



**Universidad  
Norbert Wiener**

**Facultad de Farmacia y Bioquímica  
Escuela Académico Profesional de Farmacia y  
Bioquímica**

**Redes sociales y automedicación frente a Covid-19  
en usuarios del mercado San Pedro del distrito  
San Martín de Porres 2021**

**Tesis para optar el Título profesional de Químico  
Farmacéutico**

**Presentado por:**

Abrigo Quispe, Claudia Elizabeth

**Código ORCID:** 0000-0001-7919-3244

De la Cruz Suclupe, Silvia Esther

**Código ORCID:** 0000-0001-6909-4277

**Asesor(a):** Dra. Ciquero Cruzado, Melida Mercedes

**Código ORCID:** 0000-0002-8163-3680

**Lima – Perú**

**2021**

## **Dedicatoria**

A Dios, quien siempre y en todo momento llena mi vida de bendiciones, por haberme dado fortaleza y salvo para continuar en lo adverso y sabiduría para permitirme culminar mi carrera profesional.

A mi madre y que está en el cielo, por guiarme en cada paso de mi vida dándome la fuerza suficiente para seguir adelante en los momentos más difíciles.

A mi abuelita Flavia Medina, por su apoyo incondicional y comprensión en todo momento, por sus consejos, por los valores brindados y por siempre impulsarme a ser mejor.

A mi esposo Ronald huisa, por su paciencia y palabras de aliento a lo largo de mi carrera, las cuales me ayudaron a lograr este objetivo.

A mi adorada hija Flavia Huisa, por ser mi principal motivación e inspiración en mi vida.

A mis docentes, por sus enseñanzas quienes con su arduo trabajo nos transmitieron sus conocimientos.

Bach. Claudia Elizabeth, Abrigo Quispe

Ante todo, dedico estas líneas de Agradecimiento a Dios por haberme dado la fuerza y fortaleza de seguir adelante con mis estudios hasta culminar mi carrera profesional.

A mis padres, Luciano de la Cruz A. y Natividad Suclupe S. Por todo su apoyo incondicional y comprensión, durante toda mi carrera, por sus consejos y orientación para tomar las mejores decisiones de seguir a delante.

A mis hermanos en especial a mi hermana. María L. de la cruz S, su esposo. Marcial Egusquiza M, por todos sus concejos y buenos deseos tanto en lo profesional como en la vida misma, por ser un ejemplo a seguir adelante, a luchar hasta trazar nuestras metas y dejar huellas en la vida que todo sacrificio tiene recompensa, sus menores hijas e hijo Leicy J, Maylin C. y Marco A. por todo el amor y cariño que me brindaron a lo largo de mi carrera profesional.

Bach. Silvia Esther de la cruz Suclupe

## **Agradecimiento**

Con gratitud a nuestro asesor Melida Ciquero, por apoyarnos, motivarnos, darnos consejos, recomendaciones y compartirnos su experiencia y conocimientos en el desarrollo de nuestra tesis.

A nuestra alma mater Universidad Norbert Wiener por brindarnos conocimientos en nuestra formación profesional como futuras Químico Farmacéuticos.

Br. Claudia Elizabeth, Abrigo Quispe

Br. Silvia Esther, de la cruz Suclupe

# ÍNDICE

|  |                               |
|--|-------------------------------|
| Dedicatoria.....                                     | ii                            |
| Agradecimiento .....                                 | iii                           |
| ÍNDICE DE TABLAS.....                                | vii                           |
| ÍNDICE DE FIGURAS.....                               | ix                            |
| RESUMEN.....   | x                             |
| ABSTRACT .....                                       | xi                            |
| INTRODUCCIÓN .....                                   | 1                             |
| <b>CAPÍTULO I: EL PROBLEMA .....</b>                 | <b>2</b>                      |
| <b>1.1. Planteamiento del problema .....</b>         | <b>2</b>                      |
| <b>1.2. Formulación del problema.....</b>            | <b>4</b>                      |
| 1.2.1. Problema general .....                        | 4                             |
| 1.2.2. Problemas específicos.....                    | 5                             |
| <b>1.3. Objetivos de la investigación.....</b>       | <b>6</b>                      |
| 1.3.1 Objetivo general.....                          | 6                             |
| 1.3.2 Objetivos específicos .....                    | 6                             |
| <b>1.4. Justificación de la investigación .....</b>  | <b>7</b>                      |
| 1.4.1 Teórica .....                                  | 7                             |
| 1.4.2 Metodológica .....                             | 7                             |
| 1.4.3 Práctica .....                                 | 7                             |
| <b>1.5. Delimitaciones de la investigación .....</b> | <b>7</b>                      |
| 1.5.1. Temporal.....                                 | ¡Error! Marcador no definido. |
| 1.5.2. Espacial.....                                 | ¡Error! Marcador no definido. |
| 1.5.3. Recursos.....                                 | ¡Error! Marcador no definido. |
| <b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....</b>               | <b>7</b>                      |
| <b>2.1. Antecedentes.....</b>                        | <b>8</b>                      |

|   |           |
|---|-----------|
| 2.1.1 Antecedentes Internacionales .....                            | 8         |
| 2.1.2 Antecedentes Nacionales .....                                 | 10        |
| 2.1.3. Antecedentes Nacionales locales .....                        | 12        |
| <b>2.2. Bases teóricas .....</b>                                    | <b>13</b> |
| 2.2.1. Redes sociales .....   | 13        |
| 2.2.2. Automedicación .....   | 14        |
| <b>2.3. Formulación de hipótesis .....</b>                          | <b>16</b> |
| 2.3.1. Hipótesis general .....                                      | 16        |
| 2.3.2. Hipótesis específicas.....                                   | 17        |
| <b>CAPITULO III: METODOLOGÍA .....</b>                              | <b>18</b> |
| <b>3.1. Método de la investigación .....</b>                        | <b>18</b> |
| <b>3.2. Enfoque de la investigación.....</b>                        | <b>18</b> |
| <b>3.3. Tipo de investigación .....</b>                             | <b>18</b> |
| <b>3.4. Diseño de la investigación .....</b>                        | <b>18</b> |
| <b>3.5. Población, muestra y muestreo.....</b>                      | <b>19</b> |
| <b>3.6. Variables y Operacionalización.....</b>                     | <b>20</b> |
| <b>3.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....</b>   | <b>22</b> |
| 3.7.1. Técnica.....   | 22        |
| 3.7.2. Descripción de instrumentos.....                             | 22        |
| 3.7.3. Validación.....  | 22        |
| 3.7.4. Confiabilidad .....  | 23        |
| <b>3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos.....</b>          | <b>23</b> |
| <b>3.9. Aspectos éticos.....</b>                                    | <b>23</b> |
| <b>CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS ....</b> | <b>24</b> |
| .....   | 24        |
| <b>4.1 Resultados.....</b>  | <b>24</b> |
| 4.1.1. Análisis descriptivo de resultados .....                     | 24        |

|  |           |
|--|-----------|
| 4.1.2. Prueba de hipótesis .....                                   | 35        |
| 4.1.3. Discusión de resultados .....                               | 46        |
| <b>5.1. Conclusiones</b> .....                                     | <b>53</b> |
| <b>5.2. Recomendaciones</b> .....                                  | <b>54</b> |
| <b>REFERENCIAS</b> .....   | <b>56</b> |
| <b>ANEXOS</b> .....  | <b>61</b> |
| <b>ANEXO N° 1: Matriz de Consistencia</b> .....                    | <b>62</b> |
| <b>ANEXO N°2: INSTRUMENTO</b> .....                                | <b>64</b> |
| <b>ANEXO N°3: CERTIFICADO DE VALIDEZ DE LOS INSTRUMENTOS</b> ....  | <b>67</b> |
| <b>ANEXO N° 4: ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO</b> ..... | <b>79</b> |
| <b>ANEXO N° 5: FORMATO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO</b> .....       | <b>80</b> |
| <b>ANEXO N° 6: INFORME DEL ASESOR DE TURNITIN</b> .....            | <b>81</b> |
| <b>ANEXO N° 7: EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DE CAMPO</b> .....          | <b>84</b> |

## ÍNDICE DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| <b>Tabla 1.</b> Sexo del encuestado.....   | 24 |
| <b>Tabla 2.</b> Edad del encuestado .....  | 25 |
| <b>Tabla 3.</b> Grado de instrucción.....  | 26 |
| <b>Tabla 4.</b> Tabla de distribución de las respuestas para la dimensión 1 – Facebook.                                    | 27 |
| <b>Tabla 5.</b> Tabla de distribución de las respuestas para la dimensión 2 - Tik Tok....                                  | 28 |
| <b>Tabla 6.</b> Tabla de distribución de las respuestas para la dimensión 3 – Instagram                                    | 29 |
| <b>Tabla 7.</b> Tabla de distribución de las respuestas para la dimensión 4 – WhatsApp                                     | 30 |
| <b>Tabla 8.</b> Tabla de distribución de las respuestas para la dimensión 1 –<br>Antimicrobiano.....                       | 31 |
| <b>Tabla 9.</b> Tabla de distribución de las respuestas para la dimensión 2 - Vitaminas                                    | 32 |
| <b>Tabla 10.</b> Tabla de distribución de las respuestas para la dimensión 3 –<br>Antigripales .....                       | 33 |
| <b>Tabla 11.</b> Tabla de distribución de las respuestas para la dimensión 4 –<br>Analgésicos no opiáceos.....             | 34 |
| <b>Tabla 12.</b> Prueba de normalidad .....  | 35 |
| <b>Tabla 13.</b> Interpretación del coeficiente de correlación de Rho de Spearman .....                                    | 36 |
| <b>Tabla 14.</b> Prueba de correlación de Spearman entre la automedicación y las Redes<br>Sociales.....                    | 37 |
| <b>Tabla 15.</b> Prueba de correlación de Spearman entre la variable automedicación y la<br>dimensión Facebook .....       | 38 |
| <b>Tabla 16.</b> Prueba de correlación de Spearman entre la variable automedicación y la<br>dimensión Tik Tok .....        | 39 |
| <b>Tabla 17.</b> Prueba de correlación de Spearman entre la variable automedicación y la<br>dimensión Instagram .....      | 40 |
| <b>Tabla 18.</b> Prueba de correlación de Spearman entre la variable automedicación y la<br>dimensión WhatsApp .....       | 41 |
| <b>Tabla 19.</b> Prueba de correlación de Spearman entre la variable redes sociales y la<br>dimensión Antimicrobiano ..... | 42 |
| <b>Tabla 20.</b> Prueba de correlación de Spearman entre la variable redes sociales y<br>dimensión Vitaminas .....         | 43 |

|  |    |
|--|----|
| <b>Tabla 21.</b> Prueba de correlación de Spearman entre la variable redes sociales y la dimensión antigripales.....             | 44 |
| <b>Tabla 22.</b> Prueba de correlación de Spearman entre la variable automedicación y la dimensión analgésicos no opiáceos ..... | 45 |
| <b>Tabla 23. Confiabilidad del instrumento</b> .....   | 79 |
| <b>Tabla 24.</b> Resumen de procesamiento de casos .....   | 79 |
| <b>Tabla 25.</b> Estadísticas de fiabilidad .....  | 79 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|   |    |
|---|----|
| <b>Figura 1.</b> Sexo del encuestado .....  | 24 |
| <b>Figura 2.</b> Edad del encuestado .....  | 25 |
| <b>Figura 3.</b> Grado de instrucción ..... | 26 |

## RESUMEN

**Objetivo:** Determinar la relación que existe entre las redes sociales y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021

**Metodología:** El presente estudio es de enfoque cuantitativo, correlacional, no experimental de corte transversal; técnica fue una encuesta, el instrumento fue un cuestionario aplicado a 364 usuarios. Los datos se analizaron con estadísticos descriptivos presentado en tablas y figuras.

**Resultados:** Demuestran un 53,6% que casi nunca consultan a Facebook antes que a un farmacéutico sobre los medicamentos que van a consumir, el 58,2% de usuarios casi nunca realizan búsqueda de medicamentos en la red social de “Tik Tok”, seguido de un 64,3% que indicaron que casi nunca las aplicaciones de delivery de medicamentos ligados a Instagram se adecuan a su estilo de vida, el 39,8% manifestaron que a veces es más fácil la adquisición de medicamentos por WhatsApp que de forma presencial, el 45,3% a veces cree que consumiendo antibióticos sin receta se combate el COVID-19, un 39,3% señaló que a veces consume vitamina C, el 41,2% de usuarios a veces prefiere elegir medicamentos antigripales vía internet porque tiene más opciones que en una botica de manera presencial y un 40,1% señalaron que casi siempre consumen paracetamol ibuprofeno y metamizol por recomendación en redes sociales.

**Conclusión:** Existe relación positiva moderada, ( $r = .459$ ;  $p = 0.000 < 0.05$ ) entre las redes sociales y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021.

**Palabras clave:** redes sociales, automedicación, COVID-19

## ABSTRACT

**Objective:** To determine the relationship between social networks and self-medication of COVID-19 in users of the San Pedro market in the district of San Martin de Porres 2021.

**Methodology:** The present study is a quantitative, correlational, non-experimental, cross-sectional approach; the technique was a survey, the instrument was a questionnaire applied to 364 users. Data were analyzed with descriptive statistics presented in tables and figures.

**Results:** 53.6% demonstrate that they almost never consult Facebook before a pharmacist about the medicines they are going to consume, 58.2% of users almost never search for medicines on the social network "Tik Tok", followed by 64.3% who indicated that almost never the applications of delivery of medicines linked to Instagram adapt to their lifestyle, 39.8% said that sometimes it is easier to acquire medicines by WhatsApp than in person, 45.3% sometimes believe that consuming antibiotics without a prescription fights COVID-19, 39.3% said that sometimes they consume vitamin C, 41.2% of users sometimes prefer to choose anti-influenza drugs via the internet because they have more options than in an apothecary in person and 40.1% said that they almost always consume paracetamol ibuprofen and metamizol by recommendation in social networks.

**Conclusion:** There is a moderate positive relationship, ( $r=.459$ ;  $p=0.000<0.05$ ) between social networks and self-medication against COVID-19 in users of the San Pedro market in the San Martin de Porres district 2021.

**Key words:** social networks, self-medication, COVID-19.

## INTRODUCCIÓN

La pandemia de SARS CoV-2 ha incitado la búsqueda y dispersión de datos de bienestar. En estos momentos, Internet es un extraordinario manantial de datos, estas informaciones no están controladas y su veracidad es problemática, para la mayoría de los usuarios es difícil emitir un juicio sobre la calidad inquebrantable de la información de la salud procedentes de la web. Los datos que se encuentran en Internet pueden impactar a los usuarios, sea como sea, ordinariamente necesitan una ayuda lógica. Esto se debe a que cualquiera puede transferir contenidos, lo que es un motivo de preocupación para el estado y los usuarios.

Esta investigación se realiza en varios capítulos para llegar al objetivo planteado.

En el capítulo I se tiene al planteamiento y la formulación del problema: ¿Qué relación existe entre las redes sociales y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021?

En el capítulo II se concreta la definición de redes sociales, automedicación, papel del profesional farmacéutico en la automedicación y errores habituales de la automedicación.

En el capítulo III se tiene la metodología, diseño, población, muestra y técnica de la investigación.

En el capítulo IV, se presenta los resultados y la discusión detallada de la investigación.

Por último, en el capítulo V, las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

## **CAPÍTULO I: EL PROBLEMA**

### **1.1. Planteamiento del problema**

Los medios de comunicación en línea, denominados comunicación interpersonal de largo alcance, comenzaron como una técnica para compartir datos y encuentros individuales y familiares con compañeros, familiares y otros. Estos medios han avanzado hasta convertirse en un método para compartir una amplia gama de datos y temas totalmente variados. Además, las organizaciones, el gobierno y las ONG se han unido a los medios de comunicación online para difundir e impactar de una manera alternativa y más cercana. Hoy en día, una parte de estos medios tiene incluso escenarios para la venta y, en todo caso, la venta de medicamentos, algo impensado originalmente sin embargo ha provocado una expansión de la automedicina (1)

La Organización Mundial de la Salud (OMS) indica que la autoprescripción es la determinación y utilización de recetas para tratar indicaciones o dolencias auto reconocidas sin consultar a un médico. Asimismo, incorpora la utilización o reutilización de fármacos previamente recetados o no usados, la compra directa de fármacos recetados sin consulta y el uso irracional de medicamentos sin receta. (OTC). Esta cuestión es un tema central en todo el mundo, que influye tanto en las naciones creadas como en las agrícolas, y se ha exacerbado con respecto a la actual pandemia de COVID-19, evitando las consultas médicas hospitalarias presenciales debido al temor de contagio, y esto sumado por la múltiple información del uso de medicamentos frente a COVID-19 en las diferentes plataformas digitales. (2,3)

En Sudáfrica el uso de Twitter publica aspectos negativos o positivos sobre el tratamiento y las vacunas frente a COVID-19.(4) En Corea del Sur (40%) utilizaron redes y foros de atención médica especializada, recomiendan no utilizar las redes sociales para la Farmacovigilancia.(5) China reveló una relación significativa de consumo de información de las redes sociales y los errores por parte de las personas que han influido a la hora del desarrollo y previsión de la patología.(6) En el noroeste de Inglaterra los pacientes con EPOC y los farmacéuticos trabajan con las redes sociales de los miembros más cercanos al paciente para apoyar en la medicación e informar al profesional de la salud eventos importantes. (7) En Italia el 76% de los estudios realizados evidencian un

creciente interés por el uso de aplicaciones en la automedicación. (8) Las webs en España transmiten información sobre medicamentos contra la COVID 19 y la mayoría de las instituciones hacen uso de ella para compartir información sobre medicamentos, recordando los datos para las alarmas de impacto de medicación desfavorable, sin embargo, la facilidad de disponer de medicamentos en las farmacias origina el uso indiscriminado de productos farmacéuticos. (9) En Estados Unidos se examinó 5193 artículos indicando que el apoyo de las redes sociales afectaba significativamente al trabajo sobre las consecuencias de consumo de Opioides, pero a pesar de ello, no se tiene un control estricto del uso de estos fármacos. (10) En México los jóvenes dedican 5 horas aproximadamente de su tiempo a Facebook, Messenger, Spotify, Google y WhatsApp. El 31% tiene más de una red social, originando manifestaciones patológicas tanto física como mental y siguiendo recomendaciones del consumo de medicamentos sin la asesoría de un profesional de la salud. (11) Por otro lado, en Brasil, existieron 329 noticias falsas relacionadas con la pandemia de COVID-19 a través de WhatsApp y Facebook también sobre la vacunación y tratamientos en un 20,1%, casos y defunciones un 19,5% y prevención 16,1%. Según Google Trends, las búsquedas sobre tratamientos sobre el COVID-9 aumentaron en un 34,3%. (12) En Colombia las redes sociales más utilizadas son WhatsApp, Instagram, YouTube, Twitter, Facebook, es la utilización de medicamentos avalados por el médico sin la medicina del especialista, entre ellos están la Ivermectina, Hidroxicloroquina, Aspirina, Azitromicina, vitamina C cuyo consumo era alentado masivamente por las redes sociales, poniendo en riesgo a pacientes con comorbilidades. (13)

En el Perú, las organizaciones interpersonales son sistemas gigantescos, efectivamente disponibles para la población y por lo tanto un canal decente de correspondencia exitoso para la autoridad pública en esta pandemia, sin embargo, hay distribuciones dirigidas a crear alarma, difundir remedios medicamentos no probados y noticias sorprendentemente falsas a la población. (14)

Se observa que el 47,7% de los encuestados se autocura con Ivermectina, el 72,6% son mujeres, el 50,5% tienen entre 18 y 28 años, el 75,80% son de grado superior, el 57,1% tienen una plaza con personal de bienestar, el 81,1% experimentan los efectos nocivos de las morbilidades y el 53,5% consideran la autocura como un medio profiláctico. (15) La pandemia de COVID-19 trajo desinformación por las redes sociales, comprobándose que

la Azitromicina es un antimicrobiano de ingeniería y combate las contaminaciones bacterianas creadas por COVID-19 y que la Hidroxicloroquina y la ivermectina necesitan exámenes adecuados para demostrar su viabilidad contra COVID-19. Del mismo modo el uso de tratamientos alternativos como el ajos, kion y miel son calmantes y antimicrobianos pero no garantizan un impacto en el COVID-19.(16)

En el contexto local en Lima Norte un estudio identificó que los fármacos más consumidos ordinariamente, autocurables, previo del comienzo de la epidemia eran los analgésicos (29,1%), los mitigadores (28,1%) y los antimicrobianos (27,6%); alrededor de la epidemia, los calmantes (39,2%), calmante (30,9%), los antiinfecciosos (21,6%), la ivermectina (5,7%) y la ivermectina en mezcla de distintos medicamentos (2,6%). (17).

