



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

“Calidad y exportación de los servicios de salud en Lima Metropolitana -
2018”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
Licenciado en Negocios Internacionales

AUTORES:

Bautista Rojas, Antonia Estela
Saavedra Garcia, Victor Omar

ASESORA:

Dra. Navarro Soto, Fabiola

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

Lima – Perú
2018

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) ANTONIA ESTELA BAUTISTA ROJAS, cuyo título es: "Calidad Y Exportación De Servicios De Salud En Lima Metropolitana, 2018".

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 17 DIECISIETE.


Lima, San Juan de Lurigancho 10 de DICIEMBRE del 2018



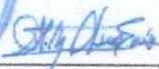
Mg. Wilder Oswaldo Cajavilca Lagos
PRESIDENTE



Dr. Luis Burgos Encarnación
SECRETARIO



Dra. Fabiola Cruz Navarro Soto
VOCAL



Elaboro

Dirección de Investigación

Revisó



Responsable del SGC




Aprobó

Vicerrectorado de Investigación

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don Victor Omar Saavedra Garcia, cuyo título es: "Calidad Y Exportación De Servicios De Salud En Lima Metropolitana, 2018".
 Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 17 DIECISIETE.

Lima, San Juan de Lurigancho 10 de DICIEMBRE del 2018



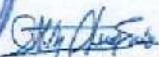
.....
 Mg. Wilder Oswaldo Cajavilca Lagos
 PRESIDENTE



.....
 Dr. Luis Burgos Encarnación
 SECRETARIO



.....
 Dra. Fabiola Cruz Navarro Soto
 VOCAL

Elaboro

Dirección de
Investigación

Revisó

Responsable del SGC




Aprobó

Vicerrectorado
de Investigación

DEDICATORIA

A Dios, por iluminar nuestras mentes y fortalecer nuestros corazones y poner en nuestro camino aquellas personas que han sido nuestra compañía y soporte durante toda esta etapa de estudio.

A nuestros padres por el apoyo incondicional brindado durante nuestra educación académica como de la vida.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

AGRADECIMIENTO

A nuestra asesora Dra. Fabiola Navarro su gran apoyo y motivación para la culminación de esta tesis, gracias por su tiempo compartido y por impulsar el desarrollo de nuestra formación profesional

A nuestros padres por habernos formado con reglas y valores para ser las personas que somos en la actualidad; muchos de nuestros logros se los debo a ellos incluido este.

Gracias a todas las personas que ayudaron directa e indirectamente en la realización de este proyecto.


DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Antonia Estela Bautista Rojas, con DNI 76167865, estudiante de la escuela de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo, Filial Lima Sede Lima Este, declaro que el trabajo académico titulado: "Calidad y exportación de los servicios de salud en Lima Metropolitana - 2018" presentada en 131 folios para la obtención del título de Licenciada en Negocios Internacionales, es de mi autoría.

Por lo tanto, declaro lo siguiente:

- He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificado correctamente toda cita textual o de paráfrasis provenientes de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.
- De encontrar uso de material ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinan el procedimiento disciplinario.

Lima, 10 de Diciembre del 2018



Antonia Estela Bautista Rojas
DNI 76167865

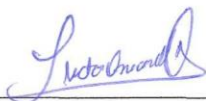
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Victor Omar Saavedra Garcia, con DNI 70025833, estudiante de la escuela de Negocios Internaciones de la Universidad César Vallejo, Filial Lima Sede Lima Este, declaro que el trabajo académico titulado: "Calidad y exportación de los servicios de salud en Lima Metropolitana - 2018" presentada en 131 folios para la obtención del título de Licenciada en Negocios Internacionales, es de mi autoría.

Por lo tanto, declaro lo siguiente:

- He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificado correctamente toda cita textual o de paráfrasis provenientes de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.
- De encontrar uso de material ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinan el procedimiento disciplinario.

Lima, 10 de Diciembre del 2018



Victor Omar Saavedra Garcia
DNI 70025833

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada **“Calidad y exportación de servicios de salud en Lima metropolitana - 2018”**, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Negocios Internacionales.

ANTONIA ESTELA BAUTISTA ROJAS

VICTOR OMAR SAAVEDRA GARCIA

ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	v
ÍNDICE	viii
RESUMEN	xiv
ABSTRACT	xv
I. INTRODUCCIÓN	16
1.1. Realidad Problemática	17
1.2. Trabajos Previos	23
1.2.1. Antecedentes Nacionales	23
1.2.2. Antecedentes Internacionales	24
1.3. Teorías Relacionadas al Tema	30
1.3.1. Primera Variable: Calidad	30
1.3.2. Segunda Variable: Exportación de Servicios	33
1.4. Formulación del Problema	38
1.4.1. Problema General	38
1.4.2. Problemas Específicos	38
1.5. Justificación	38
1.5.1. Justificación Práctica	38
1.5.2. Justificación Teórica	38
1.5.3. Justificación Metodológica	39
1.5.4. Justificación Social	39
1.6. Hipótesis	39
1.6.1. Hipótesis General	39
1.6.2. Hipótesis Específicas	39
1.7. Objetivos	40
1.7.1. Objetivo General	40
1.7.2. Objetivos Específicos	40
II. MÉTODO	41
2.1. Tipo de Estudio	42
2.2. Diseño de Investigación	42

23. Variables, Operacionalización	43
24. Población y Muestra	45
2.4.1. Población	45
2.4.2. Muestra	45
25. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos, Validez y Confiabilidad	46
2.5.1. Técnica	46
2.5.2. Instrumento	46
2.5.3. Validez	47
2.5.4. Confiabilidad	52
26. Método de análisis de datos	54
27. Aspectos Éticos	54
III. RESULTADOS	55
31. Prueba de Normalidad	56
32. Contrastación de Hipótesis	57
33. Descripción de resultados	60
3.3.1. Tablas cruzadas de variables y dimensiones	60
IV. DISCUSIÓN	72
V. CONCLUSIÓN	75
VI. RECOMENDACIONES	77
VII. REFERENCIAS	80
ANEXOS	87
ANEXO N° 1 Exportación de mercancías, cifras mundiales, periodo 2013 – 2017	88
ANEXO N° 2 Exportación de servicios, cifras mundiales, periodo 2013 – 2017	88
ANEXO N° 3 Exportación de mercancías y servicios, cifras mundiales, año 2017.	89
ANEXO N° 4 Turistas extranjeros, cifra nacional, periodo 2013 - 2017.	89
ANEXO N° 5 Turistas de salud, cifra nacional, periodo 2013 - 2017.	90
ANEXO N° 6 Turistas extranjeros, Lima metropolitana, periodo 2013 - 2017.	90
ANEXO N° 7 Turistas de salud, Lima metropolitana, periodo 2013 - 2017.	91
ANEXO N° 8 Cuadro Joint Commission International – Clínicas peruanas acreditadas	92
ANEXO N° 9 Cuadro Accreditation Canada International	92
ANEXO N° 10 Niveles de Accreditation Canada International (ACI)	93

ANEXO N° 11 Clínica Internacional	94
ANEXO N° 12 Clínica Anglo Americana	95
ANEXO N° 13 Clínica San Pablo	96
ANEXO N° 14 Auna Clínica Delgado	97
ANEXO N° 15 Cuadro médicos colegiados – Especialidad cardiología	98
ANEXO N° 16 Cuadro médicos colegiados – Especialidad cirugía plástica	98
ANEXO N° 17 Cuadro médicos colegiados – Especialidad oftalmología	104
ANEXO N° 18 Cuadro médicos colegiados – Especialidad reproducción asistida	105
ANEXO N° 19 Entrevista a especialista en Comercio Exterior	107
ANEXO N° 20 Instrumento 1	111
ANEXO N° 21 Instrumento 2	113
ANEXO N° 22 Muestra	115
ANEXO N° 23 Matriz de consistencia	116
ANEXO N° 24 Validación de encuestas	119

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Variable 1: Calidad de servicios	43
Tabla 2: Variable 2: Exportación de servicios	44
Tabla 3: Validez de la variable exportación de servicios	50
Tabla 4: Validación de juicio de expertos	52
Tabla 5: Niveles de confiabilidad	52
Tabla 6: Fiabilidad de la Variable 1: Calidad	53
Tabla 7: Fiabilidad de la Variable 2: Exportación de servicios	53
Tabla 8: Prueba de normalidad	56
Tabla 9: Nivel de Correlación de Spearman	57
Tabla 10: Prueba de correlación de variables	57
Tabla 11: Prueba de Rho Spearman	58
Tabla 12: Prueba de Rho Spearman	59
Tabla 13: Prueba de Rho Spearman	59
Tabla 14: Calidad y Exportación de servicio	60
Tabla 15: Satisfacción al cliente y Exportación de servicio	61
Tabla 16: Eficacia en el servicio y Exportación de servicio	61
Tabla 17: Competitividad profesional y Exportación de servicio	62
Tabla 18: Calidad de servicio de salud	63
Tabla 19: Exportación de servicios	64
Tabla 20: Turistas de salud / Género	66
Tabla 21: Turistas de salud / Nacionalidad	67
Tabla 22: Turistas de salud / Especialidades médicas	69
Tabla 23: Turistas de salud / Categorías	70
Tabla 24: Clínicas acreditadas / Joint Commission International	92
Tabla 25: Clínicas acreditadas / Accreditation Canada International	92
Tabla 26: Clínica Internacional	94
Tabla 27: Clínica Anglo Americana	95
Tabla 28: Clínica San Pablo	96
Tabla 29: Clínica Auna Clínica Delgado	97
Tabla 30: Médicos Colegiados – Cardiología	98

Tabla 31: Médicos colegiados- Cirugía Plástica	98
Tabla 32: Médicos colegiados- Oftalmología	104
Tabla 33: Médicos colegiados- Reproducción asistida	105

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1: Nivel de calidad percibida por los turistas de salud – Lima 2018.	63
Figura 2: Nivel de crecimiento en las exportaciones de servicios de salud – Lima 2018.	64
Figura 3: Turistas de salud de Lima metropolitana, agrupación por género.	66
Figura 4: Turistas de salud, agrupación por nacionalidad.	68
Figura 5: Turistas de salud, agrupación por especialidades	69
Figura 6: Turistas de salud, agrupación por categoría.	70
Figura 7: Exportación de mercancías, Banco Mundial, periodo 2013-2017	88
Figura 8: Exportación de servicios, Banco Mundial, periodo 2013-2017	88
Figura 9: Exportación de mercancías y servicios, Banco Mundial, año 2017	89
Figura 10: Turistas extranjeros, nivel nacional, Promperú, periodo 2013 – 2017.	89
Figura 11: Turistas de salud, nivel nacional, Promperú, periodo 2013 – 2017.	90
Figura 12: Turistas extranjeros, nivel Lima metropolitana, Promperú, periodo 2013 – 2017.	90
Figura 13: Turistas de salud, nivel Lima metropolitana, Promperú, periodo 2013 – 2017.	91
Figura 14: Niveles de Accreditation Canada International (ACI)	93

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo determinar la relación entre la calidad y exportación de los servicios de salud en Lima metropolitana – 2018; es de nivel descriptivo correlacional, de diseño no experimental de corte transversal y de enfoque cuantitativo. Para ello se utilizaron a los teóricos Revilla, Gonzales, Valenzuela para la variable calidad y Fadda para la variable exportación. La muestra, aplicando el muestreo aleatorio simple, estuvo conformada por 321 turistas de salud de Lima metropolitana, para lo cual se utilizó la técnica de la encuesta, a través de 2 instrumentos, los cuales estuvieron conformados por 25 ítems cada uno. Se trabajó con el software SPSS para el procesamiento de datos, donde se utilizó la estadística descriptiva, la cual nos permitió obtener tablas de frecuencia, gráficos y tablas cruzadas. Finalmente, se contrastó la hipótesis mediante la prueba Rho de Spearman, obteniendo una correlación moderada de 0.629, con un Sig. (Bilateral) $0,000 < 0,05$, lo cual demuestra que existe relación entre la calidad y exportación de los servicios de salud en Lima metropolitana – 2018.

Palabras Clave: Calidad, exportación de servicios, turismo de salud y turismo médico.

ABSTRACT

The research objective is to determine the relationship between quality and health services export in metropolitan Lima - 2018; the methodology use is descriptive correlational level, non-experimental cross-sectional design and quantitative approach. For this reason, we use the theorists Revilla, Gonzales and Valenzuela for quality variable and Fadda for export variable. The sample was from 321 health tourists from metropolitan Lima, for which the survey technique was used, through 2 instruments, which were made up of 25 articles each. We worked with SPSS software for data processing, where descriptive statistics were used, which allowed us to obtain frequency tables, graphs and cross tables. Finally, the hypothesis was contrasted by the Spearman's Rho test, obtaining a moderate correlation of 0.629, with a Sig. (Bilateral) $0.000 < 0.05$, the result shows that there is a relationship between quality and export of health services in Metropolitan Lima - 2018.

Keywords: Quality, Export of Service, Health Tourism and Medical Tourism.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

A lo largo del tiempo, la palabra exportación nos llevaba a pensar, instintivamente, en la exportación de mercancías; que se refiere “a las ventas de productos tangibles -bienes-” (Daniels, Radebaugh y Sullivan, 2013, p. 16); esto quiere decir, el comercio fuera del país de materias primas o bienes manufacturados que fueron extraídos o elaborados dentro de nuestras fronteras.

Por otro lado, al hablar de servicios, Kotler y Keller (2016) indican que son los actos que una parte ofrece a otra, que son en esencia intangibles y no generan ningún tipo de propiedad. (p. 8).

Así entendidos, los servicios son las actividades que logran satisfacer las necesidades de las personas que los adquieren, pero tienen como principal característica ser intangibles (inmateriales); de esta forma, podemos clasificar como servicios a las asesorías empresariales, la atención médica o los servicios de turismo.

El comercio exterior, en su constante avance y desarrollo, busca nuevas formas de negocio que sean rentables y de fácil tránsito; por ello, toma a los servicios como una forma práctica de intercambio que permite aumentar el ingreso de divisas extranjeras en los países.

Por ello, la Organización Mundial del Comercio (OMC), creyó necesario establecer el Acuerdo general sobre el comercio de servicios (AGCS) en la ronda de Uruguay celebrada en 1986 en Punta del Este, que finalizó el 15 de diciembre de 1993 en Marrakech, Marruecos. Este acuerdo entró en vigor en enero de 1995 y en él se detalla:

Establecer un marco multilateral de normas y principios para el comercio de servicios con miras a la extensión de dicho comercio en condiciones de liberalización progresiva, transparencia y como medio de promoción del crecimiento económico de todos los interlocutores comerciales y el progreso de los países en desarrollo. (Organización Mundial del Comercio [OMC], 1995, p. 305).

Con este documento se da inicio a la regulación internacional del comercio de servicios, dando especial énfasis a la transparencia y a la gradual eliminación de las barreras internacionales y allanando el camino para el desarrollo y el control de esta categoría de negocios.

Actualmente, se estima que, si bien los servicios abarcan más del 60% de la producción y empleo en todo el mundo, estos no llegan a acumular más del 20% del comercio total. (OMC, s.f., párr. 2).

En este panorama, en el que los servicios se presentan como una forma ágil de hacer negocios; el turismo de salud se muestra como una gran oportunidad, ofreciendo a extranjeros ofertas más rentables, de mejor calidad o que no encontrarían normalmente en sus países. Es por ello, que “cada vez aumentan las personas que se deciden a subirse a un avión para viajar a otro país a hacerse exámenes médicos u operaciones, acrecentando un turismo médico en pleno auge” (El Universo, 2017, párr. 1).

Es pertinente definir al turismo de salud, como el acto de trasladarse a otro país con el propósito de acceder a servicios médicos tales como cirugía plástica, tratamiento odontológico, tratamiento reproductivo, trasplante de órganos y chequeos médicos. (Smith, Martínez y Chanda, 2011, p. 276-282).

Con el fin de analizar con mayor profundidad la situación actual del comercio de servicios de salud; es necesario comprender que los diversos servicios capaces de ser exportados se encuentran agrupados, por la OMC, en categorías para su fácil control y análisis; entre estos, señala:

La categoría “Otros servicios comerciales” comprende: servicios de seguros y pensiones, servicios financieros, servicios de telecomunicaciones, culturales y recreativos, cargos por el uso de la propiedad intelectual no incluidos en otra parte, construcción, informática e información, otros servicios empresariales, y servicios personales. (2017, p. 39).

Es de esta categoría que se desprenden los servicios personales, culturales y recreativos; los cuales abarcan: “i) Servicios audiovisuales y conexos, y ii) otros servicios personales, culturales y recreativos... Otros servicios personales, culturales y recreativos incluye a) servicios de salud, b) servicios de educación...” (OMC, 2017, p. 94).

Teniendo en cuenta ello, podemos verificar que la exportación de servicios comerciales obtuvo alrededor de 4,8 billones de dólares americanos (US\$) en 2016; donde la categoría de otros servicios comerciales, tuvo un valor aproximado de 2,6 billones de US\$. (OMC, 2017, p. 11).

Los servicios personales, culturales y recreativos, en los que se encuentran contabilizados los servicios relacionados a la salud, se exportaron por un valor de 45 mil millones de US\$ en 2016; en donde se destacan como principales regiones exportadoras a la Unión Europea con 24 mil millones de US\$, Asia con 7 mil millones de US\$, América del Sur y el Caribe con 5 mil millones de US\$ y América del Norte con 4 mil millones de US\$ exportados. (OMC, 2017, p. 147).

Los países con mayores ingresos por la prestación de sus servicios médicos a extranjeros, en 2016, fueron:

Estados Unidos, con 3 751 millones de US\$, cuenta con los mejores centros hospitalarios del mundo entre los que destacan el Cedars-Sinai Medical Center de Los Ángeles y el Johns Hopkins de Baltimore, considerado el mejor hospital del mundo. (I-TIP Services, 2018; Clinic Cloud, 2015, párr. 2-11).

Tailandia, con exportaciones ascendientes a 533 millones US\$, presenta clínicas de múltiples especialidades que abarcan servicios de cardiología, cirugía plástica, odontología, etcétera; entre ellas, destaca la Sikarin Hospital en Bangkok y el Bangpakok 9 International Hospital, los cuales cuentan con múltiples acreditaciones internacionales. (I-TIP Services, 2018; Medigo, 2018).

India, generó ingresos por 304 millones US\$; aunque con grandes limitaciones en cuanto a los servicios de salud pública, los servicios médicos privados de la India cuentan con gran calidad y se encuentran ubicados dentro de las ciudades más grandes del país. (I-TIP Services, 2018; Spain exchange, s.f., párr. 1).

Entre los países latinoamericanos que muestran dinamismo en el mercado internacional tenemos a Brasil que obtuvo 64 millones US\$, en 2016, por la exportación de sus servicios médicos; se estima que cada año se realizan 629 mil intervenciones de cirugía estética en el país. (I-TIP Services, 2018; Turismomedico.org, s.f., párr. 1).

Otro destino importante en la región es Argentina que cuenta con 2 hospitales acreditados internacionalmente por su calidad y por la excelencia en sus procedimientos, el Hospital Italiano Buenos Aires y el Hospital Universitario Austral. (Joint Commission International [JCI], s.f.).

Entre los destinos emergentes tenemos a Cuba, que presenta la más grande evolución, del sector, en Latinoamérica.

Cuba ha desarrollado las aptitudes y requisitos necesarios para insertarse en el comercio internacional de servicios de salud, presenta ventajas adquiridas que le otorgan la oportunidad de hacer crecer el turismo médico; esto, le permite asegurar la diversificación del crecimiento de la economía del país y las exportaciones. (Pico, Stolik y Gudín, 2016, p. 7).

Asimismo, gracias a los nuevos estudios y proyectos realizados para incrementar las cifras generadas por la exportación de servicios de salud en Cuba. Pico et al. descubren:

La actividad del sector y sus exportaciones requiere de un enfoque integral y sistémico, adecuado a la experiencia de Cuba: el análisis no se circunscribe sólo a la prestación de los servicios asistenciales, sino a todo un sistema que incluye actividades conexas - servicios de enseñanza, eventos, regalías y derechos de licencias, aplicaciones informáticas, entre otras, que contribuyen al fortalecimiento de la posición competitiva y de la imagen país. (2016, p. 10).

Del mismo modo, Colombia aparece como un nuevo competidor que en un breve tiempo ha logrado posicionarse en el sector de exportación de servicios, Valenzuela (2014) señala que se debe principalmente a la exportación de servicios de salud, que a pesar de no contar con una buena organización interna, se dispone a competir con otros países de la región y así obtener mayor presencia en el mercado, en su mayoría debido al apoyo de las entidades de gobierno, que se encargan de hacer viable esta forma de comercio; entre las acciones realizadas por las autoridades menciona el envío de empresarios y entidades de salud a ferias y congresos internacionales para promover, posicionar y promocionar estos servicios en el extranjero, además, incentiva a los prestadores de servicio a obtener certificaciones de prestigio internacional. (p. 16-17). Así mismo, las instituciones de salud constantemente buscan mejorar, es por ello que acuden a las certificaciones internacionales.

Joint Comission International, institución que certifica y acredita las instituciones de salud en el mundo, dos instituciones colombianas ya fueron reconocidas, y varias ya están en proceso, ya que poseen una excelente calidad en los servicios que brindan. Entre ellas están el Nosocomio Universitario Fundación Santa Fe de Bogotá y Fundación Cardiovascular de Colombia-Instituto del Corazón, en Bucaramanga. (Procolombia.co, Párr. 8).

En el Perú, diferentes estudios realizados mostraron que, aunque se tiene una gran oferta de servicios con la capacidad de ser exportados, nuestro país es uno de los que menos exportaciones de servicios genera; así también, se pudo determinar que era necesario dar a conocer con mayor ímpetu los beneficios que los acuerdos comerciales brindan a la comercialización internacional de servicios. (Promperú, 2016, p. 3).

Cabe resaltar que el Perú, año tras año viene mejorando e incrementando las cifras en el sector servicios, ello nos lo detalla Promperú (2018): “Es innegable la contribución del sector de servicios al país. Del total de divisas que ingresaron en el 2016, el 16% fueron obtenidos de las exportaciones de servicios” (p. 4).

En cuanto a los servicios de salud, podemos destacar a Tacna como una de las regiones neurálgicas del país, esta ciudad recibe numerosos visitantes provenientes de Chile, que encuentran, en el Perú, menores tiempos de espera y precios más accesibles para la atención; entre las más requeridas por los extranjeros “se encuentran especialidades como odontología, oftalmología, cardiología y medicina general” (Gestión, 2014, párr. 5).

Por otro lado, la calidad de los especialistas del área salud en el Perú es otro de los factores que atraen a los turistas; así, el psicoanalista Enrique Roig, en entrevista con el diario Gestión (2015) indicó que en el país existen profesionales de salud de buena calidad; debido principalmente, a la experiencia acumulada por los médicos desde muy temprano, durante su proceso de prácticas profesionales, lo cual les permite tener gran conocimiento del entorno. (párr. 2).

Aunque, aún existen problemas muy apremiantes en el sector salud como “el retraso en la infraestructura y equipamiento de los hospitales públicos” (Gestión, 2017, párr. 1), es preciso aclarar que existen algunos centros de salud, en su mayoría privados, que sí cuentan con instalaciones acorde a los estándares internacionales; en esta línea podemos mencionar a la Clínica Anglo Americana, Clínica Internacional S.A. -Sedes Lima y San Borja- y la Clínica San Pablo; que cuentan con la prestigiosa acreditación norteamericana Joint Commission International (JCI) para centros hospitalarios fuera de los Estados Unidos. (JCI, s.f.).

Esta “se otorga como evidencia de que el centro de salud acreditado ofrece un cuidado clínico a sus pacientes comparable al de los mejores hospitales del mundo” (La República,

2017, párr. 4) y sirve, casi como requisito, para ser considerado dentro de las opciones probables, de los turistas, al momento de elegir el lugar en el que recibirán el tratamiento.

Así mismo se debe resaltar que La Clínica Delgado, perteneciente al Grupo Auna está reconocida con la Acreditación Internacional Canadiense (ACI), consolidándola como una entidad que normaliza los estándares en seguridad y calidad de las organizaciones de salud en el mundo. Con solo dos años, la Clínica Delgado marca un nuevo límite en la salud en el Perú con la obtención de la “La Acreditación Platino”, la cual, es usualmente destinada para las entidades que poseen más acreditaciones. (IT/USERS, 2017).

Por ello, se considera que el país cuenta con las herramientas necesarias para poder liderar el mercado de exportación de servicios de salud en Latinoamérica; se estima, que el país genera 120 millones US\$ al año en turismo de salud, cifra que podría ser fácilmente aumentada si se pusiera mayor atención a este sector. (El Comercio, 2018, párr. 1).

Para finalizar, en esta investigación se resalta que el aumento en la entrada de más turistas por salud genera beneficio a muchos otros sectores económicos; ya que, los viajeros tienen la oportunidad de visitar lugares turísticos o probar la comida local. (Gestión, 2015, párr. 4), lo cual genera mayor trabajo y promoción en otros ámbitos comerciales. Es, en estos hechos, que la presente investigación encuentra su relevancia.

1.2. Trabajos Previos

1.2.1. Antecedentes Nacionales

Bustamante y Villena (2017) realizaron una pesquisa Análisis de las exportaciones de servicios en el área de salud en la Región Lambayeque 2012 – 2015. Su objetivo fue definir el crecimiento de las exportaciones en los servicios del sector salud en la Región Lambayeque en los años 2012-2015; utilizó una metodología de diseño no experimental y longitudinal, teniendo como población a la totalidad de documentos relacionados con las exportaciones de servicios del sector salud durante los periodos 2012-2015; entre los resultados se obtuvo que los primordiales países de exportación son España y Estados Unidos con una participación del 35% y 20% respectivamente, mientras que entre los países con menor índice de exportación están Italia (14%), Francia (10%), Canadá (7%) y Japón (7%), con todos estos resultados se llegó a concluir que en la última década la región Lambayeque ha mostrado un alto crecimiento económico de bienes y servicios, siendo el sector salud uno de los sectores que mostraron mayor crecimiento en el periodo 2012-2015.

