

**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

**TESIS PARA OBTENER
EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GESTIÓN DE LA CALIDAD Y COMPETITIVIDAD
DE LA EMPRESA MONTAÑA DORADA,
CHACHAPOYAS, 2022**

Autora:

Bach. Evelin Servan Mendoza

Asesora:

Ing. Patricia Escobedo Ocampo

Registro: (.....)

CHACHAPOYAS – PERÚ

2023

Autorización de Publicación de la Tesis en el Repositorio Institucional de la Untrm



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-H

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNTRM

1. Datos de autor 1

Apellidos y nombres (tener en cuenta las tildes): Servan Mendoza Evelyn
DNI N°: 70921257
Correo electrónico: 7092125781@untrm.edu.pe
Facultad: Ciencias Económicas y Administrativas
Escuela Profesional: Administración de Empresas

Datos de autor 2

Apellidos y nombres (tener en cuenta las tildes): _____
DNI N°: _____
Correo electrónico: _____
Facultad: _____
Escuela Profesional: _____

2. Título de la tesis para obtener el Título Profesional

"Gestión de la Calidad y Competitividad de la empresa Montaña Dorada, Chachapoyas, 2022"

3. Datos de asesor 1

Apellidos y nombres: Escobedo Orampo Patricia
DNI, Pasaporte, C.E N°: 16216683
Open Research and Contributor-ORCID (<https://orcid.org/0000-0002-9670-0970>) <https://orcid.org/10000-0002-9180-9759>

Datos de asesor 2

Apellidos y nombres: _____
DNI, Pasaporte, C.E N°: _____
Open Research and Contributor-ORCID (<https://orcid.org/0000-0002-9670-0970>) _____

4. Campo del conocimiento según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos- OCDE (ejemplo: Ciencias médicas, Ciencias de la Salud-Medicina básica-Inmunología)

https://catalogos.concytec.gob.pe/vocabulario/ocde_ford.html
Ciencias Sociales, Economía, Negocios - Negocios, Administración

5. Originalidad del Trabajo

Con la presentación de esta ficha, el(la) autor(a) o autores(as) señalan expresamente que la obra es original, ya que sus contenidos son producto de su directa contribución intelectual. Se reconoce también que todos los datos y las referencias a materiales ya publicados están debidamente identificados con su respectivo crédito e incluidos en las notas bibliográficas y en las citas que se destacan como tal.

6. Autorización de publicación

El(los) titular(es) de los derechos de autor otorga a la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas (UNTRM), la autorización para la publicación del documento indicado en el punto 2, bajo la *Licencia creative commons* de tipo BY-NC: Licencia que permite distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial por lo que la Universidad deberá publicar la obra poniéndola en acceso libre en el repositorio institucional de la UNTRM y a su vez en el Registro Nacional de Trabajos de Investigación-RENATI, dejando constancia que el archivo digital que se está entregando, contiene la versión final del documento sustentado y aprobado por el Jurado Evaluador.

Chachapoyas, 22 / Noviembre / 2023

Firma del autor 1

Firma del autor 2

Firma del Asesor 1

Firma del Asesor 2

Dedicatoria

A mis padres, por ser quienes cada día me alientan y ayudan para continuar y cumplir cada una de mis metas, a mis hermanos, por acompañarme y brindarme su apoyo incondicional.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por brindarme la vida, y otorgarme sabiduría y protección en cada aspecto de mi vida, a mi asesora Patricia Escobedo Ocampo por su guía y orientación durante el desarrollo de esta tesis y a los docentes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas por sus conocimientos que me compartieron durante mi formación profesional.

**Autoridades de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de
Amazonas**

**Ph.D. JORGE LUIS MAICELO QUINTANA
RECTOR**

**Dr. OSCAR ANDRÉS GAMARRA TORRES
VICERRECTOR ACADÉMICO**

**Dra. MARÍA NELLY LUJÁN ESPINOZA
VICERRECTORA DE INVESTIGACIÓN**

**Mag. CIRILO LORENZO ROJAS MALLQUI
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

Visto Bueno del Asesor de Tesis



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-L

VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

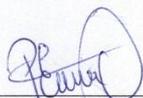
El que suscribe el presente, docente de la UNTRM ()/Profesional externo (), hace constar que ha asesorado la realización de la Tesis titulada GESTIÓN DE LA CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA MONTAÑA DORADA, CHACHAPOYAS, 2022

del egresado EVELIN SERVAN MENDOZA
de la Facultad de CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
Escuela Profesional de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
de esta Casa Superior de Estudios.

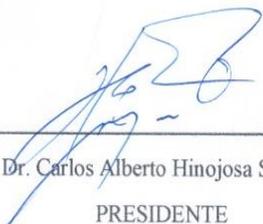
El suscrito da el Visto Bueno a la Tesis mencionada, dándole pase para que sea sometida a la revisión por el Jurado Evaluador, comprometiéndose a supervisar el levantamiento de observaciones que formulen en Acta en conjunto, y estar presente en la sustentación.

Chachapoyas, 22 de SETIEMBRE de 2023



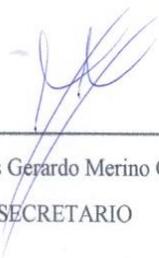

Firma y nombre completo del Asesor
Patricia Escobedo Ocampo

Jurado Evaluador de la Tesis



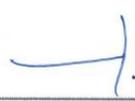
Dr. Carlos Alberto Hinojosa Salazar

PRESIDENTE



Dr. Luis Gerardo Merino Cava

SECRETARIO



Dr. Rosas Carranza Guevara

VOCAL

Constancia de Originalidad de la Tesis



ANEXO 3-Q

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

Los suscritos, miembros del Jurado Evaluador de la Tesis titulada:

Creación de la calidad y competitividad de la empresa Montaña
Derivado, Chachapoyas, 2022.

presentada por el estudiante ()/egresado (x) Evelin Serván Mendoza
de la Escuela Profesional de Administración de Empresas
con correo electrónico institucional 7092425789@untrm.edu.pe

después de revisar con el software Turnitin el contenido de la citada Tesis, acordamos:

- La citada Tesis tiene 45 % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es menor () / igual (x) al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM.
- La citada Tesis tiene _____ % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es mayor al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM, por lo que el aspirante debe revisar su Tesis para corregir la redacción de acuerdo al Informe Turnitin que se adjunta a la presente. Debe presentar al Presidente del Jurado Evaluador su Tesis corregida para nueva revisión con el software Turnitin.



