

## **RESUMEN**

Este estudio examina el “Impacto del TQM en la innovación en el sector turístico de los cantones Quito y Rumiñahui”. En concordancia, al objetivo de la investigación determinar la relación directa de las variables de estudio. Con las implicaciones anteriores se diseñó un modelo de la relación entre las subvariables del TQM (empoderamiento, liderazgo, educación y formación, orientación al cliente) y las subvariables de innovación (innovación organizacional, innovación en procesos, innovación en producto) para medir el comportamiento de las mismas. Por tal efecto, la prueba del modelo de investigación se basa en datos recogidos a 192 empresas que operan en el sector turismo de los cantones Quito y Rumiñahui; en virtud de, los resultados obtenidos mediante el uso de tres softwares: EXCEL, SPSS, INFOSTAT se comprobó estadísticamente las hipótesis planteadas, y la relación directa entre las mismas. Por lo que, se concluye que muchas empresas tienen la capacidad de innovar y de implementar nuevos procesos para mejorar la calidad del servicio que brindan a sus clientes.

### **Palabras clave:**

- **GESTIÓN DE LA CALIDAD TOTAL**
- **INNOVACIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO**
- **SOFTWARES ESTADÍSTICOS**
- **EMPRESAS TURÍSTICAS CON DISTINTIVO Q DE CALIDAD**

## **ABSTRACT**

This study examines the "Impact of TQM on innovation in the tourism sector of Quito and Rumiñahui cantons". Accordingly, the objective of the research to determine the positive relationship of the study variables. With the above implications, a model of the relationship between subvariables of TQM (empowerment, leadership, education and training, customer orientation) and subvariables innovation (organizational innovation, process innovation, product innovation) was designed to measure the performance from the same. For this purpose, the test of the research model is based on data collected at 192 companies operating in the tourism sector of Quito and Rumiñahui cantons; under, the results obtained using three software's: Excel, SPSS, INFOSTAT statistically tested the hypotheses, and the positive relationship between them. So, we conclude that many companies have the ability to innovate and implement new processes to improve the quality of service offered to its customers.

### **Keywords:**

- **TOTAL QUALITY MANAGEMENT**
- **INNOVATION IN THE TOURISM SECTOR**
- **STATISTICAL SOFTWARE**
- **TOURISM COMPANIES WITH QUALITY Q DISTINCTION**