



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**“Estilos de vida y preferencias del consumidor en el mercado de Diabetes
del distrito de Tarapoto, 2018”**

**TESIS PARA OPTARR EL GRADO ACADÉMICO DE:
MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

AUTORA:

Br. Karla Miroslava Bazán Córdova

ASESOR:

Mg. Ivo Martín Encomenderos Bancallán

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gerencias Funcionales

TARAPOTO – PERÚ

2018

ESCUELA DE POSTGRADO

DICTAMEN DE LA SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

La bachiller **Bazán Córdova, Karla Miroslava**, para obtener el Grado Académico de Maestra en Administración de Negocios, ha sustentado la tesis titulada:

"Estilos de Vida y Preferencias del Consumidor en el Mercado de Diabetes del Distrito de Tarapoto, 2018"

El Jurado evaluador emitió el dictamen de

APROBADO POR EXCELENCIA (18)

Habiendo hecho las recomendaciones siguientes:

MBA. Jhon Bautista Fasabi

-Presidente

MBA. Lizeth Ery Mescua Ampuero

- Secretario/a

Mg. Ivo Encomenderos Bancallán

-Vocal



Mg. Ivo Martín Encomenderos Bancallán
Vocal

Tarapoto 17 de enero 2019

Dedicatoria

A mi amado esposo **Edward Freddy Rubio Luna Victoria**, por ser parte importante en el logro y mi inspiración en mis deseos de lograr mis metas profesionales, gracias a **Dios** por haberme concedido la dicha de ser madre de mi adorado y precioso hijo **Educito Jesús Rubio Bazán**, motor y motivo de mi vida, por entender el éxito que demanda algunos sacrificios, dedicación y esfuerzo.

Karla Miroslava Bazán Córdova

A mis amados padres **María Julia Córdova Ponce y Elmer Giovanni Bazán Silva** y mi hermanito **Elmer Giovanni Bazán Córdova**, por ser los pilares importantes, por sus consejos, motivación constante, por su gran amor, y por inyectarme la energía para poder seguir adelante.

Karla Miroslava Bazán Córdova

Agradecimiento

A mis **docentes** personas ilustres y admirables, por dedicar su vida con pasión a la enseñanza y formación con valores, compartiendo sus experiencias profesionales; y a mis compañeros de la Maestría MBA, ya que compartimos jornadas de estudios y gran amistad, por el impulso que se ve reflejado en la presente Investigación, por la motivación en mi vida encaminada al éxito.

EL AUTOR

Declaratoria de Autenticidad

Yo **KARLA MIROSLAVA BAZÁN CÓRDOVA**, identificada con DNI N° 32982620, estudiante del programa de Maestría en Administración de Negocios - MBA de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo, con la tesis titulada: **“Estilos de vida y preferencias del consumidor en el mercado de Diabetes del distrito de Tarapoto, 2018”**;

Declaro bajo juramento que:

La Tesis es de mi autoría

He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.

La tesis no ha sido auto plagiada, es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.

Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (presentar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Tarapoto, 19 de diciembre de 2018



Karla Miroslava Bazán Córdova
DNI: 32982620

Presentación

Señores miembros del jurado calificador; cumpliendo con las disposiciones establecidas en el reglamento de grado y títulos de la Universidad César Vallejo; pongo a vuestra consideración la presente investigación titulada “**Estilos de vida y preferencias del consumidor en el mercado de Diabetes del distrito de Tarapoto, 2018**”, con la finalidad de optar el Grado Académico de **Maestra en Administración de Negocios – MBA**.

La investigación está dividida en siete capítulos:

I. INTRODUCCIÓN. Se considera la realidad problemática, trabajos previos, teorías relacionadas al tema, formulación del problema, justificación del estudio, hipótesis y objetivos de la investigación.

II. MÉTODO. Se menciona el diseño de investigación; variables, operacionalización; población y muestra; técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad y métodos de análisis de datos.

III. RESULTADOS. En esta parte se menciona las consecuencias del procesamiento de la información.

IV. DISCUSIÓN. Se presenta el análisis y discusión de los resultados encontrados en la tesis.

V. CONCLUSIONES. Se considera en enunciados cortos, teniendo en cuenta los objetivos planteados.

VI. RECOMENDACIONES. Se precisa en base a los hallazgos encontrados.

VII. REFERENCIAS. Se consigna todos los autores de la investigación.

Índice

Página del jurado.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Presentación.....	vi
Índice.....	vii
Resumen.....	xiii
Abstract.....	xiv
I. INTRODUCCIÓN	
1.1 Realidad problemática.....	15
1.2 Trabajos previos.....	19
1.3 Teorías relacionadas al tema.....	23
1.4 Formulación del problema.....	29
1.5 Justificación del estudio.....	29
1.6 Hipótesis.....	30
1.7 Objetivos.....	31
II. MÉTODO	
2.1 Diseño de investigación.....	32
2.2 Variables, operacionalización.....	32
2.3 Población y muestra.....	34
2.4 Técnica e instrumento de recolección de datos.....	35
2.5 Métodos de análisis de datos.....	37
2.6 Aspectos éticos.....	39
III. RESULTADOS.....	40
IV. DISCUSIÓN.....	62
V. CONCLUSIONES.....	66
VI. RECOMENDACIONES.....	67
VII.REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	69

ANEXOS.....71

Matriz de consistencia

Instrumentos de recolección de datos

Validación de instrumentos

Índice de confiabilidad

Constancia de autorización donde se ejecutó la investigación.

Autorización de publicación de tesis al repositorio

Informe de originalidad

Acta de aprobación de originalidad

Acta de aprobación de tesis

Autorización final del trabajo de investigación

Índice de tablas

Tabla 1. Niveles de aceptación de la dimensión nutrición, correspondiente a la variable estilos de vida del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.....	40
Tabla 2. Niveles de aceptación de la dimensión actividad física, correspondiente a la variable estilos de vida del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.....	41
Tabla 3. Niveles de aceptación de la dimensión consumo de tabaco, correspondiente a la variable estilos de vida del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.....	42
Tabla 4. Niveles de aceptación de la dimensión consumo de alcohol, correspondiente a la variable estilos de vida del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.....	43
Tabla 5. Niveles de aceptación de la dimensión información sobre diabetes, correspondiente a la variable estilos de vida del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.....	44
Tabla 6. Niveles de aceptación de la dimensión manejo de emociones, correspondiente a la variable estilos de vida del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.....	45
Tabla 7. Niveles de aceptación de la dimensión adherencia terapéutica, correspondiente a la variable estilos de vida del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.....	46
Tabla 8. Frecuencias de la variable estilos de vida (%).....	47
Tabla 9. Frecuencias de la variable “estilos de vida” por dimensiones (%).....	48
Tabla 10. Frecuencias de la variable preferencias del consumidor (%).....	50
Tabla 11. Frecuencias de la variable “preferencias del consumidor” por dimensiones (%).....	51

Índice de tablas

Tabla 12. Niveles de aceptación de la dimensión preferencia sensorial, correspondiente a la variable preferencias del consumidor, en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.....	53
Tabla 13. Niveles de aceptación de la dimensión conveniencia o comodities, correspondiente a la variable preferencias del consumidor, en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.....	54
Tabla 14. Niveles de aceptación de la dimensión salud, correspondiente a la variable preferencias del consumidor, en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.....	55
Tabla 15. Niveles de aceptación de la dimensión satisfacción e intención, correspondiente a la variable preferencias del consumidor, en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.....	56
Tabla 16. Nivel de estilos de vida de personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, 2018.....	57
Tabla 17. Nivel de preferencias del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.....	58
Tabla 18. Prueba de Hipótesis general.....	59
Tabla 19. Prueba de Prueba de chi-cuadrado.....	60
Tabla 20. Relación entre las variables.....	61

Índice de figuras

Figura 1. Niveles de aceptación de la dimensión nutrición, correspondiente a la variable estilos de vida del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.....	40
Figura 2. Niveles de aceptación de la dimensión actividad física, correspondiente a la variable estilos de vida del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.....	41
Figura 3. Niveles de aceptación de la dimensión consumo de tabaco, correspondiente a la variable estilos de vida del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.....	42
Figura 4. Niveles de aceptación de la dimensión consumo de alcohol, correspondiente a la variable estilos de vida del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.....	43
Figura 5. Niveles de aceptación de la dimensión información sobre diabetes, correspondiente a la variable estilos de vida del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.....	44
Figura 6. Niveles de aceptación de la dimensión manejo de emociones, correspondiente a la variable estilos de vida del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.....	45
Figura 7. Niveles de aceptación de la dimensión adherencia terapéutica, correspondiente a la variable estilos de vida del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.....	46
Figura 8. Frecuencias de la variable estilos de vida (%) en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.....	47
Figura 9. Frecuencias de la variable “estilos de vida” por dimensiones (%) en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.....	49
Figura 10. Frecuencias de la variable preferencias del consumidor (%) en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.....	51

Índice de figuras

Figura 11. Frecuencias de la variable “preferencias del consumidor” por dimensiones (%) en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.....	52
Figura 12. Niveles de aceptación de la dimensión preferencia sensorial, correspondiente a la variable preferencias del consumidor, en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.....	53
Figura 13. Niveles de aceptación de la dimensión conveniencia o comodities, correspondiente a la variable preferencias del consumidor, en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.....	54
Figura 14. Niveles de aceptación de la dimensión salud, correspondiente a la variable preferencias del consumidor, en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.....	55
Figura 15. Niveles de aceptación de la dimensión satisfacción e intención, correspondiente a la variable preferencias del consumidor, en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.....	56
Figura 16. Nivel de estilos de vida de personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, 2018.....	57
Figura 17. Nivel de preferencias del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.....	58
Figura 18. Campana de Gauss.....	61

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo establecer la relación que existe entre los estilos de vida y preferencias del consumidor en el mercado de Diabetes del distrito de Tarapoto, durante el año 2018. El diseño de la investigación fue de tipo descriptiva correlacional y tuvo como población a 3879 clientes que existen en el distrito de Tarapoto, de las cuales se ha seleccionado una muestra de 94 clientes diabéticos. Se utilizó como instrumento el Cuestionario y técnica la encuesta para el acopio de los datos. La investigación utilizó el método deductivo de tipo no experimental, descriptiva - correlacional, transversal. Los resultados obtenidos con respecto a la variable estilos de vida en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, durante el año 2018, demostraron que el 19.15% de ellas, tienen un estilo de vida de nivel bajo, el 61.7%, tienen un estilo de vida de nivel medio y el 19.15% tienen un estilo de vida de nivel alto. Con respecto a las preferencias del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, durante el año 2018 se constata que el 70.21% de ellas, tienen un nivel bajo de preferencias respecto a los productos naturales para la diabetes y el 29.79% tienen un nivel medio.

Se llegó a la conclusión principal que sí existe relación entre los estilos de vida y preferencias del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018, por lo tanto como p-valor es $0.001 < 0.05$, se rechaza la hipótesis nula.

Palabras clave: Estilos de Vida, Preferencias del consumidor, mercado de diabetes.

ABSTRACT

The objective of the research was to establish the relationship between lifestyles and consumer preferences in the Diabetes market of the district of Tarapoto, during 2018. The design of the research was descriptive correlational and had a population of 3879 clients that exist in the district of Tarapoto, of which a sample of 94 diabetic clients has been selected. The survey and technique for the data collection was used as an instrument. The investigation used the non - experimental, descriptive - correlational, transversal deductive method. The results obtained with respect to the variable lifestyles in the diabetes market of the district of Tarapoto, during the year 2018, showed that in 19.15% of them, they have a low life style, 61.7%, have a middle-level lifestyle and 19.15% have a high-level lifestyle. With respect to consumer preferences in the diabetes market of the district of Tarapoto, during 2018 it is found that 70.21% of them, they have a low level of preferences regarding natural products for diabetes and 29.79% have a medium level.

The main conclusion was reached that there is a relationship between lifestyles and consumer preferences in the diabetes market of the district of Tarapoto, 2018, therefore, since p-value is $0.001 < 0.05$, the null hypothesis is rejected.

Key words: Lifestyles, Consumer preferences, diabetes market

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática

A nivel internacional la diabetes tipo 2 es una epidemia global que representa uno de las dificultades más grandes a nivel internacional, según lo reportado por la OMS – Organización Mundial de la Salud, 415 millones de personas padecen de diabetes mellitus, mientras que en América del Norte y el Caribe existen 44.3 millones de pobladores con diabetes tipo 2; en Sur y Centro América cerca del 30 millones de moradores son perjudicados por este padecimiento. Los factores que influyen en el padecimiento de esta enfermedad, se basan en el estilo de vida y las preferencias del consumidor en alimentos poco saludables, así como los requerimientos laborales en la actualidad, el stress, la crisis global, la seguridad, la restricción del periodo utilizable, son la mayoría de los orígenes de malos hábitos alimentarios, debido a la falta de consumo de dietas especiales, con el fin de aliviar su estado de salud y mejorar su condición de vida; haciendo casi imposible y dificultoso para la mayoría de personas cumplir con ciertas normas alimenticias y nutricionales, debido a razones laborales, falta de tiempo y conocimiento para preparar adecuadamente las comidas con valores nutricionales adecuados, a ello se suma la falta de disciplina para seguir la dieta recomendada por los médicos y nutricionistas. En este contexto, surge la necesidad y la oportunidad de implementar negocios que cubran este servicio, existiendo actualmente muy pocas empresas que se dedican a cubrir las necesidades de los clientes con hiperglicemia alta. (OMS, 2014, p. 1)

En el mercado de diabetes, existen negocios que han aparecido únicamente por la exigencia de cubrir algunas necesidades, como las panaderías o reposterías, éstos establecimientos se dedican a pastelería y repostería, preparados con endulzantes bajos en calorías que no perjudica la salud de los pacientes con hiperglucemia y les brinda un alimento atractivo, pero existen pocas tiendas especializadas en la venta de implementos para los diabéticos y sobre todo que realicen el seguimiento a sus clientes en sus domicilios. La

atención especializada a los diabéticos se presenta como una oportunidad de negocios. (García, 2007, p.3)

El Mercado Mundial de la Diabetes melitus tipo 2 logrará los 58.700 millones de dólares en el año 2025, alcanzando un incremento del 6,5 %. El crecimiento, se generará en los principales mercados internacionales (Estados Unidos, Alemania, Italia, España, Francia, Reino Unido, Japón, China e India), se ocasiona especialmente por los cambios en el estilo de vida de los pobladores a nivel internacional, esto se debe por las alteraciones dietéticas, sedentarismo, ocasionando incremento en los problemas a nivel cardiovascular y en los trastornos metabólicos (GlobalData, 2016, p. 1).

La diabetes afecta los ojos, riñones, corazón, las piernas y cerebro. Son varias las causas que produce la diabetes, uno de ellos es la obesidad, el incremento de la presión arterial y las alteraciones de los lípidos, el colesterol y los triglicéridos, afectando las arterias. Los agentes hereditarios, los hábitos y el estilo de vida de los pobladores contribuyen en la formación de esta enfermedad. (Gil, 2018, p.1)

Los factores de la globalización nutricional inadecuada como las preferencias del consumidor en los alimentos rápidos como comidas chatarras; alimentos con altas calorías; snacks; desorden alimentario teniendo a la cena como única comida durante todo el día y el sedentarismo, siendo las primordiales causas de la diabetes. Los factores sociales, económicos, culturales, educativos y comerciales generan el incremento epidemiológico de obesidad y de diabetes, generadas por falta de una alimentación adecuada; falta de actividad física, falta de educación diabetológica, como las técnicas y conocimientos que permiten al paciente disciplinarse y adiestrarse para la conducción correcta de ese padecimiento. (Gil, 2018, p.1)

A nivel nacional las regiones que cuentan con el mayor porcentaje de padecimiento de diabetes son las ciudades localizadas en la región costera, como Lima, Arequipa y Piura, lugares donde los pobladores tienen un estilo de vida modernizada y tiene más acceso a productos y alimentos procesados. En nuestro país 2 millones 400 mil peruanos tienen

diabetes, cerca del 11 por ciento de ellos son los adultos mayores, que representa unas 400 mil adultos mayores, padecen de esta enfermedad, siendo las mujeres las más propensas a desarrollarla, teniendo complicaciones en el sistema urinario, presión arterial elevada, factores que podrían desarrollar infartos, disfunción eréctil y aparición de manchas en la piel, debido al excesivo consumo de azúcares, comida chatarra y la falta de realización de exámenes anuales de vista y riñones. (Valdivia, 2016, p.1).

Alrededor de más de dos millón de habitantes padecen de esta enfermedad, debido al estilo de vida no saludable, estimándose que otro millón de peruanos sufre la enfermedad pero no se encuentra diagnosticado y puede ser perjudicado con complicaciones médicas, como derrames cerebrales, infartos, ceguera, amputación de extremidades por padecer de pie diabético, insuficiencia renal. Estos casos surge porque no hay una atención oportuna de calidad de vida y preferencias del consumidor por consumir alimentos saludables, ni un programa nacional de diabetes para realizar un adecuado seguimiento a los pacientes con diabetes, falta de una terapia adecuada no solamente farmacológica, sino que debe ir integrada de cambios en estilo de vida saludable, para que pueda controlar su enfermedad y no presente agravamiento. Un paciente cuidadoso y con la glucosa controlada no tendrá complicaciones, de lo contrario, si no realiza una dieta balanceada, nutritiva y tiene niveles glucémicos altos le generará problemas oculares, en el riñón, el corazón, el pie o los nervios de las extremidades (Manrique, 2015, p.1).

En el mercado de diabetes peruano, las preferencias de los consumidores se cimientan en la compra de artículos y alimentos saludables. El porcentaje es mayor al de Latinoamérica, ya que solamente el 48% invierte en artículos saludables. Los artículos lights, son consumidos por el 35% de los pobladores con el objetivo de tener una alimentación saludable y mantener su peso. La intranquilidad y angustia por el valor energético y nutricional de los peruanos sobre los artículos que consumen va incrementándose. Los resultados del estudio realizado por (Kantar WorldPanel, 2015), en la cual se concluyó que 8 de cada 10 peruanos observan las inscripciones y el etiquetado de los artículos y 7 de cada 10 adquieren artículos y alimentos nutritivos; el 55% prefieren las bondades que ofrecen los artículos pre y prebióticos. La preferencia a llevar una alimentación saludable, la población peruana tienen

cada vez menos tiempo para preparar sus alimentos, por sus diversas actividades como la jornada laboral, estudios, por lo que buscan alternativas de comidas fuera de sus hogares, a un menor precio y que les ofrezca calidad y seguridad de estar consumiendo artículos saludables y con nutrientes. (Lizárraga, 2015, p. 26).

Lima es la primera ciudad con el más alto índice de diabetes en el Perú, seguido por Piura que es la segunda región con más casos de diabetes debido al tipo de alimentación y los estilos de vida, al igual que el estrés, el sobrepeso y la obesidad, el alto índice se ve propiciado por la comida que consume la gente, con productos ricos en harinas, yucas, plátano, y el estilo de vida, con poca tendencia al ejercicio, están propensos a sufrir la grave enfermedad. (García, 2017, p.1)

A nivel local, en la región San Martín son 7 mil personas que padecen diabetes, siendo las ciudades de Moyobamba y Tarapoto donde se registran la mayoría de casos. La falta de alimentación basada en deficiencias de consumo de frutas y verduras, el excesivo consumo de azúcares o artículos con niveles calóricos altos, la falta de actividad física diaria, sobrepeso son los principales causantes de esta enfermedad. (Lévano, 2017, p.1)

La calidad de vida de los pacientes diabéticos que acuden al Programa Diabetes en el Hospital Es Salud de Tarapoto, es de nivel medio a alto. La edad media de los pobladores que acuden al programa es de 59 años, con predominio del sexo femenino, siendo la complicación más preocupante los pacientes que ingresan a este centro médico por amputaciones de las extremidades inferiores. Existe la falta de seguimiento del personal del programa de Diabetes de Es Salud, a los pacientes diabéticos, a través de Vigilancia estricta a aquellos e inexistencia de realización de visitas domiciliarias a los diabéticos que no asisten a su control.(López, 2012, p.33).

En este contexto, la investigación busca profundizar el conocimiento sobre las características de este mercado emergente a nivel local, principalmente en el análisis de las variables estilos de vida y preferencias del consumidor. La información que se genere puede servir como base para estudios mercadológicos más especializados y la promoción de emprendimientos empresariales. (López, 2012, p.34).

1.2 Trabajos previos

A nivel internacional

Román, V. (2014). En su trabajo de investigación titulado: *Hábitos alimentarios de pacientes adultos diabéticos tipo II antes de su diagnóstico*. (Tesis de pregrado). Universidad Católica del Ecuador, Quito, Ecuador. (investigación de tipo observacional retrospectivo transversal, el objetivo fue determinar los hábitos alimenticios en adultos que padecen de diabetes tipo 2 y que acuden al servicio al cliente de Accu-chek Roche para evidenciar la importancia de mantener una correcta alimentación para constatar esta enfermedad y buscar mejoría en la calidad de vida, siendo la metodología de investigación cuantitativo, tuvo como muestra de 306 pacientes diabéticos tipo II adultos que acuden al servicio al cliente de Roche Accu-Chek en Ecuador, para lo cual se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Los resultados de la encuesta fue el 49.67% se inclinan alimentos saturados como productos derivados de la leche y el 5.23%, ha bajado el consumo de alimentos no nutritivos. La conclusión principal fue mayor porcentaje en los incorrectos hábitos alimentarios y estilos de vida, ya que perjudican la salud como la diabetes. (p.1)).

Bennassar, M. (2014). En su trabajo de investigación titulado: *Estilos de Vida y Salud en Estudiantes Universitarios*. (Tesis de doctorado). Universidad de Illes Balears, Palma de Mallorca, España. (investigación de tipo observacional, transversal, descriptivo, el objetivo fue analizar los estilos de vida y el nivel de salud de los alumnos que estudian en la universidad Illes Balears, tuvo como muestra 507 estudiantes universitarios, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Los resultados más relevantes que el 91% del alumnado pensaba que su nivel de salud se situaba en la escala buena o muy buena, frente a un 9% que estimaba un nivel regular, malo o muy malo, a partir de los 30 años, la apreciación de un nivel de salud regular o malo es más usual (23,7%) que en edades inferiores (5,1% de 26 a 29 años; 7,7% de 22 a 25 años; y, 8,2% de 18 a 21 años), el porcentaje medio de exceso de peso era del doble en varones (28,7%) que en sexo femenino (14,1%), el 66,2% manifiesta practicar ejercicio físico o deportes, mientras que un 33,8% manifiesta lo

contrario. Las conclusiones principales fue que el mayor porcentaje de estilos de vida poco saludables, del mismo modo se concluyó que durante el periodo universitario prefieren hábitos pocos saludables, como el consumo del tabaco, productos procesados, sedentarismo o alto consumo de alcohol, los cuales contribuyen a aumentar la mortalidad. (p.15)).

Arenas, J. (2017). En su trabajo de investigación titulado: *Plan de negocio para una microempresa de repostería con línea de productos para diabéticos*. (Tesis de maestría). Universidad Politécnico Nacional, Ciudad de México, México. (investigación de tipo cualitativa, el objetivo fue determinar la viabilidad de establecer en la Ciudad de México un negocio de alta repostería que ofrezca productos alternativos a las personas que padezcan diabetes y a las personas propensas a esta enfermedad, a través de un plan de negocio que resalta los aspectos comerciales y financieros, tuvo como muestra 76,465 clientes, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Los resultados más relevantes evidencia que el 0.4% de aproximadamente 76,465 personas con problemas de azúcar consumirá al menos 4 productos al mes, lo que acercará postres a las personas que limitan el consumo de este tipo de productos por cuestiones médicas. La conclusión principal fue que en el aspecto financiero la es recomendable la puesta en marcha del negocio ya que genera incrementos beneficios económicos, asimismo la aportación a la sociedad en términos de ofrecer productos alternativos para cubrir la necesidad de consumir postres sin representan un riesgo para la salud, hacen que este plan negocio sea atractivo para invertir. La ventaja de invertir en este negocio representa una ventaja mayor del "33%" de rentabilidad, respecto a la tasa de interés del 7% anual que presentan en promedio los productos de inversión ofertados en las principales instituciones de crédito e inversión.(p. 4)).

A nivel nacional

Palomares, L.(2014). En su trabajo de investigación titulado: *Pacientes diabéticos: barreras para mantener una alimentación saludable y actividad física diaria*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Mayor De San Marcos, Lima, Perú. (investigación de tipo cualitativo, fenomenológico, el objetivo fue determinar las barreras para conservar el consumo de alimentación nutritivas con la práctica de ejercicios diarios para diabéticos que acuden a centros endocrinólogos, tuvo como muestra 54 pacientes diabéticos, compensados, ambulatorios, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Los

resultados más relevantes evidencia que el 25% utilizan hipoglicemiantes, 6.5% se aplica solo insulina, 7.5 % utilizan hipoglicemiante e insulina y solo el 0.5 % realiza dieta. La conclusión principal fue que el mayor porcentaje de las barreras para mantener y preferir los ejercicios diarios en pacientes con diabetes se origina en el exceso de jornadas laborables y la falta de tiempo para preparar sus propios alimentos, la preferencia por ingerir o repetir grandes cantidades de platos en el almuerzo y/o cena; la preferencia por los dulces, harinas y grasas; el tener que almorzar o cenar fuera de sus hogares; la indisciplina alimenticia. (p. 5)).

Díaz, L. (2015). En su trabajo de investigación titulado: *Plan de marketing para la inserción de una bebida natural a base de yacón con piña, en el mercado de Lima, Perú.* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Cajamarca, Cajamarca, Perú. (investigación de tipo exploratorio, descriptivo cuantitativa y cualitativa, el objetivo fue realizar un plan de marketing en el mercado de Lima moderna a fin de evaluar la factibilidad de insertar una bebida nueva: yacón con piña, para fomentar el consumo interno de este producto, mediante un análisis interno y externo del mercado de Lima, con la finalidad de conocer el mercado, los clientes, competidores y productos sustitutos, tuvo como muestra de 100 personas mayores a 16 años, consumidores potenciales de Lima Moderna (Surco, La Molina, San Isidro, Miraflores, San Borja y San Isidro), se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Los resultados más relevantes evidencia que se encontró que existe demanda para este producto, el 31,1% de los encuestados compraría definitivamente, 25,5% una vez por semana y el 18,3% todos los días. La conclusión principal fue que el mayor porcentaje presenta en la diferenciación, por las características saludables de la bebida y única en el mercado. La bebida es un producto de introducción en el mercado, el precio fijado es alto porque se orienta a un segmento de mercado selectivo y además fijado en la imagen y calidad del producto. La distribución se realizará a través de los supermercados, minimarkets, hoteles categorizados, marcando estándares en el mercado de bebidas no alcohólicas y permitiendo la creación de una nueva categoría de productos Premium naturales y funcionales.(p. 7)).

Jiménez y Paz (2017). En su trabajo de investigación titulado: *Calidad de vida de pacientes del programa diabetes mellitus relacionado con su perspectivas espirituales. "Hospital Dos De Mayo.* (Tesis de pregrado). Universidad Privada Norbert Wiener, Lima, Perú. (Investigación de tipo cuantitativo, descriptivo, correlacional, transversal, el objetivo fue definir la relación entre Calidad de Vida y Perspectiva Espiritual de los diabéticos que acuden al Hospital Nacional Dos de Mayo, tuvo como muestra 54 pacientes, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Los resultados más relevantes evidencia que el 55.56% de los diabéticos presentan calidad de vida media y poco saludable en casi la tercera parte (29.63%), el 14.81% presenta calidad de vida saludable; el 66.67% de los diabéticos presentan una perspectiva espiritual media. La conclusión principal fue el mayor porcentaje en la calidad de vida de los pobladores que padecen de diabetes en la dimensión satisfacción es medianamente saludable (p.13)).

A nivel regional

Meza y Tapullima (2016). En su trabajo de investigación titulado: *Estado nutricional en pacientes con diabetes mellitus tipo 2 del consultorio externo de enfermedades no transmisibles del hospital apoyo Iquitos César Garayar García.* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional De La Amazonía Peruana, Iquitos, Perú.(investigación de tipo no experimental, descriptiva, correlacional y analítica, el objetivo principal fue correlacionar el estilo de vida de los diabéticos con el nivel nutricional, tuvo como muestra total de 132 pacientes, de los cuales 86 pertenecían al sexo femenino y 46 al sexo masculino, el rango de edades promedio es de 40 a 65 años en el Hospital Apoyo Iquitos "César Garayar García", se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Los resultados más relevantes evidencia que el 56.8% de diabéticos, se presentan glucosa de "70 a 145 mg/dl", el 36.4% presenta nivel de riesgo alto "> 160 mg/dl". La conclusión principal fue la existencia de la relación entre el estilo de vida y el nivel nutricional en diabéticos; por lo que se plasma en el nivel nutricional. (p. 7)).

Cahuaza y Del Águila (2016). En su trabajo de investigación titulado: *Comportamiento de compra y post compra del consumidor de filtrante de stevia en pacientes diabéticos de Es salud Iquitos, período 2015.* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional De La Amazonía

Peruana, Iquitos, Perú. (Investigación de tipo cuantitativo, descriptivo, observacional y transversal, el objetivo fue especificar el comportamiento de compra y post compra del consumidor que padece diabetes, acerca del te elaborado con estevia, que acuden a Es Salud de Iquitos, en el año 2014, tuvo como muestra 289 pacientes diabéticos, atendidos en el Hospital de Es Salud de Iquitos, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Los resultados más relevantes evidencia que el consumo significativo del té filtrante de Stevia, representado en un 45% de la población en estudio, frente a un 55% que aún no lo han consumido. El 37,9% del sexo femenino se habían realizado una mamografía y el 49,1% una prueba citológica. La conclusión principal fue que el mayor porcentaje en la percepción del consumidor frente al te filtrante de Stevia luego de haberlo consumido es positivo, es considerado de alto rendimiento, posee un sabor y aroma agradable, con efectos medicinales, que influencia en la continuidad de la compra y consumo de este producto. (p. 9)).

Haya y Paima (2012). En su trabajo de investigación titulado: *Calidad de vida en pacientes con diabetes mellitus tipo ii. programa diabetes mellitus. Hospital Es salud - II Tarapoto. Junio – Agosto 2012.* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional De San Martin, Tarapoto, Perú. (investigación de tipo descriptivo, con enfoque cuantitativo, el objetivo fue Identificar la calidad de vida y determinar la satisfacción con el tratamiento, tuvo como muestra 74 pacientes que cumplieron con los criterios de inclusión, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Los resultados más relevantes evidencia que el 73.0% de los diabéticos reciben tratamiento mixto, solo el 21.6% tratamiento vía oral y 5,4% se inyecta insulina. La conclusión principal fue que el mayor porcentaje en una inadecuada calidad de vida en pacientes diabéticos. (p. 5)).

1.3 Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Los Estilos de Vida

Su procedencia surge a culminación del siglo XIX y la principal contribución estuvieron ejecutadas por filósofos y sociólogos como Karl Marx y Max Weber, quienes brindaron una perspectiva social del estilo de vida, destacando los aspectos sociológicos, Marx define el estilo de vida como el resultado de las circunstancias sociales y económicas que son subyugados los sujetos.

Según Weber considera al estilo de vida conformado por 2 elementos: la conducta y oportunidades vitales; la primera es conceptualizada como las preferencias de los sujetos; mientras que las oportunidades hacen referencia a la posibilidad de realizar las preferencias basadas a su situación social y económica y determina la estratificación social (Abel, 1991, p. 1)

A principios del siglo XX, surge un aspecto personalista simbolizada por Alfred Adler con su Psicología Individual, originando una transición desde los aspectos socioeconómicos a los aspectos individuales de los estilos de vida. (Ansbacher,1967, Abel, 1991, p. 1)

A principios del año 1987 surgieron metodologías para construcción y validación de cuestionario y medir los estilos de vida de los pacientes diabéticos, tales como la DQOL(Diabetes Quality of Life), consta de 46 preguntas el impacto, satisfacción social de la Diabetes, Diabetes Attitude Scale, consta de 50 preguntas y mide actitudes, autocontrol e impacto; DTSQ, consta de 8 preguntas y mide la satisfacción y el control metabólico de la diabetes; DEP, consta de 110 preguntas y examina la relación entre control, enfermedad e impacto psicológico; Diabetes Care Profile, consta de 234 preguntas y mide factores psicológicos de la diabetes.(Abel, 1991, p. 1)

Según Arellano (2016) sostiene que Los Estilos de Vida es el comportamiento, manera de ser de los individuos en función a sus actitudes, nivel de ingreso, tradición, tendencia y resistencia al cambio, basados en aspectos sociales y socioeconómicos.(p. 1)

Según Rodríguez (2006), son las personas que tienen una misma cultura, clases sociales, niveles educativos, edades, se relacionada con la adquisición y uso de productos. Las dimensiones de vida según el autor son: Actividades (Trabajo, Tiempo de ocio, Acontecimiento sociales), Intereses familiares y laborales, opiniones, sobre aspectos sociales y políticos. (p. 2)

Según Carmona (2004), el estilo de vida es una construcción teórica complicado que tiene un rol principal en el estado de salud de pacientes diabéticos, contiene elementos como el tipo de alimentación, actividad física, consumo de tabaco y alcohol , así como el estrés. Carmona aplicó como instrumento de medición el cuestionario IMEVID para la medición

de los estilos de vida en pacientes que padecen de diabetes. Utilizó 7 dimensiones conteniendo 25 ítems, originando como resultado las clasificaciones de los estilos de vida: Favorable, desfavorable y poco favorable. Cada ítem presenta 3 alternativas de respuesta calificándose de 0, 2 y 4, donde el valor 4 representa la ponderación mayor deseable de cada ítem, para una calificación comprendida entre los rangos de 0 a 100. (p.1)

En el año 2003 surge el cuestionario IMEVID creado por López Carmona, instrumento para la medición del estilo de vida de pacientes que sufren diabetes, que ha sido creado para ayudar a los médicos a medir el estilo de vida en pacientes diagnosticada con diabetes tipo 2, consta de 25 preguntas y estructuradas en 7 dimensiones: Nutrición, Actividad Física, consumo de Tabaco, consumo de Alcohol, Información sobre diabetes, manejo de emociones y Adherencia terapéutica.

Los indicadores son un instrumento para proveer información, y se detallan de la siguiente manera:

1. La dimensión de Nutrición, contiene indicadores: Consumo de alimentos, Frutas, Verduras, Golosinas, Sal, Lugar donde consumo alimentos, Cantidad de repeticiones de consumo de alimentos.
2. La dimensión de Actividad Física: Frecuencia de realización de ejercicios, Sedentarismo, Actividades realizadas fuera del trabajo.
3. La dimensión de consumo de Tabaco: Nivel de consumo.
4. La dimensión de consumo de Alcohol: Nivel de consumo.
5. La dimensión de Información sobre diabetes: Peso, Presión arterial, Niveles de lípidos. Revisiones periódicas, Estilos de vida.
6. La dimensión de Manejo de emociones: Reacciones conductuales, Adaptación social.
7. La dimensión de Adherencia terapéutica: Ejercicio físico, Dieta, Administración de medicamentos

1.3.2. Preferencias del consumidor

Según Schiffman (2010) El estudio del comportamiento del consumidor en el ámbito de marketing surgió en 1950 cuando evoluciono la estrategia del marketing, haciendo que

los mercadólogos y especialistas del marketing comprendieran que el comportamiento del consumidor no solo se enfoca en los bienes y productos que compran, sino también del por qué, cuándo, con quién, cómo, motivos de compra, lugares, con cuánta frecuencia realizan estas compras.

El estudio del comportamiento del consumidor es interdisciplinario, por lo que a lo largo del tiempo ha ido evolucionando y han surgido diferentes teorías, disciplinas y enfoques científicos como económicos, psicoanalíticos, sociológicos.

Teoría Económica, según (Marshall J. 2010) “El origen de esta disciplina es que el individuo se encuentra en la búsqueda de la maximización de sus beneficios. La preferencia de compra del artículo está en relación al precio de éste, tratando de buscar el máximo rendimiento en la relación costo -beneficio en cada acción que realiza el individuo”.

Teoría Psicoanalítica, según (Freud, 2012) los productos se compran por los valores simbólicos como los impulsos irreflexivos (hambre, ansiedad, deseo sexual), ética y moral y las motivaciones del Individuo.

Teoría Del Aprendizaje: Según (Pavlov, 2012) los consumidores prefieren optar por productos de los que han aprendido de experiencias de los antepasados, es difícil cambiar las preferencias de marcas o compra de nuevos productos habituales que tiene el consumidor. El consumidor aprende a evaluar y distinguir todas las cualidades, bondades, ventajas y desventajas de un producto observando la publicidad o por experiencias, para poder seleccionar y elegir el producto de su preferencia.

Teoría Psicológico-Social: según (Veblen, 2012) autor de la teoría social del consumo, manifiesta que las preferencias de compra del individuo están motivadas por la búsqueda del prestigio y la necesidad de integrarse en los grupos sociales, como la cultura, familia, amigos, trabajo, adquiriendo productos que se encuentran en moda, para poder diferenciarse de otros.

Según Arellano (2002), manifiesta que el comportamiento del consumidor son las actividades internas o externas de los individuos para adquirir bienes o servicios que loguen

la satisfacción de sus necesidades; actividades externas como las preferencias de comprar y transportar un artículo y necesidades internas, fidelización de la marca de un artículo, dominio psicológico generada por la propaganda.

Según Mankiw (2012) define las Preferencias del Consumidor de un individuo o grupo de individuos que decide comprar o adquirir un producto para la satisfacción de sus necesidades basado en aspecto interno y externos, como la marca, precio.

El consumidor es el componente primordial en marketing, comercio, producción, es el sujeto que utiliza o consume finalmente el artículo, al determinar las estrategias de marketing.

Según (Wierenga, 1983) las preferencias del consumidor se evalúan en función a cuatro dimensiones como son: preferencia sensorial, conveniencia, salud y la satisfacción e intención de compra (p.76).

La dimensión sensorial que determina las preferencias de las cualidades de los artículos como la apariencia, el sabor, color, aroma, textura, olor, apariencia. La dimensión de conveniencia que identifica la comodidad para comprar, transportar, conservar, preparar o consumir el artículo. La preferencia de los beneficios del producto relacionados con la salud, que incorpora factores de: satisfacción, prevención o tratamiento del padecimiento de diabetes, alimentación nutricional y dietéticas. Resultados de los análisis a consumidores jóvenes demuestran preferencia a alimentación, considerando como principal aspecto el sensorial, segundo lugar la conveniencia o comodidad, y el factor nutricional que los alimentos contribuyen a la dieta. La dimensión de satisfacción e intención de compra, están relacionadas a las expectativas, experiencia de consumo, exclusividad, satisfacción del producto.

Según Garavito (2012) define las Preferencias del Consumidor determinada por las cantidades que el individuo consume cantidades superiores de un artículo o servicio, el cual estará inclinado a desistir a una cantidad cada vez mínima de otro producto. El individuo está presto a pagar a un precio menor por un artículo o producto cuanto más consume de ese artículo. El consumidor debe poder decidir qué productos prefiere, la cual le permitirá

obtener un mayor nivel de bienestar y busca maximizar su función de utilidad sujeta a su recta de presupuesto. El consumidor desea consumir un conjunto de bienes, dadas sus preferencias.

Los indicadores para medir las preferencias del consumidor se detallan a continuación:

1. La dimensión sensorial, tiene indicadores de Sabor, color, aroma, textura y apariencia.
2. La dimensión de conveniencia o commodities, tiene indicadores de comprar, transportar, preparar, conservar, consumir.
3. La dimensión de Salud, tiene indicadores de Salubridad, valor nutricional, efecto preventivo, efecto curativo, sabor, los beneficios del producto.
4. La dimensión de satisfacción e intención de compra, tiene sus indicadores de Expectativas, Experiencia de consumo, Exclusividad, satisfacción del producto.

Dimensión Sensorial: Dimensión que percibe los sentidos de los alimentos, integrada con la dimensión hedonista, que incluye las cualidades sensoriales del artículo como: sabor, color, aroma, textura o apariencia física. Estas cualidades físicas son distinguidas por el cliente al comprar el producto, en la cual el sabor es el principal atributo y ejercerá una gran influencia en la experiencia del consumo (Wierenga, 1983, p.76).

Dimensión de Conveniencia o Commodities: Está determinado por la comodidad en la conservación, preparación y consumo. Las preferencias se basan en productos ahorradores de tiempo que le permitan incrementar su necesidades y bienestar, usando para ello el menor tiempo posible. (Wierenga, 1983, p.76).

Dimensión de Salud: Las propiedades de la salubridad de un artículo se basan en diversos factores como el factor saludable, preventivo, curativo, confort, nutritivo y orgánico, son determinantes en la elección y alternativas de compra de un producto. (Wierenga, 1983, p.76).

Dimensión de satisfacción e intención de compra: La satisfacción representa una respuesta emocional por la expectativa de un producto, por lo que los individuos percibirán preferencias especiales en el consumo de un artículo específico, siempre y cuando satisfaga las expectativas, experiencia de consumo y exclusividad. (Wierenga, 1983, p.76).

1.4 Formulación del problema

Problema General:

¿Existe relación entre los estilos de vida y preferencias del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018?

Problemas específicos:

¿Determinar el estilo de vida en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018?

¿Determinar las preferencias del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018?

1.5 Justificación del estudio.

Para justificar la investigación realizada se plantea los siguientes aspectos:

Conveniencia: La investigación está justificada por la dimensión académica porque aborda la problemática de la salud que se presenta como una oportunidad de negocio para clientes diabéticos. Asimismo, sirve para contralor el síndrome metabólico en clientes diabéticos, ofrecer productos naturales, nutricionales, orgánicos, insumos: glucómetros, tensiómetros, jugos y extractos naturales a base de edulcorantes, comidas como almuerzos, cenas y postres para diabéticos, y una atención personalizada a domicilio para prevenir y controlar la diabetes con estilos de vida saludables, seguimiento y control del cliente a través de medición del peso, nivel de glucosa, niveles de lípidos, medición de presión arterial en su domicilio.

Relevancia social: Ayuda a mejorar la calidad de vida de los clientes diabéticos. Se beneficia a la comunidad del mercado de diabetes de la ciudad de Tarapoto, los investigadores, tendrán

una tienda especializada con productos naturales y servicios a domicilio, talleres de gimnasia física, rutinas de baile y caminatas recreativas al aire libre, hábitos de vida saludables en la comunidad, apoyo a los clientes que la padecen brindándoles seguimiento, asesoramiento para llevar una vida más saludable, utilizando productos nutricionales, suplementos alimenticios orgánicos, complementos vitamínicos. En su proyección social ayudará a disminuir la mortalidad por esta enfermedad.

Implicancias prácticas: Ayudan a elevar el sistema inmunológico, mejorar el rendimiento de la mente y reducir la sensación de fatiga, utilizando los avances de las tecnologías de información para dar el soporte tecnológico. Además Se ayudará a tener una mejora calidad de vida, generando rentabilidad, demostrando que se cuenta con un nicho de mercado para los clientes con diabetes y de este modo lograr el nivel de satisfacción en la población de Tarapoto.

Valor teórico: Con el desarrollo del estudio se demostrará la aplicación de variables que determinen la relación entre los estilos de vida y las preferencias del consumidor de los pacientes con diabetes en los clientes de Tarapoto, (Carmona,2004, p.1), y aprovechar un nuevo nicho de mercado y conocer las preferencias del consumo por parte de los clientes que pueden comprar en la casa del diabético, destinada a la comercialización de productos nutricionales naturales.

Utilidad metodológica: nos permite a utilizar científicamente los instrumentos para la recolección de la información y analizar los datos, además que nos permite medir los impactos, la rentabilidad y establecer los procesos para solución de los problemas de la investigación. También nos permite utilizar la herramienta para segmentar los mercados, medirlos, evaluarlo y establecer la mejoras y prevención para los clientes diabéticos.

1.6 Hipótesis

Hipótesis General:

Hi: Existe relación entre los estilos de vida y preferencias del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.

Hipótesis Específicas:

H1: El estilo de vida preferencias del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018, es alto.

H2: El nivel de preferencias del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto 2018, es alto.

1.7 Objetivos

Objetivo General

Establecer la relación entre los Estilos de vida y preferencias del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.

Objetivos Específicos

- Determinar los estilos de vida en los en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto 2018.
- Determinar el nivel de preferencias del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto 2018.

II. MÉTODO

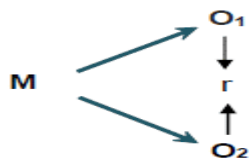
2.1 Tipo y Diseño de investigación.

Tipo de Investigación

El tipo de la investigación realizada es descriptiva-correlacional, que se describe el comportamiento en el entorno donde se desenvuelven las variables estilo de vida y preferencia del consumidor en el mercado de diabetes en el distrito de Tarapoto y posteriormente se determina la relación entre ambas.

Diseño de Investigación:

No Experimental, método Transversal y contiene la siguiente estructura:



Dónde:

M: El mercado de diabetes en el distrito de Tarapoto durante el periodo 2018

O1: Estilo de vida

O2: Preferencias del consumidor

r: Coeficiente de Correlación

2.2 Variables, operacionalización.

Variable

O1: Estilo de vida

O2: Preferencias del consumidor

Operacionalización

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Estilo de Vida edición	El estilo de vida es una construcción teórica complicado que tiene un rol principal en el estado de salud de pacientes diabéticos, contiene elementos como el tipo de alimentación, actividad física, consumo de tabaco y alcohol , así como el estrés (Carmona, 2004).	Se medirá los estilos de vida en el mercado de diabetes a través de un cuestionario en el distrito de Tarapoto	Nutrición	Consumo de alimentos, Frutas, Verduras, Golosinas, Sal, Lugar donde consumo alimentos, Cantidad de repeticiones de consumo de alimentos	Escala Ordinal
			Actividad Física	Frecuencia de realización de ejercicios, Sedentarismo, Actividades realizadas fuera del trabajo	
			Consumo de Tabaco	Nivel de consumo	
			Consumo de alcohol	Nivel de consumo	
			Información sobre diabetes	Peso Tensión arterial Niveles de lípidos Revisiones periódicas Estilos de vida	
			Manejo de Emociones	Reacciones conductuales Adaptación social	
			Adherencia terapéutica	Ejercicio físico Dieta Administración de medicamentos	

Preferencias del consumidor	Individuos que compran o adquieren un artículo para la satisfacción de sus necesidades basado en factores internos y externas, como la marca, precio. (Gregory Mankiw , 2012)	Se medirá las preferencias del consumidor en el mercado de diabetes aplicando un cuestionario en el distrito de Tarapoto	Preferencia sensorial	Sabor Color Aroma Textura apariencia	Escala Ordinal
			Conveniencia o Comodities	Comprar Transportar Preparar conservar	
			Salud	consumir Salubridad Valor Nutricional Efecto preventivo Efecto curativo Expectativas	
			Satisfacción e intención	Experiencia de consumo Exclusividad Satisfacción del producto	

2.3 Población y muestra

Población

La población está conformada por **3879** clientes. Para determinar la muestra se utilizará el Muestreo aleatorio simple.

Muestra

Se ha seleccionado un muestreo probabilístico aleatorio simple porque permite seleccionar un grupo de clientes de una población más grande y se adapta muy bien al tipo de problema de diabéticos, que se considera en las dimensiones de ambas variables y está conformada por **94** clientes del distrito de Tarapoto durante el periodo 2018.

La muestra se establecerá mediante la fórmula estadística:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Z	1.96
N	3879
p	0.5
q	0.5
&	0.1
n	94

n= 94

Criterios de selección

Criterios de Inclusión: Los pacientes que padecen de diabetes de tipo II, Nosocomios de salud, asociaciones de diabéticos y tiendas especializadas de venta de productos naturales, dirección regional de salud en los últimos 2 años

Criterios de Exclusión: Tiendas que venden productos químicos, instituciones de salud que no estén de acuerdo con los estilos de vida que se propone en el proyecto.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

Técnica

Se utiliza la técnica de la encuesta para la recopilación de información, conteniendo ítems o enunciados que debe ser valorado por el entrevistado de acuerdo a una escala ordinal.

Instrumentos

Se aplicó como instrumento el **Cuestionario IMEVID**, aplicando las dimensiones para la variable de estilos de vida, las cuales lo define en 7 dimensiones nutrición, actividad física, consumo de tabaco, consumo de alcohol, información sobre diabetes, manejo de emociones y adherencia terapéutica, por parte de todos los segmentos de la población, definiendo 28 ítems, para la dimensión nutrición, se construyó 9 ítems, para dimensión actividad física se construyó 6 ítems, para dimensión consumo de tabaco se construyó 2 ítems, para dimensión consumo de alcohol, se construyó 2 ítems, para dimensión información sobre diabetes, se construyó 2 ítems, para dimensión manejo de emociones se construyó 3 ítems y la dimensión adherencia terapéutica 4 ítems.

Para la variable preferencias del consumidor, se elaboró la encuesta de aplicando el modelo del autor Wierenga, quien definieron 4 dimensiones nutrición, Conveniencia o comodities, Salud y Satisfacción e intención de compra. Se determinó 22 ítems en total. En la dimensión nutrición, se construyó 5 ítems, Conveniencia o comodities se construyó 3 ítems, Salud se construyó 3 ítems y Satisfacción e intención de compra se construyó 11 ítems.

Para ambos instrumentos la escala de medición es ordinal del 1 a 5, tal como se detalla: (1= Totalmente en desacuerdo, 2= En desacuerdo, 3=Indiferente, 4= De acuerdo, 5= Totalmente de acuerdo.)

Validez

Se determinó la validez de los instrumentos utilizando la técnica de Juicio de Expertos identificando y sistematizando la opinión de tres expertos locales:

Mg. Walter Saucedo Vega, Ingeniero de Sistemas, experto en Estadística.

Mg. Katia Alejandro Dávalos La Torre, Psicóloga, experto en la Elaboración de Instrumentos.

Mg. Ivo Encomenderos Bancallán Economista, experto en Metodología de Investigación.

Confiabilidad

CUESTIONARIO ESTILOS DE VIDA

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	48	96,0
	Excluido^a	2	4,0
	Total	50	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,700	28

CUESTIONARIO PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR

ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	50	100,0
	Excluido ^a	0	,0
Total		50	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,714	22

2.5 Métodos de análisis de datos

La analización de los datos se obtuvo con la utilización del software IBM SPSS versión 25, que permitió generar tablas y gráficos y la correlación estadística. El cuestionario de estilos de vida y preferencias del consumidor permitió recoger información de las dimensiones en donde se recogió información que el nivel del estilo de vida y las preferencias del consumidor es “medio”, estos datos permitió realizar mediante tablas de frecuencia y gráficos circulares con sus correspondientes descripciones.

Para la medición de la variable “**estilos de vida**” se tomó como referencia la prueba de Stanones y se establecieron los niveles de “alto”, “medio” y “bajo”, de acuerdo al siguiente puntaje (rangos):

Nivel bajo : 28 a 88 puntos

Nivel medio: 89 a 110 puntos

Nivel alto : 111 a 140 puntos

Esta variable se trabajó con ítems positivos y la calificación se hizo con la siguiente escala:

Totalmente en desacuerdo = 1
En desacuerdo = 2
Indiferente = 3
De acuerdo = 4
Totalmente de acuerdo = 5

Cantidad de **ítems** utilizados: 28.

Para la medición de la variable “**preferencias del consumidor**” se tomó como referencia la prueba de Stanones y se establecieron los niveles de “**alto**”, “**medio**” y “**bajo**”, de acuerdo al siguiente puntaje (rangos):

Nivel bajo : 22 a 73 puntos
Nivel medio : 74 a 89 puntos
Nivel alto : 90 a 110 puntos

Esta variable se trabajó con ítems positivos y la calificación se hizo con la siguiente escala:

Totalmente en desacuerdo = 1
En desacuerdo = 2
Indiferente = 3
De acuerdo = 4
Totalmente de acuerdo = 5

Cantidad de **ítems** utilizados: 22

La correlación entre las variables se determinó utilizando el coeficiente de contingencia Chi – cuadrado de Pearson (X^2), prueba estadística para evaluar hipótesis acerca de la relación entre dos variables cualitativas correspondiente a un nivel de medición ordinal. Se inicia de la conjetura de que las variables no están relacionadas.

H₀: Independencia de las variables

H1: variables relacionadas

2.6 Aspectos éticos

Se solicitó la autorización para aplicación del cuestionario a los pacientes diabéticos de ESSALUD del distrito de Tarapoto, para la recolección de la información, la cual fue voluntaria y se realizó la encuesta sólo a aquellos pacientes que dieron su consentimiento. La encuesta fue de carácter de anónima.

III. RESULTADOS

3.1 Nivel de estilos de vida en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.

A continuación, se muestra información sobre los estilos de vida en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.

Tabla 1

Niveles de aceptación de la dimensión nutrición, correspondiente a la variable estilos de vida del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	23	24,5	24,5
	Medio	50	53,2	77,7
	Alto	21	22,3	100,0
	Total	94	100,0	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

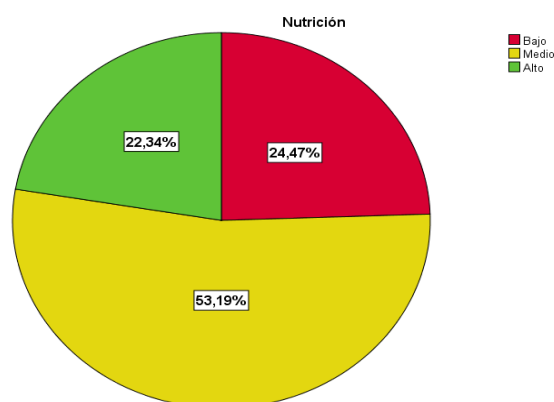


Figura 1. *Niveles de aceptación de la dimensión nutrición, correspondiente a la variable estilos de vida del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018*

Fuente: Niveles de aceptación de la dimensión nutrición, correspondiente a la variable estilos de vida del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.

Interpretación: De las 94 personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, el 24.47% califica los niveles de nutrición como bajo, el 53.19% lo califica como medio y el 22.34%, lo califica como alto.

Tabla 2

Niveles de aceptación de la dimensión actividad física, correspondiente a la variable estilos de vida del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	28	29,8	29,8	29,8
	Medio	50	53,2	53,2	83,0
	Alto	16	17,0	17,0	100,0
	Total	94	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

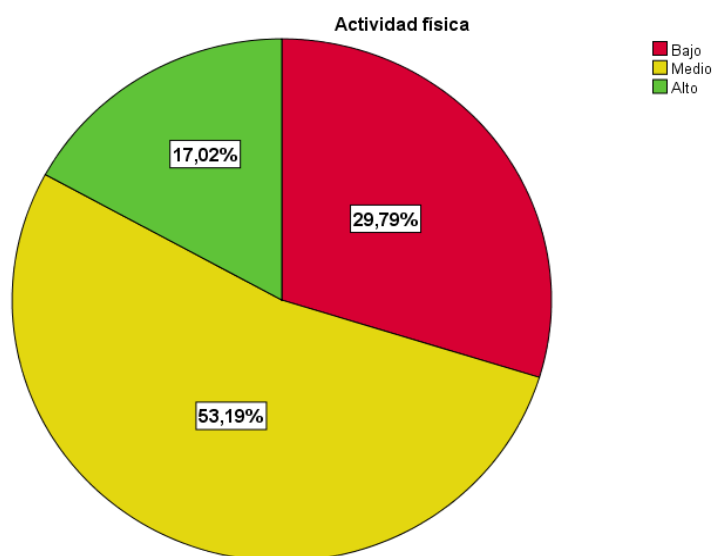


Figura 2. *Niveles de aceptación de la dimensión actividad física, correspondiente a la variable estilos de vida del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018*

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

Interpretación: De las 94 personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, el 29.79% califica a la dimensión actividad física como bajo, el 53.19% lo califica como medio y el 17.02% lo califica alto.

Tabla 3

Niveles de aceptación de la dimensión consumo de tabaco, correspondiente a la variable estilos de vida del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	11	11,7	11,7	11,7
Válido Medio	83	88,3	88,3	100,0
Total	94	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

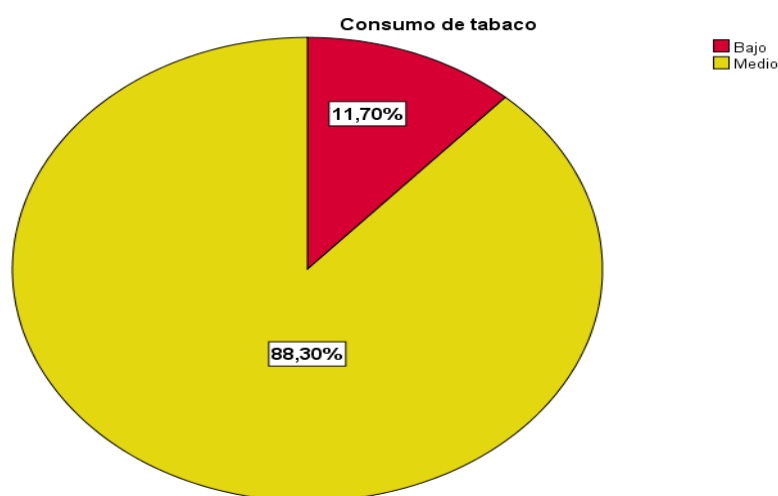


Figura 3. *Niveles de aceptación de la dimensión consumo de tabaco, correspondiente a la variable estilos de vida del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.*

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

Interpretación: De las 94 personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, el 11.7% califica a la dimensión consumo de tabaco como bajo y el 88.3% lo califica como medio

Tabla 4

Niveles de aceptación de la dimensión consumo de alcohol, correspondiente a la variable estilos de vida del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	30	31,9	31,9	31,9
Válido Medio	64	68,1	68,1	100,0
Total	94	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

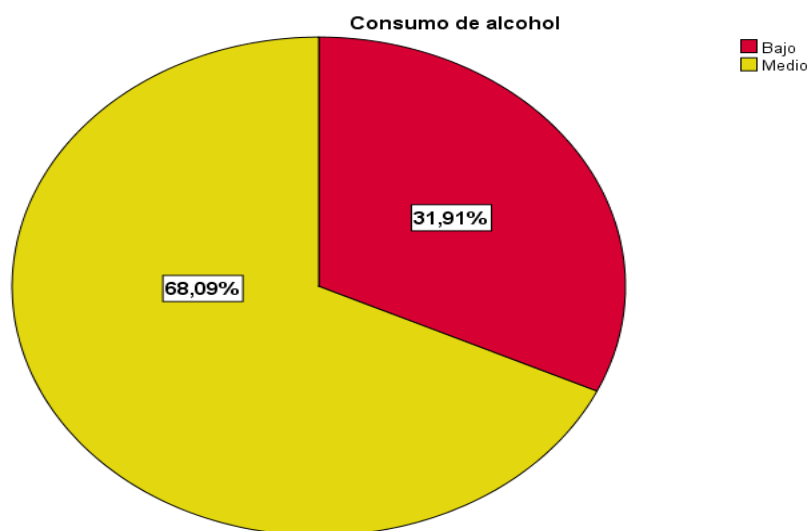


Figura 4. *Niveles de aceptación de la dimensión consumo de alcohol, correspondiente a la variable estilos de vida del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018*

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

Interpretación: De las 94 personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, el 31.90% califica a la dimensión consumo de alcohol como bajo y el 68.09% lo califica como alto.

Tabla 5

Niveles de aceptación de la dimensión información sobre diabetes, correspondiente a la variable estilos de vida del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	28	29,8	29,8
	Medio	53	56,4	86,2
	Alto	13	13,8	100,0
	Total	94	100,0	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

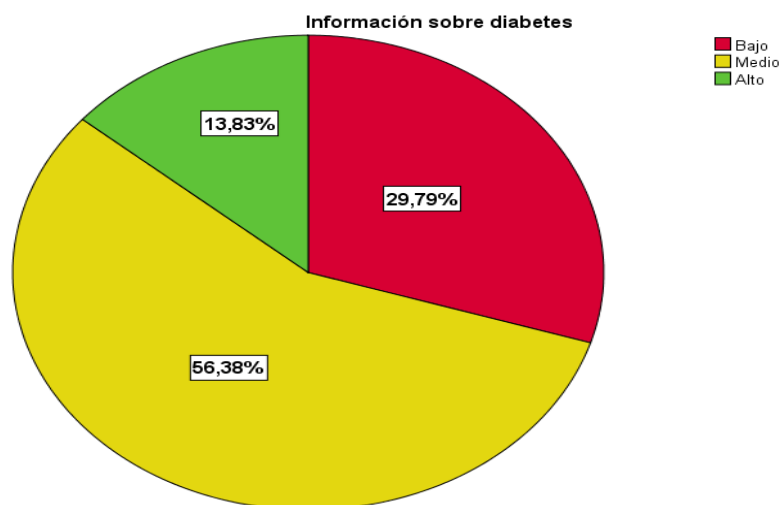


Figura 5. *Niveles de aceptación de la dimensión información sobre diabetes, correspondiente a la variable estilos de vida del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018*

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

Interpretación: De las 94 personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, el 29.79% califica a la dimensión información sobre diabetes como bajo, el 56.38% lo califica como medio y el 13.83% lo califica alto.

Tabla 6

Niveles de aceptación de la dimensión manejo de emociones, correspondiente a la variable estilos de vida del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	26	27,7	27,7	27,7
	Medio	50	53,2	53,2	80,9
	Alto	18	19,1	19,1	100,0
	Total	94	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

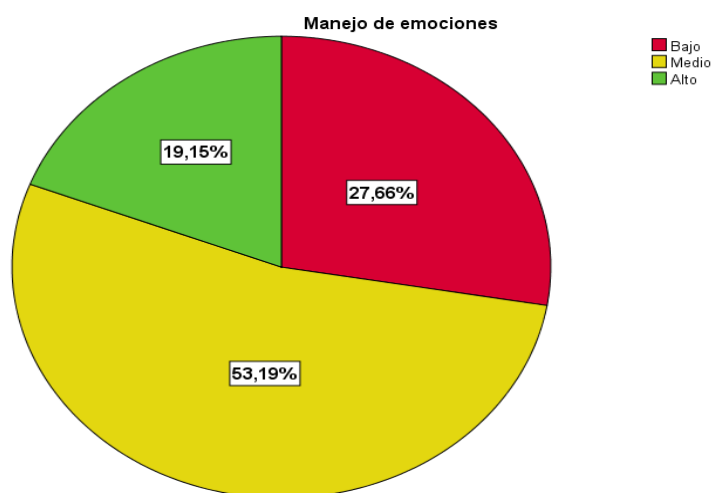


Figura 6. *Niveles de aceptación de la dimensión manejo de emociones, correspondiente a la variable estilos de vida del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018*

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

Interpretación: De las 94 personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, el 27.66% califica a la dimensión manejo de emociones como bajo, el 53.19% lo califica como medio y el 19.15% lo califica alto.

Tabla 7

Niveles de aceptación de la dimensión adherencia terapéutica, correspondiente a la variable estilos de vida del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	33	35,1	35,1	35,1
	Medio	40	42,6	42,6	77,7
	Alto	21	22,3	22,3	100,0
	Total	94	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

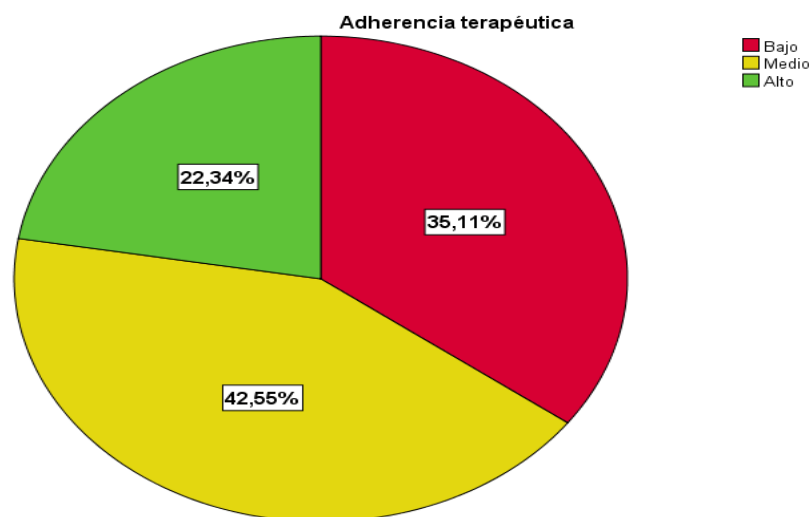


Figura 7. *Niveles de aceptación de la dimensión adherencia terapéutica, correspondiente a la variable estilos de vida del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018*

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

Interpretación: De las 94 personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, el 35.11% califica a la dimensión adherencia terapéutica como bajo, el 42.55% lo califica como medio y el 22.34% lo califica alto.

Tabla 8

Frecuencias de la variable estilos de vida (%).

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	18	19,1	19,1	19,1
	Medio	58	61,7	61,7	80,9
	Alto	18	19,1	19,1	100,0
	Total	94	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada sobre estilos de vida en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto.

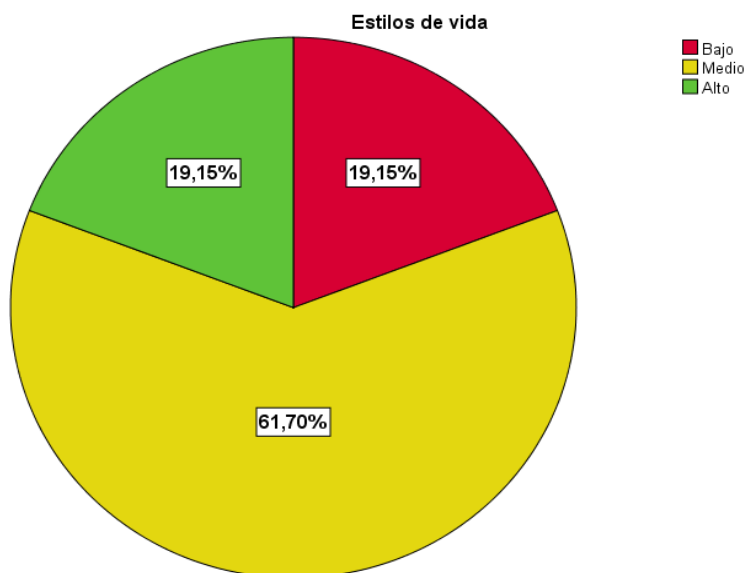


Figura 8. *Frecuencias de la variable estilos de vida (%) en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018*

Fuente: Frecuencias de la variable estilos de vida (%)

Interpretación: De las 94 personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, el 19.15% califican los estilos de vida como bajo, el 61.7% lo califican como medio y el 19.15% lo califican como alto.

Tabla 9*Frecuencias de la variable “estilos de vida” por dimensiones (%)*

Dimensiones		Recuento	% de N columnas
Nutrición	Bajo	23	24,5%
	Medio	50	53,2%
	Alto	21	22,3%
Actividad física	Bajo	28	29,8%
	Medio	50	53,2%
	Alto	16	17,0%
Consumo de tabaco	Bajo	11	11,7%
	Medio	83	88,3%
	Alto	0	0,0%
Consumo de alcohol	Bajo	30	31,9%
	Medio	64	68,1%
	Alto	0	0,0%
Información sobre diabetes	Bajo	28	29,8%
	Medio	53	56,4%
	Alto	13	13,8%
Manejo de emociones	Bajo	26	27,7%
	Medio	50	53,2%
	Alto	18	19,1%
Adherencia terapéutica	Bajo	33	35,1%
	Medio	40	42,6%
	Alto	21	22,3%

Fuente: Encuesta aplicada sobre estilos de vida en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto.

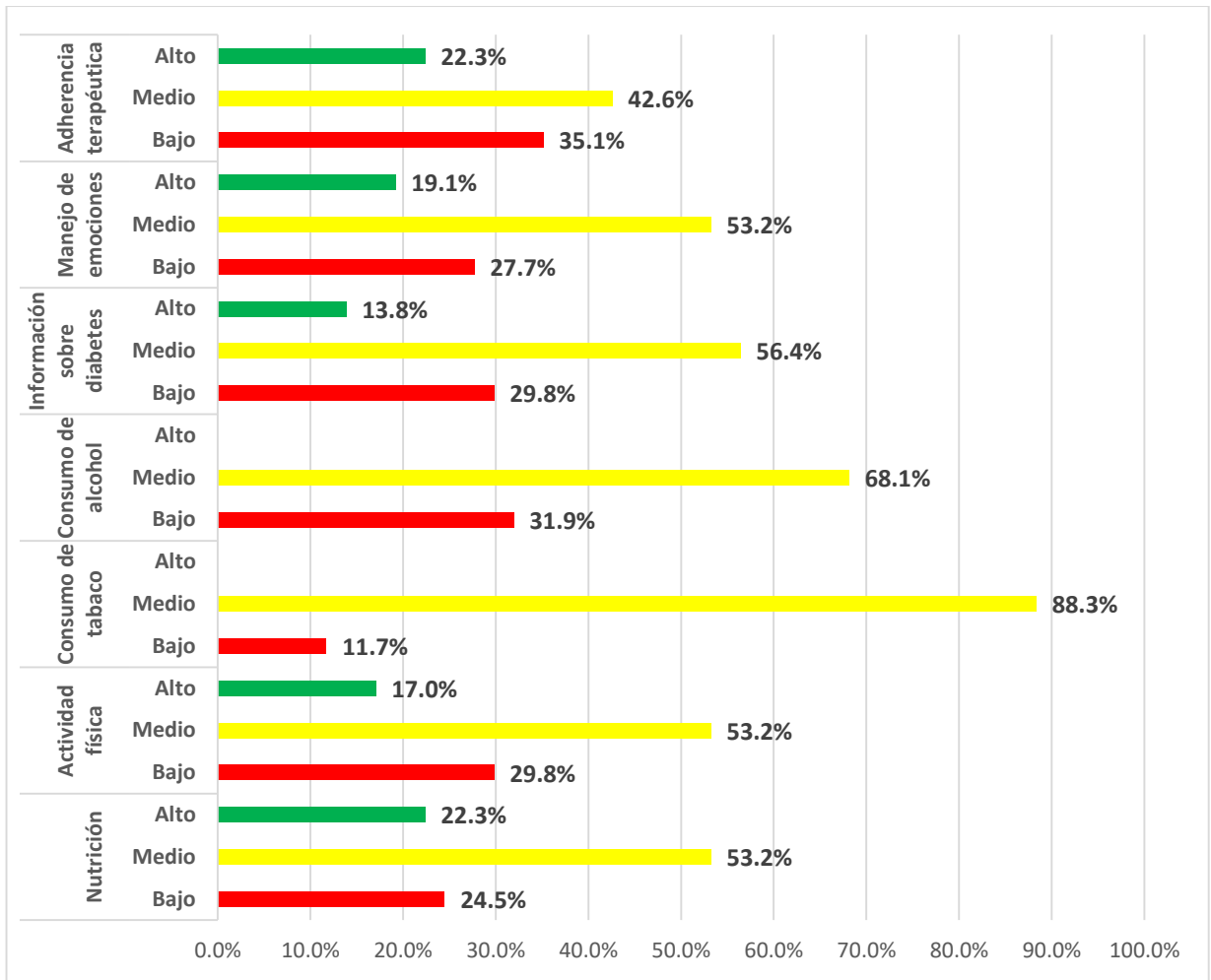


Figura 9. Frecuencias de la variable “estilos de vida” por dimensiones (%) en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018

Fuente: Frecuencias de la variable “estilos de vida” por dimensiones (%)

Interpretación: De las 94 personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, en la variable estilos de vida, en sus dimensiones: nutrición, actividad física, consumo de tabaco, consumo de alcohol, información sobre diabetes, manejo de emociones, adherencia terapéutica. Con respecto a la dimensión nutrición, el 24.5% opina que es de nivel bajo, el 53.2% opina que es de nivel medio y el 22.3% opina que es de nivel alto. Con respecto a la dimensión actividad física, el 29.8% opina que el nivel es bajo, el 53.2% opina que el nivel es medio y el 17% opina que el nivel es alto. Con respecto a la dimensión consumo de

tabaco, el 11.7% opina que es de nivel bajo, el 88.3% opina que es de nivel medio y el 0% opina que es de nivel alto. Con respecto a la dimensión consumo de alcohol, el 31.9% opina que el nivel es bajo, el 68.1% opina que el nivel es medio y el 0% opina que el nivel es alto. Con respecto a la dimensión información sobre diabetes, el 29.8% opina que es de nivel bajo, el 56.4% opina que es de nivel medio y el 13.8% opina que es de nivel alto. Con respecto a la dimensión manejo de emociones, el 27.7% opina que el nivel es bajo, el 53.2% opina que el nivel es medio y el 19.1% opina que el nivel es alto. Con respecto a la dimensión adherencia terapéutica, el 35.1% opina que es de nivel bajo, el 42.6% opina que es de nivel medio y el 22.3% opina que es de nivel alto.

3.2 Nivel de preferencia del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.

A continuación, se muestra información sobre las preferencias del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.

Tabla 10

Frecuencias de la variable preferencias del consumidor (%)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	22	23,4	23,4	23,4
	Medio	50	53,2	53,2	76,6
	Alto	22	23,4	23,4	100,0
	Total	94	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada sobre preferencias del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto.

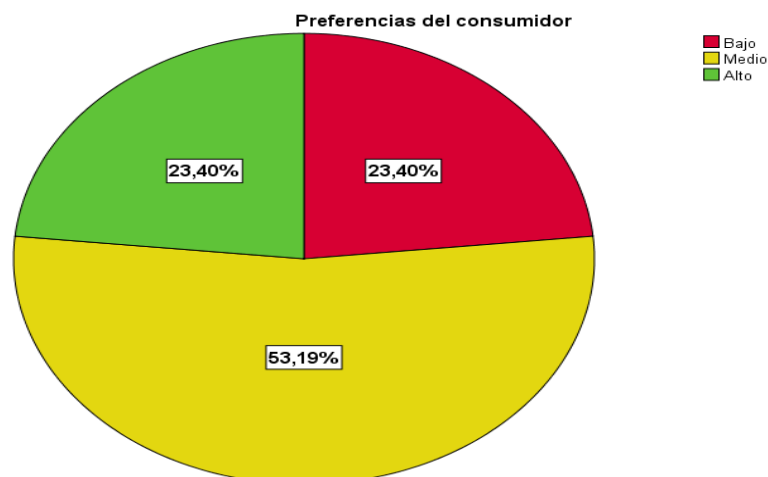


Figura 10. Frecuencias de la variable preferencias del consumidor (%) en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.

Fuente: Frecuencias de la variable preferencias del consumidor (%)

Interpretación: De las 94 personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, el 23.40% califican la preferencia del consumidor como bajo, el 53.19% lo califican como medio y el 23.4% lo califican como alto.

Tabla 11

Frecuencias de la variable “preferencias del consumidor” por dimensiones (%)

Dimensiones		Recuento	% de N columnas
Preferencia sensorial	Bajo	26	27,7%
	Medio	50	53,2%
	Alto	18	19,1%
Conveniencia o Comodities	Bajo	16	17,0%
	Medio	59	62,8%
	Alto	19	20,2%
Salud	Bajo	27	28,7%
	Medio	55	58,5%
	Alto	12	12,8%
Satisfacción e intención	Bajo	16	17,0%
	Medio	59	62,8%
	Alto	19	20,2%

Fuente: Encuesta aplicada sobre preferencias del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto.

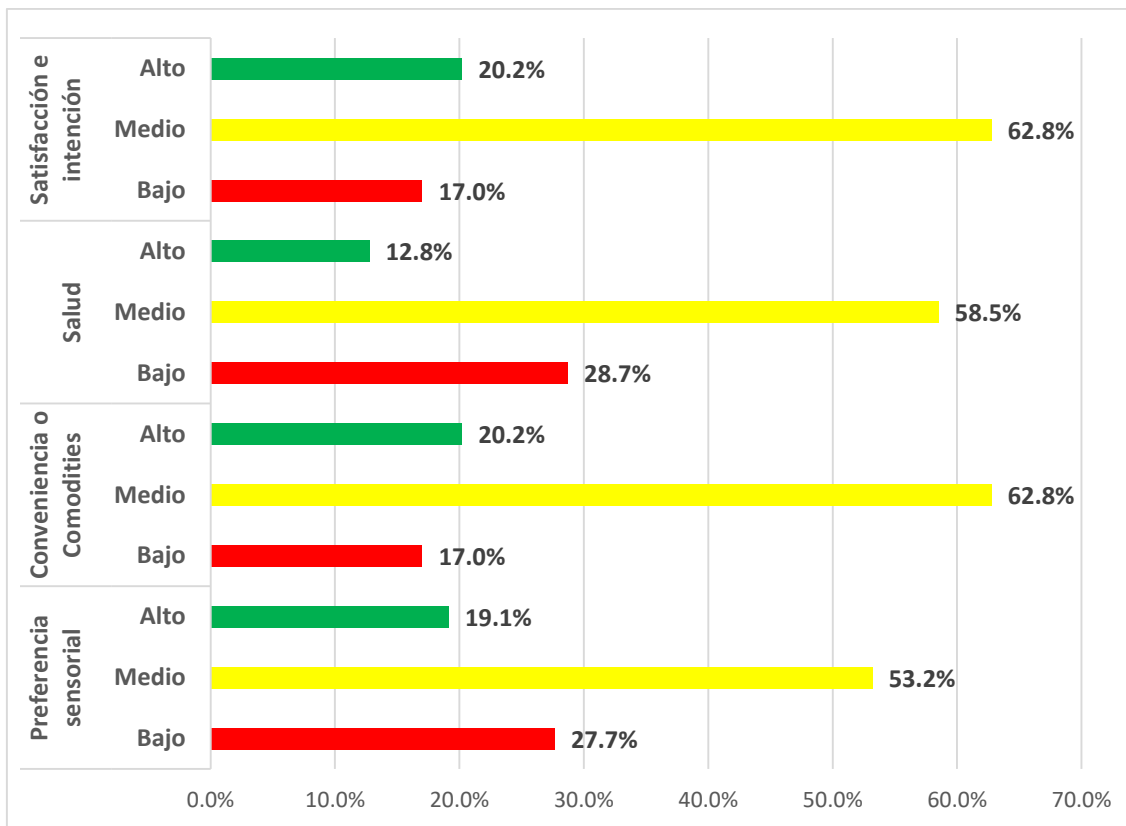


Figura 11. Frecuencias de la variable “preferencias del consumidor” por dimensiones (%) en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018

Fuente: Frecuencias de la variable “preferencias del consumidor” por dimensiones (%)

Interpretación: De las 94 personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, en la variable preferencias del consumidor, en sus dimensiones: preferencia sensorial, conveniencia, salud, satisfacción e intención. Con respecto a la dimensión preferencia sensorial, el 27.7% opina que es de nivel bajo, el 53.2% opina que es de nivel medio y el 19.1% opina que es de nivel alto. Con respecto a la dimensión conveniencia, el 17% opina que el nivel es bajo, el 62.8% opina que el nivel es medio y el 20.2% opina que el nivel es alto. Con respecto a la dimensión salud, el 28.7% opina que es de nivel bajo, el 58.5% opina que es de nivel medio y el 12.8% opina que es de nivel alto. Con respecto a la dimensión satisfacción e intención, el 17% opina que el nivel es bajo y el 62.8% opina que el nivel es medio.

Tabla 12

Niveles de aceptación de la dimensión preferencia sensorial, correspondiente a la variable preferencias del consumidor, en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	26	27,7	27,7	27,7
	Medio	50	53,2	53,2	80,9
	Alto	18	19,1	19,1	100,0
	Total	94	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

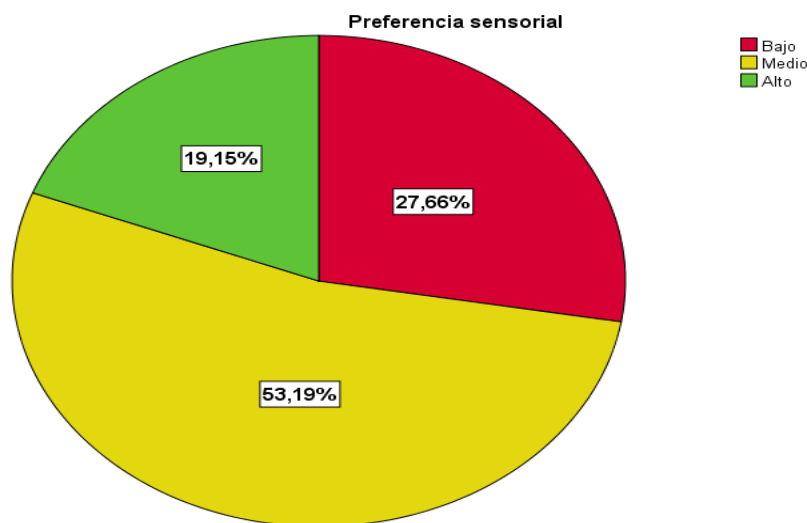


Figura 12. *Niveles de aceptación de la dimensión adherencia terapéutica, correspondiente a la variable preferencias del consumidor, en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018*

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

Interpretación: De las 94 personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, el 27.66% califican la preferencia sensorial como bajo, el 53.19% lo califican como medio y el 19.15% lo califican como alto.

Tabla 13

Niveles de aceptación de la dimensión conveniencia o comodities, correspondiente a la variable preferencias del consumidor, en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	16	17,0	17,0	17,0
	Medio	59	62,8	62,8	79,8
	Alto	19	20,2	20,2	100,0
	Total	94	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

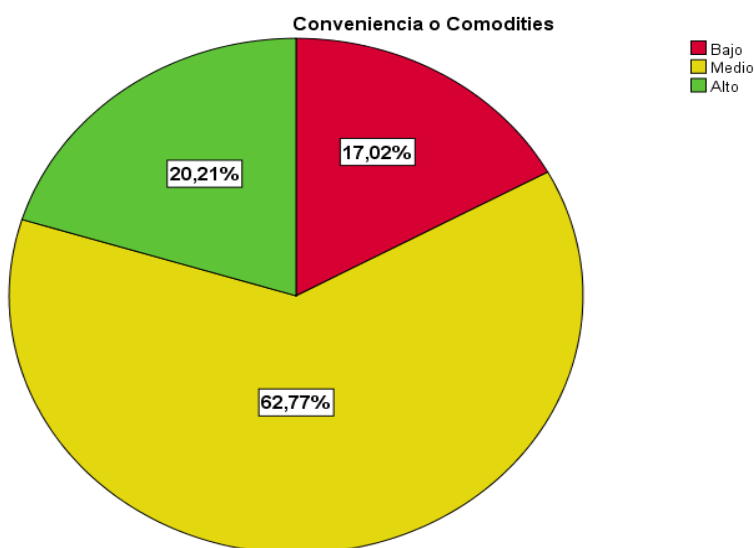


Figura 13. *Niveles de aceptación de la dimensión conveniencia o comodities, correspondiente a la variable preferencias del consumidor, en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018*

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

Interpretación: De las 94 personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, el 17.02% califican la conveniencia o comodities como bajo, el 62.77% lo califican como medio y el 20.21% lo califican como alto

Tabla 14

Niveles de aceptación de la dimensión salud, correspondiente a la variable preferencias del consumidor, en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	27	28,7	28,7	28,7
	Medio	55	58,5	58,5	87,2
	Alto	12	12,8	12,8	100,0
	Total	94	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

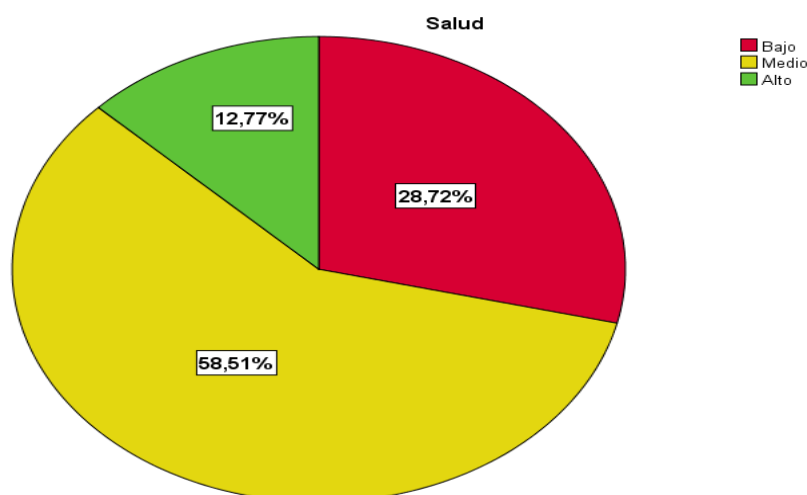


Figura 14. *Niveles de aceptación de la dimensión salud, correspondiente a la variable preferencias del consumidor, en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018*

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

Interpretación: De las 94 personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, el 28.72% califican a la dimensión salud como bajo, el 58.51% lo califican como medio y el 12.77% lo califican como alto.

Tabla 15

Niveles de aceptación de la dimensión satisfacción e intención, correspondiente a la variable preferencias del consumidor, en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	16	17,0	17,0	17,0
	Medio	59	62,8	62,8	79,8
	Alto	19	20,2	20,2	100,0
	Total	94	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

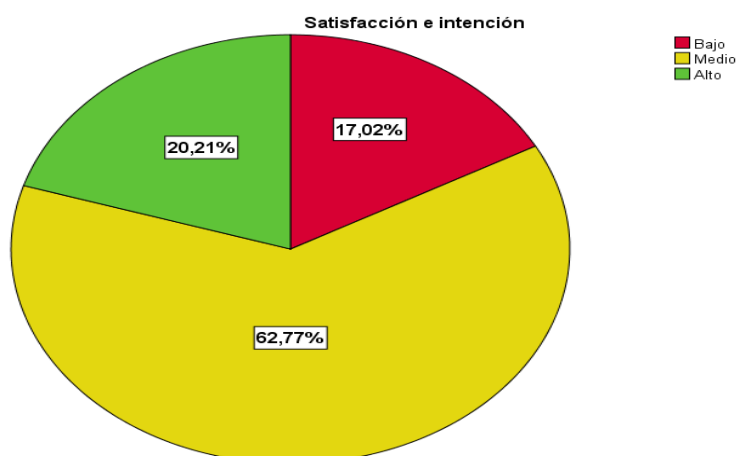


Figura 15. *Niveles de aceptación de la dimensión satisfacción e intención, correspondiente a la variable preferencias del consumidor, en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018*

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

Interpretación: De las 94 personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, el 17.02% califican la satisfacción e intención como bajo, el 62.77% lo califican como medio y el 20.21% lo califican como alto.

Prueba de Hipótesis específicas

En el marco de la investigación se planteó las siguientes hipótesis específicas:

H1: El estilo de vida en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018, es bueno.

Tabla 16

Nivel de estilos de vida de personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, 2018

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	18	19,1	19,1	19,1
	Medio	58	61,7	61,7	80,9
	Alto	18	19,1	19,1	100,0
	Total	94	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

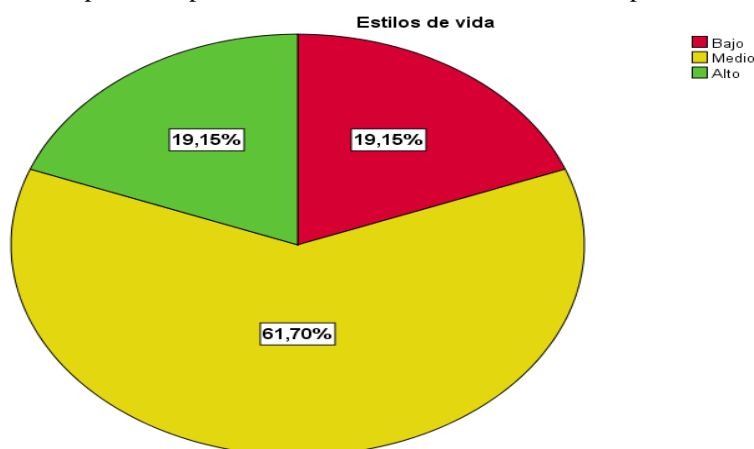


Figura 16. *Nivel de estilos de vida de personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, 2018*

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

Interpretación: De las 94 personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, el 19.15% de ellas, tienen un estilo de vida de nivel bajo, el 61.7%, tienen un estilo de vida de nivel medio y el 19.15%, alto. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis específica y se concluye que el estilo de vida en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018, no es alto, porque en su mayoría opinan que el nivel de estilo de vida es medio.

Prueba de Hipótesis específicas

En el marco de la investigación se planteó las siguientes hipótesis específicas:

H2: El nivel de preferencias del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto 2018, es alto.

Tabla 17

Nivel de preferencias del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	66	70,2	70,2	70,2
	Bajo	28	29,8	29,8	100,0
	Total	94	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

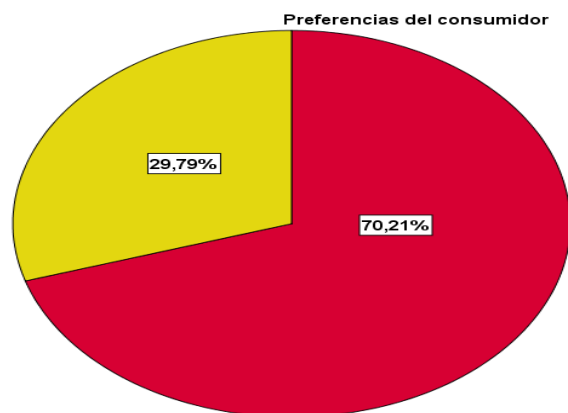


Figura 17. *Nivel de preferencias del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018*

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

Interpretación: De las 94 personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, el 70.21% de ellas, tienen un nivel medio de preferencias respecto a los productos naturales para la diabetes y el 29.79% tienen un nivel bajo. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis específica, concluyendo que el nivel de preferencias del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto 2018, no es alto, porque en su mayoría opinan que el nivel de preferencias respecto a productos naturales es medio.

Prueba de Hipótesis general

Tabla 18

Prueba de Hipótesis general

Tabla cruzada Estilos de vida*Preferencias del consumidor				
		Bajo	Medio	Total
Estilos de vida	Recuento	13	5	18
	Recuento esperado	12,6	5,4	18,0
	% dentro de	19,7%	17,9%	19,1%
Bajo	Preferencias del consumidor			
	Recuento	47	11	58
	Recuento esperado	40,7	17,3	58,0
Medio	% dentro de	71,2%	39,3%	61,7%
	Preferencias del consumidor			
	Recuento	6	12	18
Alto	Recuento esperado	12,6	5,4	18,0
	% dentro de	9,1%	42,9%	19,1%
	Preferencias del consumidor			
Total	Recuento	66	28	94
	Recuento esperado	66,0	28,0	94,0
	% dentro de	100,0%	100,0%	100,0%
	Preferencias del consumidor			

Tabla 19*Prueba de chi-cuadrado*

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	14,988 ^a	2	0,001
Razón de verosimilitud	13,973	2	,001
Asociación lineal por lineal	6,439	1	,011
N de casos válidos	94		

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 5,36.

Como p-valor es $0.001 < 0.05$, se rechaza la hipótesis nula, por lo tanto, se concluye que hay suficiente evidencia que “existe relación entre los estilos de vida y preferencias del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018”

En el marco de la investigación se planteó la siguiente hipótesis general:

Hi: Existe relación entre los estilos de vida y preferencias del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.

Ho: No existe relación entre los estilos de vida y preferencias del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.

Tabla 20

Relación entre las variables

RELACIÓN	X ² _C	g.l.	X ² _T	Significancia (p < 0.05)
Procedimientos administrativos y Eficiencia en ejecución de proyectos	14.988	4	9.488	Si

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

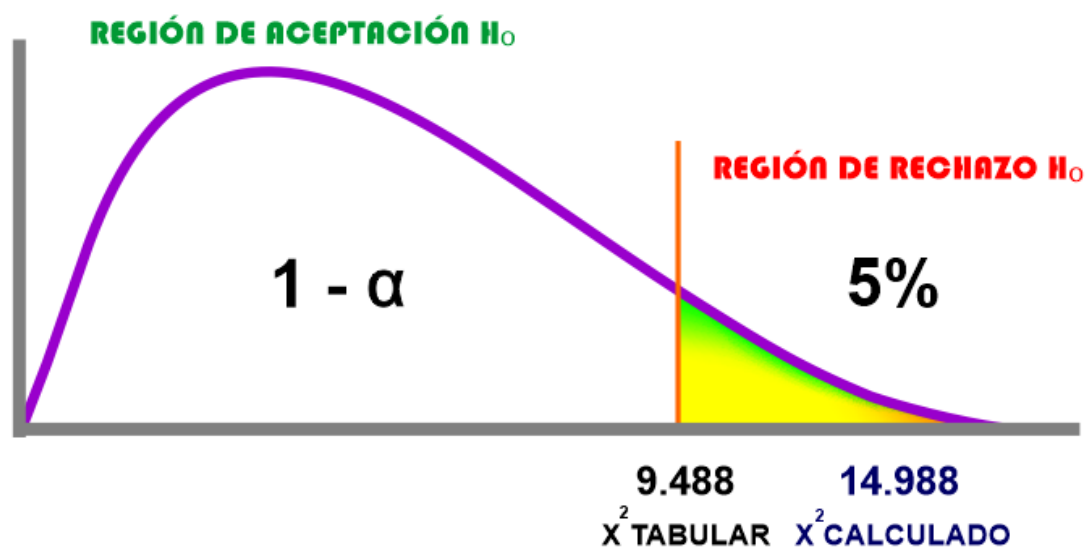


Figura 18. *Campana de Gauss*

Interpretación:

La Tabla 20 y figura 18, muestran que X² calculado (14.988) > X² tabulado (9.488), la cual se ubica en la región de rechazo de la hipótesis nula (H₀); en consecuencia, se concluye que sí existe relación significativa (p < 0,05) entre los estilos de vida y preferencias del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018

IV. DISCUSIÓN.

En relación a los estilos de vida en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto 2018, se consolida la teoría de Carmona (2004), la cual la describe como una construcción teórica complicado que tiene un rol principal en el estado de salud de pacientes diabéticos, variable que es precisada por siete dimensiones, aplicadas a este trabajo de investigación, observándose en el proceso de recojo de información datos característicos específicos como por ejemplo en la dimensión nutrición se aprecia que de las 94 personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, el 24.47% califica los niveles de nutrición como bajo, el 53.19% lo califica como medio y el 22.34%, lo califica como alto, también se aprecia que en la dimensión actividad física, de las 94 personas con diabetes encuestadas, el 29.79% la califica como bajo, el 53.19% lo califica como medio y el 17.02% lo califica alto; asimismo en la dimensión consumo de tabaco, de las 94 personas con diabetes encuestadas, el 11.7% lo califica como bajo y el 88.3% lo califica como medio; de igual forma en la dimensión información sobre la diabetes, de las 94 personas, el 11.7% la califica como bajo y el 88.3% , lo califica como medio; asimismo en la dimensión manejo de emociones, de las 94 personas, el 27.66% la califica como bajo, el 53.19% lo califica como medio y el 19.15% lo califica alto; finalmente en la dimensión adherencia terapéutica se aprecia que de las 94 personas, el 35.11% la califica como bajo, el 42.55% lo califica como medio y el 22.34% lo califica alto.

Al observar los resultados en forma general se aprecia en todas las dimensiones un promedio porcentual del 42% al 88%, ubicada en un nivel medio que es el preferencial en todas ellas, centradas por los indicadores de producción alimenticia, poder adquisitivo, comercialización, nivel socioeconómico, nivel de consumo, dieta entre otros más; estos datos son coincidentes con la investigación de Bennisar, V. (2014), que en su tesis doctoral en ciencias biosociosanitarias denominada “Estilos de Vida y Salud en Estudiantes Universitarios”, estableció como objetivo fundamental el analizar los estilos de vida y el estado de salud de los alumnos que estudian en la universidad de Illes Balears, obteniendo resultados muy relevantes sobre el estado de salud, apreciándose

que a partir de los 30 años , la apreciación de un estado de salud “medio” o “malo” es más frecuente (23,7%) que en edades menores a ésta.

Al margen de los resultados obtenidos en este proyecto de investigación se toma en cuenta que muchos investigadores como Bennassar, V. (2014), aconsejan que las personas diagnosticadas con diabetes, deben cambiar su estilo de vida radicalmente, pues el controlar su peso y las diferentes afecciones es prioridad permanente, por eso se percibió que muchas de las personas encuestadas en esta investigación no comprenden aún sobre la importancia de integrarse a programas y talleres, que tienen como objetivo la pérdida de peso en un 9 % y realizar ejercicios físicos diarios, con un promedio de 150 minutos semanales, propuesta que es planteada y desarrollada actualmente a nivel médico, donde la ciudad de Tarapoto no es ajena a este proceso, pero, para ello coincidimos con Bennassar, V. (2014), sobre la toma de consciencia de comprender que debemos conocer adecuadamente los aspectos teóricos de esta realidad problemática, por ello coincidimos con la teoría de Arellano (2016), el cual sostiene que las personas afectadas deberían limitar el consumo de grasas monoinsaturada de aceite de oliva, así como también frutos secos; asimismo se afirma la propuesta de Carmona (2004), que en sus conclusiones y recomendaciones de su marco teórico son coincidentes a lo planteado en cuanto a los hidratos de carbono, es decir ambos investigadores coinciden con la información obtenida, pues la fuente principal debiera de ser las verduras como las hortalizas, legumbres, así mismo se debe tomar en cuenta los alimentos integrales, orgánicos y los derivados de la leche; así mismo dieta en base a fibras en la alimentación diaria .

Otro aspecto importante para tener presente de esta información obtenida, es la similitud con la teoría de Palomares, E. (2014), que en su tesis de licenciatura en nutrición denominada “Pacientes diabéticos: barreras para mantener una alimentación saludable y actividad física diaria”, investigación que tiene como principio fundamental determinación de las barreras para conservar alimentación saludable y la realización de ejercicios diarios de los personas que padecen de diabetes que acuden a un consultorio endocrinológico, compensados ambulatoriamente y donde los resultados más relevantes

evidencia que el 25% utilizan hipoglucemiantes , siendo la conclusión principal el mayor porcentaje que obstaculizan mantener actividad física diaria de pacientes que padecen esta enfermedad del sexo masculino y femenino radica que el trabajo y la falta de tiempo, la costumbre de comer grandes cantidades de verduras entre otros más.

También se debe conocer y analizar la información de las diversas dimensiones estudiadas, pues ellas precisan través de sus indicadores, la idea fundamental de la OMS,(2014), que señala que debemos conocer adecuadamente, no solo el estilo de vida, sino adecuarla permanentemente a nuestra forma de vida que toda persona debe tener, el conocer y el practicarla como una forma de integración en bien de uno mismo, también es coincidente la investigación de Jiménez y Paz (2017), el cual precisa la importancia sobre el estilo de vida, es decir señala que se debe lograr una verdadera filosofía de cambio.

En relación al nivel de preferencias del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto 2018 es determinada por la teoría de Según Wierenga, 1983, las preferencias del consumidor se evalúan en función a cuatro dimensiones como son: preferencia sensorial, conveniencia, salud y la satisfacción e intención de compra; dirigidas a satisfacer sus necesidades, la cual está enfocada por cuatro dimensiones, observándose que en la dimensión preferencia sensorial, de las 94 personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, el 27.66% califican como bajo, el 53.19% lo califican como medio y el 19.15% lo califican como alto, también en la dimensión conveniencia de las 94 personas, el 17.02% califican como bajo, el 62.77% lo califican como medio y el 20.21% lo califican como alto, asimismo en la dimensión salud, de las 94 personas con diabetes encuestadas, el 28.72% califican como bajo, el 58.51% Rodríguez (2006), según lo califican como medio y el 12.77% lo califican como, de las alto, finalmente en la dimensión satisfacción, de las 94 personas con diabetes encuestadas, el 17.02% califican como bajo, el 62.77% lo califican como medio y el 20.21% lo califican como alto.

Si se observa toda la información en forma general, la muestra señala un promedio porcentual comprendido entre el 53% al 62%, ubicándose en el rango medio de la

tabla estadística de la investigación, la cual al analizarla se aprecia la influencia de indicadores como sabor, textura, consumo, salubridad, valor nutricional entre otros más, donde la investigación de Moya, R. (2014), en su tesis de licenciatura en nutrición humana denominada “Hábitos alimentarios de pacientes adultos diabéticos antes de su diagnóstico”, cuya finalidad fue determinar los hábitos alimenticios antes de ser diagnosticado con diabetes, a los individuos que asisten al servicio al cliente, contexto que evidencia la importancia de mantener una alimentación sana como medio de prevención de esta enfermedad, mejorando la calidad de vida de los diabéticos, cuya metodología fue aplicada en este trabajo de investigación, comprobando los postulados teóricos planteados en el marco teórico de esta tesis.

La base teórica de Rodríguez (2006), expresa claramente los lineamientos que se deben tener en cuenta, pues según la información general presentada en esta investigación existe actualmente un promedio de un millón de diabéticos en el Perú, habiendo informado el Ministerio de Salud que la diabetes mellitus es la tercera causa de mortalidad en nuestro país, siendo las mujeres las que presentan los mayores casos, además los estudios señalan que la esperanza de vida de un diabético es menor a la de una persona sana, el cual tienen muchas veces problemas relacionados a lugares especializados donde pueda consumirse productos y servicios sin problemas relacionados a su enfermedad; es en este contexto que Arenas, D. (2017), en su tesis de maestría denominada “Plan de negocio para una microempresa de repostería con línea de productos para diabéticos”, determinó la viabilidad de establecer un negocio de alta repostería que ofrezca productos alternativos a las personas que padezcan diabetes y también a las personas propensas a esta enfermedad a través de un plan de negocio que resalte los aspectos comerciales, con lo cual se pueda controlar esta enfermedad y lograr un mejor control de ella; por eso al observar la información estadística del 1 al 14 se logra determinar la importancia de contar con un lugar adecuado para diabéticos en la ciudad de Tarapoto, asimismo los indicadores señalan claramente en un 87% la demanda pasiva no satisfecha en el mercado regional y local; lo cual es claramente observable en las preguntas del cuestionario tomado a los integrantes de la muestra durante el desarrollo de esta investigación.

V. CONCLUSIÓN.

- 5.1** Se determina que sí existe relación entre estilos de vida y preferencias del consumidor en el mercado de Diabetes del distrito de Tarapoto durante el año 2018, ya que el resultado obtenido es menor que el nivel de significancia, evidenciando el rechazo de la hipótesis nula, afirmando la relación entre las variables de investigación. Podemos decir que el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto permite que los estilos de vida de los clientes aumenten su calidad de vida y que las preferencias del consumidor generen un cambio en sus compras por un nuevo de estilo de vida, sana y saludable.
- 5.2** Se determina que el estilos de vida en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto durante el año 2018, no es alto, la mayoría de opinión de los clientes es medio en un 61.7%, mostrando un riesgo que podría pasar a alto, lo cual demuestra que la población del distrito de Tarapoto no cuenta una cultura de cuidado de su salud en cuanto a su alimentación o estilo de vida. Se demuestra que los clientes de Tarapoto cuentan un estilo de vida muy bajo, las dimensiones de nutrición, actividad física, consumo tabaco, consumo de alcohol, información de diabetes, manejo de emociones y adherencia terapéutica los cuales como resultado de la clasificación de los estilos de vida de favorable con un promedio de más del 60% .
- 5.3** Se determina que las preferencias del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto durante el año 2018, no es alto, porque la opinión de la población diabética es medio con un 53.79%, mostrando un riesgo que podría pasar a bajo, lo cual demuestra que la población no tiene una cultura de compra de productos naturales, basado en las dimensiones de preferencia sensorial, conveniencia, salud, intención de compra con un promedio de riesgo en medio de disposición de los clientes para comprar productos que no ayudan a tener un mejor estilo de vida, realizando ejercicios, comer saludable, dieta y vitaminas.

VI. RECOMENDACIONES.

- 6.1** Al Gerente General de la Empresa “La Casa del Diabético” debe elaborar un plan de marketing digital agresivo, para generar estrategias de venta de productos naturales, que concientice al consumidor a llevar una vida saludable, a fin de evitar la mortalidad y ayude a generar una cultura de vida., el estilo de vida y la preferencia del consumidor son variables que deben mantener en una relación integral para un presentar un proyecto que genera un cambio de la cultura en los clientes diabéticos que buscan alternativas de consumo para mantener sus niveles de glucosa y afirmando la hipótesis alternativa como un estilo de vida positivo en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto soportada sobre su dimensiones.
- 6.2** A la Empresa debe ofrecer productos naturales que garanticen una vida saludable, con alimentos, bebidas y equipos que ayuden a mejorar su estilo de vida de personas que padecen enfermedades como diabetes a través de programas de sensibilización, talleres, y charlas., buscar estrategias, alianzas estratégicas con instituciones de salud, centros comerciales, campaña de productos y servicios, políticas de marketing y ventas, programas de que genere difusión y promociones que sea atractivos para el cliente diabético, programas de ejercicio físico, programas de seguimiento y monitoreo y control de los clientes que buscan alternativas en la mejoría del estilo y calidad de vida contando con las dimensiones de nutrición, actividad física y manejo de emociones. La casa del diabético brinde productos y servicios de calidad para su consumo de los clientes, usando la innovación de las tecnologías de la información, a nivel local, regional y nacional.
- 6.3** A la Empresa generar expectativas a través de programas de promociones, que ayuden a los diabéticos a concientizar a valorar la vida, adquiriendo productos naturales, que le ayuden a mantener sus niveles de glucosa, para garantizar la satisfacción de los clientes diabéticos. Elaborar un programa de ofertas naturales que se ofrezcan en una tienda especializada y que las preferencias de los consumidores diabéticos hagan decidirse para comprar, deben contar con un nivel socioeconómico aceptable medio

para poder cambiar su estilo de vida y ser un cliente de productos de consumo naturales, cuidando su salud abriendo cartera de clientes de diferentes edades, tipos de clientes. Elaborar un programa de capacitación a través de talleres gratuitos, utilización de páginas web, blog, apps que permitan obtener información en tiempo real y comprar vía comercio electrónico satisfaciendo las necesidades del cliente diabético en el momento oportuno.

VII. REFERENCIAS.

- Ansbacher HL.,(1967), Abel M., (1991). *Estilos de vida y Promoción de la Salud: material didáctico* p. 1
- Ariza Andraca CR, López Carmona JM, Munguía Miranda C., Rodríguez Moctezuma JR. Construcción y validación inicial de un instrumento para medir el estilo de vida en pacientes con diabetes mellitus tipo 2. *Salud Pública Mex.* [Internet].2003 [Citado 30 Ene 2015];45(4):259–268. Recuperada en:
<http://www.scielo.org.mx/pdf/spm/v45n4/a04v45n4.pdf>
- Arredondo, H (2004) “Características de los Estilos de vida de los pacientes oncológicos sometidos a quimioterapia ambulatoria en el Instituto de Enfermedades Neoplásicas 2004”. En tesis para optar la Licenciatura en Enfermería, UNMSM Lima-Perú, 2004. Pág. 19.
- Badura, B. (1982). Estilos de vida y salud: la perspectiva socioecológica. En J. I. Ruiz Olabuenaga (Ed.), *Estilos de vida e investigación social* Bilbao, España: Mensajero. p. 219-235.
- Bunge, Mario. 1997. *La Investigación Científica*. Madrid : Siglo XXI Editores, 1997. 950-07-1566-X.
- Carmona J.M. (2004) *Estilo de vida y control metabólico en pacientes con diabetes mellitus tipo 2. Validación por constructo del IMEVID*. Aten primaria; México; p. 33; p.20-7.
- Carmona J.M., Moctezuma R, Miranda C., Santiago J.L.(2000) *Validez y fiabilidad del instrumento "FANTASTIC" para medir el estilo de vida en pacientes mexicanos con hipertensión arterial Casas de la Torre E. Aten Primaria*; México; P. 8, p. 542-549.
- Coreil, J., Levin, J. S. & Jaco, G. 1992. *Estilo de vida. Un concepto emergente en las ciencias sociomédicas. Clínica y Salud*, 3, 221-231.
- Dapueto, J.M.(2012) *Calidad de vida Marco conceptual, operacionalización y aplicaciones clínicas*. Ediciones universitarias.2013, Uruguay, p. 21-31.
- Felicitas-Ocampo A, Reséndiz-de-Leija R, Saldierna-Luque AL. Asociación de los dominios (estilos de vida) de la encuesta IMEVID, con glucemia en pacientes con diabetes tipo 2. *Rev Sanid Milit.* [Internet]. 2010 [Citado 08 Ene 2015];64(5):211–23. Recuperado en:

- <http://www.medigraphic.com/pdfs/sanmil/sm2010/sm105c.pdf>\n
- García H., Piura es la segunda región con más casos de diabetes, Diario Correo. [Internet].2017 [Citado 19 Agos 2017]: 1. Recuperada en:
<https://diariocorreo.pe/edicion/piura/piura-es-la-segunda-region-con-mas-casos-de-diabetes-768557/>
- Gonzalez Rio, María José. 1997. *Metodología de la investigación social: Técnicas de recolección de datos*. s.l. : Editorial Aguaclara, 1997. 8480181087.
- Hernández, R., Fernández-Collado, C. y Baptista, L. 2006. *Metodología de la Investigación*. México D.F. : McGraw Hill, 2006. 9789701057537.
- Hernández Sampieri, Roberto. 1991. *Metodología de la investigación*, Segunda Edición: Editorial Ultra, México 1991.
- Hernández, Fernández Baptista. “*Metodología de la Investigación*”. McGraw Hill 1994. Colombia.
- Lévano C., Siete mil personas con diabetes en San Martín, Diario Voces. [Internet].2018 [Citado 31 Dic 2018]: 1. Recuperada en:
<https://www.diariovoces.com.pe/93369/mil-personas-diabetes-san-martin>
- López O., Calidad de vida en pacientes con diabetes mellitus tipo II. Programa diabetes mellitus. Hospital Es salud - ii Tarapoto. Junio – agosto 2012, [Internet].2012 [Citado 19 Agos 2017]: 1. Recuperada en:
biblioteca.unsm.edu.pe/spunsm/archivos_proyextox/archivo_99_Binder1.pdf
- Salkind, Neil J. *Métodos de Investigación*. México: Prentice Hall. 1999
- Wierenga, Análisis de las preferencias de un nuevo producto, [Internet].1983 [Citado 24 Ene 2010]; 71–108. Recuperada en:
http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/178684/2/pdf_REEAP_r225_71_108.pdf
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2232719.pdf>

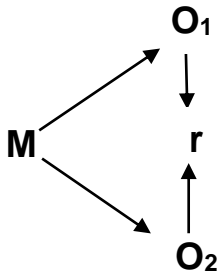
Anexos

ANEXO 01

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: “Estilos de vida y preferencias del consumidor en el mercado de Diabetes del distrito de Tarapoto, 2018”

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Técnica e Instrumentos
<p>Problema general ¿Existe relación entre los estilos de vida y preferencias del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018?</p> <p>Problemas específicos: ¿Determinar el estilo de vida en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018?</p> <p>¿Determinar las preferencias del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018?</p>	<p>Objetivo general Establecer la relación entre los Estilos de vida y preferencias del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.</p> <p>Objetivos específicos Determinar el nivel de los estilos de vida en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto 2018.</p> <p>Determinar el nivel de preferencias del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto 2018.</p>	<p>Hipótesis general Hi: Existe relación entre los estilos de vida y preferencias del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.</p> <p>Ho: No existe relación entre los estilos de vida y preferencias del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018.</p> <p>Hipótesis específicas H1: El nivel de estilo de vida en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto, 2018, es alto..</p> <p>H2: El nivel de preferencias del consumidor en el mercado de diabetes del distrito de Tarapoto 2018, es alto.</p>	<p>Técnica Técnica de Encuesta</p> <p>Instrumentos Instrumento es un documento de cuestionario con ítems o proposiciones medidas con una escala tipo Likert.</p>

Diseño de investigación	Población y muestra	Variables y dimensiones																	
 <p>Es descriptivo de correlación en vista</p> <p>M: El mercado de diabetes del distrito de Tarapoto durante el periodo 2018.</p> <p>O1: Estilo de Vida</p> <p>O2: Preferencias del consumidor</p> <p>r: coeficiente de correlación</p>	<p>Población</p> <p>La población está conformada por 3879 clientes. Para determinar la muestra se utilizará el Muestreo aleatorio simple.</p> <p>Muestra</p> <p>La muestra estará conformada por 94 clientes con diabetes del distrito de Tarapoto durante el periodo 2018.</p>	<table border="1" data-bbox="947 370 1598 781"> <thead> <tr> <th data-bbox="947 370 1171 412">Variables</th> <th data-bbox="1171 370 1598 412">Dimensiones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="947 412 1171 654" rowspan="7">Estilos de Vida</td> <td data-bbox="1171 412 1598 451">Nutrición</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1171 451 1598 490">Actividad Física</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1171 490 1598 529">Consumo de Tabaco</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1171 529 1598 568">Consumo de alcohol</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1171 568 1598 607">Información sobre diabetes</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1171 607 1598 646">Manejo de Emociones</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1171 646 1598 685">Adherencia terapéutica</td> </tr> <tr> <td data-bbox="947 685 1171 781" rowspan="3">Preferencias del consumidor</td> <td data-bbox="1171 685 1598 724">Preferencia sensorial</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1171 724 1598 763">Conveniencia o Commodities</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1171 763 1598 781">Salud</td> </tr> <tr> <td data-bbox="947 781 1171 781"></td> <td data-bbox="1171 781 1598 781">Satisfacción e intención</td> </tr> </tbody> </table>		Variables	Dimensiones	Estilos de Vida	Nutrición	Actividad Física	Consumo de Tabaco	Consumo de alcohol	Información sobre diabetes	Manejo de Emociones	Adherencia terapéutica	Preferencias del consumidor	Preferencia sensorial	Conveniencia o Commodities	Salud		Satisfacción e intención
Variables	Dimensiones																		
Estilos de Vida	Nutrición																		
	Actividad Física																		
	Consumo de Tabaco																		
	Consumo de alcohol																		
	Información sobre diabetes																		
	Manejo de Emociones																		
	Adherencia terapéutica																		
Preferencias del consumidor	Preferencia sensorial																		
	Conveniencia o Commodities																		
	Salud																		
	Satisfacción e intención																		

Anexo N°02: Cuestionario sobre los estilos de vida en el mercado de Diabetes del distrito de Tarapoto

Este es un cuestionario con fines académicos, diseñado para conocer el estilo de vida de las personas con diabetes tipo 2. Le agradeceremos que lea cuidadosamente los siguientes ítems lo que usted considere que refleja mejor su estilo de vida en los últimos tres meses. . Por tanto, los participantes conservarán su anonimato. Se le agradece de antemano su colaboración.

Datos Personales:

1. Edad :

Menor a 30 años () 30-39 años () 40-49 años () 50- 59 años ()
60 años a más ()

2. Sexo : Masculino () Femenino ()

3. Ocupacion:

Labores del hogar () Trabajador activo () Jubilado () Desempleado ()

4. Nivel de Estudios:

Primaria incompleta () Primaria completa() Secundaria incompleta() Secundaria completa()
Estudios técnicos incompletos () Estudios técnicos completos ()
Estudios Universitarios incompletos () Estudios Universitarios completos()
Maestría incompleta () Maestría Completa ()

5. Lugar de residencia: Urbano () Rural() Otro () _____

6. Tiempo de evolución de la diabetes:

1-5 años () 6-10 años() mayor a 10 años()

7. Nivel Económico en soles:

Menos de 500 () 501 -1000() 1001-2000() 2001-3000()
30001-4000() 40001-5000 () 5001 a más ()

8. Tratamiento.

No farmacológico () Glibenclamina() Metformina() Glibenclamina+ Metformina() Insulina()
Otros () Especifique_____

Datos Específicos:

Marcar con un (X), (1= Totalmente en desacuerdo, 2= En desacuerdo, 3=Indiferente, 4= De acuerdo, 5= Totalmente de acuerdo.)

Ítem	Dimensión	Escala de Medición				
	Nutrición	1	2	3	4	5
1	Consumo ensaladas.	1	2	3	4	5
2	Consumo todos los días de la semana frutas frescas	1	2	3	4	5
3	Consumo diariamente pan	1	2	3	4	5
4	Consumo frituras frecuentemente	1	2	3	4	5
5	Consumo golosinas o postres casi siempre.	1	2	3	4	5
6	Agrego frecuentemente azúcar a mis alimentos y/o bebidas.	1	2	3	4	5
7	Agrego sal a mis alimentos cuando los estoy comiendo.	1	2	3	4	5
8	Consumo alimentos fuera de casa.	1	2	3	4	5
9	Repito el segundo plato de comida cuando termino de comer la cantidad servida inicialmente.	1	2	3	4	5
Actividad Física		1	2	3	4	5
10	Realizo con frecuencia ejercicios.	1	2	3	4	5
11	Realizo como mínimo 15 minutos de ejercicios (caminar rápido, correr, ó algún otro).	1	2	3	4	5
12	Realizo ejercicios durante 3 ó más veces por semana.	1	2	3	4	5
13	En mis tiempos libres acostumbro salir de casa	1	2	3	4	5
14	En mis tiempos libres acostumbro realizar trabajos en casa	1	2	3	4	5

15	En mis tiempos libres acostumbro ver televisión.	1	2	3	4	5
Consumo de tabaco		1	2	3	4	5
16	Me gusta fumar	1	2	3	4	5
17	Consumo 2 ó más cigarrillos diarios	1	2	3	4	5
Consumo de alcohol		1	2	3	4	5
18	Consumo alcohol 3 ó más veces por semana.	1	2	3	4	5
19	Consumo 1 ó más bebidas alcohólicas en una sola ocasión.	1	2	3	4	5
Información sobre diabetes		1	2	3	4	5
20	Asisto a todas las sesiones para personas con diabetes.	1	2	3	4	5
21	Obtengo información sobre mi enfermedad.	1	2	3	4	5
Manejo de Emociones		1	2	3	4	5
22	Las personas con diabetes suelen enojarse con facilidad.	1	2	3	4	5
23	Las personas con diabetes suelen ponerse triste con facilidad.	1	2	3	4	5
24	Las personas con diabetes suelen tener pensamientos a futuro pesimistas.	1	2	3	4	5
Adherencia terapéutica		1	2	3	4	5
25	Hago mi máximo esfuerzo por controlar mi diabetes.	1	2	3	4	5
26	Me olvido de tomar mis medicamentos para la diabetes.	1	2	3	4	5
27	Me olvido de aplicarme la insulina para la diabetes.	1	2	3	4	5
28	Sigo las instrucciones médicas que se me indican para el cuidado de diabetes.	1	2	3	4	5

FUENTE : CUESTIONARIO IMEVID

Anexo N°03: Cuestionario sobre las preferencias del consumidor en el mercado de Diabetes del distrito de Tarapoto

Este es un cuestionario con fines académicos, diseñado para conocer las preferencias del consumidor para la creación de una tienda especializada para la comercialización de productos naturales para diabéticos. Le agradeceremos que lea cuidadosamente las siguientes preguntas y conteste lo que usted considere de su preferencia en los últimos tres meses. Se le agradece de antemano su colaboración.

1. Edad :

Menor a 30 años () 30-39 años () 40-49 años () 50- 59 años ()
60 años a más ()

2. Sexo : Masculino () Femenino ()

3. Ocupacion:

Labores del hogar () Trabajador activo () Jubilado () Desempleado ()

4. Nivel de Estudios:

Primaria incompleta () Primaria completa() Secundaria incompleta() Secundaria completa()
Estudios técnicos incompletos () Estudios técnicos completos ()
Estudios Universitarios incompletos () Estudios Universitarios completos()
Maestría incompleta () Maestría Completa ()

5. Lugar de residencia: Urbano () Rural() Otro () _____

6. Tiempo de evolución de la diabetes:

1-5 años () 6-10 años() mayor a 10 años()

7. Recibió tratamiento o está recibiendo:

Medicamentos () Natural () Alternativo () otros ()

En caso de seleccionar otro tratamiento indicar cuál es: _____

8. Nivel Económico en soles:

Menos de 500 () 501 -1000() 1001-2000() 2001-3000()
3001-4000() 4001-5000 () 5001 a más ()

Datos Específicos:

Marcar con un (X), (1= Totalmente en desacuerdo, 2= En desacuerdo, 3=Indiferente, 4= De acuerdo, 5= Totalmente de acuerdo.)

Ítem	Dimensión	Escala de Medición				
	Sensorial	1	2	3	4	5
1	La cualidad que busco en un producto natural para el control de la diabetes está determinada por el precio.	1	2	3	4	5
2	Consumo algún tipo de producto natural para diabetes que tenga buen sabor y aroma.	1	2	3	4	5
3	Considero que la presentación del producto natural es importante para consumirlo.	1	2	3	4	5
4	Consumo algún tipo de endulzante natural con buen sabor	1	2	3	4	5
5	Reemplazaría usted su endulzante habitual por otro que sea natural, de buen sabor, aroma y apariencia, apto para diabéticos.	1	2	3	4	5
Conveniencia o comodities		1	2	3	4	5
6	Consumiría productos diabéticos si existiera una tienda especializada en productos para diabéticos	1	2	3	4	5
7	Consumo postres diabéticos	1	2	3	4	5
8	Me gustaría que los componentes de productos diabéticos sean elaborados con insumos de calidad 100% orgánicos	1	2	3	4	5
Salud		1	2	3	4	5
9	Prefiero consumir productos naturales por su valor nutricional y efecto preventivo.	1	2	3	4	5
10	Realizo ejercicios, como ir al gimnasio o realizar caminatas.	1	2	3	4	5
11	Me gusta comer galletas, golosinas, dulces.	1	2	3	4	5
Satisfacción e intención de compra		1	2	3	4	5

12	Me gustaría una tienda especializada en diabéticos que le realicen un control personalizado en su domicilio.	1	2	3	4	5
13	Me gustaría una tienda especializada en diabéticos que ofrezca como valor agregado gimnasio y caminatas al aire libre.	1	2	3	4	5
14	Me gustaría recibir sus productos naturales a domicilio	1	2	3	4	5
15	Me gustaría recibir charlas nutricionales con especialistas en la salud	1	2	3	4	5
16	Me gustaría que la tienda especializada me realice un seguimiento y control a domicilio, para la toma de control de peso, hipertensión arterial, medida de glucosa, entre otros.	1	2	3	4	5
17	Me gustaría que los productos naturales de la tienda especializada tengan variedad de sabores.	1	2	3	4	5
18	Me gustaría comprar los productos naturales en embaces cómodos, agradables y de fácil uso.	1	2	3	4	5
19	Me gustaría que la ubicación de la tienda especializada en productos naturales para diabéticos se encuentre en el centro de la ciudad.	1	2	3	4	5
20	Me gustaría que la tienda especializada ofrezca repostería para diabéticas	1	2	3	4	5
21	Me gustaría que la tienda especializada ofrezca jugos, ensaladas de frutas, frutas secas para diabéticos.	1	2	3	4	5
22	Me gustaría adquirir los productos naturales para diabéticos por delivery e internet	1	2	3	4	5

FUENTE: PROPIA

ANEXO 04. DATOS GENERALES

Tabla 1

Personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, 2018 clasificadas según edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a	aje	válido	acumulado
Válido	< 30 años	9	9,6	9,7	9,7
	30 - 39 años	7	7,4	7,5	17,2
	40 - 49 años	21	22,3	22,6	39,8
	50 - 59 años	37	39,4	39,8	79,6
	> 60 años	19	20,2	20,4	100,0
	Total	93	98,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1	1,1		
Total		94	100,0		

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

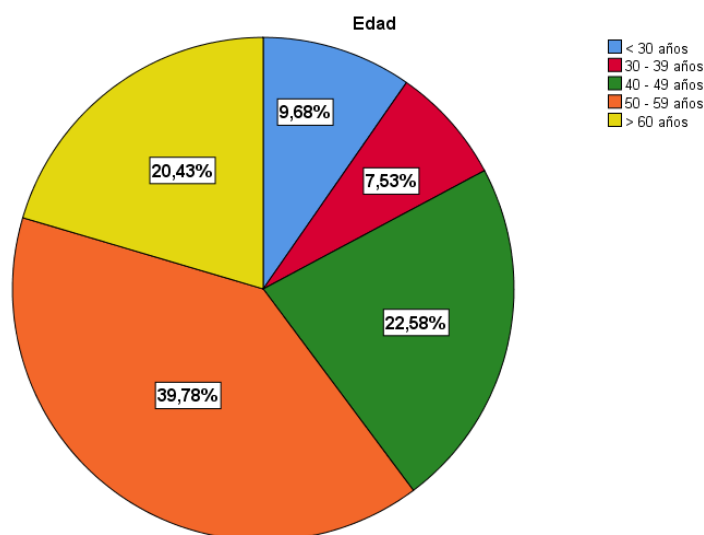


Figura 1. *Personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, 2018 clasificadas según edad*

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

Interpretación: De las 94 personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, el 9.68% tienen edades menores a 30 años, el 7.63% entre 30 y 39 años, el 22.58% entre 40 y 49 años, el 39.78% entre 50 y 59 años y el 20.43% tienen edades mayores a 60 años. Se puede notar que mientras más edad mayor cantidad de personas con diabetes.

Tabla 2

Personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, 2018 clasificadas según sexo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	44	46,8	46,8	46,8
	Femenino	50	53,2	53,2	100,0
	Total	94	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

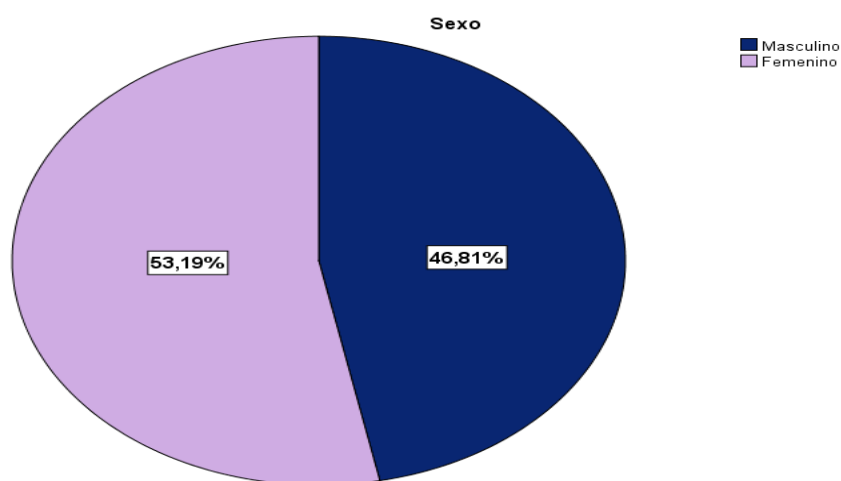


Figura 2. *Personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, 2018 clasificadas según sexo*

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto
Elaboración propia

Interpretación: De las 94 personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, el 46.81% son varones y el 53.19% son mujeres

Tabla 3

Personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, 2018 clasificadas según ocupación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Labores del hogar	30	31,9	31,9	31,9
	Trabajador activo	50	53,2	53,2	85,1
	Jubilado	9	9,6	9,6	94,7
	Desempleado	5	5,3	5,3	100,0
	Total	94	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

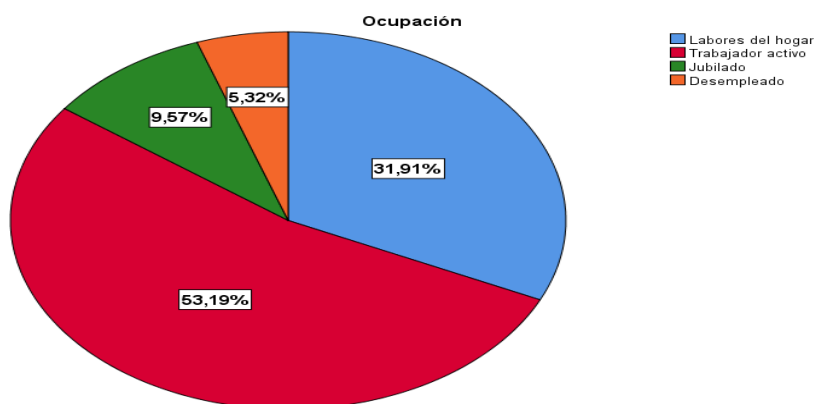


Figura 3 *Personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, 2018 clasificadas según ocupación*

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

Interpretación: De las 94 personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, el 31.91% laboran en el hogar, el 53.19% son trabajadores activos, el 9.57% son jubilados y el 5.32% son desempleados. La gran mayoría de ellos son trabajadores activos.

Tabla 4

Personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, 2018 clasificadas según nivel de estudios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria incompleta	2	2,1	2,1	2,1
	Primaria completa	11	11,7	11,7	13,8
	Secundaria incompleta	14	14,9	14,9	28,7
	Secundaria completa	23	24,5	24,5	53,2
	Estudios técnicos incompletos	10	10,6	10,6	63,8
	Estudios técnicos completos	10	10,6	10,6	74,5
	Estudios universitarios incompletos	4	4,3	4,3	78,7
	Estudios universitarios completos	11	11,7	11,7	90,4
	Maestría incompleta	3	3,2	3,2	93,6
	Maestría completa	6	6,4	6,4	100,0
	Total	94	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

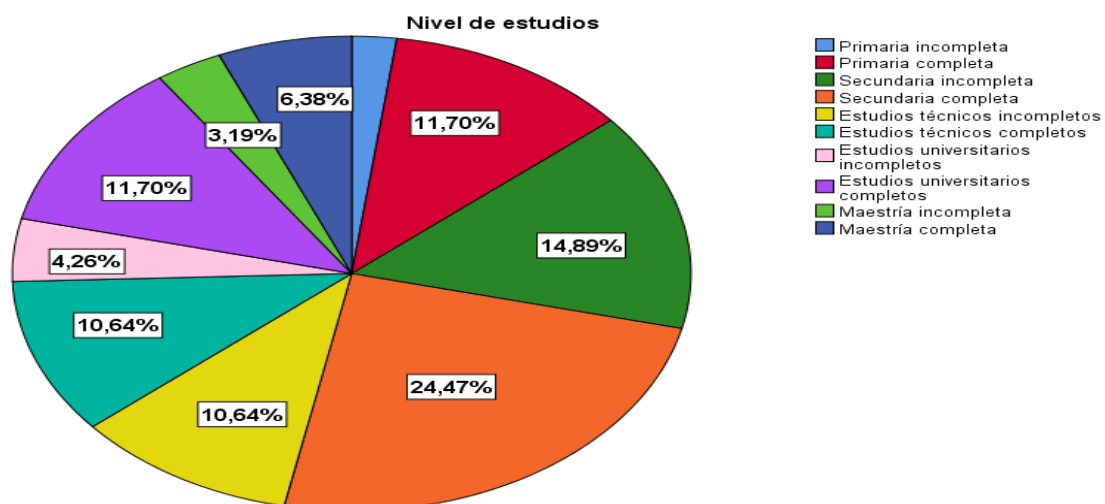


Figura 4. *Personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, 2018 clasificadas según ocupación*

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

Interpretación: De las 94 personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, el 2.1% tienen primaria incompleta, el 11.7% tienen primaria completa, el 14.9% tienen secundaria incompleta, el 24.5% tienen secundaria completa, el 10.6% tienen estudios técnicos incompletos, el 10.6% tienen estudios técnicos completos, el 4.3% tienen estudios universitarios incompletos, el 11.7% tienen estudios universitarios completos, el 3.2% tienen estudios de maestría incompleta y el 6.4% tienen estudios de maestría completa. La mayoría de ellos tienen secundaria completa.

Tabla 5

Personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, 2018 clasificadas según lugar de residencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Urbano	79	84,0	84,0	84,0
	Rural	15	16,0	16,0	100,0
Total		94	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

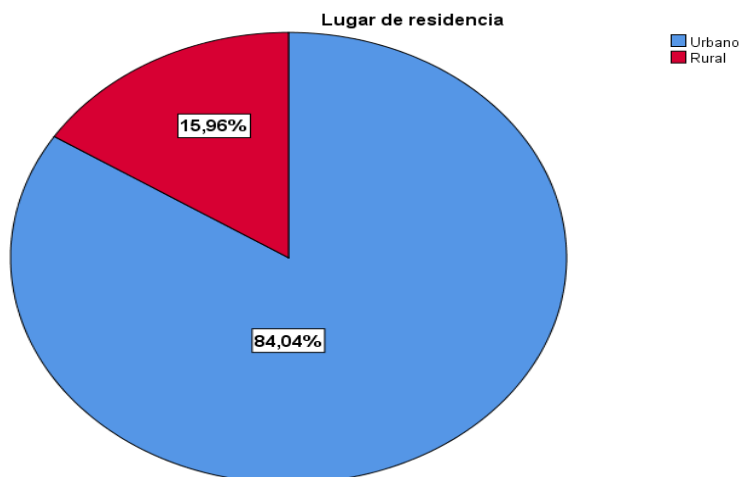


Figura 5. *Personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, 2018 clasificadas según lugar de residencia*

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

Interpretación: De las 94 personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, el 84.04% residen en zona urbana y el 15.96% residen en zona rural. La mayoría de ellos residen en zona urbana, puede deberse a que es más fácil ubicarles a ellos para realizar la encuesta

Tabla 6

Personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, 2018 clasificadas según tiempo de evolución de la diabetes

Tiempo de evolución de la diabetes					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 - 5 años	41	43,6	46,1	46,1
	6 - 10 años	27	28,7	30,3	76,4
	> 10 años	21	22,3	23,6	100,0
	Total	89	94,7	100,0	
Perdidos	Sistema	5	5,3		
Total		94	100,0		

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

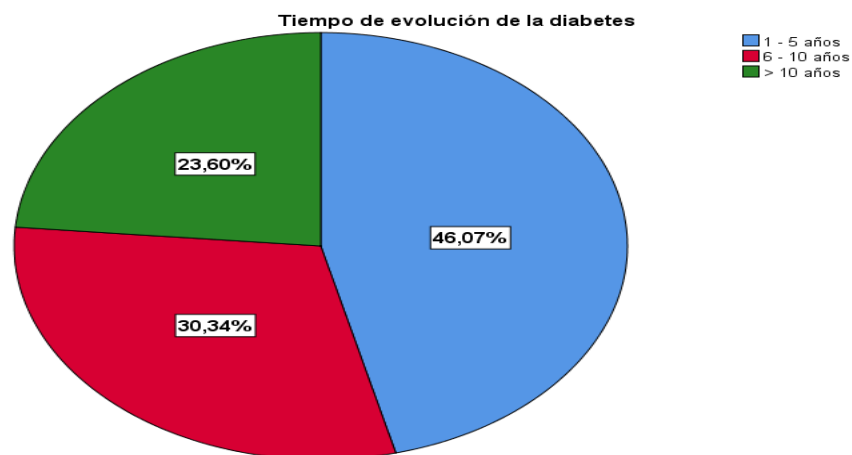


Figura 6. *Personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, 2018 clasificadas según tiempo de evolución de la diabetes*

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

Interpretación: De las 94 personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, el 46.07% tienen diabetes con una evolución menor a 5 años, el 30.34% tienen diabetes con una evolución entre 6 y 10 años y el 23.6% tienen diabetes con una evolución mayor a 10 años. La mayoría de ellos tiene diabetes con evolución menor de 5 años.

Tabla 7

Personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, 2018 clasificadas según nivel económico

		Nivel económico			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	< 500 soles	24	25,5	25,5	25,5
	501 - 1000 soles	25	26,6	26,6	52,1
	1001 - 2000 soles	23	24,5	24,5	76,6
	2001 - 3000 soles	8	8,5	8,5	85,1
	3001 - 4000 soles	8	8,5	8,5	93,6
	4001 - 5000 soles	4	4,3	4,3	97,9
	> 5000 soles	2	2,1	2,1	100,0
	Total	94	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

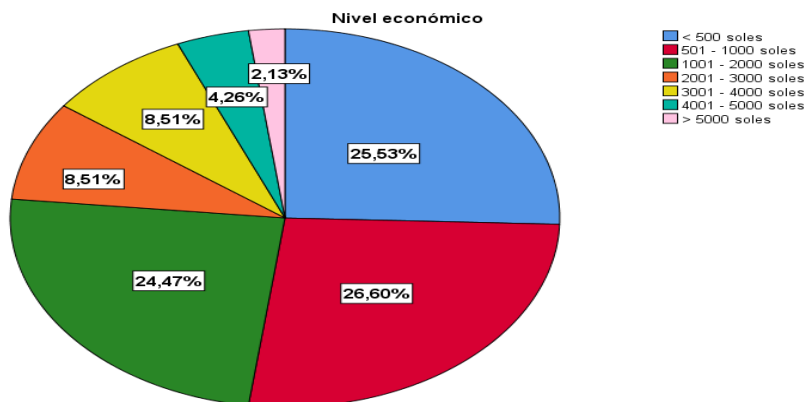


Figura 7. *Personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, 2018 clasificadas según nivel económico*

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

Interpretación: De las 94 personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, el 25.53% tienen un nivel económico menor a 500 soles, el 26.6% tienen un nivel económico entre 501 y 1000 soles, el 24.47% tienen un nivel económico entre 1001 y 2000 soles, el 8.51% tienen un nivel económico entre 2001 y 3000 soles, el 8.51% tienen un nivel económico entre 3001 y 4000 soles, el 4.26% tienen un nivel económico entre 4001 y 5000 soles y el 2.13% tienen un nivel económico mayor a 5000 soles. La mayoría de ellos tienen un sueldo menor a 2000 soles

Tabla 8

Personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, 2018 clasificadas según tratamiento

		Tratamiento			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No farmacológico	15	16,0	16,5	16,5
	Glibenclamina	10	10,6	11,0	27,5
	Metformina	19	20,2	20,9	48,4
	Glibenclamina+ Metformina	18	19,1	19,8	68,1
	Insulina	27	28,7	29,7	97,8
	Otros	2	2,1	2,2	100,0
	Total	91	96,8	100,0	
	Perdidos	Sistema	3	3,2	
Total		94	100,0		

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

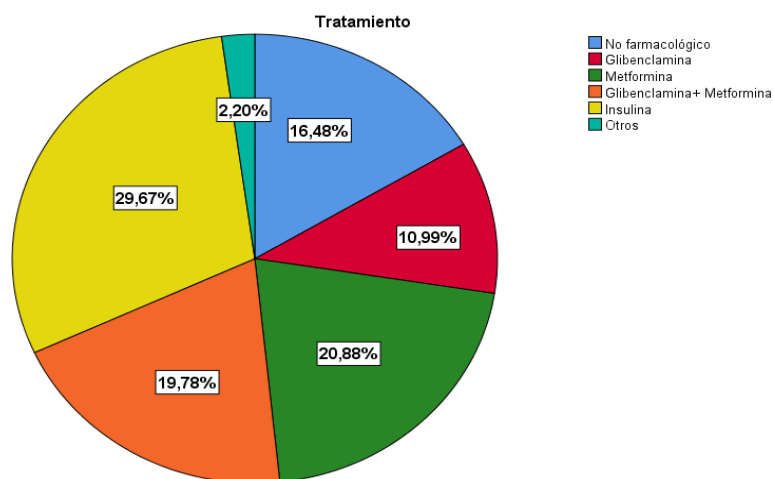


Figura 8. *Personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, 2018 clasificadas según tratamiento*

Fuente: Cuestionario aplicado a personas con diabetes del distrito de Tarapoto

Interpretación: De las 94 personas con diabetes encuestadas en el distrito de Tarapoto, el 16.48% tiene un tratamiento no farmacológico, el 10.99% se trata con glibenclamina, el 20.88% se trata con metformina, el 19.78% se trata con glibenclamina + metformina, el 29.67% se trata con insulina y el 2.2% se trata con otros medicamentos.

ANEXO 05. VALIDACIÓN DE EXPERTOS

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Mg. Encomenderos Bancallán Ivo
 Institución donde labora : Universidad César Vallejo
 Especialidad : Economista
 Instrumento de evaluación : Cuestionario de Estilos de Vida (Adaptado de IMEVID)
 Autor (s) del instrumento (s) : Br. Bazán Córdova Karla Miroslava

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Estilos de Vida en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Estilos de Vida					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable Estilos de Vida					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						50

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

EL INSTRUMENTO PUEDE SER APLICADO PARA LA INVESTIGACIÓN

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

5

Tarapoto, 27 de Octubre de 2018



Mg. Ivo M. Encomenderos Bancallán
ECONOMISTA
Reg. 0134 - CELAM

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA
I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Mg. Saucedo Vega Walter
 Institución donde labora : Universidad César Vallejo
 Especialidad : Ingeniero de Sistemas
 Instrumento de evaluación : Cuestionario | Estilos de Vida (Adaptado de IMEVID)
 Autor (s) del instrumento (s) : Br. Bazán Córdova Karla Miroslava

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Estilos de Vida en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Estilos de Vida				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable Estilos de Vida					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El instrumento es aplicable

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 47

Tarapoto, 27 de Octubre de 2018



Mg. Walter Saucedo Vega
 CIP: 131365

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Dra. Dávalos La Torre Katia Alejandra
 Institución donde labora : Universidad César Vallejo
 Especialidad : Licenciada en Psicología
 Instrumento de evaluación : Cuestionario Estilos de Vida (Adaptado de IMEVID)
 Autor (s) del instrumento (s) : Br. Bazán Córdova Karla Miroslava

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Estilos de Vida en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Estilos de Vida					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable Estilos de Vida					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El instrumento cumple con los criterios para su aplicación

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

48

Tarapoto, 27 de Octubre de 2018


 Mg. Katia Alejandra Dávalos La Torre
 C.Ps.P. 9773
 DNI: 40393896

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA
I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Mg. Encomenderos Bancallán Ivo
 Institución donde labora : Universidad César Vallejo
 Especialidad : Economista
 Instrumento de evaluación : Cuestionario las preferencias del consumidor
 (Adaptado de Cahuaza y Del águila (2016), Román (2014), V. Reyes (2013)
 Autor (s) del instrumento (s): Br. Bazán Córdova Karla Miroslava

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Preferencias del consumidor en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Preferencias del consumidor					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable Preferencias del consumidor					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						50

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)


II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

SE RECOMIENDA LA APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

5

Tarapoto, 27 de Octubre de 2018


 Mg. Ivo M. Encomenderos Bancallán
ECONOMISTA
 Reg. 0134 - CELAM

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA
I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Mg. Saucedo Vega Walter

Institución donde labora : Universidad César Vallejo

Especialidad : Ingeniero de Sistemas

Instrumento de evaluación : Cuestionario las preferencias del consumidor

(Adaptado de Cahuaza y Del águila (2016), Román (2014), V. Reyes (2013))

Autor (s) del instrumento (s): Br. Bazán Córdova Karla Miroslava

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Preferencias del consumidor en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovador y legal inherente a la variable: Preferencias del consumidor					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable Preferencias del consumidor					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El instrumento es aplicable

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

47

Tarapoto, 27 de Octubre de 2018



Mg. Walter Saucedo Vega
CIP: 131365

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA
I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Dra. Dávalos La Torre Katia Alejandra
 Institución donde labora : Universidad César Vallejo
 Especialidad : Licenciada en Psicología
 Instrumento de evaluación : Cuestionario las preferencias del consumidor
 (Adaptado de Cahuaza y Del águila (2016), Román (2014), V. Reyes (2013)
 Autor (s) del instrumento (s): Br. Bazán Córdova Karla Miroslava

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Preferencias del consumidor en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Preferencias del consumidor					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable Preferencias del consumidor					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento					X
PUNTAJE TOTAL						

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El instrumento cumple con los criterios para su aplicación

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

49

Tarapoto, 27 de Octubre de 2018


 Mg. Katia Alejandra Dávalos La Torre
 C.Ps.P. 9773
 DNI: 40393896

ANEXO 06 : Índice de confiabilidad

CUESTIONARIO ESTILOS DE VIDA

ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	48	96,0
	Excluido ^a	2	4,0
	Total	50	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,700	28

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00001	78,25	102,447	,016	,706
VAR00002	78,37	102,239	,032	,705
VAR00003	79,27	96,414	,211	,695
VAR00004	79,85	96,638	,240	,692
VAR00005	80,48	99,489	,257	,693
VAR00006	79,92	92,929	,473	,675
VAR00007	79,52	88,383	,553	,663
VAR00008	78,98	97,766	,152	,700
VAR00009	79,33	99,631	,089	,705
VAR00010	78,48	97,148	,241	,692

VAR00011	78,21	92,722	,522	,673
VAR00012	78,46	90,594	,614	,665
VAR00013	78,15	100,638	,048	,709
VAR00014	78,15	99,531	,139	,699
VAR00015	78,40	94,755	,418	,680
VAR00016	80,60	97,563	,246	,692
VAR00017	80,85	99,404	,363	,690
VAR00018	80,71	98,934	,274	,691
VAR00019	80,21	95,913	,222	,694
VAR00020	78,21	97,828	,214	,694
VAR00021	77,94	99,932	,135	,699
VAR00022	78,85	95,829	,265	,690
VAR00023	78,98	98,914	,163	,698
VAR00024	79,37	100,069	,112	,701
VAR00025	77,65	103,170	-,003	,705
VAR00027	80,17	92,270	,419	,677
VAR00028	80,44	96,251	,259	,690

CUESTIONARIO PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR

ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	50	100,0
	Excluido ^a	0	,0
Total		50	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,714	22

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00001	86,94	56,384	,028	,735
VAR00002	86,84	53,280	,199	,715
VAR00003	86,50	54,214	,241	,707
VAR00004	86,82	55,579	,079	,728
VAR00005	86,56	51,231	,255	,711
VAR00006	85,92	57,912	,022	,721
VAR00007	87,24	55,492	,085	,727
VAR00008	85,78	53,971	,477	,694
VAR00009	86,08	55,544	,191	,710
VAR00011	86,48	55,887	,151	,714
VAR00012	88,74	57,584	,026	,723
VAR00013	85,82	54,477	,509	,695
VAR00014	86,16	52,504	,508	,688
VAR00015	86,12	51,536	,440	,689
VAR00016	85,76	55,492	,434	,700
VAR00017	86,04	53,958	,434	,695
VAR00018	85,98	51,163	,696	,677
VAR00019	86,04	55,998	,256	,706
VAR00020	86,16	52,300	,453	,690
VAR00021	86,00	50,735	,588	,679
VAR00022	85,86	52,409	,602	,684

ANEXO 07. CONSTANCIA DE AUTORIZACIÓN



PERÚ Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo

Seguro Social de Salud EsSalud



"Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional"
"Año del fortalecimiento de la atención primaria en EsSalud"

OFICIO N° 895 -D-RATAR-ESSALUD-2018

Tarapoto, 14 DIC 2018

SEÑOR:
DR. EDWAR FREDDY RUBIO LUNA VICTORIA
DIRECTOR ACADEMICO
UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO FILIAL TARAPOTO
Ciudad. -

ASUNTO : AUTORIZACION PARA EJECUCION DE PROYECTO DE TESIS

REFERENCIA : 1) OFICIO N° 015-2018/DA-UCV-FT
2) CARTA N° 289-JSE-HIIT-D-RATAR-ESSALUD-2018

De mi consideración:

Tengo a bien dirigirme a su Despacho para expresarle mi cordial saludo y, en relación a la solicitud de autorización para la aplicación de instrumento de investigación, en el marco de ejecución de su Proyecto de Tesis, se le informa que la Jefatura del Servicio correspondiente, AUTORIZA a la Sra. **Karla Miroslava Bazan Córdova**, para la aplicación del Instrumento de Investigación denominada "Estilos de vida y preferencias del consumidor en el Mercado de la Diabetes del Distrito de Tarapoto".

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,




Miguel Emilio Arévalo Villa
DIRECTOR
RED ASISTENCIAL TARAPOTO
EsSalud

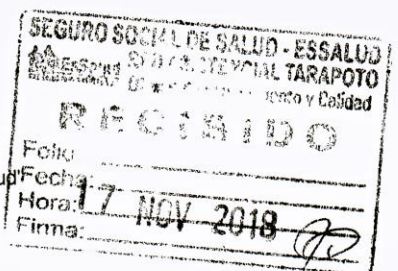
MEAV/GAAM/dpr
C.c. CCID
Archivo

NIT: 1281-2018-7317

Jr Progreso Cdra 8 PJ 9 de Abril
Tarapoto
San Martín - Perú
Tel. (042) 582370



"Año del Dialogo y la Reconciliación Nacional"
"Año del fortalecimiento de la atención primaria en EsSalud"



CARTA N° - 289 -JSE-HIIT-D-RATAR-ESSALUD-2018.

Tarapoto, 13 de noviembre del 2018

Señor:

LIC. ALBERTO AÑORGA MONTENEGRO
Jefe de la Oficina de Planeamiento y Calidad
Red Asistencial Tarapoto
EsSalud

Presente. -

ASUNTO : **AUTORIZACIÓN PARA LA APLICACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

REFERENCIA : **Carta N°123-CCID-D-RATAR-ESSALUD-2018**


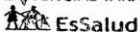
De mi consideración:

Es grato dirigirme a su Despacho para saludarlo cordialmente y a través de la presente, emitir opinión respecto a la solicitud de la estudiante **BAZÁN CÓRDOVA KARLA MIROSLAVA**, quien requiere aplicar encuestas para el desarrollo de su Tesis titulada "**Estilos de vida y preferencias del consumidor en el Mercado de la Diabetes del Distrito de Tarapoto**".

En el entendido que toda investigación genera nuevos conocimiento y considerando la contribución para la mejora de nuestros procesos de atención a la población sujeto de estudio; ésta Jefatura sugiere se **AUTORICE LA APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**.

Sin otro particular y agradeciendo la atención que brinde a la presente.

Atentamente.


Llerena Rojas
Jefe de Servicio Enfermería
RED ASISTENCIAL TARAPOTO


LLER/ler
C.c. Archivo
NIT = 1281-2018-7317



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

Bazán Córdova Karla Miroslava

D.N.I. : 32982620

Domicilio : Urb. Fonavi Mz. G-lote 14-Morales

Teléfono : Fijo :

Móvil : 942675609

E-mail : kbazan@ucv.edu.pe

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad :

Escuela :

Carrera :

Título :

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado : Maestra en Administración de Negocios - MBA

Mención : Maestría en Administración de Negocios - MBA

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

Bazán Córdova Karla Miroslava

Título de la tesis:

"Estilos de vida y preferencias del consumidor en el mercado de Diabetes del distrito de Tarapoto, 2018"

Año de publicación : 2018

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

Firma :

Fecha : 18-febrero-2019

Informe de Originalidad

Match Overview

16%

Currently viewing standard sources

[View English Sources \(Beta\)](#)

Matches	Source	Percentage
1	repositorio.ucv.edu.pe Internet Source	6%
2	Submitted to Universid... Student Paper	5%
3	ibdigital.uib.cat Internet Source	1%
4	repobib.ubiobio.cl Internet Source	1%
5	repositorio.puce.edu.ec Internet Source	<1%



“Estilos de vida y preferencias del consumidor en el mercado de Diabetes del distrito de Tarapoto, 2018”

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE :
MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

AUTOR:
Br. Karla Miroslava Bazán Córdova

ASESOR:
Mg. Ivo Martín Encomenderos Bancallán

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

El Mg. **Ivo Martín Encomenderos Bancallán**, ha revisado la tesis del(la) estudiante Br. **BAZÁN CÓRDOVA KARLA MIROSLAVA** titulada “**Estilos de vida y preferencias del consumidor en el mercado de Diabetes del distrito de Tarapoto, 2018**” constato que la misma tiene un **índice de similitud de 16%** verificable en el reporte de originalidad del programa **TURNITIN**.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Tarapoto, 22 de febrero de 2019



.....
Mg. Ivo Martín Encomenderos Bancallán
Escuela de Posgrado
UCV-TARAPOTO



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE :

Dra. Ana Noemí Sandoval Vergara

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Karla Miroslava Bazán Córdova

INFORME TÍTULADO:

“Estilos de vida y preferencias del consumidor en el mercado de Diabetes del distrito de Tarapoto, 2018”

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Maestra en Administración de Negocios - MBA

SUSTENTADO EN FECHA: 17 de enero de 2019

NOTA O MENCIÓN: Aprobado por Excelencia

Dra. Ana Noemí Sandoval Vergara
DIRECTORA DE INVESTIGACIÓN
UCV - TARAPOTO