



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING Y DIRECCIÓN
DE EMPRESAS

El nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia
insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura
2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE :

Licenciado en Marketing y Dirección de Empresas

AUTORES:

Madrid Herrera, Ruth Maria (orcid.org/0000-0002-9561-3154)

Rumiche Quevedo, Bruno Raul (orcid.org/0000-0001-7223-5835)

ASESORA:

Mg. Zuazo Olaya, Norka Tatiana (orcid.org/0000-0002-2416-5809)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comportamiento del consumidor

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

PIURA-PERÚ

2022

Dedicatoria

Ruth María Madrid Herrera

Esta investigación me la dedico a título personal, pues me lo merezco por todo el esfuerzo que ha implicado su desarrollo, mismo esfuerzo que fue motivado por toda mi familia, mi hija, mis padres y mis mascotas que forman parte de mi vida. Mi constancia y perseverancia han sido clave para lograr mis objetivos, y uno de ellos es llegar hasta aquí, lograr mi tan ansiado título universitario.

Bruno Raúl Rumiche Quevedo

En esta oportunidad dedico la presente investigación a mis dos menores hijos, a mi familia por darme el esfuerzo de emprender este largo trazo que dará muy grandes frutos, y que en el futuro me ayudará a cumplir mis objetivos propuestos.

Agradecimiento

Sin duda alguna los investigadores agradecemos a Dios nuestro creador por darnos el aliento diario del despertar, sabemos que pasamos por momentos difíciles causados por pandemia, pero fue Dios quien nos brindó la fortaleza para seguir luchando por nuestros sueños, parte de ellos es nuestra tesis, misma que nos permitirá obtener el título universitario y estar mejor preparados para enfrentarnos a un mercado tan competitivo. El agradecimiento a los docentes del primer al décimo ciclo de nuestra casa de estudios de la universidad César Vallejo, quienes fueron parte de nuestra preparación y que con sus conocimientos impartidos y exigencias nos han ayudado a ser mejores y estar académicamente bien preparados para enfrentarnos a un mercado tan competitivo, cabe un agradecimiento especial a nuestras familias que fueron parte esencial de todo este proceso académico, se agradece el impulso diario que tuvieron con nosotros día tras día para no flaquear.

Índice de contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice Tablas.....	v
Resumen.....	1
Abstract.....	2
I. INTRODUCCIÓN	3
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA	18
3.1 <i>Tipo y diseño de investigación</i>	18
3.2 <i>Variable y operacionalización</i>	18
3.3 <i>Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis</i>	20
3.4 <i>Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad</i>	21
3.5 <i>Procedimiento</i>	22
3.6 <i>Método de análisis de datos</i>	22
3.7 <i>Aspectos éticos</i>	22
IV. RESULTADOS	23
V. DISCUSIÓN.....	28
VI. CONCLUSIONES	32
VII. RECOMENDACIONES.....	34
REFERENCIAS.....	35
ANEXOS	37

Índice Tablas

Tabla 1. Técnicas e instrumentos.....	21
Tabla 2. Factores Culturales.....	23
Tabla 3. Factores Sociales.....	24
Tabla 4. Factores personales.....	25
Tabla 5. Factores psicológicos.....	26
Tabla 6. Factores del nuevo comportamiento del paciente diabético.....	27

Resumen

Esta importante investigación busca conocer y llamar la atención de la comunidad piurana para socializar la importancia del tratamiento insulínico en pacientes con diabetes mellitus. El objetivo de esta presente investigación consistió en determinar que factor afecta en el nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura 2022. Así mismo la metodología utilizada fue con diseño no experimental con un enfoque cuantitativo y un nivel descriptivo, en la que se empleó como técnica la encuesta y como instrumento de recolección de datos el cuestionario con escala de Likert, mismo que se ejecutó de manera virtual basado en los factores del comportamiento de Philip Kotler, cuyas dimensiones son los factores culturales, sociales, personales y psicológicos. Este instrumento se suministró a un total de 400 pacientes con diabetes mellitus, cuyos resultados arrojaron lo siguiente, se pudo ultimar que estos factores afectan el comportamiento del paciente diabético en un orden de escala moderada, teniendo en cuenta que los factores culturales afectan al paciente en un 51%, los factores sociales actualmente vienen afectando al paciente con un 55%, los factores personales con un 49%, y por último los factores psicológicos que se vienen presentando de una manera muy débil con un 24%, se concluye de la investigación que los factores en estudio son verdaderamente importantes al momento de tomar una decisión cuando de salud se habla, más aún si se trata de tomar una decisión relevante a un tratamiento que busca mejorar la calidad de vida de las personas.

Palabras clave: diabetes mellitus, tratamiento insulínico

Abstract

This important research seeks to know and draw the attention of the Piuran community to socialize the importance of insulin treatment in patients with diabetes mellitus. The objective of this present investigation is to assist in determining what factor affects the new behavior of the diabetic patient against insulin therapy post covid vaccination of public hospitals, Piura 2022. Likewise, the methodology used was with a non-experimental design with a quantitative approach and a descriptive level, in which the survey was used as a technique and the questionnaire with a Likert scale as a data collection instrument, which was executed virtually based on Philip Kotler's behavioral factors, whose dimensions are the factors cultural, social, personal and psychological. This instrument was given to a total of 400 patients with diabetes mellitus, whose results showed the following, it was possible to finalize that these factors modified the behavior of the diabetic patient in a moderate escalation order, taking into account that cultural factors evolved the patient in 51%, the social factors currently come to the patient with 55%, the personal factors with 49%, and finally the psychological factors that have been presented in a very weak way with 24%, it is concluded from the investigation that The factors under study are really important when making a decision when it comes to health, even more so when it comes to making a decision relevant to a treatment that seeks to improve people's quality of life.

Keywords: diabetes mellitus, insulin treatment

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad la diabetes se considera como un problema de salud pública más que nada por su fundamental aumento en todo el mundo y en particular en el Perú. De acuerdo con la OMS, sesenta y 2 millones de individuos en América y más de cuatrocientos millones internacionalmente poseen diabetes, la mayor parte de las cuales viven en territorios de bajos y medianos ingresos (OMS, 2016)

Quiroz et al. (2020) refiere que el 31 de diciembre del año 2019, la OMS (OMS) recibió reportes de la existencia de un tipo neumonía, de procedencia desconocido, en la urbe de Wuhan, en China. Velozmente, a inicios de enero del 2020, las autoridades de esta nación identificaron la causa como una totalmente nueva cepa de covid-19, dando origen a eso que hoy en día se le conoce como SARS-CoV-2 o Covid-19. A la fecha han fallecido alrededor de 6 millones de seres humanos producto de esta mortal patología (statista, 2022). A la fecha el Perú cuenta con 4 vacunas debidamente aprobadas por los organismos mundiales para combatir esta epidemia, resaltando: AstraZeneca, Moderna, Sinopharm y Pfizer.

Como resultado del proceso de vacunación, el régimen dispuso equipos prioritarios o también llamados vulnerables para comenzar con la fase de inmunización siendo los habitantes en condiciones de comorbilidad y vulnerabilidad los equipos prioritarios, entre los que destacan: personas especiales (Down), pacientes con tratamiento de hemodiálisis, enfermedades extrañas, cáncer, diabetes, VIH, obesidad, entre otros (Gobierno del Peru, 2021).

La diabetes tipo 2 es una patología crónica que se realiza una vez que el páncreas no crea suficiente insulina. Si hay escasez de insulina, el grado de glucosa en la sangre se incrementa y la patología avanza más rápido (OMS, 2016).

Por las características de la enfermedad, la diabetes es considerada una enfermedad de alto riesgo, más aún en estado de confinamiento sanitario acontecido por la presente coyuntura sanitaria derivada del Sars Cov II. Para el caso peruano esta enfermedad presenta estadísticas alarmantes donde más de cuatrocientos mil personas mayores de 15 años padecen de esta traumática enfermedad (MINSA, 2019).

A lo largo de la enfermedad pandémica, en el 2020, los individuos atendidos por esta patología aumentaron en 1.6 % comparativamente al 2019 en Apurímac, Ayacucho, Cajamarca, Cusco, Huancavelica, Junín, Moquegua, Pasco, Puno, San Martín, Tacna y Piura, con un total de 169 346 nuevos casos a escala nacional (Minsa, 2020).

De acuerdo con el especialista en medicina preventiva del Minsa, Jorge Hanco, la diabetes mellitus tipo 2 es la más común en la población peruana. La diabetes mellitus tipo 2 está fuertemente ligada al estilo de vida y a la falta de actividad física de la persona, así como a una mala alimentación y mayor consumo de azúcares, lo que provoca el aumento de peso (Minsa, 2020)

Hernán García, director regional de Salud, dijo que entre el 4% y el 5% de la población del país ha sido diagnosticada de diabetes en las instalaciones sanitarias hospitalarias del país. (observateperu, 2021). Debido a los estilos de vida modernos, a la obesidad y al estado general de salud del país, la probabilidad de contraer esta enfermedad ha aumentado del 20 al 30%. Como punto final, casi el 20% de la población de Piura tiene diabetes mellitus tipo II (Correo, 2018). Aunque no existen nuevas estadísticas sobre el verdadero estado de este tipo de diabetes a la luz de la pandemia, los que ya tenían la enfermedad se han visto afectados negativamente por la situación económica, las medidas de confinamiento y el desempleo, entre otros factores.

El problema para esta investigación radica principalmente en que las estadísticas aumentan con respecto a esta enfermedad y antes de la pandemia los pacientes mayoritariamente no estaban dispuestos a someterse a la terapia insulínica por temor y desconocimiento. Ahora; el riesgo por la pandemia es aún mayor, ya que los diabéticos están 3 veces más propensos a contagiarse y de llegar a camas UCI que una persona sin estas comorbilidades. Por ello, se busca estudiar el nuevo comportamiento de estos pacientes post vacunación covid.

En la ciudad de Piura, el sector hospitalario público conformado por el Hospital José Cayeno Heredia y el Hospital Jorge Reategui Delgado cuentan con áreas especializadas en tratar a personas con este tipo de diabetes, sin importar la condición o estatus social de los mismos. Es importante precisar que los pacientes normalmente se acercan al centro de salud cuando ya se encuentran

descompensados y con elevados índices de azúcar en la sangre, como consecuencia de diagnósticos tardíos. Se propone en el presente trabajo para determinar el nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura 2022.

El principal problema a investigar consiste en conocer ¿Cuál es el factor que afecta en el nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura 2022 y como problemas específicos: ¿En qué situación se encuentran los factores culturales del nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura 2022?, ¿En qué situación se encuentran los factores sociales del nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura 2022?, ¿En qué situación se encuentran los factores personales del nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura 2022? y ¿En qué situación se encuentran los factores psicológicos del nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura 2022?

Es importante precisar que en todo el país y en especial en la región Piura, las estadísticas de diabetes tipo 2 se han ido incrementando proporcionalmente como consecuencia de la escasa cultura de cuidado y protección personal. Sin embargo, para aquellas personas que sí acuden a consulta, al oír sobre la terapia insulínica; muy probablemente ya no regresen a sus chequeos de rutina.

Con la breve descripción de la realidad problemática de las personas con diabetes tipo 2, es necesario precisar que la investigación resulta importante porque una vez identificados los factores del nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica, motivado por la vacunación Covid, servirá para trabajar enfáticamente en aquellos factores que impiden recibir dicha terapia, ya sea para implementar probables estrategias que permitan concientizar a los pacientes para que acepten satisfactoriamente la terapia insulínica, y puedan gozar de una adecuada calidad de vida.

Los principales beneficiarios al llevar a cabo este estudio serán los pacientes, ya que podrán comprender la importancia de aceptar la terapia como un tratamiento

obligatorio para salvaguardar su salud física – emocional y sobre todo para que comprendan que la terapia es para toda la vida.

El estudio tiene una justificación significativa por más de una razón de gran relevancia, se sabe que la diabetes es una patología que no tiene cura, y que ha venido aumentando en todo el mundo por múltiples razones; siendo el confinamiento producto del Covid-19 una de las razones; sin embargo, si no se detecta este mal a tiempo y si no se trata correctamente tienen la posibilidad de pasar serias complicaciones.

Teniendo en consideración el problema de este estudio, se propuso un objetivo general que consistió en: Determinar que factor afecta en el nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura 2022 y como objetivos específicos: Determinar en qué situación se encuentran los factores culturales del nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura 2022, determinar en qué situación se encuentran los factores sociales del nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura 2022, determinar en qué situación se encuentran los factores personales del nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura 2022 y determinar en qué situación se encuentran los factores psicológicos del nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura 2022.

II. MARCO TEÓRICO

Se requiere de evidencia empírica para dar soporte y respaldo científico a esta investigación, para ello se llevó a cabo un proceso de búsqueda en diferentes repositorios de universidades públicas y privadas en el ámbito internacional nacional y local. Así mismo, la búsqueda se amplió hacia revistas científicas indexadas con un alto factor de impacto.

(Rodriguez & Jenny, 2021) realizaron una publicación científica denominada: “COVID 19 factor de cambio en la conducta del consumidor”. Debido al nuevo coronavirus y a la contracción de los efectos comerciales y económicos del COVID

19 en la integración económica mundial, la demanda de algunos bienes y servicios ha disminuido mientras que la demanda de otros ha aumentado, lo que ha alterado la dinámica del mercado. Es importante recordar que la pandemia alteró el comportamiento de los consumidores debido al gran miedo a la infección. El objetivo del estudio es determinar cómo la pandemia afectará al comportamiento de los consumidores. Se utilizaron tanto un experimento bibliográfico como un experimento en campo en la provincia de Tungurahua para llevar a cabo la investigación de manera cualitativa como cuantitativa que permitirá hacer mediciones numéricas. Se descubrió que el consumidor tenía que abandonar las compras cara a cara en favor de las compras en línea, algo que no era normal pero que podía adaptarse debido a un cambio repentino e inesperado, lo que dio lugar a un nuevo consumidor post-coronavirus que prioriza a sus miembros de la familia.

(Chumbe, 2020) en su tesis denominada: “Factores que influyen en el comportamiento del consumidor de comidas rápidas post pandemia en Iquitos, 2020”. El objetivo consistió en averiguar qué factores influyen en las decisiones de compra de las personas que comen este tipo de comida. Esta tesis de pregrado investiga el comportamiento de los consumidores de los restaurantes de comida rápida durante los brotes de pandemia. Se realizó una investigación en campo que incluyó la administración de una encuesta con el objetivo de identificar los factores culturales, sociales, personales y psicológicos que influyen en los consumidores de alimentos rápidos en Iquitos. Al final, se determinó que la prevalencia de los consumidores locales era el factor cultural más importante a tener en cuenta. Los consumidores que se mantienen conectados a las redes sociales, así como su estado marital (soltero), son los principales contribuyentes a la formación de los factores sociales. Los factores personales se definen generalmente por la edad y el nivel de ingresos (más de la mitad perciben menos de 1000 soles al mes), así como por el género (el 51% de los encuestados son mujeres), mientras que los factores psicológicos se definen por sus motivaciones, como la proximidad a la tienda, el precio y la calidad del producto comprado.

(Ortega, 2020) en su artículo científico denominado: “Efectos del Covid-19 en el comportamiento del consumidor: Caso Ecuador”. El comportamiento de los consumidores ha sido influenciado por la decisión del gobierno de Ecuador al

imponer restricciones como parte de la respuesta del país al brote del virus o Covid-19. Al medir factores como factores personales, sociales, psicológicos y culturales, este estudio pretende determinar si esta nueva medida tiene o no un impacto en el comportamiento de los consumidores. Se entrevistaron seiscientos ochenta ecuatorianos en cinco ciudades. Para comprobar las hipótesis teóricas, se utilizó el modelo de ecuaciones estructurales. Todas las tres dimensiones de estas teorías fueron válidas: la prueba de cargas $> 0,7$ para los indicadores, la prueba de fiabilidad compuesta (CR) y el alfa de Cronbach $> 0,7$ para los constructos del comportamiento de compras, los factores sociales y personales, y la prueba de varianza media extraída (AVE) $> 0,5$ para las cinco desventajas. El comportamiento de los consumidores y los factores personales, sociales, psicológicos y culturales parecen estar fuertemente relacionados, lo que ofrece cierta información sobre cómo comprender y satisfacer las necesidades de los consumidores en tiempos de crisis.

(Huamán, Mesa, Peña, & Ramirez, 2021) el principal objetivo del estudio en mención denominado “Factores que influyen en la adherencia al tratamiento de la diabetes mellitus II” radica principalmente en establecer justamente que factores influyen en la adherencia al tratamiento de los pacientes con diabetes mellitus II. Se identifica que estamos frente a una investigación no experimental con enfoque descriptivo, la participación fue dada con 169 adultos con diagnóstico DM2, para clasificar el nivel comprensión de los pacientes diabéticos en adecuado intermedio e inadecuado se utilizó el Diabetes Knowledge Questionnaire, se determinó que hubo mayor participación de hombres que mujeres cuyos grados de instrucción en su mayoría de primaria y secundaria que viven en zonas rurales, las edades fluctuaban entre los 51 años y mayores de 66 años, se concluyó de la investigación que los rasgos sociodemográficos fueron los factores más relevantes en relación con la conducta de adherencia, esto debido al grado de instrucción, la edad que predominan en el nivel de conocimiento que el paciente pueda poseer acerca de la padecimiento. Se resalta del estudio que ha mayor conocimiento del paciente de la DM2 será su comportamiento en relación a la misma.

(Carrillo & Martinez, 2017) en la siguiente investigación “Cambio de conducta para insulino terapia en personas que viven con diabetes tipo 2” tiene como objetivo

determinar el estado y balance decisional de cambio de conducta en personas que viven con diabetes y criterios para insulino terapia de pacientes que acuden al centro de salud de Ekmul, basado en el modelo transteórico y con un enfoque cualitativo, los pacientes seleccionados fueron cinco, estos contaban con criterios para el tratamiento con insulina, asimismo fue manejado el cuestionario de datos generales de etapas de cambio, un árbol de problemas y un diagrama causa efecto. Se concluyó de la investigación, que dentro de las etapas reconocidas se otorga un mayor peso a las desventajas de uso de insulina generando una oposición al cambio de conducta a corto plazo, asimismo el desconocimiento y falta de información de la fisiología de la diabetes, a raíz de esto se inventan falsos conceptos sobre el manejo de la insulina, esto es movido por los factores psicológicos (miedo a lo desconocido) y sociales como el comportamiento creado por equivocados conceptos, dicho lo anterior este círculo vicioso impide el inicio oportuno de la insulino terapia.

(Paz, 2020) su publicación en Scielo denominada: “Manejo de la diabetes mellitus en tiempos de COVID-19”. Un antecedente significativo es el manejo de la DM en tiempos de COVID; el tratamiento con insulina ha revelado que logra disminuir la inflamación (se refiere a que en los pacientes con DM es dominante la carga inflamatoria causado por COVID-19, que puede incitar inflamación vascular, miocarditis y arritmias cardiacas, por tanto los factores de riesgo cardiovasculares deben vigilarse según los patrones basado en evidencias), por otro lado en relación a la terapia con insulina se debe de utilizar un enfoque centrado en el paciente (edad, gravedad de Covid y las comorbilidades). Para casos leves se recomienda insulina vía subcutánea; para pacientes graves insulina vía endovenosa.

(López, 2018) en su publicación denominada: “Conducta de los pacientes diabéticos al uso de insulina en la Unidad de Medicina Familiar”. En el objetivo de este estudio permitió determinar cómo los pacientes diabéticos responden al consumo de insulina. Los pacientes diagnosticados de diabetes mellitus tipo 2 pero que no estaban en terapia con insulina y visitaron una consulta diabética fueron sometidos a un estudio de observación transversal completo. Con un tamaño total de la muestra de 176, se utilizó el muestreo aleatorio. El instrumento de 50 estuvo formado por 50 ítems. La insulina resultó ser un tratamiento eficaz de primera línea

para la gran mayoría de los pacientes, según los resultados del estudio. Esto sugiere que los pacientes con diabetes han superado los obstáculos al consumo de insulina.

Posterior a la revisión de la evidencia empírica, se fundamentó el estudio con soporte teórico que permitirá respaldar el estudio frente a la discusión de resultados.

La teoría que sirve de base para el desarrollo de este estudio comprende los “Componentes del comportamiento del consumidor;” o sea la conducta de compra de las personas que se ve perjudicado por una secuencia de componentes: culturales, sociales, personales y psicológicos.

Con el paso del tiempo, la variable comportamiento del consumidor ha sido ampliamente conceptualizada, por ejemplo, (Kotler & Armstrong, 2012) refieren claramente que el comportamiento del consumidor consiste en describir todas las acciones que realizan los clientes o consumidores Al momento de adquirir un producto o servicio. Este autor pone de manifiesto qué dentro del comportamiento del consumidor existen ciertas complicaciones que hacen que la compra se convierta en un proceso complejo.

(Schiffman & Kanuk, 2010) dos reconocidos autores en el campo del marketing conceptualizan esta variable como un conjunto de acciones que llevan a cabo personas y familias con la finalidad de decidir teniendo en cuenta el uso racional de los recursos que involucran aspectos de dinero y tiempo. un autor más contemporáneo (Arellano Cueva, 2002) explica que el comportamiento del consumidor involucra acciones internas y externas de personas y familias que buscan satisfacer sus necesidades y sobre todo buscan rebasar sus expectativas.

Teniendo en consideración estas conceptualizaciones brindadas por reconocidos autores en el campo del marketing, se puede precisar que el comportamiento del consumidor es una variable influenciada por ciertos factores que coaccionan la compra, destacando entre ellos factores personales, sociales, psicológicos y culturales. De esta manera se considera qué esta variable es cambiante con el paso del tiempo y depende de las actuales circunstancias del entorno comercial

(Arellano Cueva, 2002), expresan que hay los denominados actores que intervienen en la conducta de consumo, aquí localizamos al Consumidor que es ese individuo que usa o dispone el producto o servicio, sin embargo poseemos el Comprador, que es ese individuo que se conduce al establecimiento de comercialización y realizar el convenio de compra, después pudimos encontrar al Influenciador que son las personas que directa o de forma indirecta inducen a la etapa de compra por medio de las cualidades, beneficios y ventajas de un definido producto y/o servicio, y finalmente pudimos encontrar al Decisor, es ese sujeto que toma la elección de preferir un producto entre tantas alternativas.

Según lo manifestado por (Kotler & Armstrong, 2012) el primer componente que afecta el comportamiento del consumidor está relacionado con los ⁽¹⁾factores culturales. Estos autores destacan que la cultura se ve reflejada por tres aspectos determinantes: la cultura propiamente dicha, la subcultura y la clase social en la que se encuentra inmersa el cliente.

Según lo manifestado por (Kotler & Armstrong, 2012) Conceptualiza los factores culturales como una serie de rasgos diferenciadores que permiten distinguir a determinados grupos sociales, en base a determinadas épocas grupos de referencia. Otro aporte significativo de estos autores revela que la cultura se asocia con los valores inherentes a una sociedad.

Continuando con la definición acerca de la cultura Rivas y Enorme (2015) consideran que esta variable se conforma por un conjunto de ideas muy propias, valores de grupo que rigen el comportamiento de las personas o de los clientes. Según estos autores la cultura se adquiere a través del aprendizaje y este se da a través de tres tipos: (a). formal: es aprendizaje se adquiere usualmente de las poblaciones adultas hacia las poblaciones menores. (b). informal: el aprendizaje en menores suele ser imitado de otras personas como consecuencia de la interacción natural de ambas partes. (C). Técnico: la cultura se adquiere en lugares especializados como las escuelas.

Complementando las conceptualizaciones brindadas anteriormente, (Schiffman & Kanuk, 2010) mencionan que el componente de la cultura refleja las creencias aprendidas, los valores asimilados en la sociedad, y las buenas prácticas asimiladas en el entorno, son aspectos que delimitan el comportamiento de los

individuos frente a determinadas circunstancias. (García Sánchez, 2008) incorpora un nuevo componente a la cultura denominado “moral” y Argumenta al igual que los autores anteriores que la cultura se ve cimentada en las creencias costumbres y valores de los individuos que suelen interactuar en diferentes entornos,

Finalmente, Kotler y Armstrong (2012) destacan que el comportamiento del consumidor evoluciona y cambia según las nuevas características de cada sociedad. Dicho de otra manera, el comportamiento del consumidor se adquiere en la sociedad como parte de su cultura.

Referente a la Subcultura, el creador (Assael, 1999), afirma que son “Ciertos conjuntos que tienen la posibilidad de asemejar pues poseen valores y prácticas homogéneos que los diferencia con la sociedad”. El individuo, que es parte de aquel grupo, y que se identifica con ciertos valores religiosos, étnicos, aprobará las reglas y valores de dicho conjunto.

En la situación de los autores (Schiffman & Kanuk, 2010), al referirse a la Subcultura exponen que cada cultura está incorporada por Subculturas más pequeñas, los individuos o conjuntos comparten valores basados en sus vivencias adquiridas durante su historia, este conjunto lo conforman las nacionalidades, creencias, equipos raciales y zonas geográficas.

De la misma forma (Kotler & Armstrong, 2012), enfatizan que las Subculturas conceden identificación específica y socialización más fuerte a sus miembros, las cuales permanecen compuestas por las nacionalidades, las creencias, los conjuntos étnicos y las creencias geográficas. Una vez que Las Subculturas aumentan en tamaño y recursos, las organizaciones generalmente bosquejan planes intensificados de Marketing para atenderlas.

De la misma forma, dentro de los factores culturales tenemos a la clase social, (Schiffman & Kanuk, 2010) indican que es aquella segmentación de los miembros de una sociedad en una jerarquía de clases con estatus propios; los autores señalan que existen cinco categorías de clase social: clase alta (identificamos a las celebridades y ejecutivos de alto nivel), clase media alta (profesionales con significativa formación académica), clase media baja (trabajadores sin título universitario y artesanos), clase trabajadora (obreros y oficinistas), clase baja

(aquellos que dependen de subsidios y que ocupan puestos pésimamente pagados).

Siendo Kotler y Armstrong (2012) los máximos exponentes del comportamiento del consumidor; con respecto a los ⁽²⁾factores sociales lograron conceptualizar como una serie de componentes que tienen como característica primordial ordenarse de manera jerárquica para ser compartidos por los miembros de una sociedad. Según la clasificación brindada por estos autores se denota la existencia de una clase social baja, media y alta. La pertenencia a determinada clase social se encuentra asociada a aspectos cómo los ingresos económicos y el estilo de vida de las personas.

Los factores sociales que contribuyen de forma moderada en el comportamiento del Consumidor, que a su vez están representados por los grupos de referencia, la familia y los roles y estatus sociales.

Según la primera clasificación de los factores sociales, relacionada con los grupos de referencia; Kotler, Arellano, Schiffman sostienen que este tipo de grupos mantienen ciertas coincidencias que los permiten identificar. Estos grupos comparten aspectos como creencias y valores. Se precisa que los grupos familiares, amigos cercanos, vecinos, entre otros, constituyen grupos primarios de referencia. Dentro de los grupos secundarios que tienen menos injerencia, se encuentran grupos religiosos, compañeros de trabajo entre otros. Al ser denominados grupos primarios y secundarios, cada uno de ellos presenta ciertas peculiaridades que permite distinguirlos, y que presentan signos de identificación.

El núcleo familiar desempeña de modo importante en la conducta del consumidor, según Rolando Arellano el núcleo familiar es el grupo de individuos que permanecen juntos por lazos de vínculos o de enorme parecido. Referente a (Schiffman & Kanuk, 2010), definen a el núcleo familiar como ese grupo que se relaciona así sea por matrimonio o adopción, por consanguinidad y que viven bajo el mismo techo.

Para finalizar con la conceptualización, (Schiffman & Kanuk, 2010), subrayan que el núcleo familiar es como la columna vertebral más trascendental en la sociedad y que forma parte del predominio primario de los grupos de referencia.

Del mismo modo, los individuos son parte de diversos equipos: familias, círculos, empresas, que por lo común son una sección trascendental de información y ayudan a concretar normas de conducta. El punto de vista del sujeto en un conjunto puede explicarse en términos de Papel y Estatus. Para Kotler y Armstrong (2012), el papel se basa en los hechos que se espera que el hombre haga. Paralelamente, cada papel connota un estatus.

Para terminar, Kotler y Armstrong (2012), realizan referencia al término papel, a las ocupaciones que se espera logre realizar la persona, acorde al conjunto que la circunda. Cada Papel involucra un Estatus que expresa el costo general que le instituye la sociedad.

Los terceros factores que influyen en la conducta del Consumidor poseemos a los ⁽³⁾factores personales, según (Kotler & Keller, 2002), están conformados por la edad y la fase del periodo de vida, la ocupación y las situaciones económicas, el estilo de vida y los valores. Si bien es cierto ejercen un mediano predominio en la conducta del consumidor, no dejan de ser relevantes para la averiguación.

Según (Kotler & Armstrong, 2012), los gustos y preferencias cambiantes de los clientes en relación con productos y servicios disponibles en el mercado están determinados por su edad. Los patrones de consumo de las familias dependen de la composición de la familia (número de miembros), y es por ello que el período de vida familiar se puede dividir en adolescentes solteros, parejas adolescentes sin hijos, familia completa I. en cuanto a la familia completa II se conforma por la pareja de más edad con hijos a cargo.

(Kotler & Armstrong, 2012) manifiestan que cada una de estas “actividades” se ven dañadas por el curso del periodo de la vida familiar, con el transcurrir del tiempo el núcleo familiar pasa por un lapso de maduración (matrimonio, origen de los hijos, la obtención de un departamento, una división, graduación de los hijos, etcétera.) que influyen en la toma de elecciones futuras del núcleo familiar.

Además, (Schiffman & Kanuk, 2010), alegan que la ocupación es un indicador de la condición social, y en otros términos debido a los individuos, que con su sabia o peculiar interrogante ¿A qué se dedica usted?, posibilita calificar e imaginarse un criterio de los individuos en alusión a su trabajo. Esto sin lugar a duda alguna influye en los bienes y servicios que consigue una persona (Kotler & Keller, 2002)

El caso económico del sujeto se ve afectada por la condición económica en la que éste se encuentre, esto va a determinar al sitio que va a ir, la marca que va a elegir, los bienes y servicios que usará (Kotler & Armstrong, 2012),

Sin embargo, poseemos los Estilos de Vida, (Assael, 1999) sugiere que permanecen conformados por una secuencia de cambiantes: actividad (trabajo), intereses (familia) y opiniones (relaciones personales). Estas cambiantes mencionadas poseen un enfoque psicológico. Referente a las ocupaciones “es la forma en que las personas utilizan su tiempo”, los intereses “es lo cual el individuo estima importante de lo cual lo rodea” y opiniones es “lo que suponen de sí mismo y de la sociedad”.

Por otro lado, la aseveración de (Arellano Cueva, 2002), en lo cual a los estilos de vida hace referencia, remarca que “son métodos de ser de un grupo de individuos, aquí influye la edad, sexo, reacciones, intereses, comportamientos, equipamientos y de infraestructura”.

Adicionalmente, se dicen que los estilos de vida de acuerdo con el creador León Schiffman, quien estima el esquema VALS, que es un sistema de segmentación que mezcla los estilos de Vida y los Valores; y por otro lado Rolando Arellano que estima su propio sistema.

- S - Innovadores
- C - Pensadores
- H - Creyentes
- I - Triunfadores
- F - Esforzados
- F - Experimentadores
- M - Hacedores
- A - Sobrevivientes
- N

(Schiffman & Kanuk, 2010)

- A - **Conservadoras**
- R - Tradicionales
- E - Progresistas
- L - **Sobrevivientes**
- L - Trabajadoras
- A - Adaptados
- N - Afortunados
- O - Sensoriales
- **Emprendedores**

(Arellano Cueva, 2002)

Para concretar con la contribución de Kotler y Armstrong (2012), los estilos de vida son un modelo de vida de las personas que se ve definido por las AIO.

Al final, se dicen los ⁽⁴⁾factores Psicológicos, en este ítem se relacionan un conjunto de recursos: La motivación, percepción, aprendizaje, creencias y reacciones. La finalidad de los estudiosos ha sido comprender los mismos en las elecciones del consumidor.

Con interacción a la motivación (Garcia Sanchez, 2008), instituye que: “Es el momento de una persona que le estimula a obrar; esta estimulación le posibilita satisfacer sus necesidades”. Del mismo modo, el ilustre y controversial creador (Arellano Cueva, 2002), exhorta que la motivación posibilita que un sujeto obtenga por medio de ocupaciones la satisfacción de sus requerimientos referente a sus necesidades. Mientras tanto que (Schiffman & Kanuk, 2010) expresan que la motivación es la energía interna del individuo que influye a la ejecución de una acción para satisfacer necesidades. Y al final el mayor representante de marketing (Kotler & Armstrong, 2012), establecen que las motivaciones parten de una necesidad, ya sean biológicas (hambre y sed) y psicológicas (reconocimiento y estima) por ende la necesidad se vuelve motivación una vez que es precisamente primaria para que el individuo busque satisfacerla.

Además, pudimos encontrar a la percepción (Garcia Sanchez, 2008) apunta que es el paso por el que el individuo selecciona y define determinados puntos con base a su adecuado juicio personal. el modo en que los productos y servicios son notados determinará las modalidades de ser adquiridos con éxito. Por lo tanto (Arellano Cueva, 2002), expresa que la percepción es el modo en que la persona observa al mundo que lo circunda y con base a aquel estudio entiende al mundo del que forma parte (Kotler & Armstrong, 2012) fortalecen la postura de los autores previamente mencionados, señalando que es el proceso en que la gente examina la información para formarse un criterio de todo el mundo, además señalan que cada individuo tiene su propia percepción, esto por 3 procesos perceptuales: La atención selectiva (es la tendencia de las personas a filtrar la más grande información que se les presenta), la distorsión selectiva (es la facilidad que poseen las personas de descifrar la información de una forma que se ajusten a sus juicios) y la retención selectiva (se refiere a las que los individuos sólo rememoren los puntos de vista positivos de su marca preferida y se olviden de los aspectos positivos de la marca de la competencia).

En cuanto al aprendizaje María Dolores y León Schiffman concuerdan que el aprendizaje es el camino por el que la persona recibe la sabiduría que empleará en su conducta futura. En tanto (Arellano Cueva, 2002) instituye que el aprendizaje es la transformación que sufre el cliente y que cambia su inclinación congénita a diferentes estímulos. Del mismo modo (Kotler & Armstrong, 2012), destacan que el aprendizaje se ve influido debido a las vivencias aprendidas del sujeto en el lapso de su historia.

Para concluir (Kotler & Armstrong, 2012) indican que la religión está fundamentada en una serie de creencias, las cuales son compartidas por determinados grupos. Estas creencias según la percepción de los creyentes pueden estar basadas en hechos reales o ficticios, que de manera directa o indirecta afectan el comportamiento del consumidor al momento de tomar ciertas decisiones importantes, vinculadas a la compra de determinados productos o servicios.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación: Se ha considerado en la investigación presentada a un referente importante en la materia a (Hernández Sampieri Roberto, 2014) y su libro “Metodología de la Investigación”, que indudablemente es un gran apoyo para la realización y/o ejecución en la investigación presentada. El tipo de estudio propuesto resulta ser **descriptivo**, ya que se centra en determinar el nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos.

Diseño de investigación: El diseño del presente estudio es **no experimental** porque no se manipula la variable, lo que se busca es caracterizar el comportamiento del paciente frente al tratamiento de su enfermedad; por ello, no se busca manipular bajo ninguna circunstancia los resultados que se obtengan del trabajo de campo. Al contrario, se busca estudiar y observar los hechos tal cual se encuentran en su entorno natural.

3.2 Variable y operacionalización

La variable de estudio está ligada a los factores del comportamiento del consumidor (paciente), la misma que según (Kotler & Armstrong, 2012) refieren claramente que el comportamiento del consumidor consiste en describir todas las acciones que realizan los clientes o consumidores al momento de adquirir un producto o servicio. Este autor pone en manifiesto qué dentro del comportamiento del consumidor existen ciertas complicaciones que hacen que la compra se convierta en un proceso complejo. En cuanto a la operacionalización de la variable se aplicará un cuestionario. Las subdimensiones que corresponden a la investigación según la variable son los factores culturales, los factores sociales, los factores personales y los factores psicológicos; mismos que a su vez tienen indicadores.

En lo que refiere a los factores culturales y sus indicadores encontramos a la amistad (*tus amistades influyen en tu decisión de aceptar la terapia*), religión (*tu religión influye en tu decisión de aceptar la terapia*), conocimiento (*el conocimiento adquirido a lo largo de tu vida en referencia de la terapia insulínica afecta tu decisión de aceptarla*), experiencia y situaciones de vida (*lo que vienes*

viviendo día a día (covid, diabetes) en situaciones de tu vida han afectado positivamente la decisión de aceptar la terapia) y la sociedad (la sociedad de la que eres parte afecta tu decisión de aceptar la terapia).

Por otra parte los factores sociales cuyos indicadores incluyen a la información de redes sociales (*la información que ofrecen las redes sociales ha afectado tu decisión de aceptar la terapia*), información boca a boca (*la información de boca en boca obtenida en tus grupos de referencia ha afectado tu decisión de aceptar la terapia*), integrante de la familia (*algún integrante de tu familia ha afectado tu decisión de aceptar la terapia*), medios escritos (*los medios escritos de comunicación (periódicos y revistas) han afectado tu decisión de aceptar la terapia*) y recomendaciones (*las recomendaciones de tus amigos han afectado tu decisión de aceptar la terapia*).

En cuanto a los factores personales y sus indicadores ubicamos a la situación económica (*tu situación económica es un factor que afecta tu decisión de aceptar la terapia*), estilo de vida (*tu estilo de vida es un factor que afecta tu decisión de aceptar la terapia*), ocupación (*tu ocupación es un factor que afecta tu decisión de aceptar la terapia*), nivel de confianza (*el nivel de confianza en ti mismo afecta tu decisión de aceptar la terapia*) y la edad (*tu edad afecta la decisión de aceptar la terapia*).

Y por último la subdimensión que corresponde al estudio son los factores psicológicos con sus respectivos indicadores; la percepción adquirida (*la percepción adquirida a lo largo de tu vida en referencia de la terapia insulínica afecta tu decisión de aceptarla*), creencias obtenidas (*tus creencias obtenidas a lo largo de tu vida afectan tu decisión de aceptar la terapia*), falta de reconocimiento (*la falta del reconocimiento del problema y de tus necesidades de salud afectan tu decisión de aceptar la terapia*), falta de búsqueda (*la falta de búsqueda de información relacionado a la enfermedad afecta tu decisión de aceptar la terapia*) y negación del diagnóstico (*la negación al diagnóstico afectan tu decisión de aceptar la terapia*).

3.3 Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis

Población:

Estará conformada por los pacientes diagnosticados en los centros de salud pública de la ciudad de Piura. Hay que recordar que según cifras brindadas por la Dirección General de Intervenciones en Salud Pública (DGIESP) adscrita al Minsa, determinó que en situación de pandemia durante el año 2020 esta enfermedad crónica aumento en 1.6% en comparación con los años 2018 y 2019 (Diarioelperuano, 2021).

Existen en Piura un total de 80,000 casos de diabetes diagnosticados en los hospitales públicos durante el año 2019 (Diresapiura, 2019), al sumarle el incremento de 1.6% del 2020, la cifra de pacientes equivale a 81,280. Así mismo, es necesario mencionar que sólo el 20% de ellos, es tratado medicamente. Por lo tanto, la población estará conformada por un total de 16,256 pacientes distribuidos entre los Hospitales José Cayetano Heredia y Jorge Reategui.

Criterios de inclusión:

- Se está considerando a los pacientes del hospital Jorge Reátegui Delgado y a los pacientes del hospital José Cayetano Heredia, los mismos que deben estar llevando un tratamiento con insulina.
- Mayores de edad y de sexo masculino y femenino.

Criterios de exclusión:

- No se van a considerar a menores de edad
- No se van a considerar a pacientes que estén con tratamiento oral (antidiabéticos)

Muestra:

La muestra aplicada es para una población finita, obteniéndose el valor de: 400 pacientes por encuestar.

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

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 16256}{0.05^2(16256 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 400$$

Dónde:

n = Calculo de la muestra

N= Determinación de la población

Z= Confianza (1.96)

e = Error (0.05)

p = Probabilidad de éxito (0.5)

q = 1-p; probabilidad de fracaso (0.5)

Muestreo:

Estamos frente a un tipo de muestreo estratificado, ya que en específico se está considerado el sexo de los participantes, con la finalidad de determinar qué factores predominan en el presente estudio. Asimismo, considerando las 400 muestras recopiladas corresponde 200 por cada estrato (200 masculinos y 200 femeninos).

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Técnica: La técnica utilizada es la encuesta, misma que se ejecutará de manera presencial y virtual en un formulario propio diseñado por los investigadores, con el objetivo de obtener información y en base a los datos recopilados obtener respuestas para lograr nuestras conclusiones.

Tabla 1. Técnicas e instrumentos

<i>Técnica</i>	<i>Instrumento</i>	<i>Propósito</i>
Encuesta	Cuestionario	Conocer la opinión de un grupo de pacientes en específico para obtener resultados en la investigación

Fuente: propia

Validación del instrumento: En la investigación se pudo realizar la validación de los instrumentos a través de la opinión y la aprobación de expertos:

- Dr. Francisco Mogollón García.
- Dr. William Eddy Gives Mujica.
- Mg. Ruiz Montealegre Antonio

Confiabilidad: Este instrumento; posterior a las pruebas de validación fue sometido a la prueba del coeficiente de Alpha de Cronbach cuyo valor (ver anexo) se encuentra muy cercano a 1 por lo tanto es un instrumento de confiable aplicabilidad.

3.5 Procedimiento

Considerando que la diabetes es una enfermedad pública y que en la región Piura el nivel de pacientes es significativo se contó con el apoyo de familiares y amigos que tienen en su hogar pacientes que padecen esta enfermedad y que a su vez cumplían con los requisitos establecidos para formar parte de la encuesta (hospitales públicos / insulino terapia). Dicha encuesta era enviada a través de canal virtual (WhatsApp) para ser elaborada por el paciente, se logró recopilar 380 encuestas de manera virtual, cabe mencionar que solamente se logró recopilar 20 encuestas físicas y esto debido a la problemática por pandemia vivida a nivel mundial (covid 19).

3.6 Método de análisis de datos

Por recomendación estadística se propone en la presente investigación la elaboración de tablas parciales y totales (absolutas), la elaboración de tablas porcentuales (relativas), gráficos de sectores y cálculo de medias ponderadas.

3.7 Aspectos éticos

Se han respetado las normas determinadas por esta casa de estudios: "Universidad César Vallejo" para la preparación y realización del trabajo de investigación, así mismo se ha respetado el requerimiento del asesor en cuanto a los requisitos de la línea de investigación. Por otro lado, se ha trabajado de manera estricta ligado a las normas APA establecidas para citar a cada autor, considerado en la investigación.

IV. RESULTADOS

4.1 El nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura 2022

Tabla 2. Factores Culturales

	Totalmente				En				Totalmente				Total	
	en		desacuerdo		Neutral		De acuerdo		de acuerdo					
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Tus amistades influyen en aceptar la terapia	10	3%	9	2%	82	21%	205	51%	94	24%	400	100,0%		
Tu religión influye en aceptar la terapia	34	9%	59	15%	116	29%	127	32%	64	16%	400	100,0%		
El conocimiento adquirido influye en aceptar la terapia	2	1%	14	4%	88	22%	196	49%	100	25%	400	100,0%		
Lo que vives día a día influye en aceptar la terapia	6	2%	9	2%	69	17%	187	47%	129	32%	400	100,0%		
La sociedad influye en aceptar la terapia	2	1%	9	2%	57	14%	175	44%	157	39%	400	100,0%		

Fuente: encuesta aplicada a pacientes con DM2 de los hospitales públicos, Piura

Interpretación:

Según la tabla 2 de un total de 400 pacientes encuestados que padecen de DM2, de la dimensión de factores culturales, el 51% que equivale a 205 pacientes se encuentran de acuerdo que las amistades influyen positivamente en su decisión de aceptar la terapia, el 32% que equivale a 127 pacientes están de acuerdo en que la religión influye positivamente en aceptar la terapia, el 49% que equivale a 196 pacientes se encuentran de acuerdo que el conocimiento adquirido a lo largo de su vida en referencia a la terapia afecta positivamente para aceptarla, el 47% que equivale a 187 pacientes están de acuerdo que lo que están viviendo día a día con el covid-diabetes afectan positivamente su decisión de aceptar la terapia, y que el

44% que equivale a 175 pacientes están de acuerdo que la sociedad de la que forman parte afecta positivamente su decisión de aceptar la terapia.

4.2 El nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura 2022

Tabla 3. Factores Sociales

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Neutral		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
	Las redes sociales influyen en aceptar la terapia	8	2%	20	5%	96	24%	219	55%	57	14%	400
La información boca a boca influye en aceptar la terapia	4	1%	26	7%	53	13%	213	53%	104	26%	400	100,0%
Un integrante de tu familia influye en aceptar la terapia	1	0%	18	5%	67	17%	197	49%	117	29%	400	100,0%
Los medios escritos influyen en aceptar la terapia	2	1%	23	6%	80	20%	205	51%	90	23%	400	100,0%
Las recomendaciones de amigos influyen en aceptar la terapia	3	1%	13	3%	59	15%	194	49%	131	33%	400	100,0%

Fuente: encuesta aplicada a pacientes con DM2 de los hospitales públicos, Piura

Interpretación:

Según la tabla 3 de un total de 400 pacientes encuestados que padecen de DM2, de la dimensión de factores sociales, el 55% que equivale a 219 pacientes se hallan de acuerdo que las redes sociales afectan positivamente en su decisión de aceptar la terapia, el 53% que equivale a 213 pacientes se encuentran de acuerdo que la información obtenida de boca a boca en sus grupos afecta positivamente en aceptar la terapia, el 49% que equivale a 197 pacientes se hallan de acuerdo que algún integrante de su familia afecta positivamente su decisión para aceptar la terapia, el 51% que equivale a 205 pacientes están de acuerdo que los medios escritos de

comunicación afectan positivamente su decisión de aceptar la terapia, y que el 49% que equivale a 194 pacientes se hallan de acuerdo que las recomendaciones de sus amigos afectan positivamente su decisión de aceptar la terapia.

4.3 El nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura 2022

Tabla 4. Factores personales

	Totalmente en desacuerdo				En desacuerdo				Totalmente de acuerdo				Total	
	en desacuerdo		En desacuerdo		Neutral		De acuerdo		de acuerdo		Total			
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Tu situación económica influye en aceptar la terapia	8	2%	35	9%	188	47%	148	37%	21	5%	400	100,0%		
Tu estilo de vida influye en aceptar la terapia	14	4%	45	11%	154	39%	168	42%	19	5%	400	100,0%		
Tu ocupación influye en aceptar la terapia	16	4%	37	9%	140	35%	179	45%	28	7%	400	100,0%		
Tu nivel de confianza influye en aceptar la terapia	10	3%	37	9%	133	33%	180	45%	40	10%	400	100,0%		
Tu edad influye en aceptar la terapia	11	3%	33	8%	105	26%	195	49%	56	14%	400	100,0%		

Fuente: encuesta aplicada a pacientes con DM2 de los hospitales públicos, Piura

Interpretación:

Según la tabla 4 de un total de 400 pacientes encuestados que padecen de DM2, de la dimensión de factores personales, el 49% que equivale a 195 pacientes se hallan de acuerdo que su edad afecta positivamente en su decisión de aceptar la terapia, el 45% que equivale a 180 pacientes se encuentran de acuerdo que su nivel de confianza afecta en aceptar la terapia, el 45% que equivale a 179 pacientes se hallan de acuerdo que su ocupación afecta positivamente su decisión para aceptar la terapia, el 42% que equivale a 168 pacientes están de acuerdo que su estilo de vida afecta positivamente su decisión de aceptar la terapia, y que el 37% que equivale a

148 pacientes se hallan de acuerdo que su situación económica afectan su decisión de aceptar la terapia.

4.4 El nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura 2022

Tabla 5. Factores psicológicos

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Neutral		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
	La percepción adquirida influye en aceptar la terapia	30	8%	65	16%	190	48%	95	24%	20	5%	400
Tus creencias influyen en aceptar la terapia	42	11%	61	15%	131	33%	144	36%	22	6%	400	100,0%
La falta de reconocimiento influye en aceptar la terapia	29	7%	75	19%	151	38%	128	32%	17	4%	400	100,0%
La falta de búsqueda de información influye en aceptar la terapia	32	8%	81	20%	144	36%	124	31%	19	5%	400	100,0%
La negación al diagnóstico influye en aceptar la terapia	35	9%	67	17%	115	29%	139	35%	44	11%	400	100,0%

Fuente: encuesta aplicada a pacientes con DM2 de los hospitales públicos, Piura

Interpretación:

Según la tabla 5 de un total de 400 pacientes encuestados que padecen de DM2, de la dimensión de factores psicológicos, el 48% que equivale a 190 pacientes se hallan neutrales en que la percepción adquirida afecta en su decisión de aceptar la terapia, el 33% que equivale a 131 pacientes se encuentran neutrales en que las creencias obtenidas en su vida afectan positivamente su decisión en aceptar la terapia, el 38% que equivale a 151 pacientes se hallan neutrales a que la falta del reconocimiento del problema afecta su decisión para aceptar la terapia, el 36% que equivale a 144

pacientes se hallan neutrales a que la falta de búsqueda de información afecta su decisión de aceptar la terapia, y que el 29% que equivale a 115 pacientes se encuentran neutrales a que la negación al diagnóstico afecta su decisión de aceptar la terapia.

4.5 El nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura 2022

Tabla 6. Factores del nuevo comportamiento del paciente diabético

	Totalmente en desacuerdo				En desacuerdo				Totalmente de acuerdo				Total	
	en desacuerdo		En desacuerdo		Neutral		De acuerdo		de acuerdo		Total			
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Factores Culturales	10	3%	9	2%	82	21%	205	51%	94	24%	400	100,0%		
Factores Sociales	8	2%	20	5%	96	24%	219	55%	57	14%	400	100,0%		
Factores Personales	11	3%	33	8%	105	26%	195	49%	56	14%	400	100,0%		
Factores Psicológicos	30	8%	65	16%	190	48%	95	24%	20	5%	400	100,0%		

Fuente: encuesta aplicada a pacientes con DM2 de los hospitales públicos, Piura

Interpretación:

Según la tabla 6 de un total de 400 pacientes encuestados que padecen de DM2, de los factores del comportamiento, se determina que los factores sociales afectan el nuevo comportamiento de los pacientes con DM2 con un porcentaje de 55% equivalente a 219 pacientes, seguido de los factores culturales que afectan el nuevo comportamiento con un porcentaje de 51% equivalente a 205 pacientes, asimismo continua los factores personales que también terminan afectando el nuevo comportamiento del paciente con un 49% equivalente a 195 encuestados, y por último se denota que los factores psicológicos afectan en menor grado el nuevo comportamiento del paciente con un 24% equivalente a 95 encuestados.

V. DISCUSIÓN

De acuerdo a los resultados obtenidos desde perspectiva del paciente como consecuencia del trabajo de campo y en relación a los objetivos específicos de la investigación se determinó lo siguiente:

Teniendo en cuenta el primer objetivo específico, donde se planteó determinar en qué situación se encuentran los factores culturales del nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica, se identificó que estos factores presentan una moderada influencia con un 51% en donde las amistades influyen de manera positiva en la decisión de un paciente en aceptar el tratamiento con insulina, importante también están presentes el nivel de conocimiento, las vivencias, las creencias y la sociedad en la que participa diariamente el paciente diabético, por lo tanto se revela la importancia de los mismos en ese nuevo comportamiento, trascendental mencionar que la posición de (Schiffman & Kanuk, 2010) sobre estos factores del comportamiento, quienes manifiestan que las creencias aprendidas, los valores asimilados en la sociedad de la que formamos parte, y las buenas prácticas asimiladas en el entorno, son aspectos que delimitan el comportamiento de los individuos frente a determinadas circunstancias; si mencionamos a otros autores como a (Kotler & Armstrong, 2012), para dar un realce a los resultados obtenidos, estos destacan que el comportamiento del consumidor evoluciona y cambia según las según las nuevas características de cada sociedad, dicho de otra manera el comportamiento del consumidor se consigue en la sociedad como parte de su cultura. Al contrastar este primer objetivo específico con un estudio importante, denominado factores que influyen en la adherencia al tratamiento de la diabetes mellitus II, se determinó que el nivel de conocimiento que el paciente pueda tener en referencia al estado de su enfermedad y de sus tratamientos, determinará su comportamiento en relación a la misma. Dicho lo anterior se llega a corroborar la parte teórica con la parte práctica de ambos estudios de investigación en el que el nivel de conocimiento es parte fundamental en el comportamiento de una persona y éste determina su decisión en señaladas circunstancias de su vida. Del apartado se puede resaltar que a pesar del estado de cuarentena en la que todos y cada uno de los peruanos nos vimos inmersos, de alguna manera no se dejó de tener contacto con las amistades y el entorno social gracias a los medios tecnológicos, que permitieron el intercambio de información sobre todo de los pacientes con una

enfermedad crónica como es la diabetes, esto permitió estar informado e intercambiar ideas y consejos para no caer en un contagio que los podía llevar a un trágico final.

Por otro lado, teniendo en cuenta el segundo objetivo específico, donde se planteó determinar en qué situación se encuentran los factores sociales del nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica, se identificó que estos factores presentan una moderada influencia con un 55% considerando que la información emitidas en redes sociales juegan un papel importante en la toma de la decisión de aceptar un tratamiento con insulina, asimismo en este grupo que involucran a los grupos de referencia como a la familia, los roles y estatus sociales, este factor es determinante en el nuevo comportamiento de ese paciente frente a la terapia insulínica. Ahora bien, el rol que cumplen las redes sociales en época de pandemia son indiscutiblemente precisas para comunicar información médica especialmente en crisis sanitaria como la que vivimos en la actualidad, la percepción de las personas sobre la exposición de las enfermedades en este medio resulta ser importante y de alguna o muchas maneras influyen en la toma de sus decisiones. Siendo las redes sociales de fácil acceso para la población éstas sirven para comunicar las medidas que se puedan tomar justamente en época de crisis; claro está que existen personas mal intencionadas que emiten informaciones falsas que terminan por causar miedo y temor a la población. Es preciso contrastar la parte teórica de la investigación con los resultados, de acuerdo a los máximos exponentes del comportamiento del consumidor Kotler y Armstrong (2012) los factores sociales contribuyen de forma moderada en ese comportamiento, coincidentemente calzan con los resultados de la investigación, estos autores sostienen que este tipo de grupos mantienen ciertas coincidencias que los permiten identificar. Para reafirmar la importancia de los factores antes mencionados, se puede contrastar los resultados del segundo objetivo específico con un antecedente de estudio denominado efectos del covid-19 en el comportamiento del consumidor (Ortega, 2020) se estableció que al medir los factores no solo los sociales, sino también los factores culturales y factores psicológicos se determinó que estos están fuertemente relacionados, lo que ofrece cierta información para comprender las necesidades de los consumidores en tiempos de covid y sobre todo lograr satisfacer sus necesidades en tiempos de crisis.

En este apartado se deduce que los resultados en estudio coinciden de manera categórica con el antecedente expuesto en la investigación.

Por otro parte, teniendo en cuenta el tercer objetivo específico, donde se planteó determinar en qué situación se encuentran los factores personales del nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica, se determinó que estos se presentan de forma moderada en donde la edad predomina porcentualmente con un 49% sin dejar de lado el nivel de confianza, la ocupación y la situación económica y el estilo de vida del paciente que también es determinante en ese nuevo comportamiento. De la teoría se puede contrastar que los autores (Kotler & Armstrong, 2012) manifiestan que los gustos y preferencias cambiantes de los clientes en relación con productos y servicios disponibles en el mercado están determinados por su edad. Asimismo, el estilo de vida en la que se ve inmerso el paciente presenta una importancia, ya que el modelo de vida de las personas se ve definido por las AIO (actividades, interés y opiniones).

Ahora bien, en base al último objetivo específico pero no menos importante para la investigación y desde el mismo enfoque del paciente mostrado en los resultados, donde se planteó determinar en qué situación se encuentran los factores psicológicos del nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica, se logró identificar que dichos factores se presentan en el paciente diabético de forma débil, con un mínimo porcentual de 29% comparado con los tres factores anteriormente mencionados, en donde la percepción, la negación al diagnóstico y las creencias adquiridas a lo largo de la vida del paciente diabético no implica tanta importancia en el paciente al momento de definir su decisión de aceptar la terapia con insulina, asimismo al contrastar esa información con la parte teórica con el apoyo del autor (García Sánchez, 2008) se determina que evidentemente la percepción es el paso por el que el individuo selecciona y define determinados puntos con base a su adecuado juicio personal.

Finalmente, en relación al objetivo general en donde se planteó determinar que factor afecta en el nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid, se pudo ultimar que estos factores afectan el comportamiento del paciente diabético en un orden de escala moderada por decirlo de alguna forma, teniendo en cuenta que la primera dimensión que corresponde a los factores culturales afectan al paciente en un 51% porcentualmente hablando,

seguido de la segunda dimensión correspondiente a los factores sociales que actualmente vienen afectando al paciente con un 55%, cifra verdaderamente significativa, asimismo tenemos como tercera dimensión a los factores personales, los cuales predominan en el nuevo comportamiento del paciente con un 49%, porcentaje ciertamente relevante, y por último contamos con la cuarta dimensión correspondiente a los factores psicológicos, que en la actualidad estos se vienen presentando de una manera muy débil con un 24% correspondiente a 95 personas encuestadas.

Para afinar estos resultados es preciso mencionar nuevamente el estudio de (Ortega, 2020) en este estudio en el que se mencionan los efectos del covid-19 en el comportamiento del consumidor, claramente se enfatiza que, en los resultados del estudio, al medir los factores personales, sociales, psicológicos y culturales; estos están enérgicamente relacionados.

Es necesario realizar una precisión importante sobre este estudio, ya que los factores del comportamiento del consumidor son dimensiones sensibles, que sufren cambios según la coyuntura que se vive en el entorno. La pandemia ha contribuido a influenciar el comportamiento de aceptación de la terapia insulínica a pacientes diabéticos, como consecuencia que las campañas de marketing digital, vinculadas a los efectos nocivos del Covid-19 a pacientes vulnerables, esto ha permitido sembrar conciencia en este grupo de referencia, que hasta antes de la pandemia se mostraba resistente a someterse al tratamiento y que con la pandemia y los índices de mortalidad se ha mostrado cambiante y flexible.

VI. CONCLUSIONES

Como resultados correspondientes a la presente investigación se concluye:

Primero: Con respecto al objetivo específico en donde se planteó determinar en qué situación se encuentran los factores culturales del nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid se concluye, que de los 400 pacientes que formaron parte de la encuesta, perciben que estos factores se presentan de manera moderada en su decisión de aceptar la terapia; en conclusión los amigos, la familia, la sociedad, el conocimiento que poseen permiten para bien su disposición de iniciar con el tratamiento con insulina, porque su organismo lo requiere y así su médico lo ha establecido.

Segundo: Con respecto al objetivo específico en donde se planteó determinar en qué situación se encuentran los factores sociales del nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid se finiquita, que de los 400 pacientes que formaron parte de la encuesta, 219 pacientes respaldaron con su respuesta que estos factores se presentan de manera moderada en su decisión de aceptar la terapia; en conclusión las redes sociales, los medios escritos de comunicación, las recomendaciones de su entorno y la información boca a boca recibida de su mismo entorno ayudan de manera positiva a comenzar con el tratamiento con insulina, sin ningún temor, miedo o remordimiento, pues es necesario para gozar de una adecuada calidad de vida.

Tercero: Con respecto al objetivo específico en donde se planteó determinar en qué situación se encuentran los factores personales del nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid se deduce, que de los 400 pacientes que formaron parte de la encuesta, 195 pacientes avalaron con su respuesta que estos factores se presentan de manera moderada en su decisión de aceptar la terapia; en consecuencia la situación económica, el estilo de vida, la ocupación, el nivel de confianza y la edad intervienen de manera positiva a comenzar con el tratamiento con insulina.

Cuarto: Con respecto al objetivo específico en donde se planteó determinar en qué situación se encuentran los factores psicológicos del nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid se concluye, que estos se presentan de manea débil en la decisión del paciente de optar por el

tratamiento cuando es requerido por su médico, para nivelar sus niveles de glucosa en la sangre y así evitar seria complicaciones a corto y/o largo plazo.

Quinto: Con respecto al objetivo general se concluye que de las cuatro dimensiones de estudio (factores: culturales, sociales, personales y psicológicos), se determinan que estos tres primeros afectan de manera moderada en el paciente cuando se trata del tratamiento con insulina por prescripción de su médico.

VII. RECOMENDACIONES

Los investigadores recomiendan:

Poner mayor interés en la investigación del comportamiento del consumidor, puesto que del estudio se deduce que es esencialmente importante y que influye de manera significativa cuando se trate de tomar decisiones en todos los ámbitos de la vida diaria.

Tomar en cuenta que, si el comportamiento del consumidor se ve influenciado por muchos factores en el día a día, sería ideal que los medios masivos de comunicación involucren más esfuerzos emitiendo información educativa y sustancial que permita llegar de manera oportuna alertando a la población sobre las consecuencias que trae consigo una diabetes mal tratada.

Se recomienda que el gobierno regional brinde mayor apoyo a los hospitales públicos de Piura (Hospital Regional Cayetano Heredia y Hospital Jorge Reátegui Delgado) logísticamente hablando para crear campañas colectivas sobre la diabetes, y llegar a una población alejada (caseríos, comunidades, centros poblados, colegios, universidades, etc), con la finalidad de enseñar y concientizar a esa población en donde la parte educativa sobre diabetes es bastante escasa.

Las campañas educativas deben de realizarse de manera online (redes sociales, páginas web, blogs), offline (televisión, radio, periódicos), implementación agresiva de vallas publicitarias puestas de manera estratégicas en lugares de mayor afluencia de público.

Que las instituciones publicas como hospitales formen alianzas estratégicas con los centros comerciales, ya que se conoce que ellos mensualmente implementan eventos en donde el público participante es significativo, en ese espacio fácilmente se puede hacer la entrega de folletos con información sobre diabetes, una prueba de glucosa, y la orientación oportuna de personal calificado.

REFERENCIAS

- Arellano Cueva, R. (2002). *Comportamiento del Consumidor / America Latina*. México D.F.: McGRAW - HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Arias Camacho, Z., & Morán Pèrez, J. (2018). *Gestión Pública Moderna*. Babahoyo: Santillana.
- Assael, H. (1999). *comportamiento del consumidor* . Mexico,D.F.: Internacional Thomson editores, S.A. de C.V.
- Carrillo, S., & Martinez, G. (08 de 2017). Cambio de conducta para insulino terapia en personas que viven con diabetes tipo 2. *Revista Biomédica*, 27(2). Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-84472016000200003
- Chumbe, C. (2020). *Factores que influyen en el comportamiento del consumidor de comidas rápidas post pandemia en Iquitos, 2020*. Universidad Privada de la Selva Peruana, Iquitos. Obtenido de <http://repositorio.ups.edu.pe/handle/UPS/162>
- Correo, E. (15 de Noviembre de 2018). 80 mil personas padecen de diabetes en Piura.
- Garcia Sanchez, M. D. (2008). *Manual del Marketing*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Hernández Sampieri Roberto, F. C. (2014). *Metodología de la Investigación - Sexta Edición*. Mexico D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hernández, F. y. (2010). *Metodología de la Investigación Quinta Edición*. Mexico D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Huamán, N., Mesa, I., Peña, S., & Ramirez, A. (2021). *Factores que influyen en la adherencia al tratamiento de la diabetes mellitus II*. Universidad Católica de Cuenca, Enfermería, Cuenca. Obtenido de <https://zenodo.org/record/5039487#.YnA0wmInWyM>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. Naucalpan de Juárez, Estado de México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

- Kotler, P., & Keller, K. (2002). *Dirección de Marketing*. Naucalpan de Juárez, Estado de Mexico: Pearson Educación de Mexico, S.A. de C.V.
- López, D. (2018). *Comportamiento hacia el uso de insulina por pacientes diabéticos de la UMF*. Universidad Autónoma de Aguascalientes, Medicina, Aguascalientes. Obtenido de <http://hdl.handle.net/11317/1455>
- MINSA. (2019). <https://www.gob.pe/minsa>. Obtenido de Ministerio de Salud.
- OMS. (2016). *Informe mundial sobre la Diabetes*.
- Ortega, M. (2020). Efectos del Covid-19 en el comportamiento del consumidor: Caso Ecuador. *Retos*, 10(20). Obtenido de <https://retos.ups.edu.ec/index.php/retos/article/view/20.2020.03>
- Paz, J. (Junio de 2020). Manejo de la diabetes mellitus en tiempos de covid. *Acta Médica Peruana*, 37(2). Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1728-59172020000200176
- Rivas, J. A., & Grande Esteban, I. (2015). *Comportamiento del Consumidor / Decisiones y Estrategias de Marketing*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Rodriguez, V., & Jenny, G. (2021). COVID 19 factor de cambio en la conducta del consumidor. *Digital Publisher*, 6(3). Obtenido de <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.3.561>
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2010). *Comportamiento del Consumidor*. Naucalpan De Juárez: Pearson Educación de México, S.A. De C.V

ANEXOS

Anexo 1. Matriz De Operacionalización De Variables

El nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura 2022

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	SUB DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
FACTORES DEL COMPORTAMIENTO DEL PACIENTE	Kotler y Armstrong (2012) refieren claramente que el comportamiento del consumidor consiste en describir todas las acciones que realizan los clientes o consumidores al momento de adquirir un producto o servicio. Este autor pone de manifiesto que dentro del comportamiento del consumidor existen ciertas complicaciones que hacen que la compra se convierta en un proceso complejo.	La presente variable se operacionalizará a través de la aplicación de un cuestionario	FACTORES CULTURALES	• Amistades	Tus amistades influyen en tu decisión de aceptar la terapia	<i>Ordinal</i>
				• Religión	Tu religión influye en tu decisión de aceptar la terapia	
				• Conocimiento	El conocimiento adquirido a lo largo de tu vida en referencia de la terapia insulínica afecta tu decisión de aceptarla	
				• Experiencia y situaciones de vida	Lo que vienes viviendo día a día (covid, diabetes) en situaciones de tu vida han afectado positivamente la decisión de aceptar la terapia	
				• Sociedad	La sociedad de la que eres parte afecta tu decisión de aceptar la terapia	
			FACTORES SOCIALES	• Información de redes sociales	La información que ofrecen las redes sociales ha afectado tu decisión de aceptar la terapia	
				• Información boca a boca	La información de boca en boca obtenida en tus grupos de referencia ha afectado tu decisión de aceptar la terapia	
				• Integrante de la familia	Algún integrante de tu familia ha afectado tu decisión de aceptar la terapia	

				<ul style="list-style-type: none"> • Medios escritos 	Los medios escritos de comunicación (periódicos y revistas) han afectado tu decisión de aceptar la terapia	
				<ul style="list-style-type: none"> • Recomendaciones 	Las recomendaciones de tus amigos han afectado tu decisión de aceptar la terapia	
			FACTORES PERSONALES	<ul style="list-style-type: none"> • Situación Económica 	Tu situación económica es un factor que afecta tu decisión de aceptar la terapia	
				<ul style="list-style-type: none"> • Estilo de vida 	Tu estilo de vida es un factor que afecta tu decisión de aceptar la terapia	
				<ul style="list-style-type: none"> • Ocupación 	Tu ocupación es un factor que afecta tu decisión de aceptar la terapia.	
				<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de confianza 	El nivel de confianza en ti mismo afecta tu decisión de aceptar la terapia	
				<ul style="list-style-type: none"> • Edad 	Tu edad afecta la decisión de aceptar la terapia	
			FACTORES PSICOLOGICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Percepción adquirida 	La percepción adquirida a lo largo de tu vida en referencia de la terapia insulínica afecta tu decisión de aceptarla	
				<ul style="list-style-type: none"> • Creencias Obtenidas 	Tus creencias obtenidas a lo largo de tu vida afectan tu decisión de aceptar la terapia	
				<ul style="list-style-type: none"> • Falta de reconocimiento 	La falta del reconocimiento del problema y de tus necesidades de salud afectan tu decisión de aceptar la terapia	
				<ul style="list-style-type: none"> • Falta de búsqueda 	La falta de búsqueda de información relacionado a la enfermedad afecta tu decisión de aceptar la terapia	
				<ul style="list-style-type: none"> • Negación del diagnóstico 	La negación al diagnóstico afecta tu decisión de aceptar la terapia	

Anexo 2. Matriz De Consistencia

El nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura 2022

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
¿Cuál es el factor que afecta en el nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura 2022?	Determinar que factor afecta en el nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación Covid de los hospitales públicos, Piura 2022	FACTORES DEL COMPORTAMIENTO	FACTORES CULTURALES	<ul style="list-style-type: none"> Amistades Religión Conocimiento Experiencia y situaciones de vida Sociedad 	Enfoque Cuantitativo Diseño No experimental Nivel
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS		FACTORES SOCIALES	<ul style="list-style-type: none"> Información de redes sociales Información boca a boca Integrante de la familia Medios escritos Recomendaciones. 	Descriptivo Método Inductivo Técnica e inst. de muestreo Probabilístico Inst. recolección de datos El cuestionario
¿En qué situación se encuentran los factores culturales del nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura 2022?	Determinar en qué situación se encuentran los factores culturales del nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos Piura 2022				

<p>¿En qué situación se encuentran los factores sociales del nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura 2022?</p>	<p>Determinar en qué situación se encuentran los factores sociales del nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura 2022</p>		<p>FACTORES PERSONALES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Situación económica • Estilo de vida • Ocupación • Nivel de confianza • Edad 	<p>De procesamiento de datos</p> <p>Matemática</p> <p>De análisis</p> <p>Estadística</p> <p>Población: 16 256</p> <p>Muestra: 400</p>
<p>¿En qué situación se encuentran los factores personales del nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura 2022?</p>	<p>Determinar en qué situación se encuentran los factores personales del nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura 2022</p>		<p>FACTORES PSICOLOGICOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Percepción adquirida • Creencias obtenidas • Falta de reconocimiento • Falta de búsqueda • Negación del diagnóstico 	
<p>¿En qué situación se encuentran los factores psicológicos del nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura 2022?</p>	<p>Determinar en qué situación se encuentran los factores psicológicos del nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura 2022</p>				

Anexo 3. Validación de Expertos

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Piura, 09 de abril del 2022

Apellido y nombres del experto : Gives Mujica William Eddy
DNI : 02655720
Teléfono : 924695600
Título/grados : Doctor – Docente UNP
Cargo e institución en que labora : Director del Programa de Maestría y Doctorado de la UNP.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “x” en las columnas de SÍ o NO.

El nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura 2022

ALUMNOS: Madrid Herrera Ruth María , Rumiche Quevedo Bruno Raúl

ITEM	APRECIA		OBSERVACIONES
	SÍ	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?	X	
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?	X	
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X	
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	X	
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?	X	
6	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	X	
7	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	X	
8	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?	X	
9	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?	X	


Gives Mujica William Eddy

DNI: 02655720

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

Piura 09 de abril de 2022

Apellido y nombres del experto : Mogollón García Francisco Segundo
 DNI : 42228259
 Teléfono : 959004487
 Título/grados : Doctor en Gerencia Empresarial
 Cargo e institución en que labora : Docente Tiempo Completo UCV

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO.

**El nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia
insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura
2022**

ALUMNOS: Madrid Herrera Ruth María, Rumiche Quevedo Bruno Raúl

	ITEM	APRECIA		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	X		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?	X		
6	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	X		
7	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	X		
8	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?	X		
9	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?	X		



Dr. Mogollón García Francisco Segundo

DNI: 42228259

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Piura , Abril de 2022

Apellido y nombres del experto : Ruiz Montealegre Antonio
 DNI : 08887528
 Teléfono : 990033991
 Título/grados : Magister en Administración
 Cargo e institución en que labora : Docente Universidad Nacional de Tumbes

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO.

El nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica - Post vacunación Covid, Piura 2022 (Hospitales públicos)

ALUMNOS : Madrid Herrera Ruth María , Rumiche Quevedo Bruno Raúl

	ÍTEM	APRECIA		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	X		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?	X		
6	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	X		
7	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	X		
8	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?	X		
9	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?	X		



Antonio A. Ruiz Montealegre
 Doctorando
 DNI 08887528

Anexo 4. Constancia De Confiabilidad

I. DATOS INFORMATIVOS: ESCALA DE CONDICIONES DE TRABAJO

1.1. ESTUDIANTES	Ruth María Madrid Herrera Bruno Raúl Rumiche Quevedo
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	El nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura 2022
1.3. FACULTAD	Marketing y Dirección de Empresas
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar)	ALPHA DE CRONBACH
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO	KR-20 kuder Richardson ()
	Alfa de Cronbach (X)
1.6. FECHA DE APLICACIÓN	05/04/2022
1.7. MUESTRA APLICADA	400 pacientes

II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0.840
---	-------

El nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura 2022

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido	0	,0
Total		10	100,0

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,840	20

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

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
Ítem 1	72,94	87,059	,130	,855
Ítem 2	71,88	88,360	,586	,834
Ítem 3	72,59	72,007	,709	,816
Ítem 4	74,88	88,360	,586	,834
Ítem 5	74,47	90,015	,159	,842
Ítem 6	72,35	95,743	-,216	,857
Ítem 7	74,12	88,860	,224	,841
Ítem 8	72,59	72,007	,709	,816
Ítem 9	75,06	83,809	,975	,823
Ítem 10	72,59	72,007	,709	,816
Ítem 11	72,41	75,632	,786	,813
Ítem 12	72,76	85,566	,186	,851
Ítem 13	71,88	88,360	,586	,834
Ítem 14	71,88	88,360	,586	,834
Ítem 15	71,88	88,360	,586	,834
Ítem 16	71,88	88,360	,586	,834
Ítem 17	74,88	88,360	,586	,834
Ítem 18	71,88	88,360	,586	,834
Ítem 19	71,88	88,360	,586	,834
Ítem 20	72,59	72,007	,709	,816

Anexo 5. Cuestionario

El nuevo comportamiento del paciente diabético frente a la terapia insulínica post vacunación covid de los hospitales públicos, Piura 2022

Sexo: () M () F

Edad:

Grado de Instrucción:

Recomendaciones:

1.- Totalmente en Desacuerdo

2.- En Desacuerdo

3.- Neutral

4.- De acuerdo

5.- Totalmente De Acuerdo

FACTORES CULTURALES

- 1.- Tus amistades influyen positivamente en tu decisión de aceptar la terapia (quizás te hablaron sobre la desventaja de no vacunarte y que el riesgo es mayor en diabéticos) 1 2 3 4 5
- 2.- Tu religión influye positivamente en tu decisión de aceptar la terapia (quizás te hablaron sobre la desventaja de no vacunarte y que el riesgo es mayor en diabéticos) 1 2 3 4 5
- 3.- El conocimiento adquirido a lo largo de tu vida en referencia de la terapia insulínica afecta positivamente tu decisión de aceptarla (quizás averiguar sobre el covid y sus ventajas y desventajas afecto tu decisión de tomar la terapia). 1 2 3 4 5
- 4.- Lo que vienes viviendo día a día (Covid- diabetes) en situaciones de tu vida han afectado positivamente la decisión de aceptar la terapia 1 2 3 4 5
- 5.- La sociedad de la que eres parte afecta positivamente tu decisión de aceptar la terapia (quizás te hablaron sobre la desventaja de no vacunarte y que el riesgo es mayor en diabéticos) 1 2 3 4 5

FACTORES SOCIALES

- 1.- La información que ofrecen las redes sociales (sobre covid y diabetes) han afectado positivamente tu decisión de aceptar la terapia. 1 2 3 4 5
- 2.- La información de boca en boca obtenida en tus grupos de referencia (sobre covid y diabetes) han afectado positivamente tu decisión de aceptar la terapia (quizás te hablaron sobre la desventaja de no vacunarte y que el riesgo es mayor en diabéticos) 1 2 3 4 5
- 3.- Algún integrante de tu familia ha afectado positivamente tu decisión de aceptar la terapia 1 2 3 4 5
- 4.- los medios escritos de comunicación (periódicos y revistas que hablan sobre covid y diabetes) han afectado positivamente tu decisión de aceptar la terapia 1 2 3 4 5
- 5.- Las recomendaciones de tus amigos han afectado positivamente tu decisión de aceptar la terapia 1 2 3 4 5

FACTORES PERSONALES

- 1.- Tu situación económica es un factor que afecta tu decisión de aceptar la terapia 1 2 3 4 5

- | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 2.- Tu estilo de vida es un factor que afecta positivamente tu decisión de aceptar la terapia | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3.- Tu ocupación es un factor que afecta positivamente tu decisión de aceptar la terapia | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4.- El nivel de confianza en ti mismo afecta tu decisión de aceptar la terapia | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5.- Tu edad afecta positivamente la decisión de aceptar la terapia | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

FACTORES PSICOLÓGICOS

- | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| 1.- La percepción adquirida a lo largo de tu vida en referencia de la terapia insulínica afecta tu decisión de aceptarla | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2.- Tus creencias obtenidas a lo largo de tu vida afecta positivamente tu decisión de aceptar la terapia | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3.- La falta del reconocimiento del problema y de tus necesidades de salud afectan tu decisión de aceptar la terapia | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4.- La falta de búsqueda de información relacionado a la enfermedad afectan tu decisión de aceptar la terapia | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5.- La negación del diagnóstico afectan tu decisión de aceptar la terapia | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |