

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO**  
FACULTAD DE MEDICINA HUMANA  
PROGRAMA DE ESTUDIO DE MEDICINA HUMANA



**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE MÉDICO CIRUJANO**

---

**Medios de comunicación masivo como factor asociado a la automedicación en infecciones de vías urinarias en usuarios del Centro de Salud Nuevo Rioja**

---

**Área de Investigación:**

Educación en ciencias de la salud

**Autor:**

Loyola Pérez, Katteryn Yadira

**Jurado Evaluador:**

**Presidente:** Geldres, Alcántara Tomas Fernando

**Secretario:** Espejo Alayo, Luis Alberto

**Vocal:** Diaz Camacho, Pedro Segundo

**Asesor:**

Chávez Rimarachín, Manuel

Código Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4786-1265>

**TRUJILLO – PERÚ**

**2023**

**Fecha de Sustentación:** 04/09/2023

# MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVO COMO FACTOR ASOCIADO A LA AUTOMEDICACIÓN EN INFECCIONES URINARIAS EN USUARIOS DEL CENTRO DE SALUD NUEVO RIOJA

## INFORME DE ORIGINALIDAD



## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://repositorio.unfv.edu.pe">repositorio.unfv.edu.pe</a> Fuente de Internet	3%
2	<a href="http://tesis.unsm.edu.pe">tesis.unsm.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
3	<a href="http://repositorio.usanpedro.edu.pe">repositorio.usanpedro.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
4	<a href="http://repositorio.uncp.edu.pe">repositorio.uncp.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
5	<a href="http://repositorio.upao.edu.pe">repositorio.upao.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
6	<a href="http://repositorio.upsjb.edu.pe">repositorio.upsjb.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
7	<a href="http://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	1%
8	<a href="http://repositorio.uwiener.edu.pe">repositorio.uwiener.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%

64/65

Excluir citas Activo  
Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 1%

  
Manuel B. Chávez Rimarachin  
MEDICINA INTERNA  
CMP. 39834 RNE. 19588

### **Declaración de originalidad**

Yo, **Manuel Bertoni Chávez Rimarachín**, docente del Programa de Estudio de Medicina Humana, de la Universidad Privada Antenor Orrego, asesor de la tesis de investigación titulada “**Medios de comunicación masivo como factor asociado a la automedicación en infecciones de vías urinarias en usuarios del centro de salud Nuevo Rioja**”, autor Katteryn Yadira Loyola Pérez, dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 8%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software Turnitin el martes 05 de septiembre del 2023.
- He revisado con detalle dicho reporte y la tesis, y no se advierte indicios de plagio.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las normas establecidas por la universidad.

Lugar y fecha: Trujillo, 05 de septiembre del 2023

#### **ASESOR**

Dr. Manuel Bertoni Chávez Rimarachín

DNI: 18162927

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4786-1265>

FIRMA:



**Manuel B. Chávez Rimarachín**  
**MEDICINA INTERNA**  
CMP. 39834 · RNE. 19588

#### **AUTOR**

Katteryn Yadira Loyola Perez

DNI: 72490298

FIRMA:



## **DEDICATORIA**

A Dios y a la Virgen, por guiar mis pasos durante todos estos años, a mis padres Lita y Alexander, mis hermanos Iker y Thiago que siempre me dieron fuerza para no rendirme en este difícil camino. A mis pocos y valiosos amigos, muchas gracias.

## **AGRADECIMIENTO**

A mi familia, por su esfuerzo para hacer de mí, una profesional. También a mi persona, por nunca rendirme, por el esfuerzo durante estos 7 primeros años de este largo camino.

Al Dr. Manuel Chávez Rimarachín, mi asesor, por el apoyo durante la elaboración de este trabajo de investigación.

## RESUMEN

**Objetivo:** Determinar si el marketing farmacéutico transmitido a través de los medios de comunicación masivo se asocia con la automedicación en infecciones de vías urinarias en usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, provincia de Rioja, departamento de San Martín en el periodo de marzo a junio del 2023.

**Metodología:** Estudio observacional transversal, la población fue de 320 usuarios y una muestra de 163, el instrumento fue un cuestionario y un formulario de recolección en el que se incluyó edad y sexo, y el análisis de los datos se realizó con análisis bivariado mediante la prueba de chi cuadrado.

**Resultados:** El 85,9% de los usuarios evaluados se automedican. El motivo de influencia se asocia con la automedicación, predominando el precio del medicamento en el 30,7% de los usuarios (Sig.: ,005) y la propaganda farmacéutica influye en el 65,7% de las personas que se automedican (Sig.: ,014). El 77,1% de los usuarios que se automedican son varones (Sig.: ,036). Las sugerencias de familiares (Sig.: ,041), la publicidad influencia (Sig.: ,030) y la iniciativa propia (Sig.: ,016) se asocian con la automedicación. La publicidad televisiva (Sig.: ,044) y la publicidad en redes sociales (Sig.: ,041) se asocia con la automedicación. El consumo de penicilina (Sig.: ,044) y ciprofloxacino (Sig.: ,027) se asocia con la automedicación.

**Conclusiones:** Se concluye que el precio del medicamento como motivo de influencia, la propaganda farmacéutica, los programas de entretenimientos auspiciados por farmacéuticas y la información del producto en medios de comunicación son los factores del marketing farmacéutico transmitido a través de los medios de comunicación que se asocian con la automedicación en infecciones de vías urinarias en usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, en el periodo de marzo a junio del 2023.

**Palabras clave:** Automedicación, infección de vías urinarias, antimicrobiano, medios de comunicación

## ABSTRACT

**Objective:** To determine whether mass media are a contributing factor in the self-medication of urinary tract infections in users of the Nuevo Rioja Health Center.

**Methodology:** Observational cross-sectional study, the population was 320 users and a sample of 163, the instrument was a questionnaire and a collection form in which age and sex were included, and the data analysis was performed with bivariate analysis using the chi-square test.

**Results:** 85.9% of the evaluated users self-medicate. The reason for influence is associated with self-medication, with the price of the medication prevailing in 30.7% of users (Sig.: .005) and pharmaceutical advertising influences 65.7% of people who self-medicate (Sig.: .014). 77.1% of users who self-medicate are male (Sig.: .036). Family suggestions (Sig.: .041), influence advertising (Sig.: .030) and own initiative (Sig.: .016) are associated with self-medication. Television advertising (Sig.: .044) and advertising on social networks (Sig.: .041) is associated with self-medication. The consumption of penicillin (Sig.: .044) and ciprofloxacin (Sig.: .027) is associated with self-medication.

**Conclusions:** It is concluded that the price of the product as a reason for influence, pharmaceutical advertising, entertainment programs sponsored by pharmaceutical companies and product information in the media are the factors of pharmaceutical marketing transmitted through the media that are associated with self-medication in urinary tract infections in users of the Nuevo Rioja Health Center, in the period from March to June 2023.

**Keywords:** Self-medication, urinary tract infection, antibiotics, media.

## **PRESENTACIÓN**

De acuerdo con el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, presento la Tesis Titulada “MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVO COMO FACTOR ASOCIADO A LA AUTOMEDICACIÓN EN INFECCIONES DE VÍAS URINARIAS EN USUARIOS DEL CENTRO DE SALUD NUEVO RIOJA”, un estudio observacional de tipo transversal descriptivo, que tiene el objetivo determinar si el marketing farmacéutico transmitido a través de los medios de comunicación masivo se asocia con la automedicación en infecciones de vías urinarias en usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, provincia de Rioja, departamento de San Martín en el periodo de marzo a junio del 2023.

Por lo tanto, someto la presente Tesis para obtener el Título de Médico Cirujano a evaluación del Jurado



## ÍNDICE

DEDICATORIA .....	4
AGRADECIMIENTO .....	5
RESUMEN .....	6
ABSTRACT.....	7
PRESENTACIÓN .....	8
I. INTRODUCCIÓN .....	10
II. ENUNCIADO DEL PROBLEMA.....	15
III. HIPÓTESIS.....	15
IV. OBJETIVOS.....	16
4.1. OBJETIVO GENERAL.....	16
4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	16
V. MATERIAL Y MÉTODOS.....	17
5.1. DISEÑO DE ESTUDIO .....	17
5.2. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	17
5.3. CRITERIOS DE SELECCIÓN .....	17
5.4. MUESTRA.....	18
5.5. VARIABLES.....	20
5.6. DEFINICIONES OPERACIONALES .....	24
5.7. PROCEDIMIENTO .....	24
5.8. PLAN DE ANÁLISIS DE DATOS .....	24
5.9. ASPECTOS ÉTICOS.....	25
VI. RESULTADOS .....	26
VII. DISCUSIÓN.....	42
VIII. CONCLUSIONES .....	46
IX. RECOMENDACIONES .....	47
X. LIMITACIONES .....	48
XI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	49
XII. ANEXOS .....	54
ANEXO 1: CUESTIONARIO.....	54
ANEXO 2. AUTORIZACIÓN DE LA INSTITUCIÓN.....	58
ANEXO 3. RESOLUCIÓN DE APROBACIÓN DEL PROYECTO.....	59

## I. INTRODUCCIÓN

Los pobladores, dentro de la medicina y dentro de la economía, cumplen dos roles fundamentales correspondiendo a ser pacientes en misma medida que clientes o consumidores, donde así como son clientes de centros de salud, también son clientes que pueden adquirir medicamentos con o sin prescripción médica (1), por lo que se entiende que están expuestos y son susceptibles a las actividades mercantiles de empresas farmacéuticas que buscan, a través de estrategias de marketing, promover sus productos y marcas para mantenerse altamente competitivos en el mercado (2), buscando así acercar sus productos farmacéuticos a los clientes empleando todos los medios que hay disponibles como lo son los medios de comunicación masiva como la televisión, radio y medios impresos como el internet (3)

Los medios de comunicación han generado un efecto en la sociedad al establecer pautas para comportamientos y adquisiciones, generando demandas artificiales en la población, situación que ha llevado a que la sociedad adopte una tendencia a tratarse por sí misma y a malinterpretar el concepto de cuidado personal, dejando de lado y/o reemplazando al grupo de profesionales de la salud especializados (4). Desde esta perspectiva, la automedicación es una práctica muy común realizada para tratar enfermedades con medicamentos que se encuentran disponibles a la venta sin prescripción médica, siendo considerado un mal hábito que no solo se presenta en el contexto de que consuman fármacos sin prescripción, sino que, en ocasiones pueden alterar dosis recomendadas por un médico e incluso interrumpir o prolongar el tratamiento por los mismos pacientes (5)

Si bien es cierto que la automedicación depende del estado de gravedad en la salud percibida por el paciente, en el caso de la infección de vías urinarias, los medios de comunicación masiva juegan un papel importante, considerándose la principal fuente de información que tienen como principal característica su capacidad para llegar a una gran cantidad de personas y por ende, crear y consolidar conductas y creencias que pueden ser nocivas para la salud, como por ejemplo el uso indiscriminado de fármacos, la promoción del uso de tabaco y bebidas alcohólicas (6), teniéndose como referencia que al menos el 80% de los medicamentos como los antimicrobianos se dispensan sin receta fuera del entorno hospitalario (7)

Si se habla de estadísticas, en Bangladesh, la mayoría de los usuarios que se automedicaban tenían entre 21 y 25 años (71%), además, el 80% de la población dijo haber comprado o tomado medicamentos sin receta médica. Los tipos de medicamentos más usados fueron los antipiréticos y los analgésicos, y de éstos, se debió a una prescripción médica previa, consejos de familiares o amigos e Internet u otros medios de comunicación como fuente para su práctica

de automedicación (8), mientras que en África Oriental, el 4,03% de la población adulta se automedicaron para ITU (9). En Nicaragua, el 67,6% de los adultos se automedicaron, siendo más frecuente en el sexo femenino (59.3%), con un promedio de edad de 44.9 años, teniendo como factores asociados a visitas anteriores al médico, recomendaciones de amigos, familia, decisión propia y la influencia de los medios de comunicación, principalmente la televisión (10), mientras que, desde el plano Latinoamericano, la automedicación por infección de vías urinarias en el Ecuador fue más frecuente en las mujeres, y el principal factor predisponente es la situación económica (11). En el Perú la automedicación es más alta en la zona urbana y la prevalencia de automedicación con antimicrobianos fue del 68,7% (12). También, en el 56% de los casos esta práctica se debió al conocimiento deficiente sobre las grandes consecuencias de la automedicación (13), además en el 29% de las infecciones se automedican con antimicrobianos, siendo los más empleados en infecciones de las vías urinarias el ciprofloxacino con un 23% y ceftriaxona con 19.6% (14).

