Catacaos	27
<b>Tabla 8</b>	La infodemia influye en la compra de un medicamento	27
<b>Tabla 9</b>	Publicidad de un medicamento en tiempos de pandemia	28
<b>Tabla 10</b>	Publicidad de un medicamento en tiempos de pandemia influye en la automedicación.	28
<b>Tabla 11</b>	La publicidad informa sobre los riesgos de automedicarse	30
<b>Tabla 12</b>	Se informa antes consumir medicamentos en tiempo de pandemia	30
<b>Tabla 13</b>	Uso del Facebook como medio de información antes de comprar medicamento en tiempo de COVID -19	31
<b>Tabla 14</b>	Uso del Instagram como medio de información para la compra de medicamento	32
<b>Tabla 15</b>	Uso de la radio como medio de información para comprar medicamento	33
<b>Tabla 16</b>	Uso de la televisión como medio de información para comprar medicamento	33

<b>Tabla 17</b>	Recomienda el uso de medicamento en tiempo de pandemia	34
<b>Tabla 18</b>	Significado de infodemia	35
<b>Tabla 19</b>	Motivos por los que ingresa a redes sociales	36
<b>Tabla 20</b>	Sensación respecto a la información que transmiten los medios de comunicación	36
<b>Tabla 21</b>	Influye el COVID 19 en la rutina diaria	37
<b>Tabla 22</b>	Recomendar medicamento a familiares o amigos	38
<b>Tabla 23</b>	Confianza en los medios de comunicación	39
<b>Tabla 24</b>	Speaman	39

## 1 Palabra clave

<b>Tema</b>	Infodemia del COVID – 19
<b>Especialidad</b>	Salud Pública

## Keywords

<b>Subject</b>	COVID-19 infodemic
<b>Speciality</b>	Public health

## Línea de investigación

<b>Línea de investigación</b>	Farmacia clínica y comunitaria
<b>Área</b>	Ciencias Médicas y de Salud
<b>Subárea</b>	Ciencias de la Salud
<b>Disciplina</b>	Ciencia del Cuidado de la Salud y Servicios

## **2 Título**

Evaluación de automedicación causada por la infodemia del Covid-19, en pobladores de Catacaos que acudieron a botica Virgen de la Puerta, 2020.

### 3 Resumen

El presente estudio tuvo por objetivo determinar la influencia de la infodemia del covid 19 en la automedicación de los pobladores que acudieron a la botica Virgen de la Puerta, 2020, para ello se desarrolló un estudio correlacional – descriptivo, a una muestra de 107 personas a quienes se les aplicó un cuestionario, del cual se obtuvo como perfil sociodemográfico que las personas que acuden a dicha botica son mujeres (63.6%), entre las edades de 25 a 30 años (35.5%), con nivel de instrucción secundaria completa (33.6%), de zonas rurales (65.4%), solteras (31.8%) que se dedican a ser amas de casa (43.9%) y no perciben sueldo alguno (33.6%). Así mismo, entre los factores que influyeron en la automedicación fueron la infodemia (48.6%), la publicidad (39.3%) y algunas veces la televisión (47.7%). Por otro lado, entre las actitudes que mostraron los pobladores tenemos que consideran que la infodemia es información falsa (81.3%), durante tiempos de pandemia ingresaron a las redes sociales para distraerse (47.7%), la información que se transmitió por los medios de comunicación les ocasiono miedo (71%), así mismo algunas veces influyo en su rutina diaria (47.7%) y no confían en los medios de comunicación (72%). Ante ello, se concluye que la infodemia influye en la automedicación teniendo en cuenta un nivel de significancia de 0.045 y un coeficiente de correlación

**Palabras clave:** infodemia, automedicación, COVID 19.

#### 4 Abstract

. The objective of this study was to determine the influence of the covid 19 infodemic on the self-medication of the residents who went to the Virgen de la Puerta apothecary, 2020, for which a correlational - descriptive study was developed, to a sample of 107 people at A questionnaire was applied to them, from which it was obtained as a sociodemographic profile that the people who go to said pharmacy are women (63.6%), between the ages of 25 and 30 (35.5%), with a complete secondary education level (33.6 %), from rural areas (65.4%), single (31.8%) who are dedicated to being housewives (43.9%) and do not receive any salary (33.6%). Likewise, among the factors that influenced self-medication were the infodemic (48.6%), advertising (39.3%) and sometimes television (47.7%). On the other hand, among the attitudes shown by the residents we have that they consider that the infodemic is false information (81.3%), during times of pandemic they entered social networks to distract themselves (47.7%), the information that was transmitted by the media Communication caused them fear (71%), likewise sometimes it influenced their daily routine (47.7%) and they do not trust the media (72%). Given this, it is concluded that the infodemic influences self-medication taking into account a significance level of 0.045 and a correlation coefficient

Keywords: infodemic, self-medication, COVID 19.



## **5 Introducción**

### **Antecedentes y fundamentación científica**

Respecto a la infodemia del COVID 19 y la automedicación se han realizado diversos estudios, así tenemos que Aguado et al. (2020) realizaron la investigación titulada, “verificación en la infodemia del COVID- 19”, la cual tuvo por objetivo describir los métodos de comprobación de Newtral en la infodemia sucedida en la crisis del COVID- 19 y las cualidades de los contenidos contrastados. Para lo cual analizaron 205 fuentes entre el 25 de enero al 25 de mayo 2020, hicieron un rastreo de los métodos de constatación y realizaron una entrevista personal al director de contenidos de Newtral, obteniendo como resultado que el número de fuentes constatadas incrementó significativamente del 10 de marzo, cuatro días antes de anunciarse la situación de alarma en todo el mundo. Respecto a los sistemas de verificación, se tiene que el 90.5% de las situaciones estudiadas recurrieron a consultas frecuentes, utilizando herramientas únicamente en el 9.5%. Lo que más se difundió fueron comunicaciones en redes sociales, encontrándose cerca del 66% de los casos más de una red social. No obstante, fue difícil determinar el origen en el 91.7% de la información verificada. En conclusión, el procedimiento de comprobación más utilizado fue la consulta en diferentes fuentes de información, esto por encima, de otras herramientas como motores de búsqueda o factores de geolocalización. Para esto, se realizaron verificaciones en fuentes oficiales como suplantadas. Encontrándose habitualmente información falsa e impostores difundidos por medio de redes sociales como el Whatsapp.

Así también Celiz et al. (2020) desarrollaron la investigación: factores asociados a la automedicación con hidroxiclороquina por COVID 19 en población de la Urb. Primavera – Callao 2020. En cuanto a la metodología desarrollaron una investigación de corte transversal, enfoque descriptivo, no experimental, definiendo dimensiones e indicadores para su medición. Se determinó una muestra de 109 personas mayores de 18 años de la Urb. Primavera- Callao. Se utilizó como técnica la encuesta y como

instrumento el cuestionario con el fin de analizar los sobre factores asociados a la automedicación. Se obtuvo como resultado que el 55.96% de las personas fueron mujeres, de las cuales el 37.9% se automedicó con hidroxiclороquina, así mismo el 61,47% cuenta con seguro de salud, el 53.21% ha cursado estudios superiores y el 9.5% de las personas se contagió de Covid- 19. En cuanto al uso de hidroxiclороquina para el tratamiento de COVID-19, se obtuvo que el 56,8% de las personas desconoce sobre el uso de la hidroxiclороquina; por otro lado, el 47.47% de las personas se informó sobre el uso de la hidroxiclороquina por la televisión, en tanto un 3.2% preguntó en un establecimiento de salud sobre las indicaciones de la hidroxiclороquina y la consumió por recomendación de un profesional de la salud asimismo se conoció mediante este estudio que el 40.32% de las personas que consumieron hidroxiclороquina experimentaron pérdida de peso. Finalmente se concluye en la investigación que el mayor porcentaje de las personas encuestadas son de clase media y decidieron automedicarse por temor a fallecer además consideraron que los medios de comunicación les brindaron información segura.

Por otro lado, Fajardo et al. (2020) desarrollaron la investigación titulada: acción de Unión Europea en España ante la infodemia de desinformación por el COVID- 19. Para lo cual tuvieron como objetivo analizar las acciones concretas que las instituciones europeas desarrollaron en España, en el contexto antes mencionado realizaron una revisión teórica sobre el tema de estudio, así como una revisión general de las medidas que se tomaron en el contexto del COVID-19. Para este tipo de estudio utilizaron como metodología el análisis de casos sobre situaciones comunicativas de interés realizado de manera tradicional, así como mediante el uso de las redes sociales. Se obtuvo como resultado, que se observó por parte de las instituciones comunitarias una notable preocupación por la desinformación como resultado de la experiencia acumulada en el referéndum del Brexit en 2016 y en las elecciones europeas del 2019. Se concluyó que las acciones tomadas en España se acoplaron a las necesidades de alfabetización mediática, sin embargo, la diversidad de plataformas utilizadas por la Unión Europea dificultó el acceso al público que no contaba con un espacio para realizar sus consultas.

Así mismo, Sangama et al. (2020) realizaron la investigación: Automedicación en la pandemia del COVID- 19 en tiempos de aislamiento social en el distrito de San Juan de Lurigancho, en los meses de abril, mayo, junio, del 2020. La cual tuvo por objetivo medir el nivel de conocimiento de los efectos adversos de los pacientes con administración de mezclas oncológicas en el Hospital Nacional Ramiro Priale – Priale-Huancayo. Para este estudio definieron una metodología descriptiva, prospectiva, de corte transversal. Se determinó una muestra de 77 pacientes con muestras oncológicas. Obteniendo como resultado que el 45% de los pacientes tratados con mezclas oncológicas de manera general o física tienen un nivel de conocimiento medio sobre los efectos, así mismo estas personas desconocen aspectos fundamentales sobre los medicamentos que reciben. En conclusión, los pacientes tratados en el Hospital Nacional Ramiro Priale- Priale – Huancayo carecen de conocimientos sobre los efectos adversos que conlleva la automedicación.

Finalmente, Jiménez et al. (2020) realizaron un estudio de investigación titulado Infodemia y percepción del relato mediático: los estudiantes de periodismo en España frente a la COVID-19. Para lo cual, definieron como objetivo principal: conocer el punto de vista sobre el “periodismo de pandemia” por parte de los alumnos de periodismo de las universidades españolas. Para este estudio se utilizó como instrumentos una encuesta de opinión con un nivel de confianza de 99.23% y un error típico de 5%. Los criterios de inclusión que se definieron para la muestra fue la estratificación en las distintas universidades que enseñan periodismo, así como el número de estudiantes inscritos en cada una de las sedes. Se obtuvieron como resultados que los estudiantes de periodismo fueron sensibles al fenómeno de la “infodemia”, siendo víctimas de noticias falsas. En conclusión, el alumnado de la universidad española indicó que los medios de comunicación son quienes intensifican la infodemia, más aún cuando los diferentes estados a nivel mundial toman medidas de emergencia sanitaria.

Para fecha 15 de febrero del 2020, cuando aún el COVID – 19 era conceptuada como una epidemia, el director general de la OMS (organización mundial de la salud), Tedros A. Ghebreyesus citó en medio de un discurso en Múnich que el mundo estaba atravesando por un considerable problema de salud pública y que se estaba lidiando con información falsa principalmente por medio de las distintas plataformas de las redes sociales y por la llamada infodemia (Zarocostas, 2020). Así tenemos que, para fecha 11 de marzo del 2020, la Organización Mundial de la Salud anuncio que el COVID – 19 debería sr considerada una pandemia pues ya se habían registrado más de 118,000 casos de esta enfermedad en más de 110 países en todo el mundo (Jandric, 2020); de esta manera la infodemia también fue considerada una pandemia.

Dentro de este escenario, comenzaron a surgir noticias sobre el COVID – 19; por ejemplo, que una prueba para el COVID – 19 consistía en interrumpir la respiración, que una forma de minimizar esta enfermedad era bebiendo abundante agua, que el ibuprofeno estaba relacionada con esta enfermedad, según el ministro de Salud de Francia (llewellyn, 2022). Así mismo, en diferentes países del mundo se dieron casos de marginación hacia persona con rasgos orientales (kao, 2020), mientras que, en nuestro país como en otros se adquirió papel higiénico de manera irracional. Estos hechos inmensamente divulgados no fueron avalados por la ciencia si no que surgieron por las sensaciones de temor, promoviendo el pánico y temor de manera exagerada, lo que originó una situación perturbadora, cuando lo que se buscaba era lograr un ambiente de calma. (Leung, & Leung, 2020).

El 28 de febrero del 2020, mediante el sitio web Forbes se anunció que cerca de 7 millones de personas buscaban acerca del COVID – 19 en las redes sociales, mientras que la compañía Spinklr anunció el 11 de marzo un récord de casi 20 millones de búsquedas asociadas al COVID - 19 (wiederhold, 2020).

## **Origen**

La infodemia es una palabra que surge de la infodemiología y epidemia. Según Gunther Eysenbach, investigador canadiense, la palabra infodemia hace referencia a la calidad de los temas de salud que son publicados en el internet con la finalidad de predecir cómo se va a difundir la información, teniendo en cuenta que en un inicio las personas estudian las páginas web o blog (Diviu- Miñarro, & Cortiñas- Rovira, 2020). Mientras que, por otro lado, la palabra epidemia se utiliza para referirnos a una enfermedad que sobre pasa su brote, dentro de un espacio delimitado, persistiendo a través del tiempo (Eysenbach, 2020).

Según el docente politólogo e investigador Mario indica que la infodemia debe considerarse como una epidemia, pero de información falsa o mala información que genera datos falsos y erróneos, los mismos que se difunden mediante las diferentes plataformas de las redes sociales (Bennett, & Livingston, 2018). En esta línea, también encontramos a Natalia Arugete y Ernesto calvo, quienes analizaron las tendencias en Twitter en diversos países de diferentes continentes encontrando noticias falsas de noticias falsas (Brosius, et al.2019). Las mismas que surgieron dentro de un contexto político con el objetivo de suscitar un daño como estrategia política, así como para llenar vacíos de información (Brosius, et al .2019). Todo lo mencionado anteriormente se relaciona con la idiosincrasia de la sociedad donde se dio dicho fenómeno, la cual se muestra en la conducta de ciertas personas, las mismas que se ocultan detrás de una noticia falsa; teniendo relación con la moral y la ética dentro de un determinado contexto geográfico.

Según la OMS, son tres los factores que claves que influyen para que el COVID – 19 se propague como una noticia falsa (1) porque es una enfermedad nueva, (2) porque las personas por lo general tienen miedo a lo desconocido y (3) porque el miedo está vinculado a otros componentes. A esto se suma la forma o manera en que los comunicadores se expresan sobre esta enfermedad, dejando mucho a la imaginación de quienes escuchan. Por otro lado las noticias falsas o fake news son un tipo de

mentiras de un contenido pseudo periodístico difundido mediante en redes sociales, televisión, prensa escrita, portales de noticias ente otros con la finalidad de desinformar (Ball, & Maxmen, 2020). En este contexto se entiende por mentira ha hecho de tratar de convencer a las personas por diferentes medios de que algo falso es verdadero, teniendo en cuenta que muchas veces esta información está vinculada con la venta de algunas páginas, corporación, o determinado producto.

### **Infodemia y desinformación**

Los términos infodemia y desinformación son términos paralelos uno de otro. Así tenemos que el termino infodemia hace referencia a una cantidad exagerada de información falsa que se propaga de manera rápida mediante los diferentes medios de comunicación, siendo de fácil entrada para las personas. Mientras tanto, el término desinformación se vincula al hecho de ocultar por distintos motivos, ya sean políticos, culturales, religiosos, entre otros, la información en su completa dimensión (Ciminelli, et al., 2020). Este escenario suele suceder por lo general en una sociedad donde las decisiones del gobierno cambian de manera precipitada, sobre todo cuando se tiene que dar a conocer los buenos o lo malo del accionar institucional (Unidiversidad. 2020). En tal sentido, el consumo de información ha cambiado, pues todos los miembros de la familia tienen acceso a ella; sin embargo, en muchas ocasiones el consumo de esta información se realiza por medio de redes sociales como whatsapp, Facebook, Instagram y Twitter, ya que mediante estos medios es más fácil que la desinformación imite a la información. En épocas anteriores, la desinformación venia de fuentes como la policía, la iglesia, gobiernos, elites o fuentes de poder, no obstante, hoy en día cualquier persona puede desinformar convirtiéndose esto en un problema. En este contexto, es necesario resaltar que el término fake news fue catalogado como expresión del año 2017 por Collins y el termino desinformación como término del año 2018 por Dictionary.com.

Las Fake news son consideradas como una herramienta informal que es utilizada por el intercomunicador de manera constante frente a otros medios (Magallon Rosa, 2018). Lo cierto es que estos conceptos adquieren importancia para las personas que

los leen o interpreta. Sin embargo, lo que adquiere mayor relevancia son los principios y conciencia de quien los publica. A esto se suma que, las familias no están preparadas para analizar la información de manera crítica y asertiva; teniendo en cuenta que la pandemia trajo consigo noticias que circulaban de manera indiscriminada originando desinformación y emociones negativas.

Este escenario se presentó en España, donde la falta de información respecto a las fumigaciones en helicóptero hizo creer a la población que lo que ocurría se realizaba con el fin de dejar morir a los adultos mayores, lo mismo que fue concebido como una maniobra política para disminuir a la población (Magallon Rosa, R.2018). Esta situación dejó mostrar grupos de familiar frágiles, sin la capacidad de poner distinguir situaciones verdaderas de las falsas. No obstante, a pesar de que las familias tenían acceso a la información mediante diferentes canales nacionales en los que se mostraba por ejemplo entrevistas a científicos, campañas de solidaridad y donativos; en las redes sociales se mostraba todo lo contrario a lo primero, creando incertidumbre y temor en la población, esto debido a la poca fiabilidad por parte de las autoridades. Actualmente las personas pueden acceder a diferentes medios de información a través del uso del celular.

Según un artículo publicado por la BBC en septiembre del 2018 existe dos criterios en las personas para que reconozcan una noticia como verdadera, estas apuntan a dos direcciones, por un lado, las emocionales y por otro lado las técnicas. Las emocionales indican que las personas al leer completamente las noticias perciben una emoción, que puede ser rechazo o sorpresa, confianza o desconfianza. Mientras que dentro de las técnicas podemos identificar por ejemplo el tiempo en el que aparece la noticia, pues como se sabe las noticias son el resultado de una investigación periodística que por lo general tarda en darse a conocer (Lin, 2020). Por otro lado, también se debe tener en cuenta la fuente o autoría de donde se obtiene la información y con ellos la coherencia que existe entre los criterios antes mencionados.

Según un estudio realizado en marzo del 2020 por el Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT), acerca del Twitter como medio de comunicación, se concluyó que es una plataforma donde las noticias falsas se propagan con mayor rapidez que las noticias verdaderas, incluso las noticias que generan emociones de rechazo y asombro se comparten más que la información verdadera (Universidad. 2020).

Por otro lado, el profesor de Historia Sam Winiburg, de la Universidad de Stanford de Estados Unidos, indico que para las personas no es lo mismo conocer las redes, difundirlas y/o entenderlas (Garattini, & Bertele, 2001), pues para las familias es muy difícil comprender la veracidad de las noticias por estos medios. Por lo tanto, es muy probable que se genere una pandemia de la información (infodemia).

### **Características del comunicador según la infodemia**

Un comunicador es un mediador; un transmisor de la información con la sociedad. Su papel fundamental es vigilar por una sociedad en la que la comunicación permita una sociedad democrática (Galvis, & Botero, 2012). Por otro lado, mantener una participación en la sociedad de hoy, es darle mayor realce al marketing que a la objetividad de la información, ya que nos enfrentamos a una sociedad en la que la tecnología mediante sus diferentes plataformas virtuales altera la información real generando infodemia, en muchos casos por sesgos políticos, según la situación de cada país

En conclusión, el papel de un comunicador como profesional traspasa la barrera del miedo que tiene para expresarse, ya sea de manera oral o escrita, siendo empático y a la vez objetivo, dando a la sociedad la información que verdaderamente necesita, actuando con una ética y moral que lo enfocan en su misión como comunicador. Sin embargo, cuando el comunicador se deja llevar por la infodemia olvida lo expresado anteriormente, orientándose por aquella información que lo lleva a lucrar por la propagación exagerada.



La información falsa y alterada, denominada por sus iniciales en inglés como Fake News, ha estado siempre presente en nuestra sociedad (Sterne al., 2016), muchas veces ligadas al interés de la ciudadanía, lo que ocasiona que se expanda de manera más rápida que la información verdadera (Finn, 2019), siendo las redes sociales mediante el internet, el medio más utilizado para la difusión de este tipo de información (Rúas Araújo, & Casero-Ripollés, 2018).

En esta línea encontramos que en una sociedad democrática la noticia debe contener el principio de actualidad y honestidad, ya que es considerada la índole informática por excelencia (Oliver, 2017). No obstante, el mundo digital desmerece lo antes mencionado, colocando a los fake news como contenido verdadero; en tal sentido es importante distinguir entre la desinformación, entendida como información falsa, e información errada, que es también información falsa que no ha sido fomentada como intención de hacer daño (Zhao, et al., 2012).

En una sociedad globalizada, las redes sociales tienen un indispensable impacto emocional en los usuarios, lo que se conoce como “contagio emocional” (Auflick, 2018). Así por ejemplo autores señalan que en Twitter no solo se transmite información falsa, sino que su funcionamiento viene dado por la descortesía, la impulsividad y la simplicidad (Chen, 2019). Ante ello, la comisión Europea manifiesta su preferencia por el término desinformación, para referirse a todas las formas de información falsa, presentadas con fines de lucro o con el objetivo de causar daño intencional en el público (Zerón, 2020).

Ante escenario, la desinformación es un dilema complejo, ya que muchas veces surge de información no precisa, lo que apunta al concepto de posverdad, el cual que es un neologismo que se utiliza para calificar a una distorsión de la realidad con el fin de incitar un sentir en la opinión pública. Esta situación se ha presentado en democracias occidentales (Cevallos-Robalino, et al., 2020), ocasionando que los ciudadanos puedan ceder a información verdadera sobre las acciones de sus gobernantes. Por ejemplo, en España, estudios recientes revelan que el consumo de

información por internet revela que el 60% de ellos evitan las noticias cuando navegan, situación que los convierte en uno de los países que realiza menos periodismo por internet (Másteres, 2020).

### **Aspectos generales sobre COVID-19**

El llamado COVID – 19, se define como una enfermedad infecciosa ocasionada por el virus SARS COV – 2. Se presentó por primera vez en diciembre del 2019 en Wuhan y en tan solo tres meses se expandió en todos los países del mundo, por lo cual la OMS (2020) lo declaró una pandemia. Según Baltimore, los coronavirus pertenecen al grupo IV y constituye un virus con genoma de ARN de sentido positivo y cadena simple. Mediante un microscopio se puede apreciar su aspecto en forma de una corona, derivando de ahí su nombre (Valcárcel Siso, 2020). Por otro lado, de manera científica pertenece a la clase de coronavirus de familia del betacoronavirus, uno de cuatro géneros - alphacoronavirus, betacoronavirus, gammacoronavirus y deltacoronavirus.

De este grupo, los que alteran la salud de los seres humanos son los Alpha ligados al resfriado común (HCoV-229E), y la beta (HCoV-NL63, HCoV-OC43, SARS-CoV, MERS-CoV y el Covid-19) (López Bolrull, 2020). Actualmente, el que está multiplicando en todo el mundo es el SARS- CoV-2 concebido por el comité internacional de Taxonomía del virus (ICTV) como un coronavirus de tipo- 2, causante del síndrome respiratorio agudo que vivimos (OPS/OMS2020).

Según la OMS (2020) este virus ocasiona síntomas muy parecidos a los de una gripe como son: disnea, mialgia, tos, y fiebre. Se caracteriza por ocasionar dificultad respiratoria aguda, neumonía, shock séptico, sepsis, llevando a la muerte a un 3% de infectados. Actualmente no existe tratamiento específico, las medidas curativas consiste en mitigar signos e indicios para conservar funciones vitales estables (OPS/OMS2020). Las personas se contagian con el coronavirus por personas infectados sintomático o asintomático y se transmite al toser e inhalar gotitas de la boca o nariz de la persona infectada y al caer estas sobre superficie u objetos que

pueden ser manipulados por personas sanas, por eso es tan importante mantener las medidas de bioseguridad como el uso de la mascarilla KN95, mascarilla quirúrgica y el distanciamiento social establecido evitando así las aglomeraciones (OPS/OMS2020). Sin embargo, debido a las mutaciones constantes del virus la OMS toma nuevas de bioseguridad.

### **La automedicación promovida por los medios de comunicación en tiempos de COVID 19**

Se considera que la automedicación es un problema grave entre la población, ya que mitiga la efectividad de los medicamentos a partir de la procreación de cepas de bacterias resistentes, además de causar efectos secundarios por el consumo de productos de manera indiscriminada. Ante esto se suma la incertidumbre que genera el COVID -19, ocasionando que la automedicación se convierta en un problema de suma importancia sanitaria, ya que al no conocerse el origen y tratamiento de la enfermedad; esta se convierte en vulnerable a la información falsa, desinformación y desconfianza médica (Zarrocosta, 2020).

La información falsa es perjudicial y se propaga principalmente de manera rápida mediante las diferentes redes sociales, así como por los medios de comunicación, mientras que la información científica se propaga con menor rapidez generando esperanza. La propagación de información se falsa se comporta como una epidemia, ya que se difunde rápidamente, lo que la OMS denomina infodemia, causando un gran impacto en el comportamiento de la población, como por ejemplo en automedicarse (jandric 2020).

La infodemia es causada por personas que no tienen conocimiento médico e ignoran fuentes científicas de la información que se propagan, sin embargo, en algunos casos esta información ha sido propagada por médicos a través medios de comunicación, donde se difunde el consumo de antiinflamatorios, antibióticos, entre otros sin tener en cuenta las futuras consecuencias acorto o mediano plazo.

Así por ejemplo el presidente de Estados Unidos Donald Trump, comento en marzo del 2020 los resultados recientes de un estudio realizado, indicado a la hidroxiclороquina y la cloroquina como potentes para el tratamiento de COVID – 19. Por otro lado, Jair Bolsonaro, presidente de Brasil, indico a través de las redes sociales que la hidroxiclороquina era un tratamiento efectivo para la COVID -19 (Jandrić, 2020).

Otras recomendaciones para el tratamiento de COVID – 19, indican el uso de prednisona y de warfarina, sin embargo no existe fuente científica alguna (Llewellyn, 2020), así como el uso de ivermectina y la hidroxiclороquina para su prevención, (Kao, AC. 2020) y el dióxido de cloro (MMS) como tratamiento (Leung, & Leung, 2020) entre otros. No obstante la FDA el 15 de junio del 2020, anuló la autorización del uso de emergencia de la cloroquina y la hidroxiclороquina para tratar ciertos pacientes con COVID-19, e indicó que dichos fármaco probablemente no eran efectivos (Merchant, & Lurie, 2020).

Además de ello se dieron prácticas como el empleo de mezclas de compuestos, el lavado de alimentos con lejía, el uso de limpiadores o desinfectantes directamente en la piel, la utilización de desinfectantes en spray, la ingestión de lejía diluida, el agua con jabón u otras soluciones, las mismas que no tienen ningún efecto en contrarrestar dicha enfermedad. A ello se suma la desinformación por parte de periodísticas, políticos e incluso médicos que afectaron la manera de pensar de la población, poniendo en riesgo su salud e integridad mediante la automedicación (Eysenbach, 2002).

### **Justificación de la investigación**

Este estudio se justificó en la aplicación de la teoría en una realidad problemática, ya que la información en abundancia sin sustento científico, junto a la

falta de conocimiento de una nueva enfermedad originan que las personas tomen decisiones como auto medicarse sin tomar en cuenta las posibles consecuencias.

Se justificó teóricamente porque tuvo como fin definir los conceptos básicos sobre la infodemia y como ésta influye en la automedicación de las personas.

Se justificó de manera práctica, ya que permitió identificar cuáles son las fuentes de información, su contenido, su veracidad y como es que la falta de conocimiento origina que las personas tomen decisiones como auto medicarse.

Se justificó de manera metodológica, porque mediante la aplicación de un cuestionario validado y confiable se obtuvo la información necesaria para dar respuesta a los objetivos planteados.

Se justifica de manera social, ya que mediante la información obtenida se concientizará a la población sobre las consecuencias de la automedicación en la salud, así mismo resaltar la importancia de informarnos adecuadamente de fuentes confiables.

### **Problema**

¿Se podrá evaluar la automedicación causada por la infodemia del Covid-19, en pobladores de Catacaos que acudieron a botica Santísima Virgen de la Puerta?

### **Conceptuación y operacionalización de variables**

<b>Definición conceptual de la variable</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Tipo de escala de medición</b>
---	------------------	--------------------	-----------------------------------

<p><b>Variable Independiente:</b> <b>Infodemia COVID-19:</b> De acuerdo a la OMS. (2018), define a la infodemia como una sobreabundancia de información en línea o en otros formatos que incluye los intentos deliberados por difundir información falsa en un periodo de pandemia, como el que estamos viviendo a causa del coronavirus (COVID-19).</p>	<p>Infodemia</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Lugares con riesgo de contagio</li> <li>– Uso de medidas preventivas del covid-19.</li> <li>– Información falsa y confusa del covid-19 mediante redes sociales y la televisión.</li> <li>– Tratamientos fraudulentos del covid-19.</li> <li>– Tardanza de la vacuna o cura del covid-19.</li> </ul>	<p>Cualitativo</p>
<p>Variable Dependiente: <b>Automedicación:</b> según la OMS. (2018), la automedicación es la selección y el</p>	<p>Prevalencia de automedicación</p>	<p>Adquisición de medicamento sin receta médica en los últimos 6 meses</p>	<p>Cualitativo</p>
	<p>Enfermedad asociada a la automedicación</p>	<p>Una incomodidad, síntoma, enfermedad u</p>	<p>Cualitativo</p>

<p>uso de los medicamentos por parte de las personas, con el propósito de prevenir, aliviar o tratar síntomas o enfermedades leves que ellas mismas puedan identificar.</p>		otra razón que suscito auto medicarse	
	Grupo farmacológico	Tipo de medicamento obtenido	Cualitativo
	Causas asociadas a la automedicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de recursos económicos para acudir al médico</li> <li>- Influencia de terceras personas</li> <li>- Publicidad en los entornos de comunicación</li> <li>- Conocimiento sobre los medicamentos imprescindibles para tratar la enfermedad</li> <li>- Recetas precedentes a enfermedades similares</li> <li>- Falta de tiempo para acudir al médico</li> <li>- Farmacia no le pidieron receta médica</li> </ul>	Cualitativo
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Enmascaramiento de la enfermedad</li> <li>- Surgimiento de shock anafiláctico</li> <li>- Resistencia bacteriana originada por empleo</li> </ul>	

	Conocimiento de las consecuencias de la automedicación	<p>inadecuado de antibióticos.</p> <p>– Daño de mucosa gástrica por empleo prolongado</p> <p>– Existencia de farmacodependencia por el empleo prolongado de ansiolíticos y otros</p> <p>– Riesgo de trombosis por empleo prolongado</p> <p>– Personal de salud pueden recetar medicamentos</p>	Cualitativo
--	--	--	-------------

### **Hipótesis**

La infodemia del covid 19 si interviene en la automedicación de la población de Catacaos, que acudieron a la botica Virgen de la Puerta, durante el 2020

### **Objetivos**

#### **Objetivo general**

Determinar como la infodemia del covid 19 interviene en la automedicación de los pobladores que acudieron a la botica virgen de la Puerta, 2020

#### **Objetivos específicos**



1. Definir el perfil socioeconómico de las personas que acudieron a la botica virgen de la puerta en tiempos de covid 19, 2020
2. Identificar los principales factores que influyeron en la automedicación de los pobladores que acudieron a la botica virgen de la puerta en tiempos de covid 19, durante el 2020
3. Identificar las actitudes que tuvieron los pobladores que acudieron a la botica virgen de la puerta en tiempos de covid 19, durante el 2020

## 6 Metodología

### a) Tipo y diseño de investigación

#### **Tipo de investigación:**

Se realizó una investigación básica porque incrementa el conocimiento de la realidad problemática en estudio para contribuir con futuras investigaciones en busca del bienestar social (Rodríguez, 2020).

#### **Diseño de la investigación:**

Se realizó una investigación descriptiva – correlacional, porque se recolecto información de cada una de las variables de estudio y se analizó la relación entre ambas variables. Se utilizó un diseño no experimental de corte transversal porque se recolectó y analizó información en un momento determinado (Hernández et al, 2016, p. 151).



Es un diseño de investigación descriptivo transversal con una variable para un solo grupo de personas, donde:

T1: Tiempo de realización de la investigación

G1: Muestra de la investigación

O1: Observación de la variable.

## b) Población, muestra y muestreo

### Población

Todas las personas que acudieron a comprar a la farmacia Virgen de la Puerta en jirón Trujillo N° 119 en el distrito de Catacaos entre los meses de abril a junio del año 2020, alcanzando una población de 470

### Criterios de Inclusión

- Los pacientes tendrán que estar en un rango de edad estimada de 18 a 50 años.
- Deberán firmar de manera juiciosa un documento de consentimiento informado
- Los pacientes deberán ser pobladores del Distrito de Catacaos.

### Criterios de Exclusión

- Pacientes menores de 18 años o mayores de 51 años
- Pacientes que estén con síntomas del COVID-19.
- Pobladores que se niegan a firmar el consentimiento informado.
- Pobladores que no sean nativos del Distrito de Catacaos.

### Muestra

Está conformada por todas las personas que acudieron a la botica virgen de la Puerta y que cumplieron con los criterios de inclusión, mediante la siguiente formula, obteniendo una muestra de:107 personas:

$$n = \frac{NZpq}{d^2(N - 1) + Z^2pq}$$
$$n = \frac{470(1.96)0.5(0.5)}{0.05^2(470 - 1) + 1.96^2 0.5(0.5)}$$
$$n = 107 \text{ personas}$$

### **Técnica de muestreo**

Muestreo no probabilístico por conveniencia: también es conocido como muestreo deliberado, porque no hay ningún procedimiento, acción o razón al momento de elegir los miembros de la muestra, solo se realiza deliberadamente.

### **c) Técnicas e instrumentos de investigación**

#### **Técnicas**

Se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario (Anexo 2). De acuerdo a Hernández Samperi et al (2016), la técnica de la encuesta es una de las más utilizadas dentro de cualquier investigación científica, pues permite obtener los resultados de manera rápida y precisa; teniendo como instrumento al cuestionario, el cual es un conjunto de preguntas en referencia a las variables a medir.

El cuestionario se aplicó a los usuarios de la botica Virgen de la Puerta que cumplieron con los criterios de inclusión. Para ello, llenaron y firmaron el consentimiento informado (Anexo 6), el desarrollo de la encuesta, la que tuvo una duración entre 10 y 15 minutos por persona.

#### **Instrumentos**

La encuesta estuvo conformada de la siguiente manera:

- I. Datos sociodemográficos y socioeconómicos: que consto de 7 preguntas
- II. Automedicación causada por la infodemia del COVID – 19: consto de 10 preguntas
- III. Conciencia e influencia de la infodemia: consto de 6 preguntas.

### **d) Confiabilidad y validez del instrumento**

La validez del instrumento de llevo a cabo mediante la aprobación de expertos (anexo), y la confiabilidad mediante la el alfa de Cronbach (Anexo 4)

## e) Procesamiento y análisis de la información

Para el procesamiento de datos se elaboraron tablas y gráficas, cada una con su respectiva interpretación, así mismo se desarrolló la discusión de resultados correspondientes.

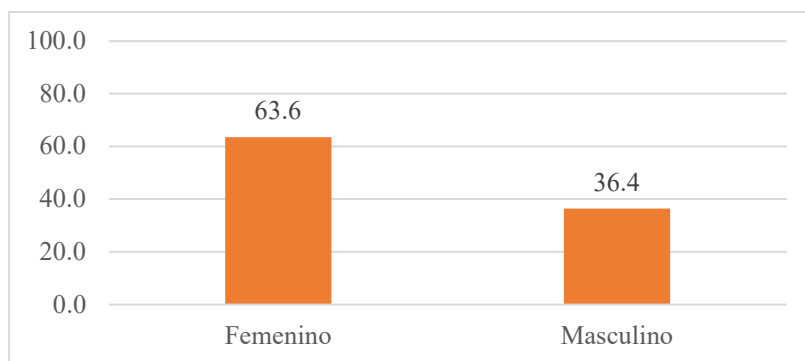
## 7 Resultados

### a. Aspectos sociodemográficos y socioeconómicos

**Tabla 1**

*Género*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Femenino	68	63.6	63.6
Masculino	39	36.4	100.0
Total	107	100.0	



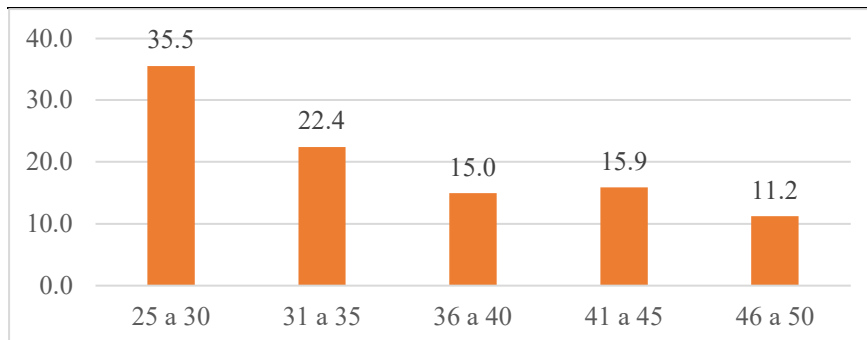
**Figura 1.** Género de las personas encuestadas

**Interpretación:** según la investigación realizada se determina que en tiempos de COVID 19, las personas que en su mayoría acudieron a la botica Virgen de la Puerta fueron mujeres (63.6%).

**Tabla 2**

*Edad de las personas*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
25 a 30	38	35.5	35.5
31 a 35	24	22.4	57.9
36 a 40	16	15.0	72.9
41 a 45	17	15.9	88.8
46 a 50	12	11.2	100.0
<b>Total</b>	<b>107</b>	<b>100.0</b>	



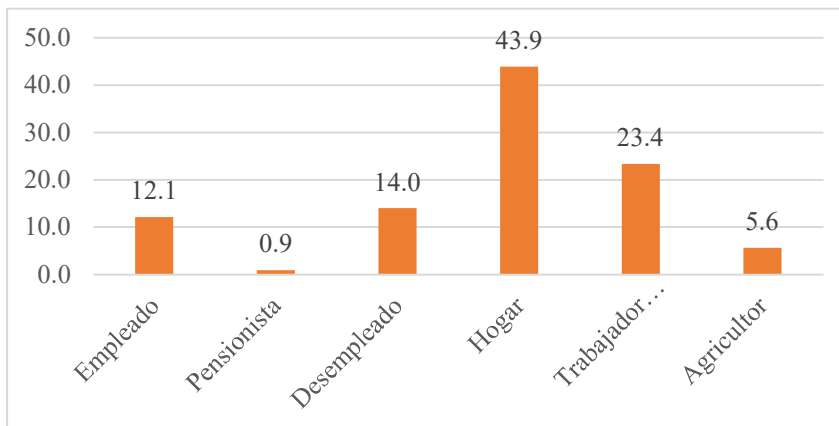
**Figura 2.** Edad de las personas encuestadas

**Interpretación:** se observa en la figura 2, que la edad promedio de las personas que acudieron a la botica Virgen de la Puerta en tiempos de COVID 19, oscila entre los 25 a 30 años.

**Tabla 3**

*Ocupación de las personas*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Empleado	13	12.1	12.1
Pensionista	1	0.9	13.1
Desempleado	15	14.0	27.1
Hogar	47	43.9	71.0
Trabajador independiente	25	23.4	94.4
Agricultor	6	5.6	100.0
<b>Total</b>	<b>107</b>	<b>100.0</b>	



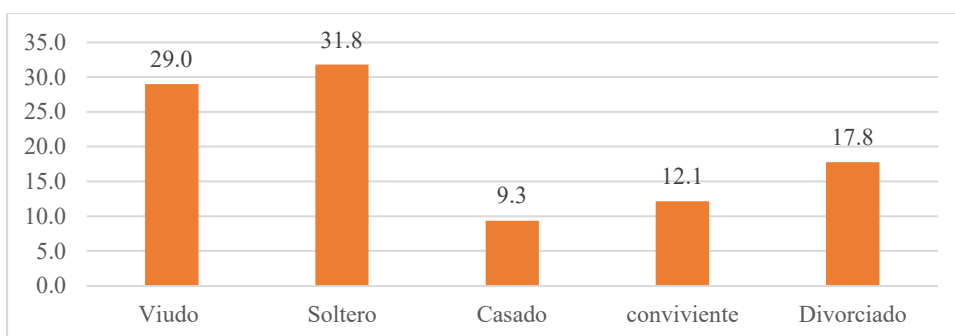
**Figura 3.** Ocupación de las personas encuestadas.

**Interpretación:** según la investigación realizada las personas que acuden a la botica virgen de la Puerta tienen como ocupación su casa, es decir son amas de casa (43.9%).

**Tabla 4**

*Estado civil de las personas*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Viudo	31	29.0	29.0
Soltero	34	31.8	60.7
Casado	10	9.3	70.1
conviviente	13	12.1	82.2
Divorciado	19	17.8	100.0
Total	107	100.0	



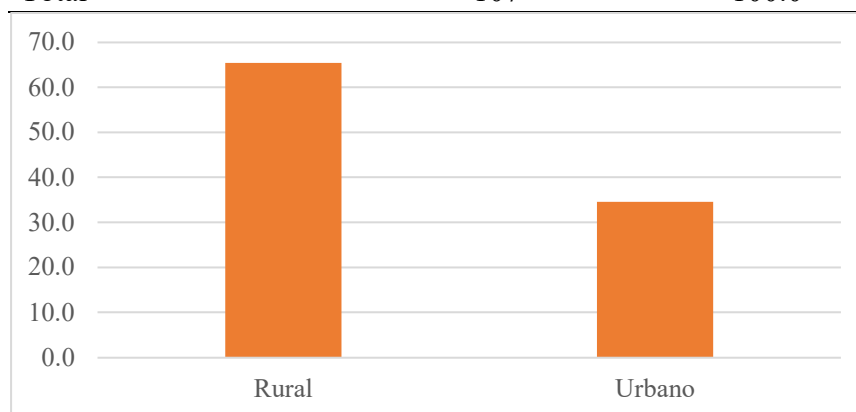
**Figura 4.** Estado civil de las personas encuestadas

**Interpretación:** se observa en la figura 4, que según la investigación realizada el estado civil de las personas que acudieron a la botica Virgen de la Puerta son solteras (31.8%).

**Tabla 5**

*Residencia de las personas*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Rural	70	65.4	65.4
Urbano	37	34.6	100.0
Total	107	100.0	



**Figura 5.** Residencia de las personas encuestadas

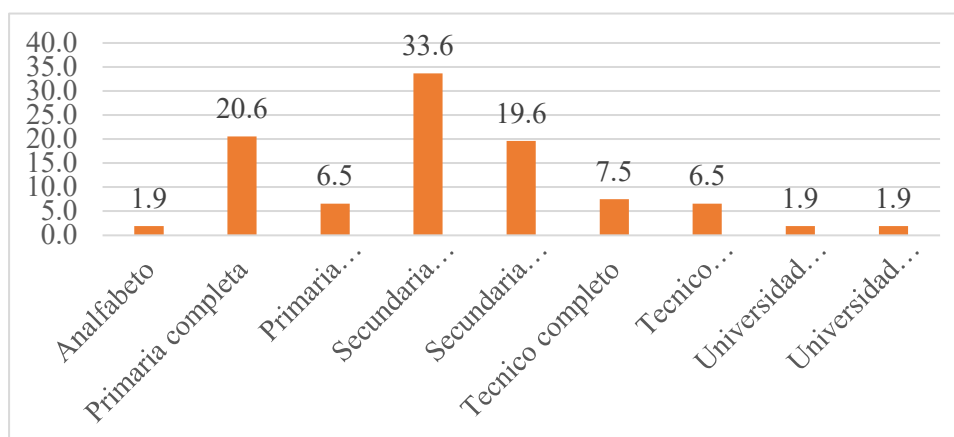
**Interpretación:** en la figura 5 se muestra que la mayoría de las personas que acudieron a la botica Virgen de la Puerta son de la zona rural (65.4%).

**Tabla 6**

*Grado de instrucción de las personas*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Analfabeto	2	1.9	1.9
Primaria completa	22	20.6	62.6
Primaria incompleta	7	6.5	90.7

Secundaria completa	36	33.6	35.5
Secundaria incompleta	21	19.6	82.2
Técnico completo	8	7.5	98.1
Técnico incompleto	7	6.5	42.1
Universidad completa	2	1.9	84.1
Universidad incompleta	2	1.9	100.0
<b>Total</b>	<b>107</b>	<b>100.0</b>	



**Figura 6.** Grado de instrucción de las personas encuestadas

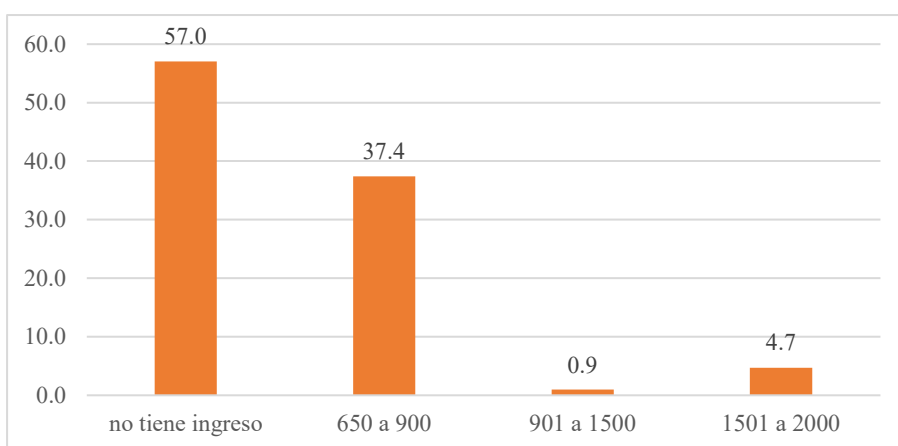
**Interpretación:** según la investigación realizada se observa que el grado de instrucción de las personas que acuden a la botica virgen de la "Puerta es secundaria completa (33.6%).

**Tabla 7**

*Nivel de ingreso de las personas*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No tiene ingreso	61	57.0	57.0
650 a 900	40	37.4	94.4
901 a 1500	1	0.9	95.3
1501 a 2000	5	4.7	100.0
<b>Total</b>	<b>107</b>	<b>100.0</b>	





**Figura 7.** Nivel de ingreso de las personas encuestadas

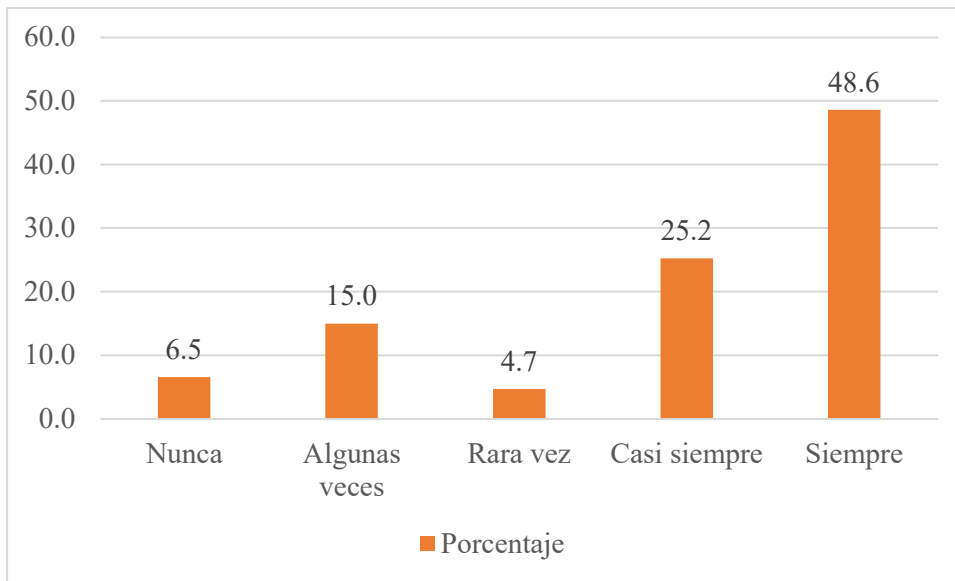
**Interpretación:** según la investigación realizada se observa que las personas que acuden a la botica Virgen de la Puerta no perciben ingreso mensual (33.6%).

