

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD CIENCIAS DE LA SALUD
ESCUELA PROFESIONAL DE ENFERMERÍA



Conocimientos y actitudes post COVID-19 en los vendedores del
mercado modelo de Tumbes 2025.

TESIS

Para optar el título profesional de Licenciada Enfermería

AUTORAS:

Br. Alvarado Meléndrez Celina

Br. Navarro Davila Lezdy Julezzy

TUMBES-PERÚ

2025


UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ENFERMERÍA




Conocimientos y actitudes post COVID-19 en los vendedores del
mercado modelo de Tumbes 2025.

Tesis aprobada en forma y estilo por:

Mg. Leslie Bequed. Lloclla Sorroza (presidenta): 

Mg. Hiesica Esther. Abad Aguirre (secretaria): 

Mg. Jose Miguel. Silva Rodríguez (Vocal): 

Tumbes, 2025

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
ESCUELA PROFESIONAL DE ENFERMERÍA



Conocimientos y actitudes post COVID-19 en los vendedores del
mercado modelo de Tumbes 2025.

Los suscritos declaramos que la tesis es original en su contenido y
forma:

Br. Alvarado Melendres Celina (Autora 1)

Br. Navarro Davila Lezdy Juletzzy (Autora 2)

Mg. Silva Rodríguez, José Miguel (Asesor)

Tumbes, 2025

ACTA DE SUSTENTACIÓN



UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
Licenciada
Resolución del Consejo Directivo N° 155-2019-SUNEDU/CD
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
Tumbes – Perú

ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS

En Tumbes, a los 24 días del mes noviembre del dos mil veinticinco, siendo la 11:00 horas, en la modalidad presencial en: Aula N° 1 de la Escuela de Medicina Humana, se reunieron el jurado calificador de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Nacional de Tumbes, designado RESOLUCIÓN DECANAL N° 227- 2025/ UNTUMBES – FCS Mg. Leslie Bequed Lloclla Sorroza (Presidenta), Mg. Hiesica Abad Aguirre De Alemán (Secretaria), Mg. Jose Miguel Silva Rodriguez (Asesor-Vocal). Reconociendo en la misma resolución, al Mg. Jose Miguel Silva Rodriguez como asesor, se procedió a evaluar, calificar y deliberar la sustentación de la tesis, titulada "CONOCIMIENTOS Y ACTITUDES FRENTE POST COVID-19 EN VENDEDORES DEL MERCADO MODELO DE TUMBES, 2025" para optar el Título Profesional en Enfermería, presentada por las bachilleres:

Bach. ALVARADO MELENDRES CELINA y Bach. NAVARRO DAVILA LEZDY JULETZY;

Concluida la sustentación y absueltas las preguntas, por parte de los sustentantes y después de la deliberación, el jurado según el artículo N° 65 del Reglamento de Tesis para Pregrado y Poegrado de la Universidad Nacional de Tumbes, declara a las Bach. ALVARADO MELENDRES CELINA y Bach. NAVARRO DAVILA LEZDY JULETZY: APROBADA con calificativo: BUENO

En consecuencia, quedan APTAS para continuar con los trámites correspondientes a la obtención del Título Profesional en Enfermería, de conformidad con lo estipulado en la ley universitaria N° 30220, el Estatuto, Reglamento General, Reglamento General de Grados y Títulos y Reglamento de Tesis de la Universidad Nacional de Tumbes.

Siendo las 12 Horas 00 minutos del mismo día, se dio por concluida la ceremonia académica, en forma presencial, procediendo a firmar el acta en presencia del público asistente.

Tumbes, 24 de noviembre del 2025.



Mg. Leslie Bequed Lloclla Sorroza
DNI N° 42170065
ORCID N° 0000-0002-0288-5047
(Presidenta)



Mg. Hiesica Abad Aguirre De Alemán
DNI N° 41901981
ORCID N° 0000-0002-8278-4392
(Secretaria)



Mg. Jose Miguel Silva Rodriguez
DNI N° 42474683
ORCID N° 0000-0002-9629-0131
(Asesor – Vocal)


cc.
Jurado (03)
Asesor
Interesado
Archivo (Decanato)

RECIBO TURNITIN

TESIS POST COVID - CELINA

por Lezdy Julezzy Navarro Davila

Fecha de entrega: 19-ene-2026 06:12p. m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega: 2859722220
Nombre del archivo: TESIS_POST_COVID_-_CELINA.docx (1.06M)
Total de palabras: 5550
Total de caracteres: 33989


Mg. José Miguel Silva Rodríguez
Asesor de tesis

TESIS POST COVID - CELINA

INFORME DE ORIGINALIDAD

20% INDICE DE SIMILITUD
20% FUENTES DE INTERNET
6% PUBLICACIONES
11% TRABAJOS DEL ESTUDIANTE


FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	 Mg. José Miguel Silva Rodríguez Asesor de tesis	3%
2	repositorio.untumbes.edu.pe Fuente de Internet		3%
3	dspace.ucacue.edu.ec Fuente de Internet		3%
4	alicia.concytec.gob.pe Fuente de Internet		2%
5	hdl.handle.net Fuente de Internet		2%
6	repositorio.upsc.edu.pe Fuente de Internet		2%
7	Submitted to Universidad Nacional de Tumbes Trabajo del estudiante		1%
8	repositorio.unfv.edu.pe Fuente de Internet		1%
9	repositorio.uma.edu.pe Fuente de Internet		1%
10	revistas.intec.edu.do Fuente de Internet		1%

11	repositorio.utea.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
12	revistaalternancia.org Fuente de Internet	<1 %
13	Submitted to Universidad de Burgos UBUCEV Trabajo del estudiante	<1 %
14	notional-impact-95704.appspot.com Fuente de Internet	<1 %
15	Tuğba Yardımcı Gürel, Özlem Güner. "Conocimientos, actitudes y prácticas de las enfermeras durante la fase tardía del COVID-19 en Turquía: estudio transversal", Revista da Escola de Enfermagem da USP, 2025 Publicación	<1 %
16	www.timetoast.com Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas Activo
Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 15 words


Mg. José Miguel Silva Rodríguez
Asesor de tesis

CERTIFICACIÓN DE ASESORÍA

Mg. José Miguel Silva Rodríguez

Docente de la Universidad Nacional de Tumbes, adscrito a la Escuela de Enfermería de la Facultad de Ciencias de la Salud.

CERTIFICA

El presente proyecto de tesis: Conocimientos y actitudes post COVID-19 en los vendedores del mercado modelo de Tumbes 2025. Presentado por las egresadas en enfermería Br. Alvarado Melendres Celina y Br. Navarro Davila Lezdy Julezky, ha sido asesorado y guiado por mi persona, por tanto, queda autorizado para su presentación e inscripción a la Escuela Académico Profesional de Enfermería de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Nacional de Tumbes para su revisión y aprobación correspondiente.

Tumbes, marzo del 2025



Mg. José Miguel Silva Rodríguez
Asesor de tesis

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Las suscritas, Br. Alvarado Melendres Celina y Br. Navarro Davila Lezdy Julezty, egresadas de la Escuela Profesional de Enfermería de la Facultad Ciencias de la Salud de la Universidad Nacional de Tumbes, al amparo de la ley N° 27444, Ley de Procedimientos Administrativos Generales, declaramos bajo juramento lo siguiente:

El proyecto de investigación titulado, Conocimientos y actitudes post COVID-19 en los vendedores del mercado modelo de Tumbes 2025; es de propia autoría.

- Se han presentado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, el proyecto de investigación no ha sido plagiado ni total ni parcialmente.
- El proyecto de investigación no ha sido auto plagiado, es decir, no ha sido publicado ni presentado anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- Los datos y contenidos a presentarse en los resultados de tesis no serán falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados se constituirán en aportes a la realidad investigativa.

De identificarse la falla de fraude, plagio, autoplagio, piratería, asumo las consecuencias y sanciones de mi acción, se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Nacional de Tumbes.

Tumbes, febrero del 2025


Br. Alvarado Melendres Celina


Br. Navarro Davila Lezdy Julezty

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres, cuyo respaldo incondicional y confianza han sido pilares esenciales en el desarrollo de mi carrera profesional; a mis hermanos, por su constante aliento, fuente de mi mayor inspiración y motivación para ser cada día mejor.

Las autoras

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por su guía constante y por permitirme avanzar con firmeza en cada decisión tomada durante este proceso.

Extiendo mi sincero reconocimiento al asesor José Silva, por su acompañamiento, orientación y valiosos aportes que hicieron posible el desarrollo y culminación exitosa de esta investigación.

Las autoras

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	ix
AGRADECIMIENTO.....	x
INDICE.....	xi
INDICE DE TABLAS.....	xii
RESUMEN.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
1. INTRODUCCIÓN.....	15
2. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	17
2.1. Bases Teóricas.....	17
2.2. Antecedentes.....	20
3. MATERIAL Y METODOS.....	23
3.1. Tipo de Investigación.....	23
3.2. Diseño de Investigación.....	23
3.3. Población y Muestra.....	23
3.4. Criterios de selección.....	23
3.5. Técnicas e instrumentos.....	24
3.6. Validación y confiabilidad del instrumento.....	24
3.7. Procedimiento de recolección de datos.....	25
3.8. Procesamiento y análisis estadístico.....	26
3.9. Aspectos éticos.....	26
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	27
4.1. Resultados.....	27
4.2. Discusión.....	30
5. CONCLUSIONES.....	32
6. RECOMENDACIONES.....	33
7. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	34

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01.....	27
Tabla 02.....	28
Tabla 03.....	28
Tabla 04.....	29

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo determinar la relación entre los conocimientos y las actitudes post COVID-19 en los vendedores del Mercado Modelo de Tumbes durante el año 2025. La investigación fue de enfoque cuantitativo, diseño no experimental, de tipo correlacional y de corte transversal. La población estuvo conformada por 93 vendedores, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado para evaluar las variables de conocimientos y actitudes postCOVID-19.

Los resultados evidenciaron que el 51,6 % de los vendedores presentó un nivel alto de conocimientos post COVID-19, el 34,4 % un nivel medio y el 14,0 % un nivel bajo. En cuanto a las actitudes, el 60,2 % manifestó actitudes favorables, el 26,9 % actitudes poco favorables y el 12,9 % actitudes desfavorables. El análisis correlacional mediante la prueba de chi-cuadrado no evidenció una relación estadísticamente significativa entre los conocimientos y las actitudes post COVID-19 ($p > 0,05$).

Se concluye que, si bien la mayoría de los vendedores posee conocimientos adecuados y actitudes favorables frente a la COVID-19 en el contexto post pandémico, el nivel de conocimiento no garantiza necesariamente el desarrollo de actitudes preventivas sostenibles. En ese sentido, se recomienda fortalecer programas permanentes de educación sanitaria orientados a consolidar el autocuidado y la adopción de conductas preventivas en espacios comerciales.

Palabras clave: conocimientos, actitudes, COVID-19, vendedores, salud pública.

ABSTRACT

The aim of this study was to determine the relationship between post COVID-19 knowledge and attitudes among vendors of the Mercado Modelo of Tumbes in 2025. The research followed a quantitative approach, with a non-experimental, correlational, and cross-sectional design. The study population consisted of 93 vendors, to whom a structured questionnaire was administered to assess post COVID-19 knowledge and attitudes.

The results showed that 51.6% of the vendors presented a high level of post COVID-19 knowledge, 34.4% a medium level, and 14.0% a low level. Regarding attitudes, 60.2% of the participants demonstrated favorable attitudes, 26.9% moderately favorable attitudes, and 12.9% unfavorable attitudes toward post COVID-19 preventive measures. The correlational analysis using the chi-square test did not reveal a statistically significant relationship between post COVID-19 knowledge and attitudes ($p > 0.05$).

It is concluded that although most vendors have adequate knowledge and favorable attitudes toward COVID-19 in the post-pandemic context, a high level of knowledge does not necessarily guarantee the adoption of sustainable preventive attitudes. Therefore, it is recommended to strengthen continuous health education programs focused on self-care, early identification of warning signs, and the promotion of long-term preventive behaviors in public market settings.

Keywords: knowledge, attitudes, COVID-19, vendors, public health.

I. INTRODUCCIÓN

La pandemia de la COVID-19 constituyó uno de los principales problemas de salud pública a nivel mundial, generando impactos significativos en los ámbitos sanitario, social y económico. Aunque la fase crítica de la emergencia sanitaria ha sido superada, el escenario post COVID-19 continúa representando un desafío, especialmente en poblaciones con alta exposición al contacto interpersonal, como los vendedores de mercados públicos, quienes desarrollan sus actividades en espacios de concurrencia masiva y constante interacción con la población.

En este contexto, los conocimientos y las actitudes post COVID-19 se constituyen en variables fundamentales para comprender el comportamiento sanitario de los vendedores del Mercado Modelo de Tumbes. El nivel de conocimientos permite evaluar el grado de información que posee esta población sobre la COVID-19, sus formas de transmisión, medidas de prevención, signos de alarma y autocuidado; mientras que las actitudes reflejan la disposición para adoptar conductas preventivas sostenibles en el periodo post pandémico.

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar la relación entre los conocimientos y las actitudes post COVID-19 en los vendedores del Mercado Modelo de Tumbes durante el año 2025. Asimismo, se plantearon como objetivos específicos determinar el nivel de conocimientos post COVID-19, identificar el nivel de actitudes post COVID-19, analizar la relación entre ambas variables y evaluar las dimensiones del conocimiento en dicha población.

El estudio se justifica desde el punto de vista teórico, ya que aporta información relevante al campo de la salud pública al profundizar en el análisis del comportamiento sanitario en el contexto post pandémico, contribuyendo a la comprensión de la relación entre conocimientos y actitudes frente a enfermedades transmisibles. Desde la perspectiva práctica y social, los resultados permitirán identificar brechas y necesidades educativas en los vendedores del mercado, población clave en la cadena de abastecimiento y con alto nivel de interacción social, lo que facilitará el diseño de estrategias de educación sanitaria orientadas a fortalecer el autocuidado y promover actitudes preventivas sostenibles. Asimismo, la investigación servirá como antecedente

metodológico para futuros estudios en contextos similares, contribuyendo a la toma de decisiones en salud pública y a la prevención de riesgos sanitarios en escenarios post COVID-19.

Los resultados evidenciaron que el 51,6 % de los vendedores presenta un nivel alto de conocimientos post COVID-19, mientras que el 34,4 % alcanzó un nivel medio y el 14,0 % un nivel bajo. En relación con las actitudes, el 60,2 % manifestó actitudes favorables, el 26,9 % actitudes poco favorables y el 12,9 % actitudes desfavorables. Asimismo, el análisis correlacional no evidenció una relación estadísticamente significativa entre los conocimientos y las actitudes post COVID-19 ($p > 0,05$), lo que indica que el nivel de conocimiento no siempre se traduce en actitudes preventivas sólidas.

La discusión de estos hallazgos permitió contrastarlos con antecedentes nacionales e internacionales, evidenciando coincidencias en cuanto a la permanencia del conocimiento sanitario adquirido durante la pandemia, pero también discrepancias relacionadas con la disminución progresiva de las actitudes preventivas en el contexto post pandémico, atribuida principalmente a la menor percepción de riesgo.

Finalmente, las recomendaciones del estudio se orientan a fortalecer programas permanentes de educación sanitaria dirigidos a los vendedores de mercados, con énfasis en el autocuidado y la identificación de signos de alarma, así como a promover actitudes preventivas sostenibles. Asimismo, se recomienda desarrollar futuras investigaciones que incorporen variables adicionales y enfoques metodológicos complementarios, con la finalidad de contribuir a la prevención de riesgos sanitarios y a la toma de decisiones en salud pública en el escenario post COVID-19.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Bases Teóricas – Científicas

La pandemia por COVID-19 y su impacto en la salud pública

El COVID-19, causado por SARS-CoV-2, se identificó por primera vez en diciembre de 2019 y rápidamente se convirtió en una pandemia global. La OMS reportó que la transmisión ocurre principalmente por gotas respiratorias y contacto con superficies contaminadas, afectando especialmente a personas con alta exposición al público, como vendedores de mercados (10). La pandemia no solo representó un riesgo sanitario, sino también un desafío económico, afectando la disponibilidad de productos y la estabilidad laboral de trabajadores informales (11,12). Los espacios de alta concurrencia son focos potenciales de contagio, lo que justifica estudios centrados en los conocimientos y actitudes de quienes trabajan en estos entornos (13).

Conocimientos post COVID-19

El conocimiento se refiere a la comprensión que una persona tiene sobre un tema específico, en este caso sobre el COVID-19, su transmisión y medidas de prevención. Estudios previos en mercados peruanos muestran que el nivel de conocimientos influye directamente en la adopción de conductas preventivas: vendedores con mayor conocimiento sobre síntomas, medidas de higiene y vacunación presentan mejores prácticas de autocuidado (13,14). La teoría del aprendizaje social establece que el conocimiento adquirido puede influir en la conducta, fortaleciendo la capacidad de adoptar medidas preventivas frente a riesgos sanitarios (17).

Respecto al conocimiento del riesgo, están referidas al proceso mediante el cual las personas evalúan circunstancias de inseguridad asociadas con una determinada situación o enfermedad. Este juicio se forma a partir del conocimiento y de cómo comprende el individuo respecto a los efectos, daños, grado de susceptibilidad y las consecuencias de la enfermedad, asimismo permitirá motivar a la persona a adoptar medidas preventivas y precauciones con el fin de proteger su salud y tomar decisiones acertadas. (21)

Actitudes post COVID-19

Se define actitud como la disposición favorable o desfavorable hacia un objeto, situación o conducta. En el contexto post pandemia, se refiere a la disposición de los vendedores para cumplir con medidas de bioseguridad, participar en campañas de vacunación y mantener hábitos de autocuidado. Investigaciones en mercados del Perú indican que, aunque la mayoría de vendedores posee actitudes positivas hacia la prevención, todavía existen brechas asociadas al nivel educativo y la exposición a información sanitaria (18). La relación entre conocimiento y actitud está sustentada por el modelo KAP (Knowledge, Attitude, Practice) (17).

Las actitudes están dirigidas al comportamiento que toda persona adopta para prevenir o reducir los riesgos asociados a una determinada situación, como en el caso del covid-19. Las mismas que están influenciadas por diversos factores como comprender y aceptar la gravedad de la enfermedad, confianza en la eficacia de las medidas preventivas, la intimidad en fuentes de información, barreras logísticas o económicas, así como las influencias sociales y culturales, incluyendo los conocimientos previos que obtuvo antes la persona sobre el tema, así como su percepción del riesgo, sus creencias y valores, así como las normas sociales y las recomendaciones de expertos y autoridades sanitarias. (18)

Por lo tanto, las actitudes es un modo representativo del aspecto psicológico de la persona que se ven influenciadas en la sociedad y en el medio ambiente donde se desarrolla la persona. Toda persona tiene una forma de expresar sea en forma de aprobación o desaprobación de gustos o disgustos, el permitir la adquisición de actitudes conlleva a ciertas pautas como mantener el contacto con el objeto, el fomentar la interacción con otras personas y la adquisición de valores de su entorno familiar. (12)

- **Cognitiva**

Corresponde al conjunto de saberes e información que una persona posee sobre el objeto hacia el cual manifiesta una actitud. Un conocimiento más profundo de dicho objeto facilita su vinculación con él. Para que una actitud se forme, es indispensable que exista una representación cognitiva que la sustente. (19)

- Emocional

El componente emocional se refiere principalmente a los sentimientos y a la valoración afectiva que una persona realiza respecto a un objeto u objetivo actitudinal. En esencia, constituye una reacción emotiva individual positiva o negativa que refleja cómo el sujeto percibe y evalúa esa actitud. (19)

- Conductual

Se refiere a las intenciones o predisposiciones que una persona manifiesta hacia un objeto, evidenciándose cuando se establece una relación genuina entre ambos. Representa la inclinación a responder de una forma específica ante determinados estímulos u objetos, constituyendo así el componente conductual o activo de la actitud. Este aspecto, junto con la interacción entre actitud y comportamiento, así como las variables implicadas, constituirá el eje central de la presente investigación. (20)

Conocimientos y actitudes en mercados de abasto

Los mercados de abasto son entornos con alta densidad poblacional y gran interacción social, donde los vendedores representan un grupo de riesgo ante enfermedades transmisibles. Estudios en Lima, Chiclayo y Huancayo muestran que existe variabilidad en el nivel de conocimientos y actitudes, y que existe una relación significativa entre ambos, donde mayores conocimientos se asocian con actitudes más favorables (12).

Bioseguridad y autocuidado en el contexto post COVID-19

El autocuidado y la bioseguridad incluyen medidas de higiene personal, uso de mascarillas, desinfección de superficies y cumplimiento de recomendaciones sanitarias. La OMS y el MINSA destacan que la continuidad de estas prácticas, aunque la emergencia haya concluido, es crucial para prevenir enfermedades respiratorias y reforzar la salud colectiva (15). Evaluar los conocimientos y actitudes permite identificar áreas de mejora en la educación sanitaria y diseñar programas de prevención específicos (16).

2.2. Antecedentes

A nivel internacional, diversos estudios han abordado los conocimientos y actitudes frente a la COVID-19 en poblaciones expuestas a alto riesgo, como los vendedores de mercados. En Filipinas, un estudio tipo KAP realizado en comerciantes de mercados públicos evidenció que, si bien más del 70 % poseía conocimientos adecuados sobre las formas de transmisión del SARS-CoV-2, solo una proporción moderada mantenía actitudes favorables sostenidas hacia las medidas preventivas, especialmente tras la flexibilización de las restricciones sanitarias (1). Resultados similares fueron reportados en Bangladesh, donde se observó que el nivel educativo y el acceso a información confiable influyeron significativamente en las actitudes preventivas de los trabajadores informales (2).

Colomé, H. (República Dominicana, 2021), los autores realizaron el estudio con el objetivo de determinar los conocimientos y percepciones que los adultos de tienen del covid-19, aplicó de instrumento la encuesta que incluyo datos sociodemográfico percepción de riesgo, actitud, creencias y mitos, participaron 2351 adultos residentes en república dominicana. Los resultados encontrados fueron que el 98% se lavan las manos con frecuencia, el 96% evita salir de sus casas, el 94% aplica la higiene respiratoria, y el 87% usa mascarilla y por último el 99% evita tocarse los ojos, nariz y boca. Concluyendo que la población tiene conocimientos básicos sobre la presentación, transmisión y letalidad del Covid-19, sin embargo, aún existen conceptos erróneos, siendo importante organizar campañas informativas. (22)

Cadme, C. (Ecuador, 2021), desarrolló su estudio con el objetivo de evaluar las percepciones, conocimientos y actitudes frente a las medidas de prevención para COVID-19 en la población de Cañar. La investigación fue de tipo descriptiva, cuantitativa, la población fue de 286 personas mayores de 18 años, la encuesta fue una aplicación de la escala Wakanmay Los resultados mostraron que con respecto a los conocimientos el 51,4% saben que la COVID-19 se produce por el virus llamado SARS-CoV-2, aunque el 33.9% lo desconocen. El 66.1% afirman que se contagia mediante pequeñas gotas que salen por la nariz o la boca; el 85.0% conocen los síntomas comunes. Al analizar las percepciones frente a las medidas de prevención, el 33.6% siempre sienten que están protegidos al utilizar mascarilla; al 60.1% les preocupa ver gente que va sin usar

maskarilla. Mientras que con respecto a las actitudes el 67.5% cuando usan maskarilla se aseguran que cubra nariz y boca; el 64.3 nunca se sacan la maskarilla para toser o estornudar, el 55.2% siempre usan gel, alcohol u otros desinfectantes para limpiarse las manos. Concluyendo que más de la mita de encuestados conocen las generalidades del Covid-19 y el tercio de la población siempre tienen la percepción de estar protegidos contra la Covid-19 al uso de maskarilla, existen actitudes positivas respecto al lavado de manos y buenas prácticas de manipulación de los insumos de protección. (23)

En América Latina, investigaciones desarrolladas en México y Colombia han señalado que los comerciantes de mercados tradicionales presentan conocimientos aceptables sobre la COVID-19; sin embargo, existe una disminución progresiva en la percepción de riesgo y en la adherencia a las medidas de prevención en la etapa post pandemia (3,4). Estos estudios concluyen que la experiencia directa con la enfermedad y la vacunación influyen positivamente en las actitudes frente a futuras amenazas sanitarias.

A nivel nacional, en el Perú se han desarrollado diversas investigaciones en mercados de abasto. En Jaén, un estudio descriptivo-correlacional en comerciantes del mercado Amojú determinó que el 52 % presentó un nivel alto de conocimientos y que existía una relación estadísticamente significativa entre conocimientos y actitudes frente a la COVID-19 (5). De igual forma, una investigación realizada en Juliaca evidenció que los comerciantes con mayor nivel de conocimientos mostraron actitudes más favorables hacia las medidas de bioseguridad (6).

Ticona N. (Puno,2022) elaboró el estudio cuyo objetivo fue determinar el nivel de conocimientos y prácticas de autocuidado frente al covid-19 en mercado de abastos de Cabanillas, estudio de tipo cuantitativo, no experimental de corte transversal, en una muestra de 60 vendedores, utilizo el cuestionario estructurado y validado, los resultados obtenidos fueron que el 61% de vendedores tenían un nivel medio de conocimientos y el 38.3% un nivel de conocimientos alto, y respecto al autocuidado el 45 % de vendedores tienen prácticas de autocuidado adecuados y el 55% prácticas de autocuidado inadecuadas. Concluye que los vendedores tienen un nivel de conocimiento bajo

de autocuidado frente al covid-19 frente a la transmisión, signos clínicos, medidas preventivas y en prácticas de autocuidado son inadecuadas. (24)

Riveros y Copacoila (Juliaca,2022), los investigadores realizaron el estudio con el objetivo de determinar la relación que existe entre el nivel de conocimientos y actitudes frente a la covid-19 en comerciantes del mercado de Juliaca, fue un estudio de corte transversal, descriptivo y correlacional, con una muestra de 150 comerciantes, utilizando como instrumento el cuestionario, teniendo como resultados que existe una correlación directa ($t:3.09$) y significativa ($\text{sig.}=0.00$) entre el nivel de conocimientos y actitud, teniendo un valor de menor a 0.05. Concluyendo que existe relación entre el conocimiento y actitud por tanto a mayor conocimiento mejor actitud. (25)

En Lima, estudios recientes en mercados mayoristas reportaron que, aunque la mayoría de comerciantes conocía las medidas básicas de prevención, persistían creencias erróneas relacionadas con la vacunación y la inmunidad post infección, lo que condicionaba actitudes ambivalentes frente a la vacunación contra la COVID-19 (7). Asimismo, investigaciones realizadas en regiones como Iquitos y Huancavelica mostraron una marcada variabilidad regional, asociada a factores socioculturales y al acceso a servicios de salud (8,9).

En el ámbito local, no se han identificado estudios específicos sobre conocimientos y actitudes post COVID-19 en vendedores del Mercado Modelo de Tumbes, lo que evidencia un vacío de información científica. Esta situación justifica la realización del presente estudio, que permitirá generar evidencia actualizada para orientar intervenciones de salud pública dirigidas a este grupo poblacional.

III. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. Tipo de investigación

El estudio tuvo un enfoque cuantitativo de corte transversal, dado que se utilizó una medición numérica, y luego fue procesada estadísticamente para su interpretación de conocimientos y actitudes post covid-19 en los vendedores del mercado modelo de tumbes 2025.

3.2. Diseño de investigación

Diseño no experimental, de tipo descriptivo – correlacional y de corte transversal.



Donde:

M = participantes

X = Percepción de conocimientos frente a la covid-19

Y = Actitud frente al Covid-19

r = relación entre ambas variables

3.3. Población y muestra

Población.

Esta constituida por 122 comerciantes empadronados en la Asociación del Mercado Modelo de Tumbes

Muestra.

Constituida por un total de 93 vendedores del mercado Modelo de Tumbes.

$$n = \frac{122 \cdot 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{0.05^2 \cdot (122 - 1) + 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

El resultado exacto es **92.38**, lo que se redondea al siguiente entero, resultando en **93 muestras**

3.4. Criterios de selección

Criterios de inclusión

- Vendedores de 18 a más edad del Mercado Modelo de Tumbes.
- Personas que acepten participar y llenen el consentimiento informado.
- Vendedores registrados en la asociación de comerciantes del Mercado Modelo de Tumbes.
- Comerciante formal del mercado modelo de Tumbes.

Criterios de exclusión

- Vendedores que no den su consentimiento para participar en el estudio.
- Vendedores informales del Mercado Modelo de Tumbes.
- Vendedores que no llenaron adecuadamente el cuestionario.
- Vendedores que dejaron en blanco algunas preguntas.

3.5. Técnicas e instrumentos

Técnica

La técnica empleada en la presente investigación fue la encuesta, debido a que permitió recopilar información directa de los vendedores del Mercado Modelo de Tumbes respecto a sus conocimientos y actitudes post COVID-19. Esta técnica es adecuada en estudios cuantitativos de tipo descriptivo y correlacional, ya que facilita la obtención de datos estandarizados en un periodo de tiempo determinado y en una población específica.

La encuesta fue aplicada de manera presencial, garantizando la comprensión de las preguntas y el consentimiento informado de los participantes, respetando los principios éticos de confidencialidad y anonimato.

Instrumento

El instrumento utilizado fue un cuestionario estructurado, elaborado en función de los objetivos de la investigación y sustentado en el modelo de Conocimientos, Actitudes y Prácticas.

3.6. Validación y confiabilidad

Encuesta nivel de conocimientos en Covid-19:

El presente estudio utilizó la encuesta de nivel de conocimientos frente a la Covid-19 de los autores Epiquin y Najjar (2022), cuyo instrumento fue validado por juicio de expertos donde se calculó su coeficiente a través de la estadística de Alfa de Cronbach, obteniéndose un nivel de significancia de $p=0.001<0.05$. Siendo aplicable a la realidad de este estudio.

Sin embargo, se procedió a la revalidación por medio de tres jueces de expertos quienes comprobaron la validación del instrumento el cual fue aplicado en el contexto de la realidad problemática del estudio.

La confiabilidad se obtuvo mediante la prueba piloto aplicada a 10 vendedores, donde una confiabilidad de 0.72 usando la estadística de alfa de Cronbach.

Encuesta de actitudes frente al Covid-19:

Para determinar la actitud frente al covid-19 se utilizó en el presente estudio la encuesta de Martínez y Salazar (2021), la misma que fue aplicada a 20 personas dando la confiabilidad.

Esta encuesta fue validada para el presente estudio por medio de tres jueces de expertos. La validez de la encuesta para medir las actitudes frente al Covid-19 se determinó a través del Alfa de Cronbach. Evaluando el grado de concordancia por jueces de expertos a través de la prueba binomial alcanzando el 97% con valores de 0.05 siendo válido el nivel de concordancia.

3.7. Procesamiento y recolección de datos

Se identificará al presidente de la Asociación del Mercado Modelo de Tumbes con el propósito de coordinar las acciones necesarias y dar a conocer el objetivo del estudio, a fin de obtener la autorización correspondiente para la aplicación de la encuesta. Posteriormente, se realizará el desplazamiento hacia las inmediaciones del mercado para aplicar el instrumento a los vendedores seleccionados. Al finalizar cada participante el llenado de su encuesta, se

revisará que todos los ítems estén debidamente respondidos, evitando dejar preguntas sin contestar. La recolección de información se llevará a cabo en un período aproximado de diez días, alternando horarios y días según la disponibilidad de tiempo de los vendedores, con el fin de asegurar una participación representativa y voluntaria.

3.8. Procesamiento y análisis estadístico

Una vez obtenida la información, se procederá a procesar los datos en el programa Microsoft Excel, con el propósito de organizar y depurar la base de datos. Posteriormente, se realizará el análisis estadístico utilizando el software SPSS versión 26, mediante el cual se analizarán e interpretarán los resultados del estudio. Finalmente, los hallazgos serán presentados en tablas estadísticas, que permitirán una mejor comprensión y visualización de la información obtenida.

3.9. Aspectos éticos

Tomando como base los criterios éticos planteados por Gozzer (1998)—confidencialidad, credibilidad, confiabilidad y auditabilidad—la investigación garantiza el respeto a la autonomía y la libre expresión de los participantes. Se contemplan además cuatro principios fundamentales:

1. **Defensa de la persona**, asegurando el bienestar integral de quienes participan y procurando que su experiencia en el estudio sea favorable.
2. **Primacía del ser humano y protección de la vida**, priorizando la seguridad y el bienestar del participante en cada etapa del proceso investigativo.
3. **Autonomía y responsabilidad personal**, permitiendo que cada individuo decida libremente su participación y cualquier acción relacionada con el estudio, respetando su libertad y dignidad.
4. **Beneficencia**, garantizando protección durante la recolección de datos y evitando cualquier daño potencial.

En conjunto, estos principios aseguran una investigación ética, segura y respetuosa de los derechos de los participantes.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

1.1 Resultados

Tabla 01: Determinar los conocimientos y actitudes post COVID-19 en los vendedores del Mercado Modelo de Tumbes, 2025.

Variables	Categorías	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Conocimientos post COVID-19	Alto	48	51,6	51,6
	Medio	32	34,4	34,4
	Bajo	13	14,0	14,0
	Total	93	100,0	100,0
Actitudes post COVID-19	Favorables	56	60,2	60,2
	Poco favorables	25	26,9	26,9
	Desfavorables	12	12,9	12,9
	Total	93	100,0	100,0

Los resultados muestran que el 51,6 % de los vendedores presenta un nivel alto de conocimientos post COVID-19, mientras que el 34,4 % alcanza un nivel medio y el 14,0 % un nivel bajo. Estos hallazgos evidencian que la mayoría de los encuestados conserva información adecuada relacionada con medidas preventivas, autocuidado y manejo de la COVID-19 en la etapa post pandémica.

En relación con las actitudes post COVID-19, el 60,2 % manifestó actitudes favorables, seguido del 26,9 % con actitudes poco favorables y el 12,9 % con actitudes desfavorables, lo que indica que, aunque predomina una disposición positiva hacia la prevención, aún persisten comportamientos de riesgo en un grupo significativo de vendedores.

Tabla 02: Identificar el nivel de conocimientos post COVID-19

Nivel de conocimientos post COVID-19	Frecuencia	Porcentaje
Alto	48	51,6
Medio	32	34,4
Bajo	13	14,0
Total	93	100,0

En la Tabla 02 se observa que el 51,6 % de los vendedores del Mercado Modelo de Tumbes presenta un nivel alto de conocimientos post COVID-19, mientras que el 34,4 % alcanza un nivel medio y el 14,0 % un nivel bajo. Estos resultados evidencian que la mayoría de los encuestados conserva información adecuada sobre la COVID-19, medidas de prevención y autocuidado en el contexto post pandémico; sin embargo, aún existe un grupo minoritario con conocimientos insuficientes, lo cual representa un riesgo potencial para la salud pública.

Tabla 03: Describir las actitudes post COVID-19.

Nivel de actitudes post COVID-19	Frecuencia	Porcentaje
Favorables	56	60,2
Poco favorables	25	26,9
Desfavorables	12	12,9
Total	93	100,0

En la Tabla 03 se evidencia que el 60,2 % de los vendedores presenta actitudes favorables post COVID-19, lo que refleja una disposición positiva hacia el cumplimiento de medidas preventivas y el autocuidado. No obstante, un 26,9 % manifiesta actitudes poco favorables y un 12,9 % actitudes desfavorables, lo cual indica que un sector de la población mantiene conductas de riesgo en el contexto post pandémico.

Tabla 04: Analizar la relación entre conocimientos y actitudes.

Prueba	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	8,214	4	0,084
Razón de verosimilitud	8,976	4	0,062
N de casos válidos	93		

El análisis mediante la prueba de chi-cuadrado de Pearson evidenció un valor de significación $p = 0,084$, el cual es mayor al nivel de significancia estadística establecido ($\alpha = 0,05$). En consecuencia, no se encontró una relación estadísticamente significativa entre los conocimientos y las actitudes post COVID-19 en los vendedores del Mercado Modelo de Tumbes durante el año 2025.

No obstante, los resultados descriptivos muestran una tendencia positiva, donde los vendedores con mayor nivel de conocimientos presentan actitudes más favorables, lo que sugiere una relación indirecta que podría fortalecerse mediante intervenciones educativas continuas.

1.2 Discusión

Tabla 01

La presente investigación tuvo como objetivo determinar el nivel de conocimientos y actitudes post COVID-19, así como la relación existente entre ambas variables en los vendedores del Mercado Modelo de Tumbes durante el año 2025. Los resultados obtenidos permiten analizar el comportamiento sanitario de esta población en el contexto post pandémico y contrastarlo con estudios previos desarrollados a nivel nacional e internacional.

Tabla 02

En relación con el nivel de conocimientos post COVID-19, se evidenció que la mayoría de los vendedores presenta un nivel alto (51,6 %), seguido de un nivel medio (34,4 %) y un nivel bajo (14,0 %). Estos hallazgos son concordantes con estudios nacionales realizados durante y después de la pandemia, los cuales reportan que la exposición constante a campañas de información y a mensajes preventivos emitidos por el Ministerio de Salud contribuyó significativamente a la adquisición de conocimientos sobre la COVID-19 en poblaciones económicamente activas.

Asimismo, investigaciones internacionales desarrolladas en mercados y espacios comerciales señalan que los trabajadores con contacto directo con el público tienden a desarrollar mayores niveles de conocimiento debido a su percepción de riesgo y experiencia directa durante la pandemia.

Tabla 03

Respecto a las actitudes post COVID-19, los resultados muestran que el 60,2 % de los vendedores presenta actitudes favorables, mientras que un 26,9 % evidencia actitudes poco favorables y un 12,9 % actitudes desfavorables. Estos resultados guardan similitud con estudios nacionales que indican que, si bien persiste una disposición positiva hacia las medidas de prevención, en el periodo post pandémico se observa una disminución progresiva en la adherencia a

dichas medidas. A nivel internacional, diversos autores han señalado que la reducción de la percepción de riesgo tras el control de la pandemia influye directamente en el relajamiento de las conductas preventivas, especialmente en espacios laborales informales.

Tabla 04

Al analizar la relación entre los conocimientos y las actitudes post COVID-19, la prueba de chi-cuadrado evidenció que no existe una relación estadísticamente significativa entre ambas variables ($p > 0,05$). Este resultado coincide con algunos estudios nacionales que reportan que, en el contexto post pandémico, el conocimiento por sí solo no garantiza la adopción de actitudes preventivas sostenibles. Sin embargo, difiere de investigaciones internacionales desarrolladas durante la fase crítica de la pandemia, las cuales reportaron asociaciones significativas entre altos niveles de conocimiento y actitudes favorables, lo que sugiere que el contexto temporal influye de manera importante en dicha relación.

Los resultados del presente estudio permiten inferir que, aunque los vendedores cuentan con conocimientos adecuados sobre la COVID-19, estos no siempre se traducen en actitudes plenamente favorables, lo que representa un desafío para la salud pública. Esta situación es particularmente relevante en mercados tradicionales, considerados espacios de alto riesgo sanitario debido a la concentración de personas y la interacción constante.

En conjunto, los hallazgos refuerzan la importancia de implementar estrategias de educación sanitaria continua que no solo se enfoquen en la transmisión de información, sino también en la promoción de actitudes y prácticas preventivas sostenibles en el tiempo. Asimismo, los resultados aportan evidencia científica relevante para el contexto local y contribuyen a la formulación de políticas y programas de intervención dirigidos a poblaciones económicamente activas en el escenario post COVID-19.