Lo que respecta a la automedicación, ésta se refiere a ingerir o usar fármacos, plantas medicinales o soluciones caseras por decisión propia o siguiendo indicaciones de terceros, sin buscar la opinión de un experto de la salud que pueda evaluar el cuadro clínico, proporcionar una receta adecuada y supervisar el proceso terapéutico (15). Está influenciada por diversos factores como el propio paciente, el estado de salud, el entorno social, los farmacéuticos y los profesionales de la salud, el deseo de autocuidado, que se asocian con la automedicación y experiencias previas, así como los medios de comunicación y las estrategias de mercadotecnia de la industria farmacéutica (16). Si bien es cierto que se ha satanizado a la automedicación, ésta posee ciertas ventajas, tales como el alivio afecciones menores, disminuye la carga en los servicios de salud y evita retrasos en casos urgentes debido a la saturación, aunque se mantienen bajo la responsabilidad del paciente debido a las contraindicaciones, asumiendo su seguimiento, pero algunos pacientes las ignoran, prefiriendo el aprendizaje por ensayo y error, lo que conlleva riesgos (17). Las principales consecuencias en contra de la salud incurren en la aparición de toxicidad debido a efectos secundarios y/o reacciones adversas como intoxicación, falta de efectividad por el uso de medicamentos incorrectos, dependencia o adicción, enmascaramiento de procesos clínicos graves y por consecuencia retraso en el diagnóstico y resistencia a antibióticos (18).

En este caso, se busca estudiar a la automedicación en infecciones urinarias, considerándose que ésta es un trastorno inflamatorio del tracto urinario debido a un crecimiento anormal de patógenos, siendo la sintomatología que presenta: fiebre, disuria y dolor abdominal bajo; aunque, también puede ser asintomático (19). Además, el 90% de estas infecciones son por

bacterias, siendo la *Escherichia coli* la causante del 90% de los casos, sin embargo, se considera como factor de riesgo a la mala higiene y la actividad sexual (20). Como tal, el tratamiento corresponde al uso de antibióticos, que, dentro de su mal uso, conlleva la posibilidad de desencadenar efectos secundarios que pueden abarcar erupciones en la piel, vértigo, malestar estomacal, trastornos intestinales y, en casos más graves, pueden surgir infecciones que son resistentes a los antibióticos o infecciones causadas por *Clostridium difficile*, motivo por el que es relevante consultar con un médico (21).

Los antecedentes de investigación que vinculan a las variables de estudio, desde la perspectiva internacional, se obtuvo que Aslam et al. (2020) en el estudio acerca de la automedicación con antibióticos en público de países de ingresos bajos y medianos, siendo una revisión de la literatura, obtuvo como resultados que en naciones de ingresos bajos y medios, la autoadministración de antibióticos es frecuente y suele estar ligada a un uso inadecuado, una causa primaria de resistencia bacteriana. Los farmacéuticos y familiares son fuentes comunes de información. Es crucial que los farmacéuticos eduquen sobre el uso correcto de antibióticos. Se encontró que género masculino y bajo nivel educativo se relacionan con la autoadministración de antibióticos (22).

Arain et al. (2021) plantearon como objetivo evaluar el uso de medicamentos como estrategia preventiva del tratamiento sintomático, siendo una investigación descriptiva que tomó como muestra a 698 a quienes se les aplicó un cuestionario, obteniéndose como resultados que los participantes respondió que utilizaban diversos productos de venta libre para aliviar el dolor, antibióticos recetados en casos de alergias, tos, infecciones respiratorias, como dolor de garganta e infecciones del tracto urinario, concluyéndose que el confinamiento por covid-19 fue el mayor aliciente para la automedicación (23)

Díaz (2021) planteó como objetivo de determinar las causas de la automedicación en las infecciones de vías urinarias de mujeres en edad fértil de la maternidad de Babahoyo, siendo una investigación descriptiva, tomó como muestra a 87 mujeres en edad fértil, teniendo como resultados que las mujeres recurren a la automedicación debido a factores económicos y a una falta de comprensión de las complicaciones que puede conllevar. Esto las lleva a abusar de medicamentos sin receta, especialmente cuando tienen molestias al orinar, evitando así buscar atención médica y generando problemas de salud futuros. Las mujeres carecen de conocimientos suficientes sobre automedicación para tratar infecciones urinarias, confiando en soluciones de farmacia en lugar de cuidado médico, empleando medicamentos como Ciprofloxacina, ampicilina y paracetamol según recomendaciones farmacéuticas (24).

Rusu et al. (2022) plantearon como objetivo analizar la tendencia a la automedicación de pacientes de una zona rural del noreste de Rumanía, siendo una investigación observacional, tomaron como muestra a 58 pacientes, asociando a la automedicación con la edad, educación, género y consumo de sustancias como café, alcohol, té, tabaco y medicamentos comunes, obteniendo como resultados que aunque los participantes de la investigación tienden a recurrir a la automedicación, esta elección parece darse solo cuando los remedios naturales no son suficientes para tratar su situación. Prefieren obtener medicamentos de los farmacéuticos en lugar de consultar a un médico, posiblemente debido a la conveniencia de tiempo y disponibilidad. Sin embargo, en áreas con recursos de atención limitados, los pacientes tienden a acumular diversos medicamentos (25)

Simegn y Moges (2022) plantearon como objetivo evaluar la práctica de automedicación de antibióticos y los factores asociados en residentes de Etiopía, siendo una investigación transversal tomando un total de 407 participantes a quienes se les aplicaron cuestionarios, teniendo como resultados que el 28,3% habían consumido antibióticos en los últimos seis meses. La prevalencia de la automedicación con antibióticos fue del 55,3% (intervalo de confianza del 95%: 50,6-60,2). Factores como el nivel educativo (razón de posibilidades ajustada [AOR] = 4,10, intervalo de confianza del 95%: 1,28, 13,12), el uso de medios de comunicación como fuente de información (AOR = 2,23, IC 95%: 1,24, 4,27), la confianza en experiencias previas como fuente de información (AOR = 2,02, IC 95%: 1,23, 3,31), el conocimiento sobre resistencia a los antibióticos (AOR = 2,45, IC 95%: 1) se encontraron significativamente asociados con la automedicación de antibióticos. Se concluye que la práctica de automedicación con antibióticos entre los residentes fue alta, y factores como el nivel educativo, el uso de medios de comunicación y experiencias previas como fuentes de información, así como el conocimiento sobre la resistencia a los antibióticos, tuvieron una relación significativa con esta práctica (26).

Ali et al. (2023) con el objetivo de describir y analizar el uso de antibióticos sin receta, prácticas de automedicación y patrones de uso en los saudíes, siendo una investigación transversal, tomó como muestra a 420 adultos a quienes les aplicó un cuestionario, obteniendo como resultados que se encontró una mayor prevalencia de automedicación en hombres y en individuos de nivel socioeconómico considerado como clase baja alta. La tasa de automedicación fue más alta entre aquellos con educación universitaria o profesional, así como entre los que tenían empleos de esta categoría. La información sobre automedicación se obtenía principalmente a través de anuncios publicitarios. Entre los medios de comunicación, la televisión tuvo la mayor influencia en las personas que practicaban la automedicación. Se concluyó que los participantes no conocían los efectos de la automedicación con antibióticos (27).

Por otro lado, y bajo la misma perspectiva, en el Perú, Espinoza y Herrera (2021) plantearon como objetivo de determinar los factores asociados a la automedicación en los pobladores de la ciudad de Huancayo, siendo una investigación observacional – descriptiva, tomaron como muestra a 500 pobladores de Huancayo a quienes se les aplicó como instrumento un cuestionario, tuvo como resultados que no tener seguro médico, la posología del fármaco, lugar de adquisición e información del medicamento se asocian con la automedicación y medios audiovisuales y redes sociales, concluyéndose que los medios de comunicación son fuentes de información que favorece a la automedicación, siendo un aspecto medianamente regulado por el Ministerio de Salud (28).

Sullón (2021) planteó como objetivo determinar los factores que se encuentran asociados a la automedicación en pacientes del Centro de salud de La Matanza en Piura, siendo una investigación descriptivo-correlacional, seleccionándose a una muestra de 136 pacientes a quienes se les aplicaron como instrumento la encuesta, se obtuvo como resultados una prevalencia de automedicación del 83.9%, el 81.6% de la muestra se automedica principalmente con antibióticos. Acerca de los factores sociales que se asocian con la automedicación correspondieron a la edad (18 a 44 años con el 90.2% y 45 a 59 años 92.3%), con el estado civil de conviviente (88.3%) y con el grado de instrucción primaria y secundaria (83.7% y 96% respectivamente). Los factores que incrementan la automedicación correspondieron a la ausencia de seguro social (95.7%), compras sin recetas médicas en las farmacias (93.4%), poca orientación sobre el tratamiento (91.7%), las sugerencias de familiares o amigos (94.6%), medios de comunicación (94.5%), y la publicidad en los medios de comunicación se asociaron con el 97.1% Finalmente, el 93% asoció la automedicación con la ausencia de sueldo (29).

Benites-Maza et al. (2023) plantearon como objetivo determinar la asociación entre la automedicación con antibióticos y la compra de medicamentos de marca en el Perú, siendo un análisis retrospectivo del periodo 2014-2016, se consideraron variables sociodemográficas, uso de seguro de salud y tipo de institución como variables intervinientes para la asociación con la automedicación, obteniéndose como resultados que de los 1862 individuos, el 54,4% eran mujeres con una edad promedio de 39,3 años. La prevalencia de la automedicación con antibióticos fue del 54,3%, mientras que la de adquisición de medicamentos de marca fue del 55,3%. Se reveló que había una conexión entre la automedicación con antibióticos y la compra de medicamentos de marca para la automedicación (RPa = 1,28; intervalo de confianza del 95%: 1,18–1,37; P < 0,001), determinándose que observó que 5 de cada 10 encuestados optaron por

medicamentos de marca. Se concluyó que la automedicación con antibióticos se asocia con una mayor probabilidad de comprar medicamentos de marca en el Perú (30).

El desarrollo de la investigación busca evidenciar si, los esfuerzos de las empresas farmacéuticas a través del marketing enfocado en la promoción de sus productos, y cómo es que el consumidor interpreta dicha publicidad al momento de decidir automedicarse, asociándola con factores tales como los económicos, sociales, culturales y publicitarios; la finalidad de este estudio es conocer el rol que juegan los medios de comunicación masivo frente a la automedicación por infecciones de las vías urinaria específicamente en los usuarios que se atienden en el Centro de Salud Nuevo Rioja, donde la patología es una causa frecuente en la atención.

La justificación de la investigación, desde la perspectiva teórica, consistió en recopilar material científico publicado por investigadores previos y entidades dedicadas a preservación de la salud, con la finalidad de obtener perspectivas y análisis a través de fuentes primarias y secundarias que brinden información sobre la asociación de la automedicación y el marketing farmacéutico en medios de comunicación masivo y, a partir de ello, contrastar resultados que promuevan un antecedente de investigación para futuros estudiantes e investigadores. Desde la perspectiva metodológica, la construcción y validación de instrumentos permitió no solo llevar a cabo la investigación, sino también es un aporte a la comunidad de investigadores que buscan identificar las razones por las que los ciudadanos eligen automedicarse, permitiéndoles a su vez establecer planes de control o mejora a favor de la sociedad y, por último, desde la perspectiva práctica, los hallazgos permitirán desarrollar programas y estrategias de prevención de la automedicación y la resistencia a los antimicrobianos.

## **II. ENUNCIADO DEL PROBLEMA**

¿El marketing farmacéutico transmitido a través de los medios de comunicación masivo está asociado a la automedicación para la infección de vías urinarias en usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, provincia de Rioja, departamento de San Martín en el periodo de marzo a junio del 2023?

## **III. HIPÓTESIS**

Hipótesis Nula (H0): El marketing farmacéutico transmitido a través de los medios de comunicación masivo no se asocia a la automedicación en infección de vías urinarias en usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, provincia de Rioja, departamento de San Martín en el periodo de marzo a junio del 2023.

Hipótesis Alternativa (Hi): El marketing farmacéutico transmitido a través de los medios de comunicación masivo se asocia a la automedicación en infección de vías urinarias en usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, provincia de Rioja, departamento de San Martín en el periodo de marzo a junio del 2023.

#### **IV. OBJETIVOS**

##### **4.1. OBJETIVO GENERAL**

- Determinar si el marketing farmacéutico transmitido a través de los medios de comunicación masivo se asocia con la automedicación en infecciones de vías urinarias en usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, provincia de Rioja, departamento de San Martín en el periodo de marzo a junio del 2023.

##### **4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Caracterizar a la muestra de estudio del Centro Salud Nuevo Rioja, provincia de Rioja, departamento de San Martín en el periodo de marzo a junio del 2023.
- Determinar la prevalencia de la automedicación para la infección de vías urinarias en usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, provincia de Rioja, departamento de San Martín en el periodo de marzo a junio del 2023
- Determinar la asociación de la automedicación para infección de las vías urinarias y los factores económicos de los usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, provincia de Rioja, departamento de San Martín en el periodo de marzo a junio del 2023.
- Determinar la asociación de la automedicación para infección de las vías urinarias y los factores sociales de los usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, provincia de Rioja, departamento de San Martín en el periodo de marzo a junio del 2023.
- Determinar la asociación de la automedicación para infección de las vías urinarias y los factores culturales de los usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, provincia de Rioja, departamento de San Martín en el periodo de marzo a junio del 2023.
- Determinar la asociación de la automedicación para infección de las vías urinarias y los factores publicitarios de los usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, provincia de Rioja, departamento de San Martín en el periodo de marzo a junio del 2023.
- Determinar la asociación de la automedicación y el tipo de antibiótico para infección de las vías urinarias de los usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, provincia de Rioja, departamento de San Martín en el periodo de marzo a junio del 2023.



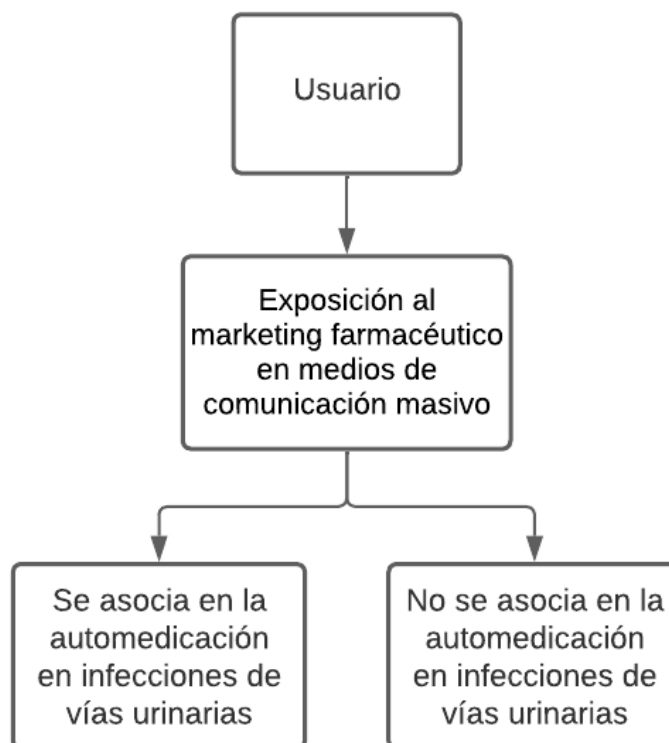
## V. MATERIAL Y MÉTODOS

### 5.1. DISEÑO DE ESTUDIO

El presente trabajo de investigación es un estudio transversal descriptivo.

**Figura 1**

*Diseño de la investigación*



### 5.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

Se estudió a los usuarios del Centro de Salud Nuevo Rioja durante el periodo marzo – junio del 2023

### 5.3. CRITERIOS DE SELECCIÓN

#### CRITERIOS DE INCLUSIÓN

- a) Personas con diagnóstico de infección de vías urinarias confirmado por cualquier tipo de prueba.
- b) Personas expuestas al marketing farmacéutico en medios de comunicación masivo
- c) Que hayan desarrollado o no sintomatología a causa de la infección.
- d) Usuarios que acuden al Centro de Salud Nuevo Rioja
- e) Ser mayores de 18 años
- f) Ambos sexos

g) Con antecedente de automedicación

#### **CRITERIOS DE EXCLUSIÓN**

- a) Pacientes que no cuenten con prueba confirmatoria para infección para vías urinarias
- b) Cuestionario que no hayan sido correctamente llenados e incompletos.
- c) Sin antecedente de automedicación

#### **5.4. MUESTRA**

##### **TAMAÑO DE LA MUESTRA DE ESTUDIO**

(31)

**Fórmula:**

$$n = [ED * Np(1-p)] / [(d^2 / Z^2_{1-\alpha/2} * (N-1) + p*(1-p)]$$

**Leyenda:**

- P es la proporción esperada en la población
- e es la precisión absoluta de un intervalo de confianza para la proporción
- $Z_{1-\alpha/2}$  es el coeficiente de confiabilidad al nivel de confianza del  $1-\alpha\%$
- N es el tamaño de la población

**Cálculo con uso de Epidat 4.2:**

- $p \rightarrow 68,7\%$  (Porcentaje de automedicación con antibióticos) (12)
- $e \rightarrow 0,05$
- $Z_{1-\alpha/2} \rightarrow 1,96$  (Nivel de confianza del 95%)
- $N \rightarrow 320$  usuarios con diagnóstico de infección de vías urinarias
- Efecto de Diseño (ED):

**Datos:**

Tamaño de la población:	320
Proporción esperada:	68,700%
Nivel de confianza:	95,0%
Efecto de diseño:	1,0

**Resultados:**

Precisión (%)	Tamaño de la muestra
5,000	163

Por lo tanto, se necesitó una muestra de 163 usuarios del Centro de Salud Nuevo Rioja durante el periodo marzo – junio del 2023

**UNIDAD DE MUESTREO**

Usuarios del Centro de Salud Nuevo Rioja durante el periodo marzo – junio del 2023.

**MARCO MUESTRAL**

Por medio de los cuestionarios como herramienta para recolectar información relevante como su edad, sexo, nivel de instrucción, tipo de medio de comunicación masivo, tipo de medicamento o medicamentos empleados, su frecuencia, razón de la automedicación, etc.

**MUESTREO**

Para este trabajo de investigación se utilizó el muestreo probabilístico simple en donde las encuestas serán seleccionadas teniendo en cuenta que cumplan los criterios tanto de exclusión como de inclusión.

## 5.5. VARIABLES

**Tabla 1**

*Matriz Operacional de las variables*

VARIABLE	TIPO	ESCALA DE MEDICIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	Dimensión	Indicador	Categoría	Registro	
<b>Marketing farmacéutico en medios de comunicación masivo</b>	Cualitativa	Nominal	Se establece el análisis de la variable a partir de las dimensiones audiovisual, publicidad, segmento publicitario y anuncio publicitario a través de un cuestionario validado y confiable.	Audiovisual	Frecuencia de uso de medios de comunicación masivo	>1 hora al día Entre 1 – 3 horas al día < 3 horas al día	Cuestionario	
					Tipo de medio de comunicación masivo predominante	Televisión Radio Redes sociales Medios impresos		
					Preferencia de uso de redes sociales	Facebook Instagram Tiktok Youtube		
				Marketing	Estrategias asociadas	Beneficios del medicamento		Cuestionario
						Precio del medicamento		
						Promociones y/o regalos con la compra		
						Punto de venta cercano		
				Segmento publicitario	Propaganda farmacéutica	Si/ No		Cuestionario
					Consejo de médico en espacio dedicado a la salud	Si/ No		

					Programa de entretenimiento	Si/ No	
				Publicidad	Imágenes	Si/ No	
					Sonidos/música	Si/ No	
					Información del producto	Si/ No	
<b>Automedicación</b>	Cualitativa	Nominal	Se establece la evaluación de la variable a través de un cuestionario validado y confiable.		Automedicación	Intención de automedicación	Si/ No
<b>Infección de las vías urinarias</b>	Cualitativa	Nominal	Se establece la evaluación de la variable interviniente a través de las dimensiones diagnóstico confirmado y sintomatología a través de un cuestionario validado y confiable.	Diagnóstico confirmado	Diagnóstico de ITU confirmado	Si/ No	Cuestionario
				Frecuencia de automedicación	Frecuencia de automedicación	Siempre Casi siempre A veces	
				Tipos de antibióticos	Penicilina	Si/ No	
					Ciprofloxacino	Si/ No	
					Uropol®	Si/ No	
					Cefalexina	Si/ No	
					Trimetoprima	Si/ No	
					Sulfametoxazol	Si/ No	
					Otro medicamento	Si/ No	
				Factores económicos	Desempleo	Si/ No	
					Bajo ingreso económico	Si/ No	

					Sin ingreso económico	Si/ No	
					Ausencia de seguro médico social	Si/ No	
					Ausencia de confianza al personal médico	Si/ No	
				Factores sociales	Edad	Entre 20 - 30 años Entre 31 - 40 años Entre 41 - 50 años Entre 51 - 60 años Más de 61 años	
						Sexo	Femenino Masculino
						Grado de instrucción	Primaria incompleta Primaria Completa Secundaria incompleta Secundaria Completa Superior Técnico Superior Universitario
				Factores culturales	Falta de tiempo para acudir a una consulta médica	Si/ No	
						Sugerencia de familiares cercanos	Si/ No
						Recomendación del Químico Farmacéutico	Si/ No
						Indiferencia al estado de salud	Si/ No

					Influencia de publicidad televisiva	Si/ No
					Iniciativa propia	Si/ No
				Factores publicitarios	Publicidad en televisión	Si/ No
					Publicidad en radio	Si/ No
					Publicidad en redes sociales	Si/ No
					Publicidad en medios impresos	Si/ No

**Nota.** Elaboración propia.

## 5.6. DEFINICIONES OPERACIONALES

- **Marketing farmacéutico en medios de comunicación masivo:** Se establece el análisis de la variable a partir de las dimensiones audiovisuales, publicidad, segmento publicitario y anuncio publicitario a través de un cuestionario validado y confiable.
- **Automedicación:** Se establece la evaluación de la variable a través de un cuestionario validado y confiable.
- **Infección de las vías urinarias:** Se establece la evaluación de la variable interviniente a través de las dimensiones diagnóstico confirmado y sintomatología a través de un cuestionario validado y confiable.