Chachapoyas, 16 de octubre del 2023


SECRETARIO


VOCAL


PRESIDENTE

OBSERVACIONES:

.....
.....

Acta de la Sustentación de la Tesis



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-5

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

En la ciudad de Chachapoyas, el día 15 de Noviembre del año 2023, siendo las 11:00 horas, el aspirante: Evelin Servan Mendoza, asesorado por Ing. Patricia Escobedo Orampo defiende en sesión pública presencial (X) / a distancia () la Tesis titulada: Gestión de la Calidad y Competitividad de la empresa Montaña Dorada, Chachapoyas, 2022.

para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración de Empresas a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, ante el Jurado Evaluador, constituido por:

Presidente: Dr. Carlos Alberto Hinojosa Salazar

Secretario: Dr. Luis Gerardo Nerino Cava

Vocal: Dr. Rosas Carranza Guevara

Procedió el aspirante a hacer la exposición de la Introducción, Material y métodos, Resultados, Discusión y Conclusiones, haciendo especial mención de sus aportaciones originales. Terminada la defensa de la Tesis presentada, los miembros del Jurado Evaluador pasaron a exponer su opinión sobre la misma, formulando cuantas cuestiones y objeciones consideraron oportunas, las cuales fueron contestadas por el aspirante.

Tras la intervención de los miembros del Jurado Evaluador y las oportunas respuestas del aspirante, el Presidente abre un turno de intervenciones para los presentes en el acto de sustentación, para que formulen las cuestiones u objeciones que consideren pertinentes.

Seguidamente, a puerta cerrada, el Jurado Evaluador determinó la calificación global concedida a la sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional, en términos de:

Aprobado (X) por Unanimidad () / Mayoría (X) Desaprobado ()

Otorgada la calificación, el Secretario del Jurado Evaluador lee la presente Acta en esta misma sesión pública. A continuación se levanta la sesión.

Siendo las 11:50 horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.

SECRETARIO

PRESIDENTE

VOCAL

OBSERVACIONES:

Índice

Autorización de Publicación de la Tesis en el Repositorio Institucional de la UNTRM .	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Autoridades de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas	v
Visto bueno del Asesor de la Tesis	vi
Jurado Evaluador de la Tesis	vii
Constancia de Originalidad de la Tesis.....	viii
Acta de la Sustentación de la Tesis.....	ix
Índice	x
Índice de Tablas	xi
Resumen.....	xii
Abstract.....	xiii
I. INTRODUCCIÓN.....	14
II. MATERIAL Y MÉTODOS.....	20
2.1. Población, muestra y muestreo	20
2.2. Variables de estudio	21
2.3. Métodos.....	21
2.4. Técnica e instrumento de recolección de datos.....	22
2.5. Análisis de datos	22
III. RESULTADOS	23
IV. DISCUSIÓN	28
V. CONCLUSIONES.....	31
VI. RECOMENDACIONES.....	32
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	33
ANEXOS	36

Índice de Tablas

Tabla 1. Criterios de escala de Likert	22
Tabla 2. Nivel de enfoque a procesos y competitividad	23
Tabla 3. Relación entre enfoque a procesos y competitividad	23
Tabla 4. Nivel de Mejora y competitividad de la empresa Montaña Dorada	24
Tabla 5. Relación entre mejora y competitividad	24
Tabla 6. Nivel de gestión de las relaciones y competitividad.....	25
Tabla 7. Relación entre gestión de las relaciones y competitividad	26
Tabla 8. Nivel de gestión de la calidad y competitividad	26
Tabla 9. Relación entre Gestión de la calidad y Competitividad.....	27

Resumen

El presente estudio de investigación se propuso por objetivo analizar la relación existente entre la gestión de la calidad y competitividad de la empresa Montaña Dorada en el año 2022. La investigación fue de tipo básica, de nivel descriptivo correlacional, con un diseño que corresponde al no experimental de corte transversal; asimismo, como instrumento para la recopilación de datos, se utilizaron dos cuestionarios basados en la Escala de Likert, considerando como muestra a 367 clientes de la empresa. Se pudo identificar que, la empresa gestiona de manera adecuada la calidad dentro de sus procesos, lo cual, se ve reflejado en los resultados obtenidos, en donde los clientes señalan que la gestión de la calidad es de nivel alto en un 71.40% y de nivel medio en un 28.6%; y en relación a la competitividad, se identificó que esta se encuentra en nivel alto con un 64.60% y en nivel medio con un 35.40%, la correlación obtenida a un nivel de significancia de 0.000 menor al 0.05% fue de 0.864, demostrando que, existe una relación entre la gestión de la calidad y competitividad en la empresa Montaña Dorada. Concluyendo así que, se acepta la hipótesis de la existencia de una relación significativa entre gestión de la calidad y competitividad en la empresa Montaña Dorada.

Palabras Claves: Gestión de la calidad, competitividad, empresa.

Abstract

This research study aimed to analyze the relationship between quality management and competitiveness of the company Montaña Dorada in 2022. The research was of basic type, of correlational descriptive level, with a design that corresponds to the non-experimental cross-section; Likewise, as an instrument for data collection, two questionnaires based on the Likert Scale were used, considering 367 clients of the company as a sample. It was possible to identify that, the company adequately manages quality within its processes, which is reflected in the results obtained, where customers indicate that quality management is high level in 71.40% and medium level in 28.6%; and in relation to competitiveness, it was identified that this is at a high level with 64.60% and at a medium level with 35.40%, the correlation obtained at a significance level of 0.000 less than 0.05% was 0.864, demonstrating that there is a relationship between quality management and competitiveness in the Montaña Dorada company. Thus, concluding that, the hypothesis of the existence of a significant relationship between quality management and competitiveness in the company Montaña Dorada is accepted.