Por otro lado, el aporte empírico se orienta en indicar que las principales redes sociales como Facebook, Instagram, WhatsApp y TikTok, tienen un impacto negativo en la realidad del contexto de la salud pública peruana, debido a que se ha vuelto un medio de conexión y difusión de toda clase de información respecto a medicamentos sin tener un control estricto por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) en relación a las propagandas farmacéuticas, recomendaciones por Youtubers o influencers que masifica la automedicación en las principales cadenas farmacéuticas del Perú orientados al uso irracional del medicamento.

Debido a lo mencionado en párrafos anteriores, las redes sociales pueden aportar información falsas si no se utilizan páginas fidedignas ocasionando automedicación, resistencia bacteriana, incumplimiento de los tratamientos y riesgo de muerte en pacientes con comorbilidades fomentando el uso irracional de medicamentos que se han utilizado en esta pandemia omitiendo la consulta médica es por ello que se pretende conocer si las organizaciones informales repercuten en la autodrogación en el escenario actual de la epidemia por COVID-19.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿Qué relación existe entre las redes sociales y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021?

### 1.2.2. Problemas específicos

- ¿Qué relación existe entre el uso de Facebook y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021?
- ¿Qué relación existe entre el uso de Instagram y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021?
- ¿Qué relación existe entre el uso de Tik Tok y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021?
- ¿Qué relación existe entre el uso de WhatsApp y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021?
- ¿Qué relación existe entre el uso de antimicrobianos y redes sociales frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021?
- ¿Qué relación existe entre el uso de vitaminas y redes sociales frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021?
- ¿Qué relación existe entre el uso de antigripales y redes sociales frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021?
- ¿Qué relación existe entre el uso de analgésicos no opiáceos y redes sociales frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021?

### **1.3. Objetivos de la investigación**

#### **1.3.1 Objetivo general**

Determinar la relación que existe entre las redes sociales y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

- Determinar la relación que existe entre el uso de Facebook y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021
- Determinar la relación que existe entre el uso de Instagram y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021
- Determinar la relación que existe entre el uso de Tik Tok y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021
- Determinar la relación que existe entre el uso de WhatsApp y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021
- Determinar la relación que existe entre el uso de antimicrobianos y redes sociales frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021
- Determinar la relación que existe entre el uso de vitaminas y redes sociales frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021
- Determinar la relación que existe entre el uso de antigripales y redes sociales frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021

- Determinar la relación que existe entre el uso de analgésicos no opiáceos y redes sociales frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021

#### **1.4. Justificación de la investigación**

##### **1.4.1 Teórica**

La presente investigación brindó información científica actualizada sobre la relación que poseen las redes sociales frente a la utilización de drogas con la enfermedad por COVID-19.

##### **1.4.2 Metodológica**

Para la presente investigación las herramientas que se servirán para llegar al objetivo planteado serán mediante un instrumento de tipo cuestionario(descriptivo) debidamente validado por un grupo de expertos en el área de la salud pública relacionada con la automedicación.

##### **1.4.3 Práctica**

Los resultados de este estudio proporcionaron de motivo para que las autoridades de la salud e instituciones gubernamentales instruyan a la población a no seguir con las recomendaciones del uso de medicamentos, sin previamente tener la asesoría de un profesional de la salud y estar aprobados por instituciones como la Food and Drug Administration (FDA), Dirección General de Medicamentos Insumos y Drogas (DIGEMID) o sus homólogos en los diferentes países.

#### **1.5. Limitaciones de la investigación**

El poco tiempo y acceso de las personas encuestadas por temor al contagio debido a la pandemia por COVID-19.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Antecedentes**

#### **2.1.1 Antecedentes Internacionales**

Wegbom A et al (2021) estimaron el grado de información, las causas, el predominio y los factores determinantes de los ensayos de autodroga para la anticipación y la terapia de la Covid-19 en Nigeria. Métodos: se realizó una encuesta transversal basada en la web entre junio y julio de 2020 entre la población nigeriana, utilizando un cuestionario autoinformado. El análisis estadístico de los análisis descriptivos, bivariados y multivariados se realizó mediante STATA 15. Resultados: Un total de 461 encuestados participaron en la encuesta. Prácticamente la totalidad de participantes disponían información adecuada sobre la prescripción (96,7%). El predominio general de la prescripción para la anticipación y la terapia de la Covid-19 era del 41%. Las variables que contribuyeron a ello fueron el temor a la basura o a la separación (79,5%), el temor al aislamiento (77,3%) y el temor a la contaminación o al contacto con un individuo dudoso (76,3%). Las razones próximas para la automedicación fueron enfermedad de emergencia (49,1%), retrasos en la recepción de los servicios hospitalarios (28,1%), distancia al establecimiento de salud (23%) y proximidad de la farmacia (21%). Las drogas que más se emplearon para la autoprescripción han sido la vitamina C y los multivitamínicos (51,8%) y los antipalúdicos (24,9%). Estos medicamentos se compraron principalmente en farmacias (73,9%). A partir del modelo de regresión logística multivariable, los hombres (OR: 0,79; IC del 95%: 0). Conclusión: El factor vital de esta revisión fue la utilización de varias prescripciones de venta libre para la anticipación (esencialmente nutrientes C y multivitaminas) y el tratamiento (antitoxinas / antimicrobianos) de la contaminación de la sierra COVID-19 por parte de nigerianos instruidos en su mayoría. Esto es así a pesar de su elevada información y del riesgo relacionado con la autoprescripción. Se recomienda implicar los puntos de venta de medicamentos, a los medios de comunicación y al ámbito local para ayudar a la utilización sana de los fármacos. (18)

Elayeh E, et al (2021) evaluaron patrones y factores que afectan las prácticas de automedicación en Jordania durante la pandemia. Métodos Esta investigación fue transversal que utilizó un cuestionario en línea que se desarrolló, puso a prueba y se distribuyó al público en general a través de varias plataformas de redes sociales. El cuestionario evaluó el tipo de fármacos y tratamientos utilizados para automedicarse, las razones de su automedicación y los factores que afectan sus prácticas. Resultados Un total de 1179 participantes (mujeres 46,4%) con una edad media de 32 (DE = 12,5) completaron el cuestionario. La prevalencia general del uso de al menos un producto para tratar o prevenir COVID-19 fue del 80,4%. Los productos más utilizados para automedicarse fueron la vitamina C (57,6%), seguida del paracetamol (51,9%), el zinc (44,8%) y la vitamina D (32,5%). El sexo femenino (odds ratio [OR]) = 1,603, el trabajo en el campo médico (OR = 1,697) y un historial de Covid-19 (OR = 2,026) fueron variables asociadas a la automedicación. Las fuentes más comunes de información de los participantes sobre medicamentos para prevenir o tratar COVID-19 fueron los periódicos (n = 519, 44,0%), seguidos de los farmacéuticos (43,4%), los amigos (33,8%) y las búsquedas en Internet como Google (30,7%). Conclusión: Este estudio identificó los principales medicamentos y suplementos utilizados durante COVID-19 y los motivos detrás de su uso. También identificó la fuente de información más influyente sobre el público durante la pandemia. La automedicación puede provocar un empeoramiento de la salud del paciente y retrasar la búsqueda de asesoramiento médico por parte de los profesionales sanitarios. Se deben realizar esfuerzos para ayudar a mitigar los riesgos de la automedicación mediante la participación activa de los farmacéuticos y a otras personas del grupo de asistencia sanitaria a fin de refutar las afirmaciones falsas sobre la droga, especialmente en los medios de comunicación. (19)

Nasir M et al (2020) en su revisión sobre la autoprescripción alrededor del episodio de Covid-19: un estudio transversal en línea encuesta en la ciudad de Dhaka. Métodos: Se dirigió una revisión transversal basada en la web de 626 residentes utilizando encuestas organizadas durante COVID-19 de abril a mayo de 2020 en la ciudad de Dhaka, para notar el predominio, el ejemplo y las fuentes de automedicación entre los encuestados de alto nivel financiero e instructivo. El

hallazgo indicó una incidencia de la autoprescripción en el episodio de Covid-19 fue del 88,33% y sólo 179 (28,29%) aceptaron medicamentos con la orientación de especialistas y el resto, 447 (71,40%), consumieron los medicamentos como “automedicados” por diferentes fuentes. Los medicamentos más utilizados por los médicos alrededor de la pandemia fueron la ivermectina (77,15%), la azitromicina (54,15%) y la doxiciclina (40,25%). Las indicaciones más conocidas para las que los encuestados se autocuraban eran fiebre, dolor de garganta y la sequedad de la garganta; un total de 105 (16,77%) encuestados tomaron los fármacos sin padecer algún efecto secundario. Casi 355 (85,33%) habían tomado medicamentos sin hacer ninguna prueba de COVID-19. Esto podría deberse a los sorprendentes problemas provocados por la alta conciencia de su bienestar y la capacidad de comprar medicamentos. Conclusiones: La revisión descubrió que las razones para la autodroga son las noticias sobre la dispersión, los impactos y las curas en los medios de comunicación, la web; la presión mental de la restricción y la desconexión, la inestabilidad y el frenesí debido a la deficiencia de las prescripciones y el apoyo al bienestar. (20)

### **2.1.2 Antecedentes Nacionales**

Matos, F. (2021) Evaluó los atributos de la autoprescripción en la población metropolitana que utiliza las comunidades informales Facebook Perú y el avance de la droga durante la pandemia COVID – 10 – 2021, utilizando la metodología: examen descriptivo, transversal, prueba probabilística comprando a 1089 ocupantes que utilizan Facebook, a los que se administró una encuesta computarizada. Resultados: Se valora que el 72%, no se compara con una fuerza de trabajo de bienestar, el 46% no experimenta los efectos nocivos de ninguna horribilidad, otro 16% experimenta los efectos nocivos del sobrepeso/agotamiento, el 67% se autosedan idealmente antes de la COVID-19, con analgésicos, otro 21% con antiinfecciosos y el 16% con calmantes; sea como fuere, antes de la COVID-19, el 30% se automedicaba especialmente con Ivermectina/antitoxina/calmante el 33%, el 59% está impactado por el avance de la medicación y el 33% por las grabaciones. Finales: La automedicación en los lientes de las organizaciones informales Facebook se encuentran en el 72% de una semejanza 1089 encuestados, entre las edades de 18 –

28, asimismo el 57% tienen un lugar con el sexo masculino y el 82% de los individuos se valoran ido a la educación avanzada. (21)

Lozano S. y Polo M (2021) Evaluaron el punto de vista de la autoprescripción con ivermectina debido a la posible apertura a COVID-19 en la población que utiliza organizaciones interpersonales. La metodología se relaciona con una revisión de tipo descriptivo, prospectivo, transversal utilizando el método de visión general y una estructura computarizada distribuida en una página de fans de Facebook y un ejemplo de 1089 clientes como instrumento. Resultados: Se encontró, por lo tanto, que el 47,7% de los encuestados se autocura con ivermectina, el sexo femenino el 72,6% entre las edades de 18 – 28 años 50,5%, además el 75,80% es de grado superior, el 57,1% tiene un lugar con la fuerza de trabajo de bienestar, el 81,1% experimenta los efectos de la morbilidad y el 53,5% considera la autocura como forma de prevención. Conclusiones: La consideración de la autoprescripción con ivermectina debido a la posible apertura a la COVID-19 en la población que utiliza organizaciones informales, se ve como un problema para los marcos de bienestar, mientras que la utilización sigue siendo dudosa dependiendo de la forma en que las normas restaurativas distintivas varían ampliamente en su sugerencia. (22)

Mestanza A y Tirado L (2021) evaluar el riesgo de padecer reacciones adversas en pobladores mayores de 18 años que se automedican en Farmacias y Boticas del distrito de Baños del Inca, Cajamarca 2020. La investigación es de nivel correlacional y cuenta con un diseño no experimental. Para la recolección de los datos se elaboró y validó un cuestionario conformado por 15 ítems que midieron aspectos como las características sociodemográficas, automedicación, factores relacionados a la automedicación y reacciones adversas de los antigripales. Este instrumento fue aplicado a 218 pobladores mayores de edad del distrito Baños del Inca alrededor de los meses marzo y abril del 2021. Los resultados demostraron que un 90, 83% (N=198) de los encuestados se automedican, el mayor factor que influye en la automedicación es la baja solvencia económica (41,92%; N = 83) y los antigripales más utilizadas por los pobladores son Panadol antigripal (70,71%; N = 140) y Nastizol compositum (14,65%; N = 29), además se determinó que las redes de comunicación a las que acuden los pobladores antes de automedicarse, son las redes

sociales (47,98%; N = 95), familiares y amigos (29,8%; N = 59) y la publicidad televisiva (20,20%; N = 40). Así mismo se pudo observar que los pobladores que admiten haber padecido alguna reacción adversa al consumir antigripales representan un 36,24% (N = 79). Tras el análisis estadístico, se halló un valor de 0,207 para el coeficiente de correlación de Pearson, lo que quiere decir que entre las variables existe una relación significativa directamente proporcional. (23)

### **2.1.3. Antecedentes Nacionales locales**

Castro R (2021) en su investigación acerca de las variables de la automedicina en medio de la pandemia de Covid-19 en clientes que asisten a los centros de trabajo de medicamentos de Ate. El presente estudio fue realizado mediante el método cualitativo, de tipo fenomenológico esencial, aplicando entrevistas internas y externas a través de video llamadas a los supervisores especializados de los centros de salud para adquirir información, completando organizaciones semánticas con el producto Atlas. Respecto a los resultados, se completó tribulación de las reuniones internas y externas, las agendas y las fotos, obteniendo 4 organizaciones semánticas por cada clasificación, observando que la ausencia de dinero y la experiencia son las avocaciones para la automedicina, además se observó que la fuente de datos más utilizada para buscar medicamentos fue internet, seguida por las comunidades informales, para esta situación Facebook, y que el medicamento más utilizado fue la azitromicina, así como el temor a la contaminación por COVID-19 fue la clase imaginativa como para la automedicina. (24)

Felix I y Orellana L (2021) determinaron las variables relacionadas con la autogestión a pesar de esta epidemia por Covid 19 en el asentamiento humano “Mi Perú” en la localidad de Ventanilla, Lima. La metodología empleada fue un estudio observacional, esclarecedora y transversal; empleándose un cuestionario de 20 preguntas a 130 ocupantes, entre septiembre y diciembre de 2020, donde se recogieron datos: económicos, información sobre la apertura a la epidemia por Covid 19, medicamentos más utilizados y las razones que llevan a la autoprescripción. Resultados: El 100% se autoprescribe por haber tenido relación con gente dudosa (21%), por trabajar en regiones de gran peligro (18%), por medida de prudencia (17%) e inspirado por un miedo paranoico a contraer la enfermedad (13%). Los medicamentos consumidos son azitromicina, la prednisona y el ibuprofeno, además

de otros. Concluyendo que las afecciones económicas, la apertura a la infección, la evitación, las organizaciones informales y el temor afectan a la autoprescripción. (26)

Julcarima E y Lima N (2020) Identificaron las variables que condicional la autoprescripción en medio de la pandemia en la localidad de Santa Anita – Lima 2020. La metodología empleada fue una investigación descriptiva. La población estuvo compuesta por los clientes de las farmacias de la localidad de Santa Anita, compuesta por clientes mayores de 18 años que se auto curaban, clientes deliberados que deseaban colaborar con la revisión, con ejemplo de 322 clientes de las farmacias de la zona de Santa Anita y se realizó un informe ilustrativo. Así, la autoprescripción en las variables que adaptaron autodroga en medio de la pandemia en los ocupantes de Santa Anita, división de Lima, resultó elevada entre las familias revisadas y comprende esa verdadera cuestión clínica general, por la impresión de distorsión y edad de pavor en la población, que fueron despertadas innegablemente por los familiares, compañeros, televisión y organizaciones informales, puesto que el conjunto de edades de 30 a 45 años fue el más grande modelo conocido y se dirige al 48%, trazado por el rango de edad de 18 a 29 años que se dirige al 31%, y por último el rango de edad de 46 a 60 años que se dirige al 21% de la población inspeccionada. Coincidiendo se trata de un sector menos indefensa contra la infección de Covid 19. (25)

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Redes sociales**

Los locales de comunicación persona a persona son aquellas administraciones online que permiten a la gente construir un balance público o semipúblico en una estructura obligada, articular una lista de varios clientes con los que comparten una filiación, y ver e inspeccionar su lista de afiliaciones y las de otros dentro del sistema. Lo que hace que los locales de interacción interpersonal sean interesantes no es que permitan a la gente conocer a personas ajenas, sino que permiten a los clientes hablar bien y hacer notar sus comunidades informales. Estas experiencias se producen con frecuencia entre “lazos latentes” que comparten alguna asociación desconectada. En

muchas de las grandes organizaciones informales, los miembros no esperan conocer a nuevas personas, sino que hablan con personas que ya forman parte de su comunidad informal. (27)

La base de las organizaciones informales consta de perfiles notables que muestran una lista verbalizada de compañeros que también son clientes del marco. Los perfiles son páginas individuales donde uno puede “pensar en sí mismo”. Después de unirse a una organización interpersonal, el individuo es abordado para terminar las estructuras con una progresión de preguntas que producen el perfil. Normalmente, un perfil incluye indicadores como la edad, el área, los intereses, un segmento “sobre mí” y una fotografía para transferir. (28)

El rápido giro y la extensión de internet y de las administraciones basadas en lo social envueltas en el pensamiento normal de la web 2.0 incita a la formación de otro espacio de interés para el examen, es decir, las organizaciones interpersonales en internet también llamadas redes virtuales o en línea. Las comunidades informales pueden ser mantenidas e introducidas por destinos de comunicación interpersonal de largo alcance como MySpace, LinkedIn o por implicación extraída de la información sobre la asociación de clientes, ejercicios o logros, por ejemplo, mensajes, visitas, sitios, páginas de inicio con hipervínculos, fotografías remarcadas en el marco de intercambio de medios interactivos, etc. (29) una organización interpersonal es la disposición de individuos o más bien sus retratos avanzados que aluden a clientes inscritos que están conectados por conexiones extraída de la información sobre sus ejercicios, la correspondencia normal o las conexiones directas recogidas en los Marcos basados en internet. Tanto las representaciones avanzadas nombradas en el papel de las personalidades de internet como sus conexiones pueden describirse de una amplia gama de maneras. Esta variedad hace que se desarrolle una visión amplia y consciente de la idea de las comunidades informales basadas en internet. (30)

### **2.2.2. Automedicación**

La prescripción se caracteriza por la adquisición y suministros de fármacos sin la indicación de un médico para la conclusión, terapia o la comprobación de la terapia que en general comprende los fármacos sin receta (OTC), Pero además incorpora los

medicamentos respaldados por el médico (POM), mientras que simultáneamente incorpora en la adquisición de fármacos por medio de la reutilización/reordenación de un medicamento pasado, la toma de recetas en la orientación de un familiar u otros, Hola esquema de medicamentos adicionales actualmente accesibles en el hogar. La auto prescripción con medicamentos de venta libre es una condición médica generalizada en todo el mundo y es generalmente conocida en las naciones emergentes. Los diseños de auto prescripción cambian entre varias poblaciones y se ven afectados por diferentes cualidades, como la edad, el sexo, el pago y el uso, la dirección de autocuidado, el nivel de instrucción, la información clínica, el cumplimiento y la no gravedad de la enfermedad. (31,32)

### **Papel del profesional farmacéutico en la automedicación**

La automedicación es concebible debido a la presencia y accesibilidad a la población general de los fármacos sin receta (OTC). Los artículos sin receta requieren una correspondencia directa con el comprador para su trato, qué es la razón por la que las organizaciones de venta libre utilizan los medios de publicidad, así como tienen representantes de ventas que transmiten datos en las tiendas de medicamentos por conseguir ordenados proyectos poco comunes y cursos centrados en los vendedores de las cadenas de farmacias o fundaciones libres. (33) Recientemente, en los países del primer mundo se ha observado un patrón de entrega de la oferta de medicamentos disponibles desde hace no menos de 5 años, con lo que avanza la auto medicina fiable. Se trata de la información mediante la cual las personas perciben enfermedades o indicaciones en sí mismas y las tratan con medicamentos accesibles sin remedio. (34) en consecuencia, la administración de medicamentos debe limitarse a las farmacias, por así decirlo. Para cumplir los objetivos propuestos en la auto farmacia capaz y lograr la correcta consideración y control de un paciente en una determinada circunstancia de no bienestar o manifestación de infección, el especialista en medicamentos debe: (35,36)

- Proporcionar a los pacientes una farmacia de área local que sea competente por naturaleza para que los pacientes crean en el tipo de servicios médicos prestados.