Toledo (2016) realizó la investigación Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de la promoción de ventas en las mypes del sector servicios – rubro actividades de médicos y odontólogos del distrito de Huaraz. Estableció como objetivo el dar a conocer las peculiaridades principales presentes en la gestión de calidad del impulso de ventas de las pequeñas y micro empresas del sector de servicios, especialmente las del rubro de diligencias médicas y odontológicas en Huaraz. La metodología utilizada fue descriptiva, el nivel cuantitativo y el diseño no experimental, como población se tomó en cuenta 13 empresas referidas al rubro, y se obtuvo resultados a través de una encuesta que se les realizó a los gerentes de dichas empresas. El 69.23% de la población manifestaron que las empresas generan spots publicitarios en radio, el 38.46% que nunca realizan la cesión de premios a sus clientes y el 53.85% manifestaron que realizan diversos concursos entre los compradores. Por último, el autor concluyó que existe una promoción deficiente en las empresas del rubro; puesto que, hay despreocupación por parte de la administración, la cual no toma en cuenta la importancia que tiene el marketing para la promoción de sus negocios.

Haro (2017) realizó la investigación Demanda turística potencial para realizar talasoterapia como alternativa de turismo de salud en la Playa La Ramada distrito de Salaverry año 2017. Tuvo como objetivo determinar las causas que atraerían la demanda

turística para la realización de talasoterapia como alternativa de turismo de salud en la playa La Ramada del distrito de Salaverry. La metodología usada corresponde a un estudio cuantitativo de corte transversal y de tipo descriptivo, el instrumento de investigación fue la encuesta a una población de 384 turistas. Se tuvo como resultado que 369 turistas entre mujeres y varones de nacionalidad extranjera y peruana participaron en las acciones para realizar talasoterapia como una opción más para el turismo de salud.

1.2.2. Antecedentes Internacionales

Ramírez (2016) realizó la investigación Análisis del turismo de salud en el área metropolitana de Bucaramanga con los países miembros de la Alianza del Pacífico. La investigación se realizó con el fin de encontrar las oportunidades y perspectivas del turismo de salud en la zona metropolitana de Bucaramanga, especialmente enfocado en los países miembros de la Alianza del Pacífico, como Chile, México y Perú. Por otro lado, a través del análisis descriptivo se logró identificar las fortificaciones de internacionalización del área de salud. Se obtuvo como conclusión, que existen ciertas barreras que pueden poner en peligro la protección del turismo de salud del área metropolitana de Bucaramanga, entre los datos más importantes se encuentran el bajo porcentaje de profesionales de salud que conocen y hablan inglés, la inseguridad ciudadana y la falta de reconocimiento mundial del turismo de Colombia.

Valencia (2016) realizó la investigación Turismo en medicina estética: ventajas y desventajas para Bogotá, comparada con la oferta de Medellín. La investigación tuvo como objetivo identificar los factores que intervienen en la oferta del turismo por cirugía estética de Colombia bajo las variables de Porter. La metodología utilizada fue mediante una revisión documental en la cual se describen los panoramas actuales y las mejorías comparativas de la oferta de este sector en las localidades citadas, además se analizaron los resultados ubicando las variables que influyen en los factores competitivos de Porter. Finalmente, concluyeron que la ciudad de Bogotá en específico, cuenta con una amplia oferta en el sector de medicina estética; sin embargo, se deben empezar a focalizar estrategias para posicionarla como ciudad líder en el sector.

Gómez (2017) realizó la investigación Turismo en salud: ¿una forma de medicalización de la sociedad? La investigación tuvo como objetivo Evidenciar la correlación existente entre el turismo en salud y la medicalización de la sociedad, desde la perspectiva de la

bioética y el bioderecho. La metodología utilizada fue de corte cualitativo-documental que busca acercar los métodos propios de la bioética y la hermenéutica jurídica. Finalmente, se obtiene a la conclusión que el turismo de salud, redefine la relación médico-paciente, haciendo que la relación que tengan, sea netamente comercial entre un cliente y el operador de servicios, en donde solo se tome en cuenta el lucrar y el paciente se encuentre limitado acorde a sus ingresos ofertados.

Ortegón, Eraso, Salamanca y Carreño (2017) realizaron la investigación Aplicación de la metodología clúster para la creación de una institución prestadora de servicios (IPS) especializada en la realización de cirugías estéticas para pacientes extranjeros y fomentar el turismo medico estético. La investigación tuvo como objetivo conocer y poner en práctica el concepto de clúster al crear una institución que se encarga de prestar servicios estéticos quirúrgicos para extranjeros, integrándose también las técnicas de atención pre y post operatoria, cubriendo así todas las áreas. Finalmente, determinó que la masiva comunicación completa permitirá que la empresa logre ser reconocida y elegida por la gran diversidad de servicios que presta con la garantía de calidad necesarias en el extranjero; además, el método clúster genera una cultura de integración y confianza institucional para poder crear relaciones de cooperación, investigación y conocimiento e que atraerán a los clientes internacionales ayudando de esta manera a mejorar la competitividad en la región.

Arias, Caraballo y Muñoz (2016) realizaron la investigación El turismo médico en Cartagena: oferta y barreras. El artículo de investigación tuvo como objetivo caracterizar y analizar la oferta de las empresas exportadoras de servicios de salud por parte de la cámara de comercio de la ciudad de Cartagena. La metodología utilizada fue descriptiva, el nivel cuantitativo y el diseño no experimental. Por último, llegó a la conclusión que Cartagena sobresale por los costos bajos y reconocimiento de los procesos médicos que ofrece; sin embargo, las barreras que imposibilitan el progreso de la actividad son: la insuficiente infraestructura sanitaria, la escasez de personal médico, el aumento de la demanda del servicio y el poco dominio del idioma extranjero por parte del personal médico.

Pico, Stolik y Gudín (2016) realizaron la investigación Exportaciones de servicios de salud: experiencias de países. El trabajo tuvo como objetivo abordar los principales datos relacionados con la exportación de servicios de salud de manera general; se examinaron las experiencias de 5 países de América latina (México, Chile, Argentina, Costa Rica y

Colombia), lo que permitió identificar elementos comunes y extraer lecciones para Cuba. La metodología utilizada fue descriptiva, el nivel cuantitativo y el diseño no experimental. Finalmente, concluyó que es requerido un enfoque integral y sistémico adecuado para el análisis, que no se circunscribe solo a la prestación de los servicios asistenciales, sino a todo un sistema que incluya otras actividades relacionadas que contribuyan al fortalecimiento de la posición competitiva de la imagen del país.

Rivera (2016) realizó la investigación Turismo médico: modelo de negocio para la red privada de prestadores de servicios de salud en la isla de San Andrés. El trabajo tuvo el objetivo de realizar una descripción de las actividades turísticas, como la medicina, para ello se trabajó con un análisis de la capacidad que brinda cada prestador de servicios de salud y se seleccionó una muestra que se analizó cumpliendo los requerimientos básicos de calidad que se solicitan en la entidad territorial. En cuanto al tipo de estudio y metodología de trabajo se desarrollaron entrevistas semi-estructuradas que se aplicaron a siete prestadores de servicios de salud, todos ellos dueños de los centros que brindan los servicios. Finalmente, se concluyó proponer un modelo de negocio para el sector privado, en base a la metodología brindada por Alexander Osterwasder donde detalla el desarrollo de nueve bloques para su descripción: propuesta de valor, comunicación y canales de distribución, estructura de costos, actividades clave, red de aliados, fuentes de ingreso, tipo de relaciones con los clientes y recursos clave.

Calero (2015) realizó la investigación Turismo médico, mecanismo para aumentar la fuente de divisas en Ecuador. La investigación tuvo como objetivo demostrar que el Ecuador forma parte de las mayores plazas de turismo médico por su gran potencial en el aspecto turístico y la mayor competitividad en precios. El tipo de investigación utilizada va vinculada con la búsqueda y exploración de documentos que permitan determinar el conocimiento que existen en cada área en particular, luego se realiza un análisis de los datos estadísticos, en donde se pueden estudiar las razones primordiales y compararlas con otros países. Concluyó, que el turismo médico ha alcanzado que los países del tercer mundo puedan brindar servicios de calidad a bajo precios, por otro lado, los países que desarrollaron este sector han tenido un crecimiento del 15% anual, asimismo encontraron que Ecuador posee un elevado potencial para desarrollarse en este sector.

Gracia (2016) realizó la investigación El turismo de salud en el estado de Hidalgo, México. Propuestas para consolidarlo. El objetivo de la investigación fue determinar las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas que tiene el corredor turístico de balnearios de Ixmiquilpan – Tasquillo; el cual, se identificó con una serie de entrevistas aplicadas a los turistas y a los visitantes al salir del balneario. La técnica de investigación manejada fue la aplicación de cuarenta entrevistas utilizadas en el campo de muestra de resultado. Los resultados que se obtuvieron, demostraron que los balnearios no cuentan con los servicios secundarios que permitan utilizarlos con eficiencia y eficacia. Se debe pensar en el cambio y en el descubrimiento permanente ya que se tiene que adecuar a su entorno y con las nuevas necesidades.

Castaño (2014) realizó la investigación Turismo en salud: resultados de la sistematización y análisis de las encuestas de satisfacción aplicadas a pacientes extranjeros atendidos en una clínica de Medellín. La investigación tuvo como finalidad determinar, en los turistas, las especialidades por las cuales consultan, los países de origen y residencia, los medios por los cuales se enteran del servicio ofrecido, conocer cuál es su nivel de gusto con el servicio y valorar la percepción que tienen antes y después de la visita a la clínica en la que recibieron la atención. La metodología usada fue el análisis de 381 encuestas de satisfacción, las cuales poseían 29 ítems y seleccionaron solo 7 las cuales fueron aplicadas solo a los pacientes extranjeros; asimismo se analizaron los datos estadísticos para la interpretación de la investigación. Finalmente, determinó que los elementos diferenciales ayudan a que el país se internacionalice permitiendo generar una mayor demanda de pacientes internacionales; adicional a ello se permitió ratificar que las estrategias que se brindaron para provocar un cambio han sido bien encaminadas.

Montero, Muñoz y Bermúdez (2016) realizaron la investigación Turismo médico: estrategia de desarrollo para el sector de cirujanos dentistas en Baja California. Se llevó a cabo con el objetivo de conocer importancia del turismo de salud en el crecimiento del estado de Baja California y hallar el motivo, por el cual se le toma como una vocación de alta importancia. La metodología se dividió en 3; en la fase 1 y 2 del proyecto se utilizó la investigación documental argumentativa, en la fase 3 fue necesario llevar a cabo la investigación descriptiva; así mismo, detallan que el instrumento de recolección de datos fue la entrevista personal, brindada mediante una encuesta formulada según el modelo de competitividad sistémica. Como conclusión, resaltaron que México deberá de aumentar sus

esfuerzos y apoyar a los estados que han logrado obtener un buen posicionamiento en este sector, asimismo desde el interior de dichas empresas se deberá mejorar los elementos que interviene en la mejora de la capacidad competitiva a nivel internacional.

Giorgadze (2015) realizó la investigación Turismo de salud, tuvo como meta medir el grado de importancia y la demanda que generan los turistas médicos a nivel mundial a través de la recopilación de estadísticas acerca de los tratamientos más recurrente y el lugar de procedencia de los turistas médicos. De esta manera, se busca involucrar el sector salud y turismo para fomentar un nuevo sector que recupera, mantiene, y mejora la salud tanto física como mental. La metodología utilizada fue descriptiva, el nivel cuantitativo y el diseño no experimental. Finalmente, llegó a la conclusión que el turismo de salud se encuentra en pleno crecimiento y reportará muchos beneficios a nivel mundial, que no solo engloba su sector sino también el sector transporte, comercial y turístico; es por ello, que se deben de realizar diversos tipos de estudios e investigaciones para identificar qué es lo que se necesita corregir, cambiar y/o despertar interés en las clínicas o ciertas organizaciones vinculadas con el sector.

De la Puente (2017) realizó la investigación: Turismo medico comparado en Colombia y Singapur: estudio sectorial y perspectivas de desarrollo; el objetivo de investigación fue analizar el sector turismo de salud para conocer la estructura general del sector en ambos países y así entender los desencadenantes del desarrollo integral diferenciado a partir de políticas públicas y coyunturas particulares. El método utilizado se concentró en la recolección de datos oficiales y se realizaron entrevistas a los representantes del gremio e mediadores de servicios médicos–turísticos, lo que permitió agrupar información sobre variables independientes. Se encontró, que los procedimientos estudiados, en el turismo médico en Colombia como en el de Singapur, se encuentran diferenciados por las medidas tomadas por la política pública para el desarrollo del atractivo médico-turístico.

Maldonado, González, Varón, Forero, Hernández y Marquina (2016) realizaron la investigación Plan de marketing de turismo de salud y bienestar en Colombia. El objetivo del plan de marketing fue posicionar a Colombia como pionero en la exportación de servicios del sector salud, basándose en las fortalezas competitivas presentadas por el país, en cuanto a calidad, servicios y precio, frente a las demás naciones del mundo. La metodología utilizada estuvo basada en la revisión e investigación de artículos e informes de consultoras que brindan información acerca del turismo en salud en Colombia y en el mundo.

Finalmente, llegaron a la conclusión que el sector se encuentra desarrollándose gracias a la cantidad de demanda que posee por parte de los viajeros extranjeros y que las principales compañías que ofrecen dichos servicios están aún en proceso de especialización.

Sauma y Ramírez (2017) realizaron la investigación Análisis de los efectos comerciales y económicos de la política cambiaria en las exportaciones e importaciones de la industria médica costarricense durante el periodo 2006–2014. La investigación se realizó con el fin de analizar la política cambiaria y sus efectos comerciales y económicos en las exportaciones e importaciones de la industria médica costarricense durante el periodo 2006-2014. Los métodos utilizados para la investigación fueron el cuestionario y las entrevistas abiertas que fueron aplicadas a los gerentes de las empresas del sector salud. Se llegó a la conclusión, que la política cambiaria afecta directamente las operaciones económicas y comerciales de las empresas que corresponden a la industria médica que se dedican a la exportación e importación de sus servicios.

Gavlovyh (2017) realizó la investigación La calidad de los servicios de traducción e interpretación médico – en el contexto del turismo de salud en el área de la comunidad valenciana. La investigación contribuyó con la determinación y análisis de los pequeños problemas en el ámbito de interpretación y la mediación interracial sanitaria. La metodología utilizada fue la descriptiva; así mismo, se realizó un trabajo de revisión bibliográfico para los estudios más representativos realizados. Como conclusión se obtuvo, que los problemas surgen a causa de una mala interpretación del idioma, es por esta razón que existe desigualdad y discriminación lingüística entre los clientes extranjeros y nacionales; por otro lado, se determinó que existe una falta de concienciación y deferencia por parte de los contratantes de la administración pública y privada ante las malas interpretaciones que puedan realizar las personas no profesionales al atender a un cliente extranjero.

1.3. Teorías Relacionadas al Tema

1.3.1. Primera Variable: Calidad

La calidad se define como:

Condición indispensable para lograr la complacencia de quienes reciben o brindan un servicio específico, así como en los aspectos que deben tenerse en cuenta para avalar el éxito de la gestión. Para la OMS, la calidad permite asegurar que cada paciente reciba el conjunto de servicios diagnósticos y terapéuticos más apropiados para obtener una atención sanitaria óptima, con riesgo mínimo y satisfacción máxima (Revilla, Gonzales y Valenzuela, 2016, p. 2).

Izaguirre, Reátegui y Mori (2014) indican que la calidad percibida por el cliente se obtiene cuando la calidad que este experimenta colma sus expectativas, es decir, la calidad deseada. La calidad en tanto es subjetiva; puesto que, si las expectativas de un cliente son irreales entonces la calidad percibida será baja, incluso cuando la calidad experimentada, medida con objetividad, sea la correcta. (p. 34).

Tal como indica el autor, la calidad es un enfoque de mejora constante del servicio, mejorando la capacidad para satisfacer las necesidades del cliente de todas las formas solicitadas; por consiguiente, podemos decir que, si los clientes regresan hemos logrado el valor de la satisfacción.

Con el paso del tiempo los centros de salud, tanto privados como estatales, han tenido que mejorar sus estándares de calidad, realizando cambios en su infraestructura como también capacitando a los especialistas; para de esa manera, lograr un buen margen de calidad en el servicio brindado al paciente.

1.3.1.1. Calidad en el Servicio de Salud

Para Revilla, Gonzales y Valenzuela (2016):

Como se sabe, el desafío de los profesionales de la salud es salvaguardar una alta calidad en su desempeño, para lo cual se hace ineludible el establecimiento de procesos de control total de calidad como un régimen para probar y evaluar que se entrega un cuidado óptimo y efectivo, con la satisfacción absoluta del paciente. La apreciación del nivel de desempeño no está dada por lo que objetivamente ofrece el suministrador, sino por lo que el cliente descubre de manera subjetiva. (p. 4).

Para recibir un servicio de calidad en el sector salud, se evalúan tanto el proceso y el resultado, algunos profesionales señalan que el primero no funciona cuando la calidad no se ve reflejada en el segundo; también, existen otros profesionales que señalan que los resultados están relacionados con distintos factores, tales como las características específicas que presenta cada paciente que no influyen de manera alguna en la calidad de los procesos.

En algunos casos es difícil identificar si se recibe un servicio de calidad ya que existen diversos factores subjetivos y objetivos; existen ocasiones en las que los pacientes se tratan de manera correcta; sin embargo, existen varias habilidades, acciones y conocimientos que los profesionales que prestan el servicio, deben desarrollar para demostrar que se ha otorgado la máxima calidad en los servicios brindados.

Forellat (2014) indica que en el contexto en el que nos encontramos la calidad se basa en dar una respuesta efectiva para los problemas sanitarios que afectan a la población; implica esto también, la satisfacción de los pacientes, la comunidad y familiares en general para con los servicios prestados. Otro factor importante es el de sensibilizar a los encargados y profesionales de salud, no sólo acerca de la importancia de la calidad en sus procesos; sino, de los motivos por los cuales existe y es tan apreciada en la sociedad, conocer cuáles son sus metas y finalidades. Resulta ineludible el trabajo en equipos que abarquen tanto a profesionales, técnicos, auxiliares, residentes, facultativos y administrativos. De esta manera, se trabajará en conjunto para lograr la compenetración de los servicios y conseguir la mejora de la atención del cliente. Es clave el incentivo sobre la responsabilidad de los propios resultados, generando, dentro de la organización un clima en el que cada parte integrante es necesaria y determinante al momento de brindar los servicios médicos, siguiendo estos lineamientos se logrará realizar la atención con éxito y brindará mejores resultados. (p. 3)

Cabe resaltar que la calidad desde otra perspectiva se define como la capacidad de dar respuesta rápida y efectiva a servicios de distintos sectores que afectan a un número de personas, donde se evalúa la complacencia del cliente por el servicio recibido. Por otro lado, los profesionales deben de tomar en cuenta el factor calidad, por ellos deben de presentar capacitaciones constantes que les permitan mejorar su servicio profesional para el bienestar de sus clientes.

Así mismo, se toma en cuenta que para mejorar la calidad en el servicio influyen distintos factores que intervienen desde el proceso del servicio hasta la evaluación de las relaciones existentes entre calidad percibida y satisfacción del cliente; ya que la calidad, condiciona la satisfacción que percibe el cliente; debido a que, es de suma importancia buscar medidas que mejoren este aspecto para afianzar futuras relaciones con los clientes.

Mejía y Álvarez (2012) nos indica que:

La calidad se asocia con un patrón de alto costo, pero no siempre es cierto. Su valía está vinculada más a las propiedades inseparables del servicio o producto. La calidad cuesta a pesar de que se diga que no cuesta, paradigma que usualmente se comenta en los libros con el fin de insistir en su importancia. Mi juicio es que la calidad cuesta pero que su costo a mediano plazo es mínimo que la no calidad, de allí su importancia en invertir financieramente en su progreso.
(p. 6).

Esta definición nos muestra algunos tipos de calidad y su desempeño; estos incluyen la eficiencia como resultados clínicos y la satisfacción del paciente. En cuanto a la calidad en servicios de salud existen distintos conceptos, los cuales no pueden determinar si un servicio es bueno o malo, ya que mediante un juicio se determinará esto, así puede ser mala desde la perspectiva de la clínica, pero aceptable desde la calidad que percibe el paciente.

a) **Indicadores de Calidad en el Servicio de Salud**

Grado de Satisfacción del Cliente

Al hablar de satisfacción al cliente, entendemos que se trata de colmar las expectativas de las personas que investigan el servicio de la mejor forma posible; es por ello, que se tiene que tomar en cuenta brindar un servicio de calidad que muestre resultados óptimos hasta finalizar el servicio.

Para calcular el grado de satisfacción del cliente a quien se le brinda un servicio es ineludible conocer las expectativas de las personas, cumplir las normas, reglamentos, así como las operaciones establecidas, sin lo cual no se podrá alcanzar la satisfacción y calidad. (Revilla, Gonzales y Valenzuela, 2016, p. 6).

Eficacia en el Servicio

La eficacia en el servicio involucra a muchos factores que logran brindar un servicio de calidad, en este caso, analizaremos como el factor tiempo puede medir la separación o duración de los acontecimientos sujetos al cambio en un determinado periodo en el cual se brinda el servicio. (Revilla, Gonzales y Valenzuela, 2016, p. 5).

Además, es importante mencionar que otro factor que condiciona la eficacia de los servicios prestados se determina mediante los métodos y las tecnologías adecuadas utilizadas para brindar los servicios, que permiten obtener un rendimiento y resultados favorables.

Competitividad profesional

La competitividad de los profesionales de salud es un elemento clave para la calidad ya que se centra en la capacidad de un profesional para desarrollar actividades con habilidades y conocimientos especializados.

Es por ello que Revilla, Gonzales y Valenzuela (2016) nos señala que la competencia profesional es uno de las propiedades más significativas de la calidad y se basa en la capacidad, que manifiesta el profesional para desenvolver con idoneidad una actividad o tarea; abarca el grupo de habilidades esenciales y conocimientos adquiridos en conjunto con los objetivos educacionales propuestos. (Revilla, Gonzales y Valenzuela, 2016, p. 5).

1.3.2. Segunda Variable: Exportación de Servicios

Según la OMC (1995):

En el AGCS se distinguen cuatro modos de suministro de servicios: el comercio transfronterizo, el consumo en el extranjero, la presencia comercial y la presencia de personas físicas.

El suministro transfronterizo abarca por definición las corrientes de servicios del territorio de un Miembro al territorio de otro Miembro (por ejemplo, los servicios bancarios o los servicios de arquitectura prestados a través del sistema de telecomunicaciones o de correo);

El consumo en el extranjero se refiere a las situaciones en que un consumidor de servicios (por ejemplo, un turista o un paciente) se desplaza al territorio de otro Miembro para obtener un servicio;

La presencia comercial implica que un proveedor de servicios de un Miembro establece una presencia en el territorio de otro Miembro, mediante la adquisición en propiedad o arrendamiento de locales (por ejemplo, filiales nacionales de compañías de seguros o cadenas hoteleras), con el fin de suministrar un servicio;

La presencia de personas físicas consiste en el desplazamiento de personas de un Miembro al territorio de otro Miembro para prestar un servicio (por ejemplo, contables, médicos o profesores). En el Anexo sobre el Movimiento de Personas Físicas se especifica, no obstante, que los Miembros siguen siendo libres de aplicar medidas relativas a la ciudadanía, la residencia o el acceso al mercado de trabajo con carácter permanente. (párr. 7).

Así, las personas de distintos países, tanto profesionales o no, cuentan con la potestad posibilidad de elegir el modo en el que quieran brindar o recibir el servicio en el exterior; pero algunos países suelen preferir la modalidad en la que los pacientes extranjeros se movilizan a su territorio para obtener el servicio, ya que visualizan oportunidades significativas e interesantes para el desarrollo económico del país que brinda el servicio.

Según la OECD (2018):

El comercio de servicios se reconoce como el valor de los servicios intercambiados entre no residentes y residentes de una economía, incluidos los servicios prestados a través de filiales extranjeras determinadas en el extranjero. Este indicador se mide en millones de dólares y en porcentaje del PIB para exportaciones, importaciones y comercio neto. El comercio de servicios impulsa el intercambio de ideas, conocimientos y tecnología, aunque a menudo está restringido por barreras como las regulaciones nacionales. Todos los países de la OCDE compilan sus datos de acuerdo con el Sistema de Cuentas Nacionales (SNA) de 2008. (Párr. 1)

En términos generales, Daniels et al. (2013) mencionan que los términos exportación e importación de servicios, se utilizan para hablar de ingresos internacionales que no se consiguen por la venta de productos; sino, por actos o hechos proporcionados por una empresa o particular, que recibe un pago acorde al servicio prestado a un agente internacional, siendo esta una exportación de servicios; la empresa o particular que accede al servicio proveniente de un agente extranjero y lo paga, realiza una importación de servicios. Este es, actualmente, el sector de más amplio crecimiento en el comercio mundial. (p. 20)

Fadda menciona que la exportación de servicios se define como “la comercialización de [...] servicios de una persona física o jurídica que se encuentre capacitada para exportar a

otra de otro país [...] es un fenómeno cotidiano y habitual que ha venido difundiéndose en forma ininterrumpida, sin que hubiera un marco legal que lo regularizara, a medida que la tecnología, las comunicaciones y los medios de transporte hacían cada vez más fácil la relación entre organizaciones y personas” (2013, p. 7-8).

Cabe resaltar que al hablar de exportación de servicios nos referimos a una industria limpia que no genera contaminación del medio ambiente, ofrece variedad de empleos en distintos sectores y ofrece la oportunidad de añadir un valor agregado a través de los servicios que se brindan.

Por otro lado, Cordero (2016) nos indica que las exportaciones de servicios son estudiadas a partir del análisis de la competitividad que toma en cuenta el aumento de la demanda extranjera contrapuesto con el aumento de las exportaciones de tales servicios en cada país, para conocer cuales cuentan con mayor potencial. (p. 46).

Es importante entender que la exportación de servicios ofrece una reducción significativa de costos para mejorar los procesos e incrementar las utilidades. Así al momento de selección de personal para estas empresas requieren de personas con talento y habilidades que puedan sumar fuerzas dentro de las compañías.

b) Indicadores de Exportación de Servicios

Accesibilidad y Restricciones

En la exportación de servicios no existen aranceles, las únicas restricciones que encuentra esta forma de comercio son las regulaciones gubernamentales y las dificultades de los clientes para acceder a dichos servicios. (Fadda, 2013, p. 8).

Por ello, entre menos restricciones aparezcan al momento de concretar los servicios, más atractivos serán estos para los clientes extranjeros, se mencionan como posibles restricciones la dificultad para acceder a ciudades, problemas de infraestructura nacional o de los centros médicos, dificultad en la comunicación debido al no manejo de diferentes lenguas, inseguridad, leyes públicas que estableces impuestos que generan el aumento de costos que ocasionan la pérdida de competitividad en precios, etcétera.

Movimiento físico de Consumidores

Es el traslado que realizan los naturales de un país para acceder a servicios en otro país. (Fadda, 2013, p. 9). Esta modalidad de acceso a los servicios internacionales determina el ingreso de extranjeros al país que consideraron les ofrece la mejor alternativa para satisfacer sus necesidades de servicios, este traslado de los consumidores realiza con el fin de obtener los servicios solicitados; posterior a ello, el cliente retorna a su país de residencia.

Costos

La exportación de servicios ha progresado de ser una iniciativa para la disminución de costos a otra que se determina por el incremento de la eficiencia y la mejora de procesos. (Fadda, 2013, p. 8). Los costos en la obtención de servicios por parte de los clientes es uno de los principales motivos generadores de esta forma comercio; ya que, muchas personas se ven impedidas de acceder al mismo tipo de servicios en sus países de origen, debido al alto costo que en estos lugares se observan. Esto, conlleva a la búsqueda de opciones más rentables y que permitan tener estándares similares de calidad y efectividad.

CONCEPTOS

- **Turismo médico:** También llamado turismo de salud o turismo sanitario se refiere al viaje que realizan las personas para realizarse alguna intervención o tratamiento médico, acorde a sus necesidades y evaluando la calidad de cada establecimiento.
- **Servicio médico:** Implica el acto de servir al paciente con el fin de lograr su bienestar físico y psicológico.
- **Turista de salud:** Persona extranjera que recibe el servicio en el país donde lo ofrecen.
- **JCI (Joint Commission Internacional):** Acreditación internacional a los centros de salud que demuestren que cumplen con los requisitos de calidad como la institución de mayor competencia técnica del sector.
- **ACI (Acreditación Internacional Canadiense):** Brinda acreditaciones en el sector salud. Se encuentra trabajando en 26 países de los 5 continentes y forma parte de la Sociedad Internacional para la Calidad en el Cuidado de la Salud.

1.4. Formulación del Problema

1.4.1. Problema General

¿Qué relación existe entre la calidad y la exportación de servicios de salud en Lima Metropolitana - 2018?

1.4.2. Problemas Específicos

¿Qué relación existe entre la satisfacción del cliente y la exportación de servicios de salud en Lima Metropolitana - 2018?

¿Qué relación existe entre la eficacia en el servicio y la exportación de servicios de salud en Lima Metropolitana - 2018?

¿Qué relación existe entre la competitividad profesional y la exportación de servicios de salud en Lima Metropolitana - 2018?

1.5. Justificación

1.5.1. Justificación Práctica

La presente investigación servirá como herramienta de ayuda para los profesionales de negocios internacionales y economistas en general, brindando conocimientos acerca de la relación existente entre calidad y exportación de servicios de salud en Lima Metropolitana; ya que actualmente, este es un sector en crecimiento, con un alto índice de demanda a nivel mundial y nacional.

1.5.2. Justificación Teórica

Los datos y resultados que se obtendrán en la investigación brindarán lineamientos generales acerca de la calidad en los servicios de salud y la exportación de los mismos en la ciudad de Lima Metropolitana; para lo cual, describirán y evaluarán los factores que intervienen en su calidad y que generan un aumento anual en sus exportaciones. De esta manera, servirá como aporte al conocimiento existente acerca de la importancia de la exportación de los servicios de salud en nuestro país, lo cual convierte a la investigación en una fuente de información futura.

1.5.3. Justificación Metodológica

La presente investigación servirá como guía metodológica para futuras investigaciones que estén relacionados con el factor calidad y la exportación de servicios médicos en nuestro país; para lo cual, especialidades de administración, negocios internacionales, entre otras, podrán hacer uso del estudio; ya que, aporta información puntual y clara acerca de los condicionantes que atañen a la calidad y la exportación de dichos servicios.

1.5.4. Justificación Social

El presente estudio, será beneficioso para el grupo de interés que esté formado por las clínicas que prestan sus servicios a pacientes extranjeros, pero que a su vez no cuenten con las herramientas necesarias para tender al paciente desde su arribo hasta su recuperación. Así mismo, para las pequeñas empresas del rubro salud que deseen incursionar dentro del sector exportación de servicios y no cuenten con el debido conocimiento acerca de los temas mencionado; por lo que la información brindada en esta investigación contribuirá al desarrollo y desenvolvimiento de dichas empresas en el sector.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis General

H1: Existe relación entre la calidad y la exportación de servicios de salud en Lima Metropolitana – 2018.

H0: No existe relación entre la calidad y la exportación de servicios de salud en Lima Metropolitana – 2018.

1.6.2. Hipótesis Específicas

H1: Existe relación entre la satisfacción del cliente y la exportación de servicios de salud en Lima Metropolitana – 2018.

H2: Existe relación entre la eficacia en el servicio y la exportación de servicios de salud en Lima Metropolitana – 2018.

H3: Existe relación entre la competitividad profesional y la exportación de servicios de salud en Lima Metropolitana – 2018.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo General

Determinar la relación que existe entre la calidad y la exportación de servicios de salud en Lima Metropolitana – 2018.

1.7.2. Objetivos Específicos

Determinar la relación entre la satisfacción del cliente y la exportación de servicios de salud en Lima Metropolitana – 2018.

Determinar la relación entre la eficacia en el servicio y la exportación de servicios de salud en Lima Metropolitana – 2018.

Determinar la relación entre la competitividad profesional y la exportación de servicios de salud en Lima Metropolitana – 2018.

II. MÉTODO

2.1. Tipo de Estudio

La presente investigación es aplicada; porque, busca dar un aporte a los problemas de la sociedad.

Según Ortiz y García (2012, p.38) la finalidad de la investigación aplicada es satisfacer necesidades referentes al mejoramiento de la sociedad, y plantear un aporte en ocasiones necesarias, sin embargo, no es una aplicación general en su totalidad.

El estudio es de alcance descriptivo-correlacional; ya que, al ser descriptiva “busca detallar los perfiles de personas, las propiedades y las características, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 98); y al ser correlacional, tiene como fin “conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más variables, conceptos y categorías en un contexto específico” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 98).

Bernal (2010) menciona que la investigación descriptivo-correlacional tiene como principal propósito usar técnicas como encuestas, entrevistas, observación, revisión documental, u otras; para de esta manera, examinar la correlación existente entre las variables. (p. 113-114).

2.2. Diseño de Investigación

La investigación se estableció partiendo de un diseño no experimental de corte transaccional o transversal porque la intención del estudio es describir variables y analizar relación en un momento determinado en el que se evalúan fenómenos tal y como se presenta en la realidad, con el fin de analizarlos.

Para Hernández, Fernández y Baptista (2006). Este diseño se refiere a desarrollar la investigación sin manipular intencionalmente las variables. En el diseño no experimental no se crean situaciones de estudio, sino, se observan los hechos tal y como se muestran. (p. 152).

2.3. Variables, Operacionalización

Tabla 1

Variable 1: Calidad de servicios

V ₁	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
CALIDAD DE SERVICIOS	<p>Para Revilla, Gonzales y Valenzuela (2016): Se destaca la calidad como categoría indefectible para lograr la satisfacción de quienes brindan o reciben un determinado servicio, así como en los aspectos que deben tenerse en cuenta para avalar el éxito de la gestión. Para la OMS, la calidad permite asegurar que cada paciente reciba el grupo de servicios diagnósticos y terapéuticos más adecuados para obtener una atención sanitaria óptima, con riesgo mínimo y satisfacción máxima. (p. 2)</p>	<p>Se conseguirán datos de las fuentes primarias mediante la técnica de encuesta para así poder establecer la relación que existe entre calidad y exportación de servicios de salud en Lima metropolitana 2018. Una relación idéntica se establecerá con los demás elementos de los indicadores.</p>	Grado de satisfacción al cliente	Tiempo de espera	3	<p>Nunca = 1 Casi nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5</p>
				Fidelización	3	
			Eficacia en el servicio	Defectos	3	
				Accesibilidad	3	
			Competitividad Profesional.	Funcionalidad	3	
				Cumplimiento de plazos	2	
				Desempeño profesional	4	
				Conocimiento en su campo	4	

Tabla 2

Variable 2: *Exportación de servicios*

V ₂	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
EXPORTACIÓN DE SERVICIOS	<p>Fadda (2013) nos define a la exportación de servicios como: “la venta de [...] servicios de una persona jurídica o física que se halle habilitada para exportar a otra de otro país. [...] La exportación de servicios es un fenómeno cotidiano y habitual que ha venido difundándose en forma permanente, sin que hubiera un marco legal que lo regulara, a medida que los medios de transporte, la tecnología y las comunicaciones hacían cada vez más fácil el contacto entre personas y organizaciones” (p. 7-8).</p>	<p>Se lograrán datos de las fuentes primarias mediante la técnica de encuesta para así poder establecer la relación que existe entre calidad y exportación de servicios de salud en Lima Metropolitana - 2018. Una relación idéntica se establecerá con los demás componentes de los indicadores.</p>	Accesibilidad y restricciones	Aranceles e impuestos	3	<p>Nunca = 1 Casi nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5</p>
				Leyes de servicios	3	
				Garantía	3	
			Movimiento físico de personas	Periodicidad	4	
				Posicionamiento	4	
			Costos de exportación de servicios	Eficiencia	2	
				Comparación con otros países	3	
Transparencia	3					

2.4. Población y Muestra

2.4.1. Población

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) en primer lugar se debe definir unidad de análisis que se utilizará en el estudio; luego, se procede a demarcar la población que se estudiará y sobre la que se pretenden hacer generales los resultados. La población debe estar definida claramente por sus peculiaridades de contenido, el lugar y tiempo en el que se ubican. (p. 174).

Vilca (2012; p.119) define a la población como un grupo de elementos ligados fuertemente a las variables que están siendo investigadas.

Para la presente investigación se consideraron criterios de inclusión para realizar el cálculo de la población. Se utilizaron datos brindados por Promperú (2017) que indican que la cantidad anual de visitantes extranjeros al Perú fue de 3,83 millones de turistas, de los cuales el 72% tenían como destino la ciudad de Lima; además, de estos el 3.39% tenían como motivo de ingreso recibir servicios de salud (p. 21-25), para lo cual solo se tomarán en cuenta cifras semanales.

Así, se obtuvieron 1 950 turistas que llegan semanalmente a la ciudad de Lima, en busca de tratamiento médico (medicina curativa y estética), los cuales conforman la población del estudio.

2.4.2. Muestra

Según Hernández et al. (2014) refieren que la muestra: “es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recogerán datos, y que tiene que delimitarse o definirse de antemano con precisión, además de que debe ser característico de la población” (p. 173).

La muestra para este proyecto, con un nivel de confianza deseado del 95% y un margen de error probabilístico del 5%, es de 321 turistas en busca de recibir servicios de salud en Lima Metropolitana, y fue obtenida con el uso de la siguiente fórmula probabilística:

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

N: Población (1 950)

P: Proporción de que el evento ocurra en un 0.5 (50%)

q: Proporción de que el evento ocurra en un 0.5 (50%)

Z: Nivel de confianza (1.96)

E: Error permitido (5%)

n= Muestra

Dónde:

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 1\,950 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2 \times (1\,950-1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = 321$$

2.5. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos, Validez y Confiabilidad

2.5.1. Técnica

La técnica empleada es la encuesta; la cual permitirá la recopilación de datos.

Según Bernal (2010) la encuesta es la más popular de las técnicas para recolectar información, a pesar de contar, muchas veces, con el sesgo que brindan las personas encuestadas. La encuesta se basa en un cuestionario o grupo de interrogantes que se elaboran con el fin de obtener información de las personas. (p. 194).

2.5.2. Instrumento

El instrumento que se presentará es un cuestionario estimativo; ya que, utilizará valores politómicos, porque se observarán varias posibilidades de respuesta, para esto se emplearán preguntas que se responderán bajo la escala de Likert.

Hernández et al. (2014, p. 245) indican que se trata de un grupo de ítems que se presentan a manera de afirmación o juicio, sobre los que se pide a los participantes indicar sus reacciones. Esto es, se muestra cada afirmación y se solicita al participante que indique su reacción tomando uno de los cinco puntos de la escala. A cada punto se le otorga un valor numérico. Con esto, los participantes consiguen una puntuación relacionada con el ítem sobre el cual reaccionan, además, la puntuación total se conseguirá de la suma de todas las afirmaciones que se tomen en cuenta en el cuestionario.

Tabla 3:

Escala de Likert

1	2	3	4	5
Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre

Nota: Elaboración propia.

Para Bernal (2010, p. 250) el cuestionario es un grupo de preguntas, formuladas para adquirir información y datos necesarios. Por otro lado, éste trata de uniformizar el proceso de recaudación de datos.

2.5.3. Validez

Balestrini (1997) plantea:

Una vez que se ha diseñado y definido los instrumentos y Procedimientos de recolección de datos, atendiendo al tipo de estudio de que se trate, antes de aplicarlos de manera terminante en la muestra seleccionada, es provechoso someterlos a prueba, con la intención de establecer la validez de éstos, en relación al problema investigado. (pág. 140).

Con el fin de acreditar la validez del instrumento, se sometió el cuestionario al juicio de expertos. El cuestionario estará conformado por 25 preguntas correspondientes a la variable calidad y 25 preguntas para la variable exportación de servicios de salud, consiguiéndose en total 50 preguntas.

Tabla 4:

Validez de la variable calidad de servicios

Validez basada en el contenido a través de la V de Aiken				
Nº Items		\bar{X}	DE	V Aiken
Item 1	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.6	0.55	0.87
Item 2	Relevancia	3.4	0.55	0.80
	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.4	0.55	0.80
Item 3	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.2	0.45	0.73
	Claridad	3.4	0.55	0.80
Item 4	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.2	0.45	0.73
	Claridad	3.4	0.55	0.80
Item 5	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.6	0.55	0.87
	Claridad	3.6	0.55	0.87
Item 6	Relevancia	3.4	0.55	0.80
	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.4	0.55	0.80
Item 7	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.2	0.45	0.73
	Claridad	3.4	0.55	0.80
Item 8	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Item 9	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Item 10	Relevancia	3.4	0.55	0.80
	Pertinencia	3.2	0.45	0.73
	Claridad	3.4	0.55	0.80
Item 11	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.6	0.55	0.87
Item 12	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Item 13	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.4	0.55	0.80

	Claridad	3.4	0.55	0.80
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Item 14	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.8	0.45	0.93
	Relevancia	3.6	0.55	0.87
Item 15	Pertinencia	3.2	0.45	0.73
	Claridad	3.6	0.55	0.87
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Item 16	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.8	0.45	0.93
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Item 17	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.8	0.45	0.93
	Relevancia	3.6	0.55	0.87
Item 18	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.6	0.55	0.87
	Relevancia	3.6	0.55	0.87
Item 19	Pertinencia	3.2	0.45	0.73
	Claridad	3.6	0.55	0.87
	Relevancia	3.6	0.55	0.87
Item 20	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.6	0.55	0.87
	Relevancia	3.6	0.55	0.87
Item 21	Pertinencia	3.2	0.45	0.73
	Claridad	3.6	0.55	0.87
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Item 22	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.8	0.45	0.93
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Item 23	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.8	0.45	0.93
	Relevancia	3.6	0.55	0.87
Item 24	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.8	0.45	0.93
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Item 25	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.6	0.55	0.87

Tabla 5:

Validez de la variable exportación de servicios

Validez basada en el contenido a través de la V de Aiken

Nº Items		\bar{X}	DE	V Aiken
Item 25	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.6	0.55	0.87
Item 26	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Item 27	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.6	0.55	0.87
	Claridad	3.4	0.55	0.80
Item 28	Relevancia	3.4	0.55	0.80
	Pertinencia	3.2	0.45	0.73
	Claridad	3.6	0.55	0.87
Item 29	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.6	0.55	0.87
	Claridad	3.4	0.55	0.80
Item 30	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.6	0.55	0.87
Item 31	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.6	0.55	0.87
	Claridad	3.6	0.55	0.87
Item 32	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.6	0.55	0.87
	Claridad	3.6	0.55	0.87
Item 33	Relevancia	3.4	0.55	0.80
	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.4	0.55	0.80
Item 34	Relevancia	3.4	0.55	0.80
	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.4	0.55	0.80
Item 35	Relevancia	3.8	0.45	0.93
	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.4	0.55	0.80
Item 36	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.6	0.55	0.87
	Claridad	3.8	0.45	0.93
Item 37	Relevancia	3.6	0.55	0.87
	Pertinencia	3.2	0.45	0.73

	Claridad	3.4	0.55	0.80
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Item 38	Pertinencia	3.6	0.55	0.87
	Claridad	3.6	0.55	0.87
	Relevancia	3.6	0.55	0.87
Item 39	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.6	0.55	0.87
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Item 40	Pertinencia	3.6	0.55	0.87
	Claridad	3.6	0.55	0.87
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Item 41	Pertinencia	3.6	0.55	0.87
	Claridad	3.6	0.55	0.87
	Relevancia	3.6	0.55	0.87
Item 42	Pertinencia	3.6	0.55	0.87
	Claridad	3.8	0.45	0.93
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Item 43	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.6	0.55	0.87
	Relevancia	3.6	0.55	0.87
Item 44	Pertinencia	3.2	0.45	0.73
	Claridad	3.6	0.55	0.87
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Item 45	Pertinencia	3.6	0.55	0.87
	Claridad	3.8	0.45	0.93
	Relevancia	3.6	0.55	0.87
Item 46	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.6	0.55	0.87
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Item 47	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.6	0.55	0.87
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Item 48	Pertinencia	3.4	0.55	0.80
	Claridad	3.6	0.55	0.87
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Item 49	Pertinencia	3.6	0.55	0.87
	Claridad	3.6	0.55	0.87
	Relevancia	3.8	0.45	0.93
Item 50	Pertinencia	3.6	0.55	0.87
	Claridad	3.6	0.55	0.87

Tabla 6:

Validación de juicio de expertos

Nº	Expertos	Calificación instrumentos	Especialidad
Experto 1	Mgtr. Chombo Jaco José Alberto	Aplicable	Investigador
Experto 2	Mgtr. Chura Lucar, Rudy Gonzalo	Aplicable	Investigador
Experto 3	Mgtr. Barco Solari, Esteban Augusto	Aplicable	Investigador
Experto 4	Mgtr. Alberca Teves, Gustavo	Aplicable	Investigador
Experto 5	Dra. Navarro Soto, Fabiola Cruz	Aplicable	Investigador

Nota: Elaboración propia

2.5.4. Confiabilidad

Según Hernández et al. (2010, p. 200) la confiabilidad, de los instrumentos utilizados para la medición, está relacionada al nivel de similitud que se consigue, en las respuestas, al aplicar el mismo instrumento repetidas veces sobre el mismo. Para la presente investigación se buscará una confiabilidad alta superior a los 7 puntos en la escala del Alfa de Cronbach, la cual permitirá tener la certeza que los resultados obtenidos mediante la encuesta son confiables y otorgarán resultados aplicables a la realidad.

El instrumento para la investigación fue el coeficiente de Alfa de Cronbach en adición con el software estadístico SPSS25.

Tabla 7:

Niveles de confiabilidad

Valores	Nivel
De -1 a 0	No es confiable
De 0,01 a 0,49	Baja confiabilidad
De 0,5 a 0,75	Moderada confiabilidad
De 0,76 a 0,89	Fuerte confiabilidad
De 0,9 a 1	Alta confiabilidad

Nota: Bernal (2010)

El resultado de fiabilidad, fue el siguiente:

Tabla 8

Fiabilidad de la Variable 1: Calidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.883	25

Nota: Elaboración propia

Según los datos procesados en el SPSS, se obtuvo un 0,883 de confiabilidad Alfa de Cronbach en el cuestionario de la variable Calidad que se realizó a 25 pacientes extranjeros en Lima metropolitana, el resultado permite conocer la estabilidad de los ítems, ya que tiene un nivel alto nivel de confiabilidad.

Tabla 9

Fiabilidad de la Variable 2: Exportación de servicios

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.906	25

Nota: Elaboración propia

Según los datos procesados en el SPSS, se obtuvo un 0,906 de confiabilidad Alfa de Cronbach en el cuestionario de la variable Posicionamiento que se realizó a 25 pacientes extranjeros en Lima metropolitana, el resultado permitió conocer la estabilidad de los ítems, ya que logra tener un alto nivel de confiabilidad.

2.6. Método de análisis de datos

Según Hernández et al. (2014, p. 331) la estadística inferencial pretende probar hipótesis, bajo técnicas como el ji cuadrado, la prueba t, análisis de varianza, coeficiente de correlación. Este tipo de estadística se usa para hacer que los datos conseguidos sobre la muestra se generalicen a la población.

En esta investigación se utilizará el software SPSS (Statistical Product and Service Solutions), también llamado Producto de Estadística y Soluciones de Servicio “SPSS” versión 21.

2.7. Aspectos Éticos

El presente trabajo de investigación se rige por el principio de honestidad, respetando los derechos de la propiedad intelectual de otros investigadores, utilizados como apoyo en la realización del mismo, esto se corrobora mediante la realización del citado de las fuentes, elaborado siguiendo el modelo brindado por la American Psychological Association (APA), además, de la revisión de la totalidad del trabajo mediante el sistema Turnitin que certifica el porcentaje de plagio que pueda existir en la presente investigación.

La información obtenida fue utilizada con la autorización de las entidades correspondientes y con fines netamente científicos y educativos, no existió en ninguna instancia fraude o fraguado de documentos, la investigación se realizó con total transparencia y siguiendo los lineamientos establecidos.

Por otro lado, es oportuno agregar, que se buscó mantener un enfoque medioambiental al reciclar y reutilizar, en la medida de lo posible, el papel utilizado en el transcurso de la investigación, disminuyendo así el gasto y utilización innecesaria de papel. Manteniendo así nuestro compromiso con el medioambiente y el planeta.

También, es preciso dar a conocer la responsabilidad con la que se realizó la recolección de datos, que cumplieron todos los requisitos éticos, legales y de seguridad; respetando de manera íntegra el código de ética suministrado por el centro de estudios.

III. RESULTADOS

La presente investigación solo tomará en cuenta el 63.55% de encuestados de la muestra total de 321, equivalente a 204 turistas de salud, debido a los inconvenientes encontrados al momento de realizarla tales como la cantidad de preguntas que posee el instrumento, lo que ocasionó el rechazo por parte de los encuestados.

3.1. Prueba de Normalidad

H0: Los datos de la muestra de la variable calidad de servicios y exportación de servicios no tienen una distribución normal.

H1: Los datos de la muestra de la variable calidad de servicios y exportación de servicios tienen distribución normal.

Para determinar la distribución de los datos recolectados se realizó el estadístico de Kolmogorov - Smirnov, ya que la muestra de este estudio es de 204 turistas.

Tabla 10:

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Calidad	0.122	204	0.000
Exportación de Servicios	0.086	204	0.001

Nota: Elaboración propia

Interpretación:

Como se muestra en la tabla 10, la muestra fue de 204 encuestados. Para la prueba de normalidad se utilizó la Prueba de Kolmogorov-Smirnov, porque la muestra fue mayor a 50 extranjeros. Los datos de la muestra de la variable Calidad tienen un Sig. de 0.000 > 0,05 mientras que la variable Exportación de servicios tiene un Sig. de 0.001 < 0,05; por lo tanto, se acepta la hipótesis nula de que los datos de la muestra de ambas variables no poseen una distribución normal. Es por ello, que para el presente trabajo se utilizará estadística no paramétrica, como el estadígrafo Rho de Spearman para poder medir la relación establecida en las hipótesis de investigación.

3.2. Contrastación de Hipótesis

Tabla 11

Nivel de Correlación de Spearman

Correlación	Interpretación
- 1.00	Correlación negativa perfecta
- 0.90	Correlación negativa muy fuerte
- 0.75	Correlación negativa considerable
- 0.50	Correlación negativa modera
- 0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación alguna entre las variables
+ 0.10	Correlación positiva débil
+ 0.50	Correlación positiva moderada
+ 0.75	Correlación positiva considerable
+ 0.90	Correlación positiva muy fuerte
+ 1.00	Correlación positiva perfecta

Nota: Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.306)

Hipótesis General:

H1: Existe relación entre la calidad y la exportación de servicios de salud en Lima Metropolitana – 2018.

Tabla 12:

Prueba de correlación de variables

			Calidad
Rho de Spearman	Exportación de Servicios	Coeficiente de correlación	,629**
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	204

Nota: Elaboración propia

Interpretación:

En la tabla 12, como el valor obtenido de Sig. (bilateral) es $0,000 < 0,05$ aceptamos la hipótesis alternativa de que las variable Calidad y Exportación de servicios tienen relación significativa. Los resultados del análisis estadístico que se aplicó evidencian un $\rho = 0,629$, es decir una relación positiva moderada entre ambas variables.

Hipótesis Específica 1:

Hi: Existe relación entre la satisfacción del cliente y la exportación de servicios de salud en Lima Metropolitana – 2018.

Tabla 13:

Prueba de Rho Spearman

			Satisfacción al Cliente
Rho de Spearman	Exportación de Servicios	Coefficiente de correlación	,590**
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	204

Nota: Elaboración propia

Interpretación:

En la tabla 13, como el valor obtenido de Sig. (bilateral) es $0,000 < 0,05$ aceptamos la hipótesis específica en la que señala que la variable Exportación de servicios y la dimensión satisfacción al cliente tienen relación significativa. Los resultados del análisis estadístico que se aplicó evidencian un $\rho = 0,590$, es decir una relación positiva moderada entre la variable y la dimensión mencionada.

Hipótesis Específica 2:

H2: Existe relación entre la eficacia en el servicio y la exportación de servicios de salud en Lima Metropolitana – 2018.

Tabla 14:

Prueba de Rho Spearman

		Eficacia en el Servicio	
Rho de Spearman	Exportación de Servicios	Coeficiente de correlación	,501**
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	204

Nota: Elaboración propia

Interpretación:

En la tabla 14, como el valor obtenido de Sig. (bilateral) es $0,000 < 0,05$ aceptamos la hipótesis específica en la que señala que la variable Exportación de servicios y la dimensión eficacia en el servicio tienen relación significativa. Los resultados del análisis estadístico que se aplicó evidencian un $\rho = 0,501$, es decir una relación positiva moderada entre la variable y la dimensión mencionada.

Hipótesis específica 3:

H3: Existe relación entre la competitividad profesional y la exportación de servicios de salud en Lima Metropolitana – 2018.

Tabla 15:

Prueba de Rho Spearman

		Competitividad Profesional	
Rho de Spearman	Exportación de Servicios	Coeficiente de correlación	,631**
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	204

Nota: Elaboración propia

Interpretación:

En la tabla 15, como el valor obtenido de Sig. (bilateral) es $0,000 < 0,05$ aceptamos la hipótesis específica en la que señala que la variable Exportación de servicios y la dimensión competitividad profesional tienen relación significativa. Los resultados del análisis estadístico que se aplicó evidencian un $\rho = 0,631$, es decir una relación positiva moderada entre la variable y la dimensión mencionada.

3.3. Descripción de resultados

3.3.1. Tablas cruzadas de variables y dimensiones

Tabla 16

Calidad y Exportación de servicio

		Calidad			Total	
		Regular	Bueno	Muy Bueno		
Exportación de Servicios	Regular	Recuento	21	0	0	21
		% del total	10.3%	0.0%	0.0%	10.3%
	Bueno	Recuento	13	97	7	117
		% del total	6.4%	47.5%	3.4%	57.4%
	Muy Bueno	Recuento	0	41	25	66
		% del total	0.0%	20.1%	12.3%	32.4%
Total	Recuento	34	138	32	204	
	% del total	16.7%	67.6%	15.7%	100.0%	

Nota: Elaboración propia

Interpretación

En la tabla 16 se puede observar que cuando los turistas de salud internacionales opinan que la calidad es regular, 10.3% de los encuestados opinan que la exportación de servicios es regular y buena en un 6.4%; cuando la calidad es buena, los encuestados consideran que la exportación de servicios es buena en un 47.5% y muy buena en un 20.1%; asimismo, los encuestados consideran un 12.3% muy bueno para ambas variables como la Calidad y la Exportación de servicios.

Tabla 17

Satisfacción al cliente y Exportación de servicio

		Satisfacción al Cliente				
			Regular	Bueno	Muy Bueno	Total
Exportación de Servicios	Regular	Recuento	4	17	0	21
		% del total	2.0%	8.3%	0.0%	10.3%
	Bueno	Recuento	9	87	21	117
		% del total	4.4%	42.6%	10.3%	57.4%
	Muy Bueno	Recuento	7	1	58	66
		% del total	3.4%	0.5%	28.4%	32.4%
Total	Recuento	20	105	79	204	
	% del total	9.8%	51.5%	38.7%	100.0%	

Nota: Elaboración propia

Interpretación

Según la tabla 17, se puede observar que cuando los turistas de salud internacionales opinan que la satisfacción del cliente es regular, 2.0% de los encuestados opinan que la exportación de servicios es regular y buena en un 4.4%; por otro lado, cuando la satisfacción del cliente es buena, se presenta una dispersión en la opinión de los encuestados, quienes consideran que la exportación de servicios es regular en un 8.3%, buena en un 42.6% y muy buena en un 0.5%; por último, los encuestados consideran un 32.4% muy buena para la dimensión satisfacción del cliente y la variable posicionamiento.

Tabla 18

Eficacia en el servicio y Exportación de servicio

		Eficacia en el Servicio				
			Regular	Bueno	Muy Bueno	Total
Exportación de Servicios	Regular	Recuento	21	0	0	21
		% del total	10.3%	0.0%	0.0%	10.3%
	Bueno	Recuento	31	64	22	117
		% del total	15.2%	31.4%	10.8%	57.4%
	Muy Bueno	Recuento	0	45	21	66
		% del total	0.0%	22.1%	10.3%	32.4%
Total	Recuento	52	109	43	204	
	% del total	25.5%	53.4%	21.1%	100.0%	

Nota: Elaboración propia

Interpretación

Según la tabla 18, se puede observar que cuando los turistas de salud opinan que la eficacia en el servicio es regular, la exportación de servicios es regular en un 10.3% y buena en un 15.2%; cuando la eficacia en el servicio es buena, indican que la exportación de servicios es muy buena en un 22.1%, finalmente, los encuestados consideran que un 32.4% muy buena para la eficacia en el servicio y la exportación de Servicios.

Tabla 19

Competitividad profesional y Exportación de servicio

		Competitividad profesional				
			Regular	Bueno	Muy Bueno	Total
Exportación de Servicios	Regular	Recuento	21	0	0	21
		% del total	10.3%	0.0%	0.0%	10.3%
	Bueno	Recuento	10	100	7	117
		% del total	4.9%	49.0%	3.4%	57.4%
	Muy Bueno	Recuento	0	41	25	66
		% del total	0.0%	20.1%	12.3%	32.4%
Total		Recuento	31	141	32	204
		% del total	15.2%	69.1%	15.7%	100.0%

Nota: Elaboración propia

Interpretación

Según la tabla 19, se puede observar que cuando los turistas de salud opinan que la competitividad profesional es regular, la exportación de servicios es regular en un 10.3% y buena en un 4.9%; cuando la competitividad profesional es buena, los encuestados consideran que la exportación de servicios es muy buena en un 20.1%. Finalmente, los encuestados consideran un 12.3% muy buena para la competitividad profesional y la exportación de servicios.

Calidad y exportación de servicios de salud

- Calidad en los servicios de salud

Tabla 20

Calidad de servicio de salud

		Calidad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	34	16.7	16.7	16.7
	Bueno	138	67.6	67.6	84.3
	Muy Bueno	32	15.7	15.7	100.0
	Total	204	100.0	100.0	

Nota: Elaboración propia

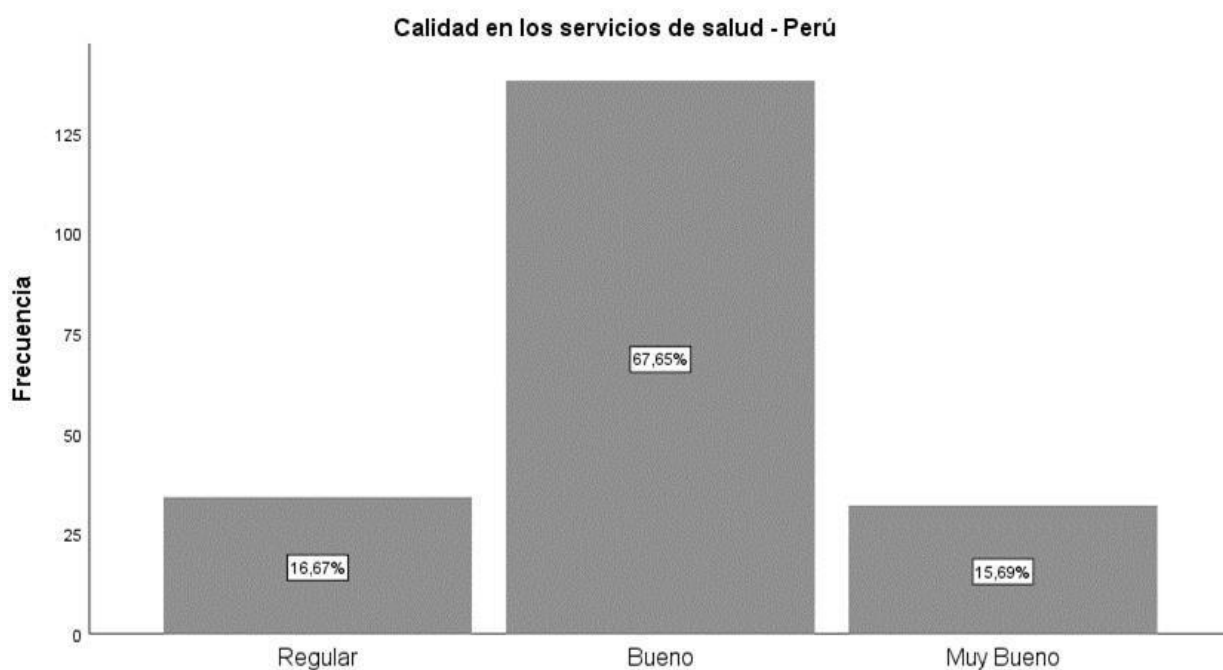


Figura 1: Nivel de calidad percibida por los turistas de salud – Lima 2018.

Interpretación

Según la figura 1, podemos indicar que, del total de encuestados, un 67.65% considera que la calidad es buena; así como también, un 15.69%, lo considera muy buena, por lo que se puede concluir que la calidad es considerada buena y muy buena en un 83.34% y regular en un 16.67%.

- Exportación de servicios de salud

Tabla 21

Exportación de servicios

Exportación de Servicios					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	21	10.3	10.3	10.3
	Bueno	117	57.4	57.4	67.6
	Muy Bueno	66	32.4	32.4	100.0
	Total	204	100.0	100.0	

Nota: Elaboración propia

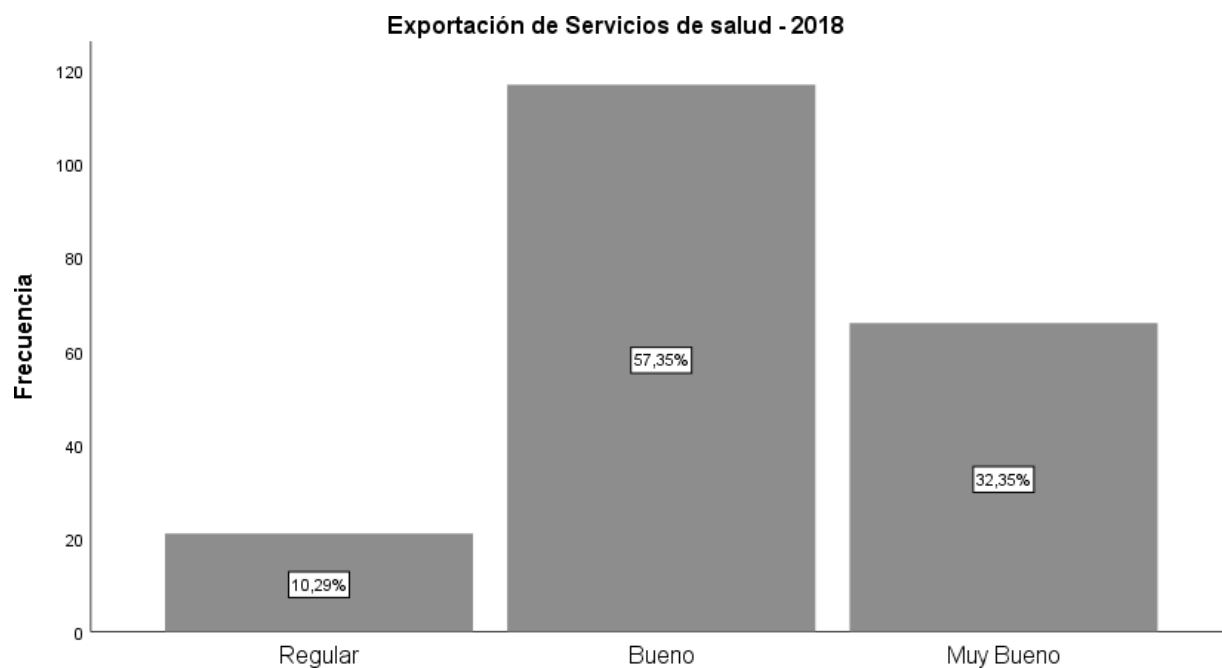


Figura 2: Nivel de crecimiento en las exportaciones de servicios de salud – Lima 2018.

Interpretación

Según la figura 2, podemos indicar que, del total de encuestados, un 57.35% considera buena la exportación de servicios; así como también, un 32.35%, lo considera muy buena, por lo que se puede concluir que la exportación de servicios es considerada buena y muy buena en un 89.70% y regular en un 10.29%.

Aspectos demográficos

Según los resultados de la encuesta que se realizó a 204 turistas de salud en las principales clínicas acreditadas internacionalmente en Lima Metropolitana 2018, obtuvimos los siguientes datos estadísticos:

- Turistas de salud, agrupación por género

Tabla 22

Turistas de salud / Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	112	54.9	54.9	54.9
	Masculino	92	45.1	45.1	100.0
	Total	204	100.0	100.0	

Nota: Elaboración propia

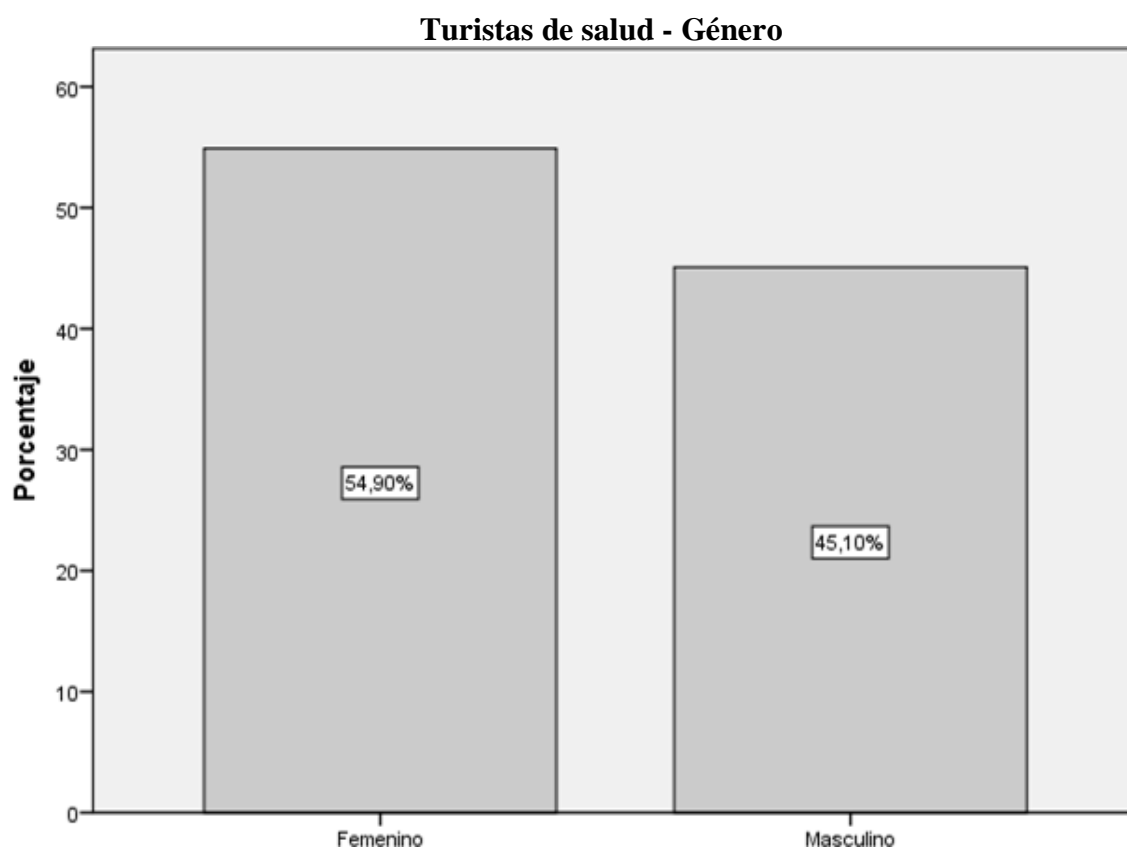


Figura 3: Turistas de salud de Lima metropolitana, agrupación por género.

Interpretación

Según los datos de la encuesta que se realizó a 204 turistas, en el gráfico se observa que el 54.9% de la muestra total son mujeres que vienen a la ciudad de Lima en búsqueda de tratamientos médicos y solo el 45.10% son varones que vienen a nuestra ciudad por el mismo propósito.

- Turistas de salud, agrupación por nacionalidad

Tabla 23

Turistas de salud / Nacionalidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Argentina	9	4.4	4.4	4.4
	Canadá	18	8.8	8.8	13.2
	Chile	40	19.6	19.6	32.8
	Colombia	20	9.8	9.8	42.6
	Ecuador	24	11.8	11.8	54.4
	España	21	10.3	10.3	64.7
	México	23	11.3	11.3	76.0
	Reino Unido	8	3.9	3.9	79.9
	USA	41	20.1	20.1	100.0
	Total	204	100.0	100.0	

Nota: Elaboración propia

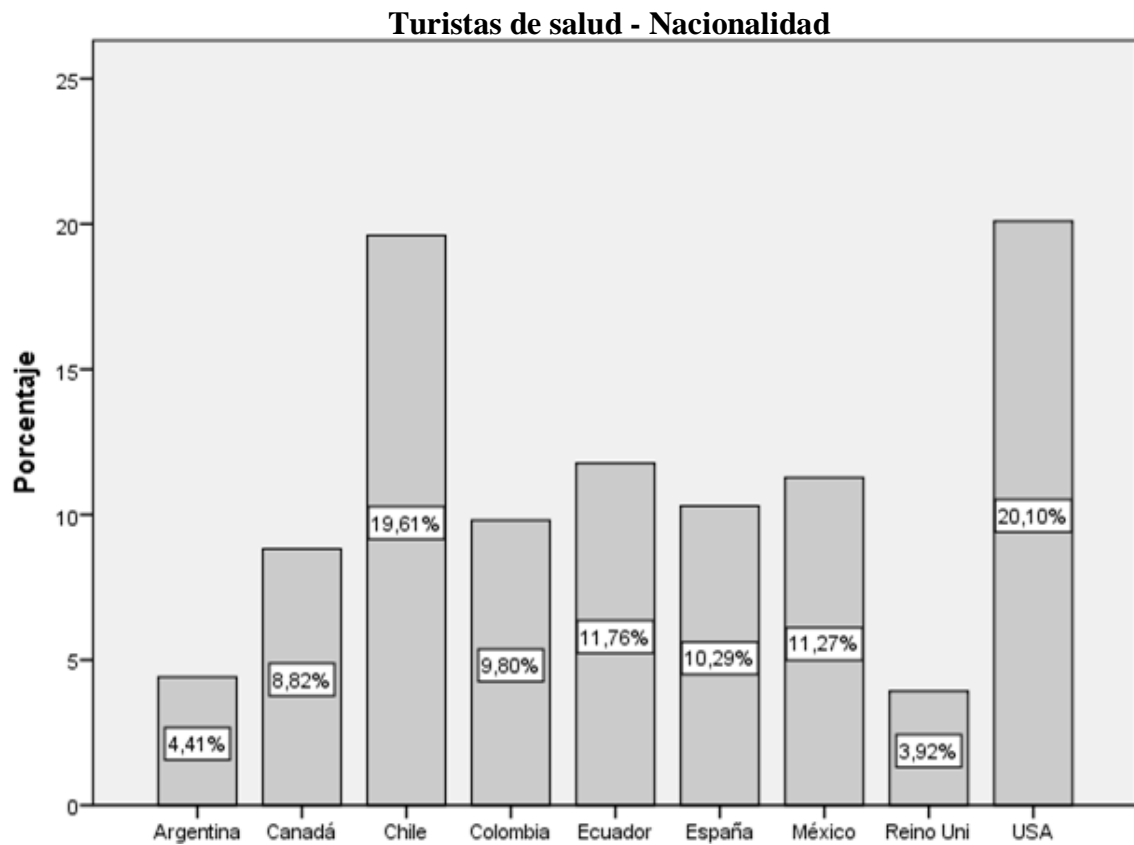


Figura 4: Turistas de salud, agrupación por nacionalidad.

Interpretación

Según los datos de la encuesta que se realizó, en el gráfico se observa que entre la nacionalidad de los turistas que más visitan Lima metropolitana por motivo de tratamientos de salud está Estados Unidos con un 20,10%, seguido por Chile con un 19,61% y entre los países que menos frecuentan la ciudad de Lima por este motivo esta Reino Unido con un porcentaje de 3,92%.

- Turistas de salud, agrupación por especialidades médicas

Tabla 24

Turistas de salud / Especialidades médicas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Cardiología	27	13.2	13.2	13.2
Cirugía plástica	66	32.4	32.4	45.6
Fertilidad	23	11.3	11.3	56.9
Odontología	60	29.4	29.4	86.3
Oftalmología	28	13.7	13.7	100.0
Total	204	100.0	100.0	

Nota: Elaboración propia

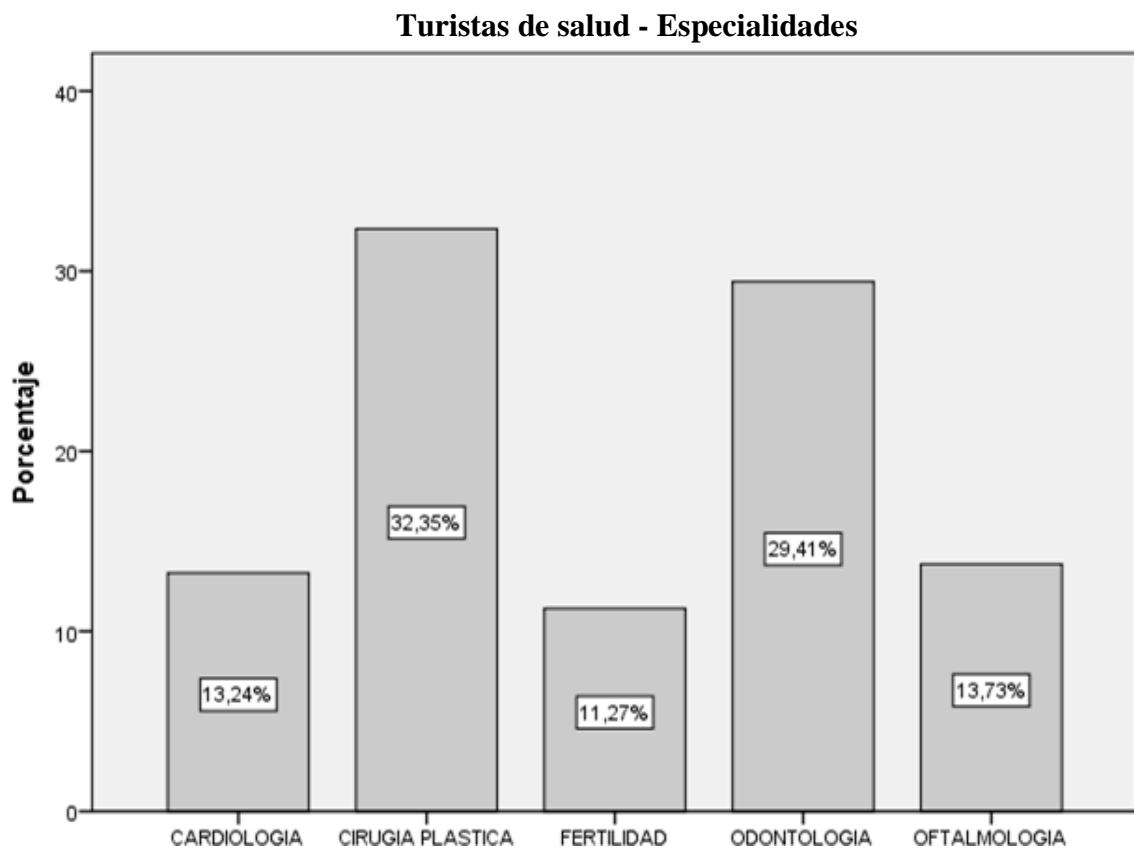


Figura 5: Turistas de salud, agrupación por especialidades

Interpretación

Según los datos de la encuesta, el gráfico muestra que la especialidad con más demanda por parte de los turistas de salud es cirugía plástica con un porcentaje del 32.35%, mientras que la especialidad que muestra una menor demanda es fertilidad con un 11.27%.

- Turistas de salud, agrupación por categorías

Tabla 25

Turistas de salud / Categorías

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medicina curativa	89	43.6	43.6	43.6
	Medicina estética	115	56.4	56.4	100.0
	Total	204	100.0	100.0	

Nota: Elaboración propia

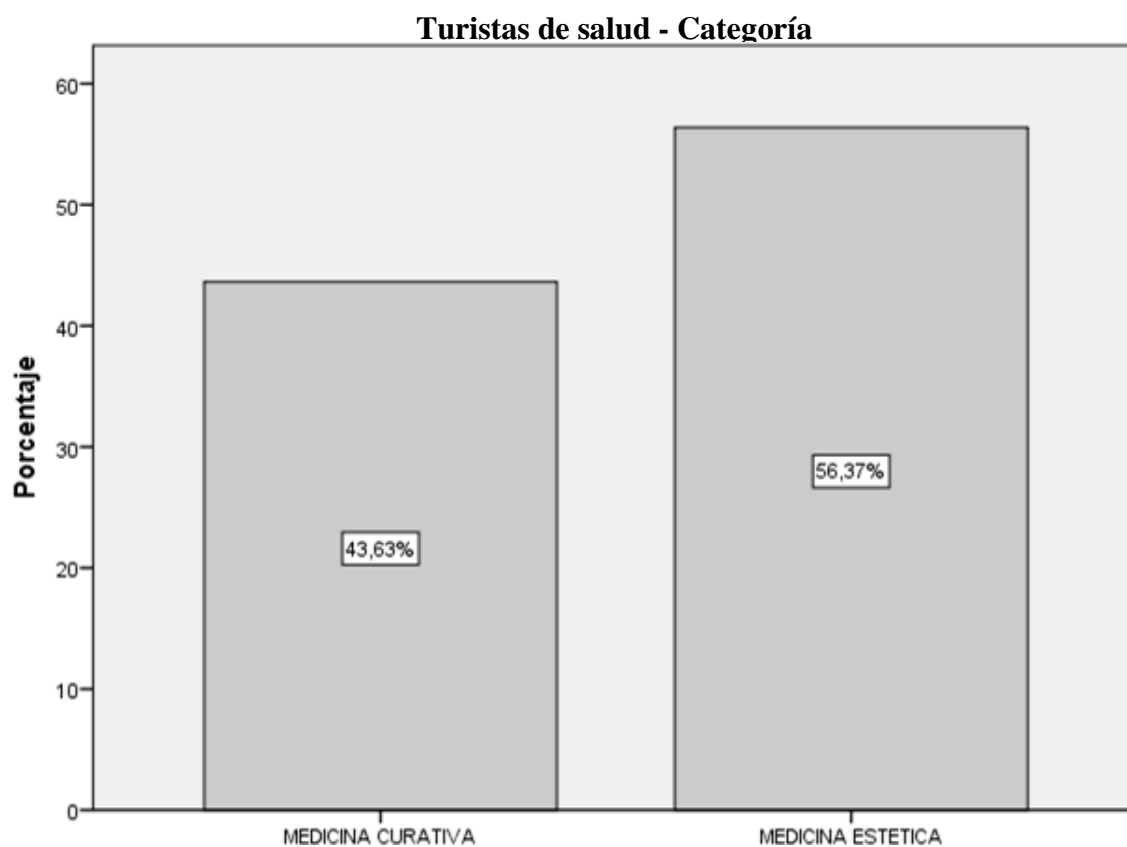


Figura 6: Turistas de salud, agrupación por categoría.

Interpretación

Según los datos de la encuesta, el gráfico muestra que la categoría mas recurrente es medicina estética con un 56.37% seguido de medicina curativa con un 43.63% equivalente a 89 personas.

IV. DISCUSIÓN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la calidad y la exportación de los servicios de salud en Lima metropolitana – 2018, así mismo se busca determinar la relación existente entre las dimensiones de la variable calidad, satisfacción al cliente, eficacia en el servicio y competitividad profesional, con la variable Exportación de servicios.

Los datos obtenidos son válidos, pues los instrumentos fueron sometidos a juicio de expertos a través de la V de Aiken alcanzando la variable calidad un porcentaje de 85% y la variable Exportación de servicios un porcentaje de 84% la cual nos indica que los instrumentos son válidos. Por otro lado, se realizó una prueba piloto a 25 turistas para verificar la confiabilidad del instrumento a través del Alfa de Cronbach, del cual para la variable Calidad se obtuvo el resultado de 0.883 y para la variable exportación de servicios de 0.906. Adicional a ello, al momento de realizar la encuesta ocurrieron algunos inconvenientes como que los turistas no completaron en su totalidad la encuesta en un 63.55%, la cual se considera como datos no válidos, debido al rechazo por parte de los turistas de salud al momento de llenar la encuesta, ya que este posee una cantidad considerable de preguntas que requería de tiempo para su llenado, para lo cual se tuvo que convencer a las personas pues dicha encuesta no era parte de los procedimientos de las clínicas.

Cabe resaltar que los resultados obtenidos en la presente investigación, se podría aplicar a las clínicas que posean la misma realidad problemática, ya sea pública o privada; pero se debe tener en cuenta que los resultados no podrían generalizarse debido al tamaño de la muestra que no siempre es igual en todas las investigaciones, a la opinión de los pacientes extranjeros y la percepción de los mismos, ocasionando así un contexto diferente para la calidad y la exportación de servicios.

Se planteó la hipótesis de que existe relación entre la calidad y la exportación de servicios de salud en Lima metropolitana en el periodo 2018. Los resultados del estudio mostraron que existe una relación significativa entre ambas, para lo cual cuando la calidad en los servicios de salud es buena, las exportaciones de los mismos incrementa en un 47.5%, en concordancia con lo que plantea Bustamante y Villena (2017) asimismo, mostraron que un 35% de los turistas de salud, provienen de Estados Unidos y en su mayoría son de habla

hispana o de parientes peruanos para lo cual fue comprobado teniendo como resultado un 20.1% turista de salud proveniente de dicho país.

Los resultados también mostraron que el aumento de personal de salud de calidad, y la capacitación que se les brinda a los mismos en las clínicas donde laboran, permite que puedan desarrollarse y mejorar la atención con los pacientes extranjeros, a diferencia de Ramírez (2016) quien indica que es necesario incluir programas más estrictos de capacitación en cuanto a idioma, certificaciones internacionales y en lo social la inseguridad ciudadana.

Los resultados mostraron que la satisfacción al cliente es un factor determinante dentro de la exportación de servicios de salud en Lima metropolitana siguiendo a Castaño(2014), el cual indico que mientras los factores que influyen en la satisfacción al cliente sean mejorados e innovados generan mayor demanda y posicionamiento por parte de los turistas extranjeros. Queda claro que la apreciación de los pacientes foráneos suele cambiar antes y después de haber visitado la ciudad de su interés. Lo que consiente que podamos ratificar si las estrategias trazadas han sido bien encaminadas, Castaño (2014).

Los resultados mostraron que la eficacia en el servicio influye en el aumento de las exportaciones de servicios de salud en Lima metropolitana al igual que Rivera (2016) que nos brinda un modelo para optimizar la gestión de las empresas prestadoras de servicios de salud. La metodología brindada por Alexander Osterwasder detalla el desarrollo de nueve bloques para su descripción: propuesta de valor, comunicación, canales de distribución, estructura de costos, segmentación de clientes, red de aliados, fuentes de ingreso, recursos clave, tipo de relaciones con los clientes y actividades clave Rivera (2016).

Los resultados mostraron que la competitividad profesional determina el acrecentamiento de la exportación de servicios de salud en Lima Metropolitana de acuerdo con Arias, Caraballo y Muñoz (2016) que nos indican que es necesario la capacitación por parte del personal de salud ya que existen barreras que paralizan el desarrollo de la actividad son: la insuficiente infraestructura sanitaria, la escasez de personal médico, el aumento de la demanda del servicio y el poco dominio del idioma extranjero por parte del personal médico.

V. CONCLUSIONES

Dado los resultados de la presente investigación, en base a las respuestas recopiladas de los turistas de salud extranjeros de Lima Metropolitana, se obtuvieron las siguientes conclusiones:

1. La investigación determinó que existe una correlación positiva moderada de ($Rho = 0.629$ Sig. (bilateral) = 0,000) entre las variables Calidad y Exportación de servicios. Por lo tanto, al observar los datos de significancia y correlación, se concluye que no se rechaza la hipótesis general, afirmando que ambas variables poseen una relación significativa.
2. La investigación determinó que existe una correlación positiva moderada de ($Rho = 0.590$ Sig. (bilateral) = 0,000) entre la variable Exportación de servicios y la dimensión Satisfacción al cliente. Por lo tanto, al observar los datos de significancia y correlación, se concluye que la satisfacción del cliente influye en el incremento de la exportación de servicios de salud.
3. La investigación determinó que existe una correlación positiva moderada de ($Rho = 0.501$ Sig. (bilateral) = 0,000) entre la variable Exportación de servicios y la dimensión Eficacia en el servicio. Por lo tanto, al observar los datos de significancia y correlación, se concluye que la eficacia en el servicio influye en el incremento de la exportación de servicios de salud.
4. La investigación determinó que existe una correlación positiva moderada de ($Rho = 0.631$ Sig. (bilateral) = 0,000) entre la variable Exportación de servicios y la dimensión competitividad profesional. Por lo tanto, al observar los datos de significancia y correlación, se concluye que la competitividad profesional influye en el incremento de la exportación de servicios de salud.

VI. RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta las conclusiones de la presente investigación, se plantea las siguientes recomendaciones con la intención de mejorar la gestión y promoción de la calidad y exportación de servicios de salud en Lima metropolitana frente a los turistas extranjeros que visitan nuestra ciudad en busca de servicios de calidad.

Se ha evidenciado una relación positiva moderada entre la variable calidad y exportación de servicios de salud en Lima metropolitana – 2018. Sin embargo, se recomienda que las clínicas peruanas que se dedican a la atención tanto de pacientes nacionales como internacionales busquen la acreditación internacional como JCI y ACI para optimar aún más la calidad de sus servicios y con ello lograr aumentar el índice de turistas de salud en el Perú.

Se ha evidenciado una relación positiva moderada entre la satisfacción al cliente y la exportación de servicios de salud en Lima metropolitana – 2018. Sin embargo, se recomienda la asociación con empresas que complementen su servicio tales como hoteles, agencias de viaje, restaurantes, agencias de turismo, entre otras, pues de esa manera se fomenta no solo el sector salud, sino también otros sectores, pues el turista al llegar a Lima requiere de un tiempo prudente para su consulta, procedimiento y recuperación, la cual puede aprovechar para realizar otras actividades y de esta manera crear un paquete turístico que incluya la atención médica, de la misma forma incluir a las compañías de seguro para garantizar la protección del paciente durante su estadía en nuestro país.

Se ha evidenciado una relación positiva moderada entre la eficacia en el servicio y la exportación de servicios de salud en Lima metropolitana – 2018. Sin embargo se recomienda que el colegio médico del Perú brinde información detallada acerca de los médicos colegiados y su lugar de trabajo para evitar cualquier incidente con los no residentes, por otro lado, por otro lado las páginas web de las clínicas que son accesibles para el público en general, deben tener acceso al cambio de idioma, ya que en su mayoría los extranjeros que vienen a Lima a recibir tratamiento médico son de Estados Unidos y por ende en su mayoría hablan el idioma inglés.

Se ha evidenciado una relación positiva moderada entre la competitividad profesional y la exportación de servicios de salud en Lima metropolitana – 2018. Sin embargo, se recomienda a los profesionales de la salud la constante capacitación tanto en temas relacionadas a su carrera como también a la ampliación de sus capacidades, y a la preparación que necesiten acorde a las nuevas exigencias del mercado entre ellos el estudio

de idiomas extranjeros que le ayudaran a enriquecer la atención que tengan con los turistas que requieran de sus servicios.

Finalmente, se recomienda la realización de más estudios acerca de este tema, pues actualmente se evidencia poca presencia de investigaciones relacionadas con la exportación de servicios de salud, así mismo abarcar otras categorías las cuales no fueron utilizadas en esta investigación.

VII. REFERENCIAS

- Arias, F., Caraballo, A., & Muñoz, J. (2016). *El turismo médico en Cartagena: “oferta y barreras”*. Obtenido de http://ojs.uac.edu.co/index.php/dimension-empresarial/article/view/457/pdf_37
- Auna Clínica Delgado. (s.f.). *Auna Clínica Delgado*. Obtenido de <https://clinicadelgado.pe/>
- Ballestrini, M. (2006). *Como se elabora el proyecto de investigación*. Caracas: BL Consultores Asociados.
- Banco Mundial. (s.f.). *Exportaciones de mercaderías (US\$ a precios actuales)*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/indicador/TX.VAL.MRCH.CD.WT?end=2017&start=2012>
- Banco Mundial. (s.f.). *Exportaciones de servicios (balanza de pagos, US\$ a precios actuales)*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/indicador/BX.GSR.NFSV.CD>
- Bernal, A. (2010). *Metodología de la investigación* (3ª ed.). Colombia: Pearson.
- Bustamante, E., & Villena, J. (2017). *Análisis de las exportaciones de servicios del sector salud en la Región Lambayeque 2012-2015*. Obtenido de <http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/1457/BC-TES-TMP-291.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Calero, P. (2015). *Turismo médico: mecanismo para aumentar la fuente de divisas en Ecuador*. Obtenido de <http://retos.mes.edu.cu/index.php/retos/article/view/153/142>
- Castaño, M. (2014). *Turismo en salud: resultados de la sistematización y análisis de las encuestas de satisfacción aplicadas a pacientes extranjeros atendidos en una clínica de Medellín*. Obtenido de <http://revistas.elpoli.edu.co/index.php/int/article/view/226/194>
- Clinic Cloud. (2015). *Cuáles son los 10 mejores hospitales del mundo*. Obtenido de <https://clinic-cloud.com/blog/los-10-mejores-hospitales-del-mundo-cuales-son/>

- Clínica Anglo Americana. (s.f.). *Clínica Anglo Americana*. Obtenido de <https://www.clinicaangloamericana.pe/>
- Clínica Internacional. (s.f.). *Clínica Internacional*. Obtenido de <https://www.clinicainternacional.com.pe/>
- Clínica San Pablo. (s.f.). *Clínica San pablo*. Obtenido de <http://www.sanpablo.com.pe/>
- Colegio Médico del Perú. (s.f.). *Lista de médicos colegiados*. Obtenido de <http://cmp.org.pe/conoce-a-tu-medico/>
- Cordero, M. (2016). *El comercio de bienes y servicios en Centroamérica 2016*. México: Naciones Unidas.
- Daniels, J., Radebaugh, L., & Sullivan, D. (2013). *Negocios Internacionales*. México: Pearson.
- De la Puente, M. (2017). *Turismo médico comparado en Colombia y Singapur: estudio sectorial y perspectivas de desarrollo*. Obtenido de <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/derecho/article/view/8236/9766>
- Diario Médico. (28 de Febrero de 2017). *La Clínica Delgado obtuvo una acreditación internacional por parte de Accreditation Canada International (ACI)*. Obtenido de <http://www.diariomedico.pe/?p=10443>
- El Comercio. (10 de junio de 2018). *Turismo de salud en Perú genera unos US\$120 millones al año*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/peru/turismo-salud-peru-genera-us-120-millones-ano-noticia-526683>
- El Universo. (10 de marzo de 2017). *El turismo médico, presente en feria mundial en Berlín*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2017/03/10/nota/6082198/turismo-medico-presente-feria-mundial-berlin>
- Forellat, M. (2014). *Calidad en los servicios de salud: un reto ineludible*. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/hih/v30n2/hih11214.pdf>

- Fraser, K., Watanabe, C., & Hvolby, H. (2013). Commitment to service quality in automotive dealerships: results from an Australian pilot study [Compromiso con la calidad del servicio en los concesionarios automotrices: resultados de un estudio piloto australiano]. *Journal of services research*, 13(1), 7-29.
- García, C. A. (Diciembre de 2017). *Turismo en salud: ¿una forma de*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/695/69553551006.pdf>
- Gavlovyh, N. (2017). *La calidad de los servicios de traducción e interpretación médico – en el contexto del turismo de salud en el área de la comunidad valenciana*. Obtenido de http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/168019/TFM_2017_Gavlovyh%20_Nina.pdf?sequence=1
- Gestión. (19 de octubre de 2014). *Más de 100,000 chilenos han cruzado la frontera para atenderse en hospital de Tacna*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/100-000-chilenos-han-cruzado-frontera-atenderse-hospital-tacna-77577>
- Gestión. (14 de enero de 2015). *Cirugía plástica, odontología y oftalmología son los servicios más demandados por turistas*. Obtenido de <https://gestion.pe/tendencias/cirugia-plastica-odontologia-oftalmologia-son-servicios-demandados-turistas-72648>
- Gestión. (11 de agosto de 2017). *Estas son algunas trabas que afronta el sistema de salud peruano*. Obtenido de <https://gestion.pe/panelg/estas-son-algunas-trabas-que-afronta-sistema-salud-peruano-2197440>
- Giorgadze, N. (2015). *Turismo de salud*. Obtenido de <http://digibuo.uniovi.es/dspace/handle/10651/31305>
- Gracia, M. (2016). *El turismo de salud en el estado de Hidalgo, México. Propuestas para consolidarlo*. Obtenido de <http://ojs.revistaturismoypatrimonio.com/index.php/typ/article/view/15/8>

- Haro, P. (2017). *Demanda Turística potencial para realizar talasoterapia como alternativa de turismo de salud en la playa La Ramada distrito de Salaverry*. Obtenido de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/10014>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). México D.F.: McGraw-Hill.
- Hospital de especialidades Teodoro Maldonado Carbo. (s.f.). *Acreditación Canada*. Obtenido de <https://www.htmc.gob.ec/index.php/seguridad-paciente/acreditacion-canada>
- IT/USERS. (01 de Marzo de 2017). *Clínica Delgado recibe acreditación Platino por parte de ACI*. Obtenido de <https://itusers.today/clinica-delgado-recibe-acreditacion-platino-parte-aci/>
- I-Tip Services. (2018). *Estadísticas [Datos]*. Obtenido de <https://i-tip.wto.org/services/Search.aspx>
- Izaguirre, M., Reátegui, L., & Mori, H. (2014). *Calidad y marketing de los servicios de salud*. Lima: Asociación Grafica Educativa.
- Joint Commission International. (s.f.). *JCI-Accredited Organizations*. Obtenido de <https://www.jointcommissioninternational.org/about-jci/jci-accredited-organizations/?c=Peru>
- Joint Commission International. (s.f.). *JCI-Accredited Organizations [Organizaciones acreditadas JCI]*. Obtenido de <https://www.jointcommissioninternational.org/about-jci/jci-accredited-organizations/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing* (8º ed.). México: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management [Dirección de Marketing]*. Reino Unido: Pearson.
- La República. (15 de agosto de 2017). *Clínica obtiene la acreditación más exigente del mundo en salud*. Obtenido de <https://larepublica.pe/salud/1074402-clinica-obtiene-la-acreditacion-mas-exigente-del-mundo-en-salud>

- Maldonado, C., Gonzáles, A., Varón, J., Forero, D., & Hernández, R. (2016). *Plan de marketing de turismo de salud y bienestar en Colombia*. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/9040/MALDONADO_GONZALES_MARKETING_COLOMBIA.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Medigo. (2018). *Clínicas y hospitales en Tailandia*. Obtenido de <https://www.medigo.com/es/all/all/all/tailandia>
- Mejía, B., & Álvarez, F. (2012). *Auditoría médica para la garantía de calidad en salud [Reimpresión]*. Bogotá: Ecoe.
- Montero, N., Muñoz, D., & Bermúdez, D. (2016). *Turismo médico: estrategia de desarrollo para el sector de cirujanos dentistas en Baja California*. Obtenido de <https://www.riico.net/index.php/riico/article/view/1355/1025>
- Muñoz, E. (2018). *Internacionalización de la oferta peruana de servicios*. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/Plan%20de%20Exportaci%C3%B3n%20de%20Servicios%202018.pdf>
- Organización Mundial del Comercio. (1995). *Acuerdo general sobre el comercio de servicios*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/docs_s/legal_s/26-gats.pdf
- Organización Mundial del Comercio. (2017). *Examen estadístico del comercio mundial 2017*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/wts2017_s/wts2017_s.pdf
- Organización Mundial del Comercio. (s.f.). *El acuerdo general sobre el comercio de servicios (AGCS): objetivos, alcance y disciplinas*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/gatsqa_s.htm
- Organización para la cooperación y desarrollo económico. (2018). *Comercio de servicios*. Obtenido de <https://data.oecd.org/trade/trade-in-services.htm>
- Ortegón, A., Eraso, A., Salamanca, J., & Carreño, G. (2017). *Aplicación de la metodología clúster para la creación de una IPS especializada en la realización de cirugías estéticas para pacientes extranjeros y fomentar el turismo médico estético*. Obtenido de

<http://repository.usergioarboleda.edu.co/bitstream/handle/11232/974/Aplicacion%20de%20la%20metodologia%20cluster%20para%20la%20creacion%20de%20una%20IPS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ortíz, F., & García, M. (2012). *Metodología de la investigación: El proceso y sus técnicas*. México: Limusa S.A.

Pico, N., Stolik, O., & Gudín, Y. (2016). *Exportación de servicios de salud: experiencia de países*. La Habana: Centro de Investigación de Economía Internacional.

Procolombia. (s.f.). *Altos estándares de calidad y acreditaciones*. Obtenido de <http://www.procolombia.co/salud-colombia/industria-salud-colombia/altos-estandares-de-calidad-y-acreditaciones>

Promperú. (2016). *Guía: de orientación para la exportación de servicios en el marco de los acuerdos comerciales suscritos por el Perú*. Lima: Promperú.

Promperú. (2017). *Perfil del turista extranjero 2016*. Lima: Promperú.

Promperú. (s.f.). *Perfil del turista extranjero*. Obtenido de <https://promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/Publicaciones>

Ramírez, G., & Sauma, K. (2017). *Análisis de los efectos comerciales y económicos de la política cambiaria en las exportaciones e importaciones de la industria médica costarricense durante el periodo 2006 – 2014*. Obtenido de <http://repositorio.utn.ac.cr/bitstream/handle/123456789/74/An%C3%A1lisis%20de%20los%20efectos%20comerciales%20y%20econ%C3%B3micos%20de%20la%20pol%C3%ADtica%20cambiaria%20en%20las%20exportaciones%20e%20importaciones%20de%20la%20industria%20m%C3%A9dica%20co>

Ramírez, J. (2016). Análisis del turismo de salud en el área metropolitana de Bucaramanga con los países miembros de la Alianza del Pacífico. *Económicas CUC*, 37(2), 69-88. doi:10.17981/econcuc.37.2.2016.04

Revilla, H., Gonzáles, D., & Valenzuela, L. (2016). *Calidad de la atención de salud brindada en un servicio de rehabilitación integral de base comunitaria*. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/san/v20n3/san06203.pdf>

- Rivera, C. (2016). *Turismo médico: modelo de negocio para la red privada de prestadores de servicios de salud en la isla de San Andrés*. Obtenido de <http://bdigital.unal.edu.co/54973/1/40990529.2016.pdf>
- Smith, R., Martínez, M., & Chanda, R. (2011). Medical tourism: A review of the literature and analysis of a role for bi-lateral trade [Turismo médico: Una revisión de la literatura y análisis de un rol para el comercio bi-lateral]. *Health policy*, 103, 276-282. doi:10.1016/j.healthpol.2011.06.009
- Spain exchange. (s.f.). *Salud, Control de Enfermedades, Crimen y Seguridad en India*. Obtenido de <http://www.studycountry.com/es/guia-paises/IN-health.htm>
- Toledo, Y. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de la promoción de ventas en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro actividades de médicos y odontólogos del distrito de Huaraz*. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/855/PROMOCION_DE_VENTAS_ACTIVIDADES_DE_MEDICOS_TOLEDO_ESPINOZA_JOSELI_N.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Turismomedico.org. (s.f.). *Brasil despunta como destino de turismo médico*. Obtenido de <http://turismomedico.org/brasil-despunta-como-destino-de-turismo-medico/>
- Valencia, M. (2016). *Turismo en medicina estética: ventajas y desventajas para Bogotá, comparada con la oferta de Medellín*. Obtenido de <http://unimilitar-dspace.metabiblioteca.org/bitstream/10654/14308/3/ValenciaGarciaMonicaJulieth2016%20.pdf>
- Valenzuela, J. (2014). *La exportación de servicios de salud una oportunidad de la globalización. Caso: Colombia*. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada.
- Vilca, E. (2012). *Metodología de la investigación científica*. Perú: Punt.

ANEXOS

ANEXO N° 1 Exportación de mercancías, cifras mundiales, periodo 2013 – 2017

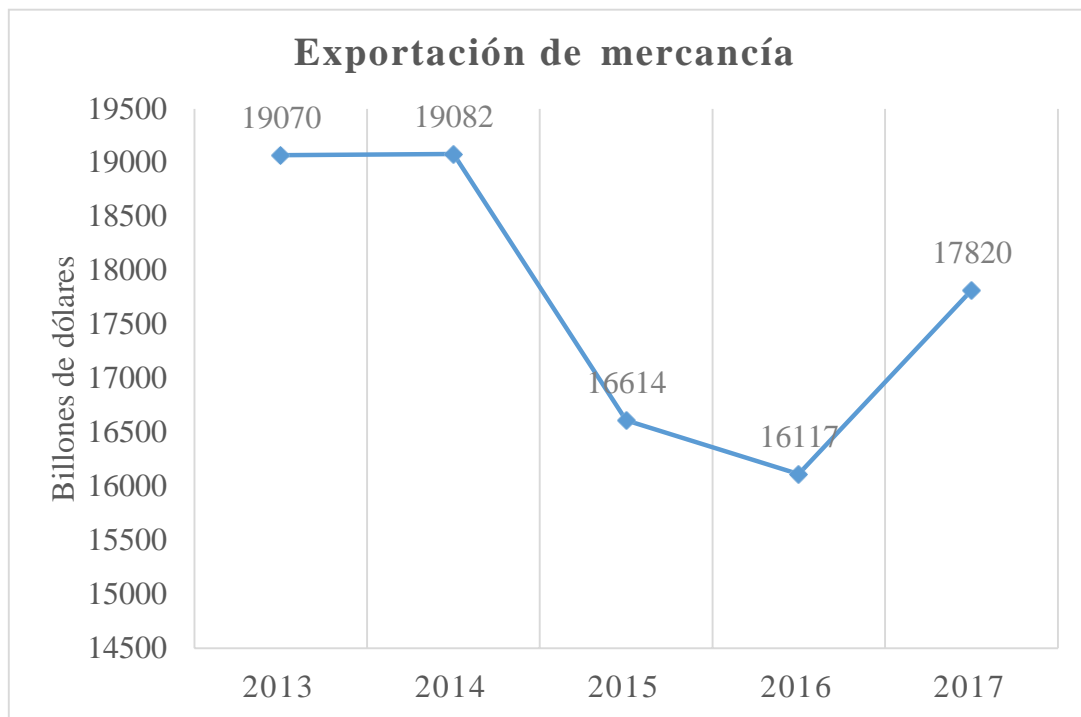


Figura 7: Exportación de mercancías, Banco Mundial, periodo 2013-2017

ANEXO N° 2 Exportación de servicios, cifras mundiales, periodo 2013 – 2017

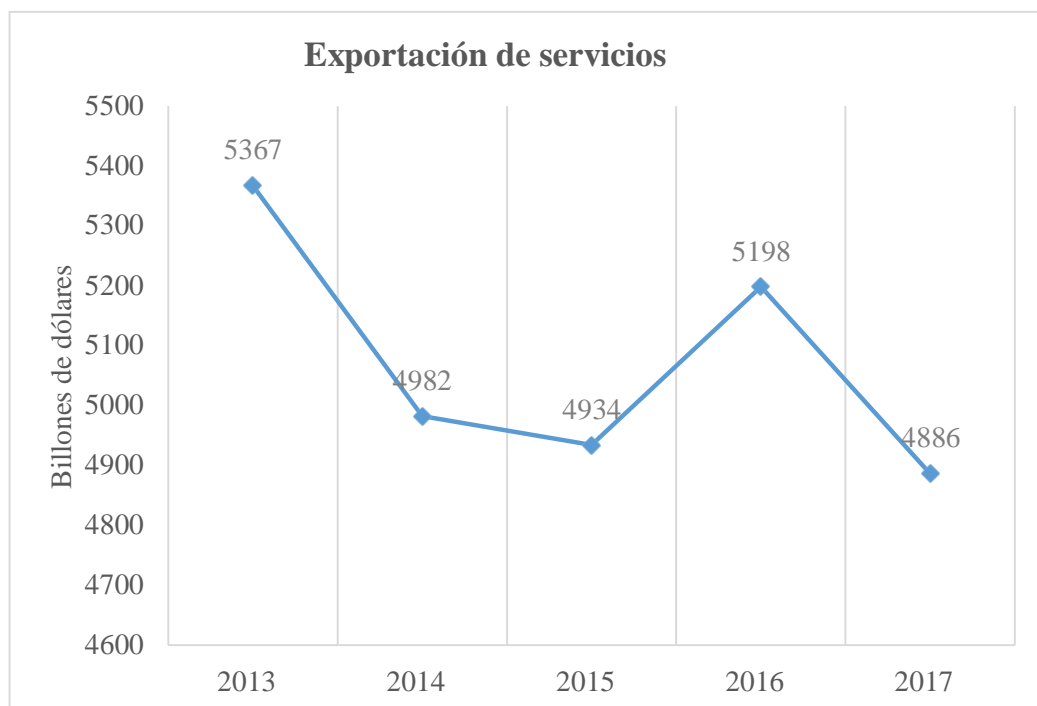


Figura 8: Exportación de servicios, Banco Mundial, periodo 2013-2017

ANEXO N° 3 Exportación de mercancías y servicios, cifras mundiales, año 2017.

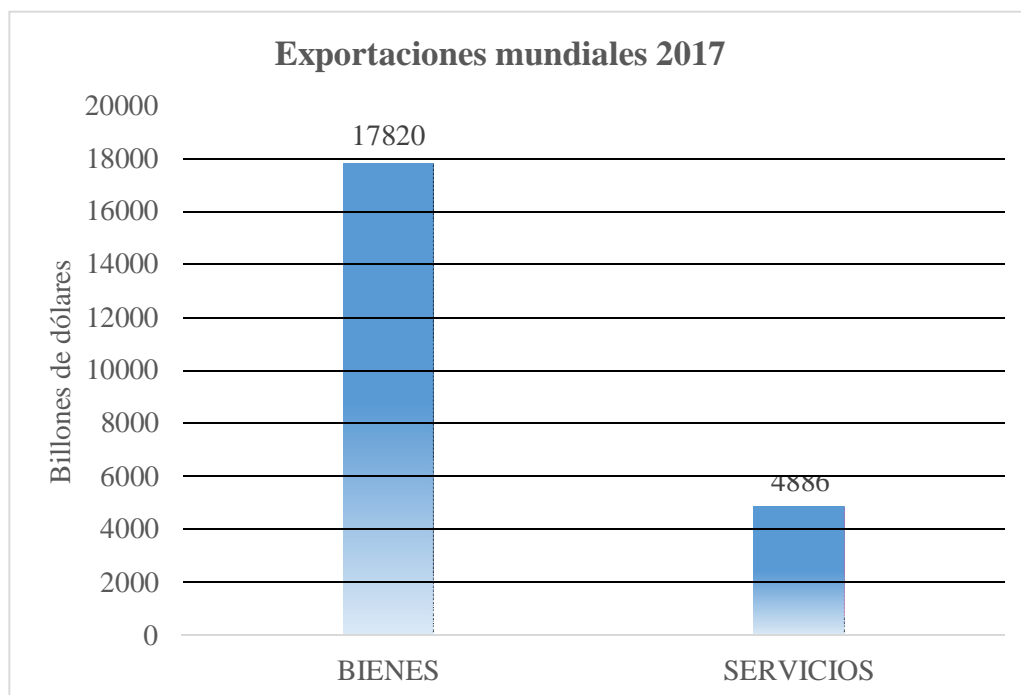


Figura 9: Exportación de mercancías y servicios, Banco Mundial, año 2017

ANEXO N° 4 Turistas extranjeros, cifra nacional, periodo 2013 - 2017.

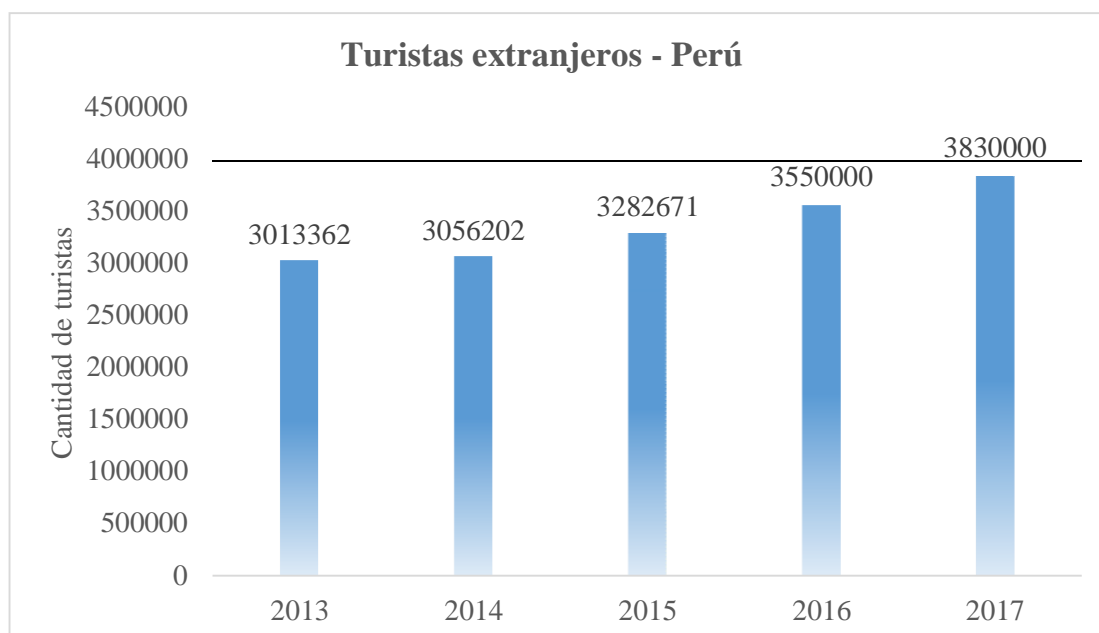


Figura 10: Turistas extranjeros, nivel nacional, Promperú, periodo 2013 – 2017.

ANEXO N° 5 Turistas de salud, cifra nacional, periodo 2013 - 2017.

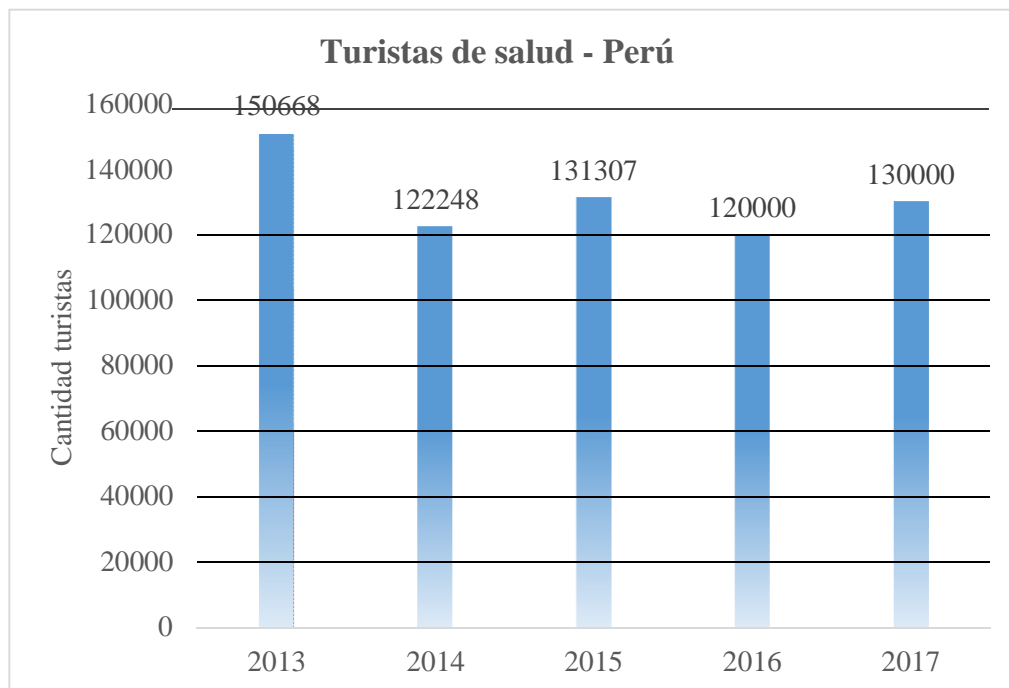


Figura 11: Turistas de salud, nivel nacional, Promperú, periodo 2013 – 2017.

ANEXO N° 6 Turistas extranjeros, Lima metropolitana, periodo 2013 - 2017.

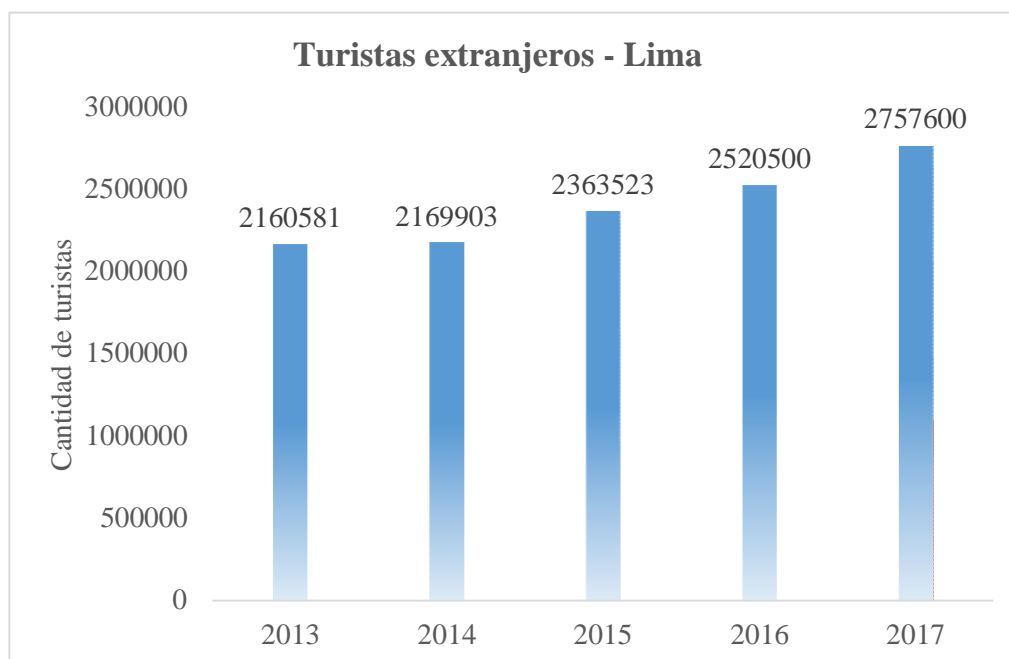


Figura 12: Turistas extranjeros, nivel Lima metropolitana, Promperú, periodo 2013 – 2017.

ANEXO N° 7 Turistas de salud, Lima metropolitana, periodo 2013 - 2017.

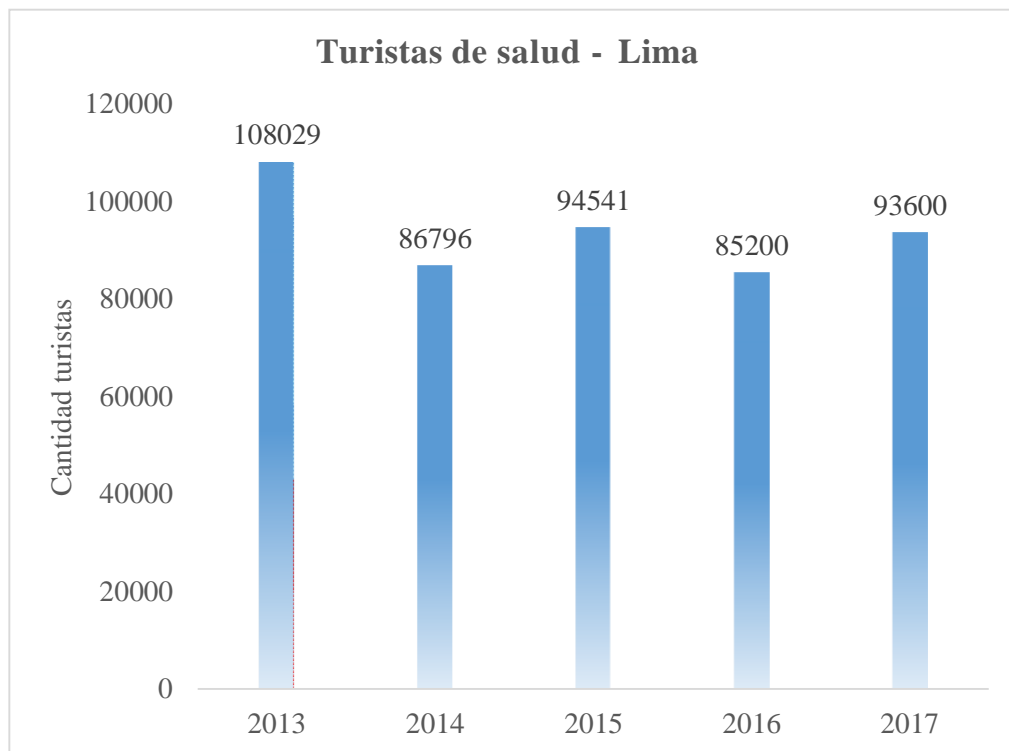


Figura 13: Turistas de salud, nivel Lima metropolitana, Promperú, periodo 2013 – 2017.

ANEXO N° 8 Cuadro Joint Commission International – Clínicas peruanas acreditadas

Tabla 26

Clínicas acreditadas / Joint Commission International

N°	NOMBRE DE LA CLINICA	RUC	FECHA DE ACREDITACION	SITIO WEB
1	Clínica Internacional S.A. - Sede Lima	20100054184	15 de Marzo 2014	https://www.clinicainternacional.com.pe/
2	Clínica Internacional S.A. - Sede San Borja	20100054184	21 de Marzo 2014	https://www.clinicainternacional.com.pe/
3	Clínica Anglo Americana (British American Hospital)	20107695584	23 de Febrero 2015	https://www.clinicaangloamericana.pe/
4	Clínica San Pablo SAC	20107463705	17 de Setiembre 2016	http://www.sanpablo.com.pe/
5	Clínica San Gabriel SAC	20505018509	06 de Julio 2018	http://www.clinicasangabriel.com.pe/
6	CLINICA JESUS DEL NORTE SAC	20517738701	06 de Octubre 2018	http://www.jesusdelnorte.com.pe/

Nota: Adaptado de JCI Accredited Organizations, Joint commission international, s.f.. Recuperado de: <https://www.jointcommissioninternational.org/about-jci/jci-accredited-organizations/?c=Peru>

ANEXO N° 9 Cuadro Accreditation Canada International

Tabla 27

Clínicas acreditadas / Accreditation Canada International

N°	NOMBRE DE LA CLINICA	RUC	AÑO DE ACREDITACIÓN	NIVEL DE ACREDITACIÓN	SITIO WEB
1	MEDIC SER S.A.C AUNA CLINICA DELGADO	20501781291	2017	PLATINO	https://clinicadelgado.pe/

Nota: Adaptado de Diario médico, 28 de Febrero 2017. Recuperado de: <http://www.diariomedico.pe/?p=10443>

ANEXO N° 10 Niveles de Accreditation Canada International (ACI)



Nivel Oro

Marca los elementos básicos y fundamentales de la calidad y seguridad.

Nivel Platino

Se concentra en el cuidado del usuario y en la consistencia de entrega del servicio.

Nivel Diamante

Se monitorean los resultados como evidencia de la implementación de recomendaciones para mejorar el servicio a los usuarios.

NIVEL ORO	NIVEL PLATINO
Higiene de manos	Transferencia de la información del paciente en los puntos de transición
Educación sobre la higiene de manos	Administración antimicrobiana
Verificación del paciente	Seguridad en relación con la heparina
Programa de mantenimiento preventivo	Medicamento de alto riesgo
Notificación de eventos adversos	Capacitación en bombas de infusión
Informes trimestrales de seguridad del paciente	Seguridad de narcóticos
El papel del paciente y la familia en materia de seguridad	Profilaxis con antibióticos durante la cirugía
Plan de seguridad del paciente	Cumplimiento de higiene de manos
Abreviaturas peligrosas	Prácticas seguras de inyección
Prácticas quirúrgicas seguras	Estrategia de prevención de caídas
Control de electrolitos concentrados	Evaluación de riesgo de seguridad en casa
Capacitación en seguridad del paciente	Prevención de úlceras por presión
Directrices para el control de infecciones	Prevención de suicidio
Reprocesamiento	Profilaxis de tromboembolia venosa
NIVEL DIAMANTE	
Análisis prospectivo relacionado con la seguridad del paciente	
Conciliación de la medicación como una prioridad estratégica	
Conciliación de la medicación al ingreso	
Tasas de infección	

Figura 14: Niveles de Accreditation Canada International (ACI)

ANEXO N° 11 Clínica Internacional

Tabla 28

Clínica Internacional

CLÍNICA INTERNACIONAL																
ACCESIBILIDAD	CLINICAS		MEDICENTROS		MALL											
SEDE LIMA METROPOLITANA	LIMA	SAN BORJA	SAN ISIDRO	COLMENA	MALL PLAZA BELLAVISTA	MALL PLAZA SANTA ANITA										
	SURCO	ONCOLOGIA DE MIRAFLORES														
SEDES A NIVEL NACIONAL	AMAZONAS	ANCASH	AREQUIPA	CALLAO	LA LIBERTAD	PIURA										
CONVENIOS	PACIFICO	RIMAC	MAPFRE	LA POSITIVA SEGUROS	SEMEFA	FEBAN	BCR (BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERU)	INTERBANK	LA PROTECTORA	PROTECTA	BNP PARIBAS CARDIF					
ESPECIALIDADES	CARDIOLOGIA	OFTALMOLOGIA	GINECOLOGIA	PEDIATRIA	TRAUMATOLOGIA	OTORRINOLARINGOLOGÍA	ODONTOLOGÍA	DERMATOLOGÍA	GASTROENTEROLOGÍA							

Nota: Adaptado de Clínica Internacional. Recuperado de: <https://www.clinicainternacional.com.pe/>

ANEXO N° 12 Clínica Anglo Americana

Tabla 29

Clínica Anglo Americana

CLÍNICA ANGLO AMERICANA											
ACCESIBILIDAD	CLINICAS										
SEDE LIMA METROPOLITANA	SAN ISIDRO		EDIFICIO DR. FLECK - SAN ISIDRO			LA MOLINA		 CLINICA ANGLO AMERICANA			
ATENCION DE PACIENTES EXTRANJEROS	SI		ASOCIACIONES INTERNACIONALES		INTERNATIONAL ASSOCIATION FOR MEDICAL ASSISTANCE TO TRAVELLERS						
CONVENIOS SEGUROS NACIONALES	LA POSITIVA SEGUROS			PACIFICO SEGUROS			MAPFRE			RIMAC	
CONVENIOS SEGUROS INTERNACIONALES	ADAC Schutzbrief Versicherungs-AG	Aetna Global Benefits (Md Abroad)	BMI Best Meridian Insurance Company	CanAssistance Service Des Reglements	Desjardins-Laurentienne e Life Assurance	Euro Center Holding SE	GEO BLUE GLOBAL CORE (Blue Cross Blue Shield) HTH	Healix International	International Medical Group	JI Accident (Mickey Tours)	ENTRE OTROS
ESPECIALIDADES	Alergia e Inmunología clínica	Odontología	Cardiología	Cirugía Bucal y Máxilo Facial	Fertilidad	Cirugía Cardiovascular, tórax y endovascular	Cirugía de cabeza y cuello	Oftalmología	Cirugía General y Oncológica	Cirugía plástica	ENTRE OTROS

Nota: Adaptado de Clínica Anglo Americana. Recuperado de: <https://www.clinicaangloamericana.pe/>

ANEXO N° 13 Clínica San Pablo

Tabla 30

Clínica San Pablo

CLÍNICA SAN PABLO											
ACCESIBILIDAD	CLINICAS										
SEDE LIMA METROPOLITANA	SURCO										
SEDES A NIVEL NACIONAL	HUARAZ					TRUJILLO					
ATENCION DE PACIENTES EXTRANJEROS	SI										
CONVENIOS	PACIFICO		RIMAC		MAPFRE			LA POSITIVA SEGUROS		ARANWA HOTELS & RESORT AND SPAS	
CONVENIOS INTERNACIONALES	BEST DOCTORS	PASSAGE	NORWEGIAN CRUISE LINE	GLOBAL BENEFITS GROUP	CIGNA	INTERNATIONAL SOS	VUMI GROUP	EUROP ASSISTANC E	MEDICOS AUDITORES	ASSIST CARD	ENTRE OTROS
ESPECIALIDADES	UROLOGI A	OFTALMOLO GIA	MEDICINA INTERNA	PEDIATRIA	CARDIOLOG IA	ODONTOLOGÍA	NEUMOLOG IA PEDIATRICA	GINECOLOG IA	DERMATOLO GÍA	FERTILID AD	ENTRE OTROS



Nota: Adaptado de Clínica San Pablo. Recuperado de: <http://www.sanpablo.com.pe/>

ANEXO N° 14 Auna Clínica Delgado

Tabla 31

Clínica Auna Clínica Delgado

CLÍNICA SAN PABLO											
ACCESIBILIDAD	CLINICAS										
SEDE LIMA METROPOLITANA	MIRAFLORES										
ATENCION DE PACIENTES EXTRANJEROS	SI										
CONVENIOS	ONCOSA LUD	MAPFRE	RIMAC	PACIFICO	LA POSITIVA	SANITAS	FONDO DE EMPLEADOS DEL BCR	MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS	PETROPERU	CNPC PERU	SEDAPAL
CONVENIOS INTERNACIONALES	BEST DOCTORS	BUPA	MBMI	EURO CENTER	CIGNA	PLANET ASSIST	ALLIANZ	VUMI GROUP	MSH INTERNACIONAL	AXA	ENTRE OTROS
ESPECIALIDADES	CARDIOLOGÍA NUCLEAR	OFTALMOLOGÍA	ALERGIA E INMUNOLÓGICA	ANESTESIOLOGÍA	CARDIOLOGÍA	ODONTOLOGÍA	CIRUGIA ONCOLOGICA	CIRUGIA PLASTICA	CIRUGIA DE CABEZA Y CUELLO	FERTILIDAD	ENTRE OTROS



Nota: Adaptado de Auna Clínica Delgado. Recuperado de: <https://clinicadelgado.pe/>

ANEXO N° 15 Cuadro médicos colegiados – Especialidad cardiología

Tabla 32

Médicos Colegiados – Cardiología

Cmp	Ap. Paterno	Ap. Materno	Nombres
43407	Abarca	Cabanillas	Dante Edgardo
33859	Abarca	Torres	Isaac Pedro
33	Abugattas	Jasauí	Ricardo Jorge
23372	Aburto	Soria	Isolina
10838	Achahui	Mitani	Mario Rosario
25802	Acosta	Navarro	Julio Cesar
28930	Acosta	Valer	Freddy
30666	Acuña	Gonzales	Hercules
55491	Aguayo	Moreno	Paola Krystel
24389	Agüero	Ramírez	José Antonio
58895	Aguilar	Mejía	Celia Lucia

35675	Aguirre	Zurita	Oscar Nelson
775	Agusti	Campos	Regulo José
29124	Alania	De La Cruz	Jorge Abelardo
33972	Alarco	León	Walter Alberto
15694	Alarcon	Rangel	Cesar Rolando
6830	Alarcon	Rangel	Jorge I
44839	Alarcon	Santos	Javier Edmundo
23246	Alarcon	Solano	Marino

Nota: Adaptado de Colegio médico del Perú. Recuperado de: <http://cmp.org.pe/conoce-a-tu-medico/>

ANEXO N° 16 Cuadro médicos colegiados – Especialidad cirugía plástica

Tabla 33

Médicos colegiados- Cirugía Plástica

Cmp	Ap. Paterno	Ap. Materno	Nombres
19624	Agüero	Moreno	Victor Fernando
29757	Alarcon	Garcia	Maria Del Pilar
62241	Anco	Mallqui	Norman
49198	Angulo	Bohorquez	Nora Vannesa
35558	Baldwin	Zagaceta	Luis Enrique
23506	Barriga	Gabin	Fernando Luis
59171	Caballero	Calixto	Gonzalo
28139	Carbonel	Collantes	Sofia Milagros
58591	Castillo	Figuroa	Carlos Cesar
43446	Cerna	Lizana	Enrique
25364	Cesare	Doria	Ritta Wilma

60940	Coletti	Arnao	Rocio Mariela
56727	Fukumoto	Chavez	Nadia Korey
27989	Gereda	Rospigliosi	Luisa Cecilia
41009	Gutierrez	Iparraguirre	Edgard Vladimir
49941	Huillca	Choque	Jaime
13616	Jauregui	Miranda	Jorge Asdrubal
45207	Manchego	Yalle	Magda Gladys
21248	Manzaneda	Peralta	Martin Eugenio
44934	Marcos	Quispe	Henry Armando
52456	Marin	Arce	Diego Jesus
49628	Matta	Ramos	Renato Franz
58587	Mendoza	Loyaga	Karin Elizabeth

31794	Montalvan	Bustamante	Luis Eduardo
32122	Ojeda	Portugal	Enrique Bayardo
51860	Palacios	Gonzales	Jessica
16283	Paredes	Llerena	Guido Oswaldo
34973	Ponce	Abarca	Gustavo Alexander
65537	Pucutay	Vasquez	Mario Fernando
47768	Quispe	Rodas	Jorge Luis
39366	Rodriguez	Rodriguez	Wilo Ernesto
15924	Salazar	Montoya	Hector
49100	Samaniego	Quintana	Ramiro Augusto
25923	Uchazara	Suxo	Luperio
59522	Valdivia	Marin	Paulo Cesar

62256 Valencia Pacho Tania

65664 Vera Pinto Jose Antonio

Nota: Adaptado de Colegio médico del Perú. Recuperado de: <http://cmp.org.pe/conoce-a-tu-medico/>

ANEXO N° 17 Cuadro médicos colegiados – Especialidad oftalmología

Tabla 34

Médicos colegiados- Oftalmología

Cmp	Ap. Paterno	Ap. Materno	Nombres
20092	Abanto	Saenz	Luis Fernando
30710	Abarca	Salazar	Tulio Enrique
28127	Abdala	Caballero	Carlos Alberto
22868	Abuhadba	Altamirano	Aifa Carmen
35671	Acevedo	Flores	Milagritos
25193	Achata	Terrazas	Jenny Laura
38703	Acosta	Pretel	Roberth Isaac
65400	Acuña	Zevallos	Maria Luisa Fernanda
32154	Acurio	Zuñiga	Juan Carlos
10841	Adrianzen	Barreto	Rosa Elena

Nota:
de Colegio
Perú.

Adaptado
médico del

34108	Agramonte	Zea	Edilberto
36528	Aguilar	Delgado	Jorge Eduardo
30230	Aguilar	Romero	Sergio Ricardo
50337	Aguinaga	Berrocal	Lita Ysabel
12109	Aguinaga	Moreno	Maria Elena
17589	Aguinaga	Oliver	Oscar Godofredo
12053	Aguirre	Chiok	Edgar Tito
35161	Agurto	Vasquez	Enrique Alfonso
39290	Ajalcriña	Pastor	Carlos Andres

Recuperado de: <http://cmp.org.pe/conoce-a-tu-medico/>

ANEXO N° 18 Cuadro médicos colegiados – Especialidad reproducción asistida

Tabla 35

Médicos colegiados- Reproducción asistida

Cmp	Ap. Paterno	Ap. Materno	Nombres
13751	Dueñas	Chacon	Julio César
35789	Hilario	Esteban	Roly
26541	Yutang		Jorge
10064	Chaupis	Muñoz	Segundo
36563	Díaz	Pinillos	Roberto
27089	Cabanillas	Sánchez	Oréstedes

Nota: Adaptado de Colegio médico del Perú. Recuperado de: <http://cmp.org.pe/conoce-a-tu-medico/>

ANEXO N° 19 Entrevista a especialista en Comercio Exterior

Javier Oyarce Cruz,

Abogado, Maestro en Derecho Civil y Comercial, Especialista en Comercio Exterior y Gestión Aduanera. Doctor en Educación. Cuenta con destacada experiencia laboral y directiva en la Administración Aduanera, donde ejerce su actividad profesional. Prestigiado catedrático en las Escuelas de Posgrado: ESAN, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Universidad de San Martín de Porres (USMP), Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM) y la Maestría en Derecho y Empresa de la PUCP. Conferencista y ponente invitado por Universidades, gremios profesionales, empresariales, Entidades Públicas y centros académicos de todo el país. Columnista en las Revistas Logista, Análisis Tributario (AELE) y Phaternon (Agenda Aduanera). Administrador del blog académico Magoyarse.



1. ¿Cómo usted ve el panorama de la exportación de servicios a nivel nacional e internacional?

Nuestro país empieza presentar cifras de crecimiento constantes en la exportación de servicios, a inicios del año 2001 el volumen de servicios del Perú hacia el mundo era de mil seiscientos millones de dólares, al 2016 ya estábamos en seis mil doscientos millones de dólares, la meta para este año 2018 es llegar a ocho mil millones de dólares en la exportación de servicios, de esos rubros cual es el que estamos teniendo mayor cantidad de crecimiento, diremos que tenemos tres opciones, primera opción diremos que tenemos apoyo del software y formativa a empresas consultoras en el Perú que brindan soluciones informáticas a diversas organizaciones empresariales en el mundo, el segundo rubro es la animación en 3d hacemos mucho lo que es historias de marcas famosas hechas en pequeñas historietas de dibujos animados para convertirlos después en un marca publicitaria, la tercera opción es el tema del fondo editorial en el Perú que permite promover a noveles literatos en un mundo que para nosotros ha pasado desapercibido pero que en Latinoamérica tiene mucho éxito, los jóvenes se están enganchando en las novelas de tres libros tipo serie , en el Perú se produce mucho de este tipo de servicios, a eso hay que sumarle también el tema de call center, nosotros también hacemos el servicios BPO call center es preferido desde el punto de vista latinoamericano porque el acento de los peruanos es neutro, y generalmente los jóvenes que son contratados para ese tipo de servicios son jóvenes emprendedores, que por lo general no se conforman con el esquema o que les enseñan las empresas que los contratan sino que siempre empiezan a innovar y brindar servicios alternativos lo cual hace que su mano de obra sea altamente calificada

2. ¿Cuál considera usted que son los principales factores que determinan el crecimiento de la exportación de servicios a nivel nacional?

Al hablar específicamente del modo 2, que es cuando el extranjero viene al Perú a servirse de los productos que ofrecemos, yo diría que el factor más importante es la cercanía geográfica, tenemos como principal indicador Chile, yo he estado en Tacna este último año como en 10 oportunidades por razones académicas y lo

que encontrado es un ejército de chilenos que los fines de semana cruzan con sus vehículos por lo general, no solo hacer turismo o a gozar de la gastronomía que es lo tradicional si no que ahora se están dedicando también atenderse en servicios de salud, estamos hablando de cirugía estética, odontología, servicios oftalmológicos entre otros, fue entonces cuando me pregunté, a que se debe que vengan en gran masa al Perú.

Primera razón, cercanía geográfica, segunda razón, similitud de servicios y la tercera y más importante de ellas es el costo, en el caso del Perú el servicio es de pago directo al profesional o clínica que les brinda la atención, en Chile hay que cumplir todo un ritual administrativo, vuelve mucho más caro el servicio, porque hay que pagar al ministerio de salud, al colegio odontólogo si fuera el caso, a la clínica y finalmente al profesional.

3. ¿Considera usted que la calidad de los servicios prestados en el Perú es un factor clave para el aumento de la exportación de los mismos?

Efectivamente como lo dije en la primera pregunta nosotros tenemos una característica el peruano por lo general es un emprendedor, un innovador por naturaleza, no se conforman con el servicio que brindan, sino que simplemente están ofreciendo servicios alternativos, como un ejemplo sencillo , los jóvenes que han ido a trabajar en los restaurantes o franquicias peruanas en Chile, a través de las empresas China wok o Pardos Chicken , no se conforman con su horario de servicio de atención en el restaurant , adicionalmente a ello , ellos están brindando cursos cortos de capacitación a chef chilenos, enseñándoles el arte culinario peruano y obteniendo de esa manera un servicio extra que es el desplazamiento de profesionales al exterior para brindar un servicio.

4. ¿Considera que los servicios de salud, en el modo 2 de exportación, cuentan con un potencial exportable?

Si por cinco razones, primera razón , nuestras universidades que forman a los médicos, son universidades altamente calificadas a nivel de Latinoamérica, hablando de la universidad Cayetano Heredia , la Universidad Mayor de San Marcos , la universidad San Martin de Porres, por citar algunos ejemplos que en medicina están en el top; la segunda razón, es porque nuestros profesionales médicos, han empezado también hacer especialización de la carrera en universidades prestigiadas en el mundo, y luego vienen al Perú hacer servicio, la tercera razón es que el Perú tiene una cultura tradicional que le permite obtener dentro de nuestro territorio soluciones médicas que no necesariamente pasan por la medicina tradicional, si no por conocimientos extras, la cuarta razón es el trato, el médico peruano tiene un protocolo de atención la amabilidad, asertividad y percibe rápidamente no solo el dolor o el malestar del paciente, si no su lado psicológico, se convierte prácticamente en un amigo, esto ocurre muy a menudo en médicos peruano; la quinta razón es la oferta de campo clínico médico en el Perú es muy amplio, no solo están los hospitales públicos, sino que también están el servicio de salud a través de las redes químicas y empresas privadas que están en constante evolución y crecimiento, constantemente se están construyendo más clínicas privadas, eso hace que el campo clínico para los profesionales sea amplio y puedan entrar rápidamente al mercado laboral, brindar sus servicios y ser entrenados

por médicos ya titulados con amplia experiencia que les dan un campo clínico para que ellos puedan hacer su primeros pasos y especializarse rápidamente en cualquiera de las especialidades médicas.

5. ¿Cuáles son las estrategias que considera deben implementarse para el desarrollo de la exportación de servicios de salud?

Considero que la principal estrategia es poder identificar la necesidad del consumidor, si nosotros queremos ofrecer un servicio, que es un bien intangible, lo que tenemos que sintonizar es la necesidad del consumidor, hay un consumidor que esta por su personalidad dirigido a cierto rubro, vamos a un ejemplo, si yo voy atenderme por servicios bancarios, que es lo que percibo como consumidor, que el servicio sea rápido, que sea confiable, es decir, que no tenga la menor duda que mi dinero está en buenas manos, que no lo voy a perder y que voy a ganar intereses, si yo voy a contratar un servicio de software lo que busco es que sea fácil, que no requiera todo un manual para entender cómo funciona el software, en el caso del servicio médico, lo que busco es confianza, el paciente tiene que estar sumamente confiado de que está yendo al médico de la especialidad y que no va a probar suerte con un tratamiento médico, sino que de frente va ser un diagnóstico preciso, y lo segundo es la confidencialidad, muchos pacientes por temor por vergüenza o por cultura, ocultan sus enfermedades que son penosas, que son de largo tratamiento, es donde el médico cumple su función primordial, de mantener bajo siete llaves las razones o las causas de esa enfermedad, el tratamiento para que él no se sienta cuestionado socialmente.

6. ¿Cómo se benefician los centros de salud en la exportación de sus servicios con la ley exportable de servicios y el turismo?

Nosotros hemos sacado recientemente la ley que favorece y fomenta el comercio de servicios , con esa ley lo que estamos haciendo es, si por ejemplo un turista viene al Perú a consumir cualquier tipo de bien , a hospedarse va tener la posibilidad de recuperar el IGV, algo que nunca se hizo , ahora se va devolver el IGV en el aeropuerto cuando el turista salga del Perú, esa ley ya está vigente, los servicios identificados en el texto único de la ley del IGV, que son servicios de hotel, alojamiento, alimentación, transporte, espectáculos culturales, en el caso médico lo que puede obtener como beneficio el turista es el hecho de que el médico pueda brindarle el servicio también sin IGV, facturarles sin IGV y registrarse en la clínica, en el centro de salud, en Sunat, para que la Sunat sea quien le devuelva ese dinero que está perdiendo.

7. ¿En los últimos años el país de Colombia ha visto un aumento considerable en la exportación de sus servicios, y en este caso del turismo médico? ¿Considera usted que el estado peruano hace un buen trabajo al fomentar este modelo de comercio internacional en el caso de servicios de salud?

Considero que en el caso peruano nos falta ampliar diversos servicios tributarios para el sector salud , nosotros nos hemos enfocado en el sector turismo de gastronomía por estrategia, porque desde el punto de vista estratégico, el Perú se ha convertido en el boom gastronómico en Latinoamérica, debemos aprovechar ese empuje para atraer la mayor cantidad de turistas, por ejemplo mistura trae muchos turistas a nivel mundial eso va ser que el Perú vuelva a estar en la vitrina a nivel internacional en materia de la gastronomía, pero hay que

ampliarlo al servicio médico, porque la experiencia más cercana es Chile, el gobierno regional de Tacna tiene cuantificado el número total de pacientes chilenos que ingresan por la frontera para recibir atención en servicios de salud, y es tal el éxito de ese servicio que si nos vamos a Tacna vamos a encontrar que el gobierno regional ha construido un hospital grande, que solo brinda servicio a los chilenos en exclusividad, entonces ese tipo de servicio médico por ejemplo permite que el extranjero, el turista chileno, pueda sacar cita en nuestro país vía online, cosa que puede llegar un fin de semana atenderse sin ningún problema, porque su cita está reservada.

8. ¿Qué plan estratégico considera usted debería implementar el estado peruano para aumentar esta exportación de servicios de salud?

Considero que el plan estratégico nacional exportados 2015-2025, si incluye el fomento de los servicios , quizás lo que falta ahí es aterrizar ese plan en una estrategia operativa, creo que podríamos nosotros mejorar si cabe el servicio de atención de salud que venimos ofreciendo en fronteras, para que se replique la experiencia de Tacna, en Moquegua, en Puno, en Loreto, en Tumbes, en Piura y en Cajamarca, que son fronteras con países amigos, que podrían también recibir el mismo trato, y miren que el servicio de salud peruano es de alta calidad

9. ¿Porque considera que Promperú no da a conocer los servicios médicos peruanos en su feria de servicios, que se enfoca en la tecnología informática?

Lo que pasa es que el programa de exportación de servicios que tiene Promperú, recién está en sus inicios, es un programa que tiene pocos años de vigencia, a diferencia de los programas que tienen ellos para fomentar exportaciones, en el caso de la exportación de servicios considero que estamos en la etapa de exploración, por estrategia han priorizado, turismo, gastronomía y han ampliado el marketing digital internacional, falta un compromiso de los que brindan estos tipos de servicios por integrarse a este proyecto que considero que es acertado, la razón por la que entró el marketing internacional es porque empresas dedicadas a este rubro fueron a Promperú a pedir apoyo. Yo creo que si clínicas privadas o médicos se organizan con instituciones y le piden a Promperú, con un plan serio, llevar adelante una oferta de exportación de servicios en ese rubro, Promperú les va abrir las puertas como lo hizo con los servicios de video juegos.

Considero que el servicio de salud es un servicio no explorado, pero es un servicio altamente rentable. Los médicos no solo reciben remuneraciones por sus honorarios como tales, sino jalen consigo una cadena de servicios.

ANEXO N° 20 Instrumento 1

CUESTIONARIO							
<p>El presente documento es anónimo y confidencial, su aplicación será de uso exclusivo para el desarrollo de la investigación en calidad y exportación de servicios de salud en Lima Metropolitana - 2018, por ello se pide su colaboración marcando con una "X" la respuesta que considere acertada, según su opinión, en las siguientes alternativas</p>							
INSTRUCCIONES:							
<p>Marcar con un aspa (X) la alternativa que Ud. crea conveniente. Se le recomienda responder con la mayor sinceridad posible.</p>							
SIEMPRE (5) -CASI SIEMPRE (4) - A VECES (3) - CASI NUNCA (2) - NUNCA (1).							
VARIABLE: CALIDAD DE SERVICIOS							
DIM.	N°	INDICADORES	VALORES DE ESCALA				
			SIEMPRE	CASI SIEMPRE	ALGUNAS VECES	CASI NUNCA	NUNCA
			5	4	3	2	1
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Tiempo de espera						
	1	Considera rápido el proceso de separación de consulta médica en Lima metropolitana.					
	2	Considera bueno el horario de atención de los centros de salud en Lima metropolitana.					
	3	Considera óptimo el tiempo de espera para los resultados de los procedimientos médicos.					
	Fidelización						
	4	Considera los servicios de salud peruanos de calidad.					
	5	Viene a nuestro país a recibir tratamientos o procedimientos médicos.					
	6	Recomienda los servicios de salud peruanos a sus amigos y familiares.					
	Defectos						
7	Separar su cita médica es un procedimiento sencillo.						
8	Las quejas son solucionadas por el servicio de atención al cliente.						
9	Los equipos e instalaciones son adecuados.						
EFICACIA EN EL SERVICIO	Accesibilidad						
	10	Los servicios brindados por los centros de salud peruanos en el extranjero son accesibles.					
	11	Los centros de salud utilizan medios digitales para acceder a ellos.					
	12	Los centros de salud están ubicados en lugares de fácil acceso.					
	Funcionalidad						
	13	El médico aclara sus dudas					
	14	El personal lleva vestimenta fácilmente distintiva.					
	15	El personal de salud conoce totalmente sus funciones.					
	Cumplimiento de plazos						
16	Los tratamientos médicos se cumplen en los días programados.						
17	Los plazos de recuperación están claramente delimitados.						

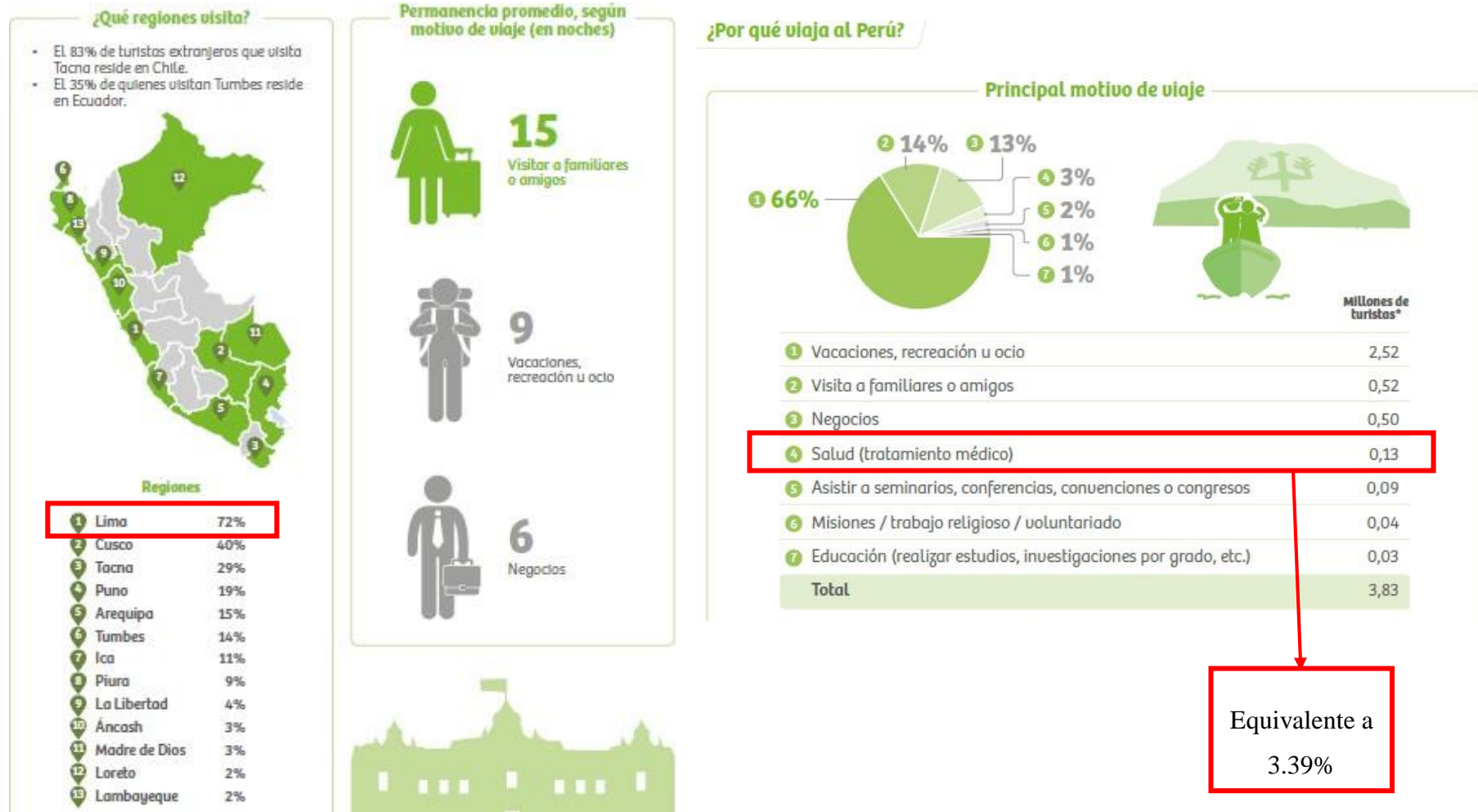
COMPETITIVIDAD PROFESIONAL		Desempeño profesional				
	18	El centro de salud brinda información clara de los procedimientos a realizar.				
	19	La información brindada por el médico especialista es específica e importante.				
	20	El médico especialista brinda el tiempo suficiente de acuerdo a la su necesidad.				
	21	El médico especialista brinda el tratamiento y las pautas necesarias acorde a su requerimiento.				
		Conocimiento en su campo				
	22	El médico especialista responde antes y después del procedimiento a todas sus preguntas.				
	23	El médico realiza todos los exámenes pertinentes que requiere su procedimiento antes de llevarlo a cabo.				
	24	El médico especializado le transmite confianza y seguridad.				
	25	La información brindada a familiares es oportuna y en términos de "no médicos"				

ANEXO N° 21 Instrumento 2

CUESTIONARIO							
El presente documento es anónimo y confidencial, su aplicación será de uso exclusivo para el desarrollo de la investigación en calidad y exportación de servicios de salud en Lima Metropolitana - 2018, por ello se pide su colaboración marcando con una "X" la respuesta que considere acertada, según su opinión, en las siguientes alternativas							
INSTRUCCIONES:							
Marcar con un aspa (X) la alternativa que Ud. crea conveniente. Se le recomienda responder con la mayor sinceridad posible.							
SIEMPRE (5) -CASI SIEMPRE (4) - A VECES (3) - CASI NUNCA (2) - NUNCA (1).							
VARIABLE: EXPORTACION DE SERVICIOS							
DIM.	Nº	INDICADORES	VALORES DE ESCALA				
			SIEMPRE	CASI SIEMPRE	ALGUNAS VECES	CASI NUNCA	NUNCA
			5	4	3	2	1
ACCESIBILIDAD Y RESTRICCIONES	Aranceles e impuestos						
	26	Los precios de tratamientos y/o procedimientos médicos están sujetos al impuesto general a las ventas (IGV).					
	27	El centro de salud respeta los precios pactados.					
	28	El centro de salud respeta el tipo de cambio de la moneda extranjera, según lo estipulado en SUNAT.					
	Leyes de servicios						
	29	Ante cualquier incidencia, sus familiares tienen derecho a reclamo.					
	30	Los centros de salud, a los cuales asisto, cuentan con la señalización adecuada.					
	31	El personal encargado cumple con todo lo estipulado en el contrato.					
	Garantía						
	32	El centro de salud me brinda equipos de primera calidad para mi atención.					
	33	Cuento con un seguro médico provisional al llegar a Lima metropolitana.					
	34	El contrato que realiza con el centro de salud detalla las cláusulas y responsabilidades de cada parte.					
MOVIMIENTO FÍSICO DE PERSONAS	Periodicidad						
	35	Realiza procedimientos y/o tratamientos de salud al año.					
	36	Realiza procedimientos y/o tratamientos de salud al semestre.					
	37	Realiza procedimientos y/o tratamientos de salud al mes.					
	38	Realiza procedimientos y/o tratamientos de salud menos de un mes.					
	Posicionamiento						
	39	Al venir a Lima, asiste al centro de salud con mejores referencias por los medios digitales.					
	40	Al venir a Lima, asiste al centro de salud con mejores referencias de sus familiares y amigos.					
41	Los centros de salud de Lima, están posicionados como centros de salud de calidad en el exterior.						
42	Al venir a Lima, asiste al centro de salud con mejores referencias de las empresas que los contactan.						