Keywords: Quality management, competitiveness, company

I. INTRODUCCIÓN

En el contexto actual, las organizaciones se desenvuelven en un entorno cada vez más hostil, en el que, para permanecer vigentes, es necesario que implementen estrategias y herramientas que les permitan hacer frente a su competencia; lo cual será alcanzado, en base a como estas logren cumplir con las necesidades y exigencias de sus clientes mejor que las empresas rivales.

El sector de agroindustrias en el Perú engloba a las actividades del sector manufactura, asociadas a la conservación, procesamiento y transformación de materias primas y productos intermedios, tal es el caso, de los pecuarios, agrícolas y forestales. Esta parte de la industria, desempeña un papel importante en nuestro país, debido a que, permite realizar una distribución apropiada entre la producción agrícola con la demanda de consumo por parte la población a escala nacional e internacional; además que, la transformación de materia prima permite la diversificación y creación de nuevos mercados de consumidores. (Cámara de Comercio Lima, 2019)

El mercado de la cadena de lácteos en el Perú se centra a nivel del acopio, transformación industrial de la leche fresca y la comercialización. (Dirección Nacional de Investigación y Promoción de la Libre Competencia, 2021). Asimismo, el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, señala que, el sector lácteo está principalmente orientado a la obtención de la leche y a la producción de derivados lácteos, realizado principalmente por las pequeñas y medianas empresas relacionadas a la agricultura familiar y la pequeña agroindustria.

Dado que, la leche y los productos obtenidos en base de esta, son esenciales en el régimen alimenticio de las personas, en virtud del valor nutricional que nos aportan. Este es un sector en crecimiento y con gran competencia en el mercado, por lo que, es necesario que las pequeñas empresas dedicadas a la producción de derivados lácteos, busquen estrategias que le permitan impulsar y garantizar la satisfacción del consumidor que es cada vez más demandante.

Díaz et al. (2021), sostienen que, la competitividad se origina debido a la rivalidad que mantienen las empresas pertenecientes al mismo ámbito, lo cual, es logrado por medio de la interacción entre la industria y sus grupos de interés, conformado principalmente por los clientes, proveedores, competidores, acreedores, entre otros; con la finalidad de, demostrar que como organización tienen la capacidad de atender las necesidades de los consumidores mejor que sus competidores. En este sentido, la gestión de la calidad, permite a las empresas satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes, por medio de la implementación de estrategias y acciones ligadas a la optimización de procesos y mejora continua. (Gamonal y Echevarría, 2019)

El concepto de calidad ha ido evolucionando con el transcurso del tiempo, su enfoque inicialmente se centraba en detectar aquellos productos defectuosos para separarlos de las líneas de producción antes de que estos lleguen a los consumidores finales; posteriormente, nuevas teorías y principios relacionados a la calidad, originaron que la atención se centre en los procesos de producción que se ejecutan dentro de una organización, permitiendo así, gestionar sus operaciones con la finalidad de buscar una mejora continua de las mismas. (Díaz y Salazar, 2021).

En base a esta evolución de la concepción de la calidad, es que surgen las Normas ISO de calidad, las cuales tienen por objetivo principal, que las organizaciones brinden productos y servicios que satisfagan a los clientes, mediante la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad. En la Norma ISO 9000:2015, se exponen los fundamentos, la terminología, los principios, procesos y recursos del sistema de gestión de calidad; la importancia de esta norma radica en que sirve como base, para que en futuro la organización pueda implementar la Norma ISO 9001, debido a que, en esta se establecen de forma detallada cuáles son las acciones que las empresas deben de realizar para garantizar que los productos y servicios que se brinden a los clientes sean de calidad. Es por ello que, para la realización del presente estudio se ha considerado tres de los siete principios de la Norma ISO 9000:2015, los cuales son: enfoque a procesos, mejora y gestión de las relaciones.

Existen investigaciones previas, en las que se ha analizado la gestión de la calidad y competitividad en las empresas. En cuanto al ámbito internacional:

Vargas et al. (2020), en su artículo de investigación estudiaron la competitividad de las pymes comerciales del municipio de Acaxochitlan en México, en el cual, se plantearon como objetivo, identificar mediante el mapa de competitividad del Banco Interamericano de Desarrollo, aquellos factores que disponen que las pymes del sector comercial sean competitivas. El estudio realizado fue cuantitativo de nivel básico con un alcance exploratorio, obtuvieron como resultados que, el 59.38% de las pymes presentan mediana competitividad y el 6.25% alta competitividad; además, que estas para su competitividad cuentan con, el 26% factor aprovisionamiento, 25% el factor planeación estratégica, 17.96% el factor comercialización, 14.79% el factor recursos humanos, 13.50% el factor medio ambiental, 12.57% sistemas de información, 11.53% contabilidad y el 11.32% de aseguramiento de la calidad. Concluyendo que, las pymes del sector comercial presentan una baja competitividad, debido a que, no existe un adecuado aprovechamiento del capital humano como consecuencia de la poco o inexistente capacitación, además, de no considerar para su gestión, sistemas de calidad, que le permitan gestionar y mejorar sus procesos.

López y Peralta (2019), en su tesis denominada, sistema de gestión de calidad de los productos lácteos Mirafior en la ciudad de Estelí en el primer semestre de 2019, como objetivo se plantearon, evaluar la manera en que se gestiona la calidad de los productos lácteos en la empresa Mirafior, analizando las herramientas de control utilizadas y las condiciones en las que se ejecutan los procesos. El estudio tuvo un enfoque cuantitativo y cualitativo, de tipo descriptiva, como resultados se obtuvo que, el 80% de los colaboradores considera que las fallas presentadas en los productos finales se originan en los procesos productivos y el 20% por causa de la materia prima, además, el 90% consideran que la empresa está enfocada a la mejora continua y el 10% que no. Al finalizar este estudio, se concluyó que, implementar un sistema que permita gestionar la calidad de acuerdo a la ISO 9001:2008, facilita incrementar la productividad y la diversificación de los productos lácteos, considerando necesaria la capacitación de los trabajadores para fortalecer sus conocimientos respecto a la calidad y mejora continua.

Melo et al. (2019), en su investigación realizada acerca de, los elementos que determinan la competitividad en las Mipymes pertenecientes a la agroindustria

alimentaria en Boyacá - Colombia, se plantearon como objetivo definir aquellos factores que condicionan la competitividad de las agroindustrias alimentarias. El estudio fue descriptivo, como población se consideró a 91 mipymes que se dedican a la producción de cárnicos, lácteos, frutas, verduras y snacks; de las cuales 16 conformaron la muestra de estudio. Como principales resultados se obtuvieron que, el 94,5% consideran a la calidad como factor de competitividad, el 86,8% a la reputación o imagen corporativa, 85.7% atención al cliente, 70.4% desarrollar nuevos productos y 66% poseer certificaciones. Concluyendo que, la calidad es percibida como el principal factor que permite a las mipymes del sector agroindustria alimentaria, ser competitivas.

En el ámbito nacional, se cuenta con investigaciones previas en las que se buscaron asociar la gestión de la calidad con la competitividad en una organización, tal como es el caso de, Facundo y Parihuaman (2019), quienes, en su tesis realizada, respecto a la gestión de calidad y competitividad en la empresa Vita Juice S.A.C., Independencia, 2019, tuvieron por objetivo establecer la relación entre estas dos variables dentro de la empresa. La metodología que emplearon en esta indagación tuvo un enfoque cuantitativo, de diseño no experimental de corte transversal; asimismo, el nivel de esta investigación fue descriptivo correlacional, como resultado obtuvieron que, existe una correlación de 0.952 entre la variable gestión de la calidad y la variable competitividad en la empresa Vita Juice S.A.C.

Carrasco et al. (2021), en su artículo de investigación titulado, la competitividad empresarial en las pymes: retos y alcances, tuvo por objetivo, analizar la competitividad de las microempresas pertenecientes a la industria de calzado en la ciudad de Trujillo. La metodología aplicada, fue descriptiva deductivo, como resultados se obtuvieron que, 40.4% de las microempresas a veces crean una propuesta de valor para sus clientes, el 9.28% de los consumidores finales están satisfechos con la calidad de los productos, el 48.2% considera que algunas veces los precios están establecidos en base al mercado, un 20.4% considera que casi nunca los precios actuales están a su alcance y que solo el 3.2% de las empresas tienen un segmento de mercado adecuadamente definido. Al finalizar este estudio, se concluyó que, las microempresas presentan deficiencias en brindar artículos y servicios de calidad que logren la satisfacción plena de sus clientes, asimismo, que

sus precios no están enmarcados en los estándares de mercado dificultando la adquisición por parte de sus clientes, lo cual obstaculiza que estas puedan ser competitivas.

Dávila y Mezones (2019), en su estudio de investigación realizado, respecto a la gestión de la calidad y la competitividad presentes en las empresas que exportan la harina de lúcuma en Lima durante el año 2018, se trazaron como objetivo, conocer el grado de conexión existente entre las variables estudiadas. En esta investigación, hicieron uso del diseño de investigación no experimental, definido del tipo correlacional, empleando la encuesta y cuestionario para la obtención de los datos requeridos. Los resultados obtenidos, demostraron que la gestión de la calidad se relaciona directamente a la competitividad de estas empresas. Debido a que, estas implementan sistemas de gestión de calidad dentro de sus organizaciones con el fin de ofrecer productos que cumplan con la calidad requerida por el mercado nacional e internacional.

Goicochea (2019), en su investigación realizada, acerca de los factores que afectan la competitividad de las microempresas dedicadas a la elaboración de derivados lácteos en el distrito de Bambamarca, se planteó como objetivo, definir los elementos condicionantes del nivel de competitividad de mypes procesadoras de derivados de la leche en Bambamarca. Esta investigación fue descriptiva, exploratoria de corte transversal. Se obtuvo como resultados que, los productores de leche cuentan con bajo nivel educativo, en lo que respecta a la recepción y procesamiento de la materia prima, solo el 5% utilizan materiales y maquinarias que garanticen la calidad del producto. Finalizada la investigación, el autor concluyó que las microempresas demuestran flaquezas respecto a los procesos de innovación de tecnologías, capacitación y profesionalización de la mano de obra, además, de no estandarizar procedimientos para lograr que los productos cuenten con una mejor calidad; la asistencia técnica y el crédito a los proveedores son factores externos que afectan negativamente en la competitividad de las microempresas.

En el ámbito local, no se cuenta con investigaciones previas, referente a gestión de la calidad y competitividad, por lo que, este estudio sería el primero realizado en

relación a estos temas. La marca comercial Montaña Dorada es una empresa orientada a la elaboración y comercialización de productos derivados de la leche como son queso, yogurt, manjar; entre otros, el inicio de sus actividades comerciales fue el mes de mayo del año 2018.

La planta procesadora en la cual se realiza la transformación de los productos, se encuentra ubicada en el en el Jr. Unión Cuadra 2 S/N en el distrito de Levanto, Provincia Chachapoyas. Lugar desde el cual, se transporta los productos finales, para ser distribuidos a los diferentes establecimientos a los que vende su producto en la ciudad de Chachapoyas, negocios como Panadería Liliana, Panadería Lourdes, Panadería Cavilva, Panadería Santa Lucía, el Bodegón, Puesto 36 en el mercado modelo y el Mini café. Debido al rubro al que pertenece la empresa y por el crecimiento de la ganadería en nuestra región en los últimos años, ha propiciado un incremento considerable del número de microempresas dedicadas a la producción de derivados lácteos, generando así un aumento en el nivel de competencia en el mercado.