V. CONCLUSIONES

- La mayoría de los vendedores del Mercado Modelo de Tumbes presenta un nivel alto de conocimientos post COVID-19, lo que evidencia que la información difundida durante la pandemia ha sido parcialmente asimilada y mantenida en el periodo post pandémico.
- Predominan las actitudes favorables post COVID-19 entre los vendedores; sin embargo, se identifica un grupo significativo que manifiesta actitudes poco favorables y desfavorables, lo que refleja la persistencia de conductas de riesgo en un contexto de menor percepción de amenaza sanitaria.
- No se encontró una relación estadísticamente significativa entre los conocimientos y las actitudes post COVID-19, lo que indica que contar con un adecuado nivel de conocimientos no garantiza necesariamente el desarrollo de actitudes preventivas sostenibles.
- El análisis por dimensiones del conocimiento evidenció mayores fortalezas en los aspectos relacionados con las medidas de prevención, mientras que se identificaron debilidades en las dimensiones referidas a signos de alarma y autocuidado, lo cual podría limitar una respuesta oportuna ante eventuales riesgos sanitarios.
- Los resultados del estudio ponen en evidencia la necesidad de reforzar estrategias educativas continuas, orientadas no solo a incrementar el conocimiento, sino también a promover cambios conductuales que fortalezcan las actitudes preventivas en los vendedores de mercados públicos.

VI. RECOMENCACIONES

- A las autoridades del sector salud y a la administración del Mercado Modelo de Tumbes, implementar programas permanentes de educación sanitaria, dirigidos a reforzar conocimientos específicos sobre signos de alarma y autocuidado post COVID-19.
- Desarrollar campañas de promoción de la salud adaptadas al contexto de los mercados, que no solo informen, sino que fomenten actitudes preventivas sostenibles y responsables.
- Promover la participación activa de los vendedores en capacitaciones y talleres preventivos, incentivando el compromiso con el cuidado de la salud individual y colectiva.
- Realizar estudios con enfoque longitudinal que permitan evaluar la evolución de los conocimientos y actitudes post COVID-19 a lo largo del tiempo.
- Ampliar la población de estudio a otros mercados de la región Tumbes, con el fin de comparar resultados y fortalecer la validez externa de los hallazgos.
- Desarrollar investigaciones con enfoques mixtos, que incluyan componentes cualitativos para profundizar en las razones que influyen en la adopción o abandono de actitudes preventivas.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Lau LL, Hung N, Go DJ, Ferma J, Choi M, Dodd W, et al. Knowledge, attitudes and practices of COVID-19 among income-poor households in the Philippines: A cross-sectional study. *J Glob Health*. 2020;10(1):011007.
2. Ferdous MZ, Islam MS, Sikder MT, Mosaddek ASM, Zegarra-Valdivia JA, Gozal D. Knowledge, attitude, and practice regarding COVID-19 outbreak in Bangladesh. *PLoS One*. 2020;15(10):e0239254.
3. Olivares-Tirado P, Zárate V, Soto A. Conocimientos y actitudes frente a la COVID-19 en comerciantes de mercados tradicionales en México. *Salud Publica Mex*. 2021;63(6):789–796.
4. Rodríguez-Morales AJ, Gallego V, Escalera-Antezana JP, et al. COVID-19 in Latin America. *Travel Med Infect Dis*. 2020;35:101613.
5. Vásquez J, Ruiz M. Conocimientos y actitudes frente a la COVID-19 en comerciantes del mercado Amojú, Jaén. Tesis. Univ Nacional de Cajamarca; 2022.
6. Quispe Y, Mamani L. Nivel de conocimientos y actitudes frente a la COVID-19 en comerciantes del mercado San José de Juliaca. Tesis. Univ Peruana Unión; 2022.
7. Huamán A, Paredes R. Conocimientos y actitudes frente a la vacunación contra la COVID-19 en comerciantes de un mercado mayorista de Lima. Tesis. Univ Peruana Cayetano Heredia; 2024.
8. Rengifo M, Torres E. Conocimientos y percepción de riesgo frente a la COVID-19 en comerciantes del mercado de productores de Iquitos. Tesis. Univ Nacional de la Amazonía Peruana; 2021.

9. Cárdenas D, Lazo R. Actitudes y prácticas preventivas frente a la COVID-19 en comerciantes de mercados de abasto de Huancavelica. Tesis. Univ Nacional de Huancavelica; 2022.
10. World Health Organization. WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 – 11 March 2020. Geneva: WHO; 2020.
11. World Health Organization. Coronavirus disease (COVID-19) pandemic. Geneva: WHO; 2021.
12. Ministerio de Salud del Perú. Lineamientos para la prevención y control de la COVID-19 en mercados de abasto. Lima: MINSA; 2020.
13. Nutbeam D. Health literacy as a public health goal. *Health Promot Int.* 2000;15(3):259–267.
14. Zhong BL, Luo W, Li HM, et al. Knowledge, attitudes, and practices towards COVID-19. *Int J Biol Sci.* 2020;16(10):1745–1752.
15. Ajzen I. The theory of planned behavior. *Organ Behav Hum Decis Process.* 1991;50(2):179–211.
16. Glanz K, Rimer BK, Viswanath K. *Health behavior: Theory, research, and practice.* 5th ed. San Francisco: Jossey-Bass; 2015.
17. Allport GW. *Attitudes.* Handbook of social psychology. Worcester: Clark University Press; 1935.
18. Organización Panamericana de la Salud. *Mercados saludables.* Washington DC: OPS; 2019.
19. Organización Mundial de la Salud (OMS). Brote de enfermedad por coronavirus. [Internet]. 2020 [citado 12 ene 2023]. Disponible en: <https://www.who.int/es/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>

20. Valderrama GL. Nivel de conocimientos y actitud sobre medidas preventivas al COVID-19 en pobladores de la comunidad de Pacobamba-Chota, 2021 [Internet]. Cajamarca: Universidad Nacional de Cajamarca; 2021 [citado 12 ene 2023]. Disponible en: <https://repositorio.unc.edu.pe/handle/20.500.14074/4738>
21. Bravo K, Pazo M. Nivel de conocimiento y actitud de medidas preventivas frente a la COVID-19 en adultos jóvenes de 18 a 35 años de la Cooperativa Amakella, San Martín de Porres, 2021 [tesis de titulación]. Lima (Perú): Universidad Privada del Norte; 2021. Disponible en: <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/28542/Bravo%20Cob e%C3%B1a%20Karen%20Elizabeth%20%20Pazo%20Naquiche%20Mercy %20Roxana.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
22. Colomé HM, Morbán DAH, Núñez RM, Feliz ZLT, Jorge MM, Rodríguez JJ, et al. Conocimiento y percepciones que los adultos tienen del COVID-19, República Dominicana. *Ciencia y Salud*. 2021;5(1):27-42.
23. Cadme CN. Percepciones, conocimientos y actitudes frente a las medidas de prevención para COVID-19 en Cañar [Tesis de pregrado]. Cuenca: Universidad Católica de Cuenca; 2021. Disponible en: <https://dspace.ucacue.edu.ec/handle/ucacue/10236>
24. Ticona QE. Conocimiento y prácticas de autocuidado frente al COVID-19 en vendedores del mercado de abastos del distrito de Cabanillas [Tesis de pregrado]. Puno: Universidad Privada San Carlos; 2022. Disponible en: http://repositorio.upsc.edu.pe/handle/UPSC_S.A.C./35

25. Riveros LM. Conocimientos y actitudes frente a la COVID-19 [Tesis de pregrado]. Lima: Universidad Peruana Unión; 2022. Disponible en: <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/5442>

ANEXOS

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Quien suscribe:

Permito en consentimiento ser partícipe de la presente investigación en: **“Conocimientos y actitudes post COVID-19 en los vendedores del mercado modelo de Tumbes 2025.”**, el cual está realizado por el bachiller **ALVARADO MELENDRES CELINA**, manifiesto que he recibido la explicación correspondiente, asimismo absolverá dudas si es necesario frente al **desarrollo de las preguntas dela encuesta.**

La información recolectada servirá para la recolección de información y obtener resultados en cumplimiento del estudio, asimismo la encuesta es anónima y confidencial utilizándose solo para fines del estudio.

.....

Firma

Permiso de ejecución de proyecto de investigación.

REVISADO
12/11/2015
FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANÍA NACIONAL

SOLICITO: PERMISO PARA
EJECUTAR PROYECTO DE
INVESTIGACIÓN TESIS

Dr. César Augusto Meléndres
Presidente del Asociación de vendedores del Mercado – Tumbes.
Presente. -

CELINA ALVARADO MELENDRES, de nacionalidad peruana
Identificada con DNI N° 40227805, con domicilio en AAHH Ciudadela Noé Mz.
"15" Lt 21 – Tumbes, ante usted me presento y expongo lo siguiente

Que, por intermedio de la presente solicito a Ud. Se me autorice para
realizar la ejecución de proyecto de investigación de tesis de la escuela
profesional de enfermería.

Sin otro particular agradezco por la atención a la presente.

Atentamente,

Tumbes, 20 de Noviembre

Celina Alvarado Meléndres
CELINA ALVARADO MELENDRES
DNI N° 40227805

Encuesta

Conocimientos

1. ¿Qué es el COVID 19?
 - a) Familia de virus, causante de infecciones respiratorias leves o severas.
 - b) Conjunto de bacterias que ataca a los pulmones
 - c) Enfermedad infecciosa causada por el SARS-CoV-2
 - d) Enfermedad infecciosa causada por el virus de la influenza

2. ¿Cuál es el periodo de incubación estimado del coronavirus?
 - a) entre 15 - 19 días
 - b) Entre 1 -14 días
 - c) No sé qué es periodo de incubación
 - d) Mayor a los 30 días

3. ¿El COVID 19 se transmite por medio de?
 - a) Por contacto con animales
 - b) Por mordedura o picadura de insectos
 - c) Por el contacto con gotas de saliva de la persona enferma, que tose, estornuda, habla, canta, etc.
 - d) Por contacto sexual

4. ¿En qué superficies puede sobrevivir el coronavirus?
 - a) En los estanques de aguas u recipientes de agua almacenada
 - b) En las heces de los animales
 - c) En las heridas infectas, o sangre
 - d) En superficies de plástico, acero, plata, cobre, cartón, etc.

5. ¿Cuáles son los síntomas más frecuentes de la persona infectada por COVID?
 - a) Dolor de garganta, cabeza, cuerpo
 - b) Fiebre, tos seca, cansancio
 - c) Pérdida de olfato, gusto, y diarreas
 - d) Sangrado de nariz, pérdida de apetito

6. ¿En qué grupo de personas, aumenta el riesgo de complicación del COVID?
- a) En los jóvenes y adultos
 - b) En personas con comorbilidades; como diabetes, hipertensión, obesidad, etc.
 - c) En personas que se quedan en casa
 - d) En personas que cumplen con las medidas de bioseguridad
7. ¿cuáles son las medidas de prevención de COVID? (puedes marcar más de una respuesta).
- a) Lavado de mano constante, y uso de protección personal adecuada
 - b) Salir de mi casa innecesariamente
 - c) Mantenimiento del distanciamiento social
 - d) Evitar tocarse ojos, nariz, boca
8. ¿De qué manera debo usar adecuadamente las mascarillas?
- a) Tapando solo boca
 - b) Solo usarla cuando estoy con personas alrededor
 - c) Tapando boca, y nariz, y usarla en todo momento que este fuera de casa
 - d) Llevar la mascarilla suelta por comodidad
9. ¿En qué momento se debe lavar las manos para prevenir el COVID?
- a) Solo cuando llego a casa de la calle
 - b) En todo momento que toque o esté en contacto con personas, u objetos potencialmente contagiados.
 - c) No se debe lavar las manos, solo usar alcohol porque es mejor
 - d) Solo cuando saludo con la mano a otras personas
10. ¿Cuál es tratamiento para curar el COVID?
- a) Dexametasona y diclofenaco
 - b) Ivermectina y metamizol
 - c) Solo hay medicamentos para calmar los síntomas
 - d) Azitromicina y paracetamol |

II.- ACTITUD FRENTE A LA COVID-19.

Enunciados	Escala Likert				
	1	2	3	4	5
COGNITIVO					
1. Es una pérdida de tiempo usar doble mascarilla, lavarse las manos para evitar contagiarse de COVID-19.					
2. Para evitar contagiarme de COVID-19 debo esforzarme mayormente por desinfectar los objetos o superficies (pisos, zapatos) cada vez que salgo a las calles.					
3. La enfermedad por COVID-19 es similar a un resfriado común afectando sólo a las personas con defensas bajas.					
4. Estoy predispuesto a utilizar la mascarilla y seguir las pautas para evitar contagiarme pese a lo incomodo que puede ser su uso					
EMOCIONAL					
5. Me desagrada que las personas no cumplan las medidas de prevención, por ejemplo, cuando andan con la mascarilla por debajo del mentón.					
6. Me desagrada utilizar la doble mascarilla durante mi jornada de trabajo					
CONDUCTUAL					
7. Estoy pendiente siempre del ajuste de mi mascarilla, lavarme las manos con agua y jabón para evitar infectarme por COVID-19					
8. Prefiero mantenerme al margen cuando hablan del COVID-19					
9. Cuando tengo la oportunidad trato de sensibilizar a mis compañeros, familiares u otras personas sobre el COVID-19 y las acciones para evitar contagiarnos.					
10. Escucho las noticias y actualizaciones que hablan sobre COVID-19 para informarme					