## 5.7. PROCEDIMIENTO

Para el estudio correspondiente se empleó las encuestas a mujeres y varones con diagnóstico de infección de vías urinarias en usuarios del Centro de Salud Nuevo Rioja, que cumplan los criterios tanto de inclusión como de exclusión. El cuestionario fue adaptado a partir de un instrumento previamente validado, el cual se encuentra en la tesis “Influencia de la publicidad en la decisión de compra de productos farmacéuticos antiinflamatorios no esteroideos de venta libre en consumidores en Lima Metropolitana durante el mes de setiembre de 2012” (21). Para poder acceder a la base de datos y recabar los datos de contacto de los participantes, se solicitó el permiso de la institución para la aplicación de la encuesta. El contacto fue realizado de forma virtual, a través del aplicativo de WhatsApp, se les adjunto un mensaje explicando los fines del estudio y el consentimiento informado que confirma su participación por iniciativa propia en el estudio. Posteriormente, se difundió en enlace de la encuesta entre los usuarios y se brindó asesoría para absolver dudas frecuentes. Entre los datos importantes que se recopilaron se encuentra información de índole social como la edad, sexo, el grado de instrucción, tipo de medicamento o medicamentos empleados, su frecuencia. Asimismo, se recabó información relevante a su consumo de medios y factores de carácter económico y cultural que también influye en su toma de decisiones, para poder así analizar sus valores, obtener un resultado, discutir lo encontrado y finalmente hacer las respectivas conclusiones del proyecto de investigación.

## 5.8. PLAN DE ANÁLISIS DE DATOS

Tras finalizar la difusión de la encuesta y completar el índice muestral de 163 usuarios, se descargó la base de datos de respuesta de la plataforma virtual Google Forms para cuantificar la información. La data fue ingresa al programa SPSS versión 26.



**Estadística descriptiva:**

La caracterización de la muestra se presentó a través de tablas de frecuencias para delimitar la distribución porcentual de los aspectos más prominentes de los usuarios, como el sexo o su edad. Asimismo, se emplearon tablas cruzadas para conocer el cruce de datos entre los factores evaluados y la automedicación.

**Estadística analítica:**

Para conocer los factores asociados a la automedicación entre los usuarios, se empleó el estadístico Chi cuadrado de Pearson, preciso para asociaciones de variables categóricas y, la prueba se consideró significativa si el valor- $p \leq \alpha = 0.05$ .

**Estadígrafo de estudio:**

Chi Cuadrado de Pearson.

**5.9. ASPECTOS ÉTICOS**

Para el presente proyecto de investigación fue necesario el uso de encuestas a los usuarios, lo cual se realizó teniendo en consideración la ética que involucra sobre todo la confidencialidad de los datos personales de los pacientes en estudio. Para ello, se tomó en cuenta la declaración de los principios éticos del Consejo de Organizaciones Internacionales de las Ciencias Médicas (CIOMS) (31) el cual señala lo fundamental de cuidar la intimidad y la integridad de las personas, así como respetar la exactitud de los resultados en la publicación de los resultados del estudio, además se consideró la Ley General de Salud (D.S. 017-2006-SA y D.S. 006-2007-SA) (32). Además, es indispensable solicitar el permiso correspondiente al Centro de Salud para la autorización del estudio garantizando el uso adecuado de la información brindada por los usuarios ya que estos no serán utilizados para fines distintos al motivo de estudio.

## VI.RESULTADOS

De los 163 usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja por infecciones urinarias, se evidencia que el 34,4% de los encuestados tienen entre 31 a 40 años, seguido del 31,3% que tienen entre 41 a 50 años. Asimismo, el 22,1% posee una edad que oscila entre los 20 y 30 años. En menor medida, el 8,6% de los encuestados tiene entre 51 y 60 años, mientras que, el 3,7% restante tiene más de 61 años.

En lo que refiere al género, el 74,2% de los encuestados fueron varones, mientras que, el 25,8% restante fueron mujeres.

Con respecto al grado de instrucción, el 36,2% presenta secundaria completa, seguido del 33,1% que cuenta con estudios técnicos. Por otra parte, el 20,9% presenta secundaria incompleta, mientras que el 7,4% cuenta con estudios universitarios. Por último, el 1,8% tiene primaria incompleta y el ,6% indica solo contar con primaria completa.

Asimismo, el 85,9% de los usuarios indica que todavía incurren en la automedicación, en contraste al 14,1% que señala que ya no se automedica.

Finalmente, el 41,7% señala que suele automedicarse siempre, seguido del 31,3% que lo hace casi siempre y el 27% que lo hace solo a veces (Tabla 2).

**Tabla 2: Caracterización de usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, provincia de Rioja, departamento de San Martín en el periodo de marzo a junio del 2023**

<b>Características</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>	
<b>Edad</b>	Entre 20 - 30 años	36	22,1%
	Entre 31 - 40 años	56	34,4%
	Entre 41 - 50 años	51	31,3%
	Entre 51 - 60 años	14	8,6%
	Más de 61 años	6	3,7%
<b>Género</b>	Femenino	42	25,8%
	Masculino	121	74,2%
<b>Grado de instrucción</b>	Primaria incompleta	3	1,8%
	Primaria completa	1	,6%
	Secundaria incompleta	34	20,9%
	Secundaria completa	59	36,2%
	Superior técnico	54	33,1%
	Superior universitario	12	7,4%
	<b>Automedicación</b>	Sí	140
No		23	14,1%
<b>Frecuencia de automedicación</b>	Siempre	68	41,7%
	Casi siempre	51	31,3%
	A veces	44	27,0%
<b>Total</b>	<b>163</b>	<b>100,0%</b>	

Fuente: Pacientes del Centro Salud Nuevo Rioja en el periodo de marzo a junio del 2023.

De los 163 usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja por infecciones urinarias, se evidencia que, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,341 > 0,050$ , es notable que no existe relación entre las variables, por lo que, la frecuencia del uso de medios masivos no tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios.

Con lo que respecta al medio que más consumen los usuarios, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,591 > 0,050$ , es notable que no existe relación entre las variables, por lo que, el medio masivo no tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios.

Respecto a la red social que más consumen los usuarios, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,136 > 0,050$ , es notable que no existe relación entre las variables, por lo que, las redes sociales que más utilizan no tienen un efecto significativo en la automedicación de los usuarios.

Abordando el motivo de influencia para automedicarse, el 30,7% de las personas que se automedicaron se vieron persuadidos por el precio del medicamento, seguido del 28,6% que fue influenciado por tácticas promocionales. A su vez, el 23,6% se sintió estimulado por la cercanía de los puntos de venta y el 17,1% por los beneficios del antibiótico. Además, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,005 < 0,050$ , es notable que existe relación entre las variables, por lo que, el motivo de influencia tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios.

En lo que refiere a la influencia de la propaganda farmacéutica, el 65,7% de las personas que se automedicaron indica que se sintieron persuadidos por publicidad de esta índole, mientras que el 34,3% se mostró en contra. Además, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,014 < 0,050$ , es notable que existe relación entre las variables, por lo que, la influencia de la propaganda farmacéutica tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios.

Respecto a la influencia de un médico en un medio de comunicación, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,942 > 0,050$ , es notable que no existe relación entre las variables, por lo que, la influencia de un médico en un medio de comunicación no tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios.

En relación con la influencia de programas de entretenimientos auspiciados por farmacéuticas, el 58,6% de las personas que se automedicaron indica que se sintieron persuadidos por este tipo de programas, mientras que el 41,4% señaló que no. Además, en concordancia con la

significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,012 < 0,050$ , es notable que existe relación entre las variables, por lo que, la influencia de programas de entretenimientos auspiciados por farmacéuticas tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios.

Referente a la influencia de las imágenes en la publicidad, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,959 > 0,050$ , es notable que no existe relación entre las variables, por lo que, la influencia de las imágenes en la publicidad no tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios.

Acerca de la influencia de la música de la publicidad, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,197 > 0,050$ , es notable que no existe relación entre las variables, por lo que, la influencia de la música de la publicidad no tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios.

En torno a la influencia de la información del producto en medios de comunicación, el 63,6% de las personas que se automedicaron indica que se sintieron persuadidos por la información del producto en medios de comunicación, mientras que el 36,4% señaló que no. Además, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,027 < 0,050$ , es notable que existe relación entre las variables, por lo que, la influencia de la información del producto en medios de comunicación tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios (Tabla 3).

**Tabla 3: Asociación del marketing farmacéutico transmitido a través de los medios de comunicación masivo con la automedicación en infecciones de vías urinarias en usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, provincia de Rioja, departamento de San Martín en el periodo de marzo a junio del 2023.**

Marketing farmacéutico en medios de comunicación masivo		Automedicación		Sig.	
		Sí	No		
<b>Frecuencia de uso de medios</b>	>1 hora al día	fi	35	7	,341
		%	25,0%	30,4%	
	Entre 1–3 horas al día	fi	46	10	
		%	32,9%	43,5%	
	<3 horas al día	fi	59	6	
		%	42,1%	26,1%	
<b>Medio más consumido</b>	Televisión	fi	38	4	,591
		%	27,1%	17,4%	
	Radio	fi	34	5	
		%	24,3%	21,7%	
	Redes sociales	fi	31	5	
		%	22,1%	21,7%	
	Medios impresos	fi	37	9	
		%	26,4%	39,1%	
<b>Red social más consumida</b>	Facebook	fi	26	7	,136
		%	18,6%	30,4%	
	Instagram	fi	33	6	
		%	23,6%	26,1%	
	TikTok	fi	44	2	
		%	31,4%	8,7%	
	Youtube	fi	37	8	
		%	26,4%	34,8%	
<b>Motivo de influencia</b>	Beneficios del medicamento	fi	24	11	,005
		%	17,1%	47,8%	
	Precio del medicamento	fi	43	3	
		%	30,7%	13,0%	
	Promociones y/o regalos con la compra	fi	40	3	
		%	28,6%	13,0%	
Punto de venta cercano	fi	33	6		
	%	23,6%	26,1%		
<b>Influencia de la propaganda farmacéutica</b>	Sí	fi	92	21	,014
		%	65,7%	91,3%	
	No	fi	48	2	
		%	34,3%	8,7%	
	Sí	fi	78	13	,942

<b>Influencia de un médico en un medio de comunicación</b>	No	%	55,7%	56,5%	
		fi	62	10	
		%	44,3%	43,5%	
<b>Influencia de programas de entretenimientos auspiciados por farmacéuticas</b>	Sí	fi	82	7	,012
		%	58,6%	30,4%	
		fi	58	16	
	No	%	41,4%	69,6%	
		fi	86	14	,959
		%	61,4%	60,9%	
<b>Influencia de las imágenes en la publicidad</b>	No	fi	54	9	
		%	38,6%	39,1%	
		fi	69	8	,197
<b>Influencia de la música de la publicidad</b>	Sí	%	49,3%	34,8%	
		fi	71	15	
		%	50,7%	65,2%	
<b>Influencia de la información del producto en medios de comunicación</b>	Sí	fi	89	20	,027
		%	63,6%	87,0%	
		fi	51	3	
	No	%	36,4%	13,0%	
		Total		100,0%	100,0%

Sig.: Significancia. Fuente: Pacientes del Centro Salud Nuevo Rioja en el periodo de marzo a junio del 2023.

Acerca del desempleo, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,977 > 0,050$ , es notable que no existe relación entre las variables, por lo que, el factor económico de desempleo no tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios.

En torno a la recaudación de ingresos económicos, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,846 > 0,050$ , es notable que no existe relación entre las variables, por lo que, el factor económico de recaudación de ingresos económicos no tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios.

Respecto a la ganancia de bajos ingresos económicos, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,659 > 0,050$ , es notable que no existe relación entre las variables, por lo que, el factor económico de recaudación de bajos ingresos económicos no tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios.

En relación con la posesión de seguro médico social, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,904 > 0,050$ , es notable que no existe relación entre las variables, por lo que, el factor económico de posesión de seguro médico social no tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios.

En lo que respecta a la confianza que poseen en el personal médico, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,132 > 0,050$ , es notable que no existe relación entre las variables, por lo que, el factor económico de la confianza en el personal médico no tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios (Tabla 4).



**Tabla 4: Asociación de la automedicación para infección de las vías urinarias con los factores económicos de los usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, provincia de Rioja, departamento de San Martín en el periodo de marzo a junio del 2023.**

Factores económicos		Automedicación			Sig.
			Sí	No	
<b>Desempleo</b>	Sí	fi	24	4	,977
		%	17,1%	17,4%	
	No	fi	116	19	
		%	82,9%	82,6%	
<b>Recaudación de ingresos económicos</b>	Sí	fi	126	21	,846
		%	90,0%	91,3%	
	No	fi	14	2	
		%	10,0%	8,7%	
<b>Bajos ingresos económicos</b>	Sí	fi	110	19	,659
		%	78,6%	82,6%	
	No	fi	30	4	
		%	21,4%	17,4%	
<b>Seguro médico social</b>	Sí	fi	81	13	,904
		%	57,9%	56,5%	
	No	fi	59	10	
		%	42,1%	43,5%	
<b>Confianza en el personal médico</b>	Sí	fi	24	7	,132
		%	17,1%	30,4%	
	No	fi	116	16	
		%	82,9%	69,6%	
Total			100,0%	100,0%	

Sig.: Significancia. Fuente: Pacientes del Centro Salud Nuevo Rioja en el periodo de marzo a junio del 2023.

Respecto a la edad, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,135 > 0,050$ , es notable que no existe relación entre las variables, por lo que, el factor social de edad no tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios.

En lo que respecta al género, el 77,1% de las personas que se automedicaron fueron varones, mientras que el 22,9% restante fueron mujeres. Además, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,036 < 0,050$ , es notable que existe relación entre las variables, por lo que, el factor social de género tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios.

En torno al grado de instrucción, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,832 > 0,050$ , es notable que no existe relación entre las variables, por lo que, el factor social de grado de instrucción no tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios.

Abordando la frecuencia de automedicación, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,819 > 0,050$ , es notable que no existe relación entre las variables, por lo que, el factor social de frecuencia de automedicación no tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios.

**Tabla 5: Asociación de la automedicación para infección de las vías urinarias y los factores sociales de los usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, provincia de Rioja, departamento de San Martín en el periodo de marzo a junio del 2023.**

Factores sociales		Automedicación		Sig.			
		Sí	No				
<b>Edad</b>	Entre 20 - 30 años	fi %	34 24,3%	2 8,7%	,135		
	Entre 31 - 40 años	fi %	47 33,6%	9 39,1%			
	Entre 41 - 50 años	fi %	45 32,1%	6 26,1%			
	Entre 51 - 60 años	fi %	10 7,1%	4 17,4%			
	Más de 61 años	fi	4	2			
		%	2,9%	8,7%			
<b>Género</b>	Femenino	fi %	32 22,9%	10 43,5%	,036		
	Masculino	fi %	108 77,1%	13 56,5%			
<b>Grado de instrucción</b>	Primaria incompleta	fi %	3 2,1%	0 0,0%	,832		
	Primaria completa	fi %	1 0,7%	0 0,0%			
	Secundaria incompleta	fi %	28 20,0%	6 26,1%			
	Secundaria completa	fi %	53 37,9%	6 26,1%			
	Superior técnico	fi %	45 32,1%	9 39,1%			
	Superior universitario	fi %	10 7,1%	2 8,7%			
	<b>Frecuencia de automedicación</b>	Siempre	fi %	58 41,4%		10 43,5%	,819
		Casi siempre	fi %	43 30,7%		8 34,8%	
A veces		fi %	39 27,9%	5 21,7%			
Total			100,0%	100,0%			

Sig.: Significancia. Fuente: Pacientes del Centro Salud Nuevo Rioja en el periodo de marzo a junio del 2023.

Respecto a la falta de tiempo, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,519 > 0,050$ , es notable que no existe relación entre las variables, por lo que, el factor cultural de falta de tiempo no tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios.

En lo que respecta a las sugerencias de antibióticos por familiares, el 65,7% de las personas que se automedicaron indicaron que si recibieron sugerencias de su círculo cercano, mientras que el 34,3% señaló que no recibió recomendaciones. Además, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,041 < 0,050$ , es notable que existe relación entre las variables, por lo que, el factor cultural de sugerencias de antibióticos por familiares tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios.

En torno a la recomendación del químico farmacéutico, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,274 > 0,050$ , es notable que no existe relación entre las variables, por lo que, el factor cultural de recomendación del químico farmacéutico no tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios.

Con relación a la indiferencia del estado de salud, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,437 > 0,050$ , es notable que no existe relación entre las variables, por lo que, el factor cultural de indiferencia del estado de salud no tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios.

Con referencia a la influencia de la publicidad, el 70,7% de las personas que se automedicaron indicaron que si se sintieron influenciados por la publicidad a la que estuvieron expuestos, mientras que el 29,3% señaló que no tuvo efecto alguno en su decisión. Además, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,030 < 0,050$ , es notable que existe relación entre las variables, por lo que, el factor cultural de sugerencias de influencia de la publicidad tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios.

En lo que respecta a la iniciativa propia, el 69,3% de las personas que se automedicaron indicaron que lo hicieron por iniciativa propia, mientras que el 29,7% señaló lo contrario. Además, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,016 < 0,050$ , es notable que existe relación entre las variables, por lo que, el factor cultural de iniciativa propia tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios (Tabla 6).

**Tabla 6: Asociación de la automedicación para infección de las vías urinarias y los factores culturales de los usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, provincia de Rioja, departamento de San Martín en el periodo de marzo a junio del 2023.**

Factores culturales		Automedicación		Sig.
		Sí	No	
<b>Falta de tiempo</b>	Sí	fi	46	,519
		%	32,9%	
	No	fi	94	
		%	67,1%	
<b>Sugerencias de familiares</b>	Sí	fi	92	,041
		%	65,7%	
	No	fi	48	
		%	34,3%	
<b>Recomendación del químico farmacéutico</b>	Sí	fi	68	,274
		%	48,6%	
	No	fi	72	
		%	51,4%	
<b>Indiferencia del estado de salud</b>	Sí	fi	73	,437
		%	52,1%	
	No	fi	67	
		%	47,9%	
<b>Influencia de la publicidad</b>	Sí	fi	99	,030
		%	70,7%	
	No	fi	41	
		%	29,3%	
<b>Iniciativa propia</b>	Sí	fi	97	,016
		%	69,3%	
	No	fi	43	
		%	30,7%	
Total			100,0%	100,0%

Sig.: Significancia. Fuente: Pacientes del Centro Salud Nuevo Rioja en el periodo de marzo a junio del 2023.

En torno a la influencia de la publicidad televisiva, el 69,3% de las personas que se automedicaron indicaron que si se sintieron persuadidos por la publicidad televisiva, mientras que el 30,7% señaló lo contrario. Además, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,044 < 0,050$ , es notable que existe relación entre las variables, por lo que, el factor publicitario de influencia de la publicidad televisiva tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios.

Respecto a la influencia de la publicidad radial, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,270 > 0,050$ , es notable que no existe relación entre las variables, por lo que, el factor publicitario de influencia de la publicidad radial no tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios.

Con relación a la influencia de la publicidad en redes sociales, el 65,7% de las personas que se automedicaron indicaron que si se sintieron persuadidos por la publicidad de redes, mientras que el 34,3% señaló lo contrario. Además, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,041 < 0,050$ , es notable que existe relación entre las variables, por lo que, el factor publicitario de influencia de la publicidad en redes sociales tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios.

Abordando la influencia de la publicidad en medios impresos, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,157 > 0,050$ , es notable que no existe relación entre las variables, por lo que, el factor publicitario de influencia de la publicidad en medios impresos no tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios (Tabla 7).

**Tabla 7: Asociación de la automedicación para infección de las vías urinarias y los factores publicitarios de los usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, provincia de Rioja, departamento de San Martín en el periodo de marzo a junio del 2023.**

Factores publicitarios		Automedicación			Sig.
			Sí	No	
<b>Influencia de la publicidad televisiva</b>	Sí	fi	97	11	,044
		%	69,3%	47,8%	
	No	fi	43	12	
		%	30,7%	52,2%	
<b>Influencia de la publicidad radial</b>	Sí	fi	66	8	,270
		%	47,1%	34,8%	
	No	fi	74	15	
		%	52,9%	65,2%	
<b>Influencia de la publicidad en redes sociales</b>	Sí	fi	92	10	,041
		%	65,7%	43,5%	
	No	fi	48	13	
		%	34,3%	56,5%	
<b>Influencia de la publicidad en medios impresos</b>	Sí	fi	69	15	,157
		%	49,3%	65,2%	
	No	fi	71	8	
		%	50,7%	34,8%	
Total			100,0%	100,0%	

Sig.: Significancia. Fuente: Pacientes del Centro Salud Nuevo Rioja en el periodo de marzo a junio del 2023.

Con respecto a los antibióticos, el 61,4% de las personas que se automedicaron indicaron que consumieron penicilina, mientras que el 38,6% señaló lo contrario. Además, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,044 < 0,050$ , es notable que existe relación entre las variables, por lo que, el consumo de penicilina tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios.

Asimismo, el 36,4% de las personas que se automedicaron indicaron que consumieron ciprofloxacino, mientras que el 63,6% señaló lo contrario. Además, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,027 < 0,050$ , es notable que existe relación entre las variables, por lo que, el consumo de ciprofloxacino tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios.

Abordando el consumo de Uropol<sup>®</sup>, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,475 > 0,050$ , es notable que no existe relación entre las variables, por lo que, el consumo de Uropol<sup>®</sup> no tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios.

Considerando el consumo de cefalexina, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,303 > 0,050$ , es notable que no existe relación entre las variables, por lo que, el consumo de cefalexina no tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios.

En torno al consumo de trimetoprima, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,157 > 0,050$ , es notable que no existe relación entre las variables, por lo que, el consumo de trimetoprima no tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios.

Respecto al consumo de sulfametoxazol, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,439 > 0,050$ , es notable que no existe relación entre las variables, por lo que, el consumo de sulfametoxazol no tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios.

Con relación al consumo de otros medicamentos, en concordancia con la significancia de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de  $0,234 > 0,050$ , es notable que no existe relación entre las variables, por lo que, el consumo de otros medicamentos no tiene un efecto significativo en la automedicación de los usuarios.



**Tabla 8: Asociación de la automedicación y el tipo de antibiótico para infección de las vías urinarias de los usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, provincia de Rioja, departamento de San Martín en el periodo de marzo a junio del 2023.**

Antibióticos			Automedicación		Sig.
			Sí	No	
Penicilina	Sí	fi	86	9	,044
		%	61,4%	39,1%	
	No	fi	54	14	
		%	38,6%	60,9%	
Ciprofloxacino	Sí	fi	51	14	,027
		%	36,4%	60,9%	
	No	fi	89	9	
		%	63,6%	39,1%	
Uropol	Sí	fi	74	14	,475
		%	52,9%	60,9%	
	No	fi	66	9	
		%	47,1%	39,1%	
Cefalexina	Sí	fi	83	11	,303
		%	59,3%	47,8%	
	No	fi	57	12	
		%	40,7%	52,2%	
Trimetoprima	Sí	fi	69	15	,157
		%	49,3%	65,2%	
	No	fi	71	8	
		%	50,7%	34,8%	
Sulfametoxazol	Sí	fi	85	12	,439
		%	60,7%	52,2%	
	No	fi	55	11	
		%	39,3%	47,8%	
Otro medicamento	Sí	fi	48	5	,234
		%	34,3%	21,7%	
	No	fi	92	18	
		%	65,7%	78,3%	
Total			100,0%	100,0%	

Sig.: Significancia. Fuente: Pacientes del Centro Salud Nuevo Rioja en el periodo de marzo a junio del 2023.

## VII. DISCUSIÓN

En la actualidad, con el apogeo de diversas actividades mercantiles de empresas farmacéuticas que buscan promover e incentivar el consumo de sus productos y marcas para mantenerse altamente competitivos en el mercado se evidencia lo imperativo que es realizar un estudio que esclarezca qué factores se asocian con la automedicación. Por lo tanto, en base al recojo de información realizado en 163 usuarios del Centro de Salud Nuevo Rioja con diagnóstico de infecciones urinarias, se destacan los hallazgos más importantes en las siguientes líneas.

En la presente investigación, se propuso determinar si el marketing farmacéutico transmitido a través de los medios de comunicación masivo se asocia con la automedicación en infecciones de vías urinarias en usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, dando como resultado que el motivo de influencia se asocia con la automedicación, predominando el precio del medicamento en el 30,7% de los usuarios (Sig.: ,005), la propaganda farmacéutica influye en el 65,7% de las personas que se automedican (Sig.: ,014). los programas de entretenimientos auspiciados por farmacéuticas también influyen en la automedicación (Sig.: ,012), al igual que la información del producto en medios de comunicación (Sig.: ,027). De forma semejante, Simegn y Moges (2022) develaron que el uso de medios de comunicación como fuente de información (AOR = 2,23, IC 95%: 1,24, 4,27) y el conocimiento sobre resistencia a los antibióticos (AOR = 2,45, IC 95%: 1) se asocia con la automedicación en residentes de Etiopia (26), al igual que en la investigación de Sullón (2021), donde los medios de comunicación influyeron en el 94.5% que incurrían en la automedicación (29). Por lo expuesto con anterioridad, es notable que la exposición constante de las personas a la propaganda farmacéutica que circula en los medios de comunicación con información tiene un efecto significativo en la decisión de los usuarios de automedicarse.

Adicionalmente, se determinó la prevalencia de la automedicación para la infección de vías urinarias en usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, dando como resultado que el 85,9% de los usuarios evaluados se automedican, en contraste al 14,1% que indica lo contrario. De forma similar, Simegn y Moges (2022) develaron que la prevalencia de la automedicación con antibióticos en su muestra fue del 55,3% (26). Por su parte, Sullón (2021) delimitó una prevalencia de automedicación del 83.9%, del cual, el 81.6% de la muestra indicó automedicarse principalmente con antibióticos (29). Asimismo, Benites-Maza et al. (2023) expusieron que la prevalencia de la automedicación con antibióticos de su muestra fue del 54,3% (30). Por lo expuesto con anterioridad, es notable que la automedicación prevalece en la gran mayoría de usuarios que sufren de infecciones.

De igual manera, se determinó la asociación de la automedicación para infección de las vías urinarias y los factores económicos de los usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, dando como resultado que aspectos como el desempleo, la recaudación de ingresos económicos, los bajos ingresos económicos, el seguro médico social o la confianza en el personal médico no se asocian con la automedicación con los usuarios evaluados (Sig.:  $X > 0,050$ ). En contraste, Aslam et al. (2020) obtuvieron como resultados que en naciones de ingresos bajos y medios, la autoadministración de antibióticos es frecuente, lo cual deriva en un uso inadecuado de los medicamentos (22). Asimismo, Díaz (2021) demostró que las mujeres recurren a la automedicación debido a factores económicos y a una falta de comprensión de las complicaciones que puede conllevar (24). Por su parte, Rusu et al. (2022) señala que en áreas con recursos de atención limitados, los pacientes tienden a recaer en la automedicación (25). Por otro lado, Ali et al. (2023) obtuvieron que existe una mayor prevalencia de automedicación en individuos de nivel socioeconómico bajo-alto (27). Adicionalmente, Espinoza y Herrera (2021) señalaron que no tener seguro médico inciden en la automedicación (28), al igual que Sullón (2021), que asoció la automedicación con la ausencia de seguro social (95.7%) y la ausencia de sueldo (93%) (29). Por lo expuesto con anterioridad, es notable que las limitaciones de índole económica pueden dificultar el acceso de los usuarios a una atención médica adecuada y derivar en automedicación, lo cual difiere de la muestra estudiada, debido a que la mayoría de los usuarios cuentan con empleo, perciben ingresos económicos y cuenta con seguro social.

Además, se determinó la asociación de la automedicación para infección de las vías urinarias y los factores sociales de los usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, dando como resultado que el género se asocia con la automedicación, pues el 77,1% de los usuarios que se automedican son varones (Sig.: ,036). Los resultados concuerdan con el estudio de Aslam et al. (2020), quienes encontraron que el género masculino y el bajo nivel educativo se relacionan con la autoadministración de antibióticos (22). Asimismo, Ali et al. (2023) encontraron una mayor prevalencia de automedicación en hombres adultos con educación universitaria o profesional, así como entre los que tenían empleos de esta categoría (27). Por consiguiente, se puede observar que los hombres son más propensos a caer en la automedicación, en comparación a las mujeres.

Del mismo modo, se determinó la asociación de la automedicación para infección de las vías urinarias y los factores culturales de los usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, dando como resultado que las sugerencias de familiares influye en el 65,7% de los usuarios que se automedican (Sig.: ,041), la publicidad influencia en el 70,7% de las personas que toman medicamentos sin prescripción (Sig.: ,030) y el 69,3% de la persona que decidieron

automedicarse lo hicieron por iniciativa propia (Sig.: ,016). De forma similar, en el estudio de Sullón (2021) se descubrió que las sugerencias de familiares o amigos influye en el 94.6% de personas que tienden a automedicarse (29). Por su parte, Díaz (2021) descubrió que las mujeres que carecen de conocimientos suficientes sobre automedicación para tratar infecciones urinarias tienden a confiar en soluciones de farmacia en lugar de cuidado médico (24). Por su parte, Rusu et al. (2022) develaron que los usuarios prefieren obtener medicamentos de los farmacéuticos en lugar de consultar a un médico, lo cual parte de la conveniencia de tiempo y disponibilidad (25). Por lo expuesto anteriormente, es evidenciable que los usuarios pueden caer en la automedicación a partir de la influencia de su círculo cercano, especialmente familiares, dándole un mayor peso que a una opinión profesional médica.

Posteriormente, se determinó la asociación de la automedicación para infección de las vías urinarias y los factores publicitarios de los usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, dando como resultado que la publicidad televisiva influye en el 69,3% de los usuarios que se automedicaron (Sig.: ,044), al igual que la publicidad en redes sociales en el 65,7% de las personas (Sig.: ,041). Los hallazgos coinciden con lo expuesto por Ali et al. (2023), quienes develaron que la información sobre automedicación se obtenía principalmente a través de anuncios publicitarios, destacando la televisión como el medio que tuvo mayor influencia en las personas que practicaban la automedicación (27). Asimismo, Espinoza y Herrera (2021) determinaron que la difusión de la información del medicamento en medios audiovisuales y redes sociales se asocia con la automedicación, (28). También, Sullón (2021) develó que los medios de comunicación (94.5%) y la publicidad en los medios de comunicación se asociaron con el 97.1% de usuarios que se automedican (29). Por lo tanto, es evidenciable que la publicidad farmacéutica que rota por los distintos medios de comunicación son fuentes de información que incitan y promueven la automedicación.

Finalmente, se determinó la asociación de la automedicación y el tipo de antibiótico para infección de las vías urinarias de los usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, dando como resultado que el 61,4% de personas que se automedican se asocia al consumo de penicilina (Sig.: ,044), al igual que el 36,4% de usuarios que consumen ciprofloxacino (Sig.: ,027). Por su parte, Arain et al. (2021) obtuvieron como resultados que los participantes empleaban diversos productos de venta libre para aliviar el dolor, antibióticos recetados en casos de alergias, tos, infecciones respiratorias, como dolor de garganta e infecciones del tracto urinario (23). Por otro lado, Díaz (2021) indicó que las mujeres se inclinaban por confiar en soluciones de farmacia en lugar de buscar cuidado médico, empleando medicamentos como ciprofloxacino, ampicilina y paracetamol (24). Por lo expuesto en líneas anteriores, es evidenciable que algunos

medicamentos, como el ciprofloxacino suelen ser comunes en el consumo de personas que se decantan por automedicarse.

## VIII. CONCLUSIONES

1. Se concluye que el precio del medicamento como motivo de influencia, la propaganda farmacéutica, los programas de entretenimientos auspiciados por farmacéuticas y la información del producto en medios de comunicación son los factores del marketing farmacéutico transmitido a través de los medios de comunicación que se asocian con la automedicación en infecciones de vías urinarias en usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, en el periodo de marzo a junio del 2023.
2. Se determinó que la automedicación prevalece en el 85,9% de los usuarios afectados por infección de vías urinarias del Centro Salud Nuevo Rioja, en el periodo de marzo a junio del 2023.
3. Respecto a los factores económicos, se determinó que ninguno de los aspectos evaluados se asocia con la automedicación en infecciones de vías urinarias en usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, en el periodo de marzo a junio del 2023.
4. En lo que respecta los factores sociales, se determinó que los varones se asocian con la automedicación en infecciones de vías urinarias en usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, en el periodo de marzo a junio del 2023.
5. En torno a los factores culturales, las sugerencias de familiares, la influencia de la publicidad y la iniciativa propia se asocian con la automedicación en infecciones de vías urinarias en usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, en el periodo de marzo a junio del 2023.
6. Con relación a los factores publicitarios, se determinó que la publicidad televisiva y la publicidad en redes sociales se asocian con la automedicación en infecciones de vías urinarias en usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, en el periodo de marzo a junio del 2023.
7. Con lo que respecta al tipo de antibiótico, se determinó que el consumo de penicilina y ciprofloxacino se asocian con la automedicación en infecciones de vías urinarias en usuarios del Centro Salud Nuevo Rioja, en el periodo de marzo a junio del 2023.

## **IX. RECOMENDACIONES**

1. Extender el estudio con el mismo instrumento a otros Centros de Salud para develar las diferencias en factores asociados a la automedicación e identificar coincidencias o caso aislados.
2. Amplificar el estudio incluyendo factores de marketing farmacéutico en redes sociales, pues es uno de los medios publicitarios más prominentes entre todas las edades.
3. Se sugiere a las autoridades competentes realizar campañas de concientización sobre los riesgos que conlleva la automedicación, así como facilitar la revisión médicas por malestares menores.
4. Capacitar al personal médico del Centro de Salud Nuevo Rioja para que puedan difundir información pertinente sobre los efectos nocivos de la automedicación entre los usuarios.

## **X. LIMITACIONES**

La limitación principal es el uso de cuestionario como instrumento de recolección de datos, ya que la información que se obtiene es muy superficial, e imposibilita la certeza de que la información proporcionada por el entrevistado es real. A su vez, la interpretación incorrecta de las preguntas, dificulta la comprensión del entrevistado y además el porcentaje de preguntas no contestadas es elevado en muchas ocasiones.