- Proporcionar un lugar razonable en la farmacia donde el paciente pueda hacer preguntas al especialista en medicamentos sin que la discusión sea captada por otros presentes.
- Destacar la demostración del farmacéutico de forma constante.
- Deja que la sociedad en general reconozca la especialista en medicamentos como el experto que puede orientarles sobre la calidad la seguridad y la adecuación de las prescripciones.
- Respete siempre el código moral del experto y no incite a la sociedad en general a consumir y comprar medicamentos en cantidades mayores de las necesarias.
- No tome decisiones de asociados o de diferentes personas del grupo de bienestar que debiliten el juicio competente del especialista en medicamentos o, alternativamente, del médico.
- No descuidar la prescripción del paciente para aconsejar a un médico en el caso de que los efectos secundarios no se transmiten con el tratamiento demostrado (37)

### **Errores habituales de la automedicación**

Su facilidad de uso y la libre accesibilidad de los medicamentos de venta libre pueden conducir no solo a errores en su aplicación, sino también en la forma general de tratar la infección para la que se esperan. Los pacientes se auto sedán con fármacos sin receta, de igual manera emplean medicamentos recetados por profesionales. esta conducta provoca una utilización poco razonable de los medicamentos. los medicamentos más utilizados en la auto prescripción se indica a continuación, (38,39)

## **2.3. Formulación de hipótesis**

### **2.3.1. Hipótesis general**

Existe relación significativa entre las redes sociales y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021

### **2.3.2. Hipótesis específicas**

- Existe una relación significativa entre el uso de Facebook y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martin de Porres 2021
- Existe una relación significativa entre el uso de Instagram y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martin de Porres 2021
- Existe una relación significativa entre el uso de Tik Tok y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martin de Porres 2021
- Existe una relación significativa entre el uso de WhatsApp y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martin de Porres 2021
- Existe relación significativa entre el uso de antimicrobianos y redes sociales frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martin de Porres 2021
- Existe relación significativa entre el uso de vitaminas y redes sociales frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martin de Porres 2021
- Existe relación significativa entre el uso de antigripales y redes sociales frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martin de Porres 2021
- Existe relación significativa entre el uso de analgésicos no opiáceos y redes sociales frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martin de Porres 2021

## CAPITULO III: METODOLOGÍA

### 3.1. Método de la investigación

Este estudio usó el método hipotético deductivo que consiste en generar explicaciones particulares partiendo de explicaciones o conclusiones generales. (40)

### 3.2. Enfoque de la investigación

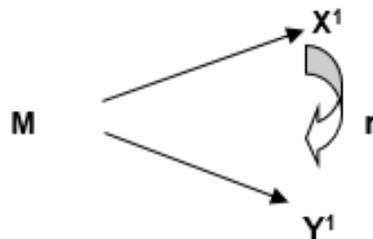
Corresponde a un enfoque cuantitativo, ya que se empleó la medición y cuantificación de resultados con la finalidad de generar hipótesis o teorías. (41)

### 3.3. Tipo de investigación

Básica, se retrata puesto que comienza en un marco teórico y permanece en él, con el objetivo de acrecentar la información lógica, aunque sin resaltarla con ningún aspecto práctico. De alcance correlacional porque permitirá estudiar la relación entre las variables redes sociales y automedicación sin necesidad de manipularlas. (42)

### 3.4. Diseño de la investigación

Diseño descriptivo, no se manipuló variable alguna, no experimental de corte transversal, debido a que se evaluaron las características de un evento determinado en una población específica y la recolección de datos se realizó en un momento específico, cuyo diseño fue (40)



- M = Muestra
- X<sub>1</sub> = Redes sociales
- Y<sub>1</sub> = Automedicación

- $r$  = Grado de relación entre ambas variables

### 3.5. Población, muestra y muestreo

- **Población**

Estuvo compuesta por 4000 usuarios que acuden al mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021

- **Muestra**

El tamaño de la muestra se obtuvo por medio del uso de la fórmula para poblaciones finitas con un nivel de confiabilidad de 95% (43).

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N-1) + (Z^2 * p * q)}$$

Donde:

Z: Nivel de confianza

n: tamaño de muestra

N: tamaño del universo (Población)

p y q: valores estadísticos de la población (varianza) cuando los parámetros son desconocidos (p=0.5 y q=0.5)

e: Error de estimación (de 0 a 5 %)

**Reemplazando valores:**

$$n = \frac{4 (4000) (0.5) (0.5)}{0.05^2 (3999) + 4 (0.5) (0.5)} \quad n = 364 \text{ usuarios}$$

**Criterio de inclusión**

- Usuarios mayores de edad
- Usuarios que acuden con frecuencia al mercado San Pedro
- Usuarios del distrito de San Martín de Porres
- Usuarios de ambos sexos
- Usuarios con acceso a internet

### Criterio de exclusión

- Usuarios menores de edad
  - Comerciantes ambulantes
  - Usuarios que no tienen cuenta en ninguna red social
  - Usuarios que no posean equipo celular
- **Muestreo**

El muestreo que se realizó fue de tipo no probabilístico debido a que se utilizaron criterios para determinar la muestra en estudio.

### 3.6. Variables y Operacionalización

#### Variable 1: Redes sociales

**Definición conceptual:** Son estructuras conformadas en internet por individuos o asociaciones que se interconectan en función de intereses o cualidades normales. a través de ellas, las conexiones entre personas u organizaciones se realizan rápidamente, sin cadena de importancia ni puntos de cortes reales.(44)

**Definición operacional:** Se realizó por medio de la encuesta, la relación de Facebook, Tik Tok, Instagram y WhatsApp sobre la automedicación

| Dimensiones | Indicadores   | Escala de medición | Escala valorativa  |
|-------------|---|--------------------|--|
| Facebook    | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Búsqueda de medicamentos</li><li>▪ Recomendación de personajes famosos</li><li>▪ Preferencia de consulta</li></ul>                        | Likert/<br>Ordinal | 1: Nunca<br>2: Casi nunca<br>3: A veces<br>4: Casi siempre<br>5: Siempre |
| Tik Tok     | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Prefiere consultar a Facebook</li><li>▪ Herramienta de aprendizaje</li><li>▪ Procedencia de los medicamentos</li></ul>                    |                    |  |
| Instagram   | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Búsqueda de medicamentos</li><li>▪ Adecua a su estilo de vida</li><li>▪ Preferencia de compra</li></ul>                                   |                    |  |
| WhatsApp    | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Facilidad de adquisición de medicamentos</li><li>▪ Consulta de medicamentos por videollamada</li><li>▪ Medicamentos en pandemia</li></ul> |                    |  |

**Variable 2:** Automedicación

**Definición conceptual:** El uso de fármacos en su propio impulso sin apenas intercesión con respecto al médico en ciclos como el análisis, la medicina o la supervisión del tratamiento.(45)

**Definición operacional:** Se realizó por medio de la encuesta, la identificación del uso de antimicrobianos, vitaminas, antigripales y analgésicos no opiáceos

| <b>Dimensiones</b>      | <b>Indicadores</b>  | <b>Escala de medición</b> | <b>Escala valorativa</b>   |
|-------------------------|---|---------------------------|--|
| Antimicrobianos         | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Consumo de antibióticos</li><li>▪ Consejos sobre antimicrobianos en plataformas virtuales</li><li>▪ Antibióticos frente a COVID-19</li></ul>                  | Likert/<br>Ordinal        | 1: Nunca<br>2: Casi nunca<br>3: A veces<br>4: Casi siempre<br>5: Siempre |
| Vitaminas               | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Consumo de vitamina C</li><li>▪ Vitaminas frente a COVID-19</li><li>▪ Compra de vitaminas por red social</li></ul>  |                           |  |
| Antigripales            | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Antigripales comerciales</li><li>▪ Antigripales frente a COVID-19</li><li>▪ Compra de antigripales por internet</li></ul>                                     |                           |  |
| Analgésicos no opiáceos | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Paracetamol, ibuprofeno, metamizol en redes sociales</li><li>▪ Recomendaciones del uso antipiréticos</li><li>▪ Consejos de medicamentos analgésicos</li></ul> |                           |  |

### 3.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

#### 3.7.1. Técnica

La técnica que se usó en este estudio comprende a una encuesta, que se compara con una búsqueda precisa de datos en la que el especialista obtiene algunos datos sobre la información que desea obtener, y después acumula esta información singular para adquirir la información total durante la evaluación.

#### 3.7.2. Descripción de instrumentos

La herramienta para la recolección de información del presente estudio fue un cuestionario, el mismo que fue validado mediante el juicio de expertos, especialistas en el área de estudio, luego fue sometido a un análisis de confiabilidad de consistencia interna.

- La primera sección corresponde a los datos demográficos de edad, sexo y grado de instrucción.
- La segunda sección corresponde a las preguntas divididas en 2 variables con sus respectivas dimensiones:
  - **Redes sociales:** Cuestionario conformado por 12 ítems referente a Facebook, Tik Tok, Instagram, WhatsApp. Son preguntas cerradas de opción múltiple tipo Likert, 1(Nunca), 2 (Casi nunca), 3 (A veces), 4 (Casi siempre) y 5 (Siempre), distribuida en 4 dimensiones.
  - **Automedicación:** Cuestionario conformado por 12 ítems referentes a los antimicrobianos, vitaminas, antigripales, analgésicos. Son preguntas cerradas de opción múltiple tipo Likert, 1(Nunca), 2 (Casi nunca), 3 (A veces), 4 (Casi siempre) y 5 (Siempre), distribuida en 4 dimensiones.

#### 3.7.3. Validación

Los instrumentos de tipo cuestionario, fueron sometidos a juicio de valoración por un grupo de expertos en la elaboración de instrumentos de investigación.

#### **3.7.4. Confiabilidad**

La confiabilidad del instrumento se estableció por medio del uso de la prueba de alfa de Cronbach, considerado como un análisis de consistencia interna.

#### **3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos**

Los datos se recolectaron mediante la aplicación del instrumento a la muestra en estudio, luego estos datos serán tabulados en una hoja de cálculo de tipo Excel, asimismo será analizado en un programa estadístico de tipo SPSS (Statistical Package for the Social Science) versión 27 para realizar la evaluación estadística descriptiva e inferencial correspondiente.

#### **3.9. Aspectos éticos**

La presente investigación se realizó tomando con cautela los datos personales que los usuarios encuestados proporcionaron y que serán exclusivamente con fines académicos. En cuanto a los principios bioéticos se considera: El principio de autonomía, de beneficencia, de no maleficencia y el de justicia.

## CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

### 4.1 Resultados

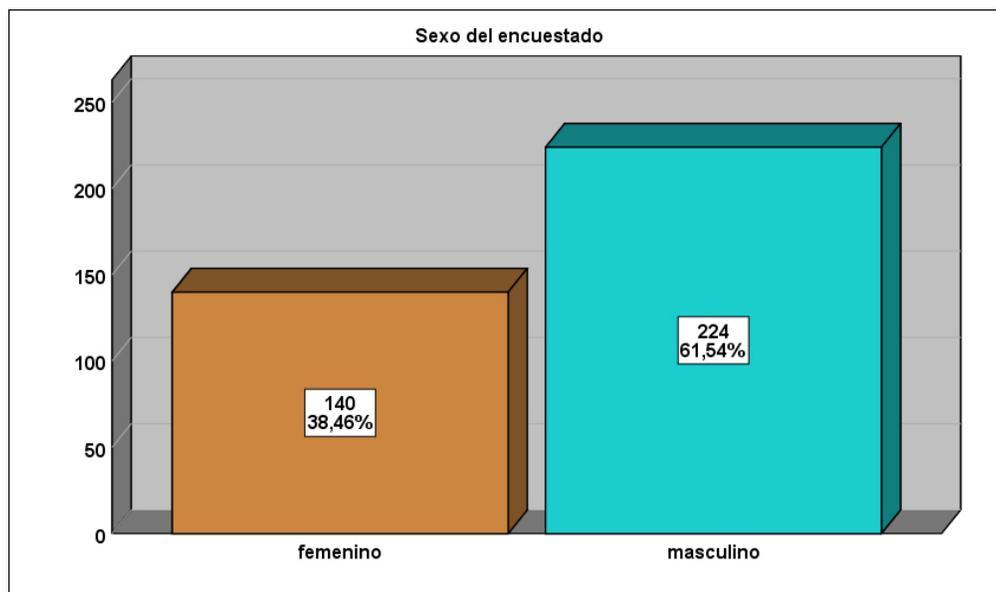
En las siguientes tablas y figuras se muestran los resultados de la investigación “Redes sociales y automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021, el cual se procede a detallar:

#### 4.1.1. Análisis descriptivo de resultados

**Tabla 1.** Sexo del encuestado

| Sexo del encuestado |           |            |            |                   |                      |
|---------------------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|                     |           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido              | femenino  | 140        | 38,5       | 38,5              | 38,5                 |
|                     | masculino | 224        | 61,5       | 61,5              | 100,0                |
|                     | Total     | 364        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 1.** Sexo del encuestado

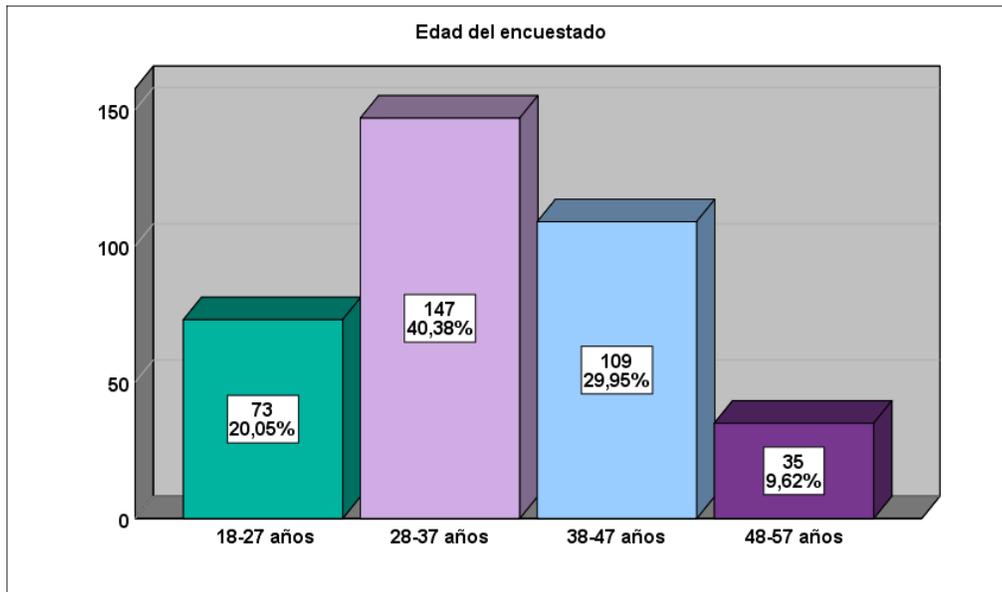
**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla 1 y figura 1, se muestran que existió un alto porcentaje del 61,5% para el sexo masculino y un 38,5% para el sexo femenino.

**Tabla 2.** Edad del encuestado

| <b>Edad del encuestado</b> |            |            |            |                   |                      |
|----------------------------|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|                            |            | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido                     | 18-27 años | 73         | 20,1       | 20,1              | 20,1                 |
|                            | 28-37 años | 147        | 40,4       | 40,4              | 60,4                 |
|                            | 38-47 años | 109        | 29,9       | 29,9              | 90,4                 |
|                            | 48-57 años | 35         | 9,6        | 9,6               | 100,0                |
|                            | Total      | 364        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 2.** Edad del encuestado

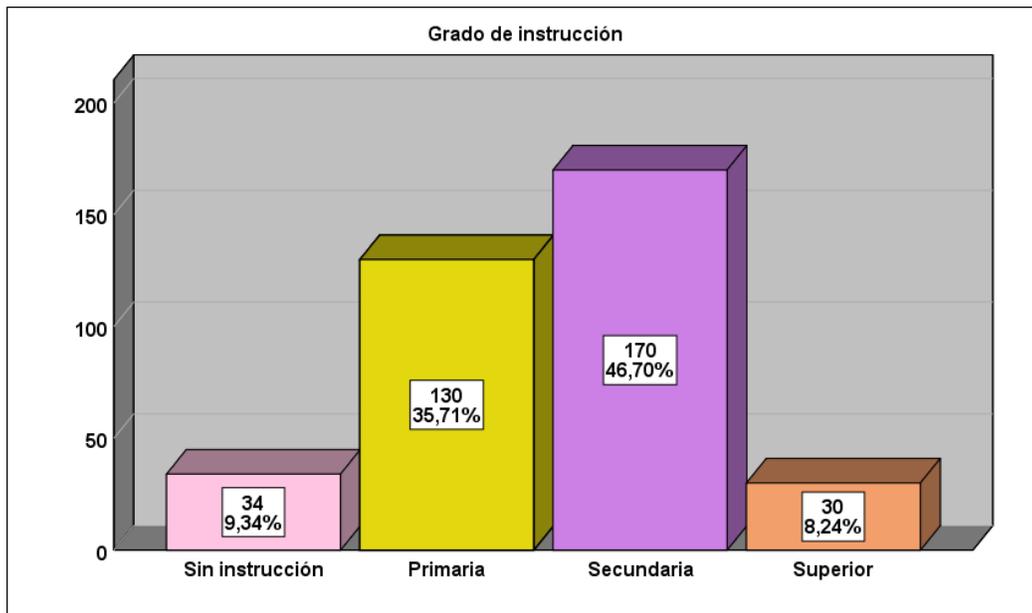
**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla 2 y figura 2, se muestra un predominante porcentaje para los mayores de 28-37 años llegando a un 40,4%, seguido de un 29,9% para las edades de 38-47 años, un 20,1% para el rango de edad de 18-27 años y un 9,6% de las edades de 48-57 años.

**Tabla 3.** Grado de instrucción

|        |                 | <b>Grado de instrucción</b> |            |                   |                      |
|--------|-----------------|-----------------------------|------------|-------------------|----------------------|
|        |                 | Frecuencia                  | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Sin instrucción | 34                          | 9,3        | 9,3               | 9,3                  |
|        | Primaria        | 130                         | 35,7       | 35,7              | 45,1                 |
|        | Secundaria      | 170                         | 46,7       | 46,7              | 91,8                 |
|        | Superior        | 30                          | 8,2        | 8,2               | 100,0                |
|        | Total           | 364                         | 100,0      | 100,0             |                      |

**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 3.** Grado de instrucción

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla 3 y figura 3 se muestra que existió un mayor porcentaje con un 46,7% para usuarios que poseen grado de instrucción secundaria, seguido de un 35,7% de población con estudios primarios y porcentajes menores para estudio superior y sin instrucción.

**VARIABLE 1:** Redes sociales

**Tabla 4.** Tabla de distribución de las respuestas para la dimensión 1 – Facebook

| <b>1. ¿Usted realiza la búsqueda de medicamentos en la red social Facebook?</b>                              |              |            |            |                   |                      |
|--|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|  |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido   | Nunca        | 44         | 12,1       | 12,1              | 12,1                 |
|  | Casi nunca   | 83         | 22,8       | 22,8              | 34,9                 |
|  | A veces      | 78         | 21,4       | 21,4              | 56,3                 |
|  | Casi siempre | 120        | 33,0       | 33,0              | 89,3                 |
|  | Siempre      | 39         | 10,7       | 10,7              | 100,0                |
|  | Total        | 364        | 100,0      | 100,0             |                      |
| <b>2. ¿Ud. toma las recomendaciones del uso de medicamentos de parte de personajes famosos (Influencer)?</b> |              |            |            |                   |                      |
|  |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido   | Nunca        | 67         | 18,4       | 18,4              | 18,4                 |
|  | Casi nunca   | 185        | 50,8       | 50,8              | 69,2                 |
|  | A veces      | 67         | 18,4       | 18,4              | 87,6                 |
|  | Casi siempre | 25         | 6,9        | 6,9               | 94,5                 |
|  | Siempre      | 20         | 5,5        | 5,5               | 100,0                |
|  | Total        | 364        | 100,0      | 100,0             |                      |
| <b>3. ¿Ud. prefiere consultar a Facebook sobre medicamentos antes que a un farmacéutico y/o medico?</b>      |              |            |            |                   |                      |
|  |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido   | Nunca        | 64         | 17,6       | 17,6              | 17,6                 |
|  | Casi nunca   | 195        | 53,6       | 53,6              | 71,2                 |
|  | A veces      | 62         | 17,0       | 17,0              | 88,2                 |
|  | Casi siempre | 27         | 7,4        | 7,4               | 95,6                 |
|  | Siempre      | 16         | 4,4        | 4,4               | 100,0                |
|  | Total        | 364        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla 4, se aprecian los resultados de las preguntas para la dimensión “Facebook”, en la pregunta 1, el 33.0% indicó que casi siempre realiza la búsqueda de los medicamentos mediante la plataforma de Facebook seguido de la pregunta 2, donde el 50,8% de usuarios señaló que casi nunca toman las recomendaciones del uso de medicamentos de parte personajes famosos (Influencer), finalmente para la pregunta 3, donde un 53,6% de usuarios

casi nunca preferían consultar a Facebook sobre medicamentos antes que a un farmacéutico y/o médico.

**Tabla 5.** Tabla de distribución de las respuestas para la dimensión 2 - Tik Tok

**4. ¿Usted realiza la búsqueda de medicamentos en la red social Tik tok?**

|        |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca        | 68         | 18,7       | 18,7              | 18,7                 |
|        | Casi nunca   | 212        | 58,2       | 58,2              | 76,9                 |
|        | A veces      | 35         | 9,6        | 9,6               | 86,5                 |
|        | Casi siempre | 19         | 5,2        | 5,2               | 91,8                 |
|        | Siempre      | 30         | 8,2        | 8,2               | 100,0                |
|        | Total        | 364        | 100,0      | 100,0             |                      |

**5. ¿Ha encontrado en Tik tok una herramienta para aprender sobre medicamentos?**

|        |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca        | 148        | 40,7       | 40,7              | 40,7                 |
|        | Casi nunca   | 53         | 14,6       | 14,6              | 55,2                 |
|        | A veces      | 67         | 18,4       | 18,4              | 73,6                 |
|        | Casi siempre | 83         | 22,8       | 22,8              | 96,4                 |
|        | Siempre      | 13         | 3,6        | 3,6               | 100,0                |
|        | Total        | 364        | 100,0      | 100,0             |                      |

**6. ¿Ud. confía en la procedencia de los medicamentos recomendados por personajes famosos (Influencer) en Tik tok?**

|        |            | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca      | 157        | 43,1       | 43,1              | 43,1                 |
|        | Casi nunca | 145        | 39,8       | 39,8              | 83,0                 |
|        | A veces    | 62         | 17,0       | 17,0              | 100,0                |
|        | Total      | 364        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla 5, se evidencia los resultados de las preguntas para la dimensión “Tik Tok”, donde el 58,2% de usuarios realizan la búsqueda de medicamentos en la red social Tik Tok, un 22,8% indicaron que casi siempre han encontrado en Tik Tok una herramienta para aprender sobre medicamentos y un 43,1% donde señalaron que nunca confían en la procedencia de los medicamentos recomendados por personajes famosos (Influencer) en Tik Tok.

**Tabla 6.** Tabla de distribución de las respuestas para la dimensión 3 – Instagram

| <b>7. ¿Usted realiza la búsqueda de medicamentos en la red social Instagram?</b> |              |            |            |                   |                      |
|--|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|  |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido   | Nunca        | 34         | 9,3        | 9,3               | 9,3                  |
|  | Casi nunca   | 33         | 9,1        | 9,1               | 18,4                 |
|  | A veces      | 169        | 46,4       | 46,4              | 64,8                 |
|  | Casi siempre | 63         | 17,3       | 17,3              | 82,1                 |
|  | Siempre      | 65         | 17,9       | 17,9              | 100,0                |
|  | Total        | 364        | 100,0      | 100,0             |                      |

| <b>8. ¿Las aplicaciones de delivery de medicamentos ligadas a Instagram se adecua a su estilo de vida?</b> |            |            |            |                   |                      |
|--|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|  |            | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido   | Nunca      | 75         | 20,6       | 20,6              | 20,6                 |
|  | Casi nunca | 234        | 64,3       | 64,3              | 84,9                 |
|  | A veces    | 55         | 15,1       | 15,1              | 100,0                |
|  | Total      | 364        | 100,0      | 100,0             |                      |

| <b>9. ¿Prefiere comprar por Instagram sus medicamentos que en una botica y/o farmacia de manera presencial?</b> |              |            |            |                   |                      |
|---|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|   |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido  | Nunca        | 105        | 28,8       | 28,8              | 28,8                 |
|   | Casi nunca   | 33         | 9,1        | 9,1               | 37,9                 |
|   | A veces      | 137        | 37,6       | 37,6              | 75,5                 |
|   | Casi siempre | 24         | 6,6        | 6,6               | 82,1                 |
|   | Siempre      | 65         | 17,9       | 17,9              | 100,0                |
|   | Total        | 364        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla 6, se evidencia se aprecian los resultados de las preguntas para la dimensión “Instagram”, el 46.4% donde señalaron que a veces realizan la búsqueda de medicamentos en la red social Instagram, un 64,3% donde indicaron que casi nunca las aplicaciones de delivery de medicamentos ligadas a Instagram se adecua a su estilo de vida, finalmente un 37,6% donde prefieren que a veces comprarían por Instagram los medicamentos que en una botica y/o farmacia de manera presencial.

**Tabla 7.** Tabla de distribución de las respuestas para la dimensión 4 – WhatsApp

**10. ¿Ud. cree que es más fácil la adquisición de medicamentos por WhatsApp que de manera presencial en una botica y/o farmacia?**

|        |            | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca      | 100        | 27,5       | 27,5              | 27,5                 |
|        | Casi nunca | 119        | 32,7       | 32,7              | 60,2                 |
|        | A veces    | 145        | 39,8       | 39,8              | 100,0                |
|        | Total      | 364        | 100,0      | 100,0             |                      |

**11. ¿Ud. cree que la compra y consulta de medicamentos por video llamada es igual que de manera presencial?**

|        |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca        | 43         | 11,8       | 11,8              | 11,8                 |
|        | Casi nunca   | 105        | 28,8       | 28,8              | 40,7                 |
|        | A veces      | 54         | 14,8       | 14,8              | 55,5                 |
|        | Casi siempre | 109        | 29,9       | 29,9              | 85,4                 |
|        | Siempre      | 53         | 14,6       | 14,6              | 100,0                |
|        | Total        | 364        | 100,0      | 100,0             |                      |

**12. ¿En tiempos actuales como en una pandemia, es mejor la adquisición de medicamentos por redes sociales para evitar el contagio masivo?**

|        |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Casi nunca   | 91         | 25,0       | 25,0              | 25,0                 |
|        | A veces      | 139        | 38,2       | 38,2              | 63,2                 |
|        | Casi siempre | 134        | 36,8       | 36,8              | 100,0                |
|        | Total        | 364        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla 7 se muestran los resultados para la Dimensión – WhatsApp donde un 39,8% señalaron que a veces creen que es más fácil la adquisición de medicamentos por WhatsApp que de manera presencial en una botica y/o farmacia, seguido del 29,9% donde los usuarios casi siempre creen que la compra y consulta de medicamentos por vídeo llamada es igual que de manera presencial y finalmente un 38,2% donde señalaron que a veces en tiempos actuales como la pandemia, es mejor la adquisición de medicamentos por redes sociales para evitar el contagio masivo.

## VARIABLE 2: Automedicación

**Tabla 8.** Tabla de distribución de las respuestas para la dimensión 1 – Antimicrobiano

| <b>1. ¿Usted consume habitualmente algún antibiótico sin receta médica?</b> |              |            |            |                      |                         |
|---|--------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
|   |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
| Válido  | Nunca        | 43         | 11,8       | 11,8                 | 11,8                    |
|   | Casi nunca   | 76         | 20,9       | 20,9                 | 32,7                    |
|   | A veces      | 80         | 22,0       | 22,0                 | 54,7                    |
|   | Casi siempre | 125        | 34,3       | 34,3                 | 89,0                    |
|   | Siempre      | 40         | 11,0       | 11,0                 | 100,0                   |
|   | Total        | 364        | 100,0      | 100,0                |                         |

| <b>2. ¿Usted sigue los consejos de plataformas virtuales sobre el uso de antimicrobianos sin receta médica?</b> |              |            |            |                      |                         |
|---|--------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
|   |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
| Válido  | Nunca        | 12         | 3,3        | 3,3                  | 3,3                     |
|   | Casi nunca   | 114        | 31,3       | 31,3                 | 34,6                    |
|   | A veces      | 165        | 45,3       | 45,3                 | 79,9                    |
|   | Casi siempre | 48         | 13,2       | 13,2                 | 93,1                    |
|   | Siempre      | 25         | 6,9        | 6,9                  | 100,0                   |
|   | Total        | 364        | 100,0      | 100,0                |                         |

| <b>3. ¿Ud. cree que consumiendo antibióticos sin receta médica se puede combatir el COVID-19?</b> |              |            |            |                      |                         |
|---|--------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
|   |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
| Válido  | Nunca        | 37         | 10,2       | 10,2                 | 10,2                    |
|   | Casi nunca   | 125        | 34,3       | 34,3                 | 44,5                    |
|   | A veces      | 165        | 45,3       | 45,3                 | 89,8                    |
|   | Casi siempre | 37         | 10,2       | 10,2                 | 100,0                   |
|   | Total        | 364        | 100,0      | 100,0                |                         |

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla 8, se evidencia un 34,3% donde casi siempre habitualmente consumen algún antibiótico sin receta médica, seguido de un 45,3% donde a veces siguen los consejos de plataformas virtuales sobre el uso de antimicrobianos sin receta médica, finalmente un 45,3% donde los usuarios a veces creen que consumiendo antibióticos sin receta médica se puede combatir el COVID-19.

**Tabla 9.** Tabla de distribución de las respuestas para la dimensión 2 - Vitaminas

| <b>4. ¿Es Ud. consumidor asiduo de vitamina C?</b> |              |            |            |                   |                      |
|--|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|  |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido   | Nunca        | 85         | 23,4       | 23,4              | 23,4                 |
|  | Casi nunca   | 98         | 26,9       | 26,9              | 50,3                 |
|  | A veces      | 143        | 39,3       | 39,3              | 89,6                 |
|  | Casi siempre | 26         | 7,1        | 7,1               | 96,7                 |
|  | Siempre      | 12         | 3,3        | 3,3               | 100,0                |
|  | Total        | 364        | 100,0      | 100,0             |                      |

| <b>5. ¿Ud. cree que las vitaminas evitan y le protegen del COVID-19?</b> |              |            |            |                   |                      |
|--|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|  |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido   | Nunca        | 47         | 12,9       | 12,9              | 12,9                 |
|  | Casi nunca   | 46         | 12,6       | 12,6              | 25,5                 |
|  | A veces      | 104        | 28,6       | 28,6              | 54,1                 |
|  | Casi siempre | 112        | 30,8       | 30,8              | 84,9                 |
|  | Siempre      | 55         | 15,1       | 15,1              | 100,0                |
|  | Total        | 364        | 100,0      | 100,0             |                      |

| <b>6. ¿Ud. compra vitaminas por internet o alguna red social?</b> |              |            |            |                   |                      |
|---|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|   |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido  | Nunca        | 96         | 26,4       | 26,4              | 26,4                 |
|   | Casi nunca   | 99         | 27,2       | 27,2              | 53,6                 |
|   | A veces      | 132        | 36,3       | 36,3              | 89,8                 |
|   | Casi siempre | 37         | 10,2       | 10,2              | 100,0                |
|   | Total        | 364        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla 9, se muestra que el 39,3% donde a veces indicaron que son consumidores asiduos de vitamina C, seguido de un 30,8% donde casi siempre los usuarios creen que las vitaminas evitan y le protegen del COVID-19, finalmente un 36,3% señalaron que a veces compraron vitaminas por internet o alguna red social.

**Tabla 10.** Tabla de distribución de las respuestas para la dimensión 3 – Antigripales

**7. En procesos respiratorios ¿Ud. prefiere antigripales comerciales visto en redes sociales?**

|              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Nunca | 59         | 16,2       | 16,2              | 16,2                 |
| Casi nunca   | 148        | 40,7       | 40,7              | 56,9                 |
| A veces      | 134        | 36,8       | 36,8              | 93,7                 |
| Casi siempre | 23         | 6,3        | 6,3               | 100,0                |
| Total        | 364        | 100,0      | 100,0             |                      |

**8. ¿Ud. cree que el COVID-19 se combate con antigripales?**

|              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Nunca | 86         | 23,6       | 23,6              | 23,6                 |
| Casi nunca   | 121        | 33,2       | 33,2              | 56,9                 |
| A veces      | 107        | 29,4       | 29,4              | 86,3                 |
| Casi siempre | 44         | 12,1       | 12,1              | 98,4                 |
| Siempre      | 6          | 1,6        | 1,6               | 100,0                |
| Total        | 364        | 100,0      | 100,0             |                      |

**9. ¿Ud. prefiere elegir medicamentos antigripales vía internet porque tiene más opciones que en una botica y/o farmacia de manera presencial?**

|              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Nunca | 29         | 8,0        | 8,0               | 8,0                  |
| Casi nunca   | 117        | 32,1       | 32,1              | 40,1                 |
| A veces      | 150        | 41,2       | 41,2              | 81,3                 |
| Casi siempre | 60         | 16,5       | 16,5              | 97,8                 |
| Siempre      | 8          | 2,2        | 2,2               | 100,0                |
| Total        | 364        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla 10, se muestran para la dimensión “Antigripales” donde un 40,7% de usuarios casi nunca prefieren antigripales comerciales visto en redes sociales para procesos respiratorios, seguido de un 33,2% donde casi nunca creen que el COVID-19 se combate con antigripales, finalmente un 41,2% prefieren elegir medicamentos antigripales vía internet porque tiene más opciones que en una botica y/o farmacia de manera presencial.

**Tabla 11.** Tabla de distribución de las respuestas para la dimensión 4 – Analgésicos no opiáceos

**10. ¿Ud. ha consumido alguna vez paracetamol, ibuprofeno y/o metamizol por recomendaciones en redes sociales?**

|              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Nunca | 29         | 8,0        | 8,0               | 8,0                  |
| Casi nunca   | 40         | 11,0       | 11,0              | 19,0                 |
| A veces      | 99         | 27,2       | 27,2              | 46,2                 |
| Casi siempre | 146        | 40,1       | 40,1              | 86,3                 |
| Siempre      | 50         | 13,7       | 13,7              | 100,0                |
| Total        | 364        | 100,0      | 100,0             |                      |

**11. ¿Cuándo presenta fiebre o malestar general ¿Ud. consume algún medicamento contra la fiebre o analgésico recomendado por redes sociales?**

|              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Nunca | 31         | 8,5        | 8,5               | 8,5                  |
| Casi nunca   | 48         | 13,2       | 13,2              | 21,7                 |
| A veces      | 99         | 27,2       | 27,2              | 48,9                 |
| Casi siempre | 138        | 37,9       | 37,9              | 86,8                 |
| Siempre      | 48         | 13,2       | 13,2              | 100,0                |
| Total        | 364        | 100,0      | 100,0             |                      |

**12. ¿Ud. confía en los consejos realizados en redes sociales sobre el uso de medicamentos contra el dolor (cabeza, diente, muscular)?**

|              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Nunca | 31         | 8,5        | 8,5               | 8,5                  |
| Casi nunca   | 46         | 12,6       | 12,6              | 21,2                 |
| A veces      | 101        | 27,7       | 27,7              | 48,9                 |
| Casi siempre | 136        | 37,4       | 37,4              | 86,3                 |
| Siempre      | 50         | 13,7       | 13,7              | 100,0                |
| Total        | 364        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla 11, se evidencia un 40,1% donde los usuarios casi nunca consumieron alguna vez paracetamol, ibuprofeno y/o metamizol por recomendaciones en redes sociales, un 37,9% que casi siempre indicaron que presentan fiebre o malestar general y de lo cual consume medicamento contra la fiebre o analgésico recomendado por redes sociales, finalmente un 37,4% casi siempre confían en los consejos realizados en redes sociales sobre el uso de medicamentos contra el dolor (cabeza, diente, muscular).

#### 4.1.2. Prueba de hipótesis

##### Prueba de Normalidad:

En la presente investigación se ha considerado un ejemplo de 364 usuarios, en el que Kolmogorov-Smirnov se considera la prueba estadística adecuada para pruebas mayores de 50.

**Tabla 12.** Prueba de normalidad

|                   | Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup> |     |      | Shapiro-Wilk |     |      |
|-------------------|---------------------------------|-----|------|--------------|-----|------|
|                   | Estadístico                     | gl  | Sig. | Estadístico  | gl  | Sig. |
| V1 Redes Sociales | ,092                            | 364 | ,000 | ,986         | 364 | ,001 |
| V2 Automedicación | ,077                            | 364 | ,000 | ,988         | 364 | ,005 |

a. Corrección de significación de Lilliefors

**Interpretación:** El resultado de la prueba de normalidad corresponde a 0,000 ( $p < 0,05$ ), por lo tanto, se interpreta que las distribuciones de los datos no son normales en ambas variables.

Los resultados de la prueba de normalidad indican el uso de estadísticos no paramétricos para variables cuantitativas, no normales como el Coeficiente de correlación de Rho de Spearman (r).

**Coeficiente de correlación de Rho de Spearman (r):**

Para obtener la correlación entre la automedicación y efectos adversos se utilizó el coeficiente de correlación por rangos de Spearman (rho), según Martínez y Campos, (2015):

**Tabla 13.** Interpretación del coeficiente de correlación de Rho de Spearman

| <b>Valor de rho</b>  | <b>Significado</b>                     |
|----------------------|--|
| <b>-1</b>            | Correlación negativa grande y perfecta |
| <b>-0.9 a -0.99</b>  | Correlación negativa muy alta          |
| <b>-0.7 a -0.89</b>  | Correlación negativa alta              |
| <b>-0.4 a -0.69</b>  | Correlación negativa moderada          |
| <b>-0.2 a -0.39</b>  | Correlación negativa baja              |
| <b>-0.01 a -0.19</b> | Correlación negativa muy baja          |
| <b>0</b>             | Correlación nula                       |
| <b>0.01 a 0.19</b>   | Correlación positiva muy baja          |
| <b>0.2 a 0.39</b>    | Correlación positiva baja              |
| <b>0.4 a 0.69</b>    | Correlación positiva moderada          |
| <b>0.7 a 0.89</b>    | Correlación positiva alta              |
| <b>0.9 a 0.99</b>    | Correlación positiva muy alta          |
| <b>1</b>             | Correlación positiva grande y perfecta |

**Fuente:** Martínez y Campos, (2015)

### Contrastación de hipótesis general

H1: Existe relación significativa entre las redes sociales y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021

H0: No existe relación significativa entre las redes sociales y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021

**Tabla 14.** Prueba de correlación de Spearman entre la automedicación y las Redes Sociales

| Correlaciones   |                   |                             |                   |                  |
|-----------------|-------------------|-----------------------------|-------------------|------------------|
|                 |                   |                             | V1 Redes Sociales | V2Automedicación |
| Rho de Spearman | V1 Redes Sociales | Coefficiente de correlación | 1,000             | ,459**           |
|                 |                   | Sig. (bilateral)            | .                 | ,000             |
|                 |                   | N                           | 364               | 364              |
|                 | V2Automedicación  | Coefficiente de correlación | ,459**            | 1,000            |
|                 |                   | Sig. (bilateral)            | ,000              | .                |
|                 |                   | N                           | 364               | 364              |

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

La tabla 14 muestra un valor de significancia asintótica bilateral menor al 0.05 para las variables automedicación y redes sociales. Esto es evidencia de que existe relación entre las variables en estudio, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, asimismo muestra un coeficiente de correlación positiva moderada y es estadísticamente altamente significativa ( $r = .459$ ;  $p = 0.000 < 0.05$ ).

**Decisión:** Se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

**a) Comprobación de la Hipótesis Específica N° 01**

H1: Existe una relación significativa entre el uso de Facebook y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021.

H0: No existe una relación significativa entre el uso de Facebook y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021.