COSTOS DE EXPORTACIÓN DE SERVICIOS		Eficiencia				
	43	El personal encargado de su procedimiento es eficiente.				
	44	Le brindan servicios agregados que mejoran el resultado esperado de acuerdo a los precios de lista.				
		Comparación con otros países				
	45	Considera que Lima brinda sus servicios de salud proporcionales a PRECIO-CALIDAD.				
	46	Los costos de servicios están detallados y se cumplen.				
	47	Si el procedimiento requiere de más tiempo del esperado, los precios pactados se cumplen.				
		Transparencia				
	48	La facturación brindada detalla todos los costos de los servicios asignados.				
	49	El centro de salud le proporciona la información del personal de salud que se encarga de su atención.				
50	Los datos de contacto del centro de salud y de los especialistas son de fácil acceso.					

ANEXO N° 22 Muestra



Nota: Perfil del turista extranjero. Recuperado de:

https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sito/VisorDocumentos?titulo=Perfil%20del%20Turista%20Extranjero%202017&url=~/Uploads/perfiles_extranjeros/40/Book_PTE_2017_FINAL_.pdf

ANEXO N° 23 Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE								
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA	INSTRUMENTO	
¿Qué relación que existe entre la calidad y la exportación de servicios de salud en Lima metropolitana 2018?	Determinar la relación que existe entre la calidad y la exportación de servicios de salud en Lima metropolitana 2018	Existe relación que existe entre la calidad y la exportación de servicios de salud en Lima metropolitana 2018	CALIDAD DE SERVICIOS	Para Revilla, Gonzales y Valenzuela (2016): Se enfatiza en la calidad como categoría indispensable para lograr la satisfacción de quienes brindan o reciben un determinado servicio, así como en los aspectos que deben tenerse en cuenta para garantizar el éxito de la gestión. Para la OMS, la calidad permite asegurar que cada paciente reciba el conjunto de servicios diagnósticos y terapéuticos más adecuados para conseguir una atención sanitaria óptima, con mínimo riesgo y máxima satisfacción. (p.2)	Se obtendrán datos de las fuentes primarias mediante la técnica de encuesta para así poder determinar la relación que existe entre calidad y exportación de servicios de salud en Lima metropolitana 2018. Una relación idéntica se establecerá con los componentes de los indicadores.	Satisfacción al cliente	Tiempo de espera	3	ORDINAL	CUESTIONARIO	
							Fidelización	3			
							Defectos	3			
							Accesibilidad	3			
							Eficacia en el servicio	Funcionalidad			3
Cumplimiento de plazos	3										
PROBLEMAS ESPECIFICOS ¿Qué relación existe entre la satisfacción del cliente y la exportación de servicios de salud en Lima metropolitana 2018?	OBJETIVOS ESPECIFICOS Determinar la relación existente entre la satisfacción del cliente y la exportación de servicios de salud en Lima metropolitana 2018.	HIPOTESIS ESPECIFICAS Existe relación entre la satisfacción del cliente y la exportación de servicios de salud en Lima metropolitana 2018.	CALIDAD DE SERVICIOS	Fadda (2013) nos explica que: "La exportación de servicios es un fenómeno habitual y cotidiano que ha venido expandiéndose en forma ininterrumpida, sin que hubiera un marco legal que lo regulara, a medida que la tecnología, los medios de transporte y las comunicaciones hacían cada vez más fácil el contacto entre personas y organizaciones. Sin embargo, con el avance de los procesos de integración y apertura comercial, las naciones han puesto en marcha mecanismos de negociación destinados a remover los obstáculos legales que pueda haber para esas operaciones y facilitar cada vez más, desde lo jurídico, el libre comercio de servicios." (p.7)	Se obtendrán datos de las fuentes primarias mediante la técnica de encuesta para así poder determinar la relación que existe entre calidad y exportación de servicios de salud en Lima metropolitana 2018. Una relación idéntica se establecerá con los componentes de los indicadores.	Competitividad profesional	Desempeño profesional	4	ORDINAL	CUESTIONARIO	
							Conocimiento en su campo	4			
							Aranceles e impuestos	3			
							Accesibilidad y Restricciones	Leyes de servicios			3
							Garantía	3			
¿Qué relación existe entre la eficacia en el servicio y la exportación de servicios de salud en Lima metropolitana 2018?	Determinar la relación existente entre la eficacia en el servicio y la exportación de servicios de salud en Lima metropolitana 2018.	Existe relación entre la eficacia en el servicio y la exportación de servicios de salud en Lima metropolitana 2018.	EXPORTACION DE SERVICIOS	Fadda (2013) nos explica que: "La exportación de servicios es un fenómeno habitual y cotidiano que ha venido expandiéndose en forma ininterrumpida, sin que hubiera un marco legal que lo regulara, a medida que la tecnología, los medios de transporte y las comunicaciones hacían cada vez más fácil el contacto entre personas y organizaciones. Sin embargo, con el avance de los procesos de integración y apertura comercial, las naciones han puesto en marcha mecanismos de negociación destinados a remover los obstáculos legales que pueda haber para esas operaciones y facilitar cada vez más, desde lo jurídico, el libre comercio de servicios." (p.7)	Se obtendrán datos de las fuentes primarias mediante la técnica de encuesta para así poder determinar la relación que existe entre calidad y exportación de servicios de salud en Lima metropolitana 2018. Una relación idéntica se establecerá con los componentes de los indicadores.	Movimiento físico de personas	Periodicidad	4	ORDINAL	CUESTIONARIO	
							Posicionamiento	4			
							Eficiencia	2			
							Costos de exportación de servicios	Comparación con otros países			3
							Transparencia	3			
¿Qué relación existe entre competitividad profesional y la exportación de servicios de salud en Lima metropolitana 2018?	Determinar la relación existente entre competitividad profesional y la exportación de servicios de salud en Lima metropolitana 2018.	Existe relación entre competitividad profesional y la exportación de servicios de salud en Lima metropolitana 2018.	EXPORTACION DE SERVICIOS	Fadda (2013) nos explica que: "La exportación de servicios es un fenómeno habitual y cotidiano que ha venido expandiéndose en forma ininterrumpida, sin que hubiera un marco legal que lo regulara, a medida que la tecnología, los medios de transporte y las comunicaciones hacían cada vez más fácil el contacto entre personas y organizaciones. Sin embargo, con el avance de los procesos de integración y apertura comercial, las naciones han puesto en marcha mecanismos de negociación destinados a remover los obstáculos legales que pueda haber para esas operaciones y facilitar cada vez más, desde lo jurídico, el libre comercio de servicios." (p.7)	Se obtendrán datos de las fuentes primarias mediante la técnica de encuesta para así poder determinar la relación que existe entre calidad y exportación de servicios de salud en Lima metropolitana 2018. Una relación idéntica se establecerá con los componentes de los indicadores.	Costos de exportación de servicios	Comparación con otros países	3	ORDINAL	CUESTIONARIO	
							Transparencia	3			

ANEXO N° 24 Validación de encuestas



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide *calidad y exportación de servicio médicos en Lima Metropolitana 2018.*

Nº	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³				Sugerencias
		M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	
DIMENSIÓN 1: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE												
1	Considera rápido el proceso de separación de consulta médica en Lima metropolitana.			/			/			/		
2	Considera bueno el horario de atención de los centros de salud en Lima metropolitana.			/			/			/		
3	Considera óptimo el tiempo de espera para los resultados de los procedimientos médicos.			/			/			/		
4	Considera los servicios de salud peruanos de calidad.			/			/			/		
5	Viene a nuestro país a recibir tratamientos o procedimientos médicos.			/			/			/		
6	Recomienda los servicios de salud peruanos a sus amigos y familiares.			/			/			/		
7	Separar su cita médica es un procedimiento sencillo.			/			/			/		
8	Las quejas son solucionadas por el servicio de atención al cliente.			/			/			/		
9	Los equipos e instalaciones son adecuados.			/			/			/		
DIMENSIÓN 2: EFECTIVIDAD EN EL SERVICIO												
Sugerencias												
10	Los servicios brindados por los centros de salud peruanos en el extranjero son accesibles.			/			/			/		
11	Los centros de salud utilizan medios digitales para acceder a ellos.			/			/			/		
12	Los centros de salud están ubicados en lugares de fácil acceso.			/			/			/		
13	El médico aclara sus dudas			/			/			/		
14	El personal lleva vestimenta fácilmente distintiva.			/			/			/		
15	El personal de salud conoce totalmente sus funciones.			/			/			/		
16	Los tratamientos médicos se cumplen en los días programados.			/			/			/		
17	Los plazos de recuperación están claramente delimitados.			/			/			/		
DIMENSIÓN 3: PROFESIONALISMO												
Sugerencias												
18	El centro de salud brinda información clara de los procedimientos a realizar.			/			/			/		



	DIMENSIÓN 6: COSTOS DE EXPORTACIÓN DE SERVICIOS	M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M	D	A	Sugerencias
		D	D	A	A	D	A	A	D	D	A	A	D	A		
43	El personal encargado de su procedimiento es eficiente.			/				/					/			
44	Le brindan servicios agregados que mejoran el resultado esperado de acuerdo a los precios de lista.			/				/					/			
45	Considera que Lima brinda sus servicios de salud proporcionales a PRECIO-CALIDAD.			/				/					/			
46	Los costos de servicios están detallados y se cumplen.			/				/					/			
47	Si el procedimiento requiere de más tiempo del esperado, los precios pactados se cumplen.			/				/					/			
48	La facturación brindada detalla todos los costos de los servicios asignados.			/				/					/			
49	El centro de salud le proporciona la información del personal de salud que se encarga de su atención.			/				/					/			
50	Los datos de contacto del centro de salud y de los especialistas son de fácil acceso.			/				/					/			

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: ARQUEVA TEVEZ, GUSTAVO DNI: 09378805

Especialidad del validador: MDA (NEGOCIO) INTERNACIONAL

27... de Octubre del 2018

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

 Firma del Experto Informante.
 Especialidad



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide *calidad y exportación de servicio médicos en Lima Metropolitana 2018.*

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias	
		M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A		M A
DIMENSIÓN 1: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE														
1	Considera rápido el proceso de separación de consulta médica en Lima metropolitana.			/					/				/	
2	Considera bueno el horario de atención de los centros de salud en Lima metropolitana.			/					/				/	
3	Considera óptimo el tiempo de espera para los resultados de los procedimientos médicos.			/					/				/	
4	Considera los servicios de salud peruanos de calidad.			/					/				/	
5	Viene a nuestro país a recibir tratamientos o procedimientos médicos.			/					/				/	
6	Recomienda los servicios de salud peruanos a sus amigos y familiares.			/					/				/	
7	Separar su cita médica es un procedimiento sencillo.			/					/				/	
8	Las quejas son solucionadas por el servicio de atención al cliente.			/					/				/	
9	Los equipos e instalaciones son adecuados.			/					/				/	
DIMENSIÓN 2: EFECTIVIDAD EN EL SERVICIO														
10	Los servicios brindados por los centros de salud peruanos en el extranjero son accesibles.			/					/				/	
11	Los centros de salud utilizan medios digitales para acceder a ellos.			/					/				/	
12	Los centros de salud están ubicados en lugares de fácil acceso.			/					/				/	
13	El médico aclara sus dudas			/					/				/	
14	El personal lleva vestimenta fácilmente distintiva.			/					/				/	
15	El personal de salud conoce totalmente sus funciones.			/					/				/	
16	Los tratamientos médicos se cumplen en los días programados.			/					/				/	
17	Los plazos de recuperación están claramente delimitados.			/					/				/	
DIMENSIÓN 3: PROFESIONALISMO														
18	El centro de salud brinda información clara de los procedimientos a realizar.			/					/				/	



19	La información brindada por el médico especialista es específica e importante.			/				/												
20	El médico especialista brinda el tiempo suficiente de acuerdo a la su necesidad.			/				/												
21	El médico especialista brinda el tratamiento y las pautas necesarias acorde a su requerimiento.			/				/												
22	El médico especialista responde antes y después del procedimiento a todas sus preguntas.			/				/												
23	El médico realiza todos los exámenes pertinentes que requiere su procedimiento antes de llevarlo a cabo.			/				/												
24	El médico especializado le transmite confianza y seguridad.			/				/												
25	La información brindada a familiares es oportuna y en términos de "no médicos"			/				/												
	DIMENSIÓN 4: ACCESIBILIDAD Y RESTRICCIONES	M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M	A						Sugerencias
26	Los precios de tratamientos y/o procedimientos médicos están sujetos al impuesto general a las ventas (IGV).			/				/												
27	El centro de salud respeta los precios pactados.			/				/												
28	El centro de salud respeta el tipo de cambio de la moneda extranjera, según lo estipulado en SUNAT.			/				/												
29	Ante cualquier incidencia, sus familiares tienen derecho a reclamo.			/				/												
30	Los centros de salud, a los cuales asisto, cuentan con la señalización adecuada.			/				/												
31	El personal encargado cumple con todo lo estipulado en el contrato.			/				/												
32	El centro de salud me brinda equipos de primera calidad para mi atención.			/				/												
33	Cuento con un seguro médico provisional al llegar a Lima metropolitana.			/				/												
34	El contrato que realiza con el centro de salud detalla las cláusulas y responsabilidades de cada parte.			/				/												
	DIMENSIÓN 5: MOVIMIENTO DE CONSUMIDORES	M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M	A						Sugerencias
35	Realiza procedimientos y/o tratamientos de salud al año.			/				/												
36	Realiza procedimientos y/o tratamientos de salud al semestre.			/				/												
37	Realiza procedimientos y/o tratamientos de salud al mes.			/				/												
38	Realiza procedimientos y/o tratamientos de salud menos de un mes.			/				/												
39	Al venir a Lima, asiste al centro de salud con mejores referencias por los medios digitales.			/				/												
40	Al venir a Lima, asiste al centro de salud con mejores referencias de sus familiares y amigos.			/				/												
41	Los centros de salud de Lima, están posicionados como centros de salud de calidad en el exterior.			/				/												
42	Al venir a Lima, asiste al centro de salud con mejores referencias de las empresas que los contactan.			/				/												



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

DIMENSIÓN 6: COSTOS DE EXPORTACIÓN DE SERVICIOS		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M	A	Sugerencias
43	El personal encargado de su procedimiento es eficiente.			/					/				/		
44	Le brindan servicios agregados que mejoran el resultado esperado de acuerdo a los precios de lista.			/					/				/		
45	Considera que Lima brinda sus servicios de salud proporcionales a PRECIO-CALIDAD.			/					/				/		
46	Los costos de servicios están detallados y se cumplen.			/					/				/		
47	Si el procedimiento requiere de más tiempo del esperado, los precios pactados se cumplen.			/					/				/		
48	La facturación brindada detalla todos los costos de los servicios asignados.			/					/				/		
49	El centro de salud le proporciona la información del personal de salud que se encarga de su atención.			/					/				/		
50	Los datos de contacto del centro de salud y de los especialistas son de fácil acceso.			/					/				/		

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: BARCO SALARI, ESTEBAN AUGUSTO DNI:..... 02867613

Especialidad del validador:..... Dgr. Negocios INTERNACIONALES

25 de Octubre del 2018

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



 Firma del Experto Informante.
 Especialidad



Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³				Sugerencias	
		M D	D	A	M A	M D	D	A	M D	D	A		M A
DIMENSIÓN 1: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE													
1	Considera rápido el proceso de separación de consulta dental en Lima metropolitana.				/			/				/	
2	Considera bueno el horario de atención de los centros dentales en Lima metropolitana.				/			/				/	
3	Considera óptimo el tiempo de espera para los resultados de los procedimientos dentales.				/			/				/	
4	Considera los servicios odontológicos peruanos de calidad.				/			/				/	
5	Viene a nuestro país a recibir tratamientos o procedimientos dentales.				/			/				/	
6	Recomienda los servicios dentales peruanos a sus amigos y familiares.				/			/				/	
7	Separar su cita odontológica es un procedimiento sencillo.				/			/				/	
8	Las quejas son solucionadas por el servicio de atención al cliente.				/			/				/	
9	Los equipos e instalaciones son adecuados.				/			/				/	
DIMENSIÓN 2: EFECTIVIDAD EN EL SERVICIO													
10	Los servicios brindados por los centros odontológicos peruanos en el extranjero son accesibles.				/			/				/	Sugerencias
11	Los centros odontológicos utilizan medios digitales para acceder a ellos.				/			/				/	
12	Los centros odontológicos están ubicados en lugares de fácil acceso.				/			/				/	
13	El dentista aclara sus dudas				/			/				/	
14	El personal lleva vestimenta fácilmente distintiva.				/			/				/	
15	El personal de salud dental conoce totalmente sus funciones.				/			/				/	
16	Los tratamientos dentales se cumplen en los días programados.				/			/				/	
17	Los plazos de recuperación están claramente delimitados.				/			/				/	
DIMENSIÓN 3: PROFESIONALISMO													
18	El centro odontológico brinda información clara de los procedimientos a realizar.				/			/				/	Sugerencias



DIMENSIÓN 6: COSTOS DE EXPORTACIÓN DE SERVICIOS		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M	A	Sugerencias
43	El personal encargado de su procedimiento es eficiente.				/				/				/		
44	Le brindan servicios agregados que mejoran el resultado esperado de acuerdo a los precios de lista				/				/				/		
45	Considera que Lima brinda sus servicios de salud proporcionales a PRECIO-CALIDAD.				/				/				/		
46	Los costos de servicios están detallados y se cumplen.				/				/				/		
47	Si el procedimiento requiere de más tiempo del esperado, los precios pactados se cumplen.				/				/				/		
48	La facturación brindada detalla todos los costos de los servicios asignados.				/				/				/		
49	El centro odontológico le proporciona la información del personal que se encarga de su atención.				/				/				/		
50	Los datos de contacto del centro odontológico y de los especialistas son de fácil acceso.				/				/				/		

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: RUDY CAUSA LUCAR DNI: 41677549

Especialidad del validador: NEGOCIOS INTERNACIONALES

..... 24 de Octubre del 2018

- ¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



 Firma del Experto Informante.
 Especialidad



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide *calidad y exportación de servicio médicos en Lima Metropolitana 2018.*

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias		
		M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D		D	A
DIMENSIÓN 1: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE													
1	Considera rápido el proceso de separación de consulta médica en Lima metropolitana.				✓			✓				✓	
2	Considera bueno el horario de atención de los centros de salud en Lima metropolitana.			✓			✓					✓	
3	Considera óptimo el tiempo de espera para los resultados de los procedimientos médicos.			✓			✓					✓	
4	Considera los servicios de salud peruanos de calidad.			✓			✓					✓	
5	Viene a nuestro país a recibir tratamientos o procedimientos médicos.			✓			✓					✓	
6	Recomienda los servicios de salud peruanos a sus amigos y familiares.			✓			✓					✓	
7	Separar su cita médica es un procedimiento sencillo.			✓			✓					✓	
8	Las quejas son solucionadas por el servicio de atención al cliente.			✓			✓					✓	
9	Los equipos e instalaciones son adecuados.			✓			✓					✓	
DIMENSIÓN 2: EFECTIVIDAD EN EL SERVICIO													
Sugerencias													
10	Los servicios brindados por los centros de salud peruanos en el extranjero son accesibles.			✓			✓					✓	
11	Los centros de salud utilizan medios digitales para acceder a ellos.			✓			✓					✓	
12	Los centros de salud están ubicados en lugares de fácil acceso.			✓			✓					✓	
13	El médico aclara sus dudas			✓			✓					✓	
14	El personal lleva vestimenta fácilmente distintiva.			✓			✓					✓	
15	El personal de salud conoce totalmente sus funciones.			✓			✓					✓	
16	Los tratamientos médicos se cumplen en los días programados.			✓			✓					✓	
17	Los plazos de recuperación están claramente delimitados.			✓			✓					✓	
DIMENSIÓN 3: PROFESIONALISMO													
Sugerencias													
18	El centro de salud brinda información clara de los procedimientos a realizar.			✓			✓					✓	



DIMENSIÓN 6: COSTOS DE EXPORTACIÓN DE SERVICIOS		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M	Sugerencias
43	El personal encargado de su procedimiento es eficiente.				✓				✓				✓	
44	Le brindan servicios agregados que mejoran el resultado esperado de acuerdo a los precios de lista.			✓					✓				✓	
45	Considera que Lima brinda sus servicios de salud proporcionales a PRECIO-CALIDAD.				✓				✓				✓	
46	Los costos de servicios están detallados y se cumplen.				✓				✓				✓	
47	Si el procedimiento requiere de más tiempo del esperado, los precios pactados se cumplen.			✓					✓				✓	
48	La facturación brindada detalla todos los costos de los servicios asignados.				✓				✓				✓	
49	El centro de salud le proporciona la información del personal de salud que se encarga de su atención.				✓				✓				✓	
50	Los datos de contacto del centro de salud y de los especialistas son de fácil acceso.				✓				✓				✓	

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: CHOMBO JACO JOSE A. DNI: 09652149

Especialidad del validador: ADMINISTRACIÓN

25 de Octubre del 2018

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.



 Firma del Experto Informante.
 Especialidad

Yo, Fabiola Cruz Navarro Soto, docente de la Escuela de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo, sede Lima Este, revisor (a) de la tesis titulada "Calidad Y Exportación De Servicios De Salud En Lima Metropolitana, 2018", del (de la) estudiante Antonia Estela Bautista Rojas, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 23% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

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

San Juan de Lurigancho, 10 de Diciembre de 2018



Firma

Fabiola Cruz Navarro Soto

DNI: 21010733



Elaboró

Dirección de
Investigación

Revisó



Responsable del SGC



Vicerectorado de
Investigación



**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD
DE TESIS**

Código : F06-PP-PR-02.02
Versión : 10
Fecha : 10-06-2018
Página : 1 de 1

Yo, Fabiola Cruz Navarro Soto, docente de la Escuela de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo, sede Lima Este, revisor (a) de la tesis titulada "Calidad Y Exportación De Servicios De Salud En Lima Metropolitana, 2018", del estudiante Víctor Omar Saavedra Garcia, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 23% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

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

San Juan de Lurigancho, 10 de Diciembre de 2018

Firma

Fabiola Cruz Navarro Soto

DNI: 21010733



Elaboró

Dirección de
Investigación

Revisó



Responsable del SGC



Vicerectorado de
Investigación

Feedback Studio - Google Chrome
 evturnitin.com/app/carta/es/rs=78ku=1063415165&lang=es&ro=3&o=1227808400
 Calidad y exportación de los servicios

feedback studio

Resumen de coincidencias
 23 %

Se están viendo fuentes estándar
 Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias	Porcentaje
1 repositario.ucv.edu.pe Fuente de Internet	9 %
2 www.medigraphic.com Fuente de Internet	1 %
3 regimenlegaleconomia.com Fuente de Internet	1 %
4 Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante	1 %
5 www.scribd.com Fuente de Internet	1 %
6 www.wfo.org Fuente de Internet	<1 %
7 www.gobbas.gov.ar Fuente de Internet	<1 %
8 itusers.today	<1 %

23

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
 ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

"Calidad y exportación de los servicios de salud en Lima Metropolitana - 2018"

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
 Licenciado en Negocios Internacionales

AUTORES:
 Banista Rojas, Antonia Estela
 Suavedra García, Victor Omar

ASESORA:
 Dra. Nivaura Soto, Fabiola

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
 Marketing y Comercio Internacional

Lima - Perú
 2018

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
 COORDINACIÓN ACADÉMICA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
 SAN JUAN DE LIRIOGANC

Ernesto Torres

Página: 1 de 59
 Número de palabras: 14352

Text-only Report Turnitin Classic High Resolution Activado

1800 05/12/2019 ESP



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE
TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL
UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 10
Fecha : 10-06-2019
Página : 1 de 1

Yo, Antonia Estela Bautista Rojas, identificada con DNI N° 76167865, egresada de la Escuela de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo, autorizo (X) , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Calidad Y Exportación De Servicios De Salud En Lima Metropolitana, 2018"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

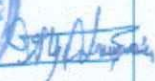


FIRMA

DNI: 76167865

FECHA: 10 de diciembre del 2019









Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Vicerectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------------------------------



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE
TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL
UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 10
Fecha : 10-06-2019
Página : 1 de 1

Yo, Victor Omar Saavedra Garcia, identificado con DNI N° 70025833, egresado de la Escuela de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo, autorizo (X) , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Calidad Y Exportación De Servicios De Salud En Lima Metropolitana, 2018"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

FIRMA

DNI: 70025833

FECHA: 10 de diciembre del 2019



Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Trámite	Dirección de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	---------	----------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES, MGTR. ENRIQUE ABEL TEVES ESPINOZA

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:
ANTONIA ESTELA BAUTISTA ROJAS

INFORME TÍTULADO:

CALIDAD Y EXPORTACION DE SERVICIOS DE SALUD EN LIMA METROPLITANA, 2018

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

SUSTENTADO EN FECHA: 10 DE DICIEMBRE DEL 2018

NOTA O MENCIÓN: 17 (DIECISIETE)

Enrique Teves Espinoza



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES, MGTR. ENRIQUE ABEL TEVES ESPINOZA

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:
VICTOR OMAR SAAVEDRA GARCIA

INFORME TÍTULADO:

CALIDAD Y EXPORTACION DE SERVICIOS DE SALUD EN LIMA METROPLITANA, 2018

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

SUSTENTADO EN FECHA: 10 DE DICIEMBRE DEL 2018

NOTA O MENCIÓN: 17 (DIECISIETE)

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN

