

RESUMEN

El estudio pretende analizar los SGC y su incidencia en los resultados empresariales de las empresas de turismo del DMQ, para lo cual se consideró identificar los SGC existentes en las empresas de turismo a través de una profunda revisión teórica donde se encontró con dos SGC los cuales son ISO 9001 y el Reconocimiento Marca Q otorgado por el Ministerio de Turismo, el estudio se llevó a cabo en 33 empresas de turismo que contaban con los SGC mencionados de un total de 5222 empresas de turismo existente actualmente en el DMQ. Por lo cual el objetivo del estudio es analizar la incidencia de los SGC en los resultados empresariales, así como también determinar los factores que influyen en la decisión de implementar una certificación de calidad y los beneficios percibidos luego de la implementación. Una vez realizado el marco teórico, la metodología empleada consiste en la realización del análisis factorial bajo el método de componentes principales y para facilitar la interpretación de la solución se utilizó el método de rotación ortogonal Varimax, pero para aprovechar la información se realizó la selección de variables iniciales a través del Diagrama de Pareto y para contrastar la hipótesis planteada la prueba no paramétrica Chi-Cuadrado. Dando como resultado que los factores que influyen en la implementación de una certificación son más internos, en cuanto a los beneficios percibidos fueron internos y no financieros y por último se corrobora que los SGC influyen sobre los resultados empresariales de las empresas de turismo del DMQ.

PALABRAS CLAVE:

- **CALIDAD**
- **CERTIFICACIÓN**
- **SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD**
- **RESULTADOS EMPRESARIALES**

ABSTRACT

The study seeks to analyze the QMS and its impact on the business performance of the tourism companies of the DMQ, for which it was considered to identify the existing QMS in tourism companies through a thorough theoretical review where it found two QMS which are ISO 9001 and the Q Mark Recognition granted by the Ministry of Tourism, the study was carried out in 33 tourism companies that had the aforementioned SGC from a total of 5222 tourism companies currently existing in the DMQ. Therefore, the objective of the study is to analyze the incidence of QMS on business results, as well as determine the factors that influence the decision to implement a quality certification and the benefits received after implementation. Once the theoretical framework has been carried out, the methodology used consists of conducting the factorial analysis under the principal components method and to facilitate the interpretation of the solution, the Varimax orthogonal rotation method was used, but to take advantage of the information, the selection of initial variables through the Pareto Diagram and to test the hypothesis proposed the non-parametric Chi-Square test. Given that the factors that influence the implementation of a certification are more internal, in terms of perceived benefits were internal and not financial and finally corroborates that the SGC influence the business performance of the tourism companies of the DMQ.

KEY WORDS:

- **QUALITY**
- **CERTIFICATION**
- **QUALITY MANAGEMENT SYSTEMS**
- **BUSINESS PERFORMANCE**