**Tabla 15.** Prueba de correlación de Spearman entre la variable automedicación y la dimensión Facebook

| <b>Correlaciones</b> |                       |                               |                       |                  |
|----------------------|-----------------------|-------------------------------|-----------------------|------------------|
|                      |                       |                               | Dimensión<br>Facebook | V2Automedicación |
| Rho de<br>Spearman   | Dimensión<br>Facebook | Coeficiente de<br>correlación | 1,000                 | ,376**           |
|                      |                       | Sig. (bilateral)              | .                     | ,000             |
|                      |                       | N                             | 364                   | 364              |
|                      | V2Automedicación      | Coeficiente de<br>correlación | ,376**                | 1,000            |
|                      |                       | Sig. (bilateral)              | ,000                  | .                |
|                      |                       | N                             | 364                   | 364              |

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

La tabla 15 muestra un valor de significancia asintótica bilateral menor al 0.05 para la dimensión Facebook y la variable automedicación, asimismo muestra un coeficiente de correlación positiva baja y es altamente significativa ( $r = .376$ ;  $p = 0.000 < 0.05$ ). Esto es evidencia de que existe relación entre la variable y la dimensión en estudio, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

**Decisión:** Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna

## b) Comprobación de la Hipótesis Específica N° 02

H1: Existe una relación significativa entre el uso de Tik Tok y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021

H0: No existe una relación significativa entre el uso de Tik Tok y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021

**Tabla 16.** Prueba de correlación de Spearman entre la variable automedicación y la dimensión Tik Tok

| <b>Correlaciones</b> |                   |                             |        |        |
|----------------------|-------------------|-----------------------------|--------|--------|
|                      |                   | Dimensión Tik Tok           |        |        |
|                      |                   | V2Automedicación            |        |        |
| Rho de Spearman      | Dimensión Tik Tok | Coefficiente de correlación | 1,000  | ,335** |
|                      |                   | Sig. (bilateral)            | .      | ,000   |
|                      |                   | N                           | 364    | 364    |
|                      | V2Automedicación  | Coefficiente de correlación | ,335** | 1,000  |
|                      |                   | Sig. (bilateral)            | ,000   | .      |
|                      |                   | N                           | 364    | 364    |

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

La tabla 16 muestra un valor de significancia asintótica bilateral menor al 0.05 para la dimensión Tik Tok y la variable automedicación, de igual manera muestra un coeficiente de correlación positiva baja y es altamente significativa ( $r = .335$ ;  $p = 0.000 < 0.05$ ). Esto es evidencia de que existe relación entre la variable y la dimensión en estudio, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

**Decisión:** Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna

**c) Comprobación de la Hipótesis Específica N° 03**

H1: Existe una relación significativa entre el uso de Instagram y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021

H0: No existe una relación significativa entre el uso de Instagram y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021

**Tabla 17.** Prueba de correlación de Spearman entre la variable automedicación y la dimensión Instagram

| <b>Correlaciones</b> |                        |                               |                        |                  |
|----------------------|------------------------|-------------------------------|------------------------|------------------|
|                      |                        |                               | Dimensión<br>Instagram | V2Automedicación |
| Rho de<br>Spearman   | Dimensión<br>Instagram | Coeficiente de<br>correlación | 1,000                  | ,347**           |
|                      |                        | Sig. (bilateral)              | .                      | ,000             |
|                      |                        | N                             | 364                    | 364              |
|                      | V2Automedicación       | Coeficiente de<br>correlación | ,347**                 | 1,000            |
|                      |                        | Sig. (bilateral)              | ,000                   | .                |
|                      |                        | N                             | 364                    | 364              |

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

La tabla 17 muestra un valor de significancia asintótica bilateral menor al 0.05 para la dimensión Instagram y la variable automedicación, asimismo muestra un coeficiente de correlación positiva baja y es altamente significativa ( $r = .347$ ;  $p = 0.000 < 0.05$ ). Esto es evidencia de que existe relación entre la variable y la dimensión en estudio, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

**Decisión:** Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna

#### d) Comprobación de la Hipótesis Específica N° 04

H1: Existe una relación significativa entre el uso de WhatsApp y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021

H0: No existe una relación significativa entre el uso de WhatsApp y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021

**Tabla 18.** Prueba de correlación de Spearman entre la variable automedicación y la dimensión WhatsApp

| Correlaciones      |                       |                                |                       |                  |
|--------------------|-----------------------|--------------------------------|-----------------------|------------------|
|                    |                       |                                | Dimensión<br>WhatsApp | V2Automedicación |
| Rho de<br>Spearman | Dimensión<br>WhatsApp | Coefficiente de<br>correlación | 1,000                 | ,369**           |
|                    |                       | Sig. (bilateral)               | .                     | ,000             |
|                    |                       | N                              | 364                   | 364              |
|                    | V2Automedicación      | Coefficiente de<br>correlación | ,369**                | 1,000            |
|                    |                       | Sig. (bilateral)               | ,000                  | .                |
|                    |                       | N                              | 364                   | 364              |

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

La tabla 18 muestra un valor de significancia asintótica bilateral menor al 0.05 para la dimensión WhatsApp y la variable automedicación, asimismo muestra un coeficiente de correlación positiva baja y es altamente significativa ( $r = .369$ ;  $p = 0.000 < 0.05$ ). Esto es evidencia de que existe relación entre la variable y la dimensión en estudio, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

**Decisión:** Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna

**e) Comprobación de la Hipótesis Específica N° 05**

H1: Existe relación significativa entre el uso de antimicrobianos y redes sociales frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021

H0: No existe relación significativa entre el uso de antimicrobianos y redes sociales frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021

**Tabla 19.** Prueba de correlación de Spearman entre la variable redes sociales y la dimensión Antimicrobiano

| <b>Correlaciones</b> |                          |                             |                          |                   |
|----------------------|--------------------------|-----------------------------|--------------------------|-------------------|
|                      |                          |                             | Dimensión Antimicrobiano | V1 Redes Sociales |
| Rho de Spearman      | Dimensión Antimicrobiano | Coefficiente de correlación | 1,000                    | ,443**            |
|                      |                          | Sig. (bilateral)            | .                        | ,000              |
|                      |                          | N                           | 364                      | 364               |
|                      | V1 Redes Sociales        | Coefficiente de correlación | ,443**                   | 1,000             |
|                      |                          | Sig. (bilateral)            | ,000                     | .                 |
|                      |                          | N                           | 364                      | 364               |

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

La tabla 19 muestra un valor de significancia asintótica bilateral menor al 0.05 para la dimensión Antimicrobiano y la variable redes sociales, de igual forma muestra un coeficiente de correlación positiva moderada y es altamente significativa ( $r = .443$ ;  $p = 0.000 < 0.05$ ). Esto es evidencia de que existe relación entre la variable y la dimensión en estudio, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

**Decisión:** Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna

**f) Comprobación de la Hipótesis Específica N° 06**

H1: Existe relación significativa entre el uso de vitaminas y redes sociales frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021

H0: No existe relación significativa entre el uso de vitaminas y redes sociales frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021

**Tabla 20.** Prueba de correlación de Spearman entre la variable redes sociales y dimensión Vitaminas

| <b>Correlaciones</b> |                        |                                |                        |                      |
|----------------------|------------------------|--------------------------------|------------------------|----------------------|
|                      |                        |                                | Dimensión<br>Vitaminas | V1 Redes<br>Sociales |
| Rho de<br>Spearman   | Dimensión<br>Vitaminas | Coefficiente de<br>correlación | 1,000                  | ,176**               |
|                      |                        | Sig. (bilateral)               | .                      | ,001                 |
|                      |                        | N                              | 364                    | 364                  |
|                      | V1 Redes<br>Sociales   | Coefficiente de<br>correlación | ,176**                 | 1,000                |
|                      |                        | Sig. (bilateral)               | ,001                   | .                    |
|                      |                        | N                              | 364                    | 364                  |

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

La tabla 20 muestra un valor de significancia asintótica bilateral menor al 0.05 para la dimensión Vitaminas y la variable redes sociales, de igual forma muestra un coeficiente de correlación positiva muy baja y es muy significativa ( $r = .176$ ;  $p = 0.000 < 0.05$ ). Esto es evidencia de que existe relación entre la variable y la dimensión en estudio, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

**Decisión:** Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna

**g) Comprobación de la Hipótesis Específica N° 07**

H1: Existe relación significativa entre el uso de antigripales y redes sociales frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021

H0: No existe relación significativa entre el uso de antigripales y redes sociales frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021

**Tabla 21.** Prueba de correlación de Spearman entre la variable redes sociales y la dimensión antigripales

| <b>Correlaciones</b> |                        |                             |                        |                   |
|----------------------|------------------------|-----------------------------|------------------------|-------------------|
|                      |                        |                             | Dimensión Antigripales | V1 Redes Sociales |
| Rho de Spearman      | Dimensión Antigripales | Coefficiente de correlación | 1,000                  | ,160**            |
|                      |                        | Sig. (bilateral)            | .                      | ,002              |
|                      |                        | N                           | 364                    | 364               |
|                      | V1 Redes Sociales      | Coefficiente de correlación | ,160**                 | 1,000             |
|                      |                        | Sig. (bilateral)            | ,002                   | .                 |
|                      |                        | N                           | 364                    | 364               |

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

La tabla 21 muestra un valor de significancia asintótica bilateral menor al 0.05 para la dimensión Antigripales y la variable redes sociales, de igual manera se muestra un coeficiente de correlación positiva muy baja y es muy significativa ( $r = .160$ ;  $p = 0.000 < 0.05$ ). Esto es evidencia de que existe relación entre la variable y la dimensión en estudio, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

**Decisión:** Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna

#### h) Comprobación de la Hipótesis Específica N° 08

H1: Existe relación significativa entre el uso de analgésicos no opiáceos y redes sociales frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021

H0: No existe relación significativa entre el uso de analgésicos no opiáceos y redes sociales frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021

**Tabla 22.** Prueba de correlación de Spearman entre la variable automedicación y la dimensión analgésicos no opiáceos

| <b>Correlaciones</b> |   |                                |   |                      |
|----------------------|---|--------------------------------|---|----------------------|
|                      |   |                                | Dimensión<br>Analgésicos<br>no opiáceos | V1 Redes<br>Sociales |
| Rho de<br>Spearman   | Dimensión<br>Analgésicos no<br>opiáceos | Coefficiente de<br>correlación | 1,000                                   | ,260**               |
|                      |   | Sig. (bilateral)               | .                                       | ,000                 |
|                      |   | N                              | 364                                     | 364                  |
|                      | V1 Redes Sociales                       | Coefficiente de<br>correlación | ,260**                                  | 1,000                |
|                      |   | Sig. (bilateral)               | ,000                                    | .                    |
|                      |   | N                              | 364                                     | 364                  |

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

La tabla 21 muestra un valor de significancia asintótica bilateral menor al 0.05 para la dimensión Analgésicos no opiáceos y la variable redes sociales, de igual forma muestra un coeficiente de correlación positiva baja y es altamente significativa ( $r = .260$ ;  $p = 0.000 < 0.05$ ). Esto es evidencia de que existe relación entre la variable y la dimensión en estudio, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

**Decisión:** Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna

### 4.1.3. Discusión de resultados

El presente trabajo de investigación determinó la relación entre las redes sociales y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021, se realizó un estudio en donde los usuarios respondieron a cada una de las preguntas con respecto a este conjunto de actividades. Las interrogantes planteadas en la encuesta hicieron referencia a la búsqueda de medicamentos mediante Facebook, Tik Tok, Instagram, WhatsApp, el consumo de Antimicrobianos, Vitaminas, Antigripales y Analgésicos no opiáceos.

En la tabla 1, se demostró un alto porcentaje del 61,5% para el sexo masculino y un 38,5% para el sexo femenino. Coincide con el estudio de Matos F (2021) donde estudiaron la automedicación en la población urbana que hace uso de las redes sociales donde se pudo apreciar que hubo personas del sexo masculino representados en un 57% mientras que el 43% correspondieron al sexo femenino. En la tabla 2 se mostró un 40,4%, para los mayores de 28-37 años, seguido de un 29,9% para las edades de 38-47 años, un 20,1% para el rango de edad de 18-27 años y un 9,6% de las edades de 48-57 años (21). Coincide con el estudio de Elayeh et al (2021) donde se pudo observar para el rango de edad de 26-35 con un 22,8%, para los de 36-45 años con un 18,7%, para los de 46-55 años con un 9,5%. Finalmente, en la tabla 3 existió un 46,7% de usuarios que poseen grado de instrucción secundaria, seguido de un 35,7% de población con estudios primarios y porcentajes menores para estudio superior y sin instrucción (19).

La hipótesis general planteada muestra un valor de significancia asintótica bilateral menor al 0.05 para las variables automedicación y redes sociales. Esto es evidencia de que existe relación entre las variables en estudio, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, asimismo muestra un coeficiente de correlación positiva moderada y es estadísticamente altamente significativa ( $r = .459$ ;  $p = 0.000 < 0.05$ ), interpretando que a mayor uso de redes sociales existe la posibilidad de una mayor automedicación. Estos resultados guardan relación con el estudio de Salvador, B y Patazca, M (2021) quién determinó la relación de la información del COVID-19 de las redes sociales y su influencia en la prevalencia de automedicación de los adultos, hallando que existe una relación estadísticamente significativa con un  $Rho = .0453$  y  $p = 0.000$  ( $p < 0.05$ ), evidenciando una correlación positiva moderada entre la variable y dimensión, expresando que las redes

sociales son un factor que influye en la prevalencia de la automedicación de los adultos que acuden a la botica “V&S FARMA”., expresando que las redes sociales indicaban la efectividad de un medicamento en contra el COVID-19, sin exponer que podían presentar riesgos sustanciales de automedicación (46).

En la tabla 4 sobre la dimensión “Facebook” se aprecian los resultados de las preguntas para la dimensión “Facebook”, en la pregunta 1, el 33.0% indicó que casi siempre realiza la búsqueda de los medicamentos mediante la plataforma de Facebook, seguido de la pregunta 2, donde el 50,8% de usuarios señaló que casi nunca toman las recomendaciones del uso de medicamentos de personajes famosos (Influencer), finalmente para la pregunta 3, donde un 53,6% de usuarios casi nunca preferían consultar a Facebook sobre medicamentos antes que a un farmacéutico y/o médico. Esto se debería a que el aislamiento les afectó en lo que respecta la utilización y conocimiento de medicamentos ya que debido a la aglomeración de personas no podrían acercarse a los establecimientos farmacéuticos puesto que pueden contraer el COVID-19. La primera hipótesis específica muestra un valor de significancia asintótica bilateral menor al 0.05 para la dimensión Facebook y la variable automedicación, asimismo muestra un coeficiente de correlación positiva baja y es altamente significativa ( $r=.376$ ;  $p=0.000<0.05$ ). Esto es evidencia de que existe relación entre la variable y la dimensión en estudio, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Estos resultados coinciden con el estudio de Matos, F (2021) quién determinó las características de la automedicación en la población urbana que hace uso de las redes sociales Facebook y promoción del medicamento en época COVID-19, en cuanto a la decisión de la población metropolitana que utiliza las comunidades informales Facebook y se automedica como medida preventiva frente a COVID-19, se encontró que el 72% de la población metropolitana utiliza Facebook para la búsqueda de los medicamentos (21), asimismo, en cuanto a la automedicación como medida preventiva contra el COVID-19, el 72% contestó que en algún momento ha recurrido a los medicamentos como medida preventiva para la pandemia sin receta médica, el mismo que se corrobora con el estudio de Navarrete P. et al (2020) quien demostró en los informes públicos sobre la utilización de medicamentos sin receta médica una mayor recurrencia a la automedicación, hallando un 72,8% para la utilización de diferentes tipos de medicamentos (17). Esto se debería que a pesar de su uso correcto sobre la actual pandemia y tener un impacto positivo en la educación, ocio y economía, las redes sociales han sido empleadas como canales de desinformación en torno

a temas relacionados con el manejo, tratamiento y avance de la enfermedad COVID-19, situación que se agrava debido a que el público receptor en gran mayoría son personas con bajo nivel educativo.

En la tabla 5 sobre la dimensión “Tik Tok”, se aprecian los resultados de las preguntas para la dimensión “Tik Tok”, donde el 58,2% de usuarios realizan la búsqueda de medicamentos en la red social Tik Tok, un 22,8% indicaron que casi siempre han encontrado en Tik Tok una herramienta para aprender sobre medicamentos y un 43,1% donde señalaron que nunca confían en la procedencia de los medicamentos recomendados por personajes famosos (Influencer) en Tik Tok. Esto se debería que el 18% de los usuarios de la plataforma de Tiktok según (IPSOS, 2020) ha sido el que más ha crecido durante la cuarentena en la nación ya que estadísticamente esta red social se convirtió en una de las principales plataformas informativas. La segunda hipótesis específica muestra un valor de significancia asintótica bilateral menor al 0.05 para la dimensión Tik Tok y la variable automedicación, de igual manera muestra un coeficiente de correlación positiva baja y es altamente significativa ( $r=.335$ ;  $p=0.000<0.05$ ). Esto es evidencia de que existe relación entre la variable y la dimensión en estudio, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Coincide con la investigación de Jairoun et al. (2021), investigado en los Emiratos Árabes Unidos, con una muestra de 131 participantes, quienes anunciaron haber comprado los medicamentos en Internet durante la pandemia de COVID-19, de los cuales el (91,1%) habían comprado unas pocas veces, el (5,3%) habían comprado con la mayor frecuencia posible y (4,6%) habían comprado más de una vez los medicamentos comprados por internet y el (19,8%) habían comprado analgésicos (47). Esto con el fin de realizar básicamente la navegación por Internet, ya que esta estrategia es la más útil para evitar los contactos directos con otras personas y mantenerse alejados de las calles ya que de esta forma se sienten más seguros y cualquier medicamento que crean que les puede ayudar a estar mejor le llega a la puerta de casa.

En la tabla 6 sobre la dimensión “Instagram”, se evidencia se aprecian los resultados de las preguntas para la dimensión “Instagram”, el 46.4% donde señalaron que a veces realizan la búsqueda de medicamentos en la red social Instagram, un 64,3% donde indicaron que casi nunca las aplicaciones de delivery de medicamentos ligadas a Instagram se adecua a su estilo de vida, finalmente un 37,6% donde prefieren que a veces comprarían por Instagram los medicamentos que en una botica y/o farmacia de manera presencial. Esto se debería que los

usuarios acuden a las fuentes de información, ya que pueden ser referenciadas como las más persuasivas, tal vez por la sencillez con la que se puede acceder a un dato desde escenarios como Instagram, que son accesibles para los teléfonos y por las cualidades de la población estudiada, ya que la mayoría son adultos en el rango de los 28 y los 37 años ya que tienen más facilidad para controlar los datos y las innovaciones en la tecnología. La tercera hipótesis específica muestra un valor de significancia asintótica bilateral menor al 0.05 para la dimensión Instagram y la variable automedicación, asimismo muestra un coeficiente de correlación positiva baja y es altamente significativa ( $r = .347$ ;  $p = 0.000 < 0.05$ ). Esto es evidencia de que existe relación entre la variable y la dimensión en estudio, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. El mismo que coincide con el estudio de Wegbom, A et al (2021) quien determinó las prácticas de automedicación y factores asociados en la prevención y/o tratamiento del virus COVID-19 en Nigeria, hallando relación entre la automedicación y las redes sociales, televisión y radio indicando que de los 461 encuestados el 54,3% se automedicaron (18). Esto se debería a que el desconocimiento de COVID-19 amplió la difusión de datos sobre la infección entre los usuarios de las redes sociales, sin que estos fueran esencialmente comprobados. El personal de Salud se enfrentó a la recopilación de datos falsos y a los engaños como residentes, pero también como expertos en Salud. Su interés durante la pandemia estuvo relacionado con la difusión, la utilización y el control de las noticias falsas, pero también con su conocimiento de los medios de comunicación y la educación en materia de datos.

En la tabla 7 sobre la dimensión “ WhatsApp” se muestran los resultados para la Dimensión – WhatsApp donde un 39,8% señalaron que a veces creen que es más fácil la adquisición de medicamentos por WhatsApp que de manera presencial en una botica y/o farmacia, seguido del 29,9% donde los usuarios casi siempre creen que la compra y consulta de medicamentos por vídeo llamada es igual que de manera presencial y finalmente un 38,2% donde señalaron que a veces en tiempos actuales como la pandemia, es mejor la adquisición de medicamentos por redes sociales para evitar el contagio masivo. Esto se debería a que mediante las plataformas virtuales tales como WhatsApp se puede visualizar varios productos ya que existen precios competitivos y escoger el que más se acople al usuario, además la cuestión de la accesibilidad de las existencias ya que en los establecimientos farmacéuticos físicas algunas veces, el "stock" del producto se agota rápidamente y sobre todo uno de los extraordinarios beneficios que presentan estos sitios es que generalmente están abiertos, 24 horas al día, siete días a la semana. Sin ninguna razón para hacer cola ya que se puede

disponer del artículo que realmente querramos y por último el tema de transporte a domicilio ya están incluidos, y hace que uno reciba en el lugar que necesitemos. La cuarta hipótesis específica muestra un valor de significancia asintótica bilateral menor al 0.05 para la dimensión WhatsApp y la variable automedicación, asimismo muestra un coeficiente de correlación positiva baja y es altamente significativa ( $r= .369$ ;  $p=0.000<0.05$ ). Esto es evidencia de que existe relación entre la variable y la dimensión en estudio, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Coincide con el estudio de Salvador, B y Patazca, M (2021) quién determinó el impacto del COVID-19 en la prevalencia de automedicación de los adultos, se muestra que en relación fueron superiores al 59.1%, mediante la información del COVID-19 brindada por redes sociales y se automedican un 60,2% de un total de 88 encuestados (46). Esto se debería que como WhatsApp es una de las redes sociales más utilizadas, una semana después de instaurado el virus en Europa se produjo una propagación vertiginosa de todo tipo de información a través de esta red social; empleándose para esto, mensajes de difusión, publicaciones, historias o videos con millonarias reproducciones.

En la tabla 8 sobre la dimensión “Antimicrobiano” se evidencia un 34,3% donde casi siempre habitualmente consumen algún antibiótico sin receta médica, seguido de un 45,3% donde a veces siguen los consejos de plataformas virtuales sobre el uso de antimicrobianos sin receta médica, finalmente un 45,3% donde los usuarios a veces creen que consumiendo antibióticos sin receta médica se puede combatir el COVID-19. Esto se debería que, debido a la pandemia, los analgésicos y antigripales fueron los más solicitados, prácticamente sin ninguna receta médica y a la vez mediante plataformas virtuales para adaptarse a la fase inicial del SARS Cov2 fue la azitromicina, la norfloxacin y el interés por ivermectina. La quinta hipótesis específica muestra un valor de significancia asintótica bilateral menor al 0.05 para la dimensión Antimicrobiano y la variable redes sociales, de igual forma muestra un coeficiente de correlación positiva moderada y es altamente significativa ( $r= .443$ ;  $p=0.000<0.05$ ). Esto es evidencia de que existe relación entre la variable y la dimensión en estudio, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Estos resultados guardan relación con el estudio de Amin et al. (2019), quien determinó la prevalencia de automedicación antimicrobiana entre los pacientes que asisten dos hospitales de la Salud de Buea Distrito, Camerún. Hallando que de los 225 de los pacientes encuestados, 68,4% se automedicaron con antimicrobiano (48). Esto se debería a que se pudo observar que la automedicación antimicrobiana es una práctica común entre los pacientes de ambos estudios

tras la amenaza global sobre los antimicrobianos, de igual manera, los programas educativos no realizaron eficientemente su labor de informar sobre la automedicación dirigiéndose a personas de todas las edades, sexo, educación y ocupación.

En la tabla 9 sobre la dimensión “Vitaminas” se muestra que el 39,3% donde a veces indicaron que son consumidores asiduos de vitamina C, seguido de un 30,8% donde casi siempre los usuarios creen que las vitaminas evitan y le protegen del COVID-19, finalmente un 36,3% señalaron que a veces compraron vitaminas por internet o alguna red social. Se debería a que los usuarios comentan que según el MINSA las vitaminas C no soluciona la gripe como sospechan algunas personas, sino que contribuye a reforzar el marco inmunológico contra el peligro de enfermedades irresistibles. Asimismo, vigoriza el funcionamiento adecuado de la flora bacteriana. La sexta hipótesis específica muestra un valor de significancia asintótica bilateral menor al 0.05 para la dimensión Vitaminas y la variable redes sociales, de igual forma muestra un coeficiente de correlación positiva muy baja y es altamente significativa ( $r = .176$ ;  $p = 0.000 < 0.05$ ). Esto es evidencia de que existe relación entre la variable y la dimensión en estudio, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Coincide con el estudio de Wegbom, A et al (2021) donde se halló que la mayor parte de los medicamentos utilizados para la automedicación en el tratamiento y la anticipación de la COVID-19 fueron las vitaminas C y el multivitamínico (51,8%), la Amoxicilina (24,9%), la Ciprofloxacina (14,6%), los elementos naturales (10,2%), y la Eritromicina (5,3%), la mayor parte de los encuestados compraron los medicamentos de automedicación por internet (18). Esto se debería que las vitaminas D y C, cuyo consumo fue alentado masivamente por las redes sociales, en concordancia a los tratamientos que se empleaban para salvar la vida de pacientes críticos con Covid 19 fue y sigue siendo las cuales son empleadas para fortalecer el sistema inmune, no obstante, entidades como FDA y la OMS aún no aprueban el uso de esta terapia.

En la tabla 10 sobre la dimensión “Antigripales”, se muestran para la dimensión “Antigripales” donde un 40,7% de usuarios casi nunca prefieren antigripales comerciales visto en redes sociales para procesos respiratorios, seguido de un 33,2% donde casi nunca creen que el COVID-19 se combate con antigripales, finalmente un 41,2% prefieren elegir medicamentos antigripales vía internet porque tiene más opciones que en una botica y/o farmacia de manera presencial. La séptima hipótesis específica muestra un valor de significancia asintótica bilateral menor al 0.05 para la dimensión Antigripales y la variable

redes sociales, de igual manera se muestra un coeficiente de correlación positiva muy baja y es altamente significativa ( $r = .160$ ;  $p = 0.000 < 0.05$ ). Esto es evidencia de que existe relación entre la variable y la dimensión en estudio, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Estos resultados coinciden con el estudio de Fernández A, y Paredes J (2021), quien determinó la prevalencia de la automedicación en tiempos de Covid 19 en conductores de transporte urbano Turismo Bustamante y Periférico Estrella Tours AQP periodo Octubre- Diciembre Arequipa 2020. Hallando que los conductores consumieron sin prescripción AINES en un 64,90%, mientras que el 18,90% compraron antigripales, así mismo, evidenciaron que el medio mediante el cual obtuvieron información y recomendación de los medicamentos fue en 14,40% (49). Esto se debería que este fenómeno de desinformación está poniendo en riesgo vidas, al instigar el uso de medicamentos para la cura, consumir remedios caseros, además de inducir a las personas que presentan síntomas a guardar la esperanza de curarse por la información que llega a sus celulares.

En la tabla 11 sobre la dimensión “Analgésicos no opiáceos” se evidencia un 40,1% donde los usuarios casi nunca consumieron alguna vez paracetamol, ibuprofeno y/o metamizol por recomendaciones en redes sociales, un 37,9% que casi siempre indicaron que presentan fiebre o malestar general y de lo cual consume medicamento contra la fiebre o analgésico recomendado por redes sociales, finalmente un 37,4% casi siempre confían en los consejos realizados en redes sociales sobre el uso de medicamentos contra el dolor (cabeza, diente, muscular). La octava hipótesis específica muestra un valor de significancia asintótica bilateral menor al 0.05 para la dimensión Analgésicos no opiáceos y la variable redes sociales, de igual forma muestra un coeficiente de correlación positiva baja y es altamente significativa ( $r = .260$ ;  $p = 0.000 < 0.05$ ). Esto es evidencia de que existe relación entre la variable y la dimensión en estudio, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. El mismo que coincide con el estudio de Gaviria, A et al (2022), quien determinó la automedicación y la infodemia durante el aislamiento preventivo obligatorio por la pandemia de COVID-19. Hallando que, en promedio, se reportaron  $3.3 \pm 1.9$  medicamentos automedicadores por persona que se automedicó. Entre los grupos farmacológicos más utilizados se encontraban los medicamentos, principalmente en forma de analgésicos (es decir: de paracetamol) ( $n = 117$ ; 86,0% de los participantes con automedicación reportados durante la cuarentena). Los fármacos para el sistema musculoesquelético ( $n = 68$ ; 50,0%) y para el sistema respiratorio ( $n = 56$ ; 41,2%) (50). Esto se debería que, el aumento del uso de medicamentos sin prescripción médica fue una de las problemáticas que generó

preocupación entre el gremio científico y médico, debido a la escasez y efectos adversos que estos podían generar en personas sanas.

### 5.1. Conclusiones

- Según los resultados obtenidos se concluye que la relación que existe entre las redes sociales y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021, fue positiva moderada, estadísticamente altamente significativa ( $r = .459$ ;  $p = 0.000 < 0.05$ ).
- Se determinó la relación que existe entre la dimensión Facebook y la variable automedicación el cual resultó ser altamente significativa, positiva baja ( $r = .376$ ;  $p = 0.000 < 0.05$ ).
- Se determinó la relación que existe entre la dimensión Instagram y la variable automedicación el cual resultó ser altamente significativa, positiva baja ( $r = .347$ ;  $p = 0.000 < 0.05$ ).
- Se determinó la relación que existe entre la dimensión Tik Tok y la variable automedicación el cual resultó ser altamente significativa, positiva baja ( $r = .335$ ;  $p = 0.000 < 0.05$ ).
- Se determinó la relación que existe entre la dimensión WhatsApp y variable automedicación el cual resultó ser altamente significativa, positiva baja ( $r = .369$ ;  $p = 0.000 < 0.05$ ).
- Se determinó la relación que existe entre la dimensión uso de antimicrobianos y la variable redes sociales el cual resultó ser altamente significativa, positiva moderada ( $r = .443$ ;  $p = 0.000 < 0.05$ ).
- Se determinó la relación que existe entre la dimensión uso de vitaminas y la variable redes sociales el cual resultó ser muy significativa, positiva muy baja ( $r = .176$ ;  $p = 0.000 < 0.05$ ).
- Se determinó la relación que existe entre la dimensión uso de antigripales y la variable redes sociales el cual resultó ser muy significativa, positiva muy baja ( $r = .160$ ;  $p = 0.000 < 0.05$ ).

- Se determinó la relación que existe entre la dimensión uso de analgésicos no opiáceos y la variable redes sociales el cual resultó ser altamente significativa, positiva baja ( $r = .260$ ;  $p = 0.000 < 0.05$ ).

## 5.2. Recomendaciones

- Las redes sociales son medios digitales que forman parte de la cotidianidad de las personas, sin embargo, el consumo de medicamentos bajo recomendación de personas no capacitadas podría conllevar a intoxicaciones o problemas de salud en la población, es por ello que se recomienda usar estos medios digitales con mucha responsabilidad cuando se trate de medicamentos.
- La consulta de medicamentos se debe de realizar a través de profesionales de la salud y no de personajes públicos en redes sociales
- La búsqueda de medicamentos en redes sociales se debe de realizar en páginas de empresas autorizadas y no en empresas de dudosa procedencia.
- Es recomendable realizar la compra en establecimientos farmacéuticos autorizados para tener una confianza sobre la procedencia de los medicamentos.
- Las compras de medicamentos por delivery facilitan el estilo de vida de los consumidores sin embargo se recomienda revisar el estado de entrega, fecha de vencimiento, cantidad y medicamento correcto para evitar intoxicaciones por la administración de medicamentos inadecuados.
- Fomentar el uso racional de antibióticos en los consumidores para evitar problemas relacionados a la resistencia bacteriana que agrava los cuadros clínicos infecciosos.
- El consumo de vitaminas debe de ser realizado a través de un uso responsable en cuadros de necesidad del organismo para evitar eventos como la hipervitaminosis que conllevarían a presentar síntomas como la cefalea, vómitos, dolor en los huesos y visión borrosa.

- A pesar de que los antigripales son medicamentos de venta libre, se recomienda una regulación más estricta por INDECOPY y/o un seguimiento por parte del profesional farmacéutico en los consumidores para la información sobre los problemas hepáticos que estos medicamentos ocasionan debido al paracetamol.
- Los analgésicos no opiáceos son medicamentos de fácil acceso debido a su bajo costo y por pertenecer a los de venta sin receta médica, sin embargo, se recomienda que el farmacéutico fomente en sus clientes sobre los efectos adversos a nivel gastrointestinal si se realiza un uso inadecuado.

## REFERENCIAS

1. De la cruz I. Redes Sociales como Fuentes de Información sobre Salud. *Práctica Fam Rural*. 2019;4(2):1–10.
2. Calderón C, Soler F, Pérez A. El Observatorio del comportamiento de automedicación de la Universidad del Rosario y su rol en la pandemia de COVID-19. *Rev Cienc Salud*. 2020;18(2):1–8.
3. Hilario S, Quichca S. Características de prescripción de antibióticos en las recetas medicas dispensadas en la farmacia del consultorio externo del Hospital Nacional Dos de Mayo, Marzo-Agosto 2016. Universidad Wiener; 2019.
4. Gbashi S, Ayodeji O, Wesley D. Delineación sistemática de la polaridad de los medios en las vacunas COVID-19 en África : estudio de modelado lingüístico computacional Abstracto. *JMIR Med Inform*. 2021;9(3):1–21.
5. Lee J, Lee Y, Kim DH, Lee HS, Yang BR, Kim MG. El uso de las redes sociales para detectar nuevas advertencias de recuadro negro , cambios de etiquetado o retiros relacionados con la seguridad de los medicamentos : revisión del alcance. *JMIR Public Heal Surveill*. 2021;7(6):1–16.
6. Liu PL. Información de COVID-19 en redes sociales y comportamientos preventivos: Manejo de la pandemia a través de la responsabilidad personal. *Soc Sci Med*. 2021;277:9.
7. Schafheutle E, Fegan T, Ashcroft D. Explorando la gestión de medicamentos por parte de los pacientes con EPOC y sus redes sociales tras el alta hospitalaria. *Int J Clin Pharm*. 2018;40(5):1019–29.
8. Pianese T, Belfiore P. Explorando el uso de las redes sociales en la industria de la atención médica : un análisis multinivel. *Rev Int Investig Ambient y salud publica*. 2021;18:2–14.
9. Vilimelis P, Peerez A, Suñe J, J C, J J. Utilidad de las redes sociales en farmacovigilancia. Situación actual y perspectivas de futuro. *el Farm Hosp*. 2021;220:21–4.
10. Kumar N, William O, Howll B, Janmohamed K, Lee S, Fulano M. El papel del apoyo de las redes sociales en los resultados del tratamiento de la medicación para el trastorno por consumo de opioides: una revisión sistemática. *J Subst Abuse Treat*. 2021;127(3):1–9.

11. MARTINEZ A. La afectacion y adiccion a redes sociales en el adulto joven que acuden al hospital regional Nezahualcoyotl ISSEMyM. Universidad Nacional Autonoma de Mexico; 2020.
12. Barcelos N, Muniz L, D M, Junior F, Roberto C, Faerstein E. Análisis de noticias falsas emitido durante la pandemia de COVID-19 en Brasil. Rev Panam salud publica. 2021;45(65):1–8.
13. Carrascal A, Andueza L, Jimenes V, De la Hoz D, Aparicio Johana, Lazaro PM. Infodemia y la COVID 19. 2021;17(1):1–2.
14. Lindon V. El rol de las redes sociales en la pandemia del Covid-19. GeoGraphos. 2021;12(137):121–32.
15. Athina L, Marcelino P. PERCEPCIÓN SOBRE LA AUTOMEDICACIÓN CON IVERMECTINA POR POSIBLE EXPOSICIÓN A COVID-19 EN LA POBLACIÓN QUE HACE USO DE LAS REDES SOCIALES. Transtornos Alimenticios. Universidad privada de Huancayo Franklin Roosevelt; 2021.
16. Neyra E. ¿Pueden los remedios difundidos por las redes sociales prevenir y curar la COVID-19? Rev Humanista. 2021;1(1):39–42.
17. Navarrete P, Velasco J, Loro L. Automedicación en época de pandemia: Covid-19. Rev cuerpo med HNAAA. 2020;13(4):350–5.
18. Wegbom A, Edet C, Raimi O, Fagbamigbe A, Kiri V. Self-Medication Practices and Associated Factors in the Prevention and / or Treatment of COVID-19 Virus : A Population-Based Survey in Nigeria. Front Public Heal. 2021;9(1):1–9.
19. Elayeh E, Akour A, Haddadin R. Prevalence and predictors of self- - medication drugs to prevent or treat COVID- - 19: Experience from a Middle Eastern country. Int J Clin Pr. 2021;1(1):1–12.
20. Nasir M, Salauddin C, T Z. Self-medication during COVID-19 outbreak: a cross sectional online survey in Dhaka city. Int J Basic Clin Pharmacol. 2020;9(9):1325–30.
21. Matos F. Automedicación en población urbana que hace uso de las redes sociales Facebook Perú y promoción del medicamento en época de pandemia COVID-19 – 2021. Universidad Roosevelt; 2021.
22. Lozano A, Polo Z. Percepción sobre la automedicación con ivermectina por posible exposición a covid-19 en la población que hace uso de las redes sociales. Universidad Roosevelt; 2021.

23. Mestanza A, Tirado L. Automedicación con antigripales y riesgo de reacciones medicamentosas en personas mayores de 18 años en boticas y farmacias del distrito de Baños del inca – Cajamarca 2020. Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo; 2021.
24. Castro R. Factores de automedicación en tiempos de pandemia COVID-19 en usuarios que acuden a las oficinas farmacéuticas de Ate. Universidad Cesar Vallejo; 2021.
25. Julcarima E, Lima N. Factores condicionantes de la automedicación en tiempos de pandemia en el distrito en santa anita – lima 2020. Universidad Roosevelt; 2020.
26. Felix I, Orellana L. Factores asociados a la automedicacion frente a la pandemia por COVID-19 en los habitantes del Asentamiento Humano “Mi Peru” del distrito de ventanilla, Lima, 2020. Universidad María Auxiliadora; 2021.
27. Malo S. Excessive use of social networks : Psychosocial profile of Spanish adolescents. *Rev Científica Iberoam Comun y Educ.* 2018;1(1):1–10.
28. Garadi M, Yang Y, Ruan H. Text classification models for the automatic detection of nonmedical prescription medication use from social media. *BMC Med Informatics Decis Making.* 2021;21(1):1–10.
29. Sarker A, Deroos A, Perrone J. Mining social media for prescription medication abuse monitoring: A review and proposal for a data-centric framework. *J Am Med Informatics Assoc.* 2020;26(2):1–10.
30. Sarker A, Gonzalez G, Ruan G. Machine Learning and Natural Language Processing for Geolocation-Centric Monitoring and Characterization of OpioidRelated Social Media Chatter. *JAMA Netw Open.* 2019;2(11):1–10.
31. Onchonga D, Omwoyo J, Nyamamba D. Assessing the prevalence of self-medication among healthcare workers before and during the 2019 SARS-CoV-2 (COVID-19) pandemic in Kenya. *Saudi Pharm J.* 2020;28(10):1149–54.
32. Nogueira M, Castillo D, Orejuela F, Andamayo D. Factores asociados a la automedicación en pacientes que acuden a Servicios de Odontología de Hospitales del Perú. *Rev Estomatológica Hered.* 2018;28(2):72.
33. Muri A, Secoli S. Self-medication practices in riverside communities in the Brazilian Amazon Rainforest. *Rev Bras Enferm.* 2020;73(5):1–8.
34. Stolbizer F, Roscher D, Andrada M, Faes L, Arias C, Siragusa C, et al. Self-medication in patients seeking care in a dental emergency service. *Acta*

- Odontológica Latinoam. 2018;31(2):117–21.
35. Suaidi M, Wong P, Tahir N, Chua E. Community pharmacists' knowledge, attitude, and practice in providing self-care recommendations for the management of premenstrual syndrome. *Medicina (B Aires)*. 2020;56(1):1–16.
  36. Paudel S, Aryal B. Exploration of self-medication practice in Pokhara valley of Nepal. *BMC Public Health*. 2020;20(1):1–5.
  37. Swieczkowski D, Merks P, Gruchala M, Jaguszewski M. The Role of the Pharmacist in the Care of Patients with Chronic Pain. *Kardiol Pol*. 2016;74(11):1–9.
  38. Atmadani R, Nkoka O, Yunita S, Chen YH. Self-medication and knowledge among pregnant women attending primary healthcare services in Malang, Indonesia: A cross-sectional study. *BMC Pregnancy Childbirth*. 2020;20(1):1–11.
  39. Simegn W, Dagne B, Dagne H. Self-medication practice and associated factors among health professionals at the university of gondar comprehensive specialized hospital: A cross-sectional study. *Infect Drug Resist*. 2020;13(1):2539–46.
  40. Sampieri Hernández R, Collado Fernández C, Lucio Baptista M del P. Metodología de la investigación. 6ª edición. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES SADCV, editor. México D.F: Mc Graw Hill; 2014. 634 p.
  41. Hernandez R, Mendoza CP. Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. 1st ed. Mexico: Mc Graw Hill; 2018. 751 p.
  42. Carmelo V. Metodología de la investigación biomédica: Fundamentos. 1st ed. Buenos Aires: Webmastering; 2016. 249 p.
  43. Aguilar S. Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. *Salud en Tabasco*. 2005;11(1):333–8.
  44. Serri M. Redes sociales y Salud. *Rev Chil infectología*. 2018;35(6):629–30.
  45. Altamirano V, Hauyón K, Mansilla E, Matamala F. Automedicación en estudiantes de una residencia universitaria en Chillán, Chile. *Rev Cuba Salud Publica [Internet]*. 2019;45(1):1–14.
  46. Salvador B, Patazca M. Impacto Del COVID-19 En La Prevalencia De La Botica “ V & S Farma ” Durante el período de Abril-Mayo 2021. Universidad Maria Auxiliadora; 2021.
  47. Jairoun A, Al-Hemyari S, Abdulla N. Online medication purchasing during the Covid-19 pandemic: potential risks to patient safety and the urgent need to develop more rigorous controls for purchasing online medications, a pilot study from the

- United Arab Emirates. *J Pharm Policy Pract.* 2021;14(1):1–7.
48. Amin E, Charles N, N PT. Prevalence of antimicrobial self- medication among patients attending two hospitals in the Buea Health District, Cameroon. *Peertechz.* 2019;5:24–8.
  49. Fernández A, Paredes J. Prevalencia de la automedicación en tiempos de COVID 19 en conductores de transporte Urbano Turismo Bustamante y Periférico Estrella Tours Aqp periodo octubre- diciembre Arequipa 2020. 2021.
  50. Gaviria A, Mejía D, Duarte C, Castrillón J, Machado M, Valladales L, et al. Self-medication and the ‘infodemic’ during mandatory preventive isolation due to the COVID-19 pandemic. *Ther Adv Drug Saf.* 2022;13:1–12.

## **ANEXOS**

## ANEXO N° 1: Matriz de Consistencia

| Formulación del Problema  | Objetivos  | Hipótesis   | Variables  | Diseño metodológico  |
|---|--|---|--|--|
| <p><b>Problema General</b><br/>¿Qué relación existe entre las redes sociales y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021?</p> <p><b>Problemas Específicos</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>¿Qué relación existe entre el uso de Facebook y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021?</li> <li>¿Qué relación existe entre el uso de Instagram y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021?</li> <li>¿Qué relación existe entre el uso de Tik Tok y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021?</li> <li>¿Qué relación existe entre el uso de WhatsApp y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021?</li> </ol> | <p><b>Objetivo General</b><br/>Determinar la relación que existe entre las redes sociales y automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Determinar la relación que existe entre el uso de Facebook y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021</li> <li>Determinar la relación que existe entre el uso de Instagram y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021</li> <li>Determinar la relación que existe entre el uso de Tik Tok y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021</li> <li>Determinar la relación que existe entre el uso de WhatsApp y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021</li> </ol> | <p><b>Hipótesis General</b><br/>Existe relación significativa entre las redes sociales y automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021</p> <p><b>Hipótesis específicas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Existe relación significativa entre el uso de Facebook y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021</li> <li>Existe relación significativa entre el uso de Instagram y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021</li> <li>Existe relación significativa entre el uso de Tik Tok y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021</li> <li>Existe relación significativa entre el uso de WhatsApp y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021</li> </ol> | <p><b>Variable 1</b><br/>Redes sociales</p> <p><b>Dimensiones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Facebook</li> <li>▪ Tik Tok</li> <li>▪ Instagram</li> <li>▪ WhatsApp</li> </ul> <p><b>Variable 2</b><br/>Automedicación</p> <p><b>Dimensiones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Antimicrobianos</li> <li>▪ Vitaminas</li> <li>▪ Antigripales</li> <li>▪ Analgésicos opiáceos</li> </ul> <p style="text-align: right;">no</p> | <p><b>Método</b><br/>hipotético deductivo</p> <p><b>Tipo de Investigación</b><br/>Básica</p> <p><b>Diseño de la Investigación</b><br/>Descriptivo, Transversal, correlacional</p> <p><b>Población</b><br/>4000 usuarios</p> <p><b>Muestra</b><br/>364 usuarios</p> <p><b>Técnica</b><br/>Encuesta</p> <p><b>Instrumento</b><br/>Cuestionario</p> |

| Formulación del Problema   | Objetivos  | Hipótesis  | Variables  | Diseño metodológico  |
|--|--|--|--|--|
| <p><b>Problemas Específicos</b></p> <p>5. ¿Qué relación existe entre el uso de antimicrobianos y redes sociales frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021?</p> <p>6. ¿Qué relación existe entre el uso de vitaminas y redes sociales frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021?</p> <p>7. ¿Qué relación existe entre el uso de antigripales y redes sociales frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021?</p> <p>8. ¿Qué relación existe entre el uso de analgésicos no opiáceos y redes sociales frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021?</p> | <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <p>5. Determinar la relación que existe entre el uso de antimicrobianos y redes sociales frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021</p> <p>6. Determinar la relación que existe entre el uso de vitaminas y redes sociales frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021</p> <p>7. Determinar la relación que existe entre el uso de antigripales y redes sociales frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021</p> <p>8. Determinar la relación que existe entre el uso de analgésicos no opiáceos y redes sociales frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021</p> | <p><b>Hipótesis específicas</b></p> <p>5. Existe relación significativa entre el uso de antimicrobianos y redes sociales frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021</p> <p>6. Existe relación significativa entre el uso de vitaminas y redes sociales frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021</p> <p>7. Existe relación significativa entre el uso de antigripales y redes sociales frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021</p> <p>8. Existe relación significativa entre el uso de analgésicos no opiáceos y redes sociales frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021</p> | <p><b>Variable 1</b><br/>Redes sociales</p> <p><b>Dimensiones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Facebook</li> <li>▪ Tik Tok</li> <li>▪ Instagram</li> <li>▪ WhatsApp</li> </ul> <p><b>Variable 2</b><br/>Automedicación</p> <p><b>Dimensiones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Antimicrobianos</li> <li>▪ Vitaminas</li> <li>▪ Antigripales</li> <li>▪ Analgésicos no opiáceos</li> </ul> | <p><b>Método</b><br/>hipotético deductivo</p> <p><b>Tipo de Investigación</b><br/>Básica</p> <p><b>Diseño de la Investigación</b><br/>Descriptivo, Transversal, correlacional</p> <p><b>Población</b><br/>4000 usuarios</p> <p><b>Muestra</b><br/>364 usuarios</p> <p><b>Técnica</b><br/>Encuesta</p> <p><b>Instrumento</b><br/>Cuestionario</p> |

## **ANEXO N°2: INSTRUMENTO**

### **REDES SOCIALES Y AUTOMEDICACION FRENTE A COVID-19 EN USUARIOS DEL MERCADO SAN PEDRO DEL DISTRITO SAN MARTIN DE PORRES 2021**

#### **I. PRESENTACIÓN**

Buenos días, somos egresados de la carrera de Farmacia y Bioquímica de la Universidad Privada Norbert Wiener, estamos realizando un estudio, cuyo objetivo es determinar la relación que existe entre las redes sociales y la automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021. Pedimos su colaboración para que nos facilite ciertos datos que nos permitan llegar al objetivo de estudio ya mencionado.

#### **II. INSTRUCCIONES GENERALES**

Este cuestionario no contiene preguntas correctas ni incorrectas. Por favor responda con total sinceridad, además mencionarle que sus datos serán tratados de forma anónima y confidencial. Si Ud. tuviera alguna duda, pregúntele a la persona a cargo.

#### **III. DATOS GENERALES**

##### **SEXO:**

Femenino ( )

Masculino ( )

##### **EDAD:**

18–27 ( )

28–37 ( )

38–47 ( )

48–57 ( )

##### **GRADO DE INSTRUCCIÓN:**

Sin instrucción ( )

Primaria ( )

Secundaria ( )

Superior ( )

**DATOS ESPECÍFICOS:**

| N°                                | ITEMS   | Nunca | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |   |   |   |   |
|-----------------------------------|---|-------|------------|---------|--------------|---------|---|---|---|---|
|                                   |   | 1     | 2          | 3       | 4            | 1       | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <b>VARIABLE 1: Redes sociales</b> |   |       |            |         |              |         |   |   |   |   |
| <b>DIMENSIÓN 1: Facebook</b>      |   |       |            |         |              |         |   |   |   |   |
| 1                                 | ¿Usted realiza la búsqueda de medicamentos en la red social Facebook?   |       |            |         |              |         |   |   |   |   |
| 2                                 | ¿Ud. toma las recomendaciones del uso de medicamentos de parte de personajes famosos (Influencer)?                                    |       |            |         |              |         |   |   |   |   |
| 3                                 | ¿Ud. prefiere consultar a Facebook sobre medicamentos antes que a un farmacéutico y/o medico?   |       |            |         |              |         |   |   |   |   |
| <b>DIMENSIÓN 2: Tik Tok</b>       |   |       |            |         |              |         |   |   |   |   |
| 4                                 | ¿Usted realiza la búsqueda de medicamentos en la red social Tik tok?  |       |            |         |              |         |   |   |   |   |
| 5                                 | ¿Ha encontrado en Tik tok una herramienta para aprender sobre medicamentos?   |       |            |         |              |         |   |   |   |   |
| 6                                 | ¿Ud. confía en la procedencia de los medicamentos recomendados por personajes famosos (Influencer) en Tik tok?                        |       |            |         |              |         |   |   |   |   |
| <b>DIMENSIÓN 3: Instagram</b>     |   |       |            |         |              |         |   |   |   |   |
| 7                                 | ¿Usted realiza la búsqueda de medicamentos en la red social Instagram?  |       |            |         |              |         |   |   |   |   |
| 8                                 | ¿Las aplicaciones de delivery de medicamentos ligadas a Instagram se adecua a su estilo de vida?                                      |       |            |         |              |         |   |   |   |   |
| 9                                 | ¿Prefiere comprar por Instagram sus medicamentos que en una botica y/o farmacia de manera presencial?                                 |       |            |         |              |         |   |   |   |   |
| <b>DIMENSION 4: WhatsApp</b>      |   |       |            |         |              |         |   |   |   |   |
| 10                                | ¿Ud. cree que es más fácil la adquisición de medicamentos por WhatsApp que de manera presencial en una botica y/o farmacia?           |       |            |         |              |         |   |   |   |   |
| 11                                | ¿Ud. cree que la compra y consulta de medicamentos por video llamada es igual que de manera presencial?                               |       |            |         |              |         |   |   |   |   |
| 12                                | ¿En tiempos actuales como en una pandemia, es mejor la adquisición de medicamentos por redes sociales para evitar el contagio masivo? |       |            |         |              |         |   |   |   |   |

**DATOS ESPECÍFICOS:**

| Nunca | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
|-------|------------|---------|--------------|---------|
| 1     | 2          | 3       | 4            | 5       |

| N°  | ITEMS  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|--|---|---|---|---|---|
| <b>VARIABLE 2: Automedicación</b>           |  |   |   |   |   |   |
| <b>DIMENSIÓN 1: Antimicrobiano</b>          |  |   |   |   |   |   |
| 1   | ¿Usted consume habitualmente algún antibiótico sin receta médica?  |   |   |   |   |   |
| 2   | ¿Usted sigue los consejos de plataformas virtuales sobre el uso de antimicrobianos sin receta médica?                                      |   |   |   |   |   |
| 3   | ¿Ud. cree que consumiendo antibióticos sin receta médica se puede combatir el COVID-19?  |   |   |   |   |   |
| <b>DIMENSIÓN 2: Vitaminas</b>               |  |   |   |   |   |   |
| 4   | ¿Es Ud. consumidor asiduo de vitamina C?   |   |   |   |   |   |
| 5   | ¿Ud. cree que las vitaminas evitan y le protegen del COVID-19?   |   |   |   |   |   |
| 6   | ¿Ud. compra vitaminas por internet o alguna red social?  |   |   |   |   |   |
| <b>DIMENSIÓN 3: Antigripales</b>            |  |   |   |   |   |   |
| 7   | En procesos respiratorios ¿Ud. prefiere antigripales comerciales visto en redes sociales?  |   |   |   |   |   |
| 8   | ¿Ud. cree que el COVID-19 se combate con antigripales?   |   |   |   |   |   |
| 9   | ¿Ud. prefiere elegir medicamentos antigripales vía internet porque tiene más opciones que en una botica y/o farmacia de manera presencial? |   |   |   |   |   |
| <b>DIMENSION 4: Analgésicos no opiáceos</b> |  |   |   |   |   |   |
| 10  | ¿Ud. ha consumido alguna vez paracetamol, ibuprofeno y/o metamizol por recomendaciones en redes sociales?                                  |   |   |   |   |   |
| 11  | Cuando presenta fiebre o malestar general ¿Ud. consume algún medicamento contra la fiebre o analgésico recomendado por redes sociales?     |   |   |   |   |   |
| 12  | ¿Ud. confía en los consejos realizados en redes sociales sobre el uso de medicamentos contra el dolor (cabeza, diente, muscular)?          |   |   |   |   |   |

### ANEXO N°3: CERTIFICADO DE VALIDEZ DE LOS INSTRUMENTOS

|    |  |                          |    |                         |    |                       |    |             |
|---|--|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| <b>Universidad Norbert Wiener</b>   |  |                          |    |                         |    |                       |    |             |
| <b>CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LOS INSTRUMENTOS</b>  |  |                          |    |                         |    |                       |    |             |
| <b>TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: REDES SOCIALES Y AUTOMEDICACION FRENTE A COVID-19 EN USUARIOS DEL MERCADO SAN PEDRO DEL DISTRITO SAN MARTIN DE PORRES 2021</b> |  |                          |    |                         |    |                       |    |             |
| N°  | DIMENSIONES / items  | Pertinencia <sup>1</sup> |    | Relevancia <sup>2</sup> |    | Claridad <sup>3</sup> |    | Sugerencias |
|   |  | Si                       | No | Si                      | No | Si                    | No |             |
|   | <b>VARIABLE 1:</b> Redes sociales  |                          |    |                         |    |                       |    |             |
|   | <b>DIMENSIÓN 1:</b> Facebook   | Si                       | No | Si                      | No | Si                    | No |             |
| 1   | ¿Usted realiza la búsqueda de medicamentos en la red social Facebook?  | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| 2   | ¿Ud. toma las recomendaciones del uso de medicamentos de parte de personajes famosos (Influencer)?             | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| 3   | ¿Ud. prefiere consultar a Facebook sobre medicamentos antes que a un farmacéutico y/o médico?                  | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
|   | <b>DIMENSIÓN 2:</b> Tik Tok  | Si                       | No | Si                      | No | Si                    | No |             |
| 4   | ¿Usted realiza la búsqueda de medicamentos en la red social Tik tok?   | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| 5   | ¿Ha encontrado en Tik tok una herramienta para aprender sobre medicamentos?                                    | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| 6   | ¿Ud. confía en la procedencia de los medicamentos recomendados por personajes famosos (Influencer) en Tik tok? | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
|   | <b>DIMENSION 3:</b> Instagram  | Si                       | No | Si                      | No | Si                    | No |             |



|                                    |  |           |           |           |           |           |           |  |
|------------------------------------|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--|
| 7                                  | ¿Usted realiza la búsqueda de medicamentos en la red social Instagram?   | X         |           | X         |           | X         |           |  |
| 8                                  | ¿Las aplicaciones de delivery de medicamentos ligadas a Instagram se adecua a su estilo de vida?   | X         |           | X         |           | X         |           |  |
| 9                                  | ¿Prefiere comprar por Instagram sus medicamentos que en una botica y/o farmacia de manera presencial?  | X         |           | X         |           | X         |           |  |
| <b>DIMENSION 4: WhatsApp</b>       |  | <b>Si</b> | <b>No</b> | <b>Si</b> | <b>No</b> | <b>Si</b> | <b>No</b> |  |
| 10                                 | ¿Ud. cree que es más fácil la adquisición de medicamentos por WhatsApp que de manera presencial en una botica y/o farmacia?                        | X         |           | X         |           | X         |           |  |
| 11                                 | ¿Ud. cree que la compra y consulta de medicamentos por videollamada es igual que de manera presencial?   | X         |           | X         |           | X         |           |  |
| 12                                 | ¿Ud. cree que en tiempos actuales como en una pandemia, es mejor la adquisición de medicamentos por redes sociales para evitar el contagio masivo? | X         |           | X         |           | X         |           |  |
| <b>VARIABLE 2: Automedicacion</b>  |  |           |           |           |           |           |           |  |
| <b>DIMENSION 1: Antimicrobiano</b> |  | <b>Si</b> | <b>No</b> | <b>Si</b> | <b>No</b> | <b>Si</b> | <b>No</b> |  |
| 13                                 | ¿Usted consume habitualmente algún antibiótico?  | X         |           | X         |           | X         |           |  |
| 14                                 | ¿Usted sigue los consejos de plataformas virtuales sobre el uso de antimicrobianos?  | X         |           | X         |           | X         |           |  |
| 15                                 | ¿Ud. cree que los antibióticos combaten el COVID-19?   | X         |           | X         |           | X         |           |  |



| <b>DIMENSIÓN 2: Vitaminas</b>               |  | <b>Si</b> | <b>No</b> | <b>Si</b> | <b>No</b> | <b>Si</b> | <b>No</b> |  |
|---|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--|
| <b>16</b>                                   | ¿Es Ud. consumidor asiduo de vitamina C?   | X         |           | X         |           | X         |           |  |
| <b>17</b>                                   | ¿Ud. cree que las vitaminas evitan y le protegen del COVID-19?   | X         |           | X         |           | X         |           |  |
| <b>18</b>                                   | ¿Ud. compra vitaminas por internet o alguna red social?  | X         |           | X         |           | X         |           |  |
| <b>DIMENSIÓN 3: Antigripales</b>            |  | <b>Si</b> | <b>No</b> | <b>Si</b> | <b>No</b> | <b>Si</b> | <b>No</b> |  |
| <b>19</b>                                   | En procesos respiratorios ¿Ud. prefiere antigripales comerciales visto en redes sociales?  | X         |           | X         |           | X         |           |  |
| <b>20</b>                                   | ¿Ud. cree que el COVID-19 se combate con antigripales?   | X         |           | X         |           | X         |           |  |
| <b>21</b>                                   | ¿Ud. prefiere elegir medicamentos antigripales vía internet porque tiene más opciones que en una botica y/o farmacia de manera presencial? | X         |           | X         |           | X         |           |  |
| <b>DIMENSION 4: Analgésicos no opiáceos</b> |  | <b>Si</b> | <b>No</b> | <b>Si</b> | <b>No</b> | <b>Si</b> | <b>No</b> |  |
| <b>22</b>                                   | ¿Ud. ha consumido alguna vez paracetamol, ibuprofeno y/o metamizol por recomendaciones en redes sociales?                                  | X         |           | X         |           | X         |           |  |
| <b>23</b>                                   | Cuando presenta fiebre o malestar general ¿Ud. consume algún medicamento contra la fiebre o analgésico recomendado por redes sociales?     | X         |           | X         |           | X         |           |  |
| <b>24</b>                                   | ¿Ud. confía en los consejos realizados en redes sociales sobre el uso de medicamentos contra el dolor (cabeza, diente, muscular)?          | X         |           | X         |           | X         |           |  |



Universidad  
Norbert Wiener

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si existe suficiencia para la recolección de datos

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable [  ]   Aplicable después de corregir [  ]   No aplicable [  ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. Emma Caldas Herrera

