



UNIVERSIDAD JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS EMPRESARIALES Y
PEDAGÓGICAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL

TESIS

**“DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES EN LA
EXPORTACIÓN DE SERVICIOS CON LA CALIDAD DE
ATENCIÓN DE LAS INSTITUCIONES DE SALUD DE LA
PROVINCIA DE TACNA, 2022”**

PRESENTADO POR

BACH. VICTOR ADALBERTO MEDINA JIMENEZ

BACH. RENZO ALAN TEJERINA MEJIA

ASESOR

DR. JAVIER PEDRO FLORES AROCUTIPA

PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO COMERCIAL

MOQUEGUA – PERÚ

2023

ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA.....	1
PÁGINA DE JURADO	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
ÍNDICE DE CONTENIDO	5
INDICE DE TABLAS	8
ÍNDICE DE FIGURAS	10
RESUMEN	12
ABSTRACT.....	14
INTRODUCCIÓN	16
CAPÍTULO I EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	18
1.1. Descripción de la Realidad Problema.	18
1.1.1. Delimitaciones de la investigación.....	19
1.2. Definición del problema.	19
1.2.1. Problema general.....	19
1.2.2. Problemas específicos	20
1.3. Objetivos de la Investigación	20
1.3.1. Objetivo general	20
1.3.2. Objetivo específico.....	20
1.4. Justificación e importancia de la Investigación.....	20
1.4.1. Justificación.....	20
1.4.2. Importancia.....	21

1.5. Operacionalización de variables.....	22
1.6. Hipótesis de la investigación.....	23
1.6.1. Hipótesis general.....	23
1.6.2. Hipótesis específicas.....	23
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO.....	24
2.1. Antecedentes de la investigación.....	24
2.1.1. En el ámbito internacional.....	24
2.1.2. En el ámbito nacional.....	25
2.1.3. En el ámbito local.....	26
2.2. Bases teóricas.....	26
2.2.1. Exportación de servicios.....	26
2.3. Marco Conceptual.....	30
CAPÍTULO III MÉTODO.....	34
3.1. Tipo de investigación.....	34
3.2. Diseño de investigación.....	34
3.3. Población y muestra.....	34
3.3.1. Población.....	34
3.3.2. Muestra.....	35
3.4. Técnicas e Instrumentos de Investigación.....	35
3.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	36
3.5.1. Aplicación de coeficiente de Alpha de Cronbach.....	37
CAPÍTULO IV PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	38
4.1. Presentación de resultados por variables.....	38

4.1.1. Análisis estadístico	38
4.2. Contrastación de hipótesis general	62
4.2.1. Contrastación de hipótesis específicas	63
4.3. Discusión de resultados.	65
CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	68
5.1. Conclusiones	68
5.2. Recomendaciones	70
BIBLIOGRAFIA	72
ANEXOS	75
- ANEXO A: Cuestionario	75
- APENDICE B: Matriz de Consistencia	81

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Operacionalización de variables</i>	22
Tabla 3 <i>Escala de Alpha de Cronbach</i>	36
Tabla 4 <i>Prueba Alfa de Cronbach</i>	37
Tabla 5 <i>Género</i>	38
Tabla 6 <i>Edad</i>	39
Tabla 7 <i>Lugar de procedencia</i>	39
Tabla 8 <i>Por orden de importancia escoja el motivo principal de su visita</i>	40
Tabla 9 <i>¿Con cuánto tiempo de anticipación planificó este viaje?</i>	41
Tabla 10 <i>¿Con qué frecuencia visita esta ciudad?</i>	42
Tabla 11 <i>¿Cuánto tiempo planea quedarse en la ciudad de Tacna?</i>	43
Tabla 12 <i>¿Conoce usted los servicios de salud que ofrece Tacna?</i>	44
Tabla 13 <i>¿Buscó información sobre servicios médicos antes de llegar a Tacna?</i>	44
Tabla 14 <i>¿Encuentra usted información sobre servicios médicos en la ciudad de Tacna?</i>	45
Tabla 15 <i>¿Qué servicios médicos de la ciudad de Tacna más conoce?</i>	46
Tabla 16 <i>¿Cómo se enteró de estos servicios?</i>	47
Tabla 17 <i>¿De qué manera le gustaría enterarse de los servicios médicos ofrecidos en Tacna?</i>	48
Tabla 18 <i>¿Cómo califica la atención brindada por parte de los médicos hacia los clientes?</i>	49
Tabla 19 <i>Considera que, en la ciudad de Tacna, los médicos se encuentran debidamente capacitados para poder brindar sus servicios</i>	49
Tabla 20 <i>¿Cómo califica las instalaciones de las instituciones de salud y/o clínicas de Tacna?</i>	50
Tabla 21 <i>¿Los procedimientos médicos realizados se llevan a cabo utilizando los elementos de protección adecuados por parte de los médicos? (guantes, mandiles, tapabocas, etc.)</i>	51
Tabla 22 <i>¿A qué clínica u hospital prefiere ir a atenderse?</i>	52

Tabla 23 <i>Cada cuánto tiempo se realiza un chequeo médico</i>	53
Tabla 24 <i>Cree usted, ¿qué se emplean maquinas modernas para llevar a cabo los procedimientos médicos?</i>	54
Tabla 25 <i>¿Qué atributo considera usted más importante a la hora de elegir un doctor de especialidad?</i>	55
Tabla 26 <i>¿Por qué medios le gustaría solicitar sus citas?</i>	56
Tabla 27 <i>¿Cuál es la diferencia que ha encontrado entre los servicios de salud, de su ciudad natal frente a los de la ciudad de Tacna?</i>	57
Tabla 28 <i>Indique por favor su nivel de satisfacción.</i>	58
Tabla 29 <i>Arribo de turistas y visitantes extranjeros por puestos de control</i>	60
Tabla 30 <i>Arribo de turistas y visitantes extranjeros por puestos de control</i>	61
Tabla 31 <i>Comprobación de hipótesis general</i>	62
Tabla 32 <i>Comprobación de 1ra. hipótesis específica</i>	63
Tabla 33 <i>Comprobación de 2da. hipótesis específica</i>	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Comercio Transfronterizo.....	27
Figura 2 Consumo en el Extranjero	27
Figura 3 Presencia Comercial	28
Figura 4 Presencia física de personas naturales	29
Figura 5 Calidad Percibida de Servicio.....	29
Figura 6 Genero.....	38
Figura 7 Edad	39
Figura 8 Lugar de procedencia.....	40
Figura 9 Por orden de importancia escoja el motivo principal de su visita.	41
Figura 10 ¿Con cuánto tiempo de anticipación planificó este viaje?	41
Figura 11 ¿Con qué frecuencia visita esta ciudad?	42
Figura 12 ¿Cuánto tiempo planea quedarse en la ciudad de Tacna?.....	43
Figura 13 ¿Conoce usted los servicios de salud que ofrece Tacna?	44
Figura 14 ¿Buscó información sobre servicios médicos antes de llegar a Tacna?.....	45
Figura 15 ¿Encuentra usted información sobre servicios médicos en la ciudad de Tacna?	45
Figura 16 ¿Qué servicios médicos de la ciudad de Tacna más conoce?	46
Figura 17 ¿Cómo se enteró de estos servicios?.....	47
Figura 18 ¿De qué manera le gustaría enterarse de los servicios médicos ofrecidos en Tacna?	48
Figura 19 ¿Cómo califica la atención brindada por parte de los médicos hacia los clientes?.....	49
Figura 20 Considera que, en la ciudad de Tacna, los médicos se encuentran debidamente capacitados para poder brindar sus servicios.....	50
Figura 21 ¿Cómo califica las instalaciones de las instituciones de salud y/o clínicas de Tacna?	51
Figura 22 ¿Los procedimientos médicos realizados se llevan a cabo utilizando los elementos de protección adecuados por parte de los médicos?	52
Figura 23 ¿A qué clínica u hospital prefiere ir a atenderse?	53
Figura 24 Cada cuánto tiempo se realiza un chequeo médico	53

Figura 25 Cree usted, ¿qué se emplean maquinas modernas para llevar a cabo los procedimientos médicos.....	54
Figura 26 ¿Qué atributo considera usted más importante a la hora de elegir un doctor de especialidad?	55
Figura 27 ¿Por qué medios le gustaría solicitar sus citas?	56
Figura 28 ¿Cuál es la diferencia que ha encontrado entre los servicios de salud, de su ciudad natal frente a los de la ciudad de Tacna?	57
Figura 29 Estadística de arribo de turistas y visitantes a la ciudad de Tacna periodos anual 2012 - 2019.....	59
Figura 30 Estadística de gato per capital de turistas y visitantes a la ciudad de Tacna periodos anual 2012 - 2019	60

RESUMEN

El objetivo de la pesquisa es establecer la relación directa que existe entre la exportación y la calidad de atención de servicios de las instituciones de salud en la provincia de Tacna.

Es un tipo de investigación básica con características de resolver problemas y coordina o relacionar variables.

Esta pesquisa es de nivel RELACIONAL, ya que se establecerán el nivel de desarrollo de ambas variables y se identificara la correspondencia potencial entre las variables Exportación y Calidad de atención de las instituciones de Salud.

El diseño que se propone no pretende variar o modificar alguna de las variables de trabajo por lo que resulta no experimental y de con un único recojo de datos. La población de la pesquisa estuvo conformada por los 28600 visitantes a la ciudad de Tacna con una muestra censal a los 379 clientes extranjeros. Se aplica la técnica que es la encuesta por medio del cual se diseñan cuestionarios para recoger informarse de los clientes con edad superior a los 18 años que son extranjeros y concurren las instituciones de salud,

Se demuestra que la calidad de atención tiene una relación directamente proporcional a la exportación de servicios de las instituciones de salud en la provincia de Tacna. De tal manera que el P valor es menor al alfa error lo cual conlleva aceptar la hipótesis de trabajo.

El resultado es de 0.9 o 90%.

En relación a si el volumen de la exportación de servicios tiene concordancia proporcional y positiva con las instituciones de salud en la provincia de Tacna. El Rho resulta de 0.895 con una sig. de 0.000 que a las claras indica que la relación es alta.

De la misma manera el grado de la calidad de atención tiene concordancia proporcional directa con las instituciones de salud en la provincia de Tacna con un

Rho de 0.894 o 89.4% de relación entre variables con una sig. apropiada que es menor al error determinado.

Se concluye que si hay concordancia entre la calidad de servicio y la exportación internacional de servicios por parte de las instituciones de salud en la provincia de Tacna.

Palabras clave: Exportación de servicios, internacionalización, calidad de atención, centros de salud.

ABSTRACT

The objective of the research is to establish the direct relationship between exports and the quality of health care services provided by health institutions in the province of Tacna.

It is a type of basic research with characteristics of solving problems and coordinating or relating variables.

This research is of a RELATIONAL level, since the level of development of both variables will be established and the potential correspondence between the variables Export and Quality of care of health institutions will be identified.

The proposed design does not intend to vary or modify any of the working variables, so it is non-experimental and with a single data collection. The research population consisted of 28,600 visitors to the city of Tacna with a census sample of 379 foreign clients. A survey technique was applied by means of which questionnaires were designed to collect information from foreign clients over 18 years of age who visit health institutions,

It is shown that the quality of care has a directly proportional relationship to the export of services of the health institutions in the province of Tacna. In such a way that the P value is less than the alpha error, which leads us to accept the working hypothesis.

The result is 0.9 or 90%.

In relation to whether the volume of the export of services has a proportional and positive concordance with the health institutions in the province of Tacna, the Rho is 0.8 or 90%. The Rho is 0.895 with a sig. of 0.000, which clearly indicates that the relationship is high.

In the same way, the degree of quality of care has direct proportional agreement with the health institutions in the province of Tacna with an Rho of 0.894 or 89.4% of relationship between variables with an appropriate sig. which is less than the determined error.

It is concluded that there is concordance between the quality of service and the international export of services by the health institutions in the province of Tacna.

keywords: Export of services, internationalization, quality of care, health centers.

INTRODUCCIÓN

La pesquisa presente, trata de investigar “La exportación y la calidad de atención de las instituciones de salud”, la problemática importante responde a la interrogante de la pesquisa ¿Cuál es la relación que existe entre la exportación de servicios y la calidad de atención de las instituciones de salud de la provincia de Tacna, 2022? De igual manera el objetivo principal es establecer la correspondencia que existe entre la exportación de servicios y la calidad de atención de las instituciones de salud, 2022 para saber si son directamente proporcionales.

Esta pesquisa está desarrollada por cinco capítulos:

Capítulo I: El planteamiento del problema, corresponde a un método empleada para desarrollar tesis como también su descripción del contexto problemático, demarcaciones, objetivos, justificación e importancia del trabajo, limitaciones.

Capítulo II: o también las bases teóricas, tiene como inicio las características como es marco legal , marco teórico con lo se refiere a sus concepto correspondientes esto está relacionada a una forma de internacionalización de las diversas corporaciones , entre distintas variables para la pesquisa procesada, es forzoso precisar que los antecedentes devienen de investigaciones anteriores, los cuales con sus contribuciones han enriquecido la investigación; también estas variables tienen intereses dejando calificar el punto de vista teórico tipo conceptual a cada una de ellas terminando con una hipótesis.

Capítulo III: O también la metodología de la pesquisa, que comprende desde el tipo, nivel, método, diseño; con información de base primaria desarrollado por aplicación de cuestionarios a los turistas y visitantes extranjeros según información obtenida del por el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), de este modo debe ser una pesquisa no experimental, transversal y no aplicada direccionando a responder los problemas como propósito una relación entre las variables.

Capítulo IV: Análisis de resultados, el trabajo con lo requerido de la data, de esta se utilizó para la estadística y las gráficas para luego interpretar resultados para su mejor comprensión.

Capítulo V: La contrastación de hipótesis, es donde se generó una ecuación de modo se comprueba las posturas de esta pesquisa, tenemos una información que está en escala de forma de intervalos; también se analizó la teoría con los conceptos y de fama como es las normativas encontradas entre las variables. Por ultimo las conclusiones responde a la hipótesis y las sugerencias con un enfoque de acciones prácticas y viables.

CAPÍTULO I EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción de la Realidad Problema.

En la actual consolidación de la globalización, cada vez más empresas han decidido iniciar con la exportación de servicios para buscar nuevos mercados y aumentar la cartera de clientes, no solo para hacer crecer los emprendimientos, sino también para sobrevivir ante problemas como la insuficiente demanda interna, a pesar del hecho, que cada vez se habla menos de la demanda interna y externa, y seguimos hablando de demanda simplemente. (Jaén, 2022)

Vargas (2004), La calidad de atención al cliente está recogiendo una progresiva vigilancia en todo el mundo y se atiende a que está vigente en lo fundamental de toda acción humana. Es por ello, que se ha tenido la presión urgente de cambiar y desplegar los servicios de salud hacia mejores niveles de calidad y competitividad, esencialmente en servicios que los médicos tienen que ganar la confianza plena de la paciente.

En el mundo de hoy que está inmerso en la globalización, las acciones de exportación se desarrollan con mayor velocidad, no solo en las exigencias ejecutadas en la producción de bienes, sino además las que correspondan con los servicios, creando una oferta exportable de bienes y servicios cada vez más competitiva, donde se desarrolle la calidad de los mismos.

En el sector Regional de Tacna el incremento de turistas de diversos países genera un favorable desarrollo en la oferta de centros de salud, esto conduce a que las propuestas de servicios diversos en atenciones médicas sean cada vez más

competitivas. En Tacna existen una variedad centros de salud dedicadas a los servicios de atenciones médicas que carecen de ciertos aspectos como la formalidad y calidad, limitándolas para convertirse en empresas exportadoras de servicios.

La investigación se enfoca en el sector salud de la Provincia de Tacna, donde se observa un crecimiento importante, esto debido a la afluencia de turistas internacionales.

Por otro lado, el incremento de la demanda de turistas extranjeros ya no proviene solo de Chile, se nota la presencia de viajeros de distintos países como Brasil, Argentina, Bolivia, Estados Unidos entre otros, ello está generando el incremento de nuevas ofertas en el sector salud, sin embargo, se estaría dejando atrás la Calidad que los centros de salud deben brindar.

1.1.1. Delimitaciones de la investigación

Delimitación Espacial

La investigación se circunscribe al estudio de los visitantes extranjeros que hacen uso de las instituciones de salud en la provincia de Tacna.

Delimitación Temporal

La investigación se ejecutó en el periodo comprendido dentro del año 2022.

Delimitación conceptual

Esta investigación dará respuesta como la exportación de servicios inciden en la calidad de atención de las instituciones de Salud. De este modo se encontrará el análisis de los factores más significativos que permitan mejorar la calidad de las instituciones de Salud en la Provincia de Tacna.

1.2. Definición del problema.

1.2.1. Problema general

¿Cuál es la relación que existe entre la exportación de servicios y la calidad de atención de las instituciones de salud de la provincia de Tacna, 2022?

1.2.2. Problemas específicos

- a) ¿Cuál es el nivel de la Exportación de las instituciones de salud de la provincia de Tacna?
- b) ¿Cuál es el nivel de la Calidad de atención de los servicios médicos de las instituciones de salud de la provincia de Tacna?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo general

Establecer la relación directa que existe entre la Exportación de Servicios y la Calidad de atención de servicios de las instituciones de salud en la provincia de Tacna.”

1.3.2. Objetivo específico

- a) Determinar el nivel de la Exportación de los Servicios de las instituciones de salud de la provincia de Tacna, 2022 para conocer cómo se relaciona con la calidad de atención medicas de las instituciones de salud.
- b) Determinar el nivel de la Calidad de atención de las instituciones de salud de la provincia de Tacna, 2022 para conocer cómo se relaciona con la Exportación de servicios de las instituciones de salud.

1.4. Justificación e importancia de la Investigación

1.4.1. Justificación

La presente pesquisa tiene como justificación la penuria de ofrecer servicios exportables de mejor calidad en la región de Tacna, con el propósito de atraer más divisas para nuestra región mediante la promoción y comercialización de los servicios relacionados especialmente al sector de salud y dirigidos al público extranjero, haciendo énfasis en la población chilena.

El desarrollo de la encuesta de servicios médicos fue planteado debido al retroceso que se está presentando en Tacna frente a la activación de la oferta de productos y servicios en el país vecino de Chile, especialmente en la región de Arica, lo cual

genera un nivel de competencia que la población tacneña debe afrontar repotenciando la oferta exportable local.

Dentro las dificultades para la búsqueda de la fuente primaria fue lo circunstancial de los encuestados de este modo la toma de muestra es en forma aleatoria y con carácter confidencial.

1.4.2. Importancia

Otro factor para considerar es el de la importancia de optimizar la calidad de los servicios médicos que se ofertan en Tacna, con la finalidad de atraer a un sector más selecto de clientes (Clase A, B) que se interesen por visitar la ciudad para tratar sus diversas enfermedades y de esta manera aportar económicamente al desarrollo de nuestra región.

Para los resultados y como conclusión mediante este trabajo desarrollado será importante para nuevas estrategias y la óptima gestión de las instituciones de Salud en el proceso de prestar servicios, así aumentará en mejor nivel de ganancias en la rentabilidad; También se debe plantear estrategias como la creación algo innovador de este modo diferenciar una acción con ventaja competitivas para mantener un periodo largo en los mercados internacionales.

1.5. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Exportación de Servicios	La Exportación de Servicios es un procedimiento donde servicio es mandado a otra parte del mundo, con propósitos comerciales	Es el tráfico legítimo de servicios nacionales para uso o consumo de un cliente extranjero. La exportación de servicios se ejecuta cuando el pago del mismo es realizado por un residente en el extranjero, donde se desarrolla requisitos básicos como la estadía, documento de identidad, hospedaje y alimentación, comprobante de pago, consumo en territorio nacional, clasificación y categorización del hospedaje.	<ul style="list-style-type: none"> - Documento de identidad - Comprobante de pago monto pagado y consignado - Valor de las exportaciones de servicios - Estadísticas de los visitantes y turista extranjeros (chilenos) 	Ordinal
Calidad de atención de las instituciones de salud	Indica la comodidad de las personas acerca del servicio también el producto que se ha proporcionado (Cronin y Taylor, 1992)	Estudia la acción y el efecto de atender a los usuarios, se ejecutará una encuesta, tomando en cuenta las extensiones del modelo SERVPERF para emplear el cuestionario y conseguir información.	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de respuesta - Profesionalidad - Cortesía y Atención - Credibilidad - Seguridad - Accesibilidad - Comunicación - Comprensión al cliente 	Ordinal

Nota. Elaboración propia

1.6. Hipótesis de la investigación

1.6.1. Hipótesis general

La calidad de atención tiene una relación directamente proporcional a la exportación de servicios de las instituciones de salud en la provincia de Tacna.

1.6.2. Hipótesis específicas

- a. “El nivel de la exportación de servicios tiene relación proporcional directa con las instituciones de salud en la provincia de Tacna”.
- b. “El nivel de la calidad de atención tiene relación proporcional directa con las instituciones de salud en la provincia de Tacna”.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO.

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. En el ámbito internacional

López (2009), en el documento de proyecto “Las Exportaciones de Servicios de América Latina y su Integración en las Cadenas Globales de Valor”, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Chile. En sus conclusiones concluyeron que la dinámica exportadora del sector servicios fue bastante intensa en varios países de América Latina. La región, o al menos el país con el mayor tamaño y/o la mayor disponibilidad relativa de recursos humanos, se ha identificado como una posible ubicación para, por ejemplo, procesos comerciales en el extranjero o la instalación de centros de servicios compartidos.

Vaillant (2008), en su documento “Oportunidades De Una Economía Pequeña Y Remota En El Mundo Global: Uruguay Como Exportador De Servicios”, concluyó que: Los factores que explican las distintas localizaciones de actividad son parecidos entre ellas. Entre estas causales parecidas destacan: la calidad y estabilidad institucional, la calidad de vida, la disponibilidad de trabajadores de mediana y alta calificación.

Medina (2015), en el trabajo científico titulado “Exportación de Servicios de Diseño e Identidad Corporativa en Demaro Research” de la Universidad Nacional de La Plata, Argentina, optó por la Maestría en Marketing Internacional, cuyo tipo de estudio es descriptivo. Una de sus conclusiones es que, desde una perspectiva positiva, el statu quo de las exportaciones de servicios de mi país es: emergente y

promisorio, por otro lado: incertidumbre y desinformación. Por lo tanto, cuando ED se inicia como empresa exportadora, debe enfocarse profundamente en los requisitos necesarios para posicionarse en el mediano y largo plazo: definir sus productos exportables, entender su mercado objetivo, generar intercambio y contacto con los organismos de promoción

2.1.2. En el ámbito nacional

Tapia (2017), en la tesis titulada “Análisis De La Exportación De Servicios Del Sector Salud En La Región Lambayeque” en la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, para optar el título profesional de Licenciado en Comercio y Negocios Internacionales con tipo de metodología no experimental, longitudinal, entre sus conclusiones ha expuesto un significativo crecimiento económico principalmente fundado por el incremento de las exportaciones de servicios, de manera tal que se alcanzó demostrar que las exportaciones de servicios no se han retrasado , ya que muestran una tendencia positiva En el periodo 2012- 2015, se logra identificar que los países que ostentan mayor aportación en la exportación de servicios, donde se halla EEUU, ESPAÑA, CHILE Y JAPON que son los principales mercados de destino.

Faccio (2016) en la tesis titulada “Calidad De Servicio Y Satisfacción Del Cliente En Una Entidad Bancaria De Trujillo, 2016” en La Universidad Nacional de Trujillo con un tipo de metodología no experimental, transversal. se concluye que los clientes se sienten conformes el servicio ofrecido por los colaboradores y la calidad de sus servicios llegando así a satisfacer sus necesidades.

Pérez (2014), en su tesis denomina “La Calidad Del Servicio Al Cliente Y Su Incidencia En Los Resultados Económicos Y Financieros De La Empresa Restaurante Campestre Sac - Chiclayo Periodo Enero A Septiembre 2011 Y 2012”, en la Universidad Católica de San Toribio de Mogrovejo en Chiclayo para optar el grado de Contador Público .se llegó a la conclusión que la calidad del servicio evidencia si la empresa brinda un servicio bueno o no, atiende comedidamente las necesidades de sus demandantes, y si consigue optimizar la

prestación de su servicio para adelantarse a los requerimientos y así sobrepasar las expectativas del cliente, mientras la empresa brinde un mejor servicio los ingresos acrecentarán optimizando sus resultados económicos. Otra conclusión a la que se alcanzó fue que la infraestructura interviene visualmente en las decisiones de los clientes, la percepción de un ambiente limpio y cuidado crea un vínculo optimista entre la empresa y sus clientes.

2.1.3. En el ámbito local

Carrillo (2016), con la tesis titulada “El Marketing Relacional Y La Satisfacción De Los Clientes Del Centro Odontológico Especializado Tejada. Período 2015” en la Universidad Privada de Tacna para optar el título profesional de Ingeniero Comercial, el tipo de pesquisa es descriptiva correlacional. en la tesis demuestra una acción de correlación con la variable marketing relacional con la satisfacción de los clientes y así poder establecer la valoración del personal que ayuda a los servicios brindados por dicha empresa. Cuyo resultado es de fortalecer actitudes de confianza y respeto del personal que atiende en el consultorio odontológico. Es tipo aplicativo, descriptivo, correlacional.

2.2. Bases teóricas.

2.2.1. Exportación de servicios

Siicex (2016), Se refiere a la oferta de servicios que serán consumidos por extranjeros, ya sea en el exterior o localmente en el país de donde proviene el servicio, y a diferencia de los bienes registrados en aduana, los servicios pueden exportarse con la simple prestación de servicios.

Modalidades de exportación de servicios

Comercio transfronterizo

Es un servicio que se brinda desde el territorio del proveedor al territorio del consumidor sin necesidad de reubicación humana, servicios de consultoría, envío de software por Internet y sin necesidad de envío de dinero al exterior a través de los bancos Promperú (2013).

Figura 1
Comercio Transfronterizo

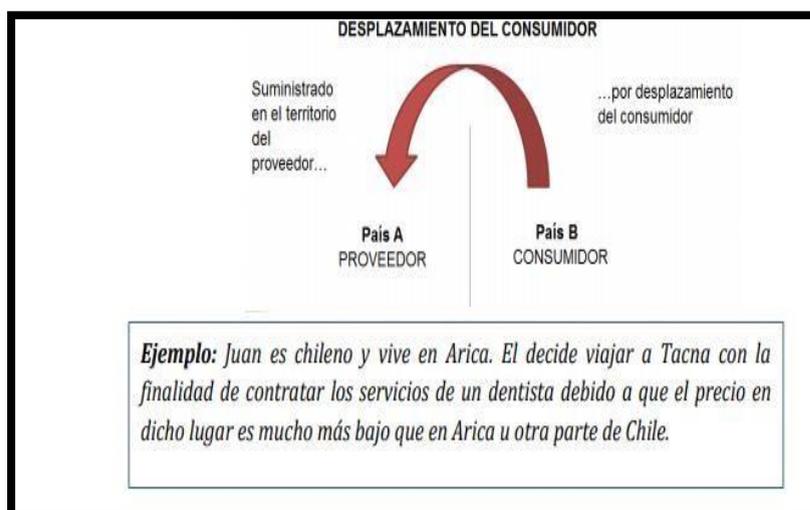


Nota. Obtenido de Promperú. (2013)

Consumo en el extranjero

El consumidor del servicio se traslada y lo obtiene en el territorio del proveedor. Interiormente de esta manera se localiza el turismo: no residentes que consumen servicios de recreación, alimentación y hospedaje; importante ejemplo para el Perú.

Figura 2
Consumo en el Extranjero



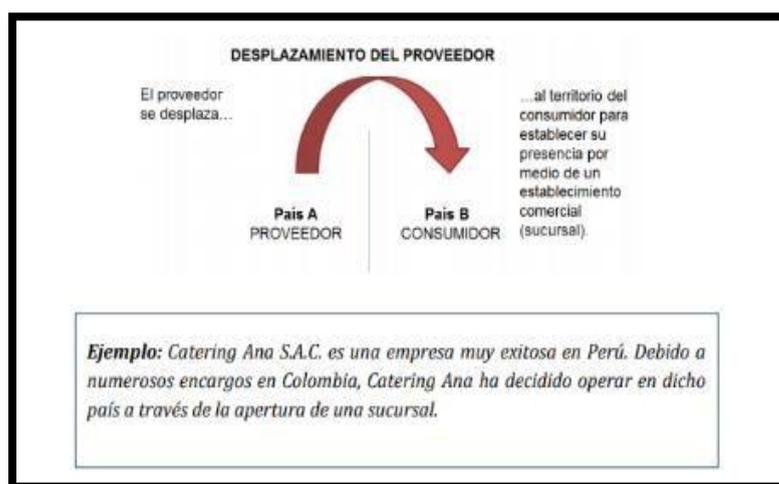
Nota. Obtenido de Promperú. (2013)

Presencia comercial

Es un servicio prestado por un proveedor de servicios de un miembro a través de una presencia comercial en el territorio de cualquier otro miembro. Una variable "sustituta" para medir la importancia de este patrón es la inversión extranjera directa (IED) en servicios. Por ejemplo, se podría mencionar la IED peruana en comunicaciones, finanzas, comercio y otros servicios. Pelota Peruana, (2013).

Figura 3

Presencia Comercial

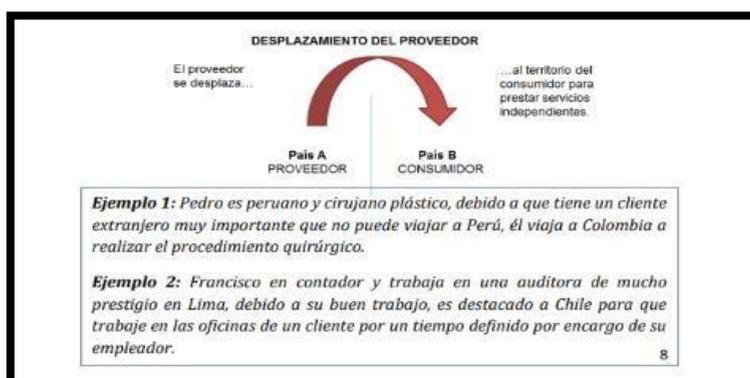


Nota. Obtenido de Promperú. (2013)

Presencia física de personas naturales

Incluye el movimiento de personas de un país a otro para prestar servicios. Un ejemplo de este modelo es la reubicación de arquitectos, abogados o ingenieros en el extranjero para prestar sus servicios profesionales por un tiempo limitado. Pelota Peruana, (2013).

Figura 4
resencia física de personas naturales



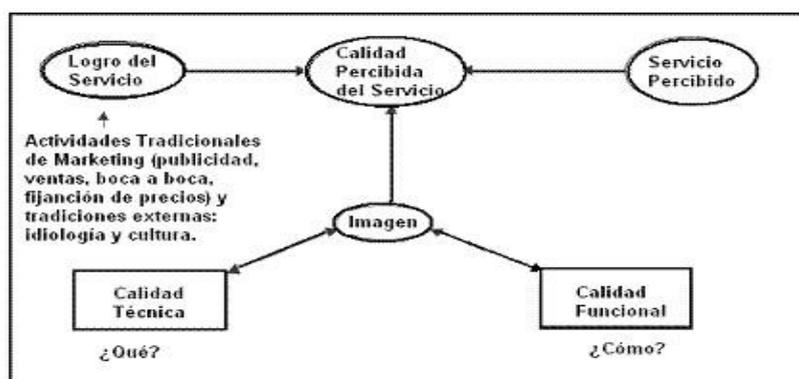
Nota. Obtenido de Promperú. (2013)

Calidad de atención

Pérez (2006), sostiene que: La calidad de atención es la importancia de la atención al cliente para las empresas actuales, tanto que se ha transformado en una ventaja competitiva trascendental que les admite conservarse en el mercado, conseguir rentabilidad y crecer, esta ventaja atrae a los clientes y crea la confianza suficiente para fidelizar al cliente.

Duque (2005) sostiene que: La calidad de atención es observada por medio de las experiencias evaluadas por medio de diferentes aspectos de la calidad. Paralelo relaciona las costumbres con las actividades del marketing tradicional esbozando la calidad.

Figura 5
Calidad Percibida de Servicio



Nota. Obtenido de Promperú.

Características

A partir de del modelo de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), desarrollaron una herramienta de medida de la calidad de servicio percibida: a través de diez aspectos. categorías son:

- **Elementos tangibles:** Aspecto de personal, equipos, instalaciones físicas y materiales de comunicación.
- **Fiabilidad:** Destreza para efectuar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.
- **Capacidad de respuesta:** Disposición para auxiliar a los clientes, y para proveerlos de un servicio rápido.
- **Profesionalidad:** Posesión de las habilidades requeridas y conocimiento del proceso de prestación del servicio.
- **Cortesía:** consideración, Atención, amabilidad y respeto del personal de contacto.
- **Credibilidad:** creencia, Veracidad, y honestidad en el servicio que se provee.
- **Seguridad:** Inexistencia riesgos de, peligros o dudas.
- **Accesibilidad:** Lo fácil y accesible de contactar.
- **Comunicación.** Conservar a los clientes informados, manejando un lenguaje que consigan concebir, así como escucharlos.
- **Compresión del cliente.** Realizar el esfuerzo de concebir a los clientes y sus necesidades.

2.3. Marco Conceptual.

Competitividad: Se define como la capacidad de generar la mayor satisfacción del consumidor fijando un precio, o la capacidad de ofrecer un precio más bajo fijando una determinada calidad. Concebida de esta manera, se supone que la empresa más competitiva podrá captar una mayor cuota de mercado a expensas de la empresa menos competitiva, si no existen fallas de mercado que lo impidan. (Cifuentes, 2011).

Satisfacción del Cliente: La satisfacción es un estado de ánimo que produce placer y satisfacción por la plena realización de las necesidades y expectativas creadas. Las emociones de los clientes son el producto de la correlación de las necesidades y expectativas con el valor y el rendimiento percibidos. (Ritchie, 1998)

Exportación de Servicios: La exportación de servicios es cuando un individuo habitante en el extranjero realiza un pago con independencia del sitio que se produce. (Peruzzotti, 2008).

Modalidad Consumo en el Extranjero: Es una modalidad de Exportación de Servicios que se desarrolla cuando el consumidor del servicio se traslada y lo obtiene en el territorio del proveedor. (Mochetti, 2005)

Identidad de la imagen global: La Imagen Global de la Empresa o Imagen de Calidad Total: Siempre existe el significado de una imagen psicológica, una actuación monumental. Es el resultado de la percepción acumulativa. Son estas formas percibidas, ensamblajes y coherencias las que conforman la imagen global (Sánchez, 2008).

Internacionalización: La toma de decisiones de internacionalización implica la participación directa de empresas en otros países y es un proceso que potencia la integración de un país a la economía global aumentando la productividad de las empresas. (Sánchez, 2008)

Presencia Comercial: Un proveedor de servicios establece una sucursal permanente en otro país para prestar servicios. (Organización Mundial del Comercio, 2011)

Comercio transfronterizo: Servicio que se presta desde el territorio del proveedor hacia el territorio del consumidor. (Organización Mundial de Comercio, 2011)

Consumo en el extranjero: Cuando el consumidor del servicio se traslada y lo obtiene en el territorio del proveedor. (Organización Mundial de Comercio, 2011)

Estrategia: El plan general de acción mediante el cual una organización intenta alcanzar sus objetivos. (Alana 2011)

Diferenciación: De acuerdo con el modelo de estrategia general de Porter, una estrategia para satisfacer mercados grandes y pequeños creando un producto diferenciado o imponiéndole un precio superior al promedio. (Vásquez, 2015)

Lugar de Inscripción: La inscripción y los trámites relacionados con el registro se realizarán en la oficina tributaria, oficina regional o centro de atención al contribuyente de la SUNAT correspondiente al domicilio fiscal del contribuyente. (SUNAT, 2015).

Presencia de personas físicas: el movimiento de personas de un país a otro para prestar servicios. (Organización Mundial del Comercio, 2011)

Percepción del cliente: Es el resultado de combinar información recibida del exterior con información almacenada en la mente de experiencias y recuerdos previos. A partir de este proceso, las percepciones resultantes generan emociones que influyen en el comportamiento. Si la emoción es positiva (p. ej., simpatía, confianza, seguridad, etc.), la conducta tenderá hacia lo que sugiere la información recibida. Si la emoción es negativa, puede resultar contraproducente. Esta es la diferencia entre comprar y no comprar. La percepción positiva de un cliente de nuestro producto puede desencadenar una compra.

Servicio al Cliente: Es un conjunto de estrategias ideadas por la empresa para satisfacer mejor las necesidades y expectativas de los clientes externos que sus competidores. De esta definición inferimos que el servicio al cliente es fundamental para el crecimiento de una empresa. (Serna, 2006)

Modelo ISO: ISO significa Organización Internacional para la Estandarización, un organismo internacional creado en 1947 por 25 países para facilitar la organización y coordinación internacional de estándares, con el objetivo original de facilitar la comunicación comercial.

Basadas en 8 principios fundamentales, las normas ISO se han ido extendiendo paulatinamente a diversas actividades como guía y referencia para la gestión de la calidad:

Modelo JCAHO: Este modelo responde a las siglas Joint Commission on Accreditation of Health Care Organizations, que fue creada en 1951 por acuerdo entre diferentes organizaciones de salud norteamericanas.

Su filosofía y enfoque operativo son similares a las normas ISO, con un enfoque particular en el sector de la salud. El proceso de acreditación del modelo está diseñado para ayudar a la mejora continua y el enriquecimiento profesional, no solo como un mecanismo de reconocimiento externo.

Modelo EFQM: Son las siglas de una entidad formada en 1988 por 14 grandes empresas europeas conocida como European Foundation for Quality Management. A diferencia de los modelos anteriores, el principal objetivo de EFQM no es la certificación externa sino la excelencia empresarial. El sistema no solo alcanza los más altos objetivos de calidad en el trabajo realizado, sino que también optimiza los recursos empresariales para la excelencia en la gestión.

CAPÍTULO III MÉTODO

3.1. Tipo de investigación

Es un tipo de investigación de no aplicada con características de resolver problemas y coordina o relacionar variables.

Nivel de diseño: Esta investigación es de nivel RELACIONAL y CORRELACIONAL, ya que se establecerán el nivel de desarrollo de ambas variables y se identificara la correspondencia potencial entre las variables Exportación de Servicios y Calidad de atención de las instituciones de Salud.

3.2. Diseño de investigación

Este diseño que se instigara se desarrolla es no experimental y de corte transversal. Debido a que durante el progreso de la investigación no se realizará ninguna manipulación ni se modificará con referencia a las condiciones que lo refiere a este contexto.

3.3. Población y muestra.

3.3.1. Población

La población de estudio está conformada por los 28600 visitantes a la ciudad de Tacna de las instituciones de salud de la provincia de Tacna de acuerdo al Informe económico y social de Tacna realizado por el Banco central de Reserva el año 2013

3.3.2. Muestra

Por la naturaleza del estudio, y el objetivo de obtener información de los clientes extranjeros, se aplicará la muestra censal a los 379 clientes extranjeros que formarán parte del estudio de acuerdo a la siguiente fórmula.

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

A continuación, se empleará la fórmula:

N= Total de la población

Z= 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

p= Proporción esperada (en este caso 5%=0.05)

q= 1-p (en este caso 1-0.05=0.95)

E= Precisión

Después de reemplazar en la fórmula se obtuvo un tamaño de muestra de 379 pacientes de las instituciones de salud de la Provincia de Tacna por encuestar.

3.4. Técnicas e Instrumentos de Investigación

Se aplica la técnica que es la encuesta por medio del cual se diseñan cuestionarios para recoger informarse de los clientes con edad superior a los 18 años que son extranjeros y concurren las instituciones de salud, integrantes de la población de análisis, con el propósito de categorizar los datos que se demanda para la verificación de las hipótesis.

Fernández et al. (2014) definen al interrogatorio como un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a calcular. Tiene que ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis. La herramienta que se usa en el cuestionario que ejecutaremos con el propósito de conseguir información de la exportación de servicios y la calidad de atención en las instituciones de salud de Tacna.

3.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.

Para procesamiento de la información en una primera instancia se utilizará el programa Microsoft Excel en el cual se vaciará la información recaba en campo, posterior a este se empleará un software estadístico.

Respecto a la presentación se empleará tablas de frecuencia, diagramas de barras y de torta; para el análisis se usará la estadística descriptiva y la estadística inferencial.

Finalmente, es importante hacer mención que este trabajo de investigación, por encontrarnos en un contexto de aislamiento social producto del COVID -19, esto será de forma virtual la encuesta será utilizando la herramienta tecnológica Google Forms, el cual es una aplicación de Google Drive, que facilitará las acciones de acopio de información mediante el diseño de formularios y encuesta de opinión dirigido al grupo población antes indicado.

Para establecer la confiabilidad del instrumento aplicado se utiliza el coeficiente Alfa de Cronbach, que es un índice de consistencia interna con un valor entre 0 y 1, el cual se utiliza para comprobar si el instrumento en evaluación recoge información errónea, por lo que sacaremos información errónea. conclusiones o si es un instrumento confiable, puede hacer mediciones estables y consistentes.

Tabla 2

Escala de Alpha de Cronbach

COEFICIENTE	SIGNIFICADO
alfa > 0.9	Es excelente
alfa > 0.8	Es bueno
alfa > 0.7	Es aceptable
alfa > 0.6	Es cuestionable
alfa > 0.5	Es pobre
alfa < 0.5	Es inaceptable

Nota. Elaboración propia

Acorde con la escala, se establece que los valores cercanos a 1 implican que el instrumento manejado es de alta confiabilidad y si se avecina a cero simboliza que el instrumento es de baja confiabilidad

3.5.1. Aplicación de coeficiente de Alpha de Cronbach

Utilizando el coeficiente de Alpha de Cronbach, cuyo reporte del software SPSS 22 es el siguiente:

Tabla 3

Prueba Alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	Alta	N de elementos	Fiabilidad
,818	Moderada	24	Alta

Nota. Obtenido de SPSS

Interpretación

El coeficiente conseguido tiene el valor de ,818 lo que representa que el instrumento empleado para las variables de Exportación del Servicio y Calidad de atención de las instituciones de Salud posee una confiabilidad moderada, debido a que el actual estudio es de carácter exploratorio estos resultados de la fiabilidad son válidos.

La validación del instrumento se ejecutó por medio del juicio de expertos, con el cual se corrigieron los instrumentos.

Tenemos que precisar el alto grado de la correlación que concurre entre las variables los indicadores.

CAPÍTULO IV PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Presentación de resultados por variables.

4.1.1. Análisis estadístico

Tabla 4

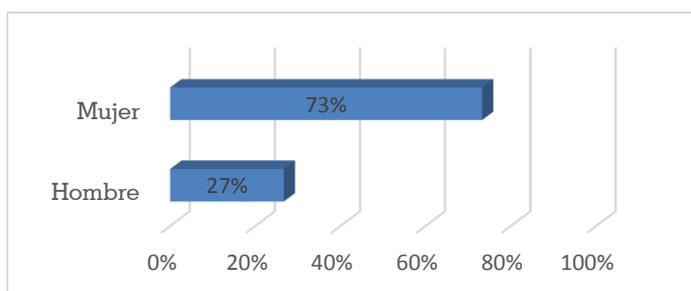
Género

Género	n	%
Hombre	102	27%
Mujer	277	73%
Total	379	100%

Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Figura 6

Genero



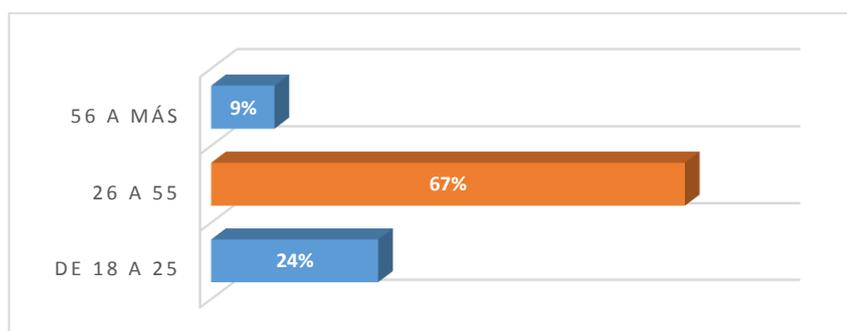
Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Como el estudio realizado a los turistas que visitan la ciudad de Tacna se pudo encontrar con que el 73% de los encuestados son mujeres de las diversas regiones de Chile, se registra también que el porcentaje de hombres que visitan la ciudad es de 27% lo que indica una enorme brecha entre géneros.

Tabla 5*Edad*

Edad	n	%
De 18 a 25	91	24%
26 a 55	254	67%
56 a más	34	9%
Total	379	100%

Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Figura 7*Edad*

Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

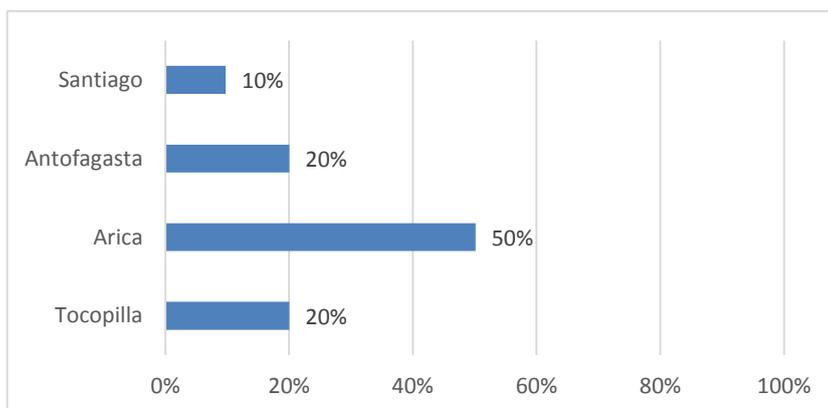
Según el estudio dirigido a los turistas en la ciudad de Tacna se encontró con que la mayoría de encuestados poseen una edad de entre 26 a 55 años, lo que representa un 67% de la población encuestada, seguido de un 24% que representan los encuestados de entre 18 a 25 años y finalmente con un 9% de encuestas cuyas edades fluctúan entre 56 a más años, los cuales solo fueron 34 personas.

Tabla 6*Lugar de procedencia*

Lugar de procedencia	n	%
Tocopilla	76	20%
Arica	190	50%
Antofagasta	76	20%
Santiago	37	10%
Total	379	100%

Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Figura 8
Lugar de procedencia



Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Según el estudio dirigido a los turistas en la ciudad de Tacna indica que el 50% de los visitantes son de la ciudad de Arica, 190 personas que están en la ciudad durante los días de semana, seguido por un 20% tanto de la ciudad de Tocopilla y Antofagasta y solo un 10% son turistas de la ciudad de Santiago de Chile.

Tabla 7

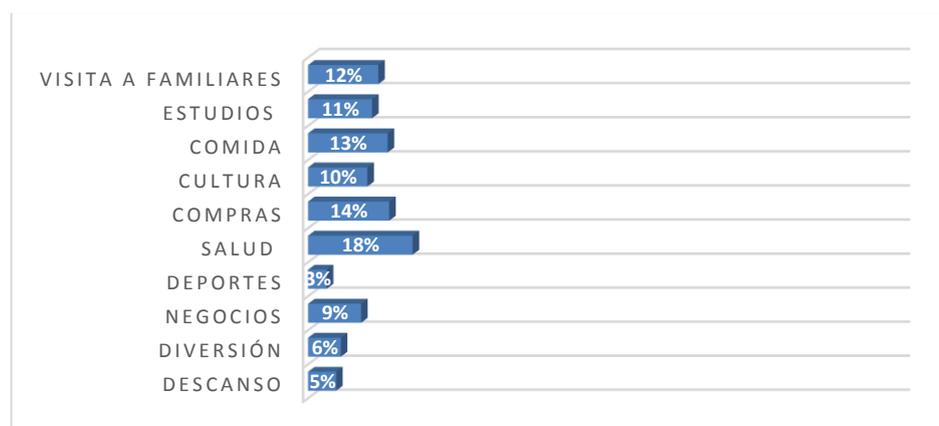
Por orden de importancia escoja el motivo principal de su visita.

Motivo	N	%
Descanso	18	5%
Diversión	21	6%
Negocios	34	9%
Deportes	12	3%
Salud	67	18%
Compras	52	14%
Cultura	38	10%
Comida	51	13%
Estudios	41	11%
Visita a Familiares	45	12%
Total	379	100%

Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Figura 9

Por orden de importancia escoja el motivo principal de su visita.



Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

El estudio dio como motivos más importantes la oferta en salud en primer lugar con 18%, seguido por compras con 14% y 13% en comida en las prioridades de los visitantes chilenos.

Tabla 8

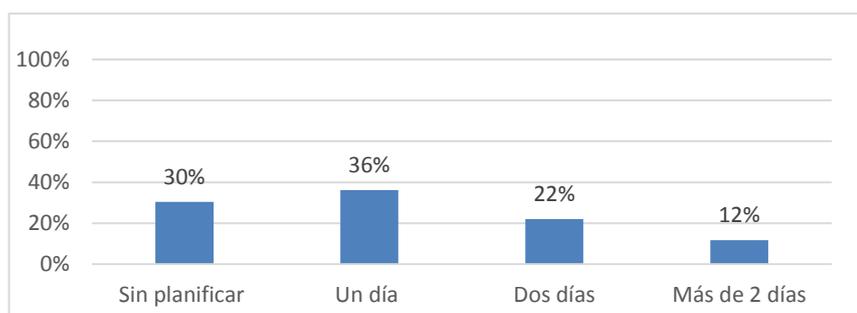
¿Con cuánto tiempo de anticipación planificó este viaje?

Tiempo	Cantidad	Porcentaje
Sin planificar	115	30%
Un día	137	36%
Dos días	83	22%
Más de 2 días	44	12%
Total	379	100%

Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Figura 10

¿Con cuánto tiempo de anticipación planificó este viaje?



Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

¿Con cuánto tiempo de anticipación planificó este viaje?

El estudio realizado demuestra es mayor la cantidad de turistas que planifican su visita a la ciudad con un día de anticipación, seguido por aquellos que no planifican su viaje con un 30%, seguido por aquellos que planifican su viaje con dos días de diferencia y finalmente con un 12% son aquellos turistas que lo hacen con más de dos días antes del su viaje.

Tabla 9

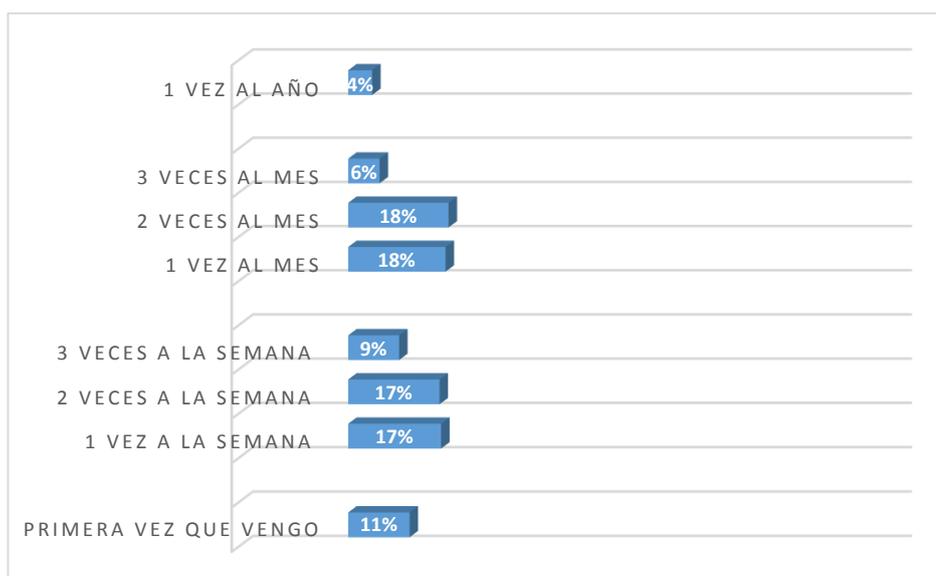
¿Con qué frecuencia visita esta ciudad?

Tiempo	Cantidad	Porcentaje
Primera vez que vengo	42	11%
1 Vez a la semana	64	17%
2 Veces a la semana	64	17%
3 Veces a la semana	34	9%
1 Vez al mes	68	18%
2 Veces al mes	67	18%
3 Veces al mes	23	6%
1 Vez al año	17	4%
Total	379	100%

Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Figura 11

¿Con qué frecuencia visita esta ciudad?



Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Según el estudio realizado se puede resaltar que durante la semana los turistas prefieren visitar la ciudad entre 1 y 2 veces por semana, durante el mes prefieren visitarlo entre 1 y 2 veces al mes, además tenemos a 42 encuestados que por primera vez visitaban Tacna, finalmente solo un 4% de los encuestados visitan la ciudad una vez al año.

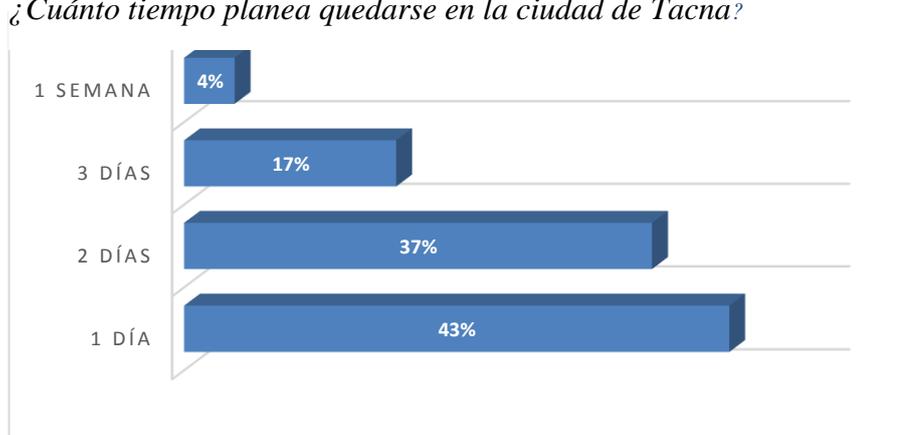
Tabla 10

¿Cuánto tiempo planea quedarse en la ciudad de Tacna?

Días	n	%
1 día	162	43%
2 días	139	37%
3 días	63	17%
1 semana	15	4%
Total	379	100%

Figura 12

¿Cuánto tiempo planea quedarse en la ciudad de Tacna?



Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Según el estudio realizado los turistas prefieren estar en la ciudad de Tacna entre 1 y 2 días, indicado con 43% y 37% respectivamente, seguido por 3 días con 17% y solo un 4% prefiere quedarse una semana.

Tabla 11

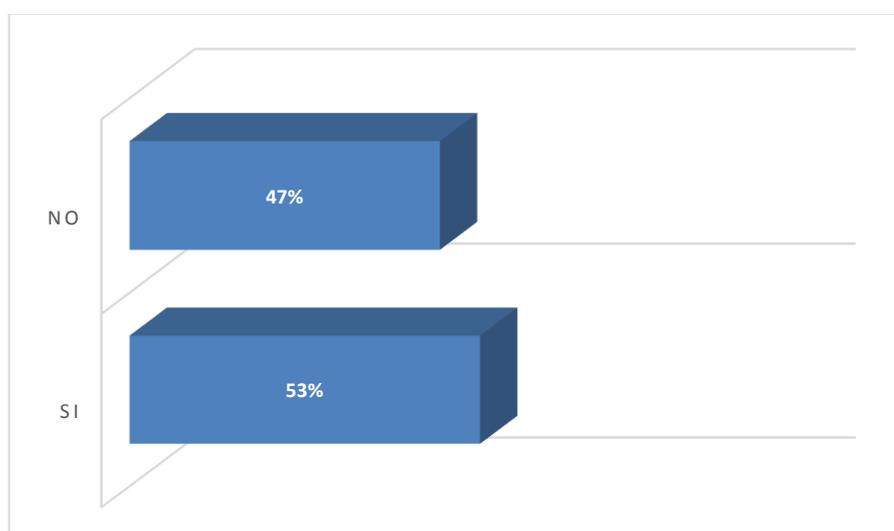
¿Conoce usted los servicios de salud que ofrece Tacna?

Respuesta	n	%
Si	201	53%
No	178	47%
Total	379	100%

Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Figura 13

¿Conoce usted los servicios de salud que ofrece Tacna?



Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Según el estudio realizado tenemos una idea como el turista extranjero reconoce la oferta de servicios médicos en la ciudad, con un 53% los turistas conocen los servicios médicos que están en toda la ciudad.

Tabla 12

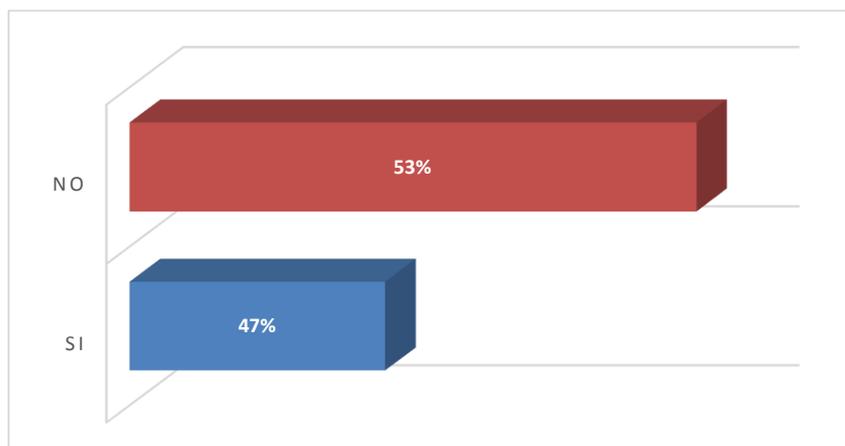
¿Buscó información sobre servicios médicos antes de llegar a Tacna?

Respuesta	n	%
Si	178	47%
No	201	53%
Total	379	100%

Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Figura 14

¿Buscó información sobre servicios médicos antes de llegar a Tacna?



Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Según el estudio realizado se puede ver que el 53% de los encuestados no han buscado información sobre servicios médicos antes de visitar Tacna, por lo cual se puede asumir que recibieron información por otros medios y el 47% si busco información antes de llegar a Tacna.

Tabla 13

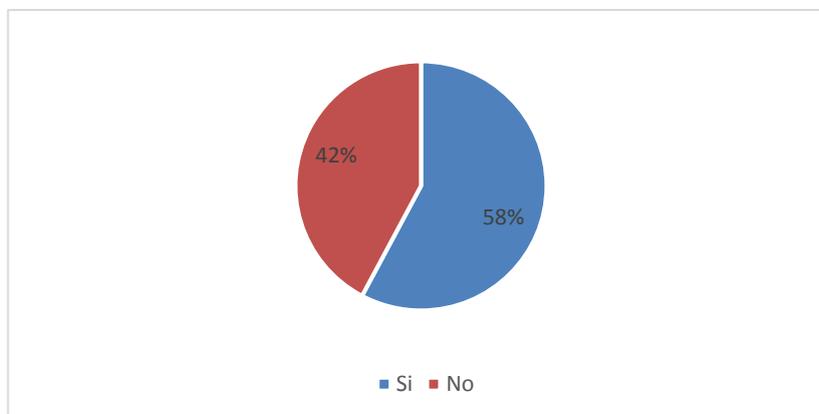
¿Encuentra usted información sobre servicios médicos en la ciudad de Tacna?

Respuesta	n	%
Si	219	58%
No	160	42%
Total	379	100%

Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Figura 15

¿Encuentra usted información sobre servicios médicos en la ciudad de Tacna?



Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Según el estudio realizado se puede ver que un 58% de los turistas extranjeros si encuentran información sobre los servicios médicos en la ciudad de Tacna y es muy probables que se oferten en la ciudad de origen de cada turística, seguido por un 42% de turistas que no encuentran información de la oferta médica en Tacna.

Tabla 14

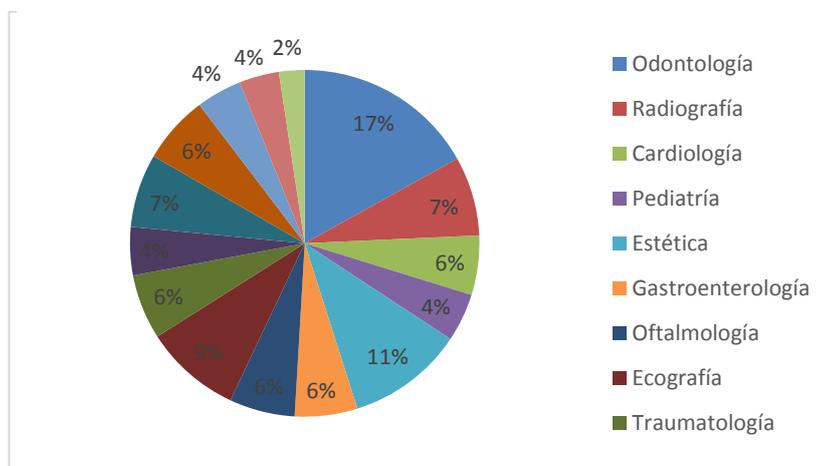
¿Qué servicios médicos de la ciudad de Tacna más conoce?

Servicio Medico	N°	%
Odontología	64	17%
Radiografía	28	7%
Cardiología	21	6%
Pediatría	17	4%
Estética	41	11%
Gastroenterología	22	6%
Oftalmología	23	6%
Ecografía	34	9%
Traumatología	23	6%
Urología	17	4%
Medicina General	26	7%
Dermatología	24	6%
Oncología	16	4%
Reumatología	14	4%
Neumología	9	2%
Total	379	100%

Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Figura 16

¿Qué servicios médicos de la ciudad de Tacna más conoce?



Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

En cuanto a servicios médicos destaca Odontología con 17%, seguido de Ecografía con 9% y algo destacable son el servicio de Radiografía y Medicina General que se oferta en la ciudad con 7%.

Tabla 15

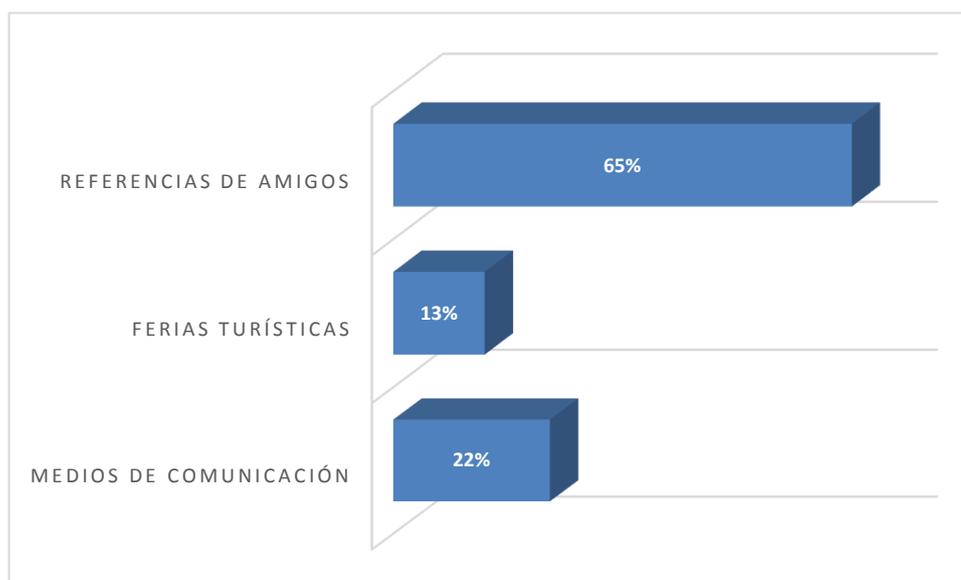
¿Cómo se enteró de estos servicios?

Respuesta	n	%
Medios de comunicación	84	22%
Ferias Turísticas	49	13%
Referencias de amigos	246	65%
Total	379	100%

Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Figura 17

¿Cómo se enteró de estos servicios?



Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Según el estudio realizado se encontró que la mayor referencia que tiene el visitante extranjero son las referencias de amigos o el boca a boca que existe en su entorno, con un 65% de ponderación sobre el 22% que tienen los medios de comunicación y 13% de las ferias turísticas.

Tabla 16

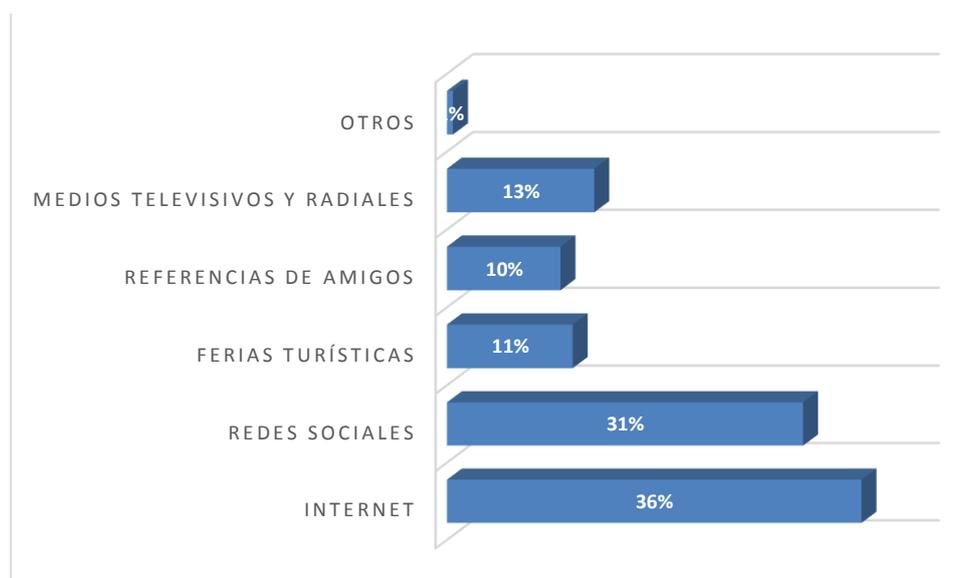
¿De qué manera le gustaría enterarse de los servicios médicos ofrecidos en Tacna?

Respuesta	n	%
Internet	135	36%
Redes sociales	116	31%
Ferias Turísticas	41	11%
Referencias de amigos	37	10%
Medios televisivos y radiales	48	13%
Otros	2	1%
Total	379	100%

Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Figura 18

¿De qué manera le gustaría enterarse de los servicios médicos ofrecidos en Tacna?



Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Según el estudio realizado obtenemos como resultado que los turistas extranjeros prefieren obtener información a través de redes sociales 31% pero sobre todo en Internet en general 36%, por lo cual se debería enfocar en fortalecer estos puntos, seguido por medios de comunicación tradicionales 13%, ferias turísticas con 11% y referencia de amigos 10%

Tabla 17

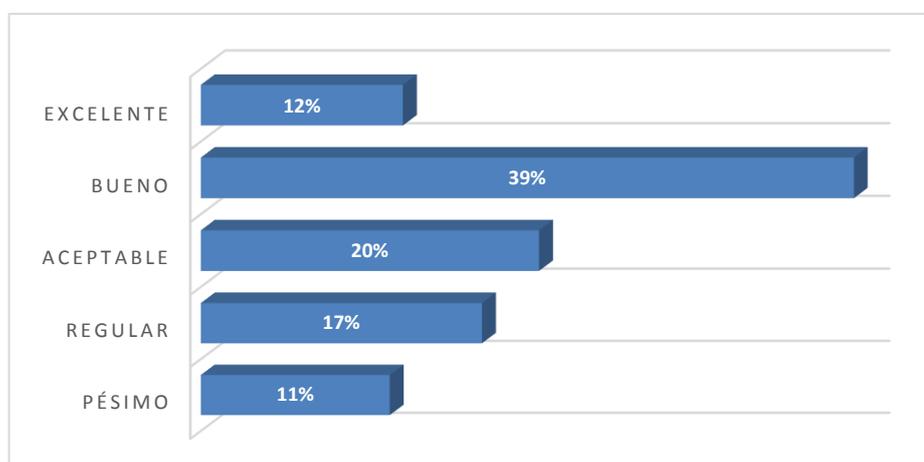
¿Cómo califica la atención brindada por parte de los médicos hacia los clientes?

Respuesta	n	%
Pésimo	43	11%
Regular	64	17%
Aceptable	77	20%
Bueno	149	39%
Excelente	46	12%
Total	379	100%

Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Figura 19

¿Cómo califica la atención brindada por parte de los médicos hacia los clientes?



Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Según el estudio realizado, los visitantes extranjeros consideran “buena” la atención brindada en la ciudad, con un 39% pero existe también una parte que lo considera regular y pésimo con 17% y 11% respectivamente, se debe trabajar para que ese porcentaje se reduzca.

Tabla 18

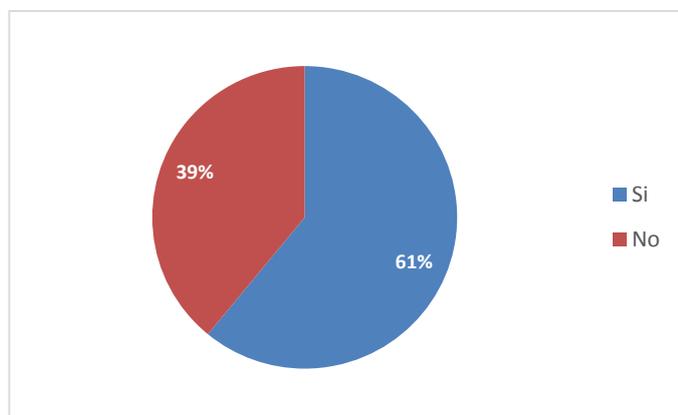
Considera que, en la ciudad de Tacna, los médicos se encuentran debidamente capacitados para poder brindar sus servicios

Respuesta	n	%
Si	231	61%
No	148	39%
Total	379	100%

Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Figura 20

Considera que, en la ciudad de Tacna, los médicos se encuentran debidamente capacitados para poder brindar sus servicios



Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Según el estudio realizado los visitantes extranjeros consideran que el médico peruano está capacitado para realizar su labor, con un 61% lo cual indica que la calidad de atención no es mala, si no que se deben a otros factores, aunque existe un 39% de apreciación de que la calidad del médico es mala.

Tabla 19

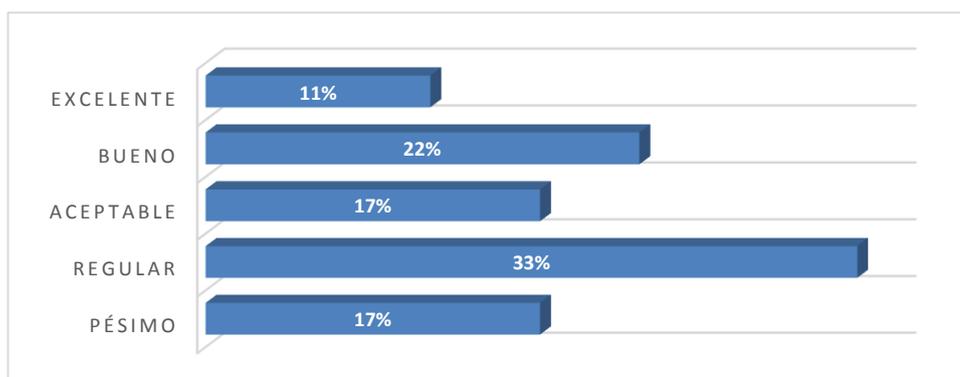
¿Cómo califica las instalaciones de las instituciones de salud y/o clínicas de Tacna?

Respuesta	n	%
Pésimo	64	17%
Regular	125	33%
Aceptable	64	17%
Bueno	83	22%
Excelente	43	11%
Total	379	100%

Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Figura 21

¿Cómo califica las instalaciones de las instituciones de salud y/o clínicas de Tacna?



Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Según el estudio realizado se puede analizar que la apreciación de las instalaciones e infraestructura de las instituciones de salud en la región para el turista extranjero es regular, se debe tener en cuenta que existe tanto un 17% de percepción aceptable como de pésimo por lo cual se debería trabajar más, también está el 22% que lo consideran solo “bueno”.

Tabla 20

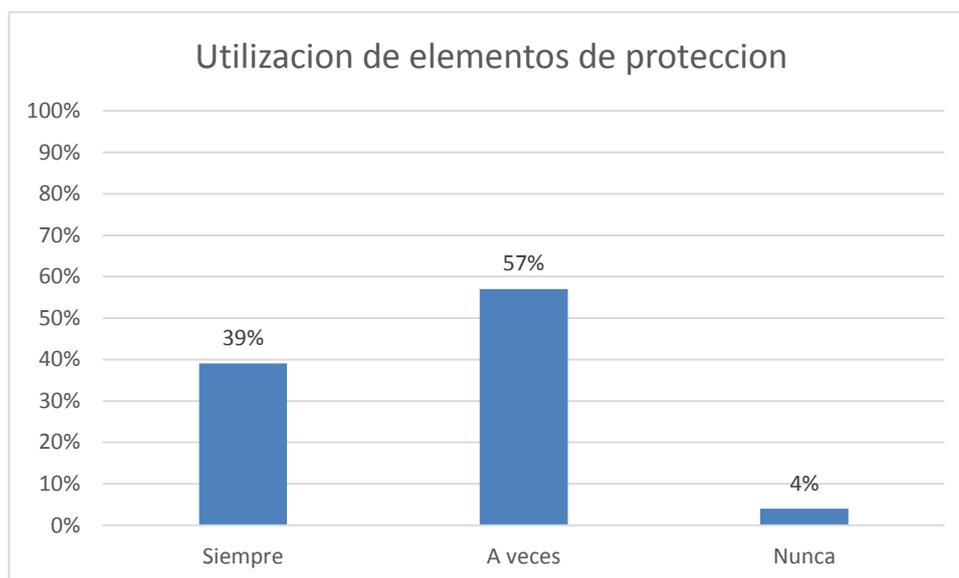
¿Los procedimientos médicos realizados se llevan a cabo utilizando los elementos de protección adecuados por parte de los médicos? (guantes, mandiles, tapabocas, etc.)

Respuesta	n	%
Siempre	148	39%
A veces	216	57%
Nunca	15	4%
Total	379	100%

Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Figura 22

¿Los procedimientos médicos realizados se llevan a cabo utilizando los elementos de protección adecuados por parte de los médicos?



Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Según el estudio realizado se considera que solo “a veces” el médico realiza una adecuada atención utilizando los elementos de protección, seguido de un 39% cuya percepción es siempre y solo un 4% dice nunca.

Tabla 21

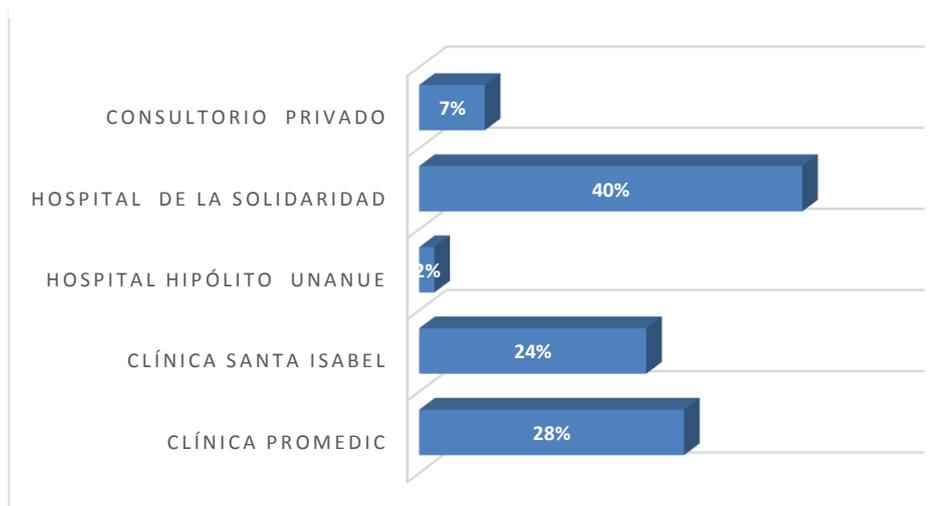
¿A qué clínica u hospital prefiere ir a atenderse?

Respuesta	n	%
Clínica Promedic	105	28%
Clínica Santa Isabel	90	24%
Hospital Hipólito Unanue	6	2%
Hospital de la Solidaridad	152	40%
Consultorio Privado	26	7%
Total	379	100%

Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Figura 23

¿A qué clínica u hospital prefiere ir a atenderse?



Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Según el estudio realizado el 40% de encuestados prefiere el Hospital de la solidaridad, seguido por la Clínica PROMEDIC con 28%, Clínica Santa Isabel con 24%, Consultorios privados 7% y finalmente el hospital Hipólito Unanue con 2%.

Tabla 22

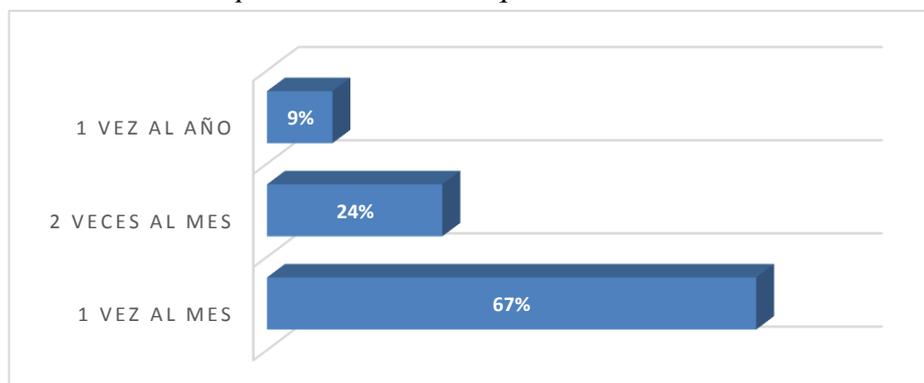
Cada cuánto tiempo se realiza un chequeo médico

Respuesta	n	%
1 vez al mes	254	67%
2 veces al mes	91	24%
1 vez al año	34	9%
Total	379	100%

Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Figura 24

Cada cuánto tiempo se realiza un chequeo médico



Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Según el estudio realizado, se puede observar que el 67% de los encuestados al menos una vez al mes se realiza un estudio, examen o chequeo, seguido de un 24% que lo hace dos veces al mes y solo un 9% que lo hace una vez al año.

Tabla 23

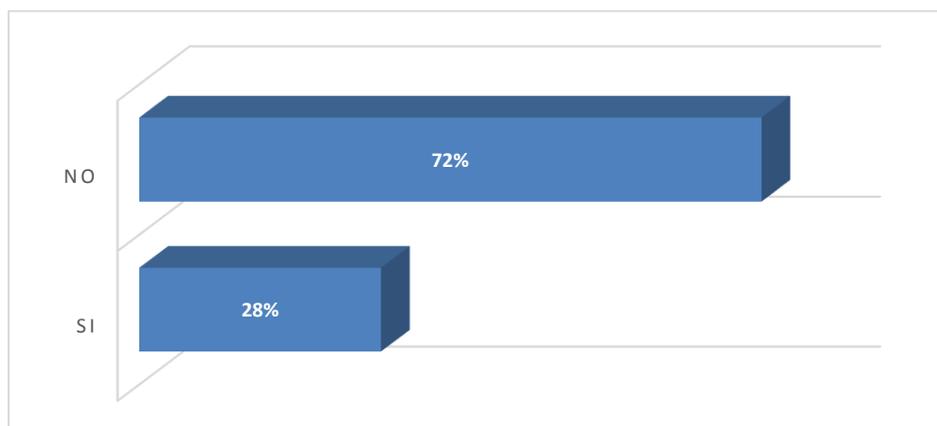
Cree usted, ¿qué se emplean maquinas modernas para llevar a cabo los procedimientos médicos?

Respuesta	n	%
Si	106	28%
No	273	72%
Total	379	100%

Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Figura 25

Cree usted, ¿qué se emplean maquinas modernas para llevar a cabo los procedimientos médicos



Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Según la encuesta realizada se puede observar que la percepción del turista extranjero sobre las maquinarias que se emplea en los servicios médicos no son las mejores, un 72% cree que no se usa maquinaria moderna que contrasta con un 28% de visitantes extranjeros que si creen que se utiliza equipo moderno.

Tabla 24

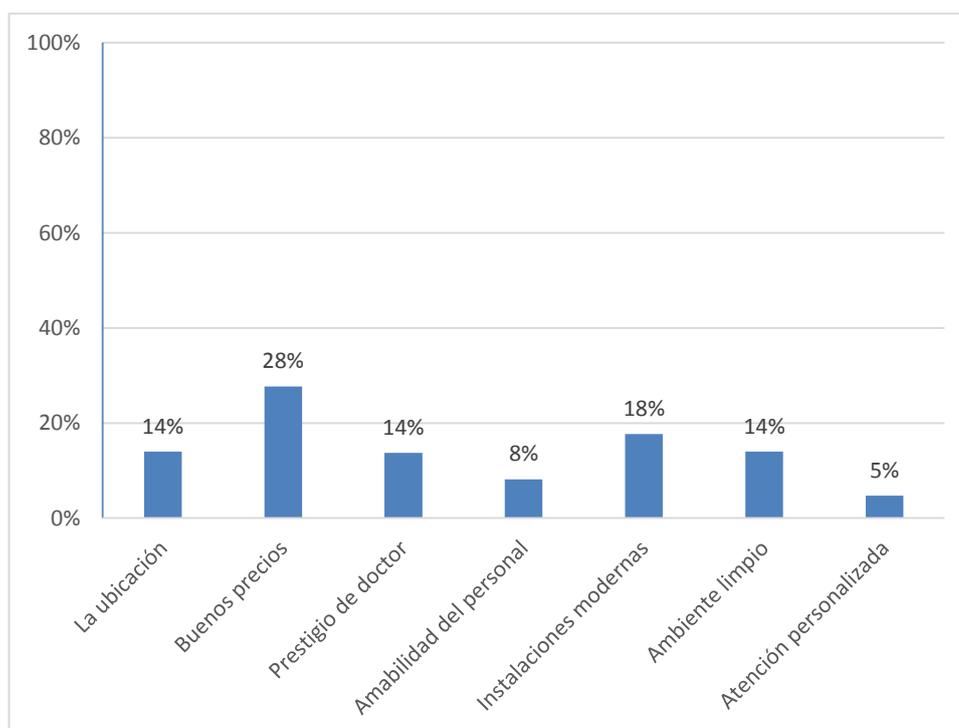
¿Qué atributo considera usted más importante a la hora de elegir un doctor de especialidad?

Respuesta	n	%
La ubicación	53	14%
Buenos precios	105	28%
Prestigio de doctor	52	14%
Amabilidad del personal	31	8%
Instalaciones modernas	67	18%
Ambiente limpio	53	14%
Atención personalizada	18	5%
Total	379	100%

Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Figura 26

¿Qué atributo considera usted más importante a la hora de elegir un doctor de especialidad?



Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Según el estudio realizado se puede notar que el 28% de las personas encuestadas prefieren buenos precios, instalaciones modernas con 18% además el prestigio del doctor, la ubicación y ambiente limpio todos con 14%, lo cual indica un resultado bastante parejo cuando se tiene que elegir un servicio médico de calidad.

Tabla 25

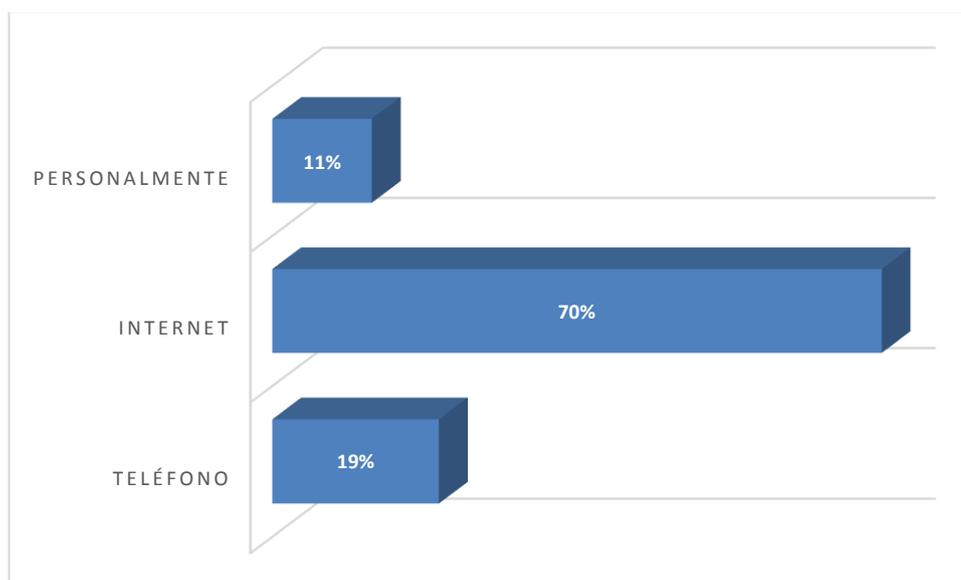
¿Por qué medios le gustaría solicitar sus citas?

Respuesta	n	%
Teléfono	72	19%
Internet	264	70%
Personalmente	43	11%
Total	379	100%

Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Figura 27

¿Por qué medios le gustaría solicitar sus citas?



Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Según el estudio realizado, se puede tener en cuenta que los visitantes extranjeros prefieren utilizar el internet para realizar sus citas con un 70% ya sea por redes sociales o páginas web, seguido por teléfono con 19% y personalmente solo con 11%.

Tabla 26

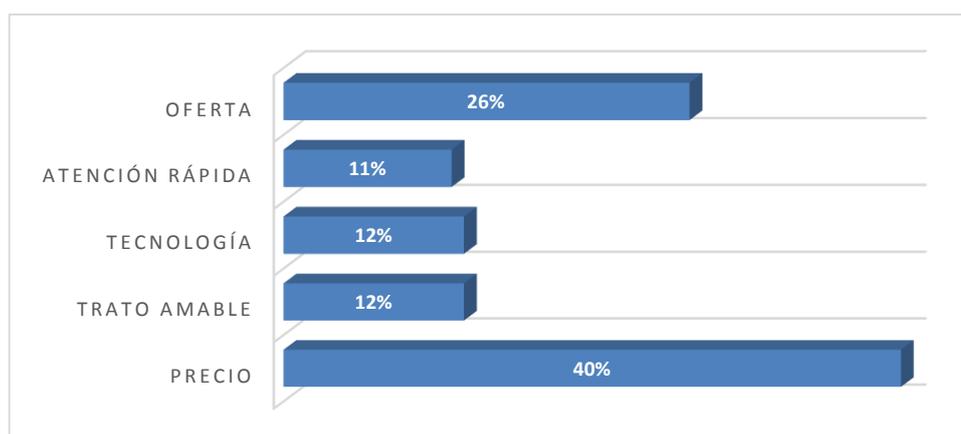
¿Cuál es la diferencia que ha encontrado entre los servicios de salud, de su ciudad natal frente a los de la ciudad de Tacna?

Respuesta	n	%
Precio	151	40%
Trato amable	44	12%
Tecnología	44	12%
Atención rápida	41	11%
Oferta	99	26%
Total	379	100%

Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Figura 28

¿Cuál es la diferencia que ha encontrado entre los servicios de salud, de su ciudad natal frente a los de la ciudad de Tacna?



Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Según el estudio realizado la gran diferencia que se presenta en la ciudad frente al lugar de origen es el precio, pues presenta un 40% de ponderación del total de encuestados, seguido por la oferta con un 26%, trato amable con 12%, tecnología 12% y atención rápido con solo 11%

Tabla 27

Indique por favor su nivel de satisfacción.

Servicios	Muy		Regularmente		Muy
	insatisfecho	Insatisfecho	satisfecho	Satisfecho	satisfecho
Limpieza	19	50	168	91	51
Orden	17	59	87	180	36
Seguridad	15	48	189	77	50
Atención del Medico	38	42	81	172	46
Precio	15	34	141	135	54
Infraestructura	18	37	139	127	58
Experiencia del Medico	31	49	169	103	27

Nota. Encuestas dirigidas a los turistas en la ciudad de Tacna

Según el estudio realizado se puede denotar que la limpieza a nivel general tiene un mayor puntaje en lo que respecta a sentirse regularmente satisfecho con 168 personas considerándola como satisfactoria. En el caso del orden son 180 personas las que se sienten satisfechas muy por encima de regularmente satisfecho e insatisfecho. La seguridad tiene a 189 personas considerándola como regularmente satisfecho. La Atención médica tiene a 172 personas considerándola satisfechas y 46 como muy satisfecho. El tema del precio tiene a 141 personas respondiendo que están regularmente satisfecho, el tema de infraestructura tiene una mayor ponderación en cuanto a sentirse regularmente satisfecho e incluso tiene a 127 personas que estuvieron satisfechas, y para finalizar la experiencia del médico da como resultado a 169 personas satisfechas, 103 satisfechas y 27 muy satisfechas.

El estudio realizado indica muchas cosas a tener en cuenta como por ejemplo la edad de las personas que visitan Tacna el cual es de entre 25 a 55 años con un 65% de ponderación, por lo general son mujeres además de que la mayoría son de Arica, entendiéndose eso se puede decir que el poder adquisitivo lo mantiene la mujer joven y en muchos casos madre la que viene a atenderse o que atiendan a un familiar que puede ser tanto el esposo o los hijos.

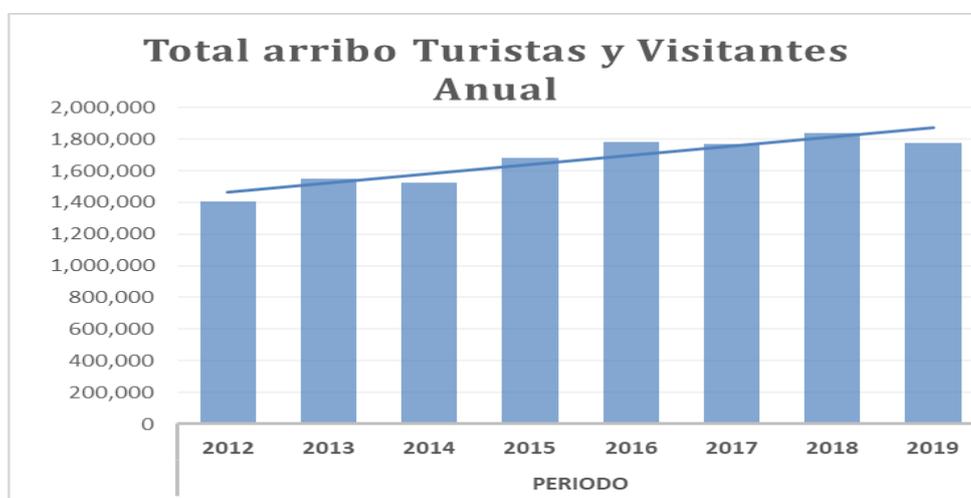
El motivo por el cual llegan más turistas son comida, compras y salud, por lo cual se puede decir que estos son los sectores en los que Tacna está mejor posicionada

por lo que se debería afinar aún más la calidad de los servicios que se ofrecen no por nada 1 de cada 3 turistas toma al menos una de estas opciones a su visita.

De acuerdo a los resultados, la diferencia que encuentran los turistas sobre los servicios médicos de Tacna con respecto a su ciudad natal, es básicamente los factores precio y oferta que existe en la ciudad, teniendo un porcentaje de 40% y 26%, respectivamente. Asimismo, el factor precio tiene alta prioridad para los turistas al tiempo de optar un doctor de especialidad, incluso más que el prestigio del médico.

Figura 29

Estadística de arribo de turistas y visitantes a la ciudad de Tacna periodos anual 2012 - 2019

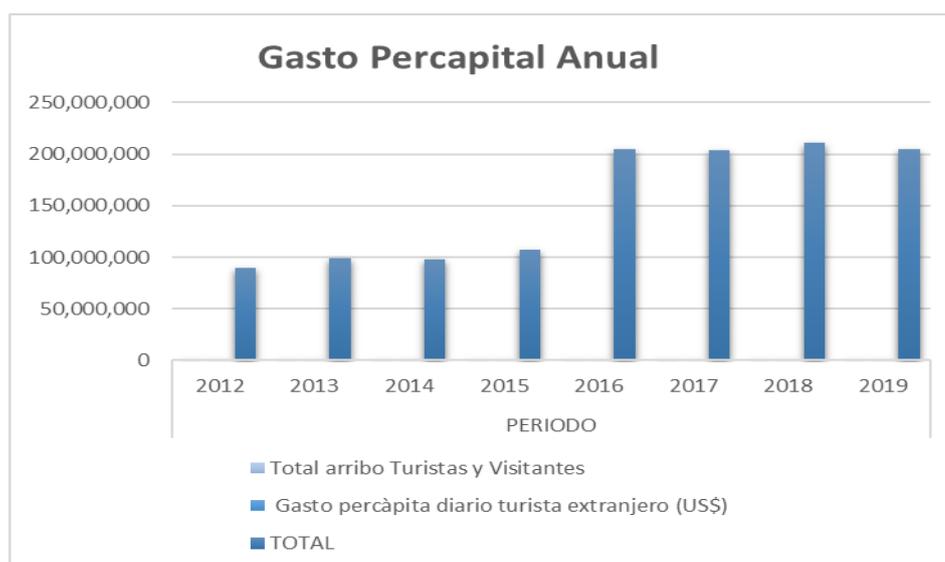


Nota. DIRCETUR – Tacna

Según la fuente hay crecimiento del 3.6% de crecimiento en el periodo de 2012 al 2019 de esta forma la visita de turistas asegura la presencia en los diversos las instituciones de salud de la región de Tacna. También se demuestra su ingreso de 1'402.421 turista desde el año 2012 con el incremento de 3.6% a 1'838.650 turistas.

Tabla 28*Arribo de turistas y visitantes extranjeros por puestos de control*

Concepto		PERIODO							
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Total	arribo	1,402,421	1,550,528	1,525,734	1,684,421	1,779,936	1,769,972	1,838,650	1,777,667
Turistas y Visitantes									
1.-	Ingreso chilenos con Cédula de Identidad	1,302,361	1,448,217	1,435,225	1,583,842	1,666,253	1,619,788	1,644,777	1,562,651
2.-	Ingreso chilenos con Salvoconducto	18,206	15,594	4,462	2,394	1,714	3,142	1,368	700
3.-	Ingreso chilenos con Pasaporte	8,429	10,374	10,886	12,252	14,060	14,963	19,992	20,680
4.-	Ingreso chilenos Otros	0	0	0	0	0	0	5,773	6,185
5.-	Total ingreso chilenos (1+2+3+4)	1,328,996	1,474,185	1,450,573	1,598,488	1,682,027	1,637,893	1,671,910	1,590,216
6.-	Ingreso extranjeros con Pasaporte	71,318	73,413	72,340	83,251	94,888	128,959	163,790	184,730
7.-	Ingreso extranjeros T.Collasuyo e Inka	2,107	2,930	2,821	2,682	3,021	3,120	2,950	2,721

Nota. DIRCETUR – Tacna**Figura 30***Estadística de gasto per cápita de turistas y visitantes a la ciudad de Tacna periodos anual 2012 - 2019**Nota.* DIRCETUR - Tacna

Según el estudio el gasto per capital de los turistas en forma promedio es de 90 dólares diario de esta forma se demuestra que hay un hábito de gasto de 89,754,944 del año 2012 con un incremento 11.9% desde el año 2012 al 2019 con un saldo de 204'431,705 dólares.

Tabla 29

Arribo de turistas y visitantes extranjeros por puestos de control

Concepto	PERIODO							
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Total arribo Turistas y Visitantes	1,402,421	1,550,528	1,525,734	1,684,421	1,779,936	1,769,972	1,838,650	1,777,667
Gasto per cápita diario turista extranjero (US\$)	64	64	64	64	115	115	115	115
TOTAL	89,754,944	99,233,792	97,646,976	107,802,944	204,692,640	203,546,780	211,444,750	204,431,705

Nota. DIRCETUR - Tacna

4.2. Contrastación de hipótesis general

He1: La calidad de atención tiene una correspondencia directamente proporcional a la exportación de servicios de las instituciones de salud de la provincia de Tacna.

La hipótesis se evidencia por medio de la correlación, la que tiene que ser característica estadísticamente. Las hipótesis estadísticas en este caso son las siguientes:

Hipótesis Nula

Ho: La calidad de atención no posee una relación directamente proporcional a la exportación de servicios de las instituciones de salud de la provincia de Tacna.

Hipótesis Alterna

H1: La calidad de atención tiene una relación directamente proporcional a la exportación de servicios de las instituciones de salud de la provincia de Tacna.

Para refutar la hipótesis nula se manejó el criterio del p-valor, el que tiene que cumplir la relación $p \text{ valor} < \alpha$ para rechazar la Ho.

En este caso el p valor = 0.000 y $\alpha = 0.05$

Tabla 30

Comprobación de hipótesis general

EXP_SERV			
CALIDAD_CS	RS	0.90	1.00
	Sig.	0.00	
	N	22	22

Nota. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Como el valor es menor que α , se refutó la Ho y por ende la correspondencia es significativa, evidenciándose así la hipótesis principal

4.2.1. Contrastación de hipótesis específicas

A. Hipótesis Específica 1.

He1: El nivel de la exportación de servicios tiene relación proporcional directa con las instituciones de salud de la provincia de Tacna.

La hipótesis se evidenció por medio de la correlación, la que resulto ser significativa estadísticamente. Las hipótesis estadísticas en este caso son las siguientes:

Hipótesis Nula

Ho: El nivel de la exportación de servicios no tiene relación proporcional directa con las instituciones de salud de la provincia de Tacna.

Hipótesis Alterna

H1: El nivel de la exportación de servicios tiene relación proporcional directa con las instituciones de salud de la provincia de Tacna.

Para refutar la hipótesis nula se manipuló el criterio del p-valor, el que tiene que cumplir la relación $p \text{ valor} < \alpha$ para refutar la Ho.

En este caso el $p \text{ valor} = 0.000$ y $\alpha = 0.05$

Tabla 31

Comprobación de 1ra. hipótesis específica

<u>Nivel de Exportación de Servicios</u>		
NES	rs	0.895
	Sig.	0.000

Nota. Elaborado en SPSS 22

Como el valor es menor que α , se refutó la Ho y por ende la reciprocidad es significativa, evidenciándose así la primera hipótesis específica.

B. Hipótesis Específica 2.

He1: El nivel de la calidad de atención posee relación proporcional directa con las instituciones de salud de la provincia de Tacna

La hipótesis se evidencio por medio de la correlación, la que resulto ser significativa estadísticamente. Las hipótesis estadísticas en este caso son las siguientes:

Hipótesis Nula

Ho: El nivel de la calidad de atención no tiene relación proporcional directa con las instituciones de salud de la provincia de Tacna

Hipótesis Alterna

H1: El nivel de la calidad de atención tiene relación proporcional directa con las instituciones de salud de la provincia de Tacna

Para refutar la hipótesis nula se manipuló el criterio del p-valor, el cual tiene que cumplir la relación $p \text{ valor} < \alpha$ para rechazar la Ho.

En este caso el $p \text{ valor} = 0.000$ y $\alpha = 0.05$

Tabla 32

Comprobación de 2da. hipótesis específica

<i>Nivel de Calidad de Atención</i>		
NCA	rs	0.895
	Sig.	0.000

Nota. Elaborado en SPSS 22

4.3. Discusión de resultados.

Según la investigación los visitantes a la ciudad de Tacna esta promediado 2013 arribaron al Perú 3 013 362 turistas extranjeros. Tacna ocupa el tercer lugar entre los destinos más visitados, captando el 27,3% del total de turistas, principalmente por el gran flujo de turistas chilenos.

De esta forma la tabla N° 04 dentro de los indicadores de la variable exportación de servicios, los visitantes a turistas que arribaron a la ciudad de Tacna, se puede encontrar con que el 73% de los encuestados son mujeres de las diversas regiones de Chile, se registra también que el porcentaje de hombres que visitan la ciudad es de 27% lo que indica una enorme brecha entre géneros.

De esta forma la Tabla N° 08 dentro de los indicadores de la variable exportación de servicio el, estudio dirigido a los turistas en la ciudad de Tacna indica que el 50% de los visitantes son de la ciudad de Arica, 190 personas que están en la ciudad durante los días de semana, seguido por un 20% tanto de la ciudad de Tocopilla y Antofagasta y solo un 10% son turistas de la ciudad de Santiago de Chile.

De esta forma la Tabla N° 28 dentro de los indicadores de la variable exportación de servicio la estadística de arribo de turistas en la ciudad de Tacna, la fuente indica que hay crecimiento del 3.6% de crecimiento en el periodo de 2012 al 2019 de esta forma la visita de turistas asegura la presencia en los diversos centros de salud de la región de Tacna. También se demuestra su ingreso de 1'402.421 turista desde el año 2012 con el incremento de 3.6% a 1'838.650 turistas.

De esta forma la Tabla N° 29 dentro de los indicadores de la variable exportación de servicio la estadística indica que el gasto per capital de los turistas en forma promedio es de 90 dólares diario de esta forma se demuestra que hay un hábito de gasto de 89,754,944 del año 2012 con un incremento 11.9% desde el año 2012 al 2019 con un saldo de 204'431,705 dólares.

De esta forma la Tabla N° 26 dentro de los indicadores de la variable calidad de atención de los centros de salud atributo piensa usted más importante a la período de elegir un doctor de especialidad ,el estudio realizado se puede notar que el 28%

de las personas encuestadas prefieren buenos precios, instalaciones modernas con 18% además el prestigio del doctor, la ubicación y ambiente limpio todos con 14%, lo cual indica un resultado bastante parejo al tiempo de elegir un servicio médico de calidad.

De esta forma la Tabla N° 27 dentro de los indicadores de la variable calidad de atención de los centros de salud muestra los distintos niveles de satisfacción, Según el estudio realizado se puede denotar que la limpieza a nivel general tiene un mayor puntaje en lo que respecta a sentirse regularmente satisfecho con 168 personas considerándola como satisfactoria. En el caso del orden son 180 personas las que se sienten satisfechas muy por encima de regularmente satisfecho e insatisfecho. La seguridad tiene a 189 personas considerándola como regularmente satisfecho. La Atención médica tiene a 172 personas considerándola satisfechas y 46 como muy satisfecho. El tema del precio tiene a 141 personas respondiendo que están regularmente satisfecho, el tema de infraestructura tiene una mayor ponderación en cuanto a sentirse regularmente satisfecho e incluso tiene a 127 personas que estuvieron satisfechas, y para finalizar la experiencia del médico da como resultado a 169 personas satisfechas, 103 satisfechas y 27 muy satisfechas.

El estudio realizado indica muchas cosas a tener en cuenta como por ejemplo la edad de las personas que visitan Tacna el cual es de entre 25 a 55 años con un 65% de ponderación, por lo general son mujeres además de que la mayoría son de Arica, entendiendo eso se puede decir que el poder adquisitivo lo mantiene la mujer joven y en muchos casos madre la que viene a atenderse o que atiendan a un familiar que puede ser tanto el esposo o los hijos.

El motivo por el cual llegan más turistas son comida, compras y salud, por lo cual se puede decir que estos son los sectores en los que Tacna esta mejor posicionada por lo que se debería afinar aún más la calidad de los servicios que se ofrecen no por nada 1 de cada 3 turistas toma al menos una de estas opciones a su visita.

De acuerdo a los resultados, la diferencia que encuentran los turistas sobre los servicios médicos de Tacna con respecto a su ciudad natal, es básicamente los factores precio y oferta que existe en la ciudad, teniendo un porcentaje de 40% y 26%, respectivamente. Asimismo, el factor precio tiene alta prioridad para los

turistas a la hora de elegir un doctor de especialidad, incluso más que el prestigio del médico.

Tapia (2017), en la tesis titulada “Análisis De La Exportación De Servicios Del Sector Salud En La Región Lambayeque” en la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, para optar el título profesional de Licenciado en Comercio y Negocios Internacionales con tipo de metodología no experimental, longitudinal, entre sus conclusiones ha evidenciado un importante crecimiento económico máximamente generado por el crecimiento de las exportaciones de servicios, tal es así que se consiguió demostrar que las exportaciones de servicios no se han quedado atrás, ya que ostentan una tendencia positiva a lo largo del periodo 2012- 2015, se logra identificar que los países que poseen mayor participación en la exportación de servicios, donde se halla EEUU, ESPAÑA, CHILE Y JAPON que son los principales mercados de destino.

López (2009), en el documento de proyecto “Las Exportaciones De Servicios De América Latina Y Su Integración En Las Cadenas Globales De Valor”, en la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) de Chile. entre sus conclusiones concluyeron que en diversos países latinoamericanos concurre una dinámica exportadora suficientemente intensa en el área de servicios. La región –o al menos los países de mayor tamaño y/o mayor disponibilidad relativa de recursos humanos- es reflexionada ya entre las posibles localizaciones disponibles para, por ejemplo, hacer offshoring de procesos de negocios o instalar centros de servicios compartidos.

CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

PRIMERA:

Esta pesquisa demostró que concurre una relación directamente proporcional entre la calidad de atención y la exportación de servicios de las instituciones de salud de la provincia de Tacna, a un nivel de confianza del 95%.

Según la hipótesis general; Ho: La calidad de atención no posee una relación directamente proporcional a la exportación de servicios de las instituciones de salud de la provincia de Tacna. Según el estudio realizado se puede resaltar que, durante las semanas de análisis, los turistas prefieren visitar la ciudad entre 1 y 2 veces por semana, durante el mes prefieren visitarlo entre 1 y 2 veces al mes, además tenemos a 42 encuestados que por primera vez visitaban Tacna, finalmente solo un 4% de los encuestados visitan la ciudad una vez al año. Al mismo tiempo la concordancia general es de 90%

SEGUNDA:

Esta pesquisa demuestra que concurre una correlación reveladora entre el nivel de las exportaciones de servicios con las instituciones de salud, con un nivel de confianza del 95%.

Según la hipótesis específica Ho: El nivel de la exportación de servicios no posee relación proporcional directa con las instituciones de salud de la provincia de Tacna. En este caso el p valor = 0.000 y $\alpha = 0.05$

Según el estudio realizado se puede ver que un 58% de los turistas extranjeros si encuentran información sobre los servicios médicos en la ciudad de Tacna y es muy probables que se oferten en la ciudad de origen de cada turística, seguido por un 42% de turistas que no encuentran información de la oferta médica en Tacna. Y la correlación es de 89.9%

TERCERA:

Para que las instituciones de salud mejoren su calidad de atención deben implementar acciones que permitan mejorar el potencial que se tiene. De esta investigación se pudo comprobar que a un nivel de confianza del 95% concurre una correlación significativa entre la calidad de atención y las instituciones de salud de la provincia de Tacna.

El motivo por el cual llegan más turistas son comida, compras y salud, por lo cual se puede decir que estos son los sectores en los que Tacna esta mejor posicionada por lo que se debería afinar aún más la calidad de los servicios que se ofrecen. Así 1 de cada 3 turistas toma al menos una de estas opciones en su visita.

De acuerdo a los resultados, la diferencia que encuentran los turistas sobre los servicios médicos de Tacna con respecto a su ciudad natal, son básicamente los factores precio y oferta que existe en la ciudad, teniendo un porcentaje de 40% y 26%, respectivamente. Asimismo, el factor precio tiene alta prioridad para los turistas a la hora de preferir un doctor de especialidad, incluso más que el prestigio del médico.

5.2. Recomendaciones

PRIMERA:

Se sugiere una mejora en la calidad de atención y la exportación de servicios de las instituciones de salud de la provincia de Tacna. Se debe optimizar los servicios médicos en la ciudad de Tacna y hacerlos más competitivos es importante detectar los factores atractivos para los turistas que demanden de ellos. Solo por medio de instrumentos como los mostrados en el presente trabajo permitirán detectar oportunidades, que se puedan aprovechar con la finalidad de atraer más turistas y abarcar nuevos nichos de mercado.

Elaborar estrategias de marketing directo, conforme a la necesidad en particular según la presente (el cliente), es trascendental optimizar la calidad de la atención, aplicando un marketing relacional se debe mantener la data de su cliente.

SEGUNDA:

Para poder aumentar el nivel de la exportación de servicios se debe implementar mejoras en los servicios atendidos en las instituciones de salud de la provincia de Tacna. Deben evaluar con preciosidad un análisis interno y externo como el FODA de esta forma aprovechar esas oportunidades apoyados con sus fortalezas y con mucho criterio disminuir sus debilidades evitando las amenazas.

De esta forma plantear un análisis BCG en sus servicios para identificar su producto de alta rotación y mejorar, así como también identificar su producto de menos rotación para fortalecer o cambiar.

TERCERA:

Para que las instituciones de salud mejoren su calidad de atención deben implementar acciones que permitan mejorar el potencial que se tiene. De igual manera, se sugiere que todos los colaboradores de las instituciones de salud se sientan involucrados en los procesos.

Se sugiere que el gobierno regional tenga mayor participación como objetivo de una mejora continua en este sector y propiciar cursos de atención al cliente y difundir a la Sociedad, la fortaleza de este sector para los turistas.

Se sugiere que el sector empresarial de este sector innovar en tecnología para un desarrollo óptimo y eficiente para sus clientes.

BIBLIOGRAFIA

- BAKER, L. &. (11 de diciembre de 1984). *Metacognitive skills of reading*. D. Pearson.
- Carrillo, M. (2016). <http://repositorio.upt.edu.pe/handle/UPT/67>. Obtenido de UPT: <http://repositorio.upt.edu.pe/handle/UPT/67>
- Cerezo Malpica, A. &. (junio de 2014). *Modelos de gestión de Imagen Corporativa. Propuesta de aplicación en MIPyMES*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/33662554.pdf>
- CMKT. (2018). *complicity marketing*. Obtenido de <http://www.complicitymarketing.com/cmktconsulting.php?x=Marketing+Social+Corporativo>
- Faccio, h. (2018). Obtenido de [http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/8422/faccioramirez_hector .pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/8422/faccioramirez_hector.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Fortuny, R. P. (s.f.). *La percepción del cliente y un buen posicionamiento de mercado, claves para la venta*. Obtenido de Foromarketing.com: <http://www.foromarketing.com/las-percepciones-del-cliente/>
- Gaceta Sansana. (Febrero de 2016). *Modelos de Satisfacción*. Obtenido de [MODELOS%20DE%20SATISFACCION%20DEL%20CLIENTE.pdf](#)
- Gonzales, R. (1995). *Enfoque Personológico*.
- IMAGEN CORPORATIVA. (2016). Obtenido de http://www.agifreu.com/docencia/imagen_corporativa.pdf
- J. M. Juran, F. M. (1993). *Manual de control de la calidad*.
- Jaen, S. (2022). *servicities*. Obtenido de <https://servicities.com/blog/exportacion-deservicios/>
- Kotler, A. C. (2005). *Marketing*. Prentice Hall.
- Kotler, P. (2001). *Dirección de mercadotecnia*. Pearson Educación.

Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing Conceptos Esenciales*. Prentice Hall.

López, R. (marzo de 2009). https://www.biblioteca.fundacionicbc.edu.ar/images/7/7b/Exportaciones_de_servicios_de_LAC_y_CGV_Cepal_2009.00.pdf. Obtenido de Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL): https://www.biblioteca.fundacionicbc.edu.ar/images/7/7b/Exportaciones_de_servicios_de_LAC_y_CGV_Cepal_2009.00.pdf

Medina, I. (20 de octubre de 2015). http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/51523/Documento_completo_.pdf?sequence=3. Obtenido de Sedici: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/51523/Documento_completo_.pdf?sequence=3

Morales Soto, C. (30 de mayo de 2007). *Propuestagrafika*. Obtenido de <http://propuestagrafika.blogspot.pe/2007/05/conceptos-de-logotipo-isotipoe.html>

Penn, S. (s.f.). *Diferencia entre una tienda por departamentos y una cadena de almacenes*. Obtenido de La Voz: <http://pyme.lavoztx.com/diferencia-entre-una-tienda-pordepartamentos-y-una-cadena-de-almacenes-6046.html>

Pérez Porto, J. &. (2013). *Definición de*. Obtenido de <http://definicion.de/demanda/>

Pérez, C. (2006). Calidad Total en la Atención Al Cliente. En C. Pérez, *Calidad Total en la Atención Al Cliente* (págs. 3,4). ESPAÑA: IdeasPropias.

Perez, C. K. (abril de 2014). <https://core.ac.uk/download/pdf/71999711.pdf>. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/71999711.pdf>

Richard, S. L. (2002). *Mercadotecnia*. Compañía Editorial Continental.

Rico, R. (1998). *TOTAL, CUSTOMER SATISFACTION*.

RÍOS, C. K. (2011- 2012). LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE Y SU INFLUENCIA EN LOS RESULTADOS ECONOMICOS Y FINANCIEROS DE LA EMPRESA RESTAURANTE CAMPESTRE SAC

- CHICLAYO PERIODO ENERO A SEPTIEMBRE 2011 - 2012.
Chiclayo.

Roos, C. (2009). Modelo de Kano para a identificação de atributos capazes de superar as expectativas do cliente. *Revista Produção Online*, 9(3).

SERNA GÓMEZ, H. (2006). *Conceptos básicos en Servicio al cliente*. Colombia: Panamericana editorial Ltda.

Siicex. (2019). Obtenido de Siicex:
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/TLC%20SS.pdf>

Stanton William, E. M. (2004). *Fundamentos de Marketing*. Mc Graw-Hill Interamericana.

Tapia, e. (julio de 2017).
<http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/1457/BC-TES-TMP-291.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Obtenido de
<http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/1457/BC-TES-TMP-291.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vaillant, M. (noviembre de 2008).
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4433/1/S0800782_es.pdf. Obtenido de CEPAL:
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4433/1/S0800782_es.pdf

Vargas, S. (2014). *Scielo*. Obtenido de Medicina Legal de Costa Rica:
https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1409-00152004000100007