

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD
DEL CUSCO**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE CIENCIAS DE LA SALUD
ESCUELA PROFESIONAL DE FARMACIA Y BIOQUIMICA**



***“ESTUDIO DE LOS FACTORES QUE INDUCEN A LA
AUTOMEDICACIÓN Y SU RELACION CON LA PUBLICIDAD
FARMACÉUTICA, EN USUARIOS DE FARMACIAS Y BOTICAS DEL
DISTRITO DE CUSCO, SANTIAGO Y WANCHAQ”***

TESIS PRESENTADO POR:

Bach. Yasmin Nerisol Sulla Choque

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL
DE: QUIMICO FARMACEUTICO**

ASESORA:

Mgt. Karina Cardeña Unda.

CUSCO-PERU

RESUMEN

El **objetivo** del presente estudio es determinar los factores que inducen a la automedicación y su relación con la publicidad farmacéutica, en usuarios que acuden a las farmacias y boticas del distrito de Cusco, Santiago y Wanchaq, **Metodología:** Estudio descriptivo, prospectivo de corte transversal en una muestra de 390 personas de 18 a 65 años, seleccionadas por un muestreo no probabilístico y por cuota. Siendo los **Resultados** que el 95,6 % practica la automedicación, de estas personas el 80,2% se encuentran en las edades de 18 a 30 años, el 59,2% son del sexo masculino, el 82,0% tenían grado de instrucción superior, y en el caso de los ingresos económicos el porcentaje mayor le correspondía a las personas que tenían un ingreso económico promedio de 1027 soles, por último que el 65,8% se automedica por influencia de la publicidad. Se determinó que no existe relación significativa entre el sexo, grado de instrucción, e ingreso económico con la automedicación, pero si existe relación estadísticamente significativa entre la edad y la publicidad farmacéutica mediante el método de chi -cuadrado ($p=0,022$). Entre los motivos socioculturales se obtuvo que el 33,8% refieren que se automedicaron por “el consejo de un familiar u otra persona”, el 29,0% se automedicó por que “vio la solución a sus síntomas en la publicidad farmacéutica”, el 22,0% refirió “por el uso anterior para la misma enfermedad o porque ya se lo habían recetado”, y por último el 15,3% indica que se automedicó por la “levedad de los síntomas y no dispone de tiempo para ir a una consulta médica”. Entre las principales enfermedades y/o síntomas que motivan a la automedicación se determinó que los síntomas gripales son los más frecuentes (49,9%), los dolores en general (20,1%) seguido con por síntomas de acides/gastritis y trastornos digestivos hepáticos (9,7%). Las principales reacciones adversas después de haber practicado la automedicación fueron las náuseas con (36,8%). Referente a la relación entre la automedicación y la publicidad farmacéutica se encontró que la televisión es el principal medio de comunicación por la cual la población percibe las publicidades farmacéuticas (85,4%) y que el medicamento que más recuerda la población gracias a la publicidad farmacéutica es el “Panadol”.

Conclusiones: Entre los factores económicos, educativos y sociodemográficos solo existe relación significativamente alta entre la edad y la automedicación ($p=0,022$) y la publicidad farmacéutica tiene una relación significativamente alta y directamente proporcional con la automedicación ($p=0.001$), donde el 65,8% indicó que se automedicó por a la publicidad farmacéutica

Palabras clave: Automedicación, medicamento, publicidad farmacéutica