DNI: 08738787

Especialidad del validador: Farmacéutico Clínico

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

07 de diciembre del 2021

Dra. Emma Caldas Herrera



### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LOS INSTRUMENTOS

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: REDES SOCIALES Y AUTOMEDICACION FRENTE A COVID-19 EN USUARIOS DEL MERCADO SAN PEDRO DEL DISTRITO SAN MARTIN DE PORRES 2021

| Nº | DIMENSIONES / ítems  | Pertinencia <sup>1</sup> |    | Relevancia <sup>2</sup> |    | Claridad <sup>3</sup> |    | Sugerencias |
|----|--|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
|    |  | Si                       | No | Si                      | No | Si                    | No |             |
|    | <b>VARIABLE 1:</b> Redes sociales  |                          |    |                         |    |                       |    |             |
|    | <b>DIMENSIÓN 1:</b> Facebook   | Si                       | No | Si                      | No | Si                    | No | Ninguna     |
| 1  | ¿Usted realiza la búsqueda de medicamentos en la red social Facebook?  | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| 2  | ¿Ud. toma las recomendaciones del uso de medicamentos de parte de personajes famosos (Influencer)?             | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| 3  | ¿Ud. prefiere consultar a Facebook sobre medicamentos antes que a un farmaceutico y/o medico?                  | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
|    | <b>DIMENSIÓN 2:</b> Tik Tok  | Si                       | No | Si                      | No | Si                    | No | Ninguna     |
| 4  | ¿Usted realiza la búsqueda de medicamentos en la red social Tik tok?   | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| 5  | ¿Ha encontrado en Tik tok una herramienta para aprender sobre medicamentos?                                    | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| 6  | ¿Ud. confía en la procedencia de los medicamentos recomendados por personajes famosos (Influencer) en Tik tok? | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
|    | <b>DIMENSIÓN 3:</b> Instagram  | Si                       | No | Si                      | No | Si                    | No | Ninguna     |



|                                    |  |           |           |           |           |           |           |         |
|------------------------------------|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------|
| 7                                  | ¿Usted realiza la búsqueda de medicamentos en la red social Instagram?   | X         |           | X         |           | X         |           |         |
| 8                                  | ¿Las aplicaciones de delivery de medicamentos ligadas a Instagram se adecua a su estilo de vida?   | X         |           | X         |           | X         |           |         |
| 9                                  | ¿Prefiere comprar por Instagram sus medicamentos que en una botica y/o farmacia de manera presencial?  | X         |           | X         |           | X         |           |         |
| <b>DIMENSION 4: WhatsApp</b>       |  | <b>Si</b> | <b>No</b> | <b>Si</b> | <b>No</b> | <b>Si</b> | <b>No</b> | Ninguna |
| 10                                 | ¿Ud. cree que es más fácil la adquisición de medicamentos por WhatsApp que de manera presencial en una botica y/o farmacia?                        | X         |           | X         |           | X         |           |         |
| 11                                 | ¿Ud. cree que la compra y consulta de medicamentos por videollamada es igual que de manera presencial?   | X         |           | X         |           | X         |           |         |
| 12                                 | ¿Ud. cree que en tiempos actuales como en una pandemia, es mejor la adquisición de medicamentos por redes sociales para evitar el contagio masivo? | X         |           | X         |           | X         |           |         |
| <b>VARIABLE 2: Automedicación</b>  |  |           |           |           |           |           |           |         |
| <b>DIMENSION 1: Antimicrobiano</b> |  | <b>Si</b> | <b>No</b> | <b>Si</b> | <b>No</b> | <b>Si</b> | <b>No</b> | Ninguna |
| 13                                 | ¿Usted consume habitualmente algún antibiótico?  | X         |           | X         |           | X         |           |         |
| 14                                 | ¿Usted sigue los consejos de plataformas virtuales sobre el uso de antimicrobianos?  | X         |           | X         |           | X         |           |         |
| 15                                 | ¿Ud. cree que los antibióticos combaten el COVID-19?   | X         |           | X         |           | X         |           |         |



|           | <b>DIMENSIÓN 2: Vitaminas</b>  | <b>Si</b> | <b>No</b> | <b>Si</b> | <b>No</b> | <b>Si</b> | <b>No</b> | Ninguna |
|-----------|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------|
| <b>16</b> | ¿Es Ud. consumidor asiduo de vitamina C?   | X         |           | X         |           | X         |           |         |
| <b>17</b> | ¿Ud. cree que las vitaminas evitan y le protegen del COVID-19?   | X         |           | X         |           | X         |           |         |
| <b>18</b> | ¿Ud. compra vitaminas por internet o alguna red social?  | X         |           | X         |           | X         |           |         |
|           | <b>DIMENSIÓN 3: Antigripales</b>   | <b>Si</b> | <b>No</b> | <b>Si</b> | <b>No</b> | <b>Si</b> | <b>No</b> | Ninguna |
| <b>19</b> | En procesos respiratorios ¿Ud. prefiere antigripales comerciales vistos en redes sociales?   | X         |           | X         |           | X         |           |         |
| <b>20</b> | ¿Ud. cree que el COVID-19 se combate con antigripales?   | X         |           | X         |           | X         |           |         |
| <b>21</b> | ¿Ud. prefiere elegir medicamentos antigripales vía internet porque tiene más opciones que en una botica y/o farmacia de manera presencial? | X         |           | X         |           | X         |           |         |
|           | <b>DIMENSIÓN 4: Analgésicos no opiáceos</b>  | <b>Si</b> | <b>No</b> | <b>Si</b> | <b>No</b> | <b>Si</b> | <b>No</b> | Ninguna |
| <b>22</b> | ¿Ud. ha consumido alguna vez paracetamol, ibuprofeno y/o metamizol por recomendaciones en redes sociales?                                  | X         |           | X         |           | X         |           |         |
| <b>23</b> | Cuando presenta fiebre o malestar general ¿Ud. consume algún medicamento contra la fiebre o analgésico recomendado por redes sociales?     | X         |           | X         |           | X         |           |         |
| <b>24</b> | ¿Ud. confía en los consejos realizados en redes sociales sobre el uso de medicamentos contra el dolor (cabeza, diente, muscular)?          | X         |           | X         |           | X         |           |         |



**Universidad  
Norbert Wiener**

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):**

---

**Opinión de aplicabilidad:** Aplicable [ x ]    Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

**Apellidos y nombres del juez validador:** Mag. GUZMÁN RODRÍGUEZ AMANCIO

**DNI:** 08519422

**Especialidad del validador:** Maestro en Ciencias con mención en Ingeniería Química

**1Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

**2Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

**3Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

-----  
**Firma del Experto Informante**

**18 de diciembre del 2021**



**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LOS INSTRUMENTOS**

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:** REDES SOCIALES Y AUTOMEDICACION FRENTE A COVID-19 EN USUARIOS DEL MERCADO SAN PEDRO DEL DISTRITO SAN MARTIN DE PORRES 2021

| Nº | DIMENSIONES / ítems  | Pertinencia <sup>1</sup> |           | Relevancia <sup>2</sup> |           | Claridad <sup>3</sup> |           | Sugerencias |
|----|--|--------------------------|-----------|-------------------------|-----------|-----------------------|-----------|-------------|
|    |  | Si                       | No        | Si                      | No        | Si                    | No        |             |
|    | <b>VARIABLE 1:</b> Redes sociales  |                          |           |                         |           |                       |           |             |
|    | <b>DIMENSIÓN 1:</b> Facebook   | <b>Si</b>                | <b>No</b> | <b>Si</b>               | <b>No</b> | <b>Si</b>             | <b>No</b> |             |
| 1  | ¿Usted realiza la búsqueda de medicamentos en la red social Facebook?  | X                        |           | X                       |           | X                     |           |             |
| 2  | ¿Ud. toma las recomendaciones del uso de medicamentos de parte de personajes famosos (Influencer)?             | X                        |           | X                       |           | X                     |           |             |
| 3  | ¿Ud. prefiere consultar a Facebook sobre medicamentos antes que a un farmacéutico y/o médico?                  | X                        |           | X                       |           | X                     |           |             |
|    | <b>DIMENSIÓN 2:</b> Tik Tok  | <b>Si</b>                | <b>No</b> | <b>Si</b>               | <b>No</b> | <b>Si</b>             | <b>No</b> |             |
| 4  | ¿Usted realiza la búsqueda de medicamentos en la red social Tik tok?   | X                        |           | X                       |           | X                     |           |             |
| 5  | ¿Ha encontrado en Tik tok una herramienta para aprender sobre medicamentos?                                    | X                        |           | X                       |           | X                     |           |             |
| 6  | ¿Ud. confía en la procedencia de los medicamentos recomendados por personajes famosos (Influencer) en Tik tok? | X                        |           | X                       |           | X                     |           |             |
|    | <b>DIMENSIÓN 3:</b> Instagram  | <b>Si</b>                | <b>No</b> | <b>Si</b>               | <b>No</b> | <b>Si</b>             | <b>No</b> |             |



|                                    |  |           |           |           |           |           |           |  |
|------------------------------------|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--|
| 7                                  | ¿Usted realiza la búsqueda de medicamentos en la red social Instagram?   | X         |           | X         |           | X         |           |  |
| 8                                  | ¿Las aplicaciones de delivery de medicamentos ligadas a Instagram se adecua a su estilo de vida?   | X         |           | X         |           | X         |           |  |
| 9                                  | ¿Prefiere comprar por Instagram sus medicamentos que en una botica y/o farmacia de manera presencial?  | X         |           | X         |           | X         |           |  |
| <b>DIMENSION 4: WhatsApp</b>       |  | <b>Si</b> | <b>No</b> | <b>Si</b> | <b>No</b> | <b>Si</b> | <b>No</b> |  |
| 10                                 | ¿Ud. cree que es más fácil la adquisición de medicamentos por WhatsApp que de manera presencial en una botica y/o farmacia?                        | X         |           | X         |           | X         |           |  |
| 11                                 | ¿Ud. cree que la compra y consulta de medicamentos por videollamada es igual que de manera presencial?   | X         |           | X         |           | X         |           |  |
| 12                                 | ¿Ud. cree que en tiempos actuales como en una pandemia, es mejor la adquisición de medicamentos por redes sociales para evitar el contagio masivo? | X         |           | X         |           | X         |           |  |
| <b>VARIABLE 2: Automedicacion</b>  |  |           |           |           |           |           |           |  |
| <b>DIMENSION 1: Antimicrobiano</b> |  | <b>Si</b> | <b>No</b> | <b>Si</b> | <b>No</b> | <b>Si</b> | <b>No</b> |  |
| 13                                 | ¿Usted consume habitualmente algún antibiótico?  | X         |           | X         |           | X         |           |  |
| 14                                 | ¿Usted sigue los consejos de plataformas virtuales sobre el uso de antimicrobianos?  | X         |           | X         |           | X         |           |  |
| 15                                 | ¿Ud. cree que los antibióticos combaten el COVID-19?   | X         |           | X         |           | X         |           |  |



| <b>DIMENSIÓN 2: Vitaminas</b>               |  | <b>Si</b> | <b>No</b> | <b>Si</b> | <b>No</b> | <b>Si</b> | <b>No</b> |  |
|---|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--|
| <b>16</b>                                   | ¿Es Ud. consumidor asiduo de vitamina C?   | X         |           | X         |           | X         |           |  |
| <b>17</b>                                   | ¿Ud. cree que las vitaminas evitan y le protegen del COVID-19?   | X         |           | X         |           | X         |           |  |
| <b>18</b>                                   | ¿Ud. compra vitaminas por internet o alguna red social?  | X         |           | X         |           | X         |           |  |
| <b>DIMENSIÓN 3: Antigripales</b>            |  | <b>Si</b> | <b>No</b> | <b>Si</b> | <b>No</b> | <b>Si</b> | <b>No</b> |  |
| <b>19</b>                                   | En procesos respiratorios ¿Ud. prefiere antigripales comerciales visto en redes sociales?  | X         |           | X         |           | X         |           |  |
| <b>20</b>                                   | ¿Ud. cree que el COVID-19 se combate con antigripales?   | X         |           | X         |           | X         |           |  |
| <b>21</b>                                   | ¿Ud. prefiere elegir medicamentos antigripales vía internet porque tiene más opciones que en una botica y/o farmacia de manera presencial? | X         |           | X         |           | X         |           |  |
| <b>DIMENSION 4: Analgésicos no opiáceos</b> |  | <b>Si</b> | <b>No</b> | <b>Si</b> | <b>No</b> | <b>Si</b> | <b>No</b> |  |
| <b>22</b>                                   | ¿Ud. ha consumido alguna vez paracetamol, ibuprofeno y/o metamizol por recomendaciones en redes sociales?                                  | X         |           | X         |           | X         |           |  |
| <b>23</b>                                   | Cuando presenta fiebre o malestar general ¿Ud. consume algún medicamento contra la fiebre o analgésico recomendado por redes sociales?     | X         |           | X         |           | X         |           |  |
| <b>24</b>                                   | ¿Ud. confía en los consejos realizados en redes sociales sobre el uso de medicamentos contra el dolor (cabeza, diente, muscular)?          | X         |           | X         |           | X         |           |  |



**Universidad  
Norbert Wiener**

**Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia**

**Opinión de aplicabilidad: Aplicable [ x ]      Aplicable después de corregir [ ]      No aplicable [ ]**

**Apellidos y nombres del juez validador. Dr: ...Márquez Caro, Orlando Juan.....**

**DNI: ...09075930.....**

**Especialidad del validador:.....Metodólogo**

**1Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

**2Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

**3Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

**.....8....de...diciembre.....del 2021.....**

**Firma del Experto Informante**

## ANEXO N° 4: ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

**Tabla 23. Confiabilidad del instrumento**

| <b>Alpha</b>    | <b>Nivel de fiabilidad</b> |
|-----------------|----------------------------|
| Mayor de 0.9    | Excelente                  |
| Entre 0.8 y 0.9 | Muy bueno                  |
| Entre 0.7 y 0,8 | Bueno                      |
| Entre 0.6 y 0.7 | Aceptable                  |
| Entre 0.5 y 0.6 | Pobre                      |
| Menor de 0.5    | Inaceptable                |

**Fuente:** Hernández H. (2018)

Se procedió a realizar el análisis de confiabilidad del instrumento a través de la prueba de Alfa de Cronbach a un 10% de la muestra equivalente a 36 usuarios para determinar la confiabilidad, por medio del paquete estadístico denominado Statistical Package for the Social Sciences - SPSS 26, obteniendo como resultado:

**Tabla 24.** Resumen de procesamiento de casos

|       |                       | <b>N</b> | <b>%</b> |
|-------|-----------------------|----------|----------|
| Casos | Válido                | 36       | 100,0    |
|       | Excluido <sup>a</sup> | 0        | ,0       |
|       | Total                 | 36       | 100,0    |

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

**Tabla 25.** Estadísticas de fiabilidad

| <b>Estadísticas de fiabilidad</b> |                |
|-----------------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach                  | N de elementos |
| ,815                              | 24             |

**Interpretación:** el resultado de la prueba de Alfa de Cronbach fue de 0,815 y de acuerdo con la tabla 1, determina que el instrumento para la investigación denominada “Redes Sociales y Automedicación frente a COVID-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021”, tiene una fiabilidad de carácter MUY BUENO.

## **ANEXO N° 5: FORMATO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO**

### **CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:**

He decidido colaborar voluntariamente en el estudio realizado por los estudiantes de la carrera de Farmacia y Bioquímica de la Universidad Privada Norbert Wiener, para la investigación que lleva por título: REDES SOCIALES Y AUTOMEDICACION FRENTE A COVID-19 EN USUARIOS DEL MERCADO SAN PEDRO DEL DISTRITO SAN MARTIN DE PORRES 2021.

El cual tiene fines para la elaboración de una tesis de titulación de pregrado.

Entiendo que participar en esta investigación es manera voluntaria y que soy libre de abandonarlo en cualquier momento, además de permitir que la información obtenida sea publicada y que pueda conocer los resultados.

Estoy informado sobre el carácter estrictamente confidencial de la encuesta, de modo que mi identidad como encuestado(a) no será revelada.

---

DNI:



Universidad  
Norbert Wiener

Lima, 10 de enero de 2022

PDTA. Marilyn N. Estrada Arce  
PRESIDENTA DEL MERCADO  
MERCADO SAN PEDRO  
PRESENTE. -

De mi mayor consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a Usted para saludarla(o) en nombre propio y de la Facultad de Farmacia y Bioquímica de la Universidad Privada Norbert Wiener, a quien represento en calidad de Decano (e).

Mediante la presente le solicito vuestra autorización para que la(os) siguientes bachilleres de la Facultad de Farmacia y Bioquímica de nuestra casa de estudios:

| Alumnos (as)                     | Código de alumno |
|----------------------------------|------------------|
| Abrigo Quispe ,Claudia Elizabeth | 2013200241       |
| De la Cruz Sudupe ,Silvia Esther | 2012100182       |

Realicen la recolección de datos del proyecto de Tesis titulado: "Redes sociales y automedicación frente a covid-19 en usuarios del mercado San Pedro del distrito San Martín de Porres 2021.

Sin otro particular, hago propicia la ocasión para expresar mi consideración y estima personal.

Atentamente,

Decano (e) de la Facultad de Farmacia y Bioquímica

## ANEXO N° 7: INFORME DEL ASESOR DE TURNITIN



### Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Abrigo Quispe, Claudia, Elizabeth De La Cruz Suclupe, Silvia ...  
Título del ejercicio: 11  
Título de la entrega: REDES SOCIALES Y AUTOMEDICACION FRENTE A COVID-19 E...  
Nombre del archivo: TESIS\_REDES\_SOCIALES\_Y\_AUTOMEDICACION\_16-03-22\_FINA...  
Tamaño del archivo: 3.48M  
Total páginas: 94  
Total de palabras: 19,165  
Total de caracteres: 102,650  
Fecha de entrega: 16-mar.-2022 12:07p. m. (UTC-0500)  
Identificador de la entre... 1785730648



Universidad  
Norbert Wiener

FACULTAD DE FARMACIA Y BIOQUÍMICA

Escuela Académica Profesional de Farmacia y Bioquímica

REDES SOCIALES Y AUTOMEDICACION FRENTE A COVID-19 EN  
USUARIOS DEL MERCADO SAN PEDRO DEL DISTRITO SAN  
MARTIN DE PORRES 2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE QUÍMICO FARMACÉUTICO

AUTOREO:  
Rsch. Abigo Quispe, Claudia, Elizabeth  
CODIGO ONKO 0000-0001-0119-0244

Rsch. De la Cruz Suclupe, Silvia Esther  
CODIGO ONKO 0000-0001-0119-0277

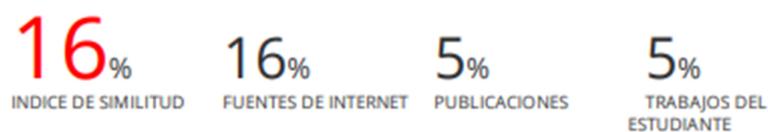
ABSORPLEO:  
Dra. Olyana Cruzado, Mónica Mercedes

LIMA - PERU  
2021

Derechos de autor 2022 Turnitin. Todos los derechos reservados.

## REDES SOCIALES Y AUTOMEDICACION FRENTE A COVID-19 EN USUARIOS DEL MERCADO SAN PEDRO DEL DISTRITO SAN MARTIN DE PORRES 2021

### INFORME DE ORIGINALIDAD



### FUENTES PRIMARIAS

|          |  |           |
|----------|--|-----------|
| <b>1</b> | <b>repositorio.ucv.edu.pe</b><br>Fuente de Internet                                    | <b>6%</b> |
| <b>2</b> | <b>repositorio.uwiener.edu.pe</b><br>Fuente de Internet                                | <b>3%</b> |
| <b>3</b> | <b>repositorio.uma.edu.pe</b><br>Fuente de Internet                                    | <b>2%</b> |
| <b>4</b> | <b>repositorio.upagu.edu.pe</b><br>Fuente de Internet                                  | <b>1%</b> |
| <b>5</b> | <b>www.archivosdemedicina.com</b><br>Fuente de Internet                                | <b>1%</b> |
| <b>6</b> | <b>Submitted to Universidad Cesar Vallejo</b><br>Trabajo del estudiante                | <b>1%</b> |
| <b>7</b> | <b>repositorio.unjfsc.edu.pe</b><br>Fuente de Internet                                 | <b>1%</b> |
| <b>8</b> | <b>scielo.sld.cu</b><br>Fuente de Internet   | <b>1%</b> |
| <b>9</b> | <b>Submitted to Universidad Femenina del Sagrado Corazón</b><br>Trabajo del estudiante | <b>1%</b> |

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Activo

ANEXO N° 7: EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DE CAMPO





ANEXOS: RESOLUCION N° 089-2022-DFFB/UPNW



Universidad  
Norbert Wiener

**RESOLUCIÓN N° 089-2022-DFFB/UPNW**

Lima, 25 de enero de 2022

**VISTO:**

El Acta N° 054 donde la Unidad Revisora de Asuntos Éticos de la FFYB aprueba la no necesidad de ser evaluado el proyecto por el Comité de Ética de la Universidad que presenta el/la tesista ABRIGO QUISPE, CLAUDIA, ELIZABETH egresado (a) de la Facultad de Farmacia y Bioquímica.

**CONSIDERANDO:**

Que es necesario proseguir con la ejecución del proyecto de tesis, presentado a la facultad de farmacia y bioquímica para optar el título de Químico Farmacéutico.

En uso de sus atribuciones, el decano de la facultad de farmacia y bioquímica;

**RESUELVE:**

ARTÍCULO ÚNICO: Aprobar el proyecto de tesis titulado REDES SOCIALES Y AUTOMEDICACION FRENTE A COVID-19 EN USUARIOS DEL MERCADO SAN PEDRO DEL DISTRITO SAN MARTIN DE PORRES 2021" presentado por el/la tesista ABRIGO QUISPE, CLAUDIA, ELIZABETH autorizándose su ejecución.

Regístrese, comuníquese y archívese.

Decano (e) de la Facultad de Farmacia y Bioquímica



**RESOLUCIÓN N° 090-2022-DFFB/UPNW**

Lima, 25 de enero de 2022

**VISTO:**

El Acta N° 054 donde la Unidad Revisora de Asuntos Éticos de la FFYB aprueba la no necesidad de ser evaluado el proyecto por el Comité de Ética de la Universidad que presenta el/la tesista DE LA CRUZ SUCLUPE, SILVIA ESTHER egresado (a) de la Facultad de Farmacia y Bioquímica.

**CONSIDERANDO:**

Que es necesario proseguir con la ejecución del proyecto de tesis, presentado a la facultad de farmacia y bioquímica para optar el título de Químico Farmacéutico.

En uso de sus atribuciones, el decano de la facultad de farmacia y bioquímica;

**RESUELVE:**

ARTÍCULO ÚNICO: Aprobar el proyecto de tesis titulado REDES SOCIALES Y AUTOMEDICACION FRENTE A COVID-19 EN USUARIOS DEL MERCADO SAN PEDRO DEL DISTRITO SAN MARTIN DE PORRES 2021" presentado por el/la tesista DE LA CRUZ SUCLUPE, SILVIA ESTHER autorizándose su ejecución.

Regístrese, comuníquese y archívese.



Decano (e) de la Facultad de Farmacia y Bioquímica