#### **b. Automedicación causada por la infodemia**

**Tabla 8**

*La infodemia influye en la compra de un medicamento*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	7	6.5	6.5
Algunas veces	16	15.0	21.5
Rara vez	5	4.7	26.2
Casi siempre	27	25.2	51.4
Siempre	52	48.6	100.0
Total	107	100.0	



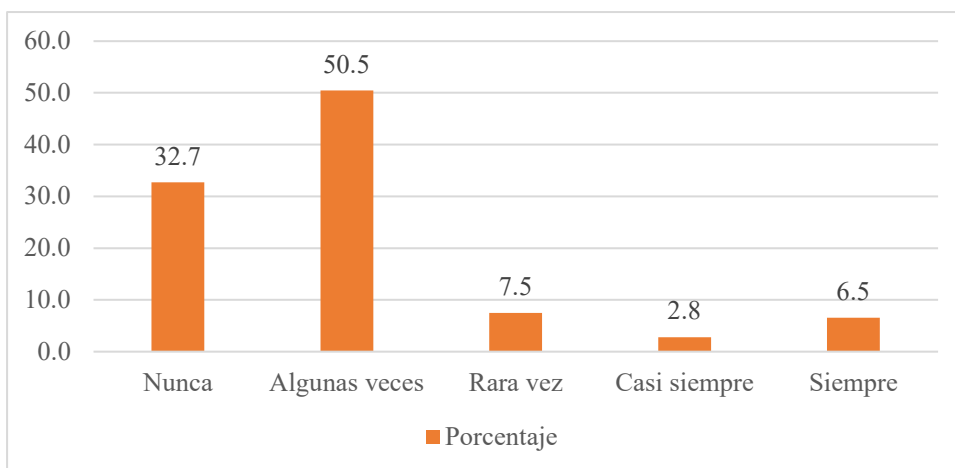
**Figura 8.** La infodemia influye en la compra de un medicamento

**Interpretación:** según la investigación realizada se observa que la infodemia siempre influye en la compra de un medicamento (48.6%).

**Tabla 9**

*Publicidad de un medicamento en tiempos de pandemia*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	35	32.7	32.7
Algunas veces	54	50.5	83.2
Rara vez	8	7.5	90.7
Casi siempre	3	2.8	93.5
Siempre	7	6.5	100.0
Total	107	100.0	



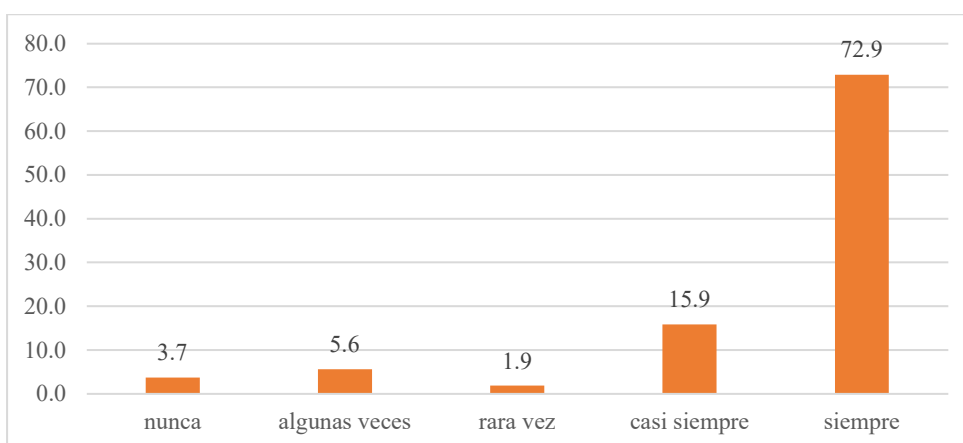
**Figura 9.** Publicidad de un medicamento en tiempos de pandemia

**Interpretación:** según la investigación se determina que algunas veces la publicidad en tiempos de pandemia dice la verdad (50.5%).

**Tabla 10**

*Publicidad de un medicamento en tiempos de pandemia influye en la automedicación.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	4	3.7	3.7
Algunas veces	6	5.6	9.3
Rara vez	2	1.9	11.2
Casi siempre	17	15.9	27.1
Siempre	78	72.9	100.0
Total	107	100.0	



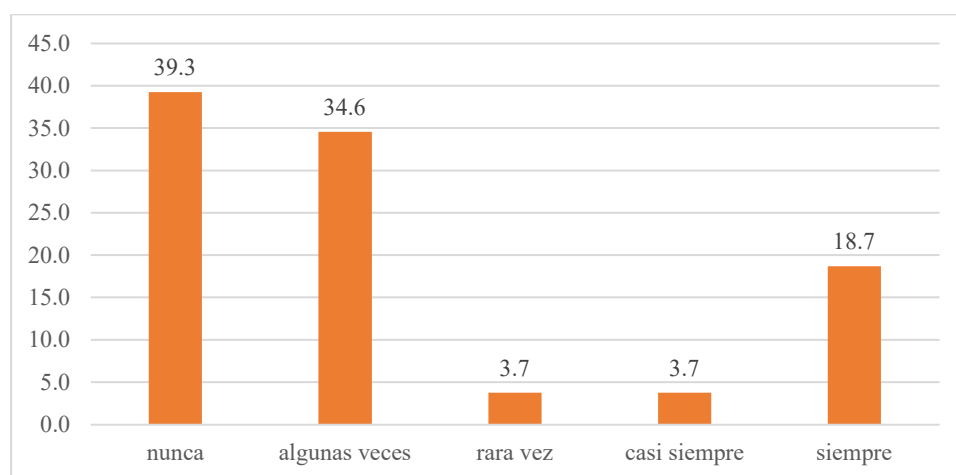
**Figura 10.** Publicidad de un medicamento en tiempos de pandemia influye en la automedicación.

**Interpretación:** según la investigación realizada se determina que las persona que acudieron a la botica Virgen de la Puerta consideran que la publicidad de medicamentos en tiempos de pandemia siempre influyó en la automedicación (39.3%).

**Tabla 11**

*La publicidad informa sobre los riesgos de automedicarse*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	42	39.3	39.3
Algunas veces	37	34.6	73.8
Rara vez	4	3.7	77.6
Casi siempre	4	3.7	81.3
Siempre	20	18.7	100.0
Total	107	100.0	

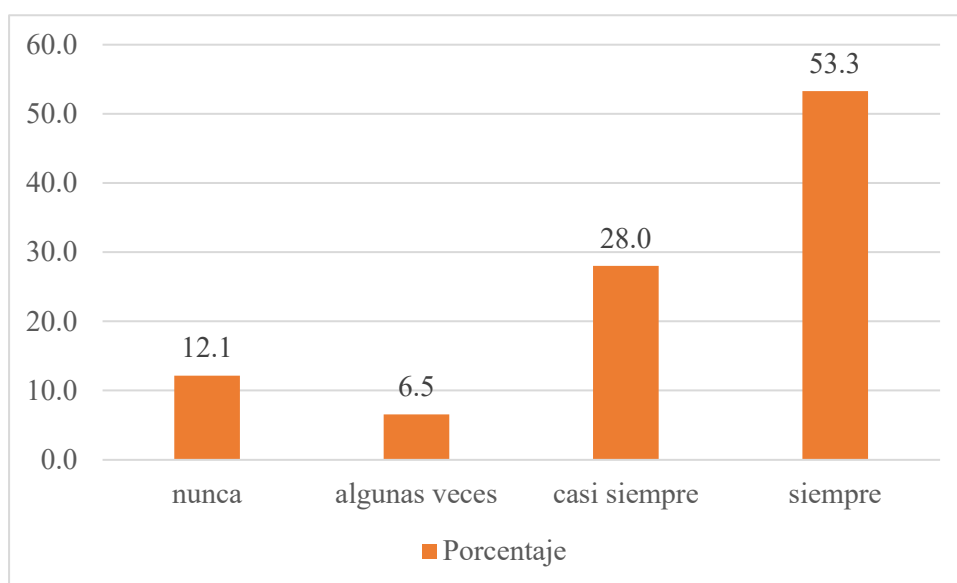


**Figura 11.** La publicidad informa sobre los riesgos de automedicarse

**Interpretación:** según la investigación realizada se determina que las persona que acudieron a la botica Virgen de la Puerta consideran que la publicidad de medicamentos en tiempos de pandemia nunca informó sobre los riesgos de automedicarse (39.3%)

**Tabla 12***Se informa antes consumir medicamentos en tiempo de pandemia*

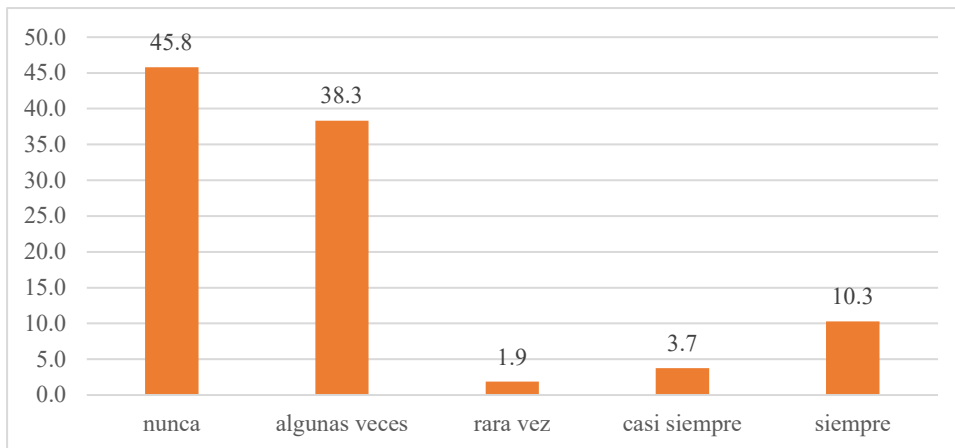
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	13	12.1	12.1
Algunas veces	7	6.5	18.7
Casi siempre	30	28.0	46.7
Siempre	57	53.3	100.0
Total	107	100.0	

**Figura 12.** *Se informa antes consumir medicamentos en tiempo de pandemia*

**Interpretación:** se observa según la investigación realizada que las personas que acudieron a la botica virgen de la Puerta siempre se informan antes de consumir algún medicamento en tiempo de pandemia (53.3%)

**Tabla 13***Uso del Facebook como medio de información antes de comprar medicamento en tiempo de COVID -19*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	49	45.8	45.8
Algunas veces	41	38.3	84.1
Rara vez	2	1.9	86.0
Casi siempre	4	3.7	89.7
Siempre	11	10.3	100.0
Total	107	100.0	



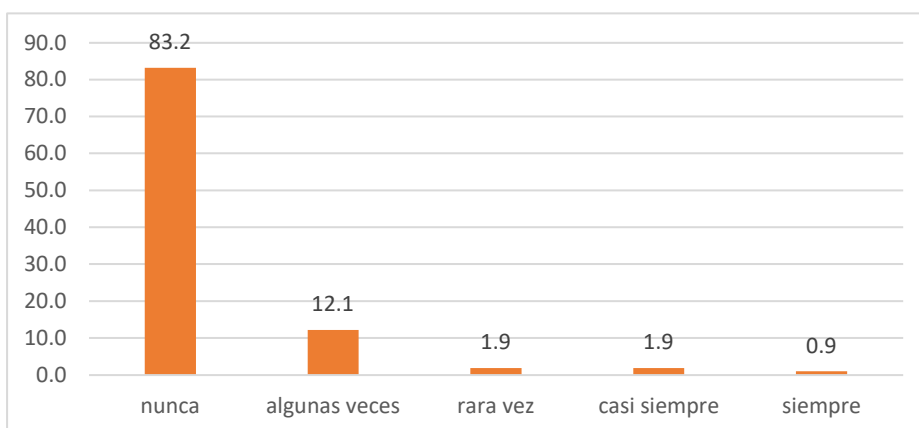
**Figura 13.** Uso del Facebook como medio de información antes de comprar medicamento en tiempo de COVID -19

**Interpretación:** en la figura 13 se observa que, las personas que acudieron a la botica Virgen de la Puerta nunca usaron el Facebook como medio de información (45.8%) antes de consumir algún medicamento.

**Tabla 14**

*Uso del Instagram como medio de información para la compra de medicamento*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	89	83.2	83.2
Algunas veces	13	12.1	95.3
Rara vez	2	1.9	97.2
Casi siempre	2	1.9	99.1
Siempre	1	0.9	100.0
Total	107	100.0	



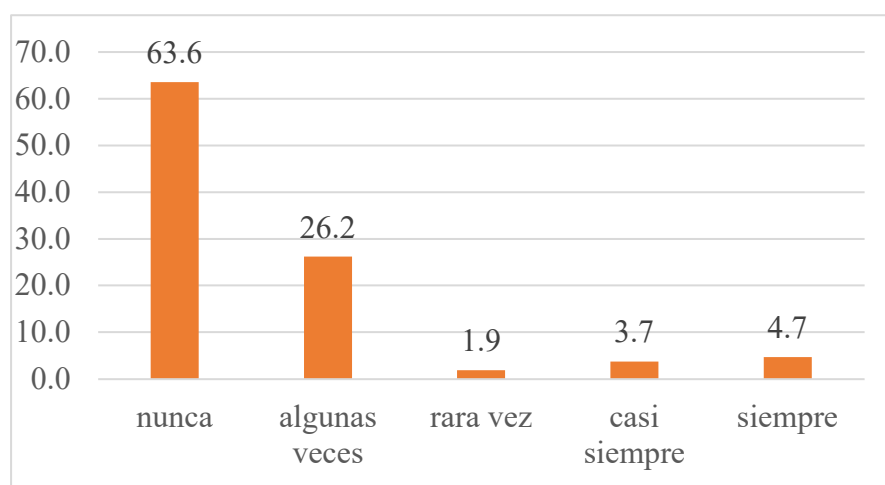
**Figura 14.** Uso del Instagram como medio de información para la compra de medicamento

**Interpretación:** según la investigación se observa que las personas que acudieron a la botica Virgen de la Puerta nunca utilizaron el Instagram como medio de información para la compra de un medicamento (83.2%).

**Tabla 15**

*Uso de la radio como medio de información para comprar medicamento*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	68	63.6	63.6
algunas veces	28	26.2	89.7
rara vez	2	1.9	91.6
casi siempre	4	3.7	95.3
Siempre	5	4.7	100.0
Total	107	100.0	

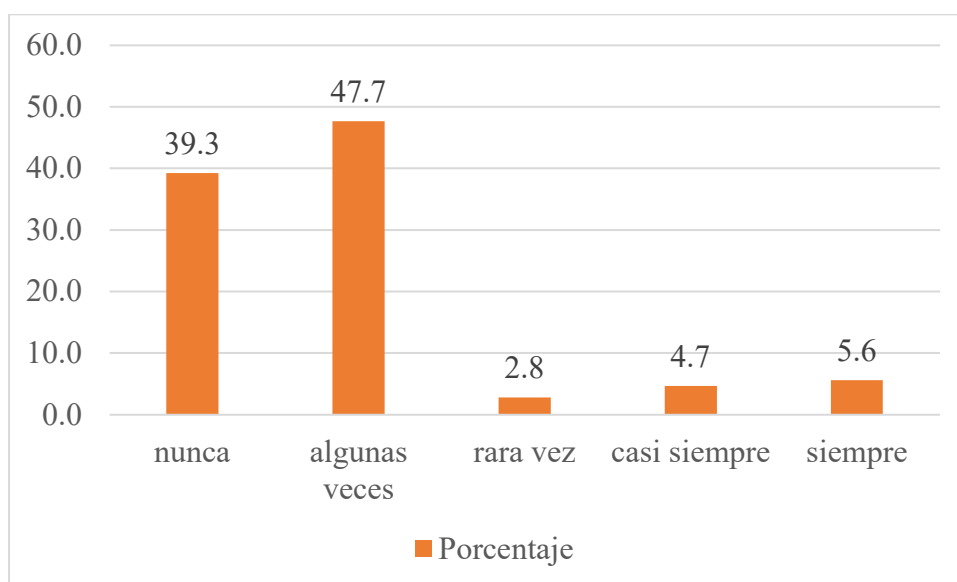


**Figura 15.** Uso de la radio como medio de información para comprar medicamento

**Interpretación:** según la investigación realizada se observa que las personas que acudieron a la botica Virgen de la Puerta nunca usaron la radio (63.6%) como medio de información para comprar medicamentos en tiempos de pandemia.

**Tabla 16***Uso de la televisión como medio de información para comprar medicamento*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	42	39.3	39.3
Algunas veces	51	47.7	86.9
Rara vez	3	2.8	89.7
Casi siempre	5	4.7	94.4
Siempre	6	5.6	100.0
Total	107	100.0	

**Figura 16.** Uso de la televisión como medio de información para comprar medicamento

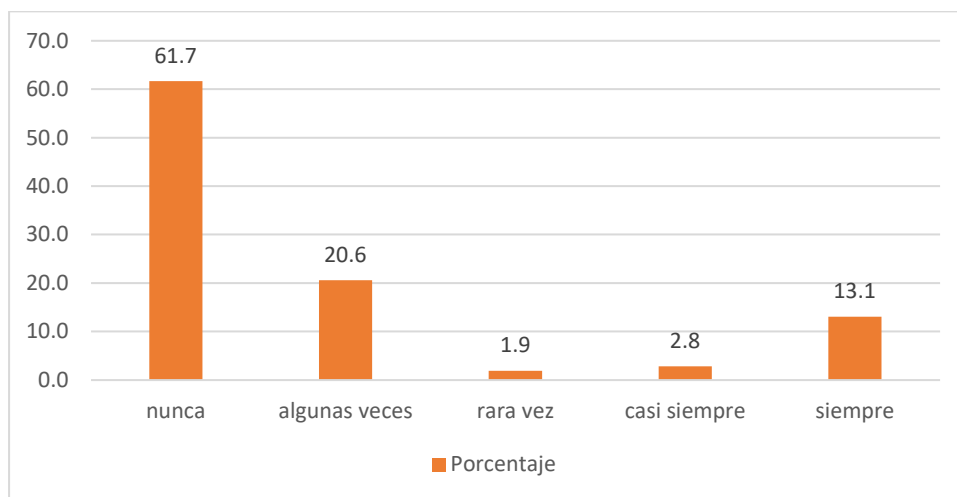
**Interpretación:** en esta figura se observa que las personas que acudieron a la botica virgen de la Puerta algunas veces (47.7%) utilizaron la televisión como medio de información para comprar un medicamento en tiempo de pandemia.

**Tabla 17***Recomienda el uso de medicamento en tiempo de pandemia*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	66	61.7	61.7
Algunas veces	22	20.6	82.2



Rara vez	2	1.9	84.1
Casi siempre	3	2.8	86.9
Siempre	14	13.1	100.0
Total	107	100.0	



**Figura 17.** Recomienda el uso de medicamento en tiempo de pandemia

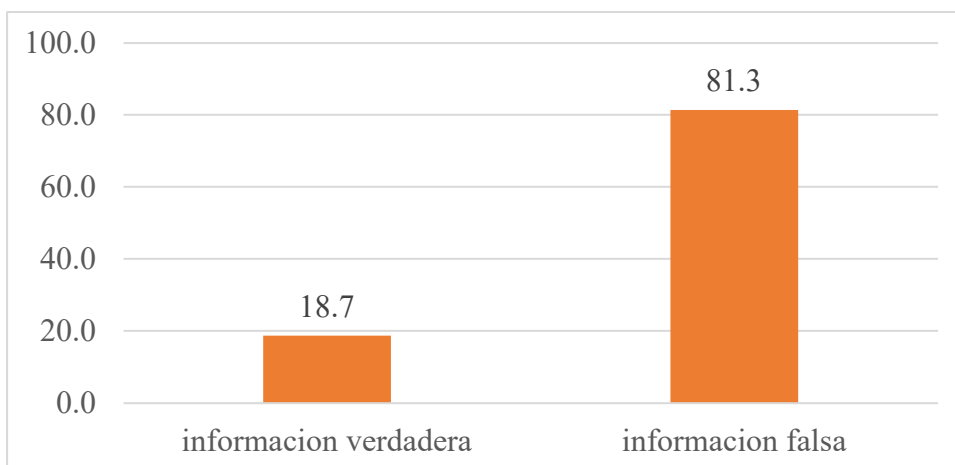
**Interpretación:** según la investigación realizada se observa que las persona que acudieron a la botica Virgen de la Puerta nunca (61.7%) recomendaron a un familiar un medicamento en pandemia.

### c. conciencia e influencia de la infodemia del COVID – 19

**Tabla 18**

*Significado de infodemia*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Información verdadera	20	18.7	18.7
Información falsa	87	81.3	100.0
Total	107	100.0	



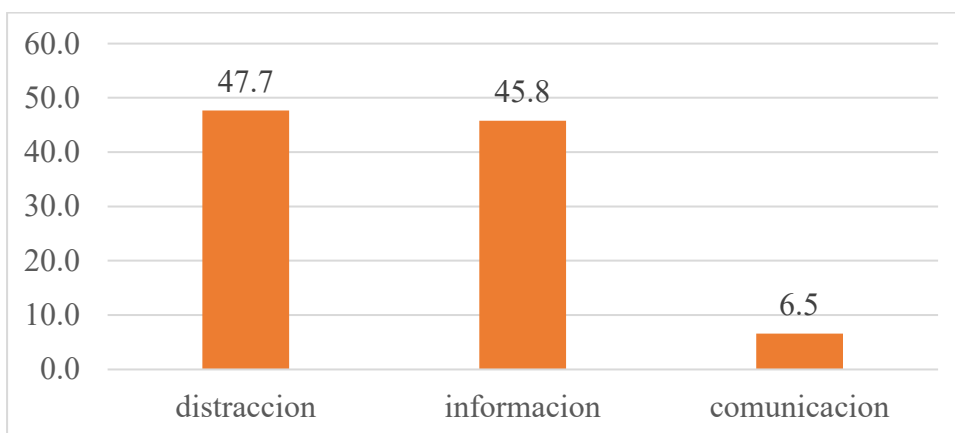
**Figura 18.** Significado de infodemia

**Interpretación:** se observa que las personas que acudieron a la botica Virgen de la Puerta consideran que la infodemia es información falsa (81.3%).

**Tabla 19**

*Motivos por los que ingresa a redes sociales*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Distracción	51	47.7	47.7
Información	49	45.8	93.5
Comunicación	7	6.5	100.0
Total	107	100.0	



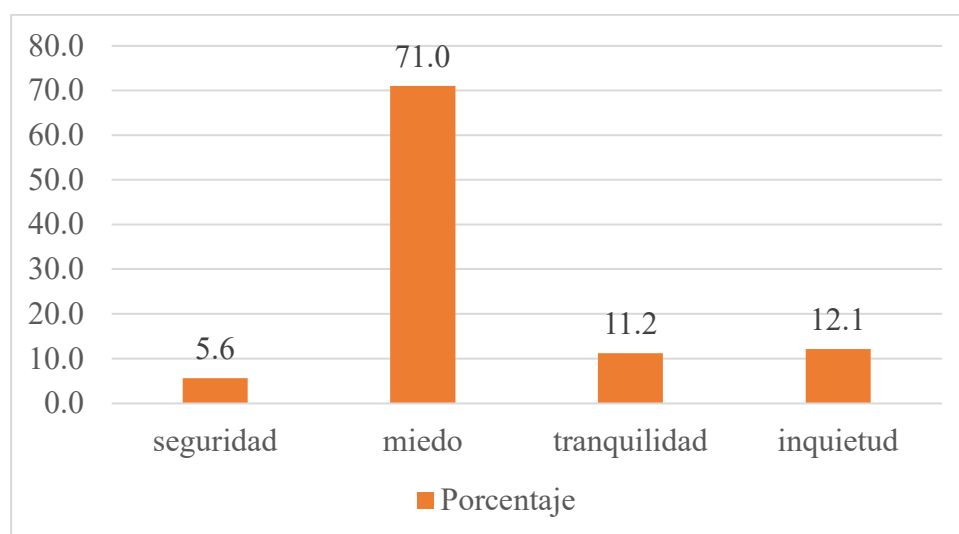
**Figura19.** Motivos por los que ingresa a redes sociales

**Interpretación:** según la investigación se observa que las personas que acudieron a la botica Virgen de la Puerta ingresaron a redes sociales en tiempos de pandemia por distracción (47.7%).

**Tabla 20**

*Sensación respecto a la información que transmiten los medios de comunicación*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Seguridad	6	5.6	5.6
Miedo	76	71.0	76.6
Tranquilidad	12	11.2	87.9
Inquietud	13	12.1	100.0
Total	107	100.0	

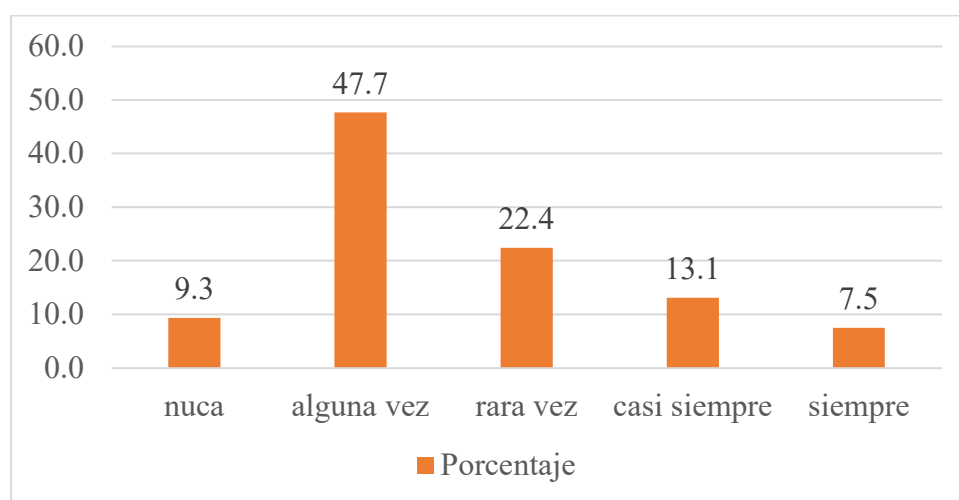


**Figura 20.** Sensación respecto a la información que transmiten los medios de comunicación

**Interpretación:** según la investigación se observa que las personas que acudieron a la botica Virgen de la Puerta consideran que la información que brindan los medios de comunicación en tiempos de pandemia les trasmite miedo (71%).

**Tabla 21***Influye el COVID 19 en la rutina diaria*

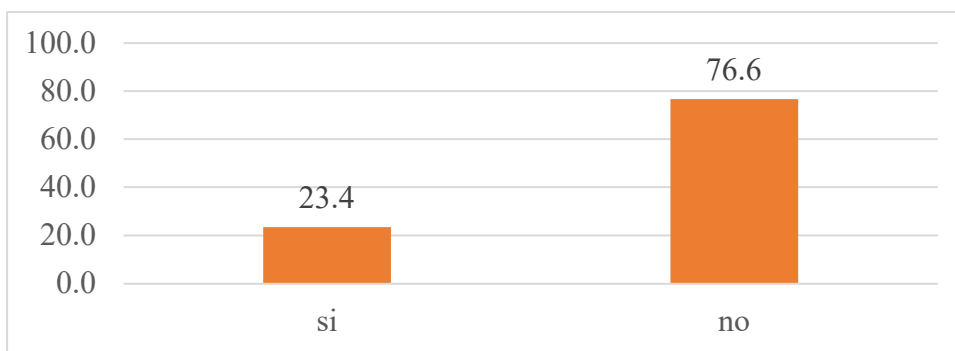
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nuca	10	9.3	9.3
Alguna vez	51	47.7	57.0
Rara vez	24	22.4	79.4
Casi siempre	14	13.1	92.5
Siempre	8	7.5	100.0
Total	107	100.0	

**Figura 21.** Influye el COVID 19 en la rutina diaria

**Interpretación:** se observa que las persona que acudieron a la botica Virgen de la Puerta consideran que el COVID 19 algunas veces influyo en su rutina diaria (47.7%)

**Tabla 22***Recomendar medicamento a familiares o amigos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	25	23.4	23.4
No	82	76.6	100.0
Total	107	100.0	



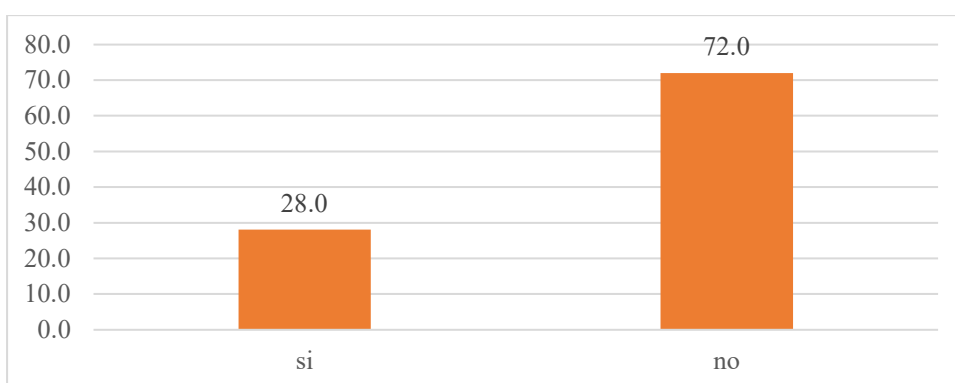
**Figura 22.** Recomendar medicamento a familiares o amigos

**Interpretación:** según la investigación se observa que las personas que acudieron a la botica Virgen de la Puerta no recomendarían (76.6%) algún medicamento a un familiar o amigo.

**Tabla 23**

*Confianza en los medios de comunicación*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	30	28.0	28.0
No	77	72.0	100.0
Total	107	100.0	



**Figura 23.** Confianza en los medios de comunicación

**Interpretación:** se observa que las personas que acudieron a la botica Virgen de la Puerta no confían (72%) en la información de los medios de comunicación.

### Contrastación de hipótesis:

**Hipótesis general:** La infodemia del COVID 19 influye en la automedicación de los pobladores de Catacaos, que acudieron a la botica Virgen de la Puerta, durante el 2020

**Tabla 24**

*Speaman*

			Automedicación	Infodemia
Rho de Spearman	Automedicación	Coefficiente de correlación	1.000	0.643
		Sig. (bilateral)		0.045
		N	107	107
	Infodemia	Coefficiente de correlación	0.643	1.000
		Sig. (bilateral)	0.045	
		N	107	107

Después de analizar, se determinó que hay una correlación positiva considerable entre ambas variables (0.643), lo que indica que cambios en la variable infodemia generarían cambios en la automedicación de las personas. Respecto al nivel de significancia, éste es menor ( $0.045 < 0.05$ ) a 5%, lo indica que la relación es significativa por ello, la hipótesis alterna se acepta; esto significa que ambas variables se relacionan de manera significativa.

## 8 Análisis y discusión

Respecto al objetivo general: Determinar como la infodemia del covid 19 interviene en la automedicación de los pobladores que acudieron a la botica virgen de la Puerta, 2020 se observa que, si existe una relación entre la variable infodemia y la automedicación, con un coeficiente de correlación de 0.643 y un nivel de significancia de 0.045. Así tenemos el estudio de Sangama et al. (2020) titulado la automedicación frente a la pandemia del COVID- 19 durante el aislamiento social en el distrito de San Juan de Lurigancho, durante los meses de abril, mayo, junio, del 2020 del cual obtuvieron como resultado que el 45% de los pacientes tratados con mezclas oncológicas en el aspecto general y físico tiene conocimiento medio de los efectos adversos; así como que desconocen los aspectos fundamentales sobre los medicamentos que reciben.

En cuanto al objetivo específico 1: Definir el perfil socioeconómico y sociodemográfico de las personas que acudieron a la a la botica virgen de la puerta en tiempos de covid 19, 2020, se tiene que las personas que acudieron a la botica Virgen del Carmen son mujeres (63.6%) entre las edades de 25 a 30 años (35.5%), siendo su ocupación amas de casa (43.9%), estado civil solteras (31.8%), que viven en zonas rurales (65.4%), cuyo grado de instrucción es secundaria completa (33.6%) y no perciben ingresos (57%). Resultado parecido presenta el estudio de Celiz et al., en su investigación factores asociados a la automedicación con hidroxiclороquina por COVID 19 en pobladores de la Urb. Primavera – Callao 2020. Como resultado se obtuvo que de la población encuestada 55.96% fueron mujeres de las cuales el 37.9% se auto medicó con hidroxiclороquina, el 20.37% fueron hombres y se auto medicaron, el 61,47%, cuenta con seguro de salud; el 53.21% cuenta con estudios superiores mientras que el 4.59% solo con educación primaria; el 9.5 % de la población tuvo la enfermedad del Covid- 19; el 56,8% de estas personas no saben para que esta indicada la hidroxiclороquina; el 47.47% se informó del uso de la hidroxiclороquina por la televisión y solo un 3.2% consulto en un establecimiento de salud y consumió la

hidroxicloroquina por sugerencia de un profesional de la salud; mientras que el 40.32% de ellos que consumió la hidroxicloroquina perdió peso.

Referente al objetivo específico 2: Identificar los principales factores que influyeron en la automedicación de los pobladores que acudieron a la botica virgen de la puerta en tiempos de covid 19, durante el 2020, se tiene que la infodemia fue uno de los factores que influyeron en la automedicación (48.6%), respecto a la publicidad las personas consideran esta siempre influyo en la compra de medicamentos (automedicación) (39.3%) y que algunas veces dice la verdad referente al COVID (50.5%), así mismo que nunca informaban sobre los riesgos de automedicarse (39.3%). En cuanto a la influencia de los medios de comunicación las personas nunca usaron el Facebook como medio de información (45.8%), tampoco el Instagram (83.2%), ni la radio (63.6%), lo que si usaron algunas veces fue la televisión (47.7%). Así mismo, nunca recomendaron medicamentos a familiares en pandemia (61.7%). En esta línea encontramos Para fecha 15 de febrero del 2020, cuando aún el COVID – 19 era conceptuada como una epidemia, el director general de la OMS (organización mundial de la salud), Tedros A. Ghebreyesus citó en medio de un discurso en Múnich que el mundo estaba atravesando por un considerable problema de salud pública y que se estaba lidiando con información falsa principalmente por medio de las distintas plataformas de las redes sociales y por la llamada infodemia (Zarocostas, 2020). Así tenemos que, para fecha 11 de marzo del 2020, la Organización Mundial de la Salud anuncio que el COVID – 19 debería sr considerada una pandemia pues ya se habían registrado más de 118,000 casos de esta enfermedad en más de 110 países en todo el mundo (Jandric,2020); de esta manera la infodemia también fue considerada una pandemia.

Dentro de este escenario, comenzaron a surgir noticias sobre el COVID – 19; por ejemplo, que una prueba para el COVID – 19 consistía en interrumpir la respiración, que una forma de minimizar esta enfermedad era bebiendo abundante agua, que el ibuprofeno estaba relacionada con esta enfermedad, según el ministro de Salud de Francia (llewellyn, 2022). Así mismo, en diferentes países del mundo se dieron casos de marginación hacia persona con rasgos orientales (kao, 2020), mientras que, en nuestro país como en otros se adquirió papel higiénico de manera irracional.



Estos hechos inmensamente divulgados no fueron avalados por la ciencia si no que surgieron por las sensaciones de temor, promoviendo el pánico y temor de manera exagerada, lo que originó una situación perturbadora, cuando lo que se buscaba era lograr un ambiente de calma. (Leung, & Leung, 2020).

Los criterios de estratificación fueron adoptados por las distintas universidades que imparten periodismo y el número de estudiantes matriculados en cada sede. Los resultados revelaron que los estudiantes son sensibles al fenómeno de la “infodemia” así como la veracidad y afirmando haber sido víctimas de las noticias falsas. En conclusión, del alumnado de la universidad española refieren que los medios de comunicación son quienes intensifican la infodemia y más aún en la emergencia sanitaria que se está viviendo a nivel mundial.

Objetivo específico 3: Identificar las actitudes que tuvieron los pobladores que acudieron a la botica virgen de la puerta en tiempos de covid 19, durante el 2020, se observa que las personas que acudieron a la botica virgen de la Puerta consideran que la infodemia es información falsa (81.3%), durante tiempos de pandemia ingresaron a las redes sociales para distraerse (47.7%), que la información transmitida por los medios de comunicación les ocasiono miedo (71%), así mismo algunas veces influyo en su rutina diaria (47.7%), no confían en los medios de comunicación (72%) y no recomendaron medicamentos para el tratamiento del COVID a familiares o amigos (76.6%),

Así tenemos el estudio de Jiménez et al. (2020): infodemia y percepción del relato mediático: los estudiantes de periodismo en España ante la COVID-19. Para lo cual tuvieron como objetivo principal el conocer la opinión acerca del “periodismo de pandemia” por parte del alumnado del periodismo de las universidades españolas. El método aplicado fue la encuesta de opinión con una confianza muestra del 99.23% y un error típico de 5%.

## 9 conclusiones y recomendaciones

### Conclusiones:

1. La infodemia del COVID 19 interviene en la automedicación de los pobladores del distrito de Catacaos que acudieron a la botica Virgen de la Puerta, 2020 con un coeficiente de correlación de 0.643 y un nivel de significancia de 0.045.
2. Las personas que acudieron a la botica Virgen de la Puerta del distrito de Catacaos son mujeres (63.6%), entre las edades de 25 a 30 años (35.5%), con nivel de instrucción secundaria completa (33.6%), de zonas rurales (65.4%), solteras (31.8%) que se dedican a ser amas de casa (43.9%) y no perciben sueldo alguno (33.6%), por lo tanto, se concluye que son personas de nivel socioeconómico medio que buscaron sobrevivir en medio de la pandemia.
3. Entre los factores que influyeron en la automedicación de los pobladores que acudieron a la botica Virgen de la Puerta tenemos la infodemia (48.6%), la publicidad (39.3%) y algunas veces la televisión (47.7%). Así mismo, nunca recomendaron medicamentos a familiares en pandemia (61.7%).
4. Entre las actitudes que muestran los pobladores que acudieron a la botica Virgen del Carmen consideran que la infodemia es información falsa (81.3%), durante tiempos de pandemia ingresaron a las redes sociales para distraerse (47.7%), la información transmitida por los medios de comunicación les ocasiono miedo (71%), así mismo algunas veces influyo en su rutina diaria (47.7%), no confían en los medios de comunicación (72%) y no recomendaron medicamentos para el tratamiento del COVID a familiares o amigos (76.6%),

## **Recomendaciones**

1. A la población buscar fuentes de información confiable o indagar con profesionales acerca de temas de salud antes de automedicarse; así mismo no recomendar a ningún familiar o conocido medicamentos, ya que podrían ocasionar problemas en la salud.
2. A la población tomar una actitud asertiva frente a los problemas que puedan darse en temas de salud, siempre teniendo en cuenta las recomendaciones de los expertos en salud.
3. A los pobladores utilizar adecuadamente los medios de comunicación tecnológica, recurriendo a fuentes confiables y así aprovechar los beneficios de la tecnología obteniendo información en tiempo real.
4. A los encargados de boticas y/o farmacias brindar la información necesaria a los usuarios que acuden a su establecimiento, a fin de evitar miedo y propiciar la calma y el cumplimiento de las medidas sanitarias recomendadas por los especialistas en salud.

## 10 Referencia Bibliográfica

- Aguado-Guadalupe, G., & Bernaola-Serrano, I. (2020). Verificación en la infodemia de la Covid-19. El caso Newtral. *Revista Latina De Comunicación Social*, (78), 289-308. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1478>
- Auflick, JL (2018). Diferencias multivariadas en la carga de trabajo del conductor: conducción en pista frente a conducción en carretera. En *Advances in Intelligent Systems and Computing* (Vol. 597, págs. 927–936). Springer Verlag. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-60441-1\\_89](https://doi.org/10.1007/978-3-319-60441-1_89)
- Ball, P. & Maxmen, A. (2020). La batalla épica contra la desinformación del coronavirus y las teorías de la conspiración. *Nature*, 581 (7809), 371–374. <https://doi.org/10.1038/d41586-020-01452-z>
- Bennett, WL & Livingston, S. (2018). El orden de la desinformación: la comunicación disruptiva y el declive de las instituciones democráticas. *European Journal of Communication*, 33 (2), 122-139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>
- Brosius, A., van Elsas, EJ & de Vreese, CH (2019). Confianza en la Unión Europea: efectos del entorno de la información. *European Journal of Communication*, 34 (1), 57–73. <https://doi.org/10.1177/0267323118810843>
- Celiz, G & Escurra, A. (2020). Factores asociados a la automedicación con hidroxiclороquina por COVID-19 en pobladores de la Urb. Primavera – Callao 2020. Repositorio Institucional Universidad Roosevelt. 1-50. <http://repositorio.uroosevelt.edu.pe/handle/ROOSEVELT/297>
- Chen, CM (2019). Evaluar el cambio de eficiencia y el progreso de la productividad de los principales operadores de telecomunicaciones mundiales desde la prevalencia de OTT. *Política de telecomunicaciones*, 43 (7). <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2019.01.004>

- Cevallos-Robalino, D., Reyes-Morales, N., & Rubio-Neira, M. (2020). Evolución e impacto de la infodemia en la población infantil en tiempos de COVID-19. *Revista Panamericana de Salud Pública*, 45, 1. <https://doi.org/10.26633/rpsp.2021.38>
- Ciminelli, G. & García-Mandicó, S. (2020). COVID-19 en Italia: un análisis de los datos del registro de defunción. *Journal of Public Health (Reino Unido)* , 42 (4), 723–730. <https://doi.org/10.1093/pubmed/fdaa165>
- Diviu-Miñarro, C. & Cortiñas-Rovira, S. (2020). Cómo comunicar una pandemia a la sociedad: la visión de los profesionales. Estudio de caso de la Covid-19 en el sur de Europa. *El Profesional de La Información* . <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.12>
- Eysenbach, G. (2002, 15 de diciembre). Infodemiología: la epidemiología de la (mala) información. *Revista estadounidense de medicina*. [https://doi.org/10.1016/S0002-9343\(02\)01473-0](https://doi.org/10.1016/S0002-9343(02)01473-0)
- Fajardo, C & Rivas, R. (2020). La acción de la UE en España ante la “infodemia” de desinformación por el COVID-19. Universidad de Sevilla. 1-14. <https://hdl.handle.net/11441/101941>
- Finn, P. (2019). El impacto de las redes sociales en las ciencias y los trastornos de la comunicación: una necesidad de examen e investigación. *Perspectivas de los grupos de interés especial de ASHA*, 4 (2), 224-227. [https://doi.org/10.1044/2019\\_pers-st-2019-0001](https://doi.org/10.1044/2019_pers-st-2019-0001)
- Garattini, S., & Bertele ‘, V. (7 de julio de 2001). Adaptar la normativa europea sobre medicamentos a las necesidades de salud pública. *Lancet* . Elsevier BV [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(00\)05258-2](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(00)05258-2)
- Galvis, CA & Botero, LH (2012). Comunicación Pública: Mediaciones para la movilización social. *Observatorio*. <https://doi.org/10.15847/obsOBS642012555>

- Jandrić, P. (2020). Investigación postdigital en la época de Covid-19. *Ciencia y educación posdigital*, 2 (2), 233–238. <https://doi.org/10.1007/s42438-020-00113-8>
- Jiménez, V, Sanz, I, Prieto, P, Izquierdo, J. (2020). Infodemia y percepción del relato mediático: los estudiantes de periodismo en España ante la covid-19. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales* Vol. 16, nº 2, 2021, pp. 361-376. <https://doi.org/10.14198/OBETS2021.16.2.09>
- Kao, AC (2020, 1 de marzo). Del editor en jefe oscarizing parásito. *Revista de ética AMA. Asociación Médica de Estados Unidos*. <https://doi.org/10.1001/AMAJETHICS.2020.179>
- Magallón Rosa, R. (2018). Nuevos formatos de verificación. El caso de Maldito Buló en Twitter. *Sphera Publica*, 1(18), 41–65.
- Masters, K. (2020, 2 de junio). Respuesta a Newman et al. 2020: Uso de la imagen del dispositivo de tortura nazi en la academia digital. *Profesora de Medicina*. Taylor y Francis Ltd. <https://doi.org/10.1080/0142159X.2020.1750167>
- Merchant, RM & Lurie, N. (2020, 26 de mayo). Redes sociales y preparación para emergencias en respuesta al nuevo coronavirus. *JAMA - Revista de la Asociación Médica Estadounidense. Asociación Médica de Estados Unidos*. <https://doi.org/10.1001/jama.2020.4469>
- MINSA. (2017). ( Caf Digemid ). *Digemid-Minsa*, (1), 200–202.
- Leung, GM & Leung, K. (2020, 1 de abril). Crowdsourcing de datos para mitigar epidemias. *The Lancet Digital Health*. Elsevier Ltd. [https://doi.org/10.1016/S2589-7500\(20\)30055-8](https://doi.org/10.1016/S2589-7500(20)30055-8)
- Llewellyn, S. (2020, 25 de marzo). Covid-19: Cómo tener cuidado con la confianza y la experiencia en las redes sociales. *El BMJ*. Grupo editorial BMJ. <https://doi.org/10.1136/bmj.m1160>
- Lin, L. (2020). Más allá de la televisión enlatada. *VIEW Journal of European Television History and Culture*, 9 (17), 21. <https://doi.org/10.18146/view.224>

- López-Borrull, A. (2020). Fake news e infodemia científica durante la Covid-19, ¿dos caras de la misma crisis informacional? *Anuario ThinkEPI*, 14 . <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2020.e14e07>
- OMS. (2018). Medicina tradicional de la OMS. *Revista de Investigacion*, 10. Obtenido de [http://www.who.int/topics/traditional\\_medicine/definitions/es/](http://www.who.int/topics/traditional_medicine/definitions/es/)
- Oliver, SE (2017). Impacto político e informativo de las redes sociales: Esferas de actuación y comparación con los medios. *Analisi*, (56), 71–85. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3090>
- OPS. (2020). COVID-19 (doença causada pelo novo coronavírus). *Folha Informativa, mi19*, 1. Obtenido de [https://www.paho.org/bra/index.php?option=com\\_content&view=article&id=6101:covid19&Itemid=875](https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=6101:covid19&Itemid=875)
- OPS/OMS. (2020). Actualización Epidemiológica Nuevo coronavirus (COVID-19). *PAHO*, 1–9. Retrieved from <https://bit.ly/3b4RHwy>
- Parratt, J., Tavendale, R., O’Riordan, J., Parratt, D. & Swingler, R. (2008). Complejos inmunes séricos específicos de Chlamydia pneumoniae en pacientes con esclerosis múltiple. *Esclerosis múltiple*, 14 (3), 292–299. <https://doi.org/10.1177/1352458507083188>
- Real Academia Española. (2005). Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <https://www.rae.es/drae2001/incoativo>
- Rúas Araújo, X. & Casero-Ripollés, A. (2018). Comunicación política en la época de las redes sociales: lo viejo y lo nuevo, y más allá. *AdComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, (16), 21–24. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2018.16.2>
- Sangama, V & Carhuaricra, H. (2020). La automedicación frente a la pandemia del Covid-19 durante el aislamiento social en el distrito de San Juan de Lurigancho, durante los meses de Abril, Mayo y Junio del 2020. Repositorio

Institucional                      Universidad                      Roosevelt.                      1-55.  
<http://repositorio.uroosevelt.edu.pe/handle/ROOSEVELT/396>

Sterne JAC, Hernán MA, Reeves BC, Savović J, Berkman ND, Viswanathan M,... Higgins JPT. (2016). Riesgo de sesgo en estudios de intervenciones no aleatorizados (ROBINS-I): orientación detallada. *Bmj* , 355 (octubre), i4919.

Unidiversidad. (2020). La infodemia y el peligro de la desinformación durante la pandemia. Obtenido de <http://www.unidiversidad.com.ar/la-infodemia-y-el-peligro-de-la-desinformacion-en-tiempos-de-pandemia82>

Vacas Rodilla, E., Castell Dag, I., Sánchez Giralt, M., Pujol Algué, A., Pallarés Comalada, MC, & Balagué Corbera, M. (2015). Automedicación y ancianos. La realidad de un botiquín casero. *Atencion Primaria*, 41 (5), 1-6. <https://doi.org/10.1016/j.aprim.2008.09.018>

Valcárcel Siso, R. L. (2020). Verificación de hechos en tiempos de coronavirus. De la pandemia a la infodemia. *Revista de Estilos de Aprendizaje*, 13, 61–72. Retrieved from <http://revistaestilosdeaprendizaje.com/article/view/2171/3207>

Wiederhold, BK (2020, 1 de abril). Usar las redes sociales para nuestra ventaja: aliviar la ansiedad durante una pandemia. *Ciberpsicología, comportamiento y redes sociales*. Mary Ann Liebert Inc. <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.29180.bkw>

Zarocostas, J. (2020). Cómo luchar contra una infodemia. *Lancet (Londres, Inglaterra)*, 395 (10225), 676. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30461-X](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30461-X)

Zhao, D., Rosson, MB, Diakopoulos, NA, Shamma, DA, Perez, S., Katz, N,... Aradi, W. (2012). Hábitos de Usuarios de Internet en México. *Revisión de informática de ciencias sociales*, 1 (1), 1–10. Obtenido de <http://papers.ssrn.com/abstract=2276717>



Zerón, A. (2020). Pandemia e infodemia. *Revista de La Asociación Dental Mexicana*, 77 (4), 182-184. <https://doi.org/10.35366/9511>

## 11 Agradecimiento

En primer lugar, agradezco a Dios por que siempre estuvo a mi lado y me dio las fuerzas para vencer cada obstáculo en esta ardua etapa de mi vida y por que siempre esta y estará conmigo

A mis padres por darme la vida y por sus buenas enseñanzas, aunque no estén presente yo sé que estarían muy orgullosos de mi

A mis hijos porque son mi motor y motivo por quien emprendí esta tarea que me costó mucho esfuerzo y dedicación

A mi esposo por confiar en mí y porque en los momentos difíciles me animo a seguir

A mi hermana Matilde por su apoyo incondicional en el trayecto de mi carrera profesional

A la Q.F. Victoria Caballero Wuon allá en el cielo porque me animo a luchar hasta alcanzar mis metas

A los docentes de la USP por su apoyo, motivación y buenas enseñanzas para culminar mis estudios profesionales.

## 12 Anexos

### Anexo 1.

Autorización de la institución donde se va a realizar la recolección de los datos



Anexo 2.

Instrumentos de Recolección de Datos

**CARACTERIZACION SOCIODEMOGRÁFICA Y SOCIOECONOMICA**

<b>EVALUACIÓN DE AUTOMEDICACIÓN CAUSADA POR LA INFODEMIA DEL COVID-19, EN POBLADORES DE CATACAOS QUE ACUDIERON A LA BOTICA VIRGEN DE LA PUERTA. LEER ADECUADAMENTE Y MARCAR CON UNA "X"</b>		
<b>1). Género:</b> M ( ) F ( )		
<b>2). Edad:</b>		
<b>3). Ocupación:</b>		
Empleado ( )	Desempleado ( )	Trabajador independiente ( )
Pensionado ( )	Hogar ( )	Agricultor ( )
<b>4). Estado Civil:</b>		
Soltero ( )	Casado ( )	Divorciado ( )
Viudo ( )	Conviviente ( )	
<b>5). Lugar de residencia:</b>		
Rural ( )		
Urbana ( )		
<b>6). Grado de instrucción</b>		
Analfabeto ( )	Primaria ( )	Primaria incompleta ( )
Secundaria ( )	Secundaria incompleta ( )	Técnico completo ( )
Técnico incompleto ( )	Universidad completa ( )	Universidad incompleta ( )
<b>7). Ingreso mensual</b>		
( ) No tiene ingresos		
( ) De S/.650.00 a S/.900.00		
( ) De S/.901.00 a S/.1500.00		
( ) De S/.1501.00 a S/.2000.00		
( ) De S/.2001.00 a más		

FECHA: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_  
CÓD. PACIENTE: \_\_\_\_\_

## AUTOMEDICACIÓN CAUSADA POR LA INFODEMIA DEL COVID-19

### Instrucciones Generales

A continuación, se presentan 10 ítems referidos a la automedicación causada por la infodemia del Covid-19, se le agradece responder a todos ellos con sinceridad, no existen respuestas adecuadas, buenas o malas, marque con una “X” en el espacio que Ud. Considere pertinente:

Nunca	1	Algunas veces	2	Rara vez	3
Casi siempre	4	Siempre	5		

Nº	Automedicación causada por la infodemia del Covid-19	Alternativas de Respuesta				
		1	2	3	4	5
	Cuestionarios					
1	La infodemia influye en la compra de un medicamento.					
2	La publicidad de un medicamento en tiempos de pandemia dice toda la verdad.					
3	La publicidad de medicamentos en tiempos de pandemia influye en la automedicación.					
4	La información de los medicamentos en tiempos de pandemia, informa de los riesgos al consumir un medicamento sin receta médica.					
5	Se informa antes de consumir algún medicamento en tiempos de pandemia.					
6	Frecuenta mucho el Facebook y utiliza este como un medio de información, para la compra de un medicamento en este tiempo de pandemia.					
7	Frecuenta mucho el Instagram y utiliza este como un medio de información, para la compra de un medicamento en este tiempo de pandemia.					
8	Frecuenta mucho la radio y utiliza este como un medio de información, para la compra de un medicamento en este tiempo de pandemia.					
9	Frecuenta mucho la televisión y utiliza este como un medio de información, para la compra de un medicamento en este tiempo de pandemia.					
10	Ud. recomienda a sus familiares algún medicamento en tiempos de pandemia.					

## CONCIENCIA E INFLUENCIA DE LA INFODEMIA DEL COVID-19

### Instrucciones Generales

A continuación, se presentan 6 ítems referidos al nivel de conciencia e influencia de la infodemia del Covid-19. Se le agradece responder a todos ellos con sinceridad, marque con una "X" en el espacio que Ud. Considere pertinente:

#### 1. ¿Qué significa para Ud. el termino infodemia?

Información Verdadera ( )

Información fraudulenta ( )

#### 2. ¿Por qué motivos Ud. ingresa a las redes sociales en tiempos de pandemia del Covid-19?

Distracción ( )

Información ( )

Comunicación ( )

#### 2. ¿Qué sensación tiene Ud. con respecto a la información que brindan los medios de comunicación?

Seguridad ( )

Miedo ( )

Tranquilidad ( )

Inquietud ( )

#### 3. ¿El Covid-19, influye demasiado en su rutina diaria?

Nunca ( )

Algunas veces ( )

Rara vez ( )

Casi Siempre ( )

Siempre ( )

#### 4. ¿Ud. recomendaría a sus familiares y amigos el uso de algún medicamento que vio y/o escucho en algún medio de comunicación?

Si ( )

No ( )

#### 5. ¿Ud. confía en la información brindada en los medios de comunicación?

Si ( )

No ( )

### Anexo 3.

#### Validación de juicio de expertos y confiabilidad

**Evaluación de automedicación causada por la infodemia del Covid 19, en pobladores de Catacaos que acudieron a Botica Virgen de la Puerta, 2020.**

#### **INFORME DE VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO**

La validación de la ficha de recolección se realizó por juicio de expertos, para lo cual participaron 3 expertos en el área.

#### JUICIO DE EXPERTOS

Nombres y Apellidos: Leon Tello Tania Janeth. N° Experto: 1. Grado Académico: Magister. Fecha: 02 noviembre 2022

Teniendo como basa los criterios que a continuación se presenta le solicitamos su opinión sobre la ficha de recolección que se adjunta. Marque con una X (aspa) en SI o NO en cada criterio según su opinión. Marque SI, cuando el ítem cumpla con el criterio señalado o NO cuando no cumpla con el criterio. Tenga a bien anotar sus observaciones y sugerencias en los espacios correspondientes.

CRITERIOS	SI	NO	OBSERVACIONES
1. La ficha de recolección recoge la información que permite dar respuesta al problema de investigación.	X		
2. La ficha de recolección responde a los objetivos de la investigación.	X		
3. La ficha de recolección responde a la operacionalización de la variable.	X		
4. La estructura de la ficha de recolección es adecuada.	X		
5. La secuencia presentada facilita el llenado de la ficha de recolección.	X		
6. Los ítems son claros y comprensibles para la recopilación.	X		
7. El número de ítems es adecuado para la recopilación.	X		
8. Se debería de incrementar el número de ítems en la ficha de recolección.	X		
9. Se debe eliminar algunos ítems en la ficha de recolección.	X		

Aportes y/o sugerencias para mejorar el instrumento.



Firma de experto

DNI N.º 41592319

**Evaluación de automedicación causada por la infodemia del Covid 19, en pobladores de Catacaos que acudieron a Botica Virgen de la Puerta, 2020.**

**INFORME DE VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO**

La validación de la ficha de recolección se realizó por juicio de expertos, para lo cual participaron 3 expertos en el área.

**JUICIO DE EXPERTOS**

Nombres y Apellidos: Cisneros Hilario Cesar Braulio. N° Experto: 2. Grado Académico: Magister. Fecha: 06 setiembre 2022

Teniendo como basa los criterios que a continuación se presenta le solicitamos su opinión sobre la ficha de recolección que se adjunta. Marque con una X (aspa) en SI o NO en cada criterio según su opinión. Marque SI, cuando el ítem cumpla con el criterio señalado o NO cuando no cumpla con el criterio. Tenga a bien anotar sus observaciones y sugerencias en los espacios correspondientes.

CRITERIOS	SI	NO	OBSERVACIONES
1. La ficha de recolección recoge la información que permite dar respuesta al problema de investigación.	X		
2. La ficha de recolección responde a los objetivos de la investigación.	X		
3. La ficha de recolección responde a la operacionalización de la variable.	X		
4. La estructura de la ficha de recolección es adecuada.	X		
5. La secuencia presentada facilita el llenado de la ficha de recolección.	X		
6. Los ítems son claros y comprensibles para la recopilación.	X		
7. El número de ítems es adecuado para la recopilación.	X		
8. Se debería de incrementar el número de ítems en la ficha de recolección.	X		
9. Se debe eliminar algunos ítems en la ficha de recolección.	X		

Aportes y/o sugerencias para mejorar el instrumento.

---

---

**Firma de experto**

**DNI N.º 40245434**



**Evaluación de automedicación causada por la infodemia del Covid 19, en pobladores de Catacaos que acudieron a Botica Virgen de la Puerta, 2020.**

**INFORME DE VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO**

La validación de la ficha de recolección se realizó por juicio de expertos, para lo cual participaron 3 expertos en el área.

**JUICIO DE EXPERTOS**

Nombres y Apellidos: Torres Solano, Carol Giovanna. N° Experto: 3. Grado Académico: Doctor  
Fecha: 02 setiembre 2022

Teniendo como basa los criterios que a continuación se presenta le solicitamos su opinión sobre la ficha de recolección que se adjunta. Marque con una X (aspa) en SI o NO en cada criterio según su opinión. Marque SI, cuando el ítem cumpla con el criterio señalado o NO cuando no cumpla con el criterio. Tenga a bien anotar sus observaciones y sugerencias en los espacios correspondientes.

CRITERIOS	SI	NO	OBSERVACIONES
1. La ficha de recolección recoge la información que permite dar respuesta al problema de investigación.	X		
2. La ficha de recolección responde a los objetivos de la investigación.	X		
3. La ficha de recolección responde a la operacionalización de la variable.	X		
4. La estructura de la ficha de recolección es adecuada.	X		
5. La secuencia presentada facilita el llenado de la ficha de recolección.	X		
6. Los ítems son claros y comprensibles para la recopilación.	X		
7. El número de ítems es adecuado para la recopilación.	X		
8. Se debería de incrementar el número de ítems en la ficha de recolección.	X		
9. Se debe eliminar algunos ítems en la ficha de recolección.	X		

Aportes y/o sugerencias para mejorar el instrumento.



**Firma de experto**

**DNI N.º 32945035**

#### Anexo 4.

#### Alfa de Cronbach

#### Variable independiente: infodemia

		N	%
Casos	Válido	107	100.0
	Excluido <sup>a</sup>	0	0.0
Total		107	100.0

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,826	6

#### Variable dependiente: Automedicación

		N	%
Casos	Válido	107	100.0
	Excluido <sup>a</sup>	0	0.0
Total		107	100.0

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,822	10

**Anexo 5.**

Matriz de consistencia

Problema	Variables	Objetivos	Hipótesis	Metodología
<p>¿Se podrá evaluar la automedicación causada por la infodemia del Covid-19, en pobladores de Catacaos que acudieron a botica Santísima Virgen de la Puerta?</p>	<p>Infodemia</p> <p>Automedicación</p>	<p><b>Objetivo general</b> Determinar como la infodemia del covid 19 influye en la automedicación de los pobladores que acudieron a la botica virgen de la Puerta, 2020</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definir el perfil socioeconómico de las personas que acudieron a la a la botica virgen de la puerta en tiempos de covid 19, 2020</li> <li>2. Identificar los principales factores que influyeron en la automedicación de los pobladores que acudieron a la botica virgen de la puerta en tiempos de covid 19, durante el 2020</li> <li>3. Identificar las actitudes que tuvieron los pobladores que acudieron a la botica virgen de</li> </ol>	<p>La infodemia del covid 19 influye en la automedicación de los pobladores de Catacaos, que acudieron a la botica Virgen de la Puerta, durante el 2020</p>	<p><b>Tipo de Investigación:</b> Básica</p> <p><b>Diseño de Investigación:</b> Correlacional - Descriptivo</p> <p><b>Población:</b> 470 personas</p> <p><b>Muestra:</b> 107 personas que cumplen los criterios de inclusión</p> <p><b>Técnica e Instrumento de recolección de datos</b></p>

		la puerta en tiempos de covid 19, durante el 2020		Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
--	--	--	--	---

## **Anexo 6.**

### Consentimiento informado

#### **DECLARACIÓN DE CONSENTIMIENTO INFORMADO DEL PACIENTE. Programa evaluación de automedicación causada por la infodemia del covid-19, en pobladores del distrito de Catacaos que acudieron a la botica virgen de la puerta. USP-PIURA.**

Declaración del paciente

Yo.....identificado con DNI  
.....como morador del distrito de Catacaos-Piura. luego de haber escuchado la explicación sobre el desarrollo del cuestionario para una investigación titulada “Evaluación de automedicación causada por la infodemia del covid-19, en pobladores del distrito de Catacaos que acudieron a la botica virgen de la puerta y habiendo comprendido el objetivo de la investigación, así como la confidencialidad de los datos que entregaré, acepto participar libremente del presente trabajo de investigación que está a cargo de la bachiller: Silva Sarmiento María Tionila.

---

Firma

## Anexo 7.

### Base de datos

N°	SE 01	SE 02	SE 03	SE 04	SE 05	SE 06	SE 07	AU 01	AU 02	AU 03	AU 04	AU 05	AU 06	AU 07	AU 08	AU 09	AU 10	IF 01	IF 02	IF 03	IF 04	IF 05	IF 06
1	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	4,00	2,00	5,00	2,00	5,00	2,00	2,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00
2	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	5,00	1,00	5,00	1,00	5,00	1,00	1,00	2,00	2,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00
3	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	4,00	5,00	5,00	1,00	5,00	1,00	1,00	3,00	2,00	1,00	2,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00
4	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	5,00	3,00	3,00	2,00	5,00	1,00	1,00	2,00	5,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	1,00	1,00
5	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	5,00	5,00	1,00	5,00	5,00	2,00	2,00	2,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	1,00	1,00
6	1,00	1,00	3,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	3,00	5,00	1,00	5,00	2,00	1,00	2,00	2,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	1,00	1,00
7	2,00	1,00	3,00	1,00	1,00	2,00	1,00	5,00	2,00	5,00	1,00	5,00	1,00	1,00	1,00	1,00	3,00	2,00	1,00	2,00	2,00	1,00	1,00
8	2,00	1,00	3,00	3,00	1,00	2,00	1,00	5,00	2,00	5,00	2,00	5,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	1,00	1,00
9	2,00	1,00	3,00	3,00	1,00	2,00	1,00	2,00	3,00	5,00	2,00	5,00	3,00	2,00	1,00	3,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00
10	2,00	1,00	3,00	3,00	1,00	2,00	1,00	5,00	1,00	4,00	2,00	4,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00
11	2,00	1,00	3,00	3,00	1,00	2,00	1,00	5,00	2,00	5,00	1,00	4,00	3,00	1,00	2,00	2,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00
12	2,00	1,00	4,00	3,00	1,00	2,00	1,00	5,00	2,00	5,00	1,00	5,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00
13	2,00	1,00	4,00	3,00	1,00	2,00	1,00	5,00	2,00	5,00	2,00	5,00	2,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00
14	2,00	2,00	4,00	3,00	1,00	2,00	1,00	5,00	2,00	5,00	1,00	2,00	2,00	2,00	1,00	2,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00
15	2,00	2,00	4,00	3,00	1,00	2,00	1,00	4,00	2,00	5,00	1,00	4,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00
16	2,00	2,00	4,00	3,00	1,00	2,00	1,00	5,00	1,00	5,00	2,00	4,00	2,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
17	2,00	2,00	4,00	3,00	1,00	3,00	1,00	2,00	2,00	5,00	1,00	5,00	2,00	2,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
18	2,00	2,00	4,00	4,00	2,00	4,00	1,00	2,00	1,00	5,00	2,00	4,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
19	2,00	3,00	4,00	4,00	2,00	4,00	1,00	4,00	2,00	5,00	1,00	4,00	2,00	2,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	3,00	2,00	2,00
20	2,00	3,00	4,00	4,00	2,00	4,00	2,00	5,00	2,00	5,00	2,00	5,00	4,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	3,00	2,00	2,00
21	2,00	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00	2,00	4,00	2,00	5,00	2,00	4,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	3,00	2,00	2,00
22	2,00	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00	2,00	5,00	1,00	4,00	2,00	4,00	2,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	3,00	3,00	2,00	2,00

23	2,00	4,00	4,00	4,00	2,00	5,00	2,00	5,00	1,00	4,00	2,00	4,00	2,00	2,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	3,00	3,00	2,00	2,00
24	2,00	4,00	4,00	4,00	2,00	5,00	2,00	5,00	2,00	2,00	2,00	4,00	2,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	3,00	3,00	2,00	2,00
25	2,00	4,00	5,00	4,00	2,00	5,00	2,00	4,00	3,00	4,00	2,00	4,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	3,00	3,00	2,00	2,00
26	2,00	5,00	5,00	4,00	2,00	5,00	2,00	4,00	2,00	5,00	2,00	4,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	3,00	3,00	2,00	2,00
27	1,00	5,00	5,00	4,00	1,00	5,00	2,00	5,00	2,00	4,00	2,00	5,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	3,00	3,00	2,00	2,00
28	2,00	5,00	5,00	4,00	2,00	6,00	2,00	5,00	2,00	5,00	2,00	4,00	1,00	1,00	2,00	2,00	1,00	2,00	2,00	3,00	3,00	2,00	2,00
29	1,00	5,00	5,00	4,00	1,00	7,00	2,00	5,00	2,00	4,00	2,00	5,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	3,00	3,00	2,00	2,00
30	2,00	5,00	5,00	4,00	2,00	8,00	2,00	5,00	4,00	5,00	2,00	5,00	1,00	1,00	1,00	1,00	5,00	2,00	2,00	3,00	4,00	2,00	2,00
31	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	4,00	2,00	5,00	1,00	4,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00
32	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	4,00	2,00	5,00	2,00	5,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00
33	1,00	1,00	3,00	1,00	1,00	2,00	1,00	5,00	2,00	4,00	1,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00
34	1,00	1,00	3,00	1,00	1,00	2,00	1,00	4,00	2,00	4,00	1,00	4,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00
35	1,00	1,00	3,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	1,00	2,00	5,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00
36	1,00	1,00	3,00	1,00	1,00	2,00	1,00	3,00	2,00	5,00	1,00	4,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00
37	1,00	1,00	4,00	1,00	1,00	2,00	1,00	3,00	1,00	5,00	1,00	5,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00
38	1,00	1,00	4,00	1,00	1,00	2,00	1,00	4,00	3,00	4,00	2,00	4,00	2,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00
39	1,00	1,00	4,00	2,00	1,00	2,00	1,00	5,00	4,00	5,00	3,00	5,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00
40	1,00	1,00	4,00	2,00	1,00	3,00	1,00	5,00	1,00	5,00	2,00	5,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00
41	1,00	1,00	4,00	2,00	1,00	3,00	1,00	4,00	2,00	5,00	1,00	4,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00
42	1,00	1,00	4,00	2,00	1,00	3,00	2,00	2,00	2,00	4,00	5,00	5,00	2,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00
43	1,00	2,00	4,00	2,00	1,00	4,00	2,00	4,00	2,00	5,00	2,00	5,00	2,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00
44	1,00	2,00	4,00	2,00	1,00	4,00	2,00	5,00	2,00	5,00	1,00	5,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
45	2,00	3,00	5,00	2,00	1,00	4,00	2,00	1,00	3,00	5,00	1,00	5,00	2,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
46	2,00	3,00	5,00	2,00	2,00	4,00	2,00	4,00	2,00	5,00	2,00	4,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	3,00	2,00
47	2,00	4,00	5,00	5,00	2,00	4,00	2,00	1,00	2,00	3,00	4,00	5,00	1,00	2,00	3,00	1,00	5,00	2,00	2,00	2,00	3,00	2,00	2,00
48	2,00	4,00	5,00	5,00	2,00	4,00	2,00	4,00	1,00	5,00	1,00	4,00	5,00	2,00	2,00	4,00	4,00	2,00	2,00	2,00	3,00	2,00	2,00

49	2,00	4,00	5,00	5,00	2,00	5,00	2,00	5,00	2,00	5,00	5,00	5,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	3,00	4,00	2,00	2,00
50	2,00	4,00	5,00	5,00	2,00	5,00	2,00	5,00	2,00	4,00	2,00	5,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	2,00	4,00	4,00	2,00	2,00
51	2,00	5,00	5,00	5,00	2,00	5,00	2,00	4,00	1,00	5,00	3,00	5,00	1,00	1,00	2,00	2,00	3,00	2,00	2,00	4,00	4,00	2,00	2,00
52	2,00	5,00	6,00	5,00	2,00	5,00	2,00	2,00	1,00	5,00	1,00	4,00	2,00	2,00	2,00	2,00	1,00	2,00	2,00	4,00	4,00	2,00	2,00
53	2,00	5,00	6,00	5,00	2,00	5,00	2,00	5,00	1,00	5,00	4,00	5,00	2,00	1,00	2,00	2,00	1,00	2,00	2,00	4,00	4,00	2,00	2,00
54	1,00	5,00	6,00	5,00	2,00	7,00	4,00	5,00	1,00	5,00	2,00	5,00	2,00	3,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	4,00	4,00	2,00	2,00
55	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	5,00	1,00	5,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
56	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	5,00	2,00	5,00	2,00	5,00	5,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
57	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	5,00	2,00	5,00	1,00	5,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
58	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	4,00	2,00	5,00	2,00	5,00	2,00	1,00	2,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00
59	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	1,00	5,00	5,00	2,00	2,00	1,00	5,00	5,00	5,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00
60	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	1,00	5,00	1,00	1,00	2,00	1,00	5,00	5,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	1,00	1,00
61	1,00	1,00	3,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	5,00	5,00	1,00	5,00	5,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	1,00	1,00
62	1,00	1,00	3,00	1,00	1,00	2,00	1,00	5,00	2,00	5,00	5,00	2,00	1,00	1,00	5,00	5,00	4,00	2,00	1,00	2,00	2,00	1,00	1,00
63	1,00	1,00	3,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	4,00	5,00	4,00	5,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	1,00	1,00
64	1,00	1,00	4,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	5,00	5,00	5,00	5,00	1,00	5,00	1,00	5,00	2,00	1,00	2,00	2,00	1,00	1,00
65	1,00	1,00	4,00	1,00	1,00	2,00	1,00	5,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	5,00	2,00	1,00	2,00	2,00	1,00	1,00
66	1,00	2,00	4,00	2,00	1,00	2,00	1,00	3,00	2,00	5,00	2,00	5,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	1,00	1,00
67	1,00	2,00	4,00	2,00	1,00	2,00	1,00	5,00	1,00	2,00	1,00	5,00	2,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	1,00	2,00	2,00	1,00	1,00
68	1,00	2,00	4,00	2,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	5,00	1,00	4,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	1,00
69	1,00	2,00	4,00	2,00	1,00	3,00	1,00	3,00	2,00	5,00	1,00	5,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	1,00
70	1,00	2,00	4,00	2,00	1,00	3,00	1,00	4,00	2,00	5,00	1,00	5,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	1,00
71	1,00	2,00	4,00	2,00	1,00	4,00	1,00	5,00	1,00	4,00	1,00	4,00	1,00	1,00	1,00	1,00	5,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	1,00
72	1,00	2,00	4,00	2,00	1,00	4,00	1,00	4,00	2,00	4,00	1,00	4,00	4,00	1,00	2,00	4,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	1,00
73	1,00	2,00	4,00	2,00	1,00	4,00	1,00	2,00	2,00	5,00	2,00	4,00	5,00	1,00	2,00	2,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00
74	1,00	2,00	4,00	2,00	1,00	4,00	1,00	5,00	2,00	5,00	2,00	5,00	4,00	2,00	1,00	3,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00



75	1,00	2,00	4,00	2,00	1,00	4,00	1,00	3,00	2,00	5,00	2,00	5,00	1,00	3,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
76	1,00	2,00	4,00	2,00	1,00	4,00	1,00	5,00	2,00	5,00	2,00	5,00	2,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
77	1,00	2,00	4,00	2,00	1,00	4,00	1,00	4,00	1,00	5,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
78	1,00	2,00	4,00	2,00	1,00	4,00	1,00	5,00	1,00	5,00	5,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
79	1,00	2,00	4,00	2,00	1,00	4,00	1,00	5,00	5,00	4,00	5,00	2,00	5,00	5,00	1,00	1,00	5,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
80	1,00	2,00	4,00	2,00	1,00	4,00	1,00	2,00	2,00	5,00	5,00	5,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
81	1,00	2,00	4,00	2,00	1,00	4,00	1,00	5,00	5,00	1,00	5,00	5,00	1,00	1,00	1,00	1,00	5,00	2,00	2,00	2,00	3,00	2,00	2,00
82	1,00	3,00	4,00	2,00	1,00	5,00	1,00	5,00	1,00	4,00	5,00	5,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	3,00	2,00	2,00
83	1,00	3,00	4,00	2,00	1,00	5,00	1,00	5,00	1,00	5,00	1,00	1,00	1,00	1,00	5,00	5,00	5,00	1,00	2,00	2,00	3,00	2,00	2,00
84	1,00	3,00	4,00	2,00	1,00	5,00	1,00	5,00	1,00	5,00	2,00	5,00	1,00	1,00	1,00	1,00	5,00	1,00	2,00	2,00	3,00	2,00	2,00
85	1,00	3,00	4,00	2,00	2,00	5,00	2,00	5,00	1,00	5,00	5,00	5,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	3,00	2,00	2,00
86	1,00	3,00	4,00	2,00	2,00	5,00	2,00	5,00	1,00	5,00	5,00	5,00	5,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	3,00	2,00	2,00
87	1,00	3,00	4,00	2,00	2,00	5,00	2,00	5,00	1,00	5,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	3,00	2,00	2,00
88	1,00	3,00	4,00	2,00	2,00	5,00	2,00	5,00	1,00	5,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	3,00	2,00	2,00
89	1,00	3,00	4,00	5,00	2,00	5,00	2,00	4,00	1,00	5,00	5,00	5,00	5,00	1,00	4,00	4,00	5,00	1,00	2,00	2,00	3,00	2,00	2,00
90	1,00	3,00	5,00	5,00	2,00	5,00	2,00	4,00	3,00	5,00	3,00	4,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	3,00	2,00	2,00
91	1,00	3,00	5,00	5,00	2,00	5,00	2,00	5,00	2,00	5,00	2,00	4,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	4,00	2,00	2,00
92	1,00	3,00	5,00	5,00	2,00	5,00	2,00	4,00	2,00	4,00	1,00	2,00	2,00	1,00	2,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	4,00	2,00	2,00
93	1,00	3,00	5,00	5,00	2,00	6,00	2,00	5,00	2,00	5,00	1,00	4,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	3,00	2,00	4,00	2,00	2,00
94	1,00	4,00	5,00	5,00	2,00	7,00	2,00	4,00	3,00	5,00	1,00	4,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	3,00	2,00	4,00	2,00	2,00
95	1,00	4,00	5,00	5,00	2,00	7,00	2,00	5,00	1,00	5,00	5,00	1,00	1,00	1,00	1,00	3,00	1,00	2,00	3,00	2,00	4,00	2,00	2,00
96	1,00	4,00	5,00	5,00	2,00	7,00	2,00	4,00	2,00	5,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	3,00	3,00	4,00	2,00	2,00
97	1,00	4,00	5,00	5,00	1,00	7,00	2,00	1,00	2,00	5,00	4,00	5,00	5,00	1,00	4,00	4,00	1,00	2,00	3,00	3,00	4,00	2,00	2,00
98	1,00	4,00	5,00	5,00	2,00	7,00	2,00	5,00	2,00	4,00	5,00	5,00	1,00	2,00	4,00	1,00	1,00	2,00	1,00	4,00	5,00	2,00	2,00
99	1,00	4,00	5,00	5,00	1,00	8,00	2,00	2,00	2,00	2,00	5,00	5,00	1,00	4,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	4,00	5,00	2,00	2,00
100	2,00	4,00	5,00	1,00	2,00	8,00	2,00	5,00	5,00	5,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	3,00	4,00	5,00	2,00	2,00

101	2,00	4,00	5,00	2,00	1,00	8,00	3,00	1,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	4,00	5,00	2,00	2,00
102	2,00	5,00	6,00	1,00	2,00	8,00	4,00	5,00	2,00	1,00	5,00	5,00	1,00	1,00	2,00	2,00	5,00	2,00	2,00	4,00	5,00	2,00	2,00
103	2,00	5,00	6,00	2,00	1,00	8,00	4,00	2,00	1,00	5,00	5,00	5,00	2,00	1,00	2,00	5,00	5,00	2,00	3,00	4,00	5,00	2,00	2,00
104	2,00	5,00	6,00	1,00	2,00	8,00	4,00	5,00	2,00	5,00	3,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	5,00	2,00	1,00	4,00	5,00	2,00	2,00
105	2,00	1,00	3,00	2,00	1,00	8,00	4,00	5,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	4,00	2,00	2,00	4,00	5,00	2,00	2,00
106	2,00	2,00	2,00	1,00	2,00	9,00	1,00	4,00	1,00	2,00	2,00	2,00	1,00	1,00	2,00	2,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
107	2,00	1,00	3,00	1,00	1,00	9,00	2,00	4,00	2,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00

## Anexo 8.

Constancia de similitud emitida por vicerrectorado de investigación



### DECLARATORIA DE CONFORMIDAD DEL ASESOR

Yo, **Carlos Esteban Cacha Salazar**, docente del programa profesional de **Farmacia y Bioquímica** de la Filial Piura, asesor de la de investigación denominada:

**Evaluación de automedicación causada por la infodemia del covid 19, en pobladores de Catacaos que acudieron a botica virgen de la puerta, 2020.**

Doy fe, que la investigación realizada por Maria Tionila Silva Sarmiento, cumple con los requisitos establecidos por la Universidad San Pedro y la Facultad de **Medicina Humana**, así como, constato que tiene un índice de similitud del **25 %**, verificable en el reporte del software anti plagio Turnitin.

El suscrito ha analizado la investigación y reporte concluyendo que cada una de las coincidencias encontradas no constituyen plagio alguno. Por lo que, de acuerdo con los requisitos establecidos y mi conocimiento, cumplen con todas las normas tales como el uso de citas, referencias, estructura y/o formatos establecidos por la Universidad San Pedro.

Chimbote, **07** de diciembre del 2022

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Cacha Salazar', is written over a faint circular stamp.

Carlos Esteban Cacha Salazar  
Asesor

Grado Académico: Magister

Código ORCID: 0000-0002-3169-5891

**Anexo 9.**

Evidencias fotográficas de la investigación