## XI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Celedón, Natalia, Cristián González, and Cristóbal Cuadrado. Cuáles son las perspectivas de los pacientes o consumidores sobre el uso de medicamentos genéricos Perspectives of patients and consumers on the use of generic medicines [Internet] Medwave, 21 de diciembre del 2021. [Consultado 11 de agosto de 2023]. Disponible en: [https://www.medwave.cl/puestadia/resepi/8156.html#:~:text=Para%20efectos%20de%20este%20resumen,el%20futuro%20\(poblaci%C3%B3n%20general\)](https://www.medwave.cl/puestadia/resepi/8156.html#:~:text=Para%20efectos%20de%20este%20resumen,el%20futuro%20(poblaci%C3%B3n%20general).).
2. Escudero, Alejandro De Anca. Marketing en la industria farmacéutica. *Cuadernos del Tomás* [Internet] 2013 [Consultado 11 de agosto de 2023]; 5: 191-214. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4462490.pdf>
3. Icesi Z. La importancia creciente del marketing farmacéutico [Internet]. Marketing Zone Icesi. 2021 [citado 11 de agosto de 2023]. Disponible en: <https://192.168.220.29/marketingzone/la-importancia-creciente-del-marketing-farmaceutico/>
4. <https://revistamedica.com/influencia-medios-comunicacion-autocuidado-salud/>
5. Calderón CA, Soler F, Pérez AM. El Observatorio del Comportamiento de Automedicación de la Universidad del Rosario y su rol en la pandemia de COVID-19. *Revista Ciencias de la Salud* [Internet]. 2020;18(2):1-8. Disponible en: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S1692-72732020000200001&lng=en&nrm=iso&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1692-72732020000200001&lng=en&nrm=iso&tlng=es)
6. Feo C, Feo O. Impacto de los medios de comunicación en la salud pública. *Saúde em Debate* [Internet]. 2013;37:84-95. Disponible en: <http://www.scielo.br/j/sdeb/a/8HL86XMn6b9T3dsh6rTFbsb/abstract/?lang=es>
7. Ndaki PM, Mushi MF, Mwangi JR, Konje ET, Mugassa S, Manyiri MW, et al. Non-prescribed antibiotic dispensing practices for symptoms of urinary tract infection in community pharmacies and accredited drug dispensing outlets in Tanzania: a simulated clients approach. *BMC Primary Care* [Internet]. 2022;23(1):287. Disponible en: <https://doi.org/10.1186/s12875-022-01905-6>
8. Jami AB. A cross-sectional study regarding the knowledge, attitude and awareness about self-medication among Bangladeshi people. *Health Policy and Technology* [Internet]. 2023 [citado 1 de marzo de 2023]; Disponible en: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S221188372200122>

9. Ateshim Y, Bereket B, Major F, Emun Y, Woldai B, Pasha I, et al. Prevalence of self-medication with antibiotics and associated factors in the community of Asmara, Eritrea: a descriptive cross sectional survey. *BMC Public Health* [Internet]. 2019;19(1):726. Disponible en: <https://doi.org/10.1186/s12889-019-7020-x>
10. Silva YY, Zelaya DA. Automedicación y factores asociados que motivan esta práctica en la población adulta de la ciudad de León [Internet] [Tesis de pregrado]. [León]: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua; 2019 [citado 1 de marzo de 2023]. Disponible en: <http://riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/handle/123456789/7552>
11. Díaz GA. Automedicación en las infecciones de Vías Urinarias en Mujeres en edad fértil de la Maternidad Babahoyo año 2019 [Internet] [Tesis de maestría]. Repositorio de la Universidad Estatal de Milagro. [Ecuador]: Universidad Estatal de Milagro; 2021. Disponible en: <http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/5744>
12. Román ÍV, Llanos F. Uso previo de antibióticos y características clínicas de mujeres que desarrollaron infección urinaria por bacterias productoras de Betalactamasas en un hospital peruano. *Revista de la Facultad de Medicina Humana* [Internet]. 2021;21(3):540-5. Disponible en: [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S2308-05312021000300540&lng=es&nrm=iso&tlng=es](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2308-05312021000300540&lng=es&nrm=iso&tlng=es)
13. Arteaga OL, Añasco NR. Conocimiento sobre consecuencias de automedicación de antibióticos para infección urinaria en los estudiantes de Cosmiatría del instituto ICT - Huancayo - 2022 [Internet] [Tesis de pregrado]. [Lima]: Universidad Roosevelt; 2022. Disponible en: <http://repositorio.uroosevelt.edu.pe/handle/20.500.14140/1039>
14. Sifuentes LM, Angulo JC. Trabajo comparativo de la automedicación según estrato socioeconómico en adultos de 5 distritos de Lima Metropolitana febrero – octubre 2019. [Internet] [Tesis de pregrado]. [Lima]: Universidad Privada Norbert Wiener - WIENER; 2021. Disponible en: <https://repositorio.uwiener.edu.pe/handle/20.500.13053/5015>
15. EsSalud. ¿Cuáles son los riesgos de la automedicación? [Internet] s.f. [Consultado 11 de agosto de 2023] Disponible en: <https://portal.essalud.gob.pe/index.php/2021/03/13/cuales-son-los-riesgos-de-la-automedicacion/>
16. Orueta, R., R. M. Gómez-Calcerrada, and A. Sánchez. Actualización en medicina de familia. *Automedicación. Semergen* [Internet] 2008 [Consultado 11 de agosto de 2023]; 34 (3): 133-7. Disponible en: <https://www.elsevier.es/es-revista-medicina-familia-semergen-40-articulo-actualizacion-medicina-familia-automedicacion-13116852>

17. Lifshitz, Alberto, et al. Automedicación y autoprescripción. *Gaceta médica de México* [Internet] 2020 [Consultado 11 de agosto de 2023]; 156 (6): 612-614. Disponible en: [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0016-38132020000600612](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0016-38132020000600612)
18. Carrera, J. Perelló, M. ¿Cuáles son los riesgos de la automedicación? [Internet] Julio 2019 [Consultado 11 de agosto de 2023] Disponible en: <https://www.farmaceuticonline.com/es/cuales-son-los-riesgos-de-la-automedicacion/>
19. Odoki M, Almustapha A, Tibyangye J, Nyabayo J, Wampande E, Drago C, et al. Prevalence of Bacterial Urinary Tract Infections and Associated Factors among Patients Attending Hospitals in Bushenyi District, Uganda. *Int J Microbiol* [Internet]. 2019;2019. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6397969/>
20. Castillo J. Peru21. NOTICIAS PERU21; 2023 [citado 1 de marzo de 2023]. Infecciones urinarias: el 90% de casos son de origen bacteriano. Disponible en: <https://peru21.pe/vida/salud/infecciones-urinarias-el-90-de-casos-son-de-origen-bacteriano-infecciones-vias-urinarias-sexo-antibioticos-farmacos-urologia-noticia/>
21. Centers for Disease Control and Prevention. Infección Urinaria. [Internet] s.f. [Consultado 11 de agosto de 2023] Disponible en: [https://www.cdc.gov/antibiotic-use/sp/uti.html#:~:text=qu%C3%A9%20antibi%C3%B3tico%20necesita,-%C2%BFQu%C3%A9%20es%20una%20infecci%C3%B3n%20urinaria%20\(IU\)%3F,es%20e!%20tipo%20m%C3%A1s%20com%C3%BAAn.](https://www.cdc.gov/antibiotic-use/sp/uti.html#:~:text=qu%C3%A9%20antibi%C3%B3tico%20necesita,-%C2%BFQu%C3%A9%20es%20una%20infecci%C3%B3n%20urinaria%20(IU)%3F,es%20e!%20tipo%20m%C3%A1s%20com%C3%BAAn.)
22. Aslam, Adeel, et al. Evidence of the practice of self-medication with antibiotics among the lay public in low-and middle-income countries: a scoping review. *Antibiotics* [Internet] 2020 [Consultado el 11 de agosto del 2023] 9(9): 597. Disponible en: <https://www.mdpi.com/2079-6382/9/9/597>
23. Arain, Mudassar Iqbal, et al. Assessment of self-medication practices during COVID-19 pandemic in Hyderabad and Karachi, Pakistan. *Sudan Journal of Medical Sciences* [Internet] 2021 [Consultado el 11 de agosto del 2023] 16(3): 347-354. Disponible en: <https://www.ajol.info/index.php/sjms/article/view/216889>
24. Díaz Padilla, Gladys Adelaida. *Automedicación en las infecciones de Vías Urinarias en Mujeres en edad fértil de la Maternidad Babahoyo año 2019*. [Internet] [Tesis de postgrado]. [Ecuador]: Universidad Estatal de Milagro; 2021. Disponible en: <https://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/5744>

25. Rusu, Razvan-Nicolae, et al. "Self-Medication in Rural Northeastern Romania: Patients' Attitudes and Habits." *International Journal of Environmental Research and Public Health* [Internet] 2022 [Consultado el 11 de agosto del 2023] 19(22): 14949. Disponible en: <https://www.mdpi.com/1660-4601/19/22/14949>
26. Simegn, Wudneh, and Getachew Moges. "Antibiotics self-medication practice and associated factors among residents in Dessie City, Northeast Ethiopia: community-based cross-sectional study." *Patient preference and adherence* [Internet] 2022 [Consultado el 11 de agosto del 2023]: 2159-2170. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.2147/PPA.S370925>
27. Ali, Abdul Salam Thekkiniyakath, et al. A Cross-Sectional Study on Self-Medication Prevalence and Usage Patterns: An Alarming Concept Among the Saudi Population. *Cureus* [Internet] 2023 [Consultado el 11 de agosto del 2023]; 15.6. Disponible en: [https://assets.cureus.com/uploads/original\\_article/pdf/159153/20230715-11828-1eay4ku.pdf](https://assets.cureus.com/uploads/original_article/pdf/159153/20230715-11828-1eay4ku.pdf)
28. Espinoza Matos, Juan Edgar, and Kevin Argenis Herrera Camac. Factores asociados a la automedicación en la ciudad de Huancayo en la pandemia del COVID-19, 2020. [Internet] [Tesis de licenciatura]. [Huancayo]: Universidad Continental; 2021. Disponible en: [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/9178/4/IV\\_FCS\\_502\\_TE\\_Espinoza\\_%20Herrera\\_2021.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/9178/4/IV_FCS_502_TE_Espinoza_%20Herrera_2021.pdf)
29. [http://publicaciones.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/20.500.129076/20211/Tesis\\_68741.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://publicaciones.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/20.500.129076/20211/Tesis_68741.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
30. Sullón Antón, Victor Hugo. Factores asociados de la automedicación en pacientes del Centro de Salud La Matanza. Piura. 2020. [Internet] [Tesis de licenciatura]. [Pira]: Universidad Continental; 2021. Disponible en: <https://academic.oup.com/jphsr/article-abstract/14/2/112/7140446?login=false>
31. Machin D, Campbell M, Beng S, Huey S. Sample Size Tables for Clinical Studies, Third Edition. En: Sample Size Tables for Clinical Studies [Internet]. John Wiley & Sons, Ltd; 2008 [citado 1 de marzo de 2023]. p. i-viii. Disponible en: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781444300710.fmatter>
32. Mayma CM, Orellana G. Influencia de la publicidad en la decisión de compra de productos farmacéuticos antiinflamatorios no esteroideos de venta libre (AINE) en consumidores en Lima Metropolitana durante el mes de setiembre de 2012 [Internet] [Tesis de pregrado].

[Lima]: Universidad Privada Norbert Wiener; 2013. Disponible en:  
<https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3148165>

## XII. ANEXOS

### ANEXO 1: CUESTIONARIO

#### **Cuestionario acerca de los medios de comunicación masivo como factor asociado a la automedicación en infecciones de vías urinarias en usuarios del Centro de Salud Nuevo Rioja**

Consentimiento informado:

Yo, \_\_\_\_\_ con DNI N° \_\_\_\_\_ he sido invitado/a por la investigadora Br. Katteryn Yadira Loyola Pérez a participar del estudio denominado “Medios de comunicación masivo como factor asociado a la automedicación en infecciones de vías urinarias en usuarios del Centro de Salud Nuevo Rioja”, siendo una investigación que será presentada formalmente para la Universidad Privada Antenor Orrego.

Tengo entendido que la información publicada se registrará de manera confidencial, siendo conocida solo por el equipo de investigación; así mismo, se me ha explicado que el término con el que reemplazarán mi nombre es “encuestado”, asignándome un número a criterio de la investigadora. La información que compartiré será empleada con fines académicos, de manera que se valora más la opinión respecto a las preguntas que mi conocimiento específico sobre el tema. De ninguna manera se podrán identificar mis respuestas y/o opiniones en la publicación de los resultados. Sé que puedo negarme a participar en el desarrollo de la investigación o retirarme en cualquiera de las etapas de la investigación sin tener la necesidad de expresar la causa.

El motivo por el que fui seleccionado fue porque cumplo con los criterios de selección de tener un diagnóstico de infección en vías urinarias confirmado por cualquier tipo de prueba, que estuve expuesto/a al marketing farmacéutico en medios de comunicación masivo y que cuento con antecedente \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ automedicación.

A través de lo expresado, autorizo voluntariamente participar en este estudio.

El instrumento se encuentra dividido en 9 secciones, por favor, responde marcando en el ítem correcto:

I. Factores sociales

a) Indica el rango que contenga tu edad actual:

Entre 20 - 30 años

Entre 31 - 40 años


Entre 41 - 50 años

Entre 51 - 60 años

Más de 61 años

b) Indica tu género:

Femenino

Masculino

b) Indica tu grado de instrucción:

Primaria incompleta

Primaria Completa

Secundaria incompleta

Secundaria Completa

Superior Técnico

Superior Universitario




### II. Factores económicos

a) ¿Te encuentras desempleado?

b) ¿Tienes ingresos económicos?

c) ¿Posees bajos ingresos económicos?

d) ¿Posees seguro médico social?

e) ¿Sientes confianza del personal médico?

Sí	No
Sí	No
Sí	No
Sí	No
Sí	No
Sí	No

### III. Automedicación

a) ¿Te automedicas?

Sí	No
----	----

### IV. Generalidades

a)

Siempre	Casi siempre	A veces
---------	--------------	---------

### V. Tipo de antibiótico usado

a) Penicilina

b) Ciprofloxacino

Sí	No
Sí	No

- c) Uropol ®
- d) Cefalexina
- e) Trimetoprima
- e) Sulfametoxazol
- f) Otro medicamento

Sí	No
Sí	No
Sí	No
Sí	No
Sí	No

#### VI. Factores Culturales

- a) ¿La falta de tiempo para acudir a una consulta médica es la razón por la que preferiste automedicarte?
- b) ¿La sugerencia de familiares cercanos es la razón por la que preferiste automedicarte?
- c) ¿La recomendación del químico farmacéutico es la razón por la que preferiste automedicarte?
- d) ¿La indiferencia del estado de tu salud (estado de gravedad) es la razón por la que preferiste automedicarte?
- e) ¿La influencia de la publicidad de los medicamentos es la razón por la que preferiste automedicarte?
- f) ¿Fue tu iniciativa la razón por la que preferiste automedicarte?

Sí	No
Sí	No
Sí	No
Sí	No
Sí	No
Sí	No

#### VII. Factores publicitarios

- a) ¿La publicidad en televisión ha influido en tu decisión de automedicarte?
- b) ¿La publicidad en radio ha influido en tu decisión de automedicarte?
- c) ¿La publicidad en redes sociales ha influido en tu decisión de automedicarte?
- d) ¿La publicidad en medios impresos (periódicos, revistas, etc.) ha influido en tu decisión de automedicarte?

Sí	No
Sí	No
Sí	No
Sí	No

#### VIII. Marketing farmacéutico en medios de comunicación masivo



VIII. 1. Acerca del material audiovisual:

a) Frecuencia de uso de medios de comunicación masivo

>1 hora al día	Entre 1 – 3 horas al día	< 3 horas al día	
Televisión	Radio	Redes sociales	Medios impresos
Facebook	Instagram	TikTok	Youtube

b) Tipo de medio de comunicación que más consumes

c) Preferencia de uso de redes sociales

VIII. 2. Acerca del marketing:

a) La estrategia asociada con el marketing farmacéutico que influyen en tu decisión de automedicarte es:

Beneficios del medicamento	Precio del medicamento	Promociones y/o regalos con la compra	Punto de venta cercano
----------------------------	------------------------	---------------------------------------	------------------------

VIII. 3. Acerca del segmento publicitario

a) ¿La propaganda farmacéutica influencia que te automediques para la infección de vías urinarias?

Sí	No
----	----

b) ¿El que un médico te aconseje, en un espacio dedicado a la salud en medios masivos de comunicación, influencia a que te automediques para la infección de vías urinarias?

Sí	No
----	----

c) ¿Los programas de entretenimiento que son auspiciados por farmacéuticas influyen que te automediques para la infección de vías urinarias?

Sí	No
----	----

XI. 4. Acerca de la publicidad

a) ¿Las imágenes en la publicidad de las farmacéuticas son las que te convencen de para adquirir medicamentos sin receta médica?

Sí	No
----	----

b) ¿Los sonidos/música en la publicidad de las farmacéuticas son las que te convencen de para adquirir medicamentos sin receta médica?

Sí	No
----	----

a) ¿La información del producto en medios de comunicación masivo de las farmacéuticas son las que te convencen de para adquirir medicamentos sin receta médica?

Sí	No
----	----

ANEXO 2. AUTORIZACIÓN DE LA INSTITUCIÓN



Oficina de Gestión de Servicios de Salud Alto Mayo  
UNIDAD DE GESTIÓN TERRITORIAL DE SALUD - RIOJA

MICRO RED N°01 - NUEVA RIOJA

"Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo"

FOLIO: 000

Rioja, 16 de Marzo del 2023

**OFICIO N° 297 - 2023-J/MR N°01-C.S.N.R.**

Srta:  
Interna de Med. KATTERYN Y. LOYOLA PÉREZ.  
Rioja.-

ASUNTO : SE AUTORIZA.

Refer. : Solicitud de Autorización de Investigación

Es grato dirigirme a usted saludándole cordialmente; y en respuesta al documento de referencia solicitado se AUTORIZA realizar el proyecto de investigación: **"Medios de comunicación masivo como factor asociado a la automedicación en infección de vías urinarias en usuarios del Centro de Salud Nueva Rioja"**, ya que se trata de un estudio observacional analítico, de corte transversal, que requiere el llenado de encuesta por parte de los usuarios que acuden al Centro de Salud Nueva Rioja.

Agradeciéndole por la atención que brinda al presente, me despido de usted.

Atentamente,

C.c  
Archivo



DIRECCIÓN REGIONAL DE SALUD SAN MARTÍN  
Oficina de Gestión de Servicios de Salud Alto Mayo

Med. Ciruj. Luis Arturo Nolasco Vicente  
JEFE CENTRO DE SALUD NUEVA RIOJA

### ANEXO 3. RESOLUCIÓN DE APROBACIÓN DEL PROYECTO



**UPAO**

Facultad de Medicina Humana  
DECANATO

Trujillo, 09 de marzo del 2023

#### RESOLUCION Nº 0678-2023-FMEHU-UPAO

**VISTO**, el expediente organizado por Don (ña) LOYOLA PÉREZ KATTERYN YADIRA alumno (a) del Programa de Estudios de Medicina Humana, solicitando **INSCRIPCIÓN** de proyecto de tesis Titulado "MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVO COMO FACTOR ASOCIADO A LA AUTOMEDICACION EN INFECCIONES DE VÍAS URINARIAS EN USUARIOS DEL CENTRO DE SALUD NUEVO RIOJA", para obtener el **Título Profesional de Médico Cirujano**, y;

#### **CONSIDERANDO:**

Que, el (la) alumno (a) LOYOLA PÉREZ KATTERYN YADIRA ha culminado el total de asignaturas de los 12 ciclos académicos, y de conformidad con el referido proyecto revisado y evaluado por el Comité Técnico Permanente de Investigación del Programa de Estudios de Medicina Humana, de conformidad con el Oficio Nº 0281-2023-CI-FMEHU-UPAO;

Que, de la Evaluación efectuada se desprende que el Proyecto referido reúne las condiciones y características técnicas de un trabajo de investigación de la especialidad;

Que, de conformidad a lo establecido en la sección III – del Título Profesional de Médico Cirujano y sus equivalentes, del Reglamento de Grados y Títulos Artículo del 26 al 29, el recurrente ha optado por la realización del **Proyecto de Tesis**;

Que, habiéndose cumplido con los procedimientos académicos y administrativos reglamentariamente establecidos, por lo que el Proyecto debe ser inscrito para ingresar a la fase de desarrollo;

Estando a las consideraciones expuestas y en uso a las atribuciones conferidas a este despacho;

#### **SE RESUELVE:**

**Primero.- AUTORIZAR** la inscripción del Proyecto de Tesis Titulado "MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVO COMO FACTOR ASOCIADO A LA AUTOMEDICACION EN INFECCIONES DE VÍAS URINARIAS EN USUARIOS DEL CENTRO DE SALUD NUEVO RIOJA", presentado por el (la) alumno (a) LOYOLA PÉREZ KATTERYN YADIRA en el registro de Proyectos con el Nº 4494 por reunir las características y requisitos reglamentarios declarándolo expedito para la realización del trabajo correspondiente.

**Segundo.- REGISTRAR** el presente Proyecto de Tesis con fecha 09.03.23 manteniendo la vigencia de registro hasta el 09.03.25.

**Tercero.- NOMBRAR** como Asesor de la Tesis al profesor (a) CHAVEZ RIMARACHIN MANUEL BERTONI

**Cuarto.- DERIVAR** a la Señora Directora del Programa de Estudios de Medicina Humana para que se sirva disponer lo que corresponda, de conformidad con la normas Institucionales establecidas, a fin que el alumno cumpla las acciones que le competen.

**Quinto.- PONER** en conocimiento de las unidades comprometidas en el cumplimiento de lo dispuesto en la presente resolución.

#### **REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE.**



**Dr. Juan Alberto Díaz Plasencia**  
Decano

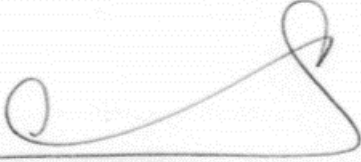


**Dra. Elena Adela Cáceres Andonaire**  
Secretaria Académica

c.c. Facultad de Medicina Humana  
PEMEHU  
Asesor(a)  
Interesado(a)  
Expediente  
Archivo

## CONSTANCIA DE ASESOR ESTADÍSTICO

Yo, **CARLOS ALFONSO RISCO DÁVILA**, identificado con DNI N°18825064, con código COESPE N°45, Estadístico de profesión, egresado de la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas de la Universidad Nacional de Trujillo, hago constar mi participación como asesor estadístico en el cálculo del tamaño de la muestra y propuesta del plan de análisis de datos del proyecto de investigación “Medios de comunicación masivo como factor asociado a la automedicación en infecciones de vías urinarias en usuarios del Centro de Salud Nuevo Rioja”, manifiesto haber mantenido la confidencialidad de los datos brindados por la tesista, firmo la presente constancia para los fines que estime conveniente el interesado.



Mg. Carlos Alfonso Risco Dávila  
COESPE: 045  
COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ  
REG. LA LIBERTAD

Trujillo, 20 de agosto del 2023.