En tal escenario, el presente estudio de investigación está orientado a indagar la relación que existe entre gestión de la calidad y competitividad de la empresa Montaña Dorada en el año 2022. Teniendo por objetivo general, analizar la relación existente entre la gestión de la calidad y competitividad de la empresa Montaña Dorada, Chachapoyas, 2022 y como objetivos específicos, determinar la relación entre enfoque a procesos y competitividad de la empresa Montaña Dorada, Chachapoyas, 2022.; determinar la relación entre mejora y competitividad de la empresa Montaña Dorada, Chachapoyas, 2022; determinar la relación entre gestión de las relaciones y competitividad de la empresa Montaña Dorada, Chachapoyas, 2022. La relevancia del presente estudio se fundamenta, en que permitirá conocer la relación entre las variables de estudio, en base de las cuales se pueden tomar acciones de mejora que permitan a Montaña Dorada ser competitiva.

II. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1. Población, muestra y muestreo

2.1.1. Población

En este estudio estuvo conformada por la población femenina de la ciudad de Chachapoyas localizada en el rango de edad de 20 a 50 años, debido a que, por observación, se ha determinado que este grupo poblacional compran en mayor cantidad productos lácteos, los cuales suman un total de 8,231 en base a datos obtenidos del censo realizado en el año 2017. (INEI, 2018)

2.1.2. Muestra

Se consideró como muestra, a una parte representativa de la población, que cumpla con los siguientes criterios:

Criterio de inclusión

Población del sexo femenino que se encuentren en el rango de 20 a 50 años de edad de la ciudad de Chachapoyas, que consumen productos lácteos.

Criterio de exclusión

Personas que no hayan consumido productos de Montaña Dorada.

Para realizar el cálculo de la muestra del presente estudio se utilizó la fórmula siguiente:

$$n = \frac{k^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{[e^2(N - 1) + (k^2 \cdot p \cdot q)]}$$

Donde:

n: Muestra

p: Probabilidad de éxito

q: Probabilidad de fracaso

N: Población

e^2 : Margen de error

k^2 : Nivel de confianza

Aplicación de la fórmula:

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5) * (8231)}{(0.05)^2(8231 - 1) + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = 367$$

Con la cual se obtuvo que un total de 367 personas, conformarían la muestra de la presente investigación.

2.1.3. Muestreo

En este estudio se empleó el muestreo probabilístico, dado que, las 8,231 personas que constituyen la población de estudio, contaron con la misma oportunidad de ser seleccionados para conformar la muestra.

2.2. Variables de estudio

Variable 01:

Gestión de la calidad

La gestión de la calidad es un enfoque basada en procesos, que permite a una empresa obtener y mantener procesos de producción de calidad, mediante la adopción de acciones de mejora, las cuales son fijadas en base a la supervisión y control de los mismos. (Santamaría, 2017)

Variable 02:

Competitividad

“La competitividad hace referencia a un conjunto de herramientas y estrategias pertenecientes a una empresa, que le otorgan una posición superior en el mercado, respecto a los competidores del medio” (Díaz et al., 2021).

2.3. Métodos

2.3.1. Tipo de investigación

Como señalan, Arispe et al. (2015), “la investigación básica está enfocada en generar nuevos conocimientos, mediante el entendimiento de los elementos esenciales de los fenómenos y hechos observables” (p. 62). Por tanto, la investigación del presente estudio fue de tipo básica, dado que, se realizó con el propósito de conocer y comprender la gestión de la calidad y la competitividad presente en la empresa Montaña Dorada en el año 2022.

2.3.2. Nivel de investigación

El presente estudio investigativo fue nivel descriptivo correlacional, puesto que, se buscó asociar la variable de gestión de calidad y competitividad de la empresa Montaña Dorada; para lo cual, fue necesario estudiar el comportamiento de cada variable de forma independiente antes de establecer el grado de relación entre ambas.

2.3.3. Diseño de investigación

En esta investigación el diseño empleado fue el no experimental de corte transversal, en virtud de que, las variables no fueron manipuladas y se limitó a observar cómo estas se desarrollan dentro de la empresa Montaña Dorada. Además, los datos se recopilaron en un único momento. (Hernández y Mendoza, 2018)

2.4. Técnica e instrumento de recolección de datos

2.4.1. Técnica

La técnica utilizada para la recopilación de información en el presente estudio de investigación, fue la encuesta. La cual fue aplicada a 367 clientes de Montaña Dorada, de manera presencial y por Formularios de Google.

2.4.2. Instrumentos

En la investigación se emplearon dos cuestionarios elaborados para cada una de las variables de estudio, una para la gestión de la calidad y otra para competitividad, contaron con 12 preguntas las cuales fueron diseñadas en base a la operacionalización de variables, utilizando la Escala de Likert. Los cuestionarios mencionados fueron validados por tres profesionales.

Tabla 1

Criteria de escala de Likert

Criteria	Valoración
Totalmente en desacuerdo	1
En desacuerdo	2
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

2.5. Análisis de datos

Para realizar el procesamiento y análisis de los datos recogidos se hizo uso del Software estadístico SPSS versión 27, además, de Microsoft Excel y Microsoft Word, mediante la estadística descriptiva se realizó tabulaciones que permitieron interpretar y analizar la información recolectada; además, se utilizó el Coeficiente de Pearson para comprobar la relación entre las variables estudiadas.

III. RESULTADOS

3.1. Determinar la relación entre enfoque a procesos y competitividad de la empresa Montaña Dorada, Chachapoyas, 2022.

Tabla 2

Nivel de enfoque a procesos y competitividad

		Competitividad			
		Nivel Bajo	Nivel medio	Nivel alto	Total
Enfoque a procesos	Nivel Bajo	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
	Nivel medio	0.00%	12.00%	0.00%	12.00%
	Nivel alto	0.00%	23.40%	64.60%	88.00%
	Total	0.00%	35.40%	64.60%	100.00%

En relación a cómo repercute el enfoque a procesos en la competitividad de Montaña Dorada, basándonos en los resultados alcanzados, se puede indicar que, cuando enfoque a procesos está en un nivel alto, la competitividad que alcanza Montaña Dorada es alta en un 64.60% y media en 23.40%; en cambio, cuando el nivel de gestión de la calidad es medio, la competitividad de la empresa alcanza un nivel medio en un 12.00% y no logra una competitividad de nivel alto.

Tabla 3

Relación entre enfoque a procesos y competitividad

		Correlaciones	
		Enfoque a procesos	Competitividad
Enfoque a procesos	Correlación de Pearson	1	,824**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	367	367
Competitividad	Correlación de Pearson	,824**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	367	367

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

Al realizar el análisis, mediante el coeficiente de correlación de Pearson se alcanzó un valor de 0.824, lo que, manifiesta la existencia de una correlación positiva alta entre enfoque a procesos y competitividad de Montaña Dorada en el año 2022. Por lo que, se puede afirmar que, la manera en como las

actividades y procesos sean establecidos y gestionados dentro de la empresa va a incidir directamente en la competitividad que la empresa pueda lograr.

- 3.2. Determinar la relación entre mejora y competitividad de la empresa Montaña Dorada, Chachapoyas, 2022.

Tabla 4

Nivel de Mejora y competitividad de la empresa Montaña Dorada

		Competitividad			
		Nivel Bajo	Nivel medio	Nivel alto	Total
Mejora	Nivel bajo	0.00%	18.20%	12.30%	30.50%
	Nivel medio	0.00%	17.20%	51.80%	69.00%
	Nivel alto	0.00%	0.00%	0.50%	0.50%
	Total	0.00%	35.40%	64.60%	100.00%

Respecto a relación entre la dimensión mejora y competitividad, los resultados obtenidos señalan que, cuando mejora dentro de Montaña Dorada se encuentra en un nivel bajo, la competitividad se representa en un nivel medio con el 18.20% y una competitividad alta en un 12.30%; cuando mejora se encuentra en un nivel medio, la competitividad es media en un 17.20% y alta en 51.8%; y cuando la mejora se encuentra en un nivel alto la competitividad es alta en un 0.50%.

Tabla 5

Relación entre mejora y competitividad

		Correlaciones	
		Mejora	Competitividad
Mejora	Correlación de Pearson	1	,563**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	367	367
Competitividad	Correlación de Pearson	,563**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	367	367

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

El resultado obtenido mediante, el coeficiente de correlación de Pearson fue de 0.563 a un nivel de significancia de 0,000, lo cual, declara que el grado de correlación entre mejora y competitividad de Montaña Dorada, es positiva moderada. Estos resultados, evidencian que, mejora es un factor que influye de manera positiva en la competitividad de la empresa, más no es la principal determinante de esta.

- 3.3.** Determinar la relación entre gestión de las relaciones y competitividad de la empresa Montaña Dorada, Chachapoyas, 2022.

Tabla 6

Nivel de gestión de las relaciones y competitividad

		Competitividad			
		Nivel Bajo	Nivel medio	Nivel alto	Total
Gestión de las relaciones	Nivel Bajo	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
	Nivel medio	0.00%	24.20%	3.30%	27.50%
	Nivel alto	0.00%	11.20%	61.30%	72.50%
	Total	0.00%	35.40%	64.60%	100.00%

Con respecto al análisis de la reciprocidad entre gestión de las relaciones y competitividad de Montaña Dorada, partiendo de los resultados obtenidos, se puede indicar que, cuando el nivel de la gestión de las relaciones se encuentra en nivel medio, la competitividad de la empresa es media en un 24.20% y alta en un 3.30%, a diferencia de, que cuando la gestión de las relaciones se encuentra en un nivel alto, la competitividad de Montaña Dorada es alta en un 61.30%.

Tabla 7*Relación entre gestión de las relaciones y competitividad*

		Correlaciones	
		Gestión de las relaciones	Competitividad
Gestión de las relaciones	Correlación de Pearson	1	,916**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	367	367
	Correlación de Pearson	,916**	1
Competitividad	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	367	367

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

Se puede observar que, entre la gestión de las relaciones y competitividad se obtuvo un valor de 0.916, lo cual, representa la existencia de un grado de relación positivo fuerte entre estos dos elementos en la empresa Montaña Dorada. A partir de ello, se puede afirmar que, la gestión de las relaciones influye de manera significativa en la competitividad que la empresa puede alcanzar en el mercado.

Finalmente, para analizar la relación presente entre la variable gestión de la calidad y competitividad, es necesario conocer el nivel en el que estas se encuentran, para establecer la correlación de ambas variables mediante el Coeficiente de Pearson.

Tabla 8*Nivel de gestión de la calidad y competitividad*

		Competitividad			
		Nivel Bajo	Nivel medio	Nivel alto	Total
Gestión de la calidad	Nivel Bajo	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
	Nivel medio	0.00%	23.40%	5.20%	28.60%
	Nivel alto	0.00%	12.00%	59.40%	71.40%
	Total	0.00%	35.40%	64.60%	100.00%

Basándose en los resultados logrados, respecto a las variables estudiadas en el presente estudio, se resalta que, los clientes encuestados señalan, que la gestión de la calidad de Montaña Dorada se halla en nivel medio en un 28.60% y un nivel alto en un 71.4% y la competitividad en un nivel medio con un 35.4% y nivel alto de 64.6%. Además, se observa que, cuando la gestión de calidad cuenta con un nivel medio, la competitividad cuenta con nivel medio de 23.40% y alto de un 5.20%; en cambio, si la gestión de la calidad se cuenta con un nivel alto, la competitividad es de nivel medio en un 12% y de nivel alto en un 59.4%.

Tabla 9

Relación entre Gestión de la calidad y Competitividad

		Correlaciones	
		Gestión de la Calidad	Competitividad
Gestión de la Calidad	Correlación de Pearson	1	,864**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	367	367
Competitividad	Correlación de Pearson	,864**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	367	367

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

De acuerdo a lo obtenido, mediante el análisis de correlación de Pearson, el cual dio como resultado un valor positivo de 0.864, se manifiesta que, existe una relación positiva entre la gestión de la calidad y competitividad de la empresa Montaña Dorada. Asimismo, se obtuvo una sig. Bilateral valor de 0,000, lo cual es menor que 0,05; por lo que se acepta la hipótesis de la investigación.

Teniendo en cuenta estos resultados, se manifiesta que, si las actividades y procedimientos enfocados a la gestión de la calidad dentro de la empresa son potenciados, va repercutir directamente en que Montaña Dorada logre ser más competitiva.

IV. DISCUSIÓN

La gestión de calidad es un factor importante para el incremento de la competitividad de las empresas, independientemente del tamaño y rubro al cual estas pertenezcan; puesto que, permite visualizar de forma integral a la organización, como un conjunto de procesos interrelacionados que tienen como objetivo lograr la satisfacción de los clientes, brindando productos y servicios de calidad.

Referente al objetivo general de la presente indagación, la correlación de Pearson alcanzó un valor de 0.864 a un nivel de significancia de 0,000, evidenciando que se presenta una conexión directa y significativa entre ambas variables en la empresa Montaña Dorada. Estos resultados, están relacionados, con el estudio efectuado por Facundo y Parihuaman (2019), en la empresa Vita Juice S.A.C dedicada a la producción y elaboración de jugos, en el cual, obtuvieron que se presenta una correlación de 0.952 entre la gestión de la calidad y competitividad; demostrando así que, la gestión de la calidad influye de manera positiva en la competitividad de la empresa. Asimismo, los resultados señalan que cuanto mayor nivel tenga la gestión de calidad dentro de la empresa más alta será su competitividad, en virtud de esto, Melo et al. (2019), en su investigación realizada a mipymes dedicadas a la producción de cárnicos, lácteos, frutas, verduras y snacks; obtuvieron que, la calidad en un 94.5% es percibida como, el factor principal que determina la competitividad de las agroindustrias alimentarias.

En cuanto a la relación que existe entre la dimensión enfoque a procesos y competitividad, por medio del coeficiente de correlación se obtuvo un resultado de 0.824, lo que, demuestra la existencia de una relación positiva alta. En concordancia a estos resultados, se cuenta con investigaciones previas, como la que fue realizada por, Dávila y Mezones (2019), en la que estudiaron la gestión de la calidad y competitividad de las empresas que exportan harina de Lúcumá en Lima, en esta investigación, se estableció mediante el análisis de correlación de Pearson una relación positiva alta de 0.908 entre procedimientos y competitividad; con lo cual demostraron que, estas se relacionan de manera significativa; debido a que, las empresas exportadoras realizan un control y seguimiento de las operaciones que

efectúan para la elaboración de los productos, a fin de identificar y corregir cualquier riesgo u problema que pueda afectar la calidad de sus productos.

Esto refleja, la importancia de que la empresa tenga definido de manera adecuada los procesos y actividades que se llevan a cabo para la elaboración de los productos lácteos, lo cual facilitará el monitoreo y control de los mismos, además, que permitirá tomar acciones correctivas cuando sea necesario, para garantizar que los productos que se brindan sean de calidad y cumplan los requisitos establecidos por los clientes.

En virtud a esto, López y Peralta (2019), realizaron una evaluación de la gestión de la calidad de los productos lácteos en la empresa Mirafior, evaluando las herramientas de control y las condiciones en las que se ejecutan los procesos. Las autoras sostienen que, implementar un sistema de gestión de calidad basado en la ISO 9001:2008, facilita incrementar la productividad y diversificación de los productos lácteos, debido a la supervisión y seguimiento de los procesos, teniendo en cuenta que, el control de estos define la calidad de los productos. Asimismo, Vargas et al. (2020), en su estudio realizado para identificar mediante el mapa de competitividad del Banco Interamericano de Desarrollo, aquellos factores que disponen que las pymes del sector comercial sean competitivas, concluyeron que, las pymes pertenecientes al sector comercial presentan una baja competitividad, debido a que, no consideran para su gestión, sistemas de calidad, que le permitan gestionar y mejorar sus procesos.

Por otra parte, uno de los beneficios que implica el implementar una gestión enfocada en procesos en una organización, es la reducción los costos de producción, por consiguiente, ofrecer productos a menores precios, siendo este un factor muy valorado por los clientes al determinar la competitividad de una empresa. En el presente estudio, se obtuvo que el 52% de los clientes encuestados está de acuerdo que los precios de los productos que ofrece Montaña Dorada son accesibles y el 57.5% que estos están establecidos de acuerdo al mercado; a diferencia de los resultados que fueron obtenidos, por Carrasco et al. (2021), en su investigación desarrollada, en la que, un 20.4% de los clientes encuestados considera que casi nunca los precios actuales están a su alcance y el 48.2% que algunas veces los

precios están establecidos en base al mercado; concluyendo así que, las microempresas presentan deficiencias en brindar productos y servicios de calidad, además, que sus precios no están enmarcados en los estándares del mercado, lo cual obstaculiza que estas puedan ser competitivas.

En lo que respecta a la relación entre la dimensión mejora y la variable competitividad de Montaña Dorada, el coeficiente de Pearson arroja un resultado de 0.563, lo que, demuestra que existe una relación positiva moderada entre ambos factores. En contraste, en el estudio realizado por Facundo y Parihuaman (2019), obtuvieron, una correlación positiva alta de 0.896 entre mejora continua y competitividad de la empresa Vita Juice SAC, destacando el vínculo positivo que existe entre estos dos factores. Al respecto, Zayas (2022), señala que, orientar una empresa a la mejora continua le permite obtener ventajas competitivas, mediante el incremento constante de, los niveles de calidad de los productos, de la gestión a nivel estratégica y operativa de sus procesos, por medio de cambios pequeños de manera continua, lo cual repercute a que estas puedan responder a los requerimientos por parte de los clientes y a las acciones realizadas por la competencia para abarcar mayor mercado.

En cuanto al tercer objetivo específico, la relación entre gestión de las relaciones y competitividad de la empresa Montaña Dorada, se obtuvo un valor de 0.916, por lo que, se afirma que, existe una correlación positiva fuerte entre ambos factores. Lo cual, demuestra la importancia de establecer relaciones estratégicas con los negocios que son los intermediarios entre Montaña Dorada y sus clientes, puesto que, depende de estos el alcance que la empresa tendrá en el mercado. En relación a esto, Gaudin y Padilla (2020), sostienen que, los intermediarios cumplen un papel primordial dentro de la cadena de valor de una organización, debido a que, su desempeño puede afectar la competitividad de la cadena como un todo, ya sea de manera positiva o negativa; puesto que, podría disminuir la calidad del producto y la eficiencia de la producción, en caso de que estas no desarrollen sus funciones y actividades acorde a ciertos estándares mínimos establecidos.

V. CONCLUSIONES

- La existencia de una relación significativa entre la gestión de la calidad y competitividad demuestra que, a medida que Montaña Dorada implemente estrategias y acciones que le permitan garantizar la calidad de sus productos, va a repercutir directamente en que esta logre ser más competitiva.
- El enfoque a procesos tiene una influencia directa en la competitividad de Montaña Dorada, por lo que, es necesario que la empresa realice un adecuado control y monitoreo de las actividades y procesos que se desarrollan para la elaboración de sus productos, debido a que, estos van a definir que estos cumplan con las características y requisitos establecidos por los clientes.
- Respecto a la dimensión mejora, se identificó que presenta nivel bajo como consecuencia, de que, Montaña Dorada actualmente no se pone en contacto y no realiza encuestas para conocer el nivel de satisfacción que tienen sus clientes en relación a sus productos, en base a lo cual, podrían realizar mejoras en sus productos. Es por ello que, este es un factor que influye de manera débil en la competitividad que Montaña Dorada tiene en el mercado.
- La gestión de las relaciones se tiene una relación directa con la competitividad de Montaña Dorada, en vista de que, los negocios a los que ofrece sus productos al por mayor, son los intermediarios entre la empresa y los clientes finales, por lo que, la relación que mantiene con estos condiciona la competitividad que esta va a alcanzar.

VI. RECOMENDACIONES

- Que, los propietarios de Montaña Dorada brinden capacitaciones al personal encargado de la elaboración de los productos derivados de la leche, con la finalidad de que estos conozcan cuales son las mejores prácticas de producción, de manera que, se ejecuten procedimientos que permitan elaborar productos que cumplan con los estándares de calidad y con los requisitos de los clientes, para lo cual será necesario un mejor seguimiento y control de los procesos realizados para garantizar que los productos sean de calidad.
- Es necesario que, la empresa Montaña Dorada trabaje respecto a la estandarización de sus procesos, a fin de ofrecer productos de calidad de manera continua, lo cual, puede ser logrado con la elaboración de diagramas de flujo en los cuales se defina de manera clara los pasos a seguir e insumos a utilizar para la producción de los diferentes derivados lácteos.
- Es fundamental que, la empresa Montaña Dorada cuente con una encuesta o cuestionario sencillo y práctico, para ser aplicado a sus clientes tanto mayoristas como minoristas con el propósito de conocer su opinión respecto a sus productos, teniendo en cuenta que, esta información será primordial para realizar mejoras a sus productos e incluso desarrollar nuevos, en base a sus preferencias y expectativas.
- Montaña Dorada debe establecer relaciones estratégicas con los negocios y establecimientos a los que vende sus productos, debido a que, son estos el enlace para que sus productos lleguen al cliente final. Es por ello, la importancia de que la empresa realice una adecuada selección de quienes serán sus intermediarios, y brinde sus productos a negocios que estén comprometidos con conservar la calidad de sus productos y con ello brindar una buena imagen de Montaña Dorada a sus clientes.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arispe, C., Yangali, J., Guerrero, M., Lozada, O., Acuña, L. y Sacramento, C. (2020). *La investigación científica*. Universidad Internacional del Ecuador.
- Cámara de Comercio Lima. (2019). Empleo formal es alto en agroindustria. https://apps.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/edicion890/edicion_890.pdf
- Carrasco, Y. L., Mendoza, N. E., López, Y. M., Mori, R. y Alvarado, J. C. (2021). La competitividad en las Pymes: Retos y alcances. *Universidad y Sociedad*, 13(5), 555-567. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/2266>
- Dávila, K. M., y Mezones, A.M. (2019). *Gestión de calidad y competitividad de las empresas exportadoras de harina de lúcumo en el departamento de Lima 2018* [tesis pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/52296>
- Díaz, G. A. y Salazar, D. A. (2021). La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial. *Podium*, 39, 19-36. <https://doi.org/10.31095/podium.2021.39.2>
- Díaz, G.A., Quintana, M. D. y Fierro, D. M. (2021). La competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 8(1), 145-165. <https://doi.org/10.33890/innova.v6.n1.2021.1465>
- Dirección Nacional de Investigación y Promoción de la Libre Competencia, (2021). Informe de Lanzamiento del Estudio de Mercado sobre el Sector Lácteo en el Perú. <https://www.indecopi.gob.pe/documents/51771/6194832/Informe+Lanzamiento+Leche/4e4de918-4f25-ad5f-e014-80e13be3b682>
- Facundo, V. R. y Purihuaman, L., M. (2019). *Gestión de calidad y competitividad en la empresa Vita Juice S.A.C., Independencia, 2019* [tesis pregrado,

Universidad Cesar Vallejo].
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/62749>

Gamonal, K. J. y Echevarría, J. F. (2019). *Gestión de calidad y nivel de competitividad en la exportación de banano congelado de la empresa Procesadora Perú S.A.C Chiclayo 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/39383>

