



Encuestas Rápidas por teléfonos móviles (RaMPS) en Enfermedades No Transmisibles (ENT) y COVID-19

Octubre, 2022

La encuesta rápida por teléfonos móviles en Enfermedades No Transmisibles (ENT) y COVID-19 en Uruguay se implementó para entender el conocimiento, comportamientos, y la utilización de servicios relacionados con las ENT, así como para medir las actitudes hacia las políticas de salud.

Esta encuesta mediante entrevistas telefónicas asistidas por computadora incluyó una muestra de 2.005 adultos de 18+ años y usó métodos de marcación de dígitos aleatorios (RDD, por sus siglas en inglés) para producir indicadores clave estratificados por sexo. Se marcaron un total de 34.891 números de teléfonos móviles, de los cuales se logró contactar a 8.386 usuarios de teléfonos móviles, y se obtuvieron 2.005 entrevistas. La tasa de cooperación* fue 18,2%. Los datos fueron recopilados entre el 22 de septiembre y el 20 de octubre de 2022.

Nutrición	Total	Hombres	Mujeres
	% (95% IC)	% (95% IC)	% (95% IC)
Porcentaje que vio algún símbolo de exceso de azúcares, grasas o sodio en la etiqueta de algún alimento o bebida:	76,7 (74,5-78,9)	73,5 (70,1-76,9)	79,7 (76,8-82,5)
Influencia en decisiones de compra de los símbolos de exceso de azúcares, grasas y sodio en las etiquetas de alimentos y bebidas:			
No influyeron	36,5 (33,6-39,3)	43,1 (38,7-47,5)	30,9 (27,3-34,5)
Dejó de comprar algunos alimentos y bebidas	21,5 (19,1-23,9)	19,0 (15,6-22,4)	23,6 (20,3-27)
Compró en menor cantidad o con menos frecuencia	42,0 (39,1-44,9)	37,8 (33,5-42,2)	45,5 (41,5-49,4)
Frecuencia con la que lee la tabla de información nutricional de un alimento o bebida envasado antes de comprarlo:			
Nunca	28,0 (25,7-30,3)	32,0 (28,5-35,5)	24,3 (21,3-27,3)
Raramente	19,3 (17,3-21,4)	24,5 (21,2-27,7)	14,6 (12,2-17,1)
A veces	22,4 (20,3-24,6)	21,0 (17,8-24,1)	23,8 (20,9-26,7)
A menudo	14,0 (12,2-15,7)	9,6 (7,5-11,8)	17,9 (15,2-20,7)
Siempre	16,3 (14,4-18,2)	12,9 (10,3-15,5)	19,3 (16,5-22,1)
En una semana típica, # de días en los que consume bebidas azucaradas:			
0 días	38,2 (35,8-40,6)	30,7 (27,4-34,1)	44,9 (41,5-48,4)
1-2 días	38,6 (36,1-41,2)	40,1 (36,3-43,8)	37,3 (33,9-40,8)
3-5 días	12,1 (10,4-13,7)	15,9 (13,1-18,7)	8,5 (6,6-10,4)
6-7 días	11,1 (9,5-12,7)	13,2 (10,8-15,7)	9,2 (7,2-11,2)
Influencia en decisiones de compra del aumento de precio de bebidas azucaradas:			
Sí, compraría con menos frecuencia	30,0 (27,6-32,4)	31,0 (27,5-34,6)	29,1 (25,8-32,3)
No, no compraría con menos frecuencia	34,3 (31,9-36,8)	39,3 (35,5-43)	29,9 (26,6-33,1)
No, no compra bebidas azucaradas	35,6 (33,2-38,1)	29,7 (26,3-33,1)	41,1 (37,6-44,5)

*La tasa de cooperación es el número de entrevistas (completas y parciales) dividido por el número de no-entrevistas que involucran la identificación de y el contacto con un respondiente elegible (rechazo e interrumpidas y otras).

Nutrición	Total	Hombres	Mujeres
	% (95% IC)	% (95% IC)	% (95% IC)
En una semana típica, # de días en los que consume bebidas con edulcorantes sin azúcar:			
0 días	61,7 (59,2-64,2)	61,5 (57,8-65,2)	61,9 (58,5-65,3)
1-2 días	22,0 (19,9-24,2)	21,4 (18,3-24,4)	22,6 (19,7-25,6)
3-5 días	9,5 (8-11,1)	9,8 (7,5-12,2)	9,2 (7,2-11,3)
6-7 días	6,8 (5,5-8)	7,3 (5,4-9,2)	6,2 (4,6-7,9)
Porcentaje a favor de prohibir en escuelas y liceos la venta de alimentos y bebidas con exceso de azúcares, grasas y sodio:	76,6 (74,4-78,8)	72,0 (68,5-75,4)	80,8 (77,9-83,6)
Comportamientos y condiciones de salud			
Porcentaje de fumadores actuales de tabaco	25,7 (23,5-28)	29,1 (25,7-32,5)	22,7 (19,7-25,6)
Porcentaje de usuarios actuales de cigarrillos electrónicos	1,0 (0,4-1,7)	2,0 (0,7-3,3)	0,1 (0-0,4)
Porcentaje de usuarios actuales de vaporizadores con tabaco, marihuana u otra hierba con tanque abierto	2,5 (1,6-3,3)	3,4 (1,9-4,9)	1,6 (0,8-2,5)
Exposición al humo de tabaco en el hogar en los últimos 30 días (tabaco/cigarrillos electrónicos/vaporizadores con tabaco)	16,0 (14,1-17,9)	16,2 (13,4-19)	15,9 (13,3-18,4)
Porcentaje que cree que cigarrillos electrónicos/vaporizadores con tabaco son menos dañinos que cigarrillos	27,0 (24,1-29,9)	33,5 (28,8-38,3)	21,7 (18,2-25,2)
Porcentaje de consumidores actuales de bebidas alcohólicas	56,1 (53,6-58,6)	68,0 (64,5-71,5)	45,2 (41,7-48,6)
Influencia en decisiones de compra de un aumento de precio de bebidas alcohólicas:			
Sí, compraría con menos frecuencia	25,5 (23,2-27,8)	32,9 (29,2-36,6)	18,9 (16,1-21,6)
No, no compraría con menos frecuencia	38,9 (36,4-41,4)	41,2 (37,4-44,9)	36,8 (33,4-40,2)
No, no compra bebidas alcohólicas	35,6 (33,2-38,1)	25,9 (22,6-29,3)	44,3 (40,9-47,8)
Porcentaje que apoyaría un aumento de impuestos sobre bebidas alcohólicas	67,5 (64,9-70,1)	61,0 (56,9-65)	73,6 (70,3-76,9)
Acceso a servicios y medicamentos			
Visita más reciente a médico u otro profesional de la salud para un control de salud, un examen físico o un chequeo general:			
Durante el último año	78,3 (76,2-80,4)	72,3 (69-75,6)	83,8 (81,2-86,4)
Entre un año y menos de dos años	11,1 (9,5-12,7)	12,8 (10,2-15,3)	9,6 (7,6-11,7)
Entre dos años y menos de tres años	4,1 (3,1-5,2)	5,6 (3,9-7,3)	2,8 (1,7-4)
Entre tres y cinco años	2,4 (1,6-3,1)	3,4 (2-4,7)	1,4 (0,6-2,3)
Hace más de 5 años	4,1 (3,1-5,1)	6,0 (4,3-7,7)	2,3 (1,2-3,4)
Porcentaje a quien un médico u otro profesional de la salud le dijo que tiene presión arterial alta o hipertensión	29,1 (26,8-31,3)	28,2 (25,0-31,3)	29,9 (36,8-33,0)
Entre aquellos diagnosticados con hipertensión, porcentaje que usa medicamentos para la hipertensión	63,1 (58,7-67,6)	59,3 (52,7-65,9)	66,5 (60,5-72,5)
Entre aquellos diagnosticados que usa medicamentos para la hipertensión, porcentaje que tuvo que interrumpir su uso durante la pandemia	2,0 (0,6-3,4)	2,1 (0-4,4)	1,9 (0,2-3,6)
Porcentaje a quien un médico u otro profesional de la salud le dijo que tiene el azúcar elevada o diabetes	15,2 (13,4-17)	14,0 (11,5-16,5)	16,4 (13,9-19)
Entre aquellos diagnosticados con diabetes, porcentaje que usa medicamentos para la diabetes	48,7 (42,3-55,1)	44,9 (35,3-54,5)	51,7 (43,1-60,3)
Entre aquellos diagnosticados que usan medicamentos para la diabetes, porcentaje que tuvo que interrumpir su uso durante la pandemia	2,6 (0-5,8)	-	4,3 (0-9,7)

Acceso a servicios y medicamentos	Total	Hombres	Mujeres
	% (95% IC)	% (95% IC)	% (95% IC)
Porcentaje que usa medicamentos recetados por un médico u otro profesional de la salud para tratar otras enfermedades	34,7 (32,4-37,1)	24,7 (21,6-27,8)	43,9 (40,5-47,3)
Entre aquellos que usan medicamentos para tratar otras condiciones, porcentaje que tuvo que interrumpir su uso durante la pandemia	6,9 (4,5-9,2)	4,7 (1,3-8,1)	7,9 (4,8-11,1)
Desde el inicio de la pandemia de COVID-19, porcentaje que necesitó consultar al médico	56,7 (54,1-59,2)	53,2 (49,4-57)	59,9 (56,4-63,3)
Entre aquellos que necesitaron consultar al médico, porcentaje que:			
Logró todas sus consultas	74,5 (71,5-77,5)	75,9 (71,3-80,4)	73,4 (69,5-77,4)
Logró algunas consultas	21,7 (18,9-24,6)	20,0 (15,6-24,4)	23,1 (19,3-26,9)
No logró ninguna consulta	3,7 (2,6-4,9)	4,2 (2,2-6,1)	3,4 (1,9-4,9)
Desde el inicio de la pandemia de COVID-19, porcentaje al que le han suspendido alguna consulta médica o cirugía programada	21,6 (19,6-23,7)	16,4 (13,6-19,2)	26,4 (23,3-29,5)
Porcentaje que tuvo acceso a la medicina a distancia o telemedicina durante la pandemia	60,2 (57,7-62,7)	47,7 (43,9-51,5)	71,7 (68,5-74,9)
Actitudes y prácticas sobre COVID-19			
Porcentaje que siempre usó tapabocas fuera de su casa en las últimas dos semanas	14,4 (12,6-16,2)	10,4 (8,2-12,6)	18,1 (15,4-20,8)
Porcentaje que considera que los mensajes oficiales de prevención del COVID-19 han hecho que cambie su comportamiento	71,0 (68,7-73,3)	72,6 (69,2-75,9)	69,6 (66,3-72,8)
Fuente de información en la que más confía para obtener información del COVID-19:			
Ministerio de salud pública	64,7 (62,2-67,1)	61,0 (57,2-64,7)	68,0 (64,7-71,2)
Comunidad religiosa	0,6 (0,1-1)	0,7 (0-1,4)	0,5 (0-0,9)
Amistades y familiares	7,0 (5,7-8,3)	7,5 (5,5-9,5)	6,5 (4,8-8,2)
Líder o dirigente comunitario	0,2 (0-0,4)	0,4 (0-0,8)	0,1 (0-0,2)
Sociedades médicas independientes	6,1 (4,9-7,3)	7,2 (5,4-9,1)	5,1 (3,6-6,5)
Organización Mundial de la Salud / Organización Panamericana de la Salud	12,3 (10,5-14)	12,3 (9,7-15)	12,2 (9,9-14,5)
Ninguna	4,2 (3,2-5,2)	5,2 (3,6-6,9)	3,3 (2,1-4,5)
Otra fuente	5,0 (3,9-6,2)	5,7 (3,8-7,5)	4,5 (3,1-5,9)
Principal medio de comunicación para obtener información del COVID-19:			
Televisión	36,7 (34,3-39,1)	37,8 (34,2-41,4)	35,7 (32,4-39,1)
Radio	4,6 (3,6-5,7)	5,9 (4,2-7,7)	3,4 (2,2-4,7)
Sitios web	23,4 (21,2-25,6)	25,2 (21,8-28,5)	21,8 (18,9-24,7)
WhatsApp	3,2 (2,2-4,1)	2,8 (1,5-4,1)	3,5 (2,2-4,8)
Redes sociales - Facebook, Twitter, YouTube	22,2 (20-24,3)	19,9 (16,9-23)	24,2 (21,2-27,2)
Prensa escrita - diarios / revistas	4,4 (3,4-5,5)	3,7 (2,2-5,1)	5,2 (3,6-6,7)
Ninguno	2,9 (2,1-3,7)	2,6 (1,4-3,7)	3,2 (2-4,4)
Otro medio de comunicación	2,6 (1,8-3,4)	2,1 (1-3,2)	3,0 (1,8-4,2)
Receptividad a la vacuna de COVID-19			
Porcentaje que fue vacunado contra el COVID-19	91,7 (90,3-93,2)	90,5 (88,2-92,8)	92,8 (91-94,6)
Entre aquellos no vacunados, razón principal por la que no fue vacunado:			
No cree que sea segura	35,0 (25,2-44,8)	31,1 (17,1-45,1)	39,2 (25,5-52,9)
No cree que sea eficaz	18,0 (9,2-26,7)	13,2 (2,3-24,2)	23,2 (9,6-36,7)
Está esperando para decidir	6,3 (0-12,7)	11,1 (0-22,8)	1,1 (0-2,7)
Ya tuvo COVID-19 y cree que no la necesita	8,5 (3,1-14)	9,6 (2,2-17)	7,4 (0-15,5)
No cree en la vacunación	32,2 (22,8-41,7)	35,0 (21,4-48,7)	29,2 (16,2-42,1)

Para más información, enviar correo electrónico a: nmhsurveillance@paho.org