

Continuous improvement and its impact on service innovation in the Gipcar taxi company in Manta.

Mejora continua y su impacto en la innovación de servicios en la compañía de taxis GIPCAR en Manta.

Autores:

Ing. Castillo Cedeño, Ángel Raúl
UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
Egresado, de la Maestría profesional con trayectoria en Ciencias Administrativas con
mención en innovación empresarial y emprendimiento
Manta – Ecuador



angel.castillo@uleam.edu.ec



<https://orcid.org/0000-0003-3879-374X>

Eco. Calderón Zamora, Oscar Xavier
UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
Docente de la Facultad de Ciencias Administrativas, contable y comercio
Manta – Ecuador



oscar.calderon@uleam.edu.ec



<https://orcid.org/0000-0002-4086-6058>

Citación/como citar este artículo: Castillo Cedeño, Á. y Calderón Zamora, O. (2022). Mejora continua y su impacto en la innovación de servicios en la compañía de taxis GIPCAR en Manta. MQRInvestigar, 6(4), 903-924.

<https://doi.org/10.56048/MQR20225.6.4.2022.903-924>

Fechas de recepción: 20-NOV-2022 aceptación: 10-DIC-2022 publicación: 15-DIC-2022



<https://orcid.org/0000-0002-8695-5005>

<http://mqrinvestigat.com/>



Resumen

El proceso de mejora continua en una organización implica que todos los miembros trabajen juntos para optimizar su desempeño operativo para corregir errores y fortalecer las buenas prácticas de la organización. El objetivo general de esta investigación fue analizar la mejora continua y su impacto en la innovación de servicios en la compañía de taxis GIPCAR en Manta. Esta investigación tiene un enfoque cuantitativo de alcance correlacional. El tamaño de la muestra fue de 311 usuarios representando a la población total de estudio y la muestra de los accionistas fue de 87 aproximadamente. La técnica fue la encuesta, se aplicaron dos cuestionarios uno dirigido a los usuarios y otro para los accionistas donde se midió la calidad del servicio. La mejora continua tiene relación positiva y fuerte con la innovación con una correlación 0.856, En el análisis estadístico de correlación de Spearman se muestra que mediante la planificación de la mejora continua tiene relación positiva y fuerte con la innovación con una correlación 0.804.

Palabras claves: JEL: M11 ventaja competitiva; retroalimentación; D21 toma de decisiones; productividad D24.

Abstract

The continuous improvement process in an organization implies that all members work together to optimize their operational performance to correct errors and strengthen the organization's good practices. The general objective of this research was to analyze continuous improvement and its impact on service innovation in the GIPCAR taxi company in Manta. This research has a quantitative approach of correlational scope. The sample size was 311 users, representing the total study population, and the shareholder sample was approximately 87. The technique was the survey, two questionnaires were applied, one aimed at users and the other for shareholders where the quality of the service was measured. Continuous improvement has a positive and strong relationship with innovation with a correlation of 0.856. Spearman's statistical correlation analysis shows that by planning continuous improvement it has a positive and strong relationship with innovation with a correlation of 0.804.

Keywords: JEL: M11 competitive advantage; feedback; D21 decision making; productivity D24.

Introducción

Para lograr una posición competitiva en el mercado actual, las empresas están aprendiendo cambios organizacionales apoyados en una cultura de mejora continua. En este sentido, Deming implica la participación de todos los actores del proceso, ya que la práctica implica establecer un estándar, mantenerlo y mejorarlo. Como resultado, varios autores coinciden en los conceptos básicos de Deming: 1) mejora continua, 2) mejora incremental y 3) mejora participativa. Esto sugiere que la idea Deming abarca un conjunto de procesos y actividades en curso que aseguran una búsqueda continua de innovación.

Recientemente, las organizaciones han mostrado un mayor interés en implementar la mejora continua con un enfoque Deming, enfatizando el logro de una ventaja competitiva que les permita mejorar la productividad y competitividad organizacional al mismo tiempo que reducen costos, tiempo y el logro de altos estándares a través del trabajo en equipo entre todos los niveles organizacionales y esfuerzos que están enfocados en la satisfacción del cliente. Aunque siempre hay margen de mejora, ciertos estudios muestran que existen una serie de obstáculos que frecuentemente dificultan la adopción de estrategias de mejora organizacional.

La optimización y mejora de los procesos implica ejercer y conservar una administración conveniente de los mismos por medio de un adecuado diseño, orientación y control, con miras a conseguir brindar un producto y/o servicio de calidad y de esta forma poder garantizar la satisfacción del comprador y para lograrlo se necesita estar orientado hacia el término de calidad y la optimización continua, o sea que mucho los procesos administrativos y operativos mejoren la calidad y administración en todos los niveles jerárquicos de las compañías.

(Mendez, 2017), en su tesis doctoral resume que el trabajo en grupo es el punto primordial al instante de conservar un programa de optimización continua y la destreza para gestionar una vez que existe resistencia al cambio, además hace énfasis en el liderazgo para una correcta colaboración de las piezas relacionadas a lo largo de la transformación, basado en el diseño de una estrategia que posibilite la adopción de creencias orientadas al empoderamiento, indiscutiblemente para la administración por procesos es importante la

comunicación, formación, ejemplaridad, control y apoyo a las piezas del equipo, destinados a obtener superiores resultados para asegurar la satisfacción de la compañía.

Teniendo el lineamiento de mejoramiento de procesos y con antecedentes de que las empresas de transporte en Manta no manejan parámetros ni indicadores los cuales puedan medir productividad, tiempos de elaboración, calidad etc. Este trabajo está elaborado para que los gerentes y presidentes de compañías de taxis determinen los mejores procesos para este sector de la producción y generar cambios sustanciales en sus organizaciones.

Dentro de los problemas de mayor relevancia que se ha logrado detectar mediante la investigación en la compañía, es la ausencia de personal especializado en los procesos administrativos de la organización, dentro de las actividades es la inexistencia de un desarrollo continuo de manera periódica, incidiendo este factor negativo en las actividades diarias de los socios, actualmente la organización se encuentra sumida dentro de un conjunto de debilidades tanto en el servicio como en la falta de modernización tecnológica en el servicio tradicional, el cual se presenta carente de innovación, al no contar con un sistema de gestión por procesos, la gerencia la compañía de taxis ejecutivos GIPCAR de la ciudad de Manta no dispone de indicadores que le permitan desarrollar un control adecuado de la gestión, conocer la realidad de la empresa, y hacer la retroalimentación dificultando la toma de decisiones generando de esta forma una lentitud en el crecimiento de la organización.

Como resultado, a pesar de que existe una gran cantidad de literatura que enfatiza la importancia de Deming y reconoce que la mejora continua juega un papel fundamental en la administración, todavía queda por hacer la exploración de los resultados en la práctica. Por lo tanto, el objetivo de este estudio es el siguiente:

Examinar las ventajas y desafíos que traen los esfuerzos de mejora continua de la compañía de taxis Gipcar Cia. Ltda., identificar los factores críticos de éxito a través de las dimensiones de la mejora continua. así como examinar la participación de los distintos niveles jerárquicos en la implementación de los procesos como mejora continua para la innovación.

Ante esta situación, se observa que con este trabajo se podrá marcar la diferenciación necesaria para que la compañía de taxis ejecutivos GIPCAR y otras empresas del sector, que sigan esta metodología puedan ser competitivos en el tiempo.

Mejora continua

A mejora continua tuvo sus inicios en el año 1940 siendo su propulsor Deming en el que propone herramientas de mejora continua, en el año 1950 realiza una investigación y publica un libro denominada estadística de calidad del producto en el que plantea 14 principios gerenciales y el ciclo PDCA; en el año 1986 Imai propone el sistema KAISEN como clave de la ventaja competitiva japonesa en el que el mejoramiento continuo es una de las aristas de las organizaciones que buscan ser competitivas en un sector determinado, pero Deming en el año 1993 vuelve a plantear como superar las necesidades y expectativas del consumidor a lo largo de la vida del producto centrándose en la mejora continua en la calidad de producto o servicio reduciendo la variabilidad en los procesos.

La mejora continua es un cambio hacia un mecanismo viable y accesible mediante el cual las empresas de los países en desarrollo cierran la brecha tecnológica que mantienen con el resto del mundo (KABBOUL, 1994). Según Sawada (1995) expone que la forma de implementar este concepto es a través de equipos de personas conocido como e quipos Kaizen o equipos de mejora continua de procesos.

Tabla 1 Mejora continua

AÑO	AUTOR	TEMA	PROPOSITO
1940	W. Edwards Deming	Gestión de la calidad	Herramientas de mejoras continuas
1950	W. Edwards Deming	“Estadística de la Calidad del Producto”	14 principios gerenciales y el ciclo PDCA (del inglés Plan, Do, Check, Act)
1986	Masaaki Imai	“ KAIZEN, La clave de la ventaja competitiva japonesa ”	“Mejoramiento continuo”
1900-1993	W. Edwards Deming	“Superar las necesidades y expectativas del consumidor a lo largo de la vida del producto”	La filosofía de Deming se centra en la mejora continua, en la calidad de producto y servicios, reduciendo variabilidad de procesos, bajo el liderazgo de Directores

Elaboración propia.

Según (Alvarado & Pumisacho, 2017), para lograr una posición competitiva en el mercado actual, las empresas están aprendiendo cambios organizacionales apoyados en una cultura de mejora continua Emiliani (2005). En este sentido, la práctica de Deming involucra la participación de todos los actores del proceso, ya que implica establecer un estándar, mantenerlo y mejorarlo Imai (1989). Como resultado, muchos autores coinciden en las tres nociones fundamentales de Deming: 1) mejora continua, 2) mejora incremental y 3) mejora participativa y pone de manifiesto las dimensiones de mejoras continuas Planificar, hacer, verificar y actuar.

La colección de acciones tomadas para lograr la más alta calidad posible para los bienes, servicios y procesos de una organización se conoce como mejora continua. las grandes corporaciones u organizaciones cuentan con un departamento que es el único responsable de mejorar continuamente sus procesos de fabricación (Martinez, 2020).

La idea de mejora continua hace referencia a una filosofía empresarial de raíces japonesas que exige disciplina y un rumbo de cambio empresarial aplicado a todos los procesos organizacionales para fomentar ventajas competitivas basadas en la calidad total o perfecta (Zayas I. , 2022).

Debido a los altos niveles de competencia en el mercado, que obligan a las organizaciones a innovar para ser efectivas con sus bienes o servicios, en la actualidad las organizaciones están cambiando y mejorando sus procesos constantemente. Es necesario que los procesos estén bien diseñados para mejorar la administración; como resultado, las gestiones de procesos junto con la mejora continua permiten a la organización diseñar lo que el negocio necesita, identificar debilidades y fortalezas y mejorar las operaciones para satisfacerlos objetivos fijados por las empresas (Veintimilla & et al, 2020).

Deming es una filosofía de mejora continua que exige una fuerte disciplina y el enfoque necesario para mejorar manteniendo nuevos puntos de referencia en términos de calidad, productividad, satisfacción del cliente, tiempos de ciclo y costos (Álvarez & et al, 2019). Teniendo esto en cuenta, el primer paso para implementar esta filosofía en una organización es elegir el área que necesita mejorar, ya sea seguridad, calidad, productividad o medio ambiente. A continuación, se debe elegir el equipo de expertos. Esto permitirá un dato de análisis para identificar las causas principales del problema, el lanzamiento de un plan de contramedidas y el seguimiento y evaluación de la efectividad del plan.

(Alarcón, Leal, & Flores, 2021), estima sin duda que, un factor determinante para lograr una nueva cultura de trabajo basada en la mejora continua ha sido el compromiso tanto de la alta dirección como de los empleados, quienes, tras un intenso periodo de formación, han sido los pilares sobre los que la compañía ha basado sus esfuerzos. en la mejora que requería centrar todos sus esfuerzos en reducir los costes de producción, mejorar la flexibilidad de sus procesos de fabricación y reducir el tiempo.

(Llauce, 2018), en su investigación realizada para la Universidad Autónoma del Perú en la carrera de administración de empresas, investigó sobre la mejora continua y cómo ésta se relacionada con la empresa Touring y automóvil club del Perú en el año 2018, de los resultados se desprende que, en el mundo actual, todas las organizaciones tienen problemas. La empresa TACP no es una excepción, ya que pretende cambiar prototipos de práctica y formular acciones de mejora en respuesta a estos problemas para descubrir una salida. El objetivo del estudio es determinar la relación entre variables; la importancia radica en buscar herramientas de mejora continua en la empresa objeto. El estudio concluye que existe una dependencia significativa entre la mejora continua y la calidad del servicio, por lo que se exhorta realizar formaciones semanales en temas de calidad del servicio.

La investigación planteada por (Ruales, 2017), se inició con el objetivo de resolver múltiples conflictos que afectan los procesos y rentabilidad de la Agencia de Viajes “Esitour”; mediante el uso de técnicas e instrumentos se logró establecer un diagnóstico situacional, determinando el problema que afecta a la empresa, y usando esto como base para centrar la propuesta. El Sistema de Gestión de Procesos se enfocó en crear un mapa de procesos que incluía procesos estratégicos, clave y de apoyo, permitiendo la creación de un manual de procesos que incluye: objetivos, responsabilidades, actividades y usuarios, cada uno con su propio diagrama de flujo para cada uno de los seleccionados. clave y procesos de apoyo; asimismo, se desarrollaron políticas y procedimientos.

Por su parte Mera (2021), en la investigación realizada en la empresa R&R TRANSLOGIC SA ha identificado una deficiencia en la organización de los procesos internos para la realización de los servicios de transporte, así como un inadecuado manejo de la documentación. La empresa carece de un enfoque claro en el sistema de gestión y, como resultado, el crecimiento organizacional es lento. Es por esto que, en beneficio de los procesos internos que se llevan a cabo, se debe implementar un sistema de gestión de la

calidad. También debe coadyuvar a mantener un control constante sobre el cumplimiento del proceso, lo que debe lograrse a través de la capacitación administrativa y operativa, con el objetivo de aumentar la satisfacción del cliente.

La innovación

La globalización y el dinamismo de los mercados presionan a las empresas a implementar diversas estrategias para defender su posicionamiento. La innovación sobresale como respuesta estratégica de las empresas para adaptarse a los cambios (Acosta, Vega, González, & Carmentate, 2020).

Debido al entorno cambiante y globalizado, a lo largo del tiempo se producen nuevas necesidades y potencialidades en el entorno empresarial. El presente artículo académico se centra en describir y analizar los factores de desarrollo más importantes para reducir los riesgos ante el cambio y lograr competitividad, como lo son; la innovación y la gestión del conocimiento, estos elementos por medio de la creación y difusión de nuevas tecnologías y la transferencia de conocimiento e información, generan valor tangible e intangible a las organizaciones conduciendo a la productividad y la eficiencia en los procesos, los cuáles son transformados en bienes y servicios de calidad que satisfacen integralmente las necesidades de los clientes (Rodríguez, 2019).

Autores como (Zayas, López, & Torres, 2015), sostienen que, la innovación y el desarrollo tecnológico son componentes primordiales para el desarrollo y competitividad de las organizaciones, cada día se crea la necesidad de estar siempre a la vanguardia con los productos, procesos y tecnologías de las empresas, para hacer frente a la competencia y buscar la posibilidad de ser competitivos y productivos en el ramo que se desarrollen las mismas.

La innovación es el núcleo de las estrategias de negocios actuales, las empresas son cada vez más globales y competitivas, obligando a las empresas a innovar en productos y servicios. Las estrategias de innovación forman parte de la empresa para llegar al éxito y lo que obliga a las organizaciones a innovar para no salir del mercado (Alarcón, Leal, & Flores, 2021).

Procesos de innovación

Lengrand & Charrie (1999) citado por (Robayo, 2016), especifica que, el concepto de innovación ha tenido varias acepciones a través del tiempo. En la década de los años cincuenta era considerado como el resultado de investigadores aislados, y actualmente se ha

transformado en un proceso en red orientado a la resolución de problemas que tiene su ocurrencia primaria en el mercado, lo cual implica relaciones (formales e informales) entre diferentes agentes, y el intercambio de conocimiento tácito y explícito, que facilita el aprendizaje desde diferentes formas.

Los procesos de innovación de las organizaciones deben tener liderazgo y ofrecer una respuesta tanto a la impredecibilidad de los mercados como a las oportunidades existentes en la actualidad. El mundo ha cambiado, ya no es el mismo que hace unos años, donde todo era mucho más estable y predecible. Existen una serie de factores externos que obligan a las organizaciones a gestionar sus procesos de una forma diferente, de una forma mucho más abierta Ibídem (2016). Hay que considerar, que el mismo, es un proceso medible y que incluye a toda la organización. Se fundamenta en la iniciación al exterior, la exploración, la búsqueda de oportunidades, la investigación, el riesgo, la prueba y error, y se apoya en las competencias individuales y en la formación de equipos altamente eficientes (Guell, 2021).

Servicio al cliente

Los autores (Torres, Enríquez, & Vallejos, 2019), consideran que, el servicio al cliente establece una de los instrumentos más significativos para lograr que el cliente reciba un determinado servicio, se lo forja como un conjunto de prestaciones que el cliente espera recibir además del producto o servicio básico, pero hay empresas que no lo consideran como un eje fundamental del quehacer cotidiano de la organización, lo que conlleva pérdidas y desprestigio.

Las herramientas de marketing e investigación de mercado son cruciales para el éxito de una organización, sin embargo, cuando se combinan con otras disciplinas, como la neurociencia, son herramientas que brindan a las organizaciones un suministro inagotable de datos y oportunidades, como las que brinda el neuromarketing, que ayudan a que los esfuerzos de marketing sean cada día más efectivos. Es necesario que la atención al cliente sea de la más alta calidad, información veraz, concreta y precisa, con un nivel de atención adecuado para que los clientes que recibe la información, no solo tengan una idea de un producto, sino además de la calidad del capital humano y técnico sea la seguridad con el que va a establecer una relación comercial (Najul, 2011). La calidad del servicio tiene que estar anclada a la práctica por las empresas u organizaciones con el fin de satisfacer las necesidades y

expectativas de los clientes, para lograrlo deberán ser amables, confiables, brindar servicios o productos de calidad, atención oportuna, ser ágiles.

Material y métodos

Material

El tipo de investigación empleada fue de enfoque cuantitativo de alcance correlacional, de diseño transversal. El tamaño de la muestra fue de 311 usuarios representando a la población total de estudio y la muestra de los accionistas fue de 84. La técnica fue la encuesta, se aplicaron dos cuestionarios uno dirigido a los usuarios y otro para los accionistas donde se midió la calidad del servicio. Para el análisis, la interpretación de los datos y procesamiento de la información se utilizó el software estadístico SPSS V. 21.0

Resultados

Una vez finalizado la investigación, la tabulación de los datos y su análisis de correlación muestran que la mejora continua tiene un impacto significativo en la innovación de servicios en la compañía de taxi Gipcar Manta en donde se analizaron según las dimensiones descritas, la percepción que tienen los clientes y los accionistas de esta compañía. El análisis correlativo muestra para los clientes un valor alto de 0.856, demostrando que la mejora continua influye directamente en la innovación de servicios de la compañía; así, como el análisis correlativo de los accionistas muestra un valor alto 0.890 demostrando que la mejora continua tiene una influencia significativa en la innovación de estos servicios. A continuación, se muestran los resultados mediante datos estadísticos propios de la presente investigación.

Comprobador de hipótesis encuesta a clientes

Hipótesis Alternativa

La Mejora continua impacta en la innovación de servicios en la compañía de taxis Gipcar de Manta.

Hipótesis Nula

La Mejora continua no genera impacto significativo en la innovación de servicios en la compañía de taxis Gipcar de Manta.



Tabla 2. Rho de Spearman agrupando mejora continua e innovación

		Innovación (agrupado)	
Rho de Spearman	mejora (agrupado)	Coeficiente de correlación	,856
		Sig. (bilateral)	,000
		N	311
	Innovación (agrupado)	Coeficiente de correlación	1,000**
		Sig. (bilateral)	.
		N	311

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

Elaboración: propia.

Fuente: software estadístico SPSS V. 21.0

Mediante el análisis estadístico de correlación de Spearman se muestra una correlación de 0.856 lo que significa una correlación positiva y fuerte, de acuerdo a esto, con un nivel de confiabilidad del 99% del instrumento utilizado con las correspondientes variables, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa que menciona la incidencia en la mejora continua y su impacto en la innovación de servicios de clientes.

Relación de las variables de las hipótesis:

- La planificación impacta en la innovación de servicios en la compañía de taxis Gipcar de Manta

Tabla 3. Planificación e innovación

		Innovación (agrupado)	
Rho de Spearman	Planificación	Coeficiente de correlación	,804
		Sig. (bilateral)	,000
		N	311
	Innovación (agrupado)	Coeficiente de correlación	1,000**
		Sig. (bilateral)	.
		N	311

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

Elaboración: propia.

Fuente: software estadístico SPSS V. 21.0

En el análisis estadístico de correlación de Spearman se muestra que mediante la planificación de la mejora continua tiene relación positiva y fuerte con la innovación con una correlación 0.804 con una confiabilidad del 99 % por tal motivo, se cumple la hipótesis del objetivo específico. en la cual si se demuestra que si existe un impacto en la innovación de servicios cuando existe una correcta planificación.

- ¿La ejecución impacta en la innovación de servicios en la compañía de taxis Gipcar de Manta?

Tabla 4. Ejecución e innovación

		Innovación (agrupado)
Rho de Spearman	Ejecución	Coefficiente de correlación ,710
		Sig. (bilateral) ,000
		N 311
Rho de Spearman	Innovación (agrupado)	Coefficiente de correlación 1,000**
		Sig. (bilateral) .
		N 311

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

Elaboración: propia.

Fuente: software estadístico SPSS V. 21.0

En el análisis estadístico de correlación de Spearman se muestra que, mediante la ejecución de la mejora continua tiene relación positiva y fuerte con la innovación con una correlación 0.710 con una confiabilidad del 99 % por tal motivo, se cumple la hipótesis del objetivo específico, en la cual se demuestra que, si existe un impacto en la ejecución de servicios cuando existe una correcta ejecución. La evaluación de los indicadores impacta en la innovación de servicios en la compañía de taxis Gipcar de Manta

Tabla 5. Correlación evaluación e innovación

		Innovación (agrupado)
Rho de Spearman	Evaluación	Coefficiente de correlación ,856
		Sig. (bilateral) ,000
		N 311



Innovación (agrupado)	Coefficiente de correlación	1,000**
	Sig. (bilateral)	.
	N	311

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

Elaboración: propia.

Fuente: software estadístico SPSS V. 21.0

En el análisis estadístico de correlación de Spearman se muestra que, mediante la evaluación de la mejora continua tiene relación positiva y fuerte con la innovación con una correlación 0.856 con una confiabilidad del 99 % por tal motivo, se cumple la hipótesis del objetivo específico, en la cual se demuestra que si existe un impacto en la evaluación de servicios cuando existe una correcta evaluación.

Comprobador de hipótesis encuesta a accionistas

Hipótesis Alternativa

La Mejora continua impacta en la innovación de servicios en la compañía de taxis Gipcar de Manta.

Nula

La Mejora continua no genera impacto significativo en la innovación de servicios en la compañía de taxis Gipcar de Manta.

Tabla 6. Correlación mejora continua e innovación

		innova (agrupado)
Rho de Spearman	Mejora continua (agrupado)	Coefficiente de correlación ,890
		Sig. (bilateral) ,000
		N 84
	innova (agrupado)	Coefficiente de correlación 1,000**
		Sig. (bilateral) .
		N 84

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

Elaboración: propia.

Fuente: software estadístico SPSS V. 21.0

Mediante el análisis estadístico de correlación de Spearman se muestra una correlación de 0.890 lo que significa una correlación positiva y fuerte, de acuerdo a esto, con un nivel de confiabilidad del 99% del instrumento utilizado con las correspondientes variables, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa que menciona la incidencia en la mejora continua y su impacto en la innovación de servicios de clientes.

Relación de las variables de las hipótesis:

- La planificación impacta en la innovación de servicios en la compañía de taxis Gipcar de Manta.

Tabla 7. Planificación e innovación

		innova (agrupado)	
Rho de Spearman	planificación (agrupado)	Coeficiente de correlación	,769
		Sig. (bilateral)	,000
		N	84
	innova (agrupado)	Coeficiente de correlación	1,000**
		Sig. (bilateral)	.
		N	84

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

Elaboración: propia.

Fuente: software estadístico SPSS V. 21.0

En el análisis estadístico de correlación de Spearman se muestra que mediante la planificación de la mejora continua tiene relación positiva y fuerte con la innovación con una correlación 0.769 con una confiabilidad del 99 % por tal motivo, se cumple la hipótesis del objetivo específico, en la cual se demuestra que si existe un impacto en la planificación de servicios cuando existe una correcta planificación.

- La ejecución impacta en la innovación de servicios en la compañía de taxis Gipcar de Manta

Tabla 8. Ejecución e innovación

innova
(agrupado)



Rho de Spearman	ejecución (agrupado)	Coefficiente de correlación	,669**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	84
Rho de Spearman	innova (agrupado)	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	84

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

Elaboración: propia.

Fuente: software estadístico SPSS V. 21.0

En el análisis estadístico de correlación de Spearman se muestra que mediante la ejecución de la mejora continua tiene relación que impacta significativamente a la innovación con una correlación 0.669 con una confiabilidad del 99 % por tal motivo, se cumple la hipótesis del objetivo específico, en la cual si se demuestra que si existe un impacto en la ejecución de servicios cuando existe una correcta ejecución.

- ¿La evaluación impacta en la innovación de servicios en la compañía de taxis Gipcar de Manta?

Tabla 9. Evaluación e innovación

Rho de Spearman	evaluación (agrupado)	Coefficiente de correlación	,890**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	84
Rho de Spearman	innova (agrupado)	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	84

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

Elaboración: propia.

Fuente: software estadístico SPSS V. 21.0

En el análisis estadístico de correlación de Spearman se muestra que mediante la evaluación de la mejora continua tiene relación positiva con la innovación con una correlación 0.890 con una confiabilidad del 99 % por tal motivo, se cumple la hipótesis del objetivo específico en

la cual si se demuestra que si existe un impacto en la evaluación de servicios cuando existe una correcta evaluación.

Discusión

Antonio, Núñez, & Gutierrez (2019) citado por Suárez & Zeña (2022), utilizaron el ciclo de Deming para observar cómo las empresas de transporte podrían aumentar la productividad en sus procesos.

Autores como Deming, Kaplan, Deming, muestran en diversas investigaciones que las organizaciones necesitan ser competitivas para mantenerse en el entorno, para lograrlo deben estar permanentemente evaluando todos sus procesos, la mejora continua es parte de la innovación para ello debe planear, hacer, verificar y actuar quienes dirigen las organizaciones deben ser líderes, mantener comunicación activa con sus colaboradores de tal forma que reduzcan la incertidumbre.

Como se pudo evidenciar con la investigación realizada en la Compañía de Taxis GIPCAR Manta que la planificación, ejecución y la evaluación tienen relación significativamente positiva con la mejora continua e innovación. A continuación, se presenta un cuadro de resumen en función con cada hipótesis planteada en la investigación.

Tabla 10. Resumen de correlación de Sperman

HIPOTESIS	VARIABLES/DIMENSIONES		CORRELACIÓN DE SPERMAN	RESULTADOS
	ENCUESTAS CLIENTES	ENCUESTAS ACCIONISTAS		
GENERAL	MEJORA CONTINUA		0.856	Se acepta la hipótesis general alternativa
Específica 1	Planificación		0.804	Se acepta la hipótesis 1 alternativa
Específica 2	Ejecutar		0.710	Se acepta la hipótesis 2 alternativa
Específica 3	Evaluación		0.856	Se acepta la hipótesis 3 alternativa
GENERAL		MEJORA CONTINUA	0.890	Se acepta la hipótesis general alternativa
Específica 1		Planificación	0.769	Se acepta la hipótesis 1 alternativa
Específica 2		Ejecutar	0.669	Se acepta la hipótesis 2 alternativa

Elaboración: propia.

Fuente: software estadístico SPSS V. 21.0

La satisfacción del cliente depende de cómo juzgan la calidad y está influenciada por las acciones que toma una organización. Estas acciones deben basarse en métricas que evalúen la calidad de los procesos y productos que producen y que ayuden a mejorarla. Es fundamental contar con un sistema de gestión de la calidad claramente enfocado a los procesos y a la mejora continua. La capacidad de mantener la excelencia de sus procesos y su compromiso con el avance continuo de sus metas, siempre enfocadas a la satisfacción de sus clientes, son, por tanto, requisitos indispensables para que las organizaciones alcancen el liderazgo.

Los procesos son aprobados dentro de la planificación por directivos y accionistas más cercanos, mismos que no son socializados mediante asamblea general, convirtiéndose en una línea vertical en comunicación cuando lo que se requiere es que haya una comunicación horizontal, por esta situación 0,776 se aprecia una correlación fuerte entre la variable evaluación y la innovación. Así mismo se recalca que la relación que existe entre liderazgo e innovación tiene una fuerte relación positiva (0,968).

Las autoridades de la Compañía de Taxis Gipcar reconocen que las ventajas competitivas son cualidades distintivas del servicio que el mercado objetivo considera significativas y superiores a la competencia y por las cuales el cliente objetivo está dispuesto a pagar, sustentado en la calidad, prontitud, y atención al cliente; por consiguiente, consideran importante socializar con los socios los cambios que deben implementarse a raíz de las necesidades que tienen los usuarios.

Limitaciones y recomendaciones

Es favorable que las empresas dedicadas al sector servicios utilicen un sistema que intente optimizar continuamente las actividades a través de cuatro etapas (planificar, ejecutar, evaluar y retroalimentar). Debido a que la empresa debe volver a empezar cuando llega a la fase final, esto facilita la autoevaluación continua y permite identificar oportunidades de mejora a lo largo de cada proceso. Los principales resultados de la presente investigación

incluyen un aumento de la productividad, una mejora de la eficiencia y la eficacia, una organización más adecuada con orden y limpieza, lo que permite a sus socios y personal operativo participar en sus actividades laborales de manera más eficaz generando que la compañía sea más competitiva en el futuro contando con clientes satisfechos con el servicio. Después de la implementación de una herramienta de mejora continua como parte de la innovación (propuesta de Deming), se recomienda que se proporcione supervisión y capacitación continua. Es crucial mantener el compromiso tanto de los empleados como de los dueños o gerentes para lograr que la herramienta se convierta en un hábito que inicialmente puede implicar ejercer presión, pero finalmente dará resultados positivos.

Es fundamental que el proceso de la planificación inicie con un análisis de objetivo y realista para establecer de manera formal mejoras continuas, priorizando e identificando estrategias que permitan alcanzar los objetivos planteados, sin que se afecte a la misión y rumbo de la compañía, para lograrlo es primordial ejecutar una estructura de procesos continuo que permita medir la eficiencia, efectividad y flexibilidad, para la mejora de los servicios y/o procesos de la compañía y que no se desalinee a la misión de la compañía. Así mismo, es importante monitorear de una manera frecuente y sistemática la medición de los indicadores porque puede proporcionar una retroalimentación útil innovadora para el servicio de la compañía y así evitar un descontrol, logrando orientar o mejorar su práctica.

En toda compañía de servicios es fundamental la satisfacción al cliente y que la compañía cuente con una estructura organizacional con visión y valores claros logrando el posicionamiento del mercado, de esta manera se logra que la calidad de servicio incida en la satisfacción de clientes. Es fundamental validar incidencias en la prestación de servicios y evaluar el grado de confianza por parte de los usuarios, porque permite relacionar la seguridad en la mejora continua y su impacto en la innovación, evitando de esta manera la desconfianza de los clientes. Es esencial un buen liderazgo, con el fin de mejorar la calidad de gestión en toda la organización, como la fuerza encargada de establecer objetivos que colocará a la compañía en la mejor posición posible para tener éxito y evitar el fracaso de la compañía.

Bibliografía

- Acosta, V., Vega, B., González, M., & Carmenate, L. (2020). Tipos de Innovación como Estrategias de Adaptación al Dinamismo de los Mercados. *Innova*. doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v5.n3.2020.1288>
- Alarcón, F., Leal, S., & Flores, J. (2021). Efecto de las estrategias de innovación en el éxito de las empresas. *RES NON VERBA*, 15-26. doi:<https://doi.org/10.21855/resnonverba.v11i2.533>
- Alarcón, J. (2017). *Modelo de mejora continua basado en procesos y su impacto en la calidad de los servicios que perciben los clientes de la empresa de servicios ServiFreno de la ciudad de Quito - Ecuador*. Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Obtenido de [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://industrial.unmsm.edu.pe/upg/archivos/TESIS2018/DOCTORADO/tesis11.pdf](https://industrial.unmsm.edu.pe/upg/extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://industrial.unmsm.edu.pe/upg/archivos/TESIS2018/DOCTORADO/tesis11.pdf)
- Alvarado, K., & Pumisacho, V. (2017). Prácticas de mejora continua, con enfoque Kaizen, en empresas del Distrito Metropolitano. *Intangible Capital*, 479-497.
- Álvarez, S., & et al. (2019). Kaysen una herramienta de mejora continua. *Fundación Universitaria de Popayán, Grupo semillero de investigación productividad e innovación*.
- Antonio, M., Núñez, C., & Gutierrez, P. (2019). Aplicación de ciclo Deming para la mejora de la productividad en una empresa de transportes. *EPIgmalion*.
- Guell, F. (2021). *Un modelo de gestión de la innovación*. España: Universidad de Girona. Recuperado el 25 de abril de 2022, de <https://www.fguell.com/es/un-modelo-de-gestion-de-la-innovacion/>
- Llauce, M. (2018). *Mejora continua y calidad de servicio en la empresa touring y automóvil club del Perú – 2018*. Universidad Autónoma del Perú.

- Martinez, J. (2020). Ingeniería de gestión de calidad por procesos y la mejora continua aplicada a los sistemas de producción de las organizaciones empresariales complejas. *Scientia*, 67-86.
- Mendez, J. Á. (2017). *Bases para un modelo tridimensional de mejora continua [Tesis Doctoral, Universidad de Vigo]*. Obtenido de http://www.investigacion.biblioteca.uvigo.es/xmlui/bitstream/handle/11093/845/Bases_par_un_modelo_tridimensional.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mera, P. (2021). “*Gestión de calidad en la compañía de transporte de carga pesada R&R Translogic S. A. y su incidencia en el servicio*”. Universidad Técnica de Ambato.
- Najul, J. (2011). El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio. *Observatorio Laboral Revista Venezolana*, 23-35.
- Robayo, P. (2016). La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano. *Suma de Negocios*, 7(16), 125-140. doi:10.1016/j.sumneg.2016.02.007
- Rodríguez, C. (2019). Innovación y gestión del conocimiento como ventaja competitiva para las organizaciones caso Incolbest S.A. *Ciencia Unisalle*. Obtenido de https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/1631/?utm_source=ciencia.lasalle.edu.co%2Fadministracion_de_empresas%2F1631&utm_medium=PDF&utm_campaign=PDFCoverPages
- Ruales, J. (2017). *El Sistema de Gestión por Procesos y su Efecto sobre la Rentabilidad de una Empresa de Servicios Viajeros*. Repositorio Digital Universidad Técnica del Norte.
- Suárez, K., & Zeña, J. (2022). El ciclo Deming y la productividad: Una Revisión Bibliográfica y Futuras Líneas de Investigación. *Revista Científica y Tecnológica QANTU YACHAY*, 64-79.
- Torres, O., Enríquez, J., & Vallejos, A. (2019). Atención al cliente: un análisis al servicio que brindan los restaurantes en la ciudad de Ibarra - Ecuador. *HOLOPRAXIS Ciencia*,

Veintimilla, J., & et al. (2020). Enfoque basado en la teoría para la mejora administrativa: análisis del modelo y actividades en el desarrollo. *Digital Publisher CEI*, 44-55.

Zayas, I. (2022). La mejora continua: Elemento de competitividad empresarial. *Revista Electrónica sobre Cuerpos Académicos y Grupos de Investigación*.

Zayas, I. P., López, R., & Torres, J. (2015). La innovación, competitividad y desarrollo tecnológico en las MIP y ME's del municipio de Angostura, Sinaloa. *Revista mexicana de ciencias*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-09342015000300013&lng=es&tlng=es.

Conflicto de intereses:

Los autores declaran que no existe conflicto de interés posible.

Financiamiento:

No existió asistencia financiera de partes externas al presente artículo.

Agradecimiento:

N/A

Nota:

El artículo no es producto de una publicación anterior, proyecto, etc.