



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

**PERFIL DEL CONSUMIDOR Y NIVEL DE CONOCIMIENTO  
SOBRE LOS MULTIVITAMÍNICOS EN USUARIOS DE LA  
FARMACIA CORAZÓN DE JESÚS EN AREQUIPA  
DURANTE LOS MESES DE AGOSTO A OCTUBRE 2022**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE QUÍMICO  
FARMACÉUTICO**

**AUTORES Bach.**

**FLORES VARGAS, SULEMA ALBINA**

<https://orcid.org/0009-0005-2990-5318>

**Bach. QUISPE ALVAREZ, BLANCA LUZ**

<https://orcid.org/0009-0009-3416-1148>

**ASESOR Mg. VELARDE APAZA LESLIE DIANA**

<https://orcid.org/0000-0001-6031-6355>

**Lima – Perú**

**2023**

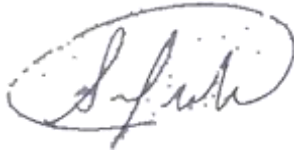
## AUTORIZACION Y DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA Y ORIGINALIDAD

Yo, **SULEMA ALBINA FLORES VARGAS** con DNI **44181414** en mi condición de autora de la tesis/trabajo de investigación /trabajo académico presentada para optar el título profesional de "Químico farmacéutico" **AUTORIZO** a la Universidad María Auxiliadora (UMA) para publicar de manera indefinida en el repositorio institucional, el archivo digital que estoy entregando, en cumplimiento a la Ley N°30035 que regula el Repositorio Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación de acceso abierto y su respectivo Reglamento.

Asimismo, **DECLARO BAJO JURAMENTO**<sup>1</sup> que dicho documento es **ORIGINAL** con un porcentaje de similitud **5 %** y, que se han respetado los derechos de autor en la elaboración del mismo. Además, recalcar que se está entregado la versión final del documento sustentado y aprobado por el jurado evaluador.

En señal de conformidad con lo autorizado y declarado, firmo el presente documento dando conformidad a lo expuesto.

Lima, 12 de Julio 2023.



---

Sulema Albina Flores Vargas

DNI: 44181414



---

Mg. Leslie Diana Velarde Apaza

DNI: 72476825

1. Apellidos y Nombres
2. DNI
3. Grado o título profesional
4. Título del trabajo de Investigación
5. Porcentaje de similitud

## AUTORIZACIÓN Y DECLARACION JURADA DE AUTORIA Y ORIGINALIDAD

Yo, **BLANCA LUZ QUISPE ALVAREZ** con DNI **71350374** en mi condición de autora de la tesis/trabajo de investigación /trabajo académico presentada para optar el título profesional de “Químico farmacéutico” **AUTORIZO** a la Universidad María Auxiliadora (UMA) para publicar de manera indefinida en el repositorio institucional, el archivo digital que estoy entregando, en cumplimiento a la Ley N°30035 que regula el Repositorio Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación de acceso abierto y su respectivo Reglamento.

Asimismo, **DECLARO BAJO JURAMENTO<sup>2</sup>** que dicho documento es **ORIGINAL** con un porcentaje de similitud **5 %** y, que se han respetado los derechos de autor en la elaboración del mismo. Además, recalcar que se está entregado la versión final del documento sustentado y aprobado por el jurado evaluador.

En señal de conformidad con lo autorizado y declarado, firmo el presente documento dando conformidad a lo expuesto.

Lima, 12 de Julio de 2023



---

Blanca Luz Quispe Alvarez

DNI: 71350374



---

Mg. Leslie Velarde Apaza

DNI: 72476825

1. Apellidos y Nombres
2. DNI
3. Grado o título profesional
4. Título del trabajo de Investigación
5. Porcentaje de similitud

# 6 TESIS PERFIL DEL CONSUMIDOR Y NIVEL DE CONOCIMIENTO

## INFORME DE ORIGINALIDAD

5%

INDICE DE SIMILITUD

5%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1

[repositorio.uma.edu.pe](http://repositorio.uma.edu.pe)

Fuente de Internet

3%

2

[www.coursehero.com](http://www.coursehero.com)

Fuente de Internet

2%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

< 1%

Excluir bibliografía

Activo

## **DEDICATORIA**

A mi madre constructora de sueños, que desde el cielo me ilumina, me ha dejado un ejemplo de honradez, humildad, sacrificio y persistencia, para seguir adelante luchando por cumplir mis metas.

A mi padre, hermanos y sobrinos quienes han sido mi mayor motivación para culminar mis estudios y poder ser un ejemplo para ellos.

Flores Vargas, Sulema Albina

## **DEDICATORIA**

A Dios por darme vida, salud y sabiduría a lo largo de mi formación profesional.

A mi abuelito Eulogio Alvarez Mamani quien desde el cielo guía e ilumina mis pasos y no me deja caer.

A mis padres y hermanas por ser mi pilar día a día, por no dejarme vencer por el cansancio ya que fueron testigos en cada paso que fui dando a lo largo de estos cinco años de estudio para la culminación satisfactoria de mi carrera profesional.

Quispe Alvarez, Blanca Luz

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad María Auxiliadora, por sus grandes enseñanzas, a mi asesora Velarde Apaza Leslie Diana por compartirnos sus conocimientos, A la Q.F. Belia Rosas Borda por permitirnos ejecutar nuestra tesis en su establecimiento farmacéutico Corazón de Jesús y a todas las personas que me apoyaron en el desarrollo y ejecución de la presente investigación.

## ÍNDICE GENERAL

	<b>Páginas</b>
<b>RESUMEN</b>	12
<b>ABSTRACT</b>	13
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> 14	
<b>II. MATERIALES Y MÉTODOS</b> 19	
II.1 Enfoque y diseño de la investigación.....	19
II.2 Población, muestra y muestreo.....	19
II.3 Variables de la investigación.....	20
II.4 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos.....	21
II.5 Plan metodológico para la recolección de datos.....	22
II.6 Procesamiento del análisis estadístico.....	22
II.7 Aspectos éticos... ..	22
<b>III. RESULTADOS</b> 23	
<b>IV. DISCUSIÓN</b> 65	
IV.1 Discusión de resultados.....	65
IV.2 Conclusiones.....	70
IV.3 Recomendaciones.....	71
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	72
<b>ANEXOS</b>	77
ANEXO A: Instrumentos de recolección de datos.....	77
ANEXO B: Matriz de consistencia.....	85
ANEXO C: Operacionalización de las variables.....	86
ANEXO D: Carta de presentación del Decano de la Facultad.....	89
ANEXO E: Carta de aprobación de la farmacia Corazón de Jesús.....	90
ANEXO F: Consentimiento informado.....	91
ANEXO G: Fichas de validación de los cuestionarios .....	94
ANEXO H: Evidencias fotográficas del trabajo de campo.....	97

<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>9</b>
Tabla 1. Factores demográficos respecto a la edad y el sexo.....	24
Tabla 2. Factores demográficos respecto al nivel académico y la ocupación temporal .....	26
Tabla 3. Factores económicos.....	28
Tabla 4. Factores sociales respecto al consumo y motivo de consumo de multivitamínicos .....	30
Tabla 5. Factores sociales respecto a los beneficios e influencia de .....	31
Los medios de comunicación en el consumo de multivitamínicos .....	32
Tabla 6. Factores conductuales lugar de adquisición, frecuencia y tiempo de consumo.....	34
Tabla 7. Factores conductuales respecto al momento y decisión de consumo de multivitamínicos .....	35
Tabla 8. Factores psicológicos respecto a la pandemia y como .....	36
medida preventiva .....	37
Tabla 9. Factores psicológicos respecto a una medida de recuperación y motivo de consumo en la farmacia.....	38
Tabla 10. Perfil del consumidor.....	40
Tabla 11. Conocimiento sobre la importancia de consumir alimentos.....	42
que aporten vitaminas y la presencia de vitaminas en carnes de animales .....	42
Tabla 12. Conocimiento sobre si las vitaminas están presentes en .....	44
frutas frescas, verduras frescas y frutos secos .....	44
Tabla 13. Conocimiento sobre si las vitaminas están presentes en .....	45
aceites naturales y si son beneficiosas para el sistema Inmunitario.....	47
Tabla 14. Conocimiento sobre si las vitaminas favorecen a estar .....	48
físicamente activo y si ayudan a formar huesos sanos .....	48
Tabla 15. Conocimiento sobre el contenido de multivitamínicos y si se usan como complemento de la dieta .....	50



Tabla 16. Conocimiento el consumo inadecuado de multivitamínicos y sus efectos no deseados .....	52
Tabla 17. Conocimiento sobre la eficacia del multivitamínicos al.....	53
consumirlo junto con otro medicamento y si favorece al desarrollo neuronal.....	54
Tabla 18. Conocimiento sobre si los multivitamínicos previenen malformaciones congénitas y si es necesario su consumo en personas de edad avanzada .....	55
Tabla 19. Conocimiento sobre si los multivitamínicos brindan protección celular y como deben ser consumidos .....	56
Tabla 20. Conocimiento sobre el consumo de multivitamínicos respecto al tiempo y frecuencia.....	59
Tabla 21. Nivel de conocimiento de las vitaminas .....	61
Tabla 22. Nivel de conocimiento de productos multivitamínicos.....	62
Tabla 23. Nivel total de conocimiento sobre los multivitamínicos .....	63

## **Páginas**

### ÍNDICE DE FIGURAS

	<b>Páginas</b>
Figura 1. Factores demográficos respecto a la edad y el sexo.....	22
Figura 2. Factores demográficos respecto al nivel académico y la ocupación temporal .....	24
Figura 3. Factores económicos .....	25
Figura 4. Factores sociales respecto al consumo y motivo de consumo de multivitamínicos.....	28
Figura 5. Factores sociales respecto a los beneficios e influencia de los medios de comunicación en el consumo de Multivitamínicos.....	29
Figura 6. Factores conductuales lugar de adquisición, frecuencia y tiempo de consumo .....	32

Figura 7. Factores conductuales respecto al momento y decisión de consumo de multivitamínicos.....	33
Figura 8. Factores psicológicos respecto a la pandemia y como medida preventiva .....	35
Figura 9. Factores psicológicos respecto a una medida de recuperación y motivo de consumo en la farmacia.....	37
Figura 10. Conocimiento sobre la importancia de consumir alimentos que aporten vitaminas y la presencia de vitaminas en carnes de animales.....	41
Figura 11. Conocimiento sobre si las vitaminas están presentes en frutas frescas, verduras frescas y frutos secos.....	42
Figura 12. Conocimiento sobre si las vitaminas están presentes en aceites naturales y si son beneficiosas para el sistema Inmunitario.....	44
Figura 13. Conocimiento sobre si las vitaminas favorecen a estar físicamente activo y si ayudan a formar huesos sanos .....	46
Figura 14. Conocimiento sobre el contenido de multivitamínicos y si se usan como complemento de la dieta .....	48
Figura 15. Conocimiento el consumo inadecuado de multivitamínicos y sus efectos no deseados.....	49
Figura 16. Conocimiento sobre la eficacia del multivitamínicos al consumirlo junto con otro medicamento y si favorece al desarrollo neuronal.....	51
Figura 17. Conocimiento sobre si los multivitamínicos previenen malformaciones congénitas y si es necesario su consumo en personas de edad avanzada .....	52

Figura 18. Conocimiento sobre si los multivitamínicos brindan protección celular y como deben ser consumidos.....	54
Figura 19 Conocimiento sobre el consumo de multivitamínicos respecto al tiempo y frecuencia .....	55
Figura 20 Nivel de conocimiento de las vitaminas.....	56
Figura 21 Nivel de conocimiento de productos multivitamínicos... ..	57
Figura 22 Nivel total de conocimiento sobre los multivitamínicos.....	59

## RESUMEN

**Objetivo:** identificar el perfil del consumidor y el nivel de conocimiento sobre los multivitamínicos en usuarios de la farmacia Corazón de Jesús en Arequipa

**Materiales y métodos** El estudio es de diseño no experimental, prospectivo y transversal de nivel descriptivo, se trabajó con una muestra de 350 usuarios y se aplicó la técnica de encuesta. **Resultado:** Se obtuvo que un 53% tenían 29 a 39 años, el 52% fueron varones, el 44% no contaba con nivel académico, el 28% tenían trabajo independiente. el 39% percibe unos ingresos entre 1030 a 1900 soles, el 58% destina un promedio de 50 soles mensuales para comprar multivitamínicos, el 75% los compra de forma mensual, el 54% los consume, el 65% compra por su valor nutritivo, el 63% lo hace para cuidar su salud, el medio más influyente es el internet con un 45%, el 96% adquirieron multivitamínicos en farmacias o boticas; el 62% refiere consumirlo mensual, el 72% indica haberlo consumido durante meses, el 68% refiere que debe consumirse antes del desayuno, el 73% lo consume por recomendación médica, el 90% refiere que se debe consumir como medida preventiva. Finalmente, el 79% posee un nivel de conocimiento regular sobre los multivitamínicos **Conclusiones:** El perfil del consumidor se basa en los factores demográficos, económicos, sociales, conductuales y psicológicas. Además, el nivel de conocimiento sobre los multivitamínicos en los usuarios de la farmacia Corazón de Jesús en Arequipa es regular.

**Palabras claves:** perfil del consumidor, nivel de conocimiento

## **ABSTRACT**

**Objective:** to identify the profile of the consumer and the level of knowledge about multivitamins in users of the Corazón de Jesús pharmacy in Arequipa Materials and methods The study has a non-experimental, prospective and cross-sectional design with a descriptive level, we worked with a sample of 350 users and the survey technique was applied. **Result:** It was found that 53% were between 29 and 39 years old, 52% were male, 44% did not have an academic level, and 28% had independent work. 39% receive an income between 1030 to 1900 soles, 58% allocate an average of 50 soles per month to buy multivitamins, 75% buy them monthly, 54% consume them, 65% buy for their nutritional value, 63% do it to take care of their health, the most prominent medium is the internet with 45%, 96% buy multivitamins in pharmacies or drugstores; 62% refer to consuming it monthly, 72% indicate having consumed it for months, 68% refer to the fact that it should be consumed before breakfast, 73% consume it by medical prescription, 90% refer to the fact that it should be consumed as a preventive measure. Finally, 79% have a regular level of knowledge about multivitamins **Conclusions:** The consumer profile is based on demographic, economic, social, behavioral and psychological factors. In addition, the level of knowledge about multivitamins in the users of the Corazón de Jesús pharmacy in Arequipa is regular.

**Keywords:** consumer profile, level of knowledge

## I. INTRODUCCIÓN

El Perú se caracteriza por poseer una población con diversos niveles sociales, demográficos y económicos, lo cual conlleva a que constituya un perfil del consumidor variado <sup>1</sup>. Actualmente, el 63% de la población urbana se concentra principalmente en Lima Metropolitana, seguido del 5.5% en Arequipa, 4.9% en Trujillo y el 3.4 % en Chiclayo. Además, las edades promedio es del 20% jóvenes entre 18 a 24 años, 39% de adultos jóvenes entre 25 a 39 años y el 40% de adultos mayores con edades superiores a los 40 años. Con respecto al sexo, se observa que ligeramente es superior en mujeres (51%) con los hombres (49%) <sup>2</sup>. Dicha información es relevante para poder alcanzar conocer el comportamiento y hábitos que la población peruana tiene para adquirir productos farmacéuticos como los Multivitamínicos, ya que actualmente al estar cursando una etapa nunca antes vivida a causa de la infección por COVID-19, la población ha cambiado radicalmente su comportamiento de compra, incrementándose la adquisición de productos para la salud, como las vitaminas, con la finalidad de mejorar el sistema inmunitario y poder responder mejor a las posibles consecuencias que origina el virus en el organismo <sup>3</sup>.

A nivel mundial, se aprecian notables cambios sobre los hábitos de compras en los usuarios, tanto en farmacias físicas como online, todo ello, como consecuencia del impacto de la crisis sanitaria y económica por el coronavirus, así como el confinamiento, conllevando a que las empresas grandes sean beneficiadas ante la crisis por poseer cierta preeminencia y gran capacidad de adaptación ante la coyuntura, ya que tenían disponibilidad de aplicar la tecnología en dinamizar sus procesos de venta y asegurar su presencia frente a la atención remota, por lo cual los usuarios vean mayor facilidad en los aplicativos y páginas web para realizar sus compras en línea y si acudían al establecimiento recibían una mejor y más rápida atención, apreciando y valorando los medios preventivos en el establecimiento <sup>4</sup>.

Además, considerando que el nivel educativo en los peruanos también es variado, tal como lo muestran diversos estudios donde el 19% de los consumidores refiere tener estudios secundarios incompletos, el 14% tiene instrucción técnica, el 11% instrucción universitaria y solo el 1% refiere contar con un postgrado <sup>5</sup>. Estos datos permiten la comprensión con respecto al nivel de conocimiento que puedan tener sobre los multivitamínicos, ya que en la mayoría de los casos las personas al querer adquirirlo leen las etiquetas (71.5%) donde se detallan la proporción de contenidos y demás, siendo todo ello un punto decisivo para finalmente realizar o no la compra, por lo tanto, a mayor nivel educativo, mayor es la comprensión y conocimiento del producto <sup>6</sup>. Toda la información que nos permitirá conocer el perfil del consumidor y el nivel de conocimiento sobre los multivitamínicos, de ser así, se podrá apreciar si la población peruana; en los últimos años, ha adoptado nuevos cambios al momento de adquirir un producto, brindando mayor importancia a mantener una salud integral estable con la finalidad de poder hacer frente a futuros problemas de la salud.

Por lo mencionado, se plantea como problema general ¿Cuál es el perfil del consumidor y el nivel de conocimiento sobre los multivitamínicos en usuarios de la farmacia Corazón de Jesús en Arequipa durante los meses de agosto a octubre del año 2022?

El perfil del consumidor corresponde al proceso de decisiones que un individuo toma al momento de adquirir un producto, por lo cual el conocer al respecto incluye el estudiar diferentes aspectos tales como: económicos, sociales, psicológicos, entre otros <sup>2</sup>. Además, dicho proceso implica que el consumidor reconozca su estado de insatisfacción la cual supliría con una compra, para ello es necesario que haga una

búsqueda información sobre el producto, determinando el beneficio que obtendrá, de esta manera ejecuta la compra decidiendo la cantidad, marca, etc. Finalmente dependiendo de qué haya comprado lo esperado obtendrá la satisfacción que buscaba <sup>2</sup>. De igual manera, para estudiar adecuadamente el perfil del consumidor, hay que considerar ciertas características externas e internas como: el estado sociodemográfico, la actitud, experiencia, calidad, entre otros <sup>7,8</sup>.

Los multivitamínicos son suplementos que contiene principalmente vitaminas y minerales, a dicho producto farmacéutico se le conoce por diversos nombres como: polivitamínicos, vitaminas múltiples o en ocasiones solo llevan por nombre vitaminas<sup>9</sup>. Los suplementos multivitamínicos estaban destinados principalmente para adultos de la tercera edad y embarazadas, quienes suelen tener un desbalance nutricional, sin embargo, hoy en día dichos suplementos lo consumen con mayor regularidad los adultos, jóvenes e incluso niños, con la finalidad de prevenir enfermedades <sup>10,11</sup>.

A nivel nacional, Alcántara A, *et al.* (2022) buscaron identificar los factores que influyen en la compra de multivitamínicos en Huancayo. Obteniendo como resultados que influye la necesidad de cuidar su salud y apariencia, donde las mujeres son consideradas las mejores compradoras y en la mayoría de casos lo consumen por recomendación de familiares o amigos, cuya preferencia de compras son las de marca reconocida <sup>12</sup>.

Asimismo, Ortiz S. (2020), determino que en Trujillo el factor más influyente en la compra de productos farmacéuticos es la cultural con el 71% en comparación al 48% antes del estado de pandemia, dándole mayor importancia a la prevención <sup>13</sup>.

Además, Donayre I. (2019) buscó determinar la caracterización de los suplementos vitamínicos sin prescripción médica, evidenciando que el 74% de la consume suplementos vitamínicos, donde el 27% prefiere en presentación de capsula de gel



y el 23% en líquidos, cuyo uso principal es para complementar su alimentación, debilidad muscular y mejora de la inmunidad con 23%, 19%, 18% respectivamente<sup>14</sup>.

A nivel internacional, Delgado M. *et al.* (2018) busco caracterizar el perfil del consumidor y comportamiento de compra en Chiclayo, identificando que el perfil de consumidor radica en que los mayores compradores son mujeres, el 49% son de 19 a 30 años de edad, seguido del 29% de 50 a más, el 38% es soltero y el 27% divorciado, el 40% tiene un ingreso mensual menor a 1000 soles correspondiendo a un nivel económico bajo, donde, el 53% tiene secundaria completa, seguido del 26% con estudio de nivel superior y el 52% refiere que la principal influencia en las compras es el factor social <sup>15</sup>.

Piza S. (2017) el estudio buscó dar a conocer sobre la tendencia del consumo de vitaminas en Guayaquil-Ecuador, lo resultados muestran que el 52% son mujeres y el grado de instrucción es en un 86% secundaria completa, siendo el principal motivo el prevenir (31%) y curar (37%) enfermedades y solo el 23% para fortalecer defesas <sup>16</sup>.

Gómez A. (2017) en su estudio en España, buscó conocer los hábitos de compra del consumidor identificando a qué tipo de perfil pertenecen, donde el sexo era equitativo entre hombres y mujeres, la edad mayoritaria oscilaba entre los 25 a 44 años, el 31% tenía estudios superiores, seguido del 22% con secundaria completa, cuyo salario era en un 41% con 2400 €, Además, el 75% considera que los temas políticos y éticos modifican sus hábitos de compras. Concluyendo que el comportamiento del consumidor es complejo y es difícil considerar con exactitud los factores que afectan sus hábitos <sup>17</sup>.

La justificación del estudio es teórico, ya que se busca conocer el perfil de consumidor y el nivel de conocimiento sobre los multivitamínicos, cuyos resultados

serán un aporte científico relevante que permitirá conocer más sobre la actual realidad peruana en momentos de pandemia, además, tiene una justificación practica porque una vez que se obtengan los resultados esperados, la población se verá beneficiada, dando la posibilidad de plantear estrategias que permitan informar sobre el uso adecuado de estos suplementos vitamínicos y sobre la importancia de que los mismos sean recetados por los especialistas del área de salud, finalmente presenta una justificación metodológica, ya que se ha preparado un instrumento de tipo cuestionario para poder obtener la información de interés, la misma que podrá aplicarse en estudios de similares características.

La presente investigación tiene por objetivo principal es identificar el perfil del consumidor y el nivel de conocimiento sobre los multivitamínicos en usuarios de la farmacia Corazón de Jesús en Arequipa durante los meses de agosto a octubre del año 2022.

Finalmente, el presente trabajo de investigación presenta la hipótesis implícita en el titulo ya mencionado, es por ello que ya no se detalla. El fin de este trabajo de investigación es que se logre identificar el perfil del consumidor y el nivel de conocimiento sobre los diferentes multivitamínicos que existen y son consumidos diariamente.

## **II. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **II.1. Enfoque y diseño de la investigación**

El enfoque del trabajo es cualitativo ya que se los resultados no fueron representados numéricamente, además, es de diseño no experimental, debido a que no existió la intención de modificar la realidad de los acontecimientos, es prospectivo ya que la información recolectada fue obtenida con el inicio de la investigación, es transversal por que la medición de las variables se realizó en un solo momento y es descriptivo, ya que estuvo direccionado en conocer y detalles sobre las variables de estudio <sup>17-19</sup>.

### **II.2. Población, muestra y muestreo**

La población objetivo correspondió a todos los usuarios de la Farmacia Corazón de Jesús del distrito de Socabaya.

La muestra estuvo conformada por todos los usuarios de la Farmacia Corazón de Jesús del distrito de Socabaya asiendo un total de 350 encuestados, que consumieron multivitamínicos, que acudieron al establecimiento durante los meses de agosto a octubre del año 2022.

Los criterios de inclusión fueron:

- Usuarios que se encuentren dentro de las instalaciones de la Farmacia Corazón de Jesús del distrito de Socabaya.
- Usuarios que hayan consumido multivitamínicos al menos una vez en los últimos 5 años.
- Usuarios con una edad igual o superior a los 18 años.

Los criterios de exclusión fueron:

- Usuarios que no deseen voluntariamente participar del estudio de investigación.
- Encuestados que se nieguen a firmar el consentimiento informado.

El muestreo fue de tipo no probabilístico<sup>20,21</sup> ya que se consideran a las personas que ingresaron a la Farmacia Corazón de Jesús del distrito de Socabaya, que contaban con los criterios de inclusión.

### **II.3. Variable de investigación**

#### **Variable 1:** Perfil de consumidor

- Definición conceptual: El perfil del consumidor es un documento donde se enumeran los puntos débiles, intereses patrones de compra y características relevantes que definen el comportamiento del consumidor motivándolo a tomar una elección de compra<sup>8</sup>.
- Definición operacional: El perfil del consumidor se evalúa mediante una encuesta cuyo cuestionario contiene preguntas relevantes sobre las características que definen el comportamiento de los usuarios de la Farmacia Corazón de Jesús del distrito de Socabaya que los motivan a tomar una elección de compra<sup>8</sup>.

#### **Variable 2:** Nivel de conocimientos sobre los multivitamínicos.

- Definición conceptual: Es la capacidad que tiene un individuo para comprender, analizar y conocer sobre el uso de multivitamínicos, el cual pudo adquirirse por medio de estudios, relatos o experiencias propias <sup>22</sup>.
- Definición operacional: El nivel de conocimientos sobre los multivitamínicos se evalúa mediante una encuesta cuyo cuestionario contiene preguntas relevantes sobre la información que tienen actualmente los usuarios de la Farmacia Corazón de Jesús del distrito de Socabaya sobre el uso de multivitamínicos <sup>22</sup>.

### **II.3. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos**

La técnica aplicada fue la encuesta, cuyo instrumento fue el cuestionario, el cual fue validado por tres expertos en el área, de esta manera se garantizó la correcta aplicación y entendimiento del mismo, permitiendo la obtención de información importante de manera óptima y eficaz <sup>23,24</sup>.

Para medir la variable perfil de consumidor se consideraron 20 preguntas distribuidas de la siguiente manera: para la dimensión factores demográficos (4), factores económicos (3), factores sociales (4), factores conductuales (5) y factores psicológicos (4), cuyas respuestas fueron clasificadas según la escala nominal con preguntas policotómica y dicotómica. Además, para medir la variable nivel de conocimiento sobre los multivitamínicos, se consideró igualmente 20 preguntas distribuidas de la siguiente manera: para medir la dimensión conocimiento de vitaminas (8) y conocimiento de multivitamínicos (12), los resultados serán medidos en base al puntaje adquirido donde correspondió a un nivel de conocimiento alto (16-20), medio (11-15) y bajo (0-10) <sup>25</sup>.

#### **II.4. Plan metodológico para la recolección de datos**

##### **a) Autorización por parte de la Universidad María Auxiliadora**

Una vez revisado el proyecto de tesis por parte de nuestro asesor, se solicitó la aprobación del mismo para que nos permitan aplicarlo.

##### **b) Autorización y coordinaciones previas para la recolección de datos**

Para el desarrollo del presente trabajo se inició solicitando las cartas de presentación por parte de la Universidad María Auxiliadora, luego fueron enviadas a la Farmacia Corazón de Jesús del distrito de Socabaya hasta esperar su aceptación.

##### **c) Aplicación de instrumento(s) de recolección de datos**

Una vez que aceptaron nuestra intervención, se procedió a encuestar en las fechas y horas acordadas previamente, en el momento de solicitar a los usuarios su participación al presente estudio, se les brindó información sobre el tema a tratar, el

objetivo que se busca alcanzar, el procedimiento del llenado del cuestionario y sobre la firma del consentimiento informado. Además, se les pidió que cualquier duda que tuvieran la manifiesten en cualquier momento.

Finalmente, con toda la información requerida se procedió a tabular y aplicar el análisis estadístico.

## **II.5. Procesamiento del análisis estadístico**

Una vez culminadas las encuestas se procedió a realizar el análisis estadístico de las variables involucradas en la presente investigación, dado que es un estudio descriptivo se aplicó el software estadístico Microsoft Excel en el cual se procesaron los datos y se obtuvieron los resultados en base a las encuestas desarrolladas.

## **II.6. Aspectos éticos**

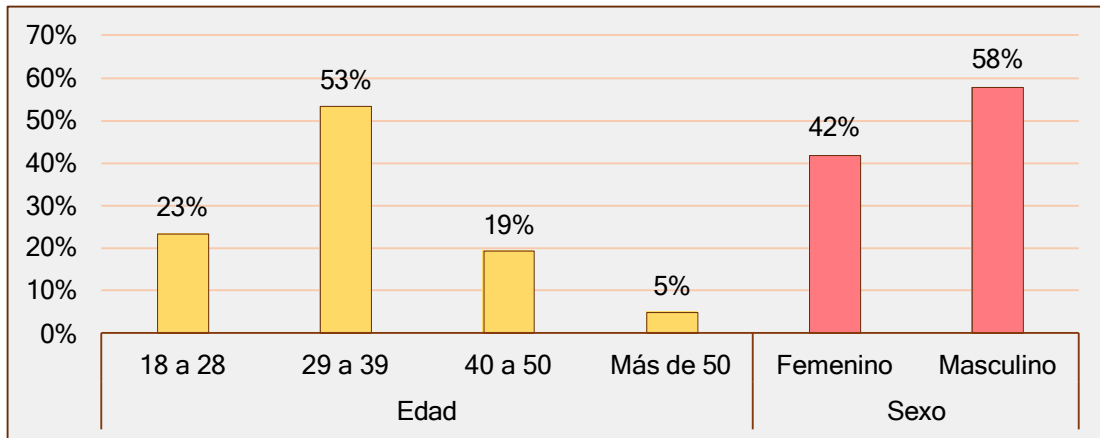
El desarrollo del presente trabajo de investigación no implicó ningún riesgo a la población encuestada, ya que, se cumplió en todo momento con los principios bioéticos, que implican autonomía donde la persona tiene capacidad racional para elegir lo más conveniente, no-maleficencia donde no se busca causar daño, beneficencia donde se busca proporcionar bienestar y justicia brindando igualdad de condiciones, es por esta razón cumplimos con los requerimientos necesarios durante su aplicación<sup>25,27</sup>.

### III. RESULTADOS

#### III.1. Resultado sobre Perfil del consumidor respecto a factores demográfico

Tabla 1. Factores demográficos respecto a la edad y el sexo

Factor	Valor Final	F	P (%)	TOTAL	
				Frecuencia	Porcentaje
Edad	18 a 28	82	23%	350	100%
	29 a 39	187	53%		
	40 a 50	68	19%		
	Más de 50	13	4%		
Sexo	Femenino	149	42%	350	100%
	Masculino	201	58%		



**Figura 1. Factores Demográficos respecto a la edad y el sexo**

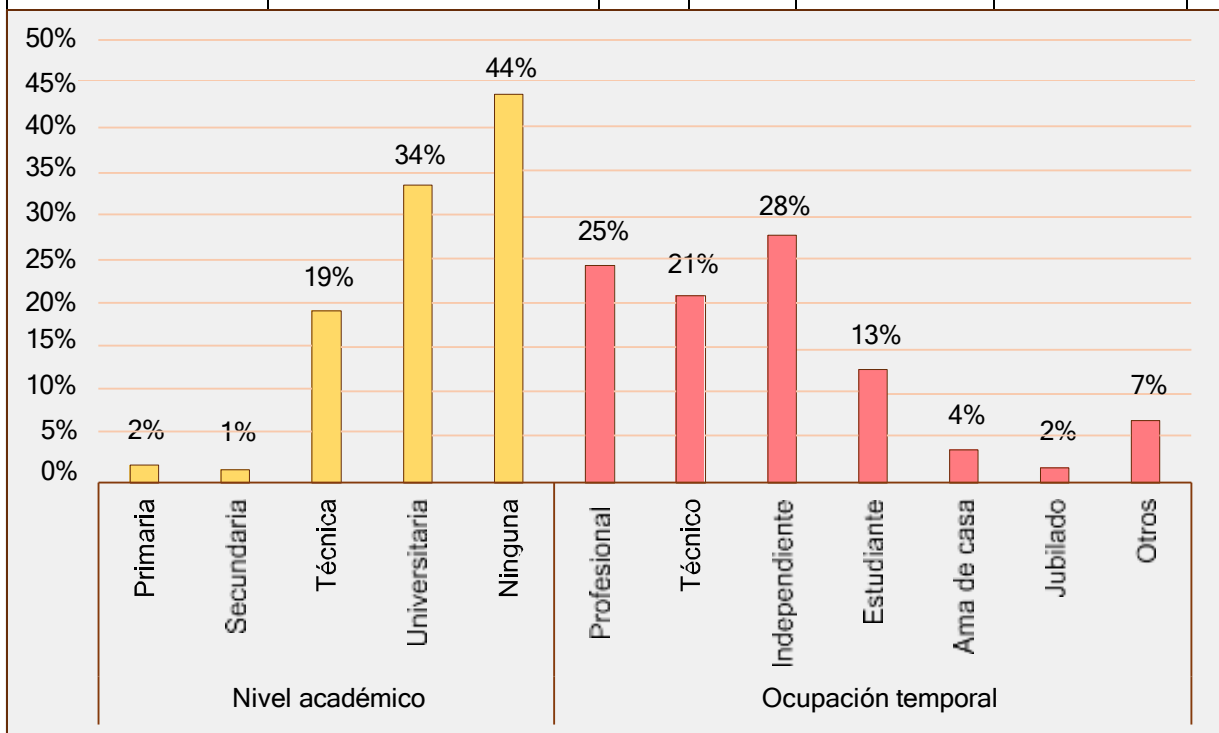
En la tabla 1 y figura 1, se puede observar que del total de los 350 encuestados que representan el 100% de la muestra, el 23% presentaba una edad de 18 a 28 años, el 53% de 29 a 39 años, el 19% de 40 a 50 años y el 4% más de 50 años; en cuanto al sexo el 42% de los usuarios fueron mujeres y el 58% hombres. Evidenciándose que la mayor parte de encuestados fueron de sexo masculino y la edad predominante fue entre los 29 y 39 años.

**Tabla 2. Factores demográficos respecto al nivel académico y la ocupación temporal**

Factor	Valor Final	F	P (%)	TOTAL	
				Frecuencia	Porcentaje
Nivel académico	Primaria	7	2%	350	100%
	Secundaria	5	1%		
	Técnica	68	19%		



	Universitaria	118	34%		
	Ninguna	152	44%		
Ocupación temporal	Profesional	86	25%	350	100%
	Técnico	74	21%		
	Independiente	98	28%		
	Estudiante	45	13%		
	Ama de casa	13	4%		
	Jubilado	6	2%		
	Otros	28	7%		



## Figura 2. Factores demográficos respecto al nivel académico y la ocupación temporal

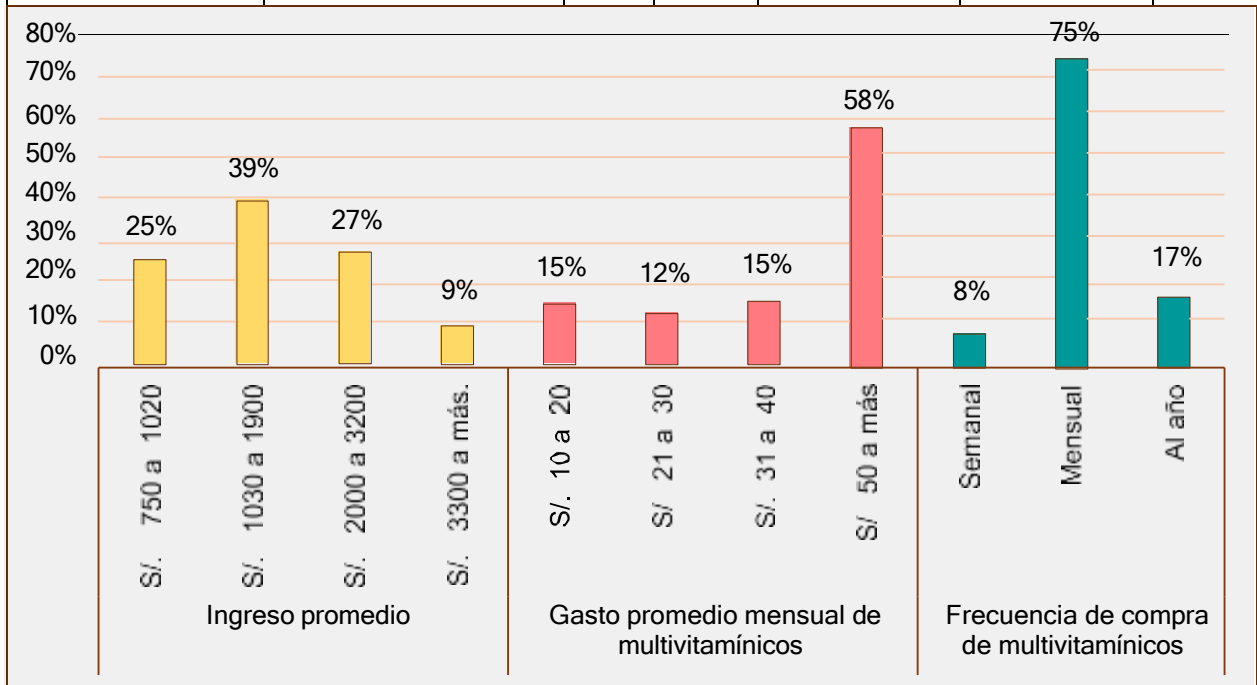
En la tabla 2 y figura 2, se puede observar que, del total de encuestados, para nivel académico se obtuvo que el 2% culminó la primaria, el 1% contaba con secundaria, el 19% tenían nivel técnico, el 34% nivel universitario y 44% refirieron no contar con ningún nivel académico. Con respecto a la ocupación temporal se evidenció que el 25% indica tener una ocupación profesional, el 21% una ocupación técnica, el 28% es independientes, el 13% es estudiantes, el 4% es ama de casa, el 2% son jubilados y el 7% refieren otras ocupaciones. De esta la mayoría de los encuestados no refieren contar con ningún nivel académico y la ocupación predominante es de forma independiente.

### III.2. Resultado sobre Perfil del consumidor respecto a factores económicos

**Tabla 3. Factores económicos**

Factor	Valor Final	F	P (%)	TOTAL	
				Frecuencia	Porcentaje
Ingreso promedio	S/. 750 a 1020	88	25%	350	100%
	S/. 1030 a 1900	138	39%		
	S/. 2000 a 3200	92	27%		

	S/. 3300 a más.	32	9%		
Gasto promedio mensual de multivitamínicos	S/. 10 a 20	51	15%	350	100%
	S/. 21 a 30	43	12%		
	S/. 31 a 40	53	15%		
	S/. 50 a más	203	58%		
Frecuencia de compra de multivitamínicos	Semanal	29	8%	350	100%
	Mensual	261	75%		
	Al año	60	17%		



### Figura 3. Factores Económicos

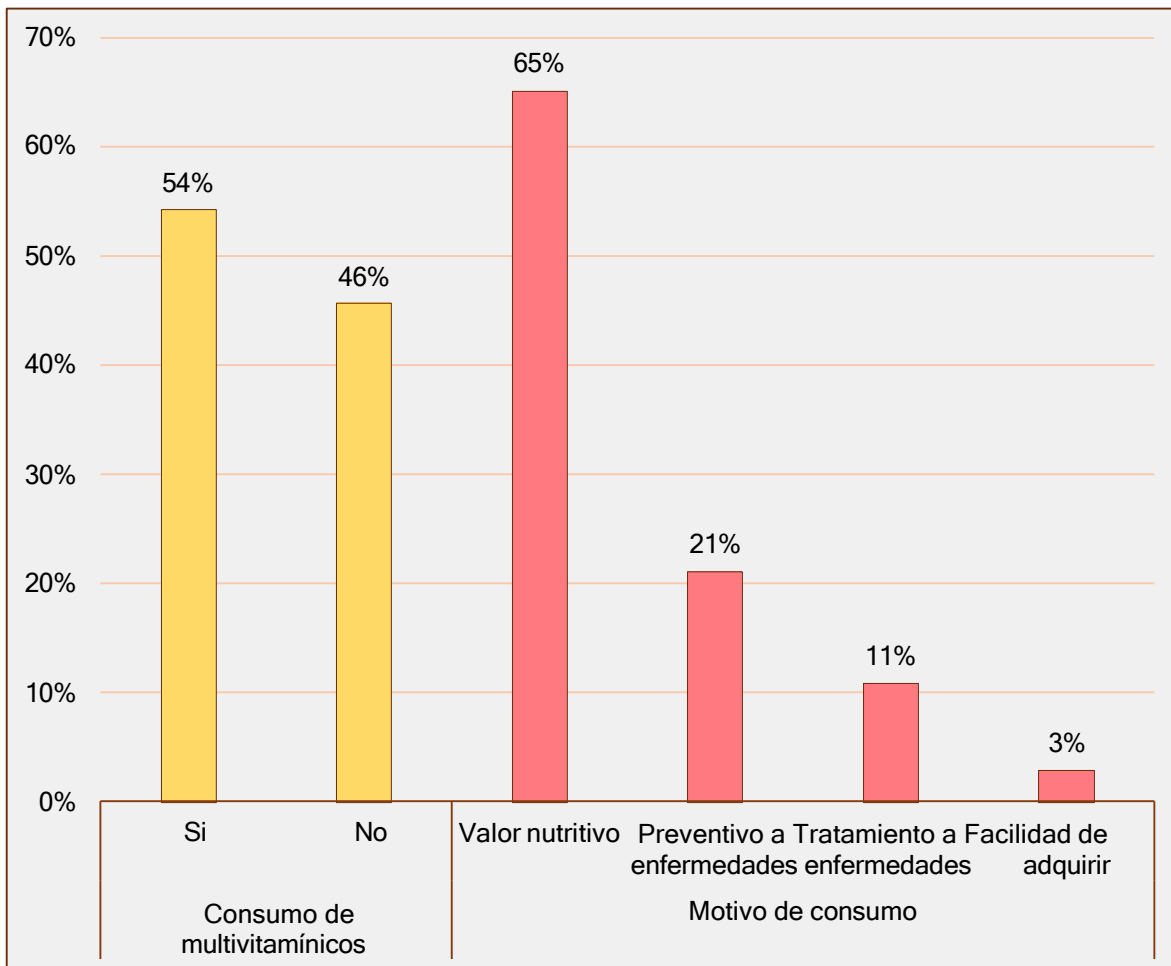
En la tabla 3 y figura 3, se puede observar que del total de encuestados, para ingreso promedio el 25% tiene un ingreso entre 750 a 1020 soles, el 39% entre 1030 a 1900 soles, el 27% entre 2000 a 3200 soles y el 9% más de 3300 soles; en cuanto al gasto promedio mensual de multivitamínicos se evidencia que el 15% oscila entre los 10 a 20 soles, el 12% entre 21 a 30 soles, el 15% entre 34 a 40 soles y el 58% más de 50 soles; en cuanto a frecuencia de compra de multivitamínicos el 8% compra semanalmente, el 75% mensualmente y el 17% de forma anual. Por lo tanto, la mayor parte de los usuarios manifiestan ganar entre 1030 a 1900 soles mensuales y gastan más de 50 soles mensuales en multivitamínicos.

### III.3. Resultado sobre Perfil del consumidor respecto a factores sociales

**Tabla 4. Factores sociales respecto al consumo y motivo de consumo de multivitamínicos**

Factor	Valor Final	F	P (%)	TOTAL	
				Frecuencia	Porcentaje
Consumo de multivitamínicos	Sí	190	54%	350	100%
	No	160	46%		

Motivo de consumo	Valor nutritivo	228	65%	350	100%
	Preventivo a enfermedades	74	21%		
	Tratamiento a enfermedades	38	11%		
	Facilidad de adquirir	10	3%		



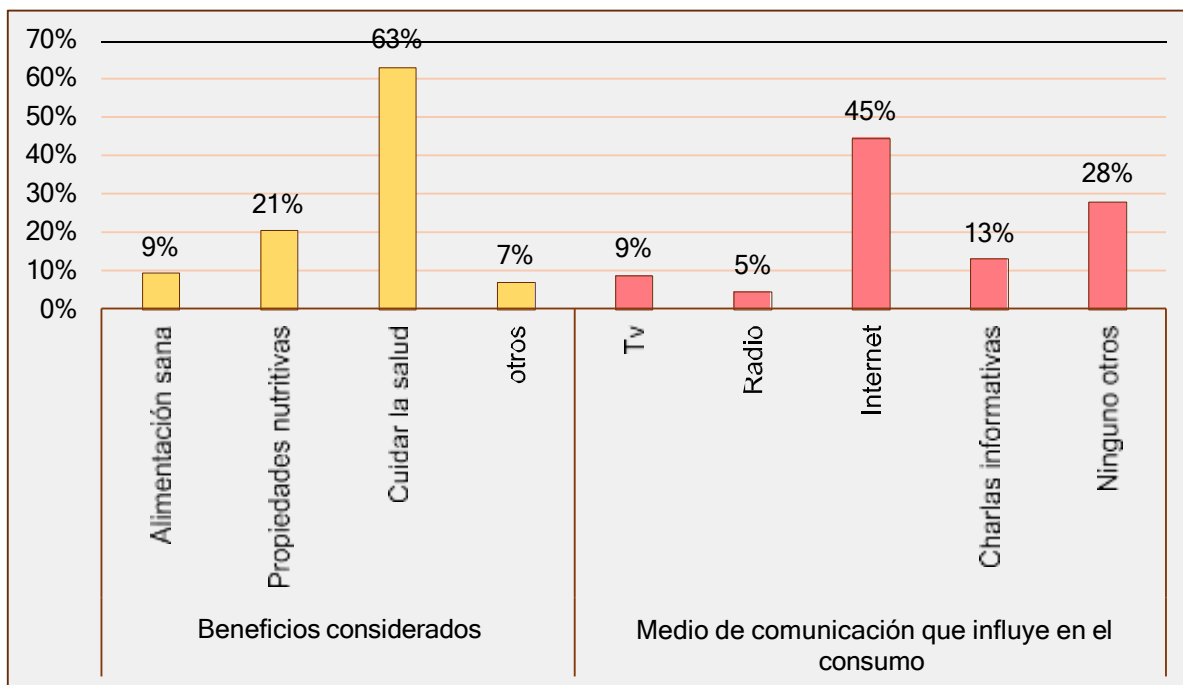
**Figura 4. Factores sociales respecto al consumo y motivo de consumo de multivitamínicos**

En la tabla 4 y figura 4, se puede observar que, del total de encuestados, para el consumo de multivitamínicos el 54% indica que sí consume y el 46% restante no lo hace; en cuanto al motivo de consumo el 65% refiere que lo hace por el valor nutritivo, 21% para prevenir enfermedades, 11% para tratar enfermedades y solo el 3% refiere que es por su fácil adquisición. Entonces se puede interpretar que la mayor parte de los encuestados consume multivitamínicos y consideran que el

principal motivo es el valor nutritivo.

**Tabla 5. Factores sociales respecto a los beneficios e influencia de los medios de comunicación en el consumo de multivitamínicos**

Factor	Valor Final	F	P (%)	TOTAL	
				Frecuencia	Porcentaje
Beneficios considerados	Alimentación sana	33	9%	350	100%
	Propiedades nutritivas	72	21%		
	Cuidar la salud	220	63%		
	otros	25	7%		
Medio de comunicación que influye en el consumo	Tv	31	9%	350	100%
	Radio	16	5%		
	Internet	156	45%		
	Charlas informativas	46	13%		
	Otros	101	28%		



**Figura 5. Factores sociales respecto a los beneficios e influencia de los medios de comunicación en el consumo de multivitamínicos**

En la tabla 5 y figura 5, se puede observar que, del total de encuestados el 9% refiere que los beneficios de consumir multivitamínicos son para una alimentación sana, el 21% por que tiene propiedades nutritivas, el 63% indica que es para cuidarsu salud y el 7% señalan otros beneficios; en cuanto al medio de comunicación que influye en el consumo el 9% señala a la televisión, el 5% la radio, el 45% el internet, el 13% las charlas informativas y el 28% otros. De esta forma se tiene que la mayorparte de los usuarios consideran que el principal beneficio del consumo de multivitamínicos es el cuidado de la salud y que el medio de comunicación más influyente es el internet.

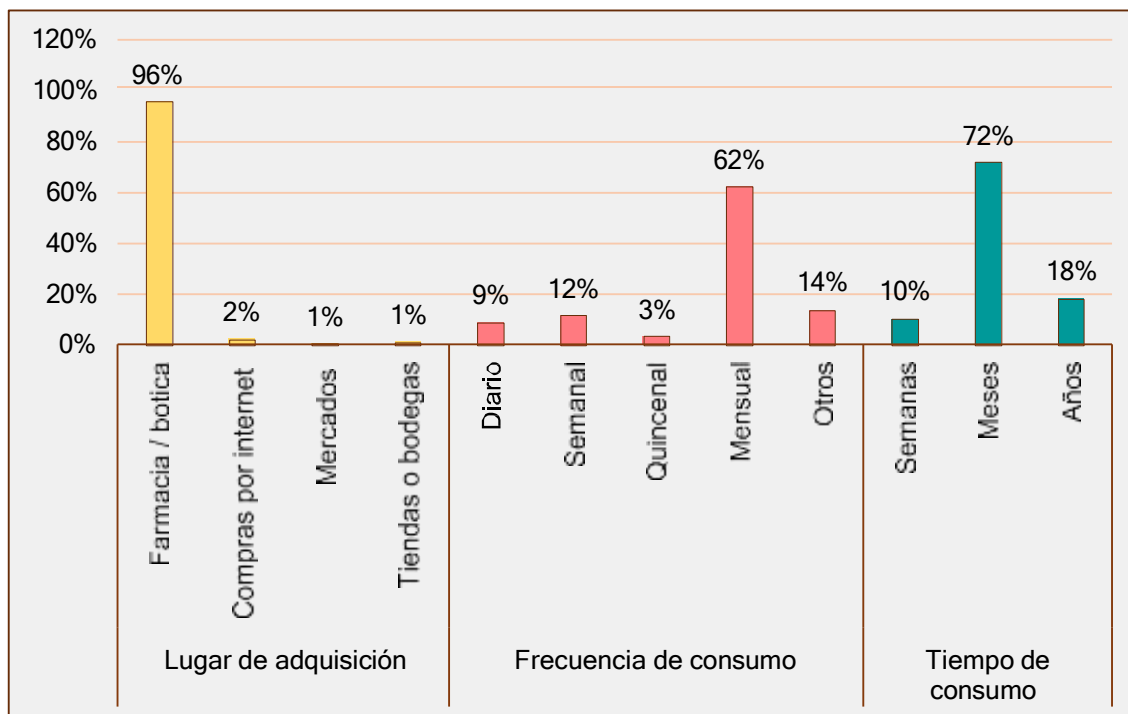


**III.4. Resultado sobre Perfil del consumidor respecto a factores conductuales**

**Tabla 6. Factores conductuales lugar de adquisición, frecuencia y tiempo de consumo**

Factor	Valor Final	F	P (%)	TOTAL	
				Frecuencia	Porcentaje
Lugar de adquisición	Farmacia / botica	336	96%	350	100%
	Compras por internet	8	2%		
	Mercados	2	1%		
	Tiendas o bodegas	4	1%		
Frecuencia de consumo	Diario	31	9%	350	100%
	Semanal	41	12%		
	Quincenal	12	3%		
	Mensual	218	62%		
	Otros	48	14%		
Tiempo de consumo	Semanas	36	10%	350	100%

	Meses	250	72%	
	Años	64	18%	



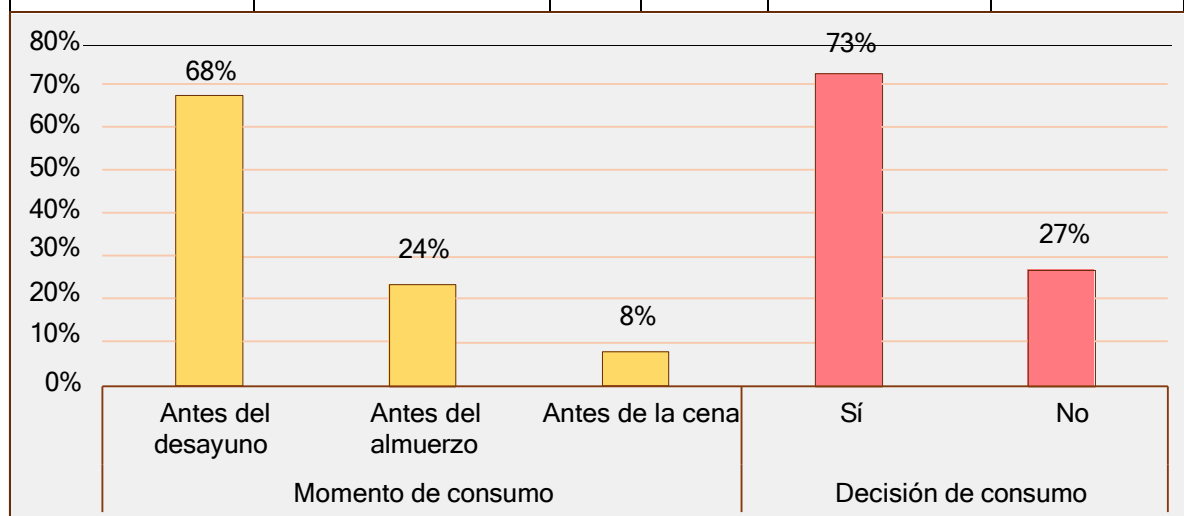
**Figura 6. Factores conductuales lugar de adquisición, frecuencia y tiempo de consumo**

En la tabla 6 y figura 6, se puede observar que, del total de encuestados, para el lugar de adquisición el 96% indica que es una farmacia o botica, el 2% señala que es por internet, el 1% en mercados y el 1% en tiendas y bodegas; en cuanto a la frecuencia de consumo el 9% señala que lo hace a diario, el 12% de forma semanal, el 3% quincenal, el 62% mensual y el 14% indica otras. Finalmente, respecto al tiempo de consumo se evidencia que el 10% indica un consumo de semanas, el

72% meses y el 18% años. De esta forma se observa que la mayor parte de usuarios consideran que adquieren los multivitamínicos en la farmacia o botica, con una frecuencia mensual, con un tiempo de consumo de meses.

**Tabla 7. Factores conductuales respecto al momento y decisión de consumo de multivitamínicos**

Factor	Valor Final	F	P (%)	TOTAL	
				Frecuencia	Porcentaje
Momento de consumo	Antes del desayuno	237	68%	350	100%
	Antes del almuerzo	83	24%		
	Antes de la cena	30	8%		
Decisión de consumo	Sí	255	73%	350	100%
	No	95	27%		



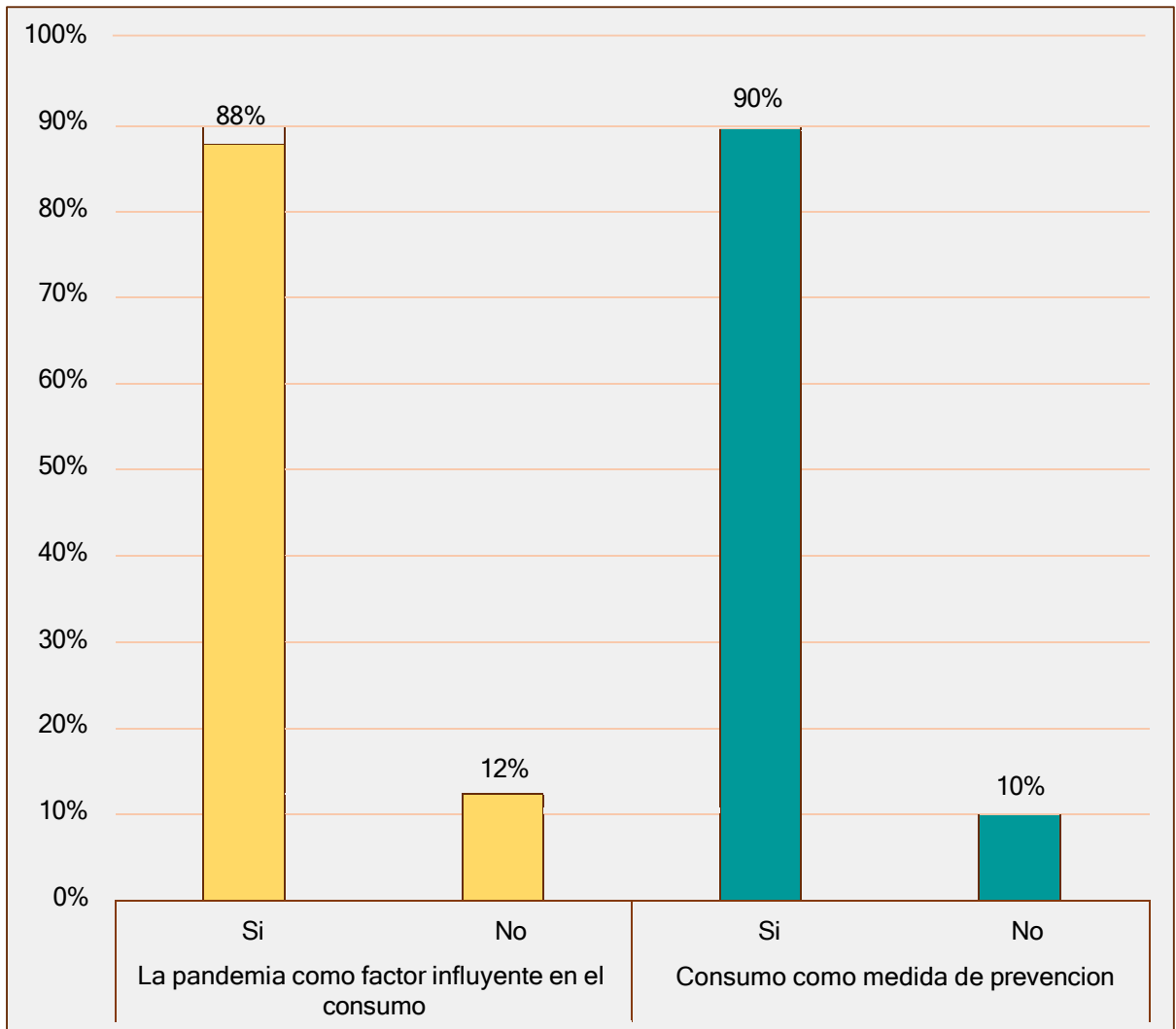
### Figura 7. Factores conductuales respecto al momento y decisión de consumo de multivitamínicos

En la tabla 7 y figura 7, se puede observar que, del total de encuestados, respecto al momento de consumo de multivitamínicos, el 68% indica que lo consume antes del desayuno, el 24% antes del almuerzo y el 8% antes de la cena; en cuanto a si la decisión de consumo de multivitamínicos fue por un médico tratante, el 73% indica que y el 27% señala lo contrario. Entonces se puede entender que la mayor parte de usuarios consumen multivitamínicos antes del desayuno y su decisión de basa principalmente en que fue recetado por un médico.

### III.5. Resultado sobre Perfil del consumidor respecto a Factores psicológicos

**Tabla 8. Factores psicológicos respecto a la pandemia y como medida preventiva**

Factor	Valor Final	F	P (%)	TOTAL	
				Frecuencia	Porcentaje
La pandemia como factor influyente en el consumo	Sí	307	88%	350	100%
	No	43	12%		
Consumo como medida de prevención	Sí	314	90%	350	100%
	No	36	10%		



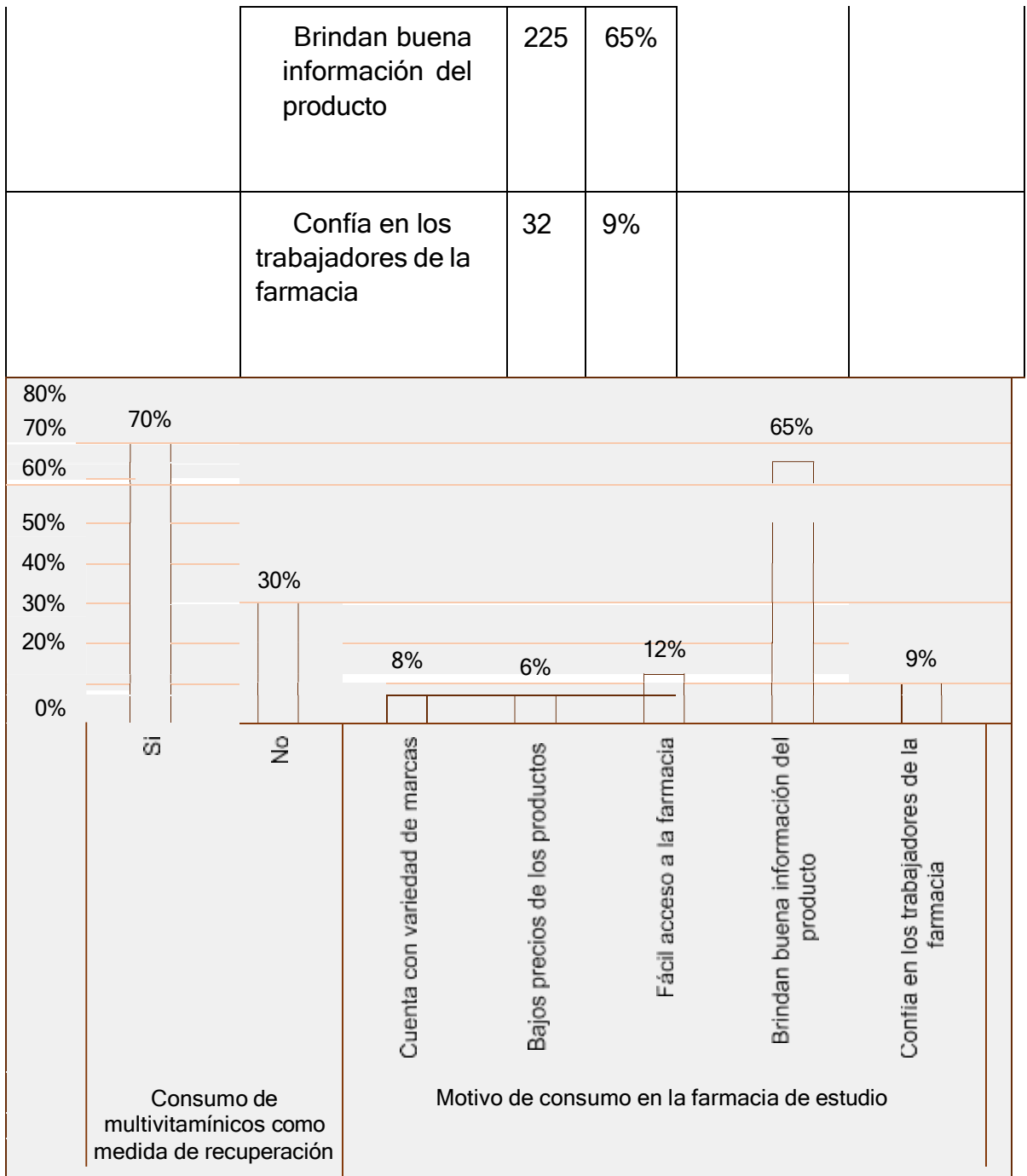
**Figura 8. Factores psicológicos respecto a la pandemia y como medida preventiva**

En la tabla 8 y figura 8, se puede observar que, del total de encuestados, el 88% refieren que la pandemia es un factor influyente en el consumo de multivitamínicos y 12% refiere lo contrario; en cuanto al consumo como medida de prevención, el

90% refiere que sí y el 10% indican lo contrario. Por lo tanto, se puede interpretar que la mayor parte de usuarios señalan a la pandemia es un factor influyente, además de considerarlo como medida de prevención.

**Tabla 9. Factores psicológicos respecto a una medida de recuperación y motivo de consumo en la farmacia**

Factor	Valor Final	F	P (%)	TOTAL	
				Frecuencia	Porcentaje
Consumo de multivitamínicos como medida de recuperación	Sí	245	70%	350	100%
	No	105	30%		
Motivo de consumo en la farmacia de estudio	Cuenta con variedad de marcas	27	8%	350	100%
	Bajos precios de los productos	20	6%		
	Fácil acceso a la farmacia	43	12%		



**Figura 9. Factores psicológicos respecto a una medida de recuperación y motivo de consumo en la farmacia.**

En la tabla 9 y figura 9, se puede observar que, del total de encuestados, el 70% señala que consume multivitamínicos como medida de recuperación y 30% no lo hace; en cuanto al motivo de consumo de multivitamínicos en la farmacia de estudio el 8% lo hace por la variedad de marcas, el 6% por los bajos precios, el 12% por el fácil acceso a la farmacia o botica, el 65% por que brindan buena información del producto y 9% porque confían en los trabajadores de la farmacia. Por lo tanto, se entiende que la mayoría de usuarios consumen multivitamínicos como medida de recuperación y lo hacen en la farmacia estudiada por que brindan buena información del producto.

### III.6. Resultados de mayor frecuencia sobre Perfil del consumidor

**Tabla 10. Perfil del consumidor**

<b>Aspecto</b>	<b>Factor</b>	<b>Denominación final</b>
Demográfico	Edad	De 29 a 39 años
	Sexo	Masculino
	Nivel académico	Ninguno
	Ocupación temporal	Independiente
Económico	Ingreso promedio	S/. 1030 a 1900
	Gasto promedio mensual de multivitamínicos	S/ 50 a más
	Frecuencia de compra de multivitamínicos	Mensual
Social	Consumo de multivitamínicos	Sí consumen
	Motivo de consumo	Valor nutritivo



	Beneficios considerados	Cuida la salud
	Medio de comunicación que influye en el consumo	Internet
Conductual	Lugar de adquisición	Farmacia / botica
	Frecuencia de consumo	Mensual
	Tiempo de consumo	Meses
	Momento de consumo	Antes del desayuno
	Decisión de consumo	Sí consumen
Psicológico	La pandemia como factor influyente en el consumo	Sí
	Consume como medida de prevención	Sí
	Consume multivitamínicos como medida de recuperación	Sí
	Motivo de consumo en la farmacia de estudio	Brindan buena información del producto

En la tabla 10 y figura 10, se puede observar los resultados con mayor frecuencia obtenidos por cada factor, por lo que se entiende que el perfil del consumidor de los usuarios de la farmacia Corazón de Jesús tienen las siguientes características: en cuando a lo demográfico tienen entre 29 y 39 años, son del sexo masculino, no refieren nivel académico y su ocupación laboral es independiente, en lo económico poseen un ingreso mensual de 1030 a 1900 soles, gastan más de 50 soles en multivitamínicos y su

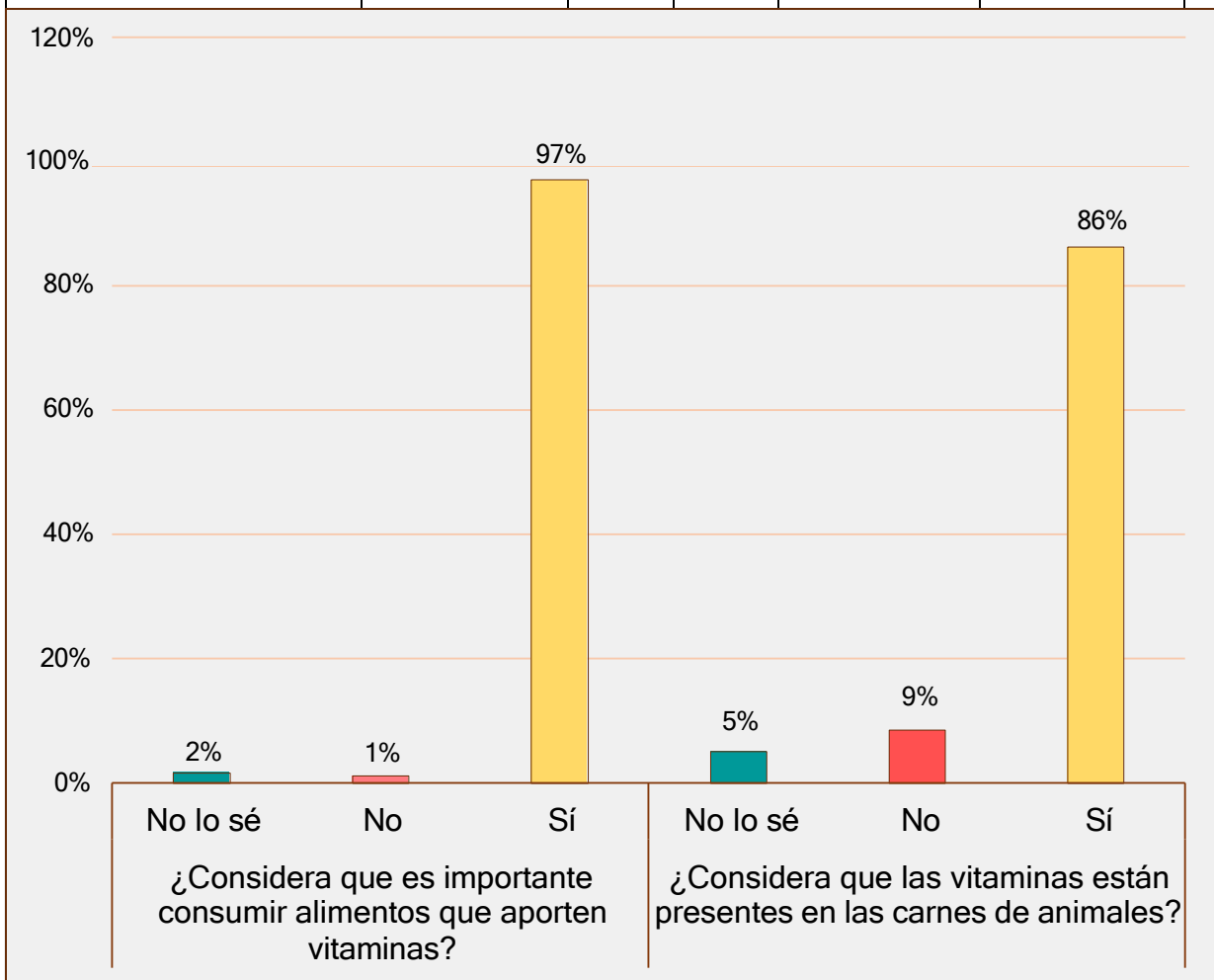
frecuencia de compra es mensual; en lo social si consumen el producto por el valor nutritivo y consideran un beneficio el cuidado de la salud, además refieren que el medio con más influencia en el consumo es el internet; en lo conductual los usuarios adquieren multivitamínicos en farmacias / boticas de forma mensual ya que llevan meses consumiendo estos productos y su decisión de consumo fue por sugerencia de la receta de un médico tratante, por último en lo psicológico los usuarios creen que la pandemia influye como factor de consumo, indicando la prevención y recuperación, además de indicar que compran en la farmacia Corazón de Jesús pues se les brinda buena información.

### III.7. Resultado sobre conocimiento sobre vitaminas y multivitamínicos

**Tabla 11. Conocimiento sobre la importancia de consumir alimentos que aporten vitaminas y la presencia de vitaminas en carnes de animales**

Ítem	Respuesta	F	P (%)	TOTAL	
				Frecuencia	Porcentaje
¿Es importante consumir alimentos que aporten vitaminas?	No lo sé	6	2%	350	100%
	No	4	1%		
	Sí	340	97%		

¿Las vitaminas están presentes en las carnes de animales?	No lo sé	18	5%	350	100%
	No	30	9%		
	Sí	302	86%		

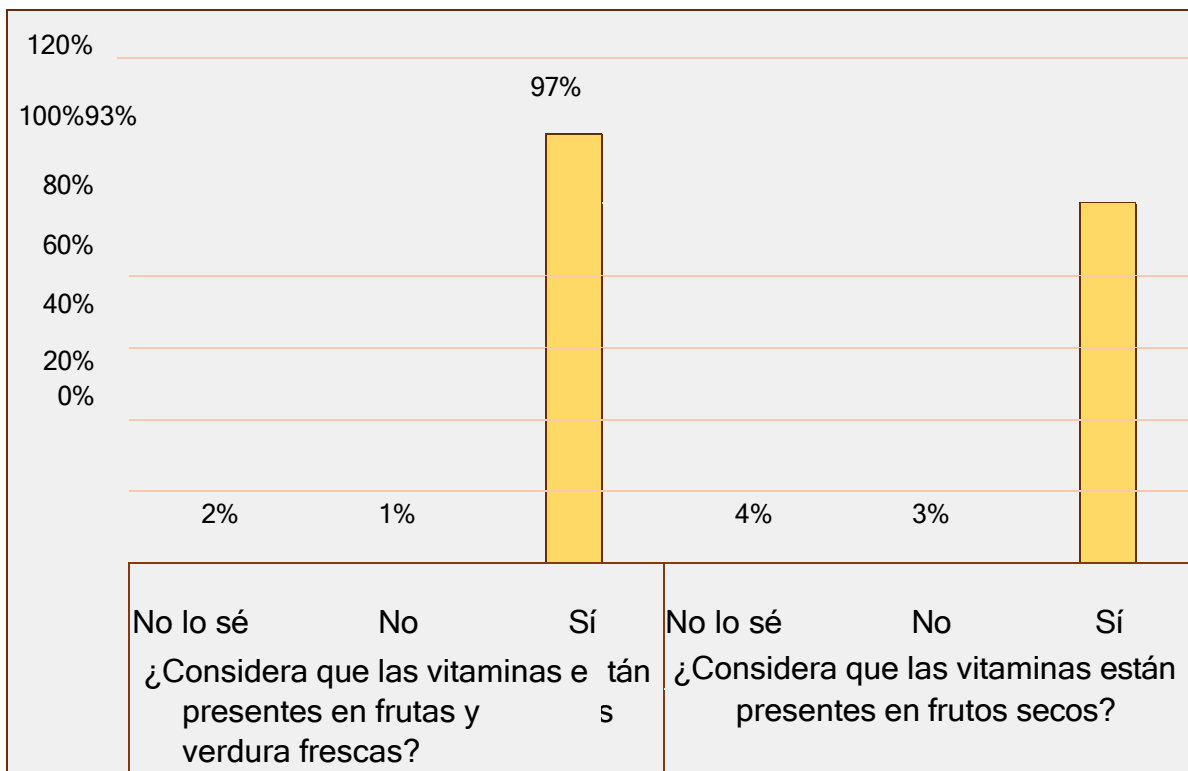


**Figura 10. Conocimiento sobre la importancia de consumir alimentos que aporten vitaminas y la presencia de vitaminas en carnes de animales**

En la tabla 11 y figura 10, se puede observar que, del total de encuestados, el 2% refieren no saber sobre la importancia de consumir alimentos que aporten vitaminas, el 1% respondieron que no es importante y el 97% señalan que sí lo es. Además, ante la pregunta si las vitaminas están presentes en las carnes de animales, el 5% indica no saberlo, el 9% responden que no y el 86% señalan que sí.

**Tabla 12. Conocimiento sobre si las vitaminas están presentes en frutas frescas, verduras frescas y frutos secos**

Ítem	Respuesta	F	P (%)	TOTAL	
				Frecuencia	Porcentaje
¿Las vitaminas están presentes en frutas y verduras frescas?	No lo sé	6	2%	350	100%
	No	1	1%		
	Sí	343	97%		
¿Las vitaminas están presentes en frutos secos?	No lo sé	14	4%	350	100%
	No	10	3%		
	Sí	326	93%		



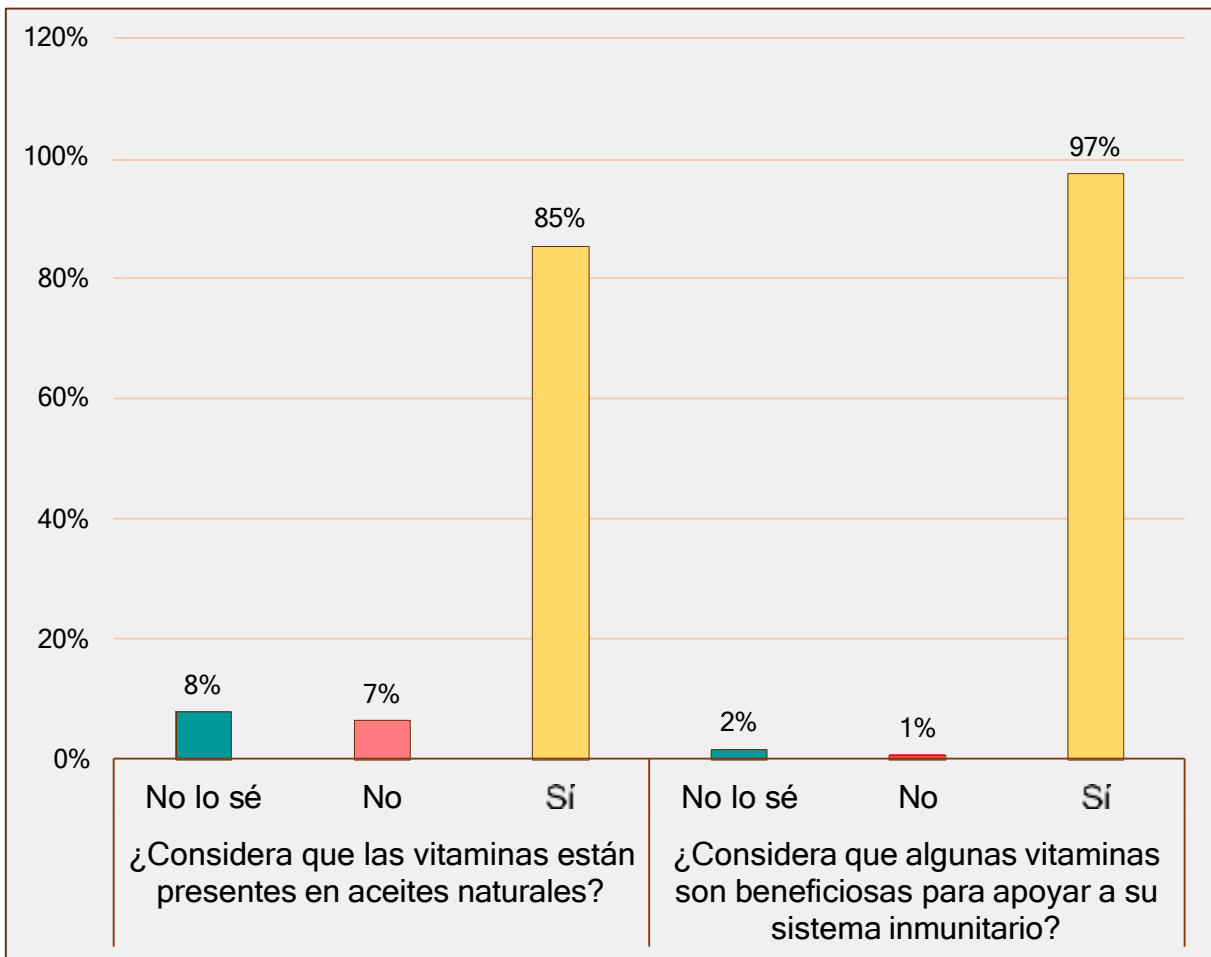
**Figura 11. Conocimiento sobre si las vitaminas están presentes en frutas frescas, verduras frescas y frutos secos**

En la tabla 12 y figura 11, se puede observar que, del total de encuestados, el 97% señalan que las vitaminas estas presentes en frutas y verduras frescas, el 2% indican no saberlo y el 1% responden no. Además, el 93% refieren que las vitaminas están presentes en frutos secos, el 4% indican no saberlo y el 3% responden que no.

**Tabla 13. Conocimiento sobre si las vitaminas están presentes en aceites naturales y si son beneficiosas para el sistema inmunitario**

Ítem	Respuesta	F	P (%)	TOTAL

				<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
¿Las vitaminas están presentes en aceites naturales?	No lo sé	28	8%	350	100%
	No	23	7%		
	Sí	299	85%		
¿Algunas vitaminas son beneficiosas para apoyar a su sistema inmunitario?	No lo sé	6	2%	350	100%
	No	3	1%		
	Sí	341	97%		



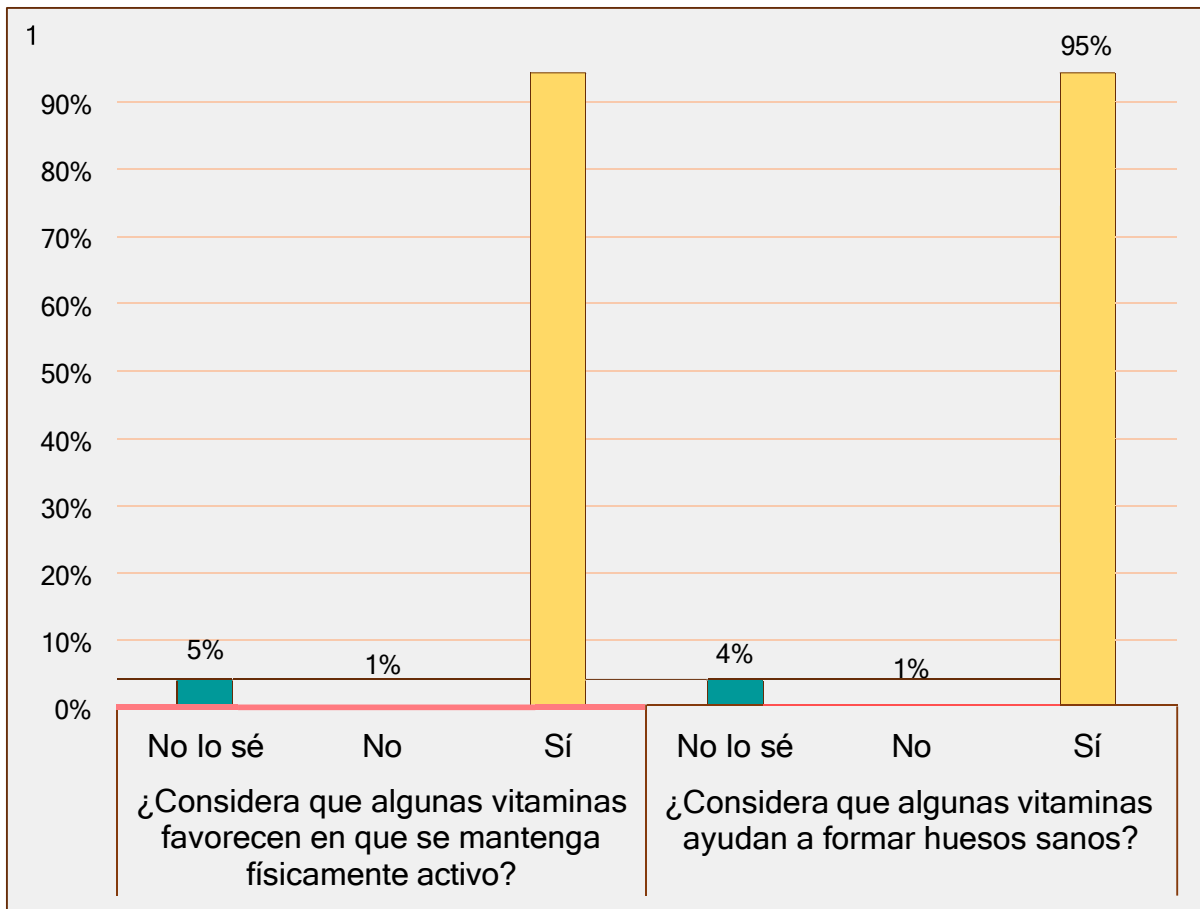
**Figura 12. Conocimiento sobre si las vitaminas están presentes en aceites naturales y si son beneficiosas para el sistema inmunitario**

En la tabla 13 y figura 12, se puede observar que, del total de encuestados, el 85% refieren que las vitaminas están presentes en aceites naturales, el 8% indican no saberlo y el 7% responden que no. Además, el 97% refieren que algunas vitaminas son beneficiosas para apoyar a su sistema inmunitario, el 2% indican no saberlo y el 1% responde que no.

**Tabla 14. Conocimiento sobre si las vitaminas favorecen a estar físicamente activo y si ayudan a formar huesos sanos**

Ítem	Respuesta	F	P (%)	TOTAL	
				Frecuencia	Porcentaje
¿Algunas vitaminas favorecen en que se mantenga físicamente activo?	No lo sé	16	5%	350	100%
	No	2	1%		
	Sí	332	94%		
¿Algunas vitaminas ayudan a formar huesos sanos?	No lo sé	13	4%	350	100%
	No	5	1%		
	Sí	332	95%		



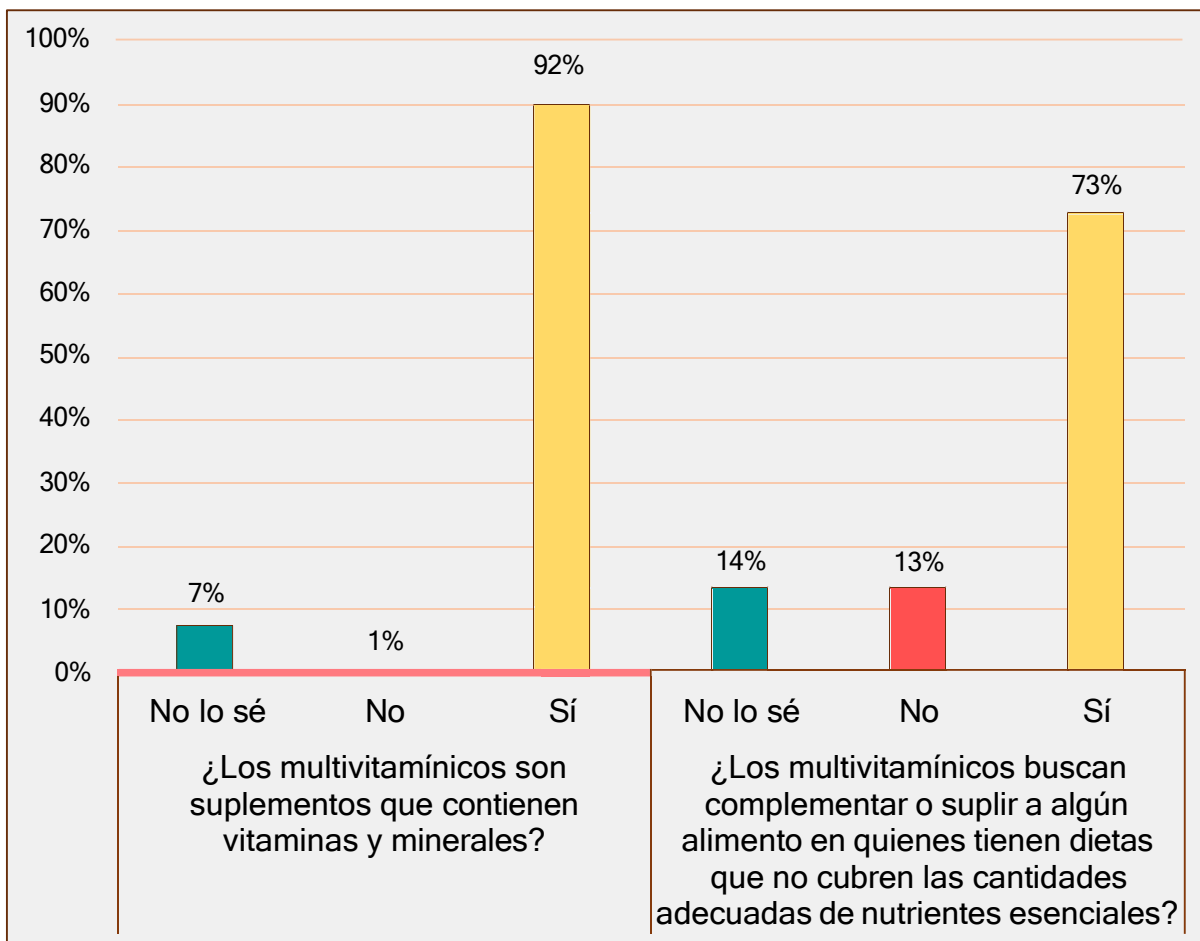


**Figura 13. Conocimiento sobre si las vitaminas favorecen a estar físicamente activo y si ayudan a formar huesos sanos.**

En la tabla 14 y figura 13, se puede observar que, del total de encuestados, el 94% refieren que algunas vitaminas favorecen a mantenerse físicamente activo, el 5% indican no saberlo y el 1% responden que no. Además, el 95% refieren que algunas vitaminas ayudan a formar huesos sanos, el 4% indican no saberlo y el 1% responden que no.

**Tabla 15. Conocimiento sobre el contenido de multivitamínicos y si se usan como complemento de la dieta**

Ítem	Respuesta	F	P (%)	TOTAL	
				Frecuencia	Porcentaje
¿Los multivitamínicos son suplementos que contienen vitaminas y minerales?	No lo sé	26	7%	350	100%
	No	3	1%		
	Sí	321	92%		
¿Los multivitamínicos buscan complementar o suplir a algún alimento en quienes tienen dietas que no cubren las cantidades adecuadas de nutrientes esenciales?	No lo sé	48	14%	350	100%
	No	47	13%		
	Sí	255	73%		

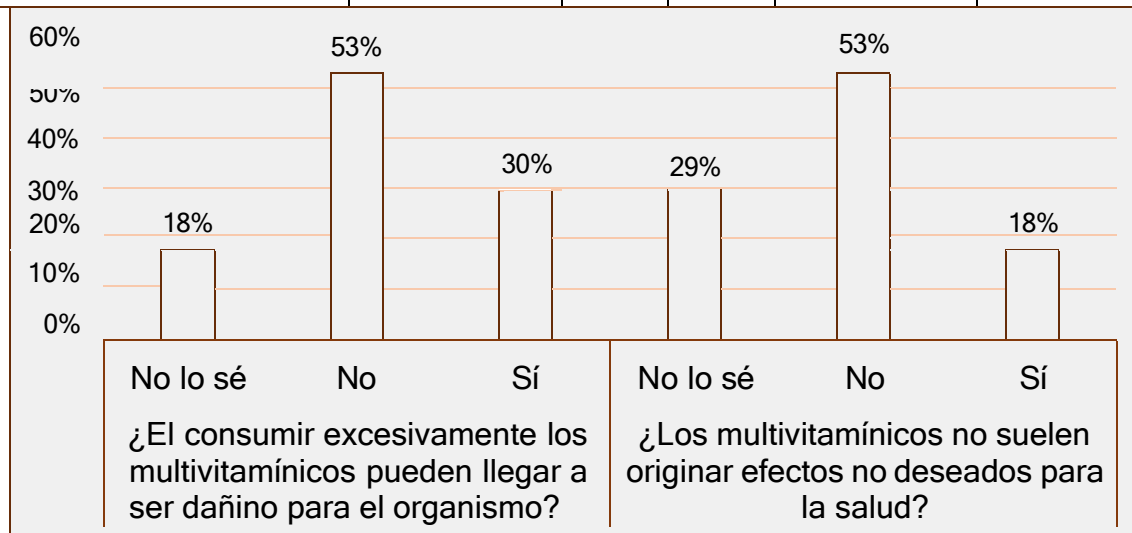


**Figura 14. Conocimiento sobre el contenido de multivitamínicos y si se usan como complemento de la dieta Análisis e interpretación de datos**

En la tabla 15 y figura 14, se puede observar que, del total de encuestados, el 92% creen que los multivitamínicos son suplementos que contienen vitaminas y minerales, el 7% indican no saberlo y el 1% responden que no. Además, el 73% afirman que los multivitamínicos buscan complementar o suplir a algún alimento en quienes tienen dietas que no cubren las cantidades adecuadas de nutrientes esenciales, el 14% indican no saberlo y el 13% responden que no.

**Tabla 16. Conocimiento el consumo inadecuado de multivitamínicos y sus efectos no deseados**

Ítem	Respuesta	F	P (%)	TOTAL	
				Frecuencia	Porcentaje
¿El consumir excesivamente los multivitamínicos pueden llegar a ser dañino para el organismo?	No lo sé	62	18%	350	100%
	No	184	52%		
	Sí	104	30%		
¿Los multivitamínicos no suelen originar efectos no deseados para la salud?	No lo sé	102	29%	350	100%
	No	184	53%		
	Sí	62	18%		



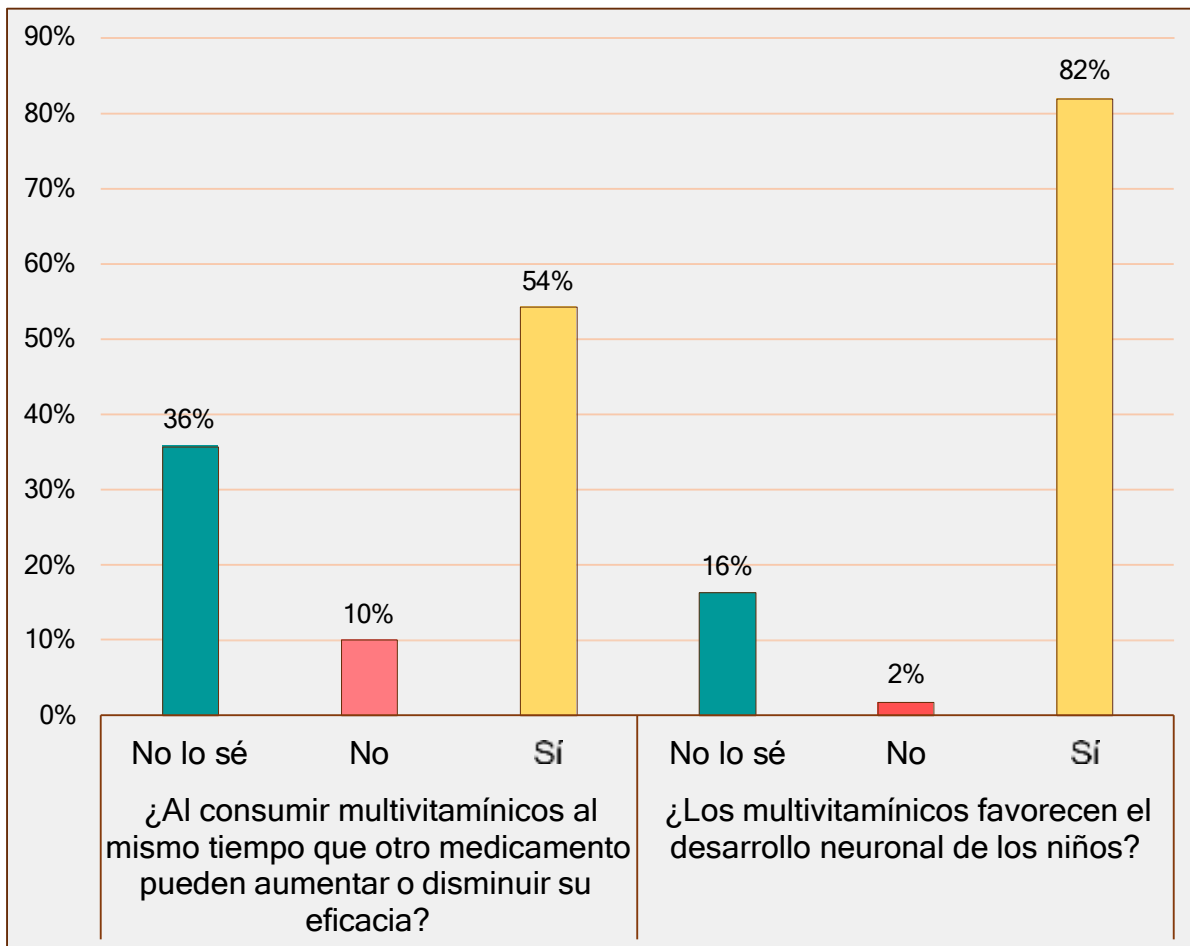
**Figura 15. Conocimiento el consumo inadecuado de multivitamínicos y sus efectos no deseados** **Análisis e interpretación de datos**

En la tabla 16 y figura 15, se puede observar que, del total de encuestados, el 30% cree que consumir excesivamente los multivitamínicos pueden llegar a ser dañino para el organismo, el 18% indican no saberlo y el 52% responden que no. Además, el 18% afirman que los multivitamínicos no suelen originar efectos no deseados para la salud, el 29% indican no saberlo y el 53% responden que no.

**Tabla 17. Conocimiento sobre la eficacia del multivitamínicos al consumirlo junto con otro medicamento y si favorece al desarrollo neuronal**

Ítem	Respuesta	F	P (%)	TOTAL	
				Frecuencia	Porcentaje
¿Al consumir multivitamínicos al mismo tiempo que otro medicamento pueden aumentar o disminuir su eficacia?	No lo sé	125	36%	350	100%
	No	35	10%		
	Sí	190	54%		
¿Los multivitamínicos favorecen el desarrollo neuronal de los niños?	No lo sé	57	16%	350	100%
	No	6	2%		

	Sí	287	82%	
--	----	-----	-----	--



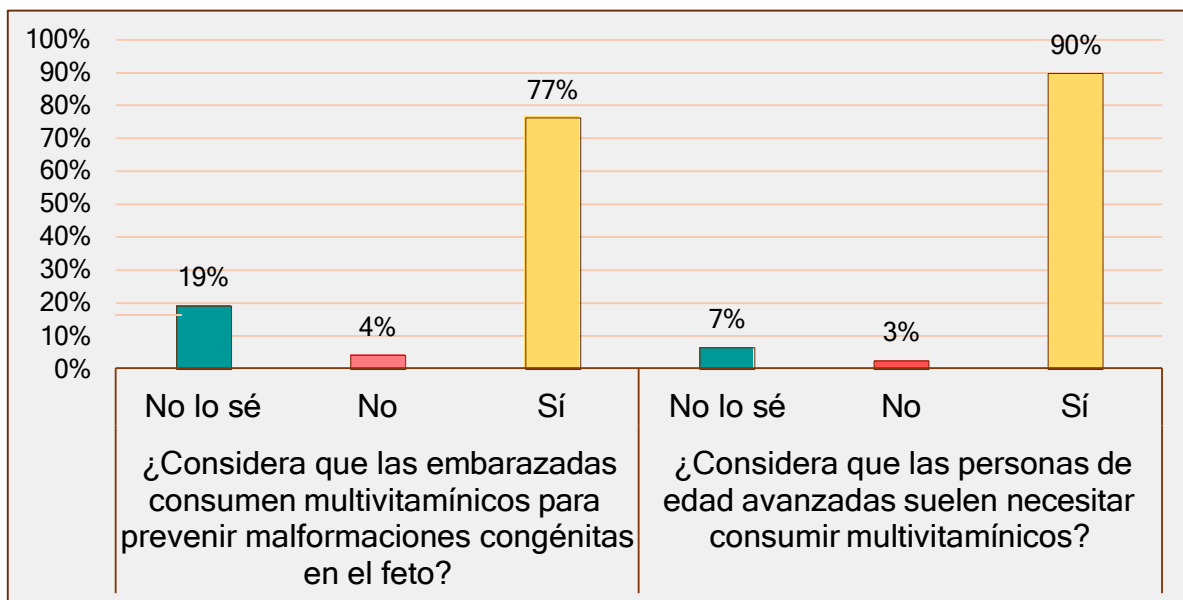
**Figura 16. Conocimiento sobre la eficacia del multivitamínicos al consumirlo junto con otro medicamento y si favorece al desarrollo neuronal**

En la tabla 17 y figura 16, se puede observar que, del total de encuestados, el 54% afirman que el consumo de multivitamínicos al mismo tiempo que otro medicamento pueden aumentar o disminuir su eficacia, el 36% indican no saberlo y el 10% responden que no. Además, el 82% afirman que los multivitamínicos favorecen el

desarrollo neuronal de los niños, el 16% indican no saberlo y el 2% responden que no.

**Tabla 18. Conocimiento sobre si los multivitamínicos previenen malformaciones congénitas y si es necesario su consumo en personas de edad avanzada**

Ítem	Respuesta	F	P (%)	TOTAL	
				Frecuencia	Porcentaje
¿Las embarazadas consumen multivitamínicos para prevenir malformaciones congénitas en el feto?	No lo sé	67	19%	350	100%
	No	15	4%		
	Sí	268	77%		
¿Las personas de edad avanzadas suelen necesitar consumir multivitamínicos?	No lo sé	23	7%	350	100%
	No	9	3%		
	Sí	318	90%		



**Figura 17. Conocimiento sobre si los multivitamínicos previenen malformaciones congénitas y si es necesario su consumo en personas de edad avanzada**

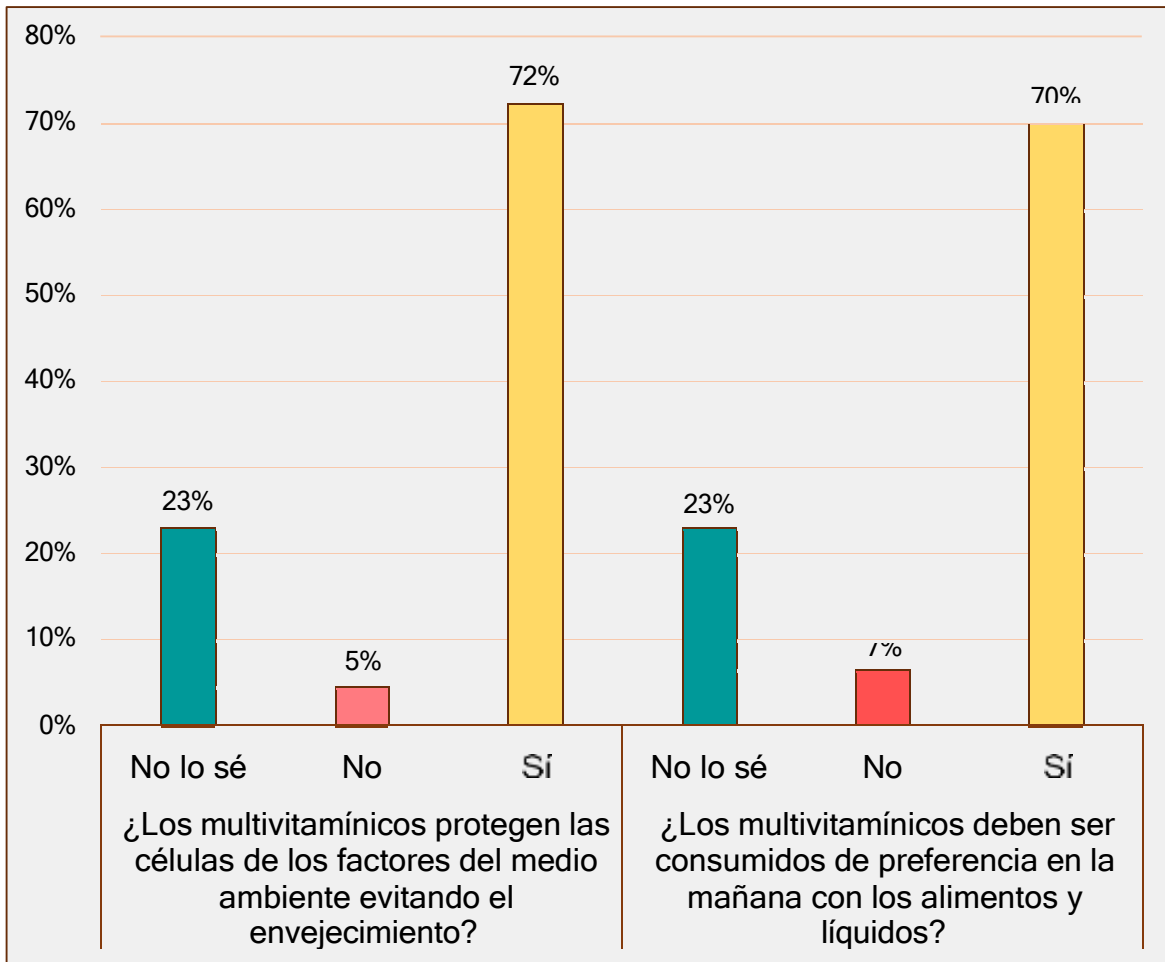
En la tabla 18 y figura 17, se puede observar que, del total de encuestados, el 77% afirman que las embarazadas consumen multivitamínicos para prevenir malformaciones congénitas en el feto, el 19% indican no saberlo y el 4% responden que no. Además, el 90% consideran que las personas de edad avanzada suelen necesitar consumir multivitamínicos, el 7% indican no saberlo y el 3% responden que no.

**Tabla 19. Conocimiento sobre si los multivitamínicos brindan protección celular y como deben ser consumidos.**

Ítem	Respuesta	F	P (%)	TOTAL



				<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
¿Los multivitamínicos protegen las células de los factores del medio ambiente evitando el envejecimiento?	No lo sé	81	23%	350	100%
	No	16	5%		
	Sí	253	72%		
	No lo sé	83	23%	350	100%
¿Los multivitamínicos deben ser consumidos de preferencia en la mañana con los alimentos y líquidos?	No	23	7%		
	Sí	244	70%		

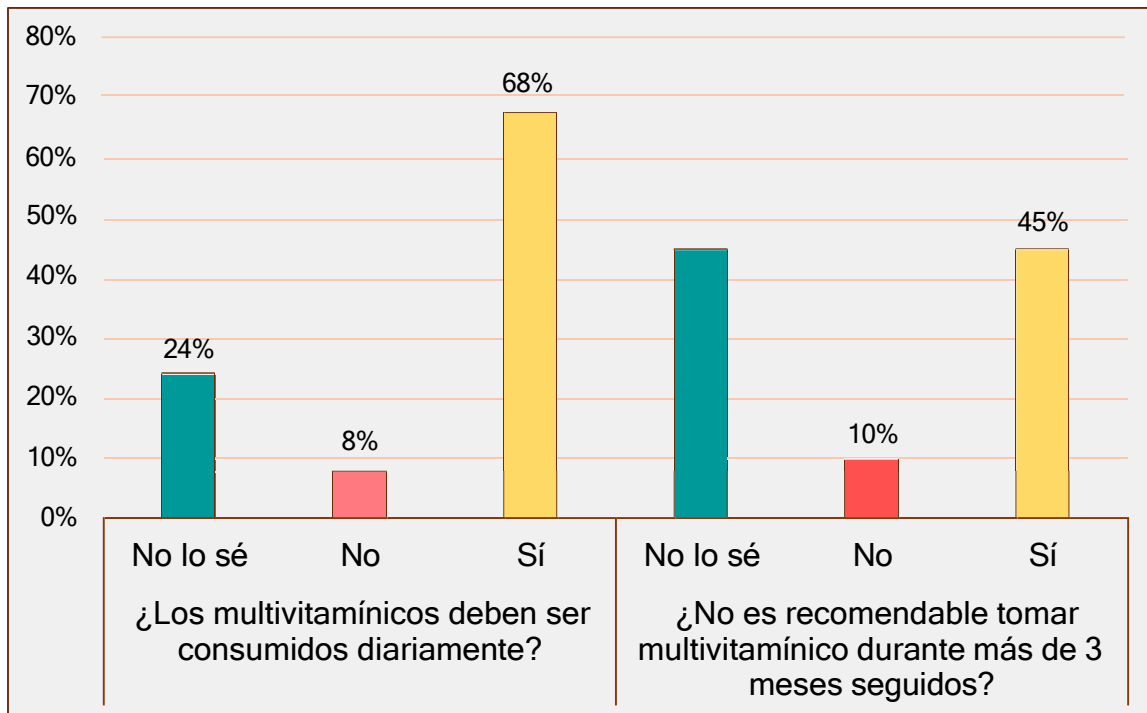


**Figura 18. Conocimiento sobre si los multivitamínicos brindan protección celular y como deben ser consumidos.**

En la tabla 19 y figura 18, se puede observar que, del total de encuestados, el 72% afirman que los multivitamínicos protegen las células de los factores del medio ambiente evitando el envejecimiento, el 23% indican no saberlo y el 5% responden que no. Además, el 70% mencionan que los multivitamínicos deben ser consumidos de preferencia en la mañana con los alimentos y líquidos, el 23% indican no saberlo y el 7% responden que no.

**Tabla 20. Conocimiento sobre el consumo de multivitamínicos respecto al tiempo y frecuencia**

Ítem	Respuesta	F	P (%)	TOTAL	
				Frecuencia	Porcentaje
¿Los multivitamínicos deben ser consumidos diariamente?	No lo sé	85	24%	350	100%
	No	27	8%		
	Sí	238	68%		
¿No es recomendable tomar multivitamínico durante más de 3 meses seguidos?	No lo sé	159	45%	350	100%
	No	34	10%		
	Sí	157	45%		



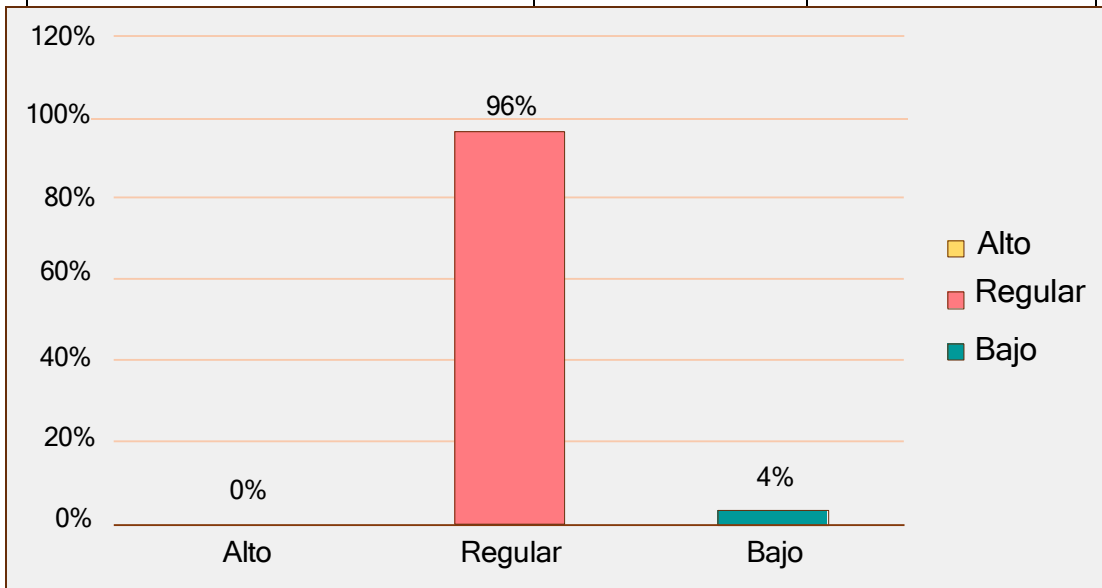
**Figura 19. Conocimiento sobre el consumo de multivitamínicos respecto al tiempo y frecuencia**

En la tabla 20 y figura 19, se puede observar que, del total de encuestados, el 68% afirman que los multivitamínicos deben ser consumidos diariamente, el 24% indican no saberlo y el 8% responden que no. Además, el 45% afirman que no es recomendable tomar multivitamínicos durante más de 3 meses seguidos, el 45% indican no saberlo y el 10% responden que no.

### III.8. Resultado sobre Nivel de conocimiento de las vitaminas y multivitamínicos

**Tabla 21. Nivel de conocimiento de las vitaminas**

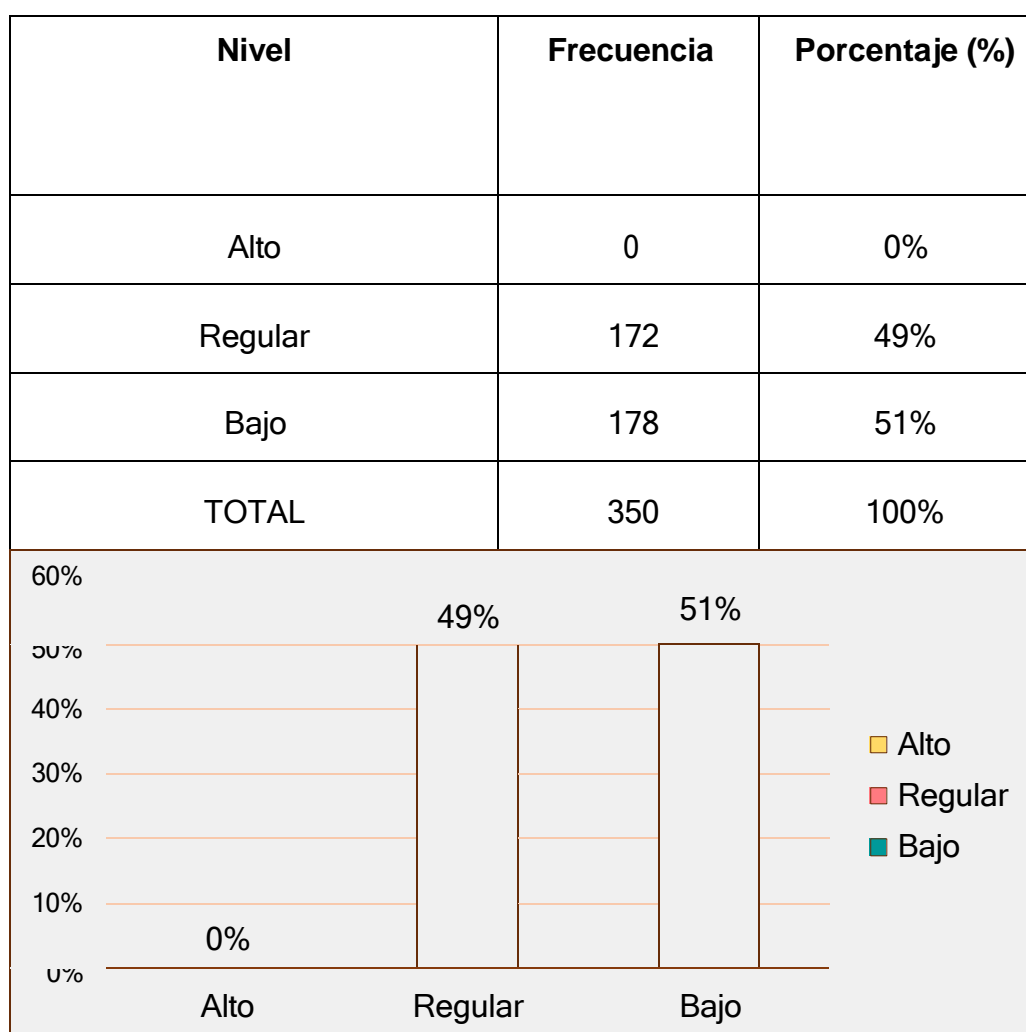
<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Alto	0	0%
Regular	337	96%
Bajo	13	4%
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>100%</b>



### Figura 20. Nivel de conocimiento de las vitaminas

En la tabla 21 y figura 20, se puede observar que, del total de encuestados, el 4% posee un nivel de conocimiento bajo y el 96% posee un nivel de conocimientos regular, por lo tanto, la mayoría conoce sobre la importancia consumir alimentos vitaminados, que las vitaminas están presentes en la carne, frutas, verduras, frutos secos y aceites naturales, que favorecen el sistema inmunitario, ayuda a la actividad física y a la formación de huesos sanos.

**Tabla 22. Nivel de conocimiento de productos multivitamínicos**

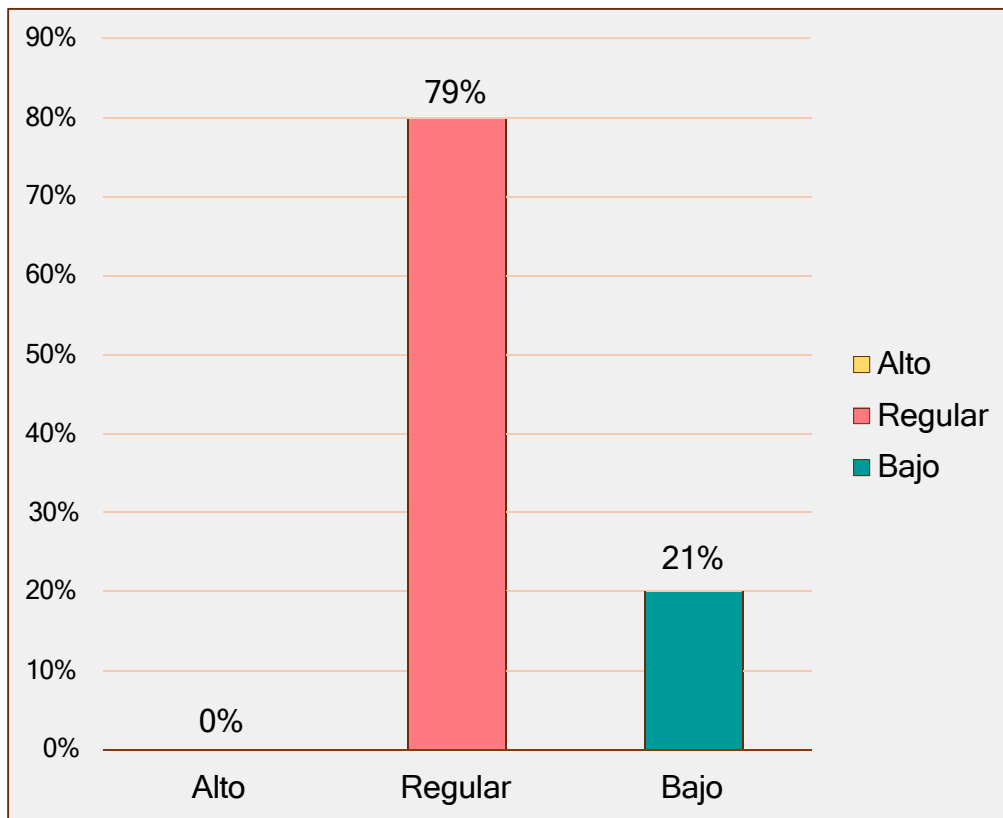


### **Figura 21. Nivel de conocimiento de productos multivitamínicos**

En la tabla 22 y figura 21, se puede observar que, del total de encuestados, el 49% posee un nivel de conocimiento regular y el 51% presenta un nivel de conocimiento bajo, por lo tanto la mayor parte de encuestados no conocen de forma adecuada que los multivitamínicos tienen vitaminas y minerales, que complementa los alimentos, su consumo en exceso es dañino, no tiene efectos negativos en el cuerpo, su consumo con el de otros medicamentos simultáneamente puede variar su eficacia, que favorecen al desarrollo neuronal infantil, que son útiles para prevenir malformaciones en el embarazo, que las personas de edad avanzada los necesitan, que contribuyen al cuidado del envejecimiento, ignoran que es recomendable consumirlos en las mañanas de forma diaria y que no se consumen más de tres meses seguidos.

**Tabla 23. Nivel total de conocimiento sobre los multivitamínicos**

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Alto	0	0%
Regular	278	79%
Bajo	72	21%
TOTAL	350	100%



**Figura 22. Nivel total de conocimiento sobre los multivitamínicos**

En la tabla 23 y figura 22, se puede observar que, del total de encuestados, el 79% posee un nivel de conocimiento regular sobre los multivitamínicos y el 21% posee un nivel de conocimiento bajo, por lo tanto, la mayor parte de encuestados poseen un parcial de conocimiento de vitaminas y multivitamínicos.



## IV. DISCUSIÓN

### IV.1. Discusión de resultados

El presente estudio logro evidenciar información relevante sobre las características del perfil del consumidor, así como también sobre el nivel de conocimiento de multivitamínicos, con la finalidad de aportar datos científicos actualizados considerando los cambios vividos a nivel mundial por la pandemia. Con respecto a los factores demográficos se obtuvo que el 53% de los encuestados presento una edad promedio de 29 a 39 años, seguido del 23% con una edad de 18 a 28 años y el 19% entre 40 a 50 años; en cuanto al sexo el 52% de los usuarios fueron varones, dichos valores difieren con el estudio de Alcántara A. y Sánchez W.<sup>11</sup> donde el 100% de su muestra tenían edades que oscilaban entre los 25 a 29 años. De igual modo, en el estudio de Delgado M. y Sirlopú A.<sup>14</sup> demostró que el 49% de la población de estudio tuvo una edad promedio de 18 a 30 años. Además de Piza S.<sup>15</sup> refiere que el 25% de los encuestados era de sexo femenino, dichos resultados posiblemente coinciden porque los encuestados eran en su mayoría adultos, correspondiendo a la población económicamente activa.

Con respecto al nivel académico se obtuvo que el 2% culminó la primaria, el 1% contaba con secundaria, el 19% tenían nivel técnico, el 34% nivel universitario y 44% refirieron no contar con ningún nivel académico y respecto a la ocupación temporal el 25% indica tener una ocupación profesional, el 21% una ocupación técnica, el 28% es independientes, el 13% es estudiantes y el 4% es ama de casa. Dichos valores son diferentes a los mostrados por Delgado M. y Sirlopú A.<sup>14</sup> quienes obtuvieron que el 52.9% contaba con secundaria completa, el 26.8% tenía estudios superiores y el 20.4% solo primaria completa. De igual modo, con el estudio de Piza S.<sup>15</sup> donde el 15% contaba con secundaria, el 41% con nivel universitario y el 8% con grados de maestría, estos resultados posiblemente difieran a los obtenidos

debido a que las muestras de los antecedentes mencionados estaban conformadas principalmente de jóvenes por lo cual suelen contar con estudios primarios y secundarios.

Respecto a los factores económicos se evidencio que el 25% de los encuestados tuvo un ingreso entre 750 a 1020 soles, el 39% entre 1030 a 1900 soles, el 27% entre 2000 a 3200 soles y el 9% más de 3300 soles; en cuanto al gasto promedio mensual de multivitamínicos se evidencia que el 15% oscila entre los 10.00 a 20.00 soles, el 12% entre 21.00 a 30.00 soles, el 15% entre 34.00 a 40.00 soles y el 58% más de 50.00 soles; en cuanto a frecuencia de compra de multivitamínicos el 8% compra semanalmente, el 75% mensualmente y el 17% de forma anual. Estos resultados difieren del estudio de Donayre I. y García E. <sup>13</sup> quien evidencia que el 39.5% tiene ingresos inferiores a los 1000.00 soles, seguido del 29.3% con unos ingresos que oscilan entre los 3000.00 soles a 5000.00 soles. Sin embargo, son similares a los resultados del estudio de Delgado M. y Sirlopú A. <sup>14</sup> quienes demostraron que el 52% pertenecen a una clasificación económica media, el 28.7% a la clase Alta y el 19.1% clase baja. Asimismo, el estudio de Ortiz S. <sup>12</sup>, demuestra que el 44.7% presenta un nivel regular de disponibilidad de ingresos para compras de medicamentos seguidos del 28.3% que es bajo, además, refieren que la frecuencia de compra fue en un 41.6% regular seguido de bajo con un 23.6%. Dichos resultados probablemente difieran porque la selección de la muestra del estudio de Ortiz S. estuvo basada en un censo del distrito de Trujillo, donde la mayoría de la población suele dedicarse al comercio informal.

También se evidenció que, de los factores sociales para el consumo de multivitamínicos el 54% indica que sí consume y el 46% restante no lo hace; en cuanto al motivo de consumo el 65% manifiesta que lo hace por el valor nutritivo, 21% para prevenir enfermedades, 11% para tratar enfermedades y solo el 3% refiere que es por su fácil adquisición. Dichos resultados son similares al estudio de Piza S. <sup>15</sup> ya que, el 37% considera que consume vitaminas para curar

enfermedades y el 31% para prevenirlas, el 23% para fortalecer defensas y el 6% por su valor nutritivo. Sin embargo, difieren con el estudio de Donayre I. y García E.<sup>13</sup> quienes obtuvieron que solo el 23% consume suplementos vitamínicos por su valor nutritivo, el 19% para mejorar su cansancio o debilidad, el 19% para tratar su osteoporosis y el 18% para mejorar su inmunidad y defensas. Dicha diferencia en los resultados probablemente se deba a que en el estudio de Donayre tuvo una muestra mayoritaria con edades superiores a los 50 años, por lo cual sus principales afecciones son la osteoporosis, debilidad e inmunitaria. Además, se dio a conocer que el 9% refiere que los beneficios de consumir multivitamínicos son para una alimentación sana, el 21% por que tiene propiedades nutritivas, el 63% indica que es para cuidar su salud y el 7% señalan otros beneficios y en cuanto al medio de comunicación que influye en el consumo se obtuvo que el 9% señala a la televisión, el 5% la radio, el 45% el internet, el 13% las charlas informativas y el 28% otros. Dichos resultados son diferentes al estudio de Piza S.<sup>15</sup> quien evidencio que el medio publicitario más influyente fue en un 96% la televisión, seguido del 13% el internet. De igual modo el estudio de Alcántara A. y Sánchez W.<sup>11</sup> obtuvieron que la principal fuente de comunicación que influye en el consumo son las recomendaciones por personas en un 54.1%, seguido por las redes sociales en un 21.8%, dentro de este último el 6.7% considera que es por el internet, seguido por la recomendación personal con un 6.2%. También el estudio de Ortiz S.<sup>12</sup> quien obtuvo que el principal medio de comunicación para su consumo fueron los familiares en un 44.5%. Dichos resultados del presente estudio posiblemente difieran debido a las restricciones existentes a causas de la pandemia, lo cual conlleva a que la población en general haga mayor uso del internet para tener información actualizada a nivel mundial.

También se dio a conocer respecto a los factores conductuales donde el 96% indicaron que adquirieron los multivitamínicos en una farmacia o botica, el 2% señala que fue por compras por internet, el 1% en mercados y el 1% en tiendas y bodegas; en cuanto a la frecuencia de consumo el 9% señala que lo hace a diario,

el 12% de forma semanal, el 3% quincenal, el 62% mensual y el 14% indica otras. Finalmente, respecto al tiempo de consumo se evidencia que el 10% indica un consumo de semanas, el 72% meses y el 18% años. Asimismo, el 68% indica que lo consume antes del desayuno, el 24% antes del almuerzo y el 8% antes de la cena; en cuanto a si la decisión de consumo de multivitamínicos en el 73% fue por un médico tratante y el 27% señala lo contrario. Sin embargo, no se encontraron estudios donde se evalúen dichos factores conductuales. Sobre los factores psicológicos se obtuvo que el 88% refieren que la pandemia es un factor influyente en el consumo de multivitamínicos y 12% refiere lo contrario; en cuanto al consumo como medida de prevención, el 90% refiere que sí y el 10% indican lo contrario. Dichos valores coinciden con el estudio de Ortiz S.<sup>12</sup> quien señala que el nivel de uso de productos farmacéuticos se incrementó posterior a la pandemia, obteniendo que el 31% considera tener un nivel de compra regular, seguido del 20.5% que tiene un nivel alto de compras. De igual manera con el estudio de Alcántara A. y Sánchez W.<sup>11</sup> quienes refieren que el 48.7% se vieron influenciados por consumir multivitamínicos para cuidar su salud, seguido del 35.5% por motivos estéticos y un 15.2% para mejorar el rendimiento físico y mental. Dichos valores reflejan que la elección de consumir multivitamínicos es principalmente para mantener la salud. Además, se logró demostrar que el 70% de los encuestados señalan que consumen multivitamínicos como medida de recuperación y 30% no lo hace; en cuanto al motivo de consumo de multivitamínicos en la farmacia de estudio el 8% lo hace por la variedad de marcas, el 6% por los bajos precios, el 12% por el fácil acceso a la farmacia o botica, el 65% por que brindan buena información del producto y 9% porque confían en los trabajadores de la farmacia. De igual modo el estudio de Delgado M. y Sirlopú A.<sup>14</sup> evidencio que los factores psicológicos que corresponden a una buena atención e información recibida en el establecimiento fue de un 43.9% que estaba de acuerdo, el 24.8% totalmente de desacuerdo, el 23.5% en desacuerdo y un 7.6% totalmente de acuerdo. Además, el estudio de Piza S.<sup>15</sup> quien refiere que el principal motivo para el consumo de vitaminas es por el precio y la

marca en un 61%. Dichos resultados posiblemente coinciden por que el estudio se desarrolló en similares características.

Finalmente, respecto al nivel de conocimiento sobre multivitamínicos se obtuvo que el 4% posee un nivel de conocimiento bajo y el 96% posee un nivel de conocimientos regular, por lo tanto, la mayoría conoce sobre la importancia consumir alimentos vitaminados, que las vitaminas están presentes en la carne, frutas, verduras, frutos secos y aceites naturales, que favorecen el sistema inmunitario, ayuda a la actividad física y a la formación de huesos sanos. Dichos valores son similares a los obtenidos por Donayre I. y García E.<sup>13</sup> quienes evidencian que el 69% conoce sobre los beneficios de consumir vitaminas y el 31% refiere no saber sobre el tema. Al igual que el estudio de Piza S.<sup>15</sup> quien refiere que el 86% consideran que es importante el consumo de las vitaminas, a diferencia del 14% que opinan lo contrario, además el 87% tienen conocimiento sobre los beneficios de las vitaminas en la salud. Dichas similitudes es posible ya que las características de selección de muestra son similares en cuanto a usuarios que acuden a un establecimiento farmacéutico. De igual manera se dio a conocer que el 79% posee un nivel de conocimiento regular sobre los multivitamínicos y el 21% posee un nivel de conocimiento bajo, por lo tanto, la mayor parte de encuestados poseen un parcial de conocimiento de vitaminas y multivitamínicos. Dichos resultados son similares a los obtenido por Ortiz S.<sup>12</sup> ya que evidencia que el 55.9% presenta un nivel de aprendizaje regular sobre el uso de medicamentos durante la pandemia seguido de un nivel de conocimiento alto en un 23.4%. Además, difieren del estudio de Donayre I. y García E.<sup>13</sup> obtuvieron que el 92% desconoce sobre los riesgos de consumir multivitamínicos y el 8% refiere saber sobre el tema. De igual manera, el estudio de Piza S.<sup>15</sup> demostraron que la población encuestada el 65% considera que las vitaminas son un suplemento alimenticio. La diferencia con los resultados obtenidos en el estudio de Donayre posiblemente se deba a que la difusión de información que se realizan en la provincia de Chiriquí no se enfoque en las posibles consecuencias del consumo inadecuado de los multivitamínicos, por el contrario, están direccionados en mostrar los beneficios de los mismos.

## IV.2. Conclusiones

- Se identificó que el perfil del consumidor se basa en los factores demográficos, económicos, sociales, conductuales y psicológicas, además el nivel de conocimiento sobre los multivitamínicos es regular en usuarios de la farmacia Corazón de Jesús en Arequipa durante los meses de agosto a octubre del año 2022.
- El perfil del consumidor de los usuarios de la farmacia corazón de Jesús en Arequipa que compran multivitamínicos en durante los meses de agosto a octubre del año 2022, se caracterizaron por los factores demográficos destacando en el 53% la edad promedio de 29 a 39 años, el 52% era de sexo masculino y el 28% cuenta con una ocupación laboral independiente, respecto a los factores económicos el 39% cuenta con un ingreso mensual entre 1030 a 1900 soles, el 58% gasta más de 50 soles en multivitamínicos y el 75% refiere tener una frecuencia de compra mensual, sobre los factores sociales resalto que el 54% consume los multivitamínicos de los cuales el 65% lo hace por su valor nutritivo y para cuidar su salud, el 45% considera que el medio de comunicación más influyente es el internet, en cuanto a los factores culturales destaca que el 96% adquieren el multivitamínico en farmacias/boticas, donde el 62% lo consume mensual, finalmente respecto a los factores psicológicos, el 88% refiere que la pandemia influyó que consuman multivitamínicos como medida preventiva.
- El nivel de conocimiento sobre los multivitamínicos de los usuarios de la farmacia Corazón de Jesús en Arequipa durante los meses de agosto a octubre del año 2022 es regular en el 79% de los encuestados.

### **IV.3. Recomendaciones**

- Se recomienda a farmacia Corazón de Jesús en Arequipa tomar en cuenta los resultados respecto a las características del perfil del consumidor, con la finalidad de que pueda establecer estrategias que permitan fidelizar a los usuarios.
- Dado que los usuarios cuentan con un nivel de conocimiento regular, es recomendable que las entidades responsables en el área de salud realicen campañas de sensibilización mediante anuncios, noticias, redes sociales, charlas, entre otros, sobre los beneficios y las posibles desventajas del uso inadecuado del mismo.
- Se recomienda realizar el estudio en los diferentes departamentos del Perú con la finalidad de evidenciar los posibles cambios sobre los factores que caracterizan el perfil del consumidor, así como también, sobre el nivel de conocimiento de los multivitamínicos.
- Finalmente, se recomienda difundir los resultados obtenidos para dar a conocer la información relevante con la finalidad de que sirva para futuras investigaciones relacionadas al tema tratado.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Abad L. Determinación del perfil del consumidor de Quinoa convencional en la ciudad de Chiclayo. Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo. Chiclayo Perú. 2017. (Citado el 09 de febrero del 2022) Disponible en: [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1268/1/TL\\_AbadQuispeLeyla.pdf.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1268/1/TL_AbadQuispeLeyla.pdf.pdf)
2. Instituto de Defensa de la Competencia y de la Protección de la propiedad intelectual. Documento de Trabajo El perfil del consumidor en el Perú urbano: Un enfoque de protección. Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor (DPC). Lima Perú 2017 (Citado el 09 de febrero del 2022) Disponible en: [https://www.consumidor.gob.pe/documents/127561/394512/Perfil\\_Consumidor\\_Urbano\\_2017\\_VF.pdf/b44ffa97-8d3b-a2f0-5d0d-3c2fbf6b6294](https://www.consumidor.gob.pe/documents/127561/394512/Perfil_Consumidor_Urbano_2017_VF.pdf/b44ffa97-8d3b-a2f0-5d0d-3c2fbf6b6294)
3. Raiteri M. El comportamiento del consumidor actual. Universidad Nacional de Cuyo. Argentina 2016. (Citado el 09 de febrero del 2022) Disponible en: [https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitales/8046/raiteri-melisa-daniela.pdf](https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/8046/raiteri-melisa-daniela.pdf)
4. Guardia K. Demanda de medicinas para tratar síntomas de COVID-19 aumentó en cinco veces. Gestión 2021. Disponible en: <https://gestion.pe/economia/inkafarma-precios-covid-19-demanda-demedicinas-para-tratar-sintomas-de-covid-19-aumento-en-cinco-vecesnoticia/>
5. Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) Perú: Indicadores de Educación por departamento, 2009 - 2019. Lima Perú 2020. Disponible en: [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1751/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1751/libro.pdf)
6. Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura. Perú, perfil del país. Lima Perú 2019, Disponible en: [https://siteal.iiiep.unesco.org/sites/default/files/sit\\_informe\\_pdfs/peru\\_25\\_09\\_19.pdf](https://siteal.iiiep.unesco.org/sites/default/files/sit_informe_pdfs/peru_25_09_19.pdf)



7. Kaiser M. Patrón de Uso de Medicamentos en Población Joven. Universidad de Salamanca, Campus de Excelencia Internacional. Salamanca España 2015 (Citado el 09 de febrero del 2022) Disponible en:  
[https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/128351/DCBD\\_KaiserMAnza\\_noMT\\_Patr%F3nusomedicamentos.pdf;jsessionid=89900EF8DB5F2763A7E11632D2BC1EEB?sequence=1](https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/128351/DCBD_KaiserMAnza_noMT_Patr%F3nusomedicamentos.pdf;jsessionid=89900EF8DB5F2763A7E11632D2BC1EEB?sequence=1)
8. Novillo E. Estudio del perfil de consumidores en las cadenas de supermercados de la ciudad de Machala y propuesta de modelo de fidelización. Guayaquil, Ecuador. 2012. (Citado el 09 de febrero del 2022) Disponible en:  
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3321/1/UPSGT000357.pdf>
9. National Institutes of Health. Datos sobre los suplementos multivitamínicos/minerales. Office of Dietary Supplements. España 2016 (Citado el 09 de febrero del 2022) Disponible en:  
<https://ods.od.nih.gov/pdf/factsheets/MVMS-DatosEnEspañol.pdf>
10. Rios H. y Macedo W. Conocimiento y prácticas sobre el uso de micronutrientes en madres de niños(as) de 6 a 36 meses, atendidas en CRED del C.S. Túpac Amaru, Iquitos - 2017. Iquitos Perú 2017. (Citado el 09 de febrero del 2022) Disponible en:  
<http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/367/RIOS-MACEDO-1Trabajo-Conocimiento.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
11. Delgado CH. Conocimientos, actitudes y prácticas acerca del consumo de folato en estudiantes mujeres de una universidad pública de Lima, Perú - 2020. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima Perú 2021. (Citado el 09 de febrero del 2022) Disponible en:  
[https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/16834/Delgado\\_Ich.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/16834/Delgado_Ich.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
12. Alcántara A. y De Olarte W. Principales factores que influyen en la decisión de compra de Multivitamínicos del tipo Over The Counter (OTC), en mujeres

de 25 a 39 años de nivel socioeconómico B de Lima Metropolitana, en el 2019. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Lima Perú 2019.

(Citado el 09 de febrero del 2022) Disponible en:  
[https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/628182/Alc%C3%A1ntara\\_RA.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/628182/Alc%C3%A1ntara_RA.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

13. Ortiz S. Comportamiento del consumidor de productos farmacéuticos en el distrito de Trujillo durante la emergencia sanitaria COVID -19, 2020. Universidad Privada De La Selva Peruana. Iquitos Perú 2020. (Citado el 09 de febrero del 2022) Disponible en:  
<http://repositorio.ups.edu.pe/bitstream/handle/UPS/166/Informe%20final%20tesis%20Sori%20Ortiz%20Barboza%202020.pdf>
14. Donayre I. y García E. Caracterización de los suplementos vitamínicos que se dispensan sin prescripción médica en un establecimiento farmacéutico de la provincia de Chincha. Universidad Privada de Huancayo “Franklin Roosevelt” Huancayo Perú 2019. (Citado el 09 de febrero del 2022) Disponible en:  
<https://repositorio.uroosevelt.edu.pe/bitstream/handle/ROOSEVELT/183/TE-SIS-CARACTERIZACION-SUPLEMENTOS-VITAMINICOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
15. Delgado M. y Sirlipú A. Análisis del perfil del consumidor y su comportamiento de compra de la tienda Laurandrea – Chiclayo 2017. Universidad Señor de Sipán. Perú 2018 (Citado el 09 de febrero del 2022)
16. Piza S. Tendencias de consumo de vitaminas en la Ciudad De Guayaquil. Universidad de Guayaquil. Ecuador. 2017. (Citado el 09 de febrero del 2022) Disponible en:  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/16383/1/TESIS%20YANINA%20PIZA.%20final.01-08-2016.pdf>
17. Gómez A. Análisis de los hábitos de compra: Perfil del consumidor de comercio justo y estrategias para su impulso. Universidad del País Vasco. España 2017 (Citado el 09 de febrero del 2022) Disponible en:

[https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/24832/TFG\\_Gomez.pdf;jsessionid=296253B4C017B9547CDE2E7BA3567084?sequence=1](https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/24832/TFG_Gomez.pdf;jsessionid=296253B4C017B9547CDE2E7BA3567084?sequence=1)

18. Abreu J. El método de la investigación. International Journal of Good Conscience 2014. (Citado el 8 de octubre del 2022). Disponible en: [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)
19. Castellero O. Los 15 tipos de investigación y características España 2017, (Citado el 8 de octubre del 2022). Disponible en: <https://psicologiaymente.com/miscelanea/tipos-de-investigacion>
20. López, P. Población muestra y muestreo, artículo Punto Cero v.09 n.08 Cochabamba 2004 (Citado el 8 de octubre del 2022). Disponible en: [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762004000100012](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012)
21. Hernández-Sampieri R. y Mendoza CH. Metodología de la investigación, las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas. Universidad de Celaya. Ed. Mc Graw Hill. México 2018
22. González J. Los niveles de conocimiento el Aleph en la innovación curricular. Instituto Politécnico Nacional. México 2014 (Citado el 09 de febrero del 2022) Disponible en: <http://www.scielo.org.mx/pdf/ie/v14n65/v14n65a9.pdf>
23. Casas J. Repullo J. y Campos J. La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). Madrid 2003. (Citado el 8 de octubre del 2022). Disponible en: <https://core.ac.uk/download/pdf/82245762.pdf>
24. García T. El cuestionario como instrumento de investigación / evaluación. España (Citado el 8 de octubre del 2022). Disponible en: [http://www.univsantana.com/sociologia/El\\_Cuestionario.pdf](http://www.univsantana.com/sociologia/El_Cuestionario.pdf)

25. Hechevarría S. Material de apoyo al taller de diseño de proyectos de investigación educacional y social. Universidad de Ciencias Médicas de La Habana. 2015 en:

<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5261/Delgado%20Salda%C3%B1a%20%26%20Sirlop%C3%BA%20Mej%C3%ADa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

26. Acebedo P. Aspectos éticos en la investigación científica. Chile 2002 (Citado el 8 de octubre del 2022). Disponible en:

[https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S071795532002000100003&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S071795532002000100003&script=sci_arttext)

27. Hincapié J. y Medina M. Bioética: teorías y principios. Universidad Nacional Autónoma de México. México 2019

## ANEXOS

### ANEXO A TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS CUESTIONARIO

#### PERFIL DEL CONSUMIDOR EN USUARIOS DE LA FARMACIA CORAZÓN DE JESÚS EN AREQUIPA I. PRESENTACIÓN

Estimado encuestado, de antemano agradecemos su colaboración, somos bachilleres y con la finalidad de obtener el título profesional de Químico Farmacéutico en la Universidad María Auxiliadora, hemos realizado el presente trabajo de investigación, Asimismo le hacemos conocer que sus datos serán tratados de forma anónima y confidencial. Si Ud. Tuviera alguna duda, pregúntele a la persona a cargo.

#### II. INSTRUCCIONES GENERALES

Para desarrollar la presente encuesta únicamente deberá marcar la alternativa que considere correcta, únicamente nos es importante que responda con sinceridad. Además, los resultados no serán mostrados a terceros para otros fines ajenos al presente estudio.

N°	Variable: Perfil del consumidor
<b>Dimensión: Factores Demográficos</b>	
1	Edad
	a) 18 a 28
	b) 29 a 39
	c) 40 a 50
	d) Más de 50
2	Sexo
	a) Femenino
	b) Masculino
3	Nivel académico
	a) Primaria
	b) Secundaria
	c) Técnica
	d) Universitaria
	e) Ninguna

**4** Ocupación temporal

- a) Profesional
- b) Técnico
- c) Independiente
- d) Estudiante
- e) Ama de casa
- f) Jubilado
- g) Otros

**Dimensión: Factores Económicos**

**5** ¿Cuál es su ingreso promedio al mes?

- a) S/. 750.00 a S/. 1020.00
- b) S/. 1030.00 a S/. 1900.00
- c) S/. 2000.00 a S/. 3200.00
- d) S/. 3300.00 a más.

**6** ¿Cuánto gasta en la compra de multivitamínicos al mes?

- a) S/. 10.00 a S/. 20.00
- c) S/ 21.00 a S/. 30.00
- d) S/. 31.00 a S/ 40.00
- c) S/ 50.00 a más

**8** ¿Con que frecuencia compra multivitamínicos?

- a) Semanal
- b) Mensual
- c) Al año

**Dimensión: Factores Sociales**

**7** ¿Usted consume multivitamínicos?

- a) Si
- b) No

**9** ¿Cuál es el principal motivo por el que consume multivitamínicos?

- a) Valor nutritivo
- b) Preventivo a enfermedades
- c) Tratamiento a enfermedades
- d) Facilidad de adquirir

**10** ¿Qué beneficio considera le aporta el consumir multivitamínicos?

- a) Alimentación sana
- c) Propiedades nutritivas
- d) Cuida la salud
- e) otros...

**11** ¿Qué medio de comunicación considera Usted que influye en la decisión de consumir multivitamínicos?

- a) Tv
- b) Radio
- c) Internet
- d) Charlas informativas
- e) Ninguno

**Dimensión: Factores Conductuales**

**12** ¿Dónde adquiere los multivitamínicos?

- a) Farmacia / botica
- b) Compras por internet
- c) Mercados
- d) Tiendas o bodegas

**13** ¿Con que frecuencia consume los multivitamínicos?

- a) Diario
- b) Semanal
- c) Quincenal
- d) Mensual
- e) Otros.....

**14** ¿Cuánto tiempo lleva consumiendo multivitamínicos?

- a) Semanas

- b) Meses
- c) Años

**15** ¿En qué momento del día consume los multivitamínicos?

- a) Antes del desayuno
- b) Antes del almuerzo
- c) Antes de la cena

**16** ¿El consumo de multivitamínicos fue recetado por un médico tratante?

- a) Si
- b) No

**Dimensión: Factores Psicológicos**

**17** ¿Considera que la situación de pandemia influye en el consumo de multivitamínicos?

- a) Si
- b) No

**18** ¿Consume multivitamínicos como medio preventivo para evitar enfermedades?

- a) Si
- b) No

**19** ¿Consume multivitamínicos para recuperarse de una enfermedad?

- a) Si
- b) No

**20** ¿Qué le motivo a comprar multivitamínicos en esta farmacia?

- a) Cuenta con variedad de marcas
- b) Bajos precios de los productos
- c) Fácil acceso a la farmacia
- d) Brindan buena información del producto
- e) Confía en los trabajadores de la farmacia

**Gracias por su participación**



# CUESTIONARIO NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE LOS MULTIVITAMÍNICOS EN USUARIOS DE LA FARMACIA CORAZÓN DE JESÚS EN AREQUIPA

## I. PRESENTACIÓN

Estimado encuestado, de antemano agradecemos su colaboración, somos bachilleres y con la finalidad de obtener el título profesional de Químico Farmacéutico en la Universidad María Auxiliadora, hemos realizado el presente trabajo de investigación, Asimismo le hacemos conocer que sus datos serán tratados de forma anónima y confidencial. Si Ud. Tuviera alguna duda, pregúntele a la persona a cargo.

## II. INSTRUCCIONES GENERALES

Para desarrollar la presente encuesta únicamente deberá marcar la alternativa que considere correcta, únicamente nos es importante que responda con sinceridad. Además, los resultados no serán mostrados a terceros para otros fines ajenos al presente estudio.

N°	VARIABLE: NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE LOS MULTIVITAMÍNICOS
<b>Dimensión: Conocimiento de las vitaminas</b>	
1	¿Es importante consumir alimentos que aporten vitaminas?  e) Si f) No g) No lo sé
2	¿Las vitaminas están presentes en las carnes de animales?  a) Si b) No c) No lo sé
3	¿Las vitaminas están presentes en frutas y verduras frescas?  a) Si b) No c) No lo sé

- 4 ¿Las vitaminas están presentes en frutos secos?
- a) Si
  - b) No
  - c) No lo sé
- 5 ¿Considera que las vitaminas están presentes en aceites naturales?
- a) Si
  - b) No
  - c) No lo sé
- 6 ¿Algunas vitaminas son beneficiosas para apoyar a su sistema inmunitario?
- a) Si
  - b) No
  - c) No lo sé
- 7 ¿Algunas vitaminas favorecen en que se mantenga físicamente activo?
- a) Si
  - b) No
  - c) No lo sé
- 8 ¿Algunas vitaminas ayudan a formar huesos sanos?
- a) Si
  - b) No
  - c) No lo sé

**Dimensión: Conocimiento de productos multivitamínicos**

- 9 ¿Los multivitamínicos son suplementos que contienen vitaminas y minerales? a) Si
- b) No
  - c) No lo sé
- 10 ¿Los multivitamínicos buscan complementar o suplir a algún alimento en quienes tienen dietas que no cubren las cantidades adecuadas de nutrientes esenciales?
- a) Sí
  - b) No
  - c) No lo sé

**11** ¿El consumir excesivamente los multivitamínicos pueden llegar a ser dañino para el organismo?

- a) Sí
- b) No
- c) No lo sé

**12**

¿Los multivitamínicos no suelen originar efectos no deseados para la salud?

- c) Sí
- d) No
- e) No lo sé

**13**

¿Al consumir multivitamínicos al mismo tiempo que otro medicamento pueden aumentar o disminuir su eficacia?

- a) Sí
- b) No
- c) No lo sé

**14** ¿Los multivitamínicos favorecen el desarrollo neuronal de los niños?

- a) Sí
- b) No
- c) No lo sé

**15** ¿Las embarazadas consumen multivitamínicos para prevenir malformaciones congénitas en el feto?

- a) Sí
- b) No
- c) No lo sé

**16** ¿Las personas de edad avanzadas suelen necesitar consumir multivitamínicos?

- a) Sí
- b) No
- c) No lo sé

**17** ¿Los multivitamínicos protegen las células de los factores del medio ambiente evitando el envejecimiento?

- a) Sí
- b) No
- c) No lo sé

**18** ¿Los multivitamínicos deben ser consumidos de preferencia en la mañana con los alimentos y líquidos?

- a) Sí
- b) No
- c) No lo sé

**19** ¿Los multivitamínicos deben ser consumidos diariamente? a)  
Sí  
b) No  
c) No lo sé

**20** ¿No es recomendable tomar multivitamínico durante más de 3 meses seguidos? a)  
Sí  
b) No  
c) No lo sé

**Gracias por su participación**

## ANEXO B: Matriz de consistencia

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis
<b>Problema General</b>	<b>Objetivo General</b>	<b>Hipótesis General</b>
¿Cuál es el perfil del consumidor y el nivel de conocimiento sobre los multivitamínicos en usuarios de la farmacia Corazón de Jesús en Arequipa durante los meses de agosto a octubre del año 2022?	Identificar el perfil del consumidor y el nivel de conocimiento sobre los multivitamínicos en usuarios de la farmacia Corazón de Jesús en Arequipa durante los meses de agosto a octubre del año 2022.	No es necesario ya que se trata de un estudio descriptivo
<b>Problemas Específicos</b>	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Hipótesis Específicas</b>
¿Cuál es el perfil del consumidor de los usuarios de la farmacia corazón de Jesús en Arequipa que compran multivitamínicos en durante los meses de agosto a octubre del año 2022?	Identificar el perfil del consumidor de los usuarios de la farmacia corazón de Jesús en Arequipa que compran multivitamínicos en durante los meses de agosto a octubre del año 2022.	No es necesario ya que se trata de un estudio descriptivo
¿Cuál es el nivel de conocimiento sobre los multivitamínicos de los usuarios de la farmacia corazón de Jesús en Arequipa durante los meses de agosto a octubre del año 2022?	Identificar el nivel de conocimiento sobre los multivitamínicos de los usuarios de la farmacia corazón de Jesús en Arequipa durante los meses de agosto a octubre del año 2022.	
<b>PROCEDIMIENTO PARA COLECTA DE DATOS USANDO EL CUESTIONARIO</b>		
<p>Para el desarrollo del presente trabajo se inició solicitando las cartas de presentación por parte de la Universidad María Auxiliadora, luego se envió a la farmacia Corazón de Jesús del distrito de Socabaya hasta esperar su aceptación. Una vez que aceptaron nuestra intervención, se procedió a encuestar a cada usuario en las fechas y horas acordadas previamente.</p> <p>Cuando se obtuvo toda la información requerida se procedió a tabular y aplicar los análisis estadísticos</p>		

**ANEXO C**  
**Operacionalización de la variable o variables**

OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE								
VARIABLES	Tipo de variable según su naturaleza y escala de medición	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	N° DE ITEMS	VALOR FINAL	CRITERIOS PARA ASIGNAR VALORES
<b>PERFIL DE CONSUMIDOR</b>	Tipo de variable según su naturaleza:	Corresponde al conjunto de características relevantes que definen el comportamiento o del consumidor motivándolo a tomar una elección de compra (3)	Corresponde al conjunto de características relevantes que definen el comportamiento de los usuarios de la Farmacia Corazón de Jesús del distrito de Socabaya motivándolo a tomar una elección de compra	Factores Demográficos	• Edad	1 ítems	a) 18 a 28 b) 29 a 39 c) 40 a 50 d) Más de 50	Politómica
	Cualitativa				• Sexo	2 ítems	a) Masculino b) Femenino	Politómica
	Escala de medición: Nominal				• Nivel académico	3 ítems	a) Primaria b) Secundaria c) Técnica d) Universitaria e) Ninguna	Politómica
					• Ocupación temporal	4 ítems	a) Profesional b) Técnico c) Independiente d) Estudiante e) Ama de casa f) Jubilado g) Otros	Politómica
				Factores Económicos	• Ingreso promedio	5 ítems	a) S/. 750.00 a S/. 1020.00 b) S/. 1030.00 a S/. 1900.00 c) S/. 2000.00 a S/. 3200.00 d) S/. 3300.00 a más.	Politómica

				<ul style="list-style-type: none"> <li>● Gasto promedio en la compra de multivitamínicos al mes</li> </ul>	6 ítems	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) S/. 10.00 a S/. 20.00</li> <li>c) S/ 21.00 a S/ 30.00</li> <li>d) S/. 31.00 a S/ 40.00</li> <li>c) S/ 50.00 a más</li> </ul>	Politómica
				<ul style="list-style-type: none"> <li>● Frecuencia con la que compra multivitamínicos</li> </ul>	7 ítems	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Semanal</li> <li>b) Mensual</li> <li>c) Al año</li> </ul>	Politómica
				<ul style="list-style-type: none"> <li>● Consume multivitamínicos</li> </ul>	8 ítems	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Si</li> <li>b) No</li> </ul>	Dicotómica

				Factores Sociales	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Principal motivo por el que consume multivitamínicos</li> </ul>	9 ítems	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Valor nutritivo</li> <li>b) Preventivo a enfermedades</li> <li>c) Tratamiento a enfermedades</li> <li>d) Facilidad de adquirir</li> </ul>	Politómica
					<ul style="list-style-type: none"> <li>● Beneficio que considera le aporta el consumir de multivitamínicos</li> </ul>	10 ítems	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Alimentación sana</li> <li>c) Propiedades nutritivas</li> <li>d) Cuida la salud</li> <li>e) otros...</li> </ul>	Politómica
					<ul style="list-style-type: none"> <li>● Medio de comunicación influye al consumir de multivitamínicos</li> </ul>	11 ítems	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Tv</li> <li>b) Radio</li> <li>c) Internet</li> <li>d) Charlas de nutrición</li> </ul>	Politómica
				Factores Conductuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Lugar donde adquiere los multivitamínicos</li> </ul>	12 ítems	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Farmacia / botica</li> <li>b) Compras por internet</li> <li>c) Mercados</li> <li>d) Tiendas o bodegas</li> </ul>	Politómica
					<ul style="list-style-type: none"> <li>● Frecuencia de consumo de multivitamínicos</li> </ul>	13 ítems	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Diario</li> <li>b) Semanal</li> <li>c) Quincenal</li> <li>d) Mensual</li> <li>e) Otros.....</li> </ul>	Politómica

					<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiempo de consumo de multivitamínicos</li> </ul>	14 ítems	a) Semanas b) Meses c) Años	Politómica
					<ul style="list-style-type: none"> <li>• En qué momento del día consume los multivitamínicos</li> </ul>	15 ítems	a) Antes del desayuno b) Antes del Almuerzo c) Antes del Cena	Politómica
					<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decidió consumir multivitamínicos por que fue recetado por un médico tratante.</li> </ul>	16 ítems	a) Sí b) No	Dicotómica
				Factores Psicológicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La situación de pandemia influye en la decisión de consumir multivitamínicos</li> </ul>	17 ítems	a) Sí b) No	Dicotómica
					<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consume multivitamínicos como medio preventivo para evitar enfermedades</li> </ul>	18 ítems	a) Sí b) No	Dicotómica
					<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consume multivitamínicos para recuperarse de una enfermedad</li> </ul>	19 ítems	a) Sí b) No	Dicotómica
					<ul style="list-style-type: none"> <li>• Que lo motivo a comprar multivitamínicos en esta Farmacia</li> </ul>	19 ítems	a) Cuenta con variedad de marcas b) Bajos precios de los productos	Dicotómica

							<ul style="list-style-type: none"> <li>c) Fácil acceso a la farmacia</li> <li>d) Brindan buena información del producto</li> <li>e) Confía en los trabajadores de la farmacia</li> </ul>		
<b>NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE LOS MULTIVITAMINICOS</b>	Tipo de variable según su naturaleza:	Nivel de información que un individuo tiene sobre un objeto cosa, animal o persona, el cual pudo adquirirse por estudios, relatos o experiencias propias	Nivel de información sobre los multivitamínicos por parte de los usuarios de la Farmacia Corazón de Jesús del distrito de Socabaya	Conocimiento de las vitaminas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es importante consumir alimentos que aporten vitaminas</li> </ul>	1 ítems	a) Sí b) No c) No lo sé	Bajo (0 - 10), Intermedio (11-15) Alto (16 - 20)	
	Cualitativa				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las vitaminas están presentes en las carnes de animales</li> </ul>	2 ítems	a) Sí b) No c) No lo sé		
						<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las vitaminas están presentes en frutas y verduras frescas</li> </ul>	3 ítems		a) Sí b) No c) No lo sé
	Escala de medición:					<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las vitaminas están presentes en frutos secos</li> </ul>	4 ítems		a) Sí b) No c) No lo sé



Calificación					<ul style="list-style-type: none"> <li>Las vitaminas están presentes en aceites naturales</li> </ul>	5 ítems	a) Sí b) No c) No lo sé
					<ul style="list-style-type: none"> <li>Algunas vitaminas son beneficiosos para apoyar a su sistema inmunitario</li> </ul>	6 ítems	a) Sí b) No c) No lo sé
					<ul style="list-style-type: none"> <li>Algunas vitaminas favorecen en que se mantenga físicamente activo.</li> </ul>	7 ítems	a) Sí b) No c) No lo sé
					<ul style="list-style-type: none"> <li>Algunas vitaminas ayudan a formar huesos sanos</li> </ul>	8 ítems	a) Sí b) No c) No lo sé
				Conocimiento de productos Multivitamínicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los multivitamínicos son Suplementos que contienen vitaminas y minerales</li> </ul>	9 ítems	a) Sí b) No c) No lo sé
					<ul style="list-style-type: none"> <li>Los multivitamínicos buscan complementar o suplir a algún alimento en quienes tienen dietas que no cubren las cantidades adecuadas de nutrientes esenciales</li> </ul>	10 ítems	a) Sí b) No c) No lo sé
					<ul style="list-style-type: none"> <li>El consumir excesivamente los multivitamínicos puede llegar a ser dañino para el organismo.</li> </ul>	11 ítems	a) Sí b) No c) No lo sé

					<ul style="list-style-type: none"> <li>Los multivitamínicos podrían causar efectos dañinos para la salud.</li> <li>Al consumirlo Los multivitamínicos al mismo tiempo con otro medicamento pueden aumentar o disminuir su eficacia.</li> <li>Los multivitamínicos favorecen el desarrollo neuronal de los niños</li> <li>Las madres consumen multivitamínicos para prevenir malformaciones congénitas en el feto</li> </ul>	12 ítems	a) Sí b) No c) No lo sé
						13 ítems	a) Sí b) No c) No lo sé
						14 ítems	a) Sí b) No c) No lo sé
						15 ítems	a) Sí b) No c) No lo sé

				<ul style="list-style-type: none"> <li>Las personas de edad avanzadas suelen necesitar consumir multivitamínicos.</li> </ul>	16 ítems	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Sí</li> <li>b) No</li> <li>c) No lo sé</li> </ul>
				<ul style="list-style-type: none"> <li>Los multivitamínicos protegen las células de los factores del medio ambiente evitando el envejecimiento.</li> </ul>	17 ítems	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Sí</li> <li>b) No</li> <li>c) No lo sé</li> </ul>
				<ul style="list-style-type: none"> <li>Los multivitamínicos deben ser consumidos de preferencia en la mañana con los alimentos y líquidos</li> </ul>	18 ítems	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Sí</li> <li>b) No</li> <li>c) No lo sé</li> </ul>
				<ul style="list-style-type: none"> <li>Los multivitamínicos deben ser consumidos diariamente</li> </ul>	19 ítems	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Sí</li> <li>b) No</li> <li>c) No lo sé</li> </ul>
				<ul style="list-style-type: none"> <li>No es recomendable tomar multivitamínico durante más de 3 meses seguidos</li> </ul>	20 ítems	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Sí</li> <li>b) No</li> <li>c) No lo sé</li> </ul>

## ANEXO D

### CARTA DE PRESENTACION DE LA UNIVERSIDAD



**"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"**

San Juan de Lurigancho 22 de agosto del 2022

**CARTA N°172-2022/ EPFYB-UMA**

**Sra.**  
**ROZAS BORDA BELIA ISOLINA**  
**Representante Legal de Farmacia Corazón de Jesús**  
**Arequipa**  
**Presente. –**

De mi especial consideración:

Es grato dirigirme a usted para saludarla en nombre propio y de la Universidad María Auxiliadora, a quien represento en mi calidad de Director de la Escuela de Farmacia y Bioquímica.

Sirva la presente para pedir su autorización a que los bachilleres: FLORES VARGAS, Sulema Albina DNI 44181414 y QUISPE ÁLVAREZ, Blanca Luz, DNI 71350374 puedan recopilar datos para su proyecto de tesis titulado: **"PERFIL DEL CONSUMIDOR Y NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE LOS MULTIVITAMÍNICOS EN USUARIOS DE LA FARMACIA CORAZÓN DE JESÚS EN AREQUIPA DURANTE LOS MESES DE AGOSTO A SETIEMBRE 2022"**.

Sin otro particular, hago propicio la ocasión para expresarle los sentimientos de mi más alta consideración y estima.

Atentamente,

  
Dr. Jhonel Samanego Joaquin  
Director de la Escuela Profesional de  
Farmacia y Bioquímica



Av. Canto Bello 431, San Juan de Lurigancho  
Telf: 389 1212  
www.umaperu.edu.pe

LGC/ilr

## ANEXO E: CARTA DE APROBACIÓN



**"AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANÍA NACIONAL"**

AREQUIPA, 22 DE AGOSTO DE 2022

Dr. Jhonnel Samaniego Joaquín  
Director de la Escuela Profesional de Farmacia y Bioquímica


**Asunto: Autorización para realizar trabajo de investigación**

De mi especial consideración.

Tengo el agrado de dirigirme a usted, con la finalidad de hacer de su conocimiento que las Bachilleres Flores Vargas, Sulema Albina Y Quispe Alvarez, Blanca Luz estudiantes de la facultad de Farmacia y Bioquímica de la Universidad María Auxiliadora que usted representa han sido admitidas para realizar su trabajo de investigación que lleva como título: **"PERFIL DEL CONSUMIDOR Y NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE LOS MULTIVITAMINICOS EN USUARIOS DE LA FARMACIA CORAZÓN DE JESÚS EN AREQUIPA DURANTE LOS MESES DE AGOSTO A SEPTIEMBRE 2022"**.

Aprovecho la oportunidad para expresarle mi consideración y estima personal.

Atentamente,

  
.....  
*Belia I. Rozas Borda*  
QUIMICO FARMACEUTICO  
COFP N° 20319  
FARMACIA CORAZÓN DE JESÚS  
BELIA I. ROZAS BORDA  
QUIMICO FARMACEUTICO  
COFP N° 20319  
FARMACIA CORAZÓN DE JESÚS

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

A usted se le está invitando a participar en este estudio de investigación en salud. Antes de decidir si participa o no, debe conocer y comprender cada uno de los siguientes apartados.

**Título del proyecto:** PERFIL DEL CONSUMIDOR Y NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE LOS MULTIVITAMINICOS EN USUARIOS DE LA FARMACIA CORAZON DE JESUS EN AREQUIPA DURANTE LOS MESES DE JUNIO A AGOSTO 2022 **Nombre**

**de los investigadores principal:**

BACH. FLORES VARGAS SULEMA ALBINA

BACH. QUISPE ALVAREZ BLANCA LUZ

### **1. Justificación del estudio**

**2. Objetivo del estudio:** Identificar el perfil de consumidor y el nivel de conocimiento sobre los multivitamínicos en usuarios de la Farmacia Corazón de Jesús del distrito de Socabaya durante los meses de agosto a octubre del año 2022.

**3. Beneficios del estudio:** los participantes tendrán la posibilidad de conocer los resultados de la investigación por los medios más adecuados (de manera individual o grupal) que le puede ser de mucha utilidad en su actividad profesional.

**4. Procedimiento del estudio:** se aplicará el cuestionario a los usuarios de la Farmacia Corazón de Jesús del distrito de Socabaya en la fecha y hora establecida, al momento de realizar de las encuestas se les brindará información sobre el tema a tratar. Finalmente, toda la información obtenida se procederá a tabular y aplicar los análisis estadísticos.

**5. Riesgo asociado con el estudio:** tiempo e incomodidad de los pacientes al momento de realizarles la encuesta.

**6. Confidencialidad:** La información que usted proporcione estará protegido, solo los investigadores pueden conocer. Fuera de esta información confidencial, usted no será identificado cuando los resultados sean publicados.

**7. Aclaraciones:** Los usuarios pueden:

- **Renunciar:** Usted puede retirarse del estudio en cualquier momento, sin sanción o pérdida de los beneficios a los que tiene derecho.
- **Consultas posteriores:** Si usted tuviese preguntas adicionales durante el desarrollo de este estudio o acerca de la investigación, puede dirigirse a Flores Vargas Sulema Albina (teléfono móvil N° 957013991)
- **Contacto con el Comité de Ética:** Si usted tuviese preguntas sobre sus derechos como voluntario, o si piensa que sus derechos han sido vulnerados, puede dirigirse a Quispe Álvarez Blanca Luz (teléfono móvil N° 970056717) coordinador de equipo.

- **Participación voluntaria:** Su participación en este estudio es completamente voluntaria y puede retirarse en cualquier momento.
8. **Carta de consentimiento informado:** Declaro que he leído y comprendido, tuve tiempo y oportunidad de hacer preguntas, las cuales fueron respondidas satisfactoriamente, no he percibido coacción ni he sido influido indebidamente a participar o continuar participando en el estudio y que finalmente acepto participar voluntariamente en el estudio.

Nombres y apellidos del participante o apoderado

Firma o huella digital

Nº de DNI:

Nº de teléfono: fijo o móvil o WhatsApp

Correo electrónico

Nombre y apellidos del investigador

Firma

Nº de DNI

Nº teléfono móvil

Nombre y apellidos del responsable de encuestador

Firma

Nº de DNI

Nº teléfono

Datos del testigo para los casos de

Firma o huella digital

participantes iletrados

Nombre y apellido:

DNI:

Teléfono:

\*Certifico que he recibido una copia del consentimiento informado.

.....

Firma del participante



## ANEXO G: FICHAS DE VALIDACIÓN DE LOS CUESTIONARIOS

UNIVERSIDAD MARÍA AUXILIADORA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE SALUD  
Escuela Profesional de Farmacia y Bioquímica

### Ficha de validación del cuestionario

<b>Título del Proyecto de Tesis: PERFIL DEL CONSUMIDOR Y NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE LOS MULTIVITAMÍNICOS EN USUARIOS DE LA FARMACIA CORAZÓN DE JESÚS EN AREQUIPA DURANTE LOS MESES DE AGOSTO A SETIEMBRE 2022</b>	
<b>Tesistas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bach. SULEMA ALBINA, FLORES VARGAS</li> <li>- Bach. QUISPE ÁLVAREZ, BLANCA LUZ</li> </ul>

#### I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Sírvase evaluar el cuestionario adjunto, marcando en el cuadro correspondiente:

PREGUNTAS PARA EL EVALUADOR	Porcentaje (%) de aprobación						
	< 50	50	60	70	80	90	100
1. ¿El cuestionario logrará obtener datos para lograr el objetivo del proyecto?							x
2. ¿Las preguntas del cuestionario están referidas a los objetivos planteados?						x	
3. ¿Son comprensibles las preguntas del cuestionario?						x	
4. ¿Las preguntas del cuestionario siguen una secuencia lógica?						x	
5. ¿Las preguntas del cuestionario serán reproducibles en otros estudios similares?						x	
6. ¿Las preguntas del cuestionario son adaptadas a la actualidad y realidad nacional?							x

#### II. SUGERENCIAS

1. ¿Cuáles de las preguntas considera usted que deberían incorporarse?  
**Ninguna**
2. ¿Cuáles de las preguntas considera usted que podrían eliminarse?  
**Ninguna**
3. ¿Cuáles de las preguntas considera usted que deberían reformularse?  
**Las respuestas en nivel de conocimiento de multivitamínicos ya que las alternativas No y No sé; se superponen como iguales**

Fecha: 19 de agosto del 2022

Validado por: **Dr. Mario Pineda Pérez**

Firma:





**UNIVERSIDAD MARÍA AUXILIADORA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE SALUD  
Escuela Profesional de Farmacia y Bioquímica**

**Ficha de validación del cuestionario**

<b>Título del Proyecto de Tesis: PERFIL DEL CONSUMIDOR Y NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE LOS MULTIVITAMÍNICOS EN USUARIOS DE LA FARMACIA CORAZÓN DE JESÚS EN AREQUIPA DURANTE LOS MESES DE AGOSTO A SETIEMBRE 2022</b>	
<b>Tesistas</b>	- Bach. SULEMA ALBINA, FLORES VARGAS - Bach. QUISPE ÁLVAREZ, BLANCA LUZ

**I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

Sírvase evaluar el cuestionario adjunto, marcando en el cuadro correspondiente:

PREGUNTAS PARA EL EVALUADOR	Porcentaje (%) de aprobación						
	< 50	50	60	70	80	90	100
1. ¿El cuestionario logrará obtener datos para lograr el objetivo del proyecto?							x
2. ¿Las preguntas del cuestionario están referidas a los objetivos planteados?							x
3. ¿Son comprensibles las preguntas del cuestionario?							x
4. ¿Las preguntas del cuestionario siguen una secuencia lógica?							x
5. ¿Las preguntas del cuestionario serán reproducibles en otros estudios similares?						x	
6. ¿Las preguntas del cuestionario son adaptadas a la actualidad y realidad nacional?							x

**II. SUGERENCIAS**

1. ¿Cuáles de las preguntas considera usted que deberían incorporarse? Ninguno
2. ¿Cuáles de las preguntas considera usted que podrían eliminarse? Ninguno
3. ¿Cuáles de las preguntas considera usted que deberían reformularse? Ninguno

Fecha: 19 de agosto del 2022

Validado por: **Mg. Óscar Flores López**

Firma:



Mg. Oscar Bernuy Flores López  
QUÍMICO FARMACÉUTICO  
C. Q. F. P. 19190  
DNI. 41199951

**UNIVERSIDAD MARÍA AUXILIADORA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE SALUD**  
 Escuela Profesional de Farmacia y Bioquímica

**Ficha de validación del cuestionario**

Título del Proyecto de Tesis: PERFIL DEL CONSUMIDOR Y NIVEL DE CONOCIMIENTOS SOBRE LOS MULTIVITAMÍNICOS EN USUARIOS DE LA FARMACIA CORAZÓN DE JESÚS EN AREQUIPA DURANTE LOS MESES DE AGOSTO A SETIEMBRE 2022	
<b>Tesistas</b>	- Bach. SULEMA ALBINA, FLORES VARGAS - Bach. QUISPE ÁLVAREZ, BLANCA LUZ

**I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

Sírvase evaluar el cuestionario adjunto, marcando en el cuadro correspondiente:

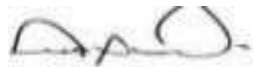
PREGUNTAS PARA EL EVALUADOR	Porcentaje (%) de aprobación						
	< 50	50	60	70	80	90	100
1. ¿El cuestionario logrará obtener datos para lograr el objetivo del proyecto?					x		
2. ¿Las preguntas están referidas planteados?					x		
3. ¿Son comprensibles las preguntas del cuestionario?					x		
4. ¿Las preguntas del cuestionario siguen una secuencia lógica?					x		
5. ¿Las preguntas del cuestionario serán reproducibles en otros estudios similares?					x		
6. ¿Las preguntas del cuestionario son adaptadas a la actualidad y realidad nacional?					x		

**II. SUGERENCIAS: Modificar no es policotómica es politómica.**

- ¿Cuáles de las preguntas considera usted que deberían incorporarse? Ninguna
- ¿Cuáles de las preguntas considera usted que podrían eliminarse? Ninguna
- ¿Cuáles de las preguntas considera usted que deberían reformularse? Ninguna

**Fecha:** 22 de agosto del 2022

Validado por: Dra. Rosa Danitza Moyano Legua



**Firma:** incorporar firma escaneada

## ANEXO H: Evidencias fotográficas del trabajo de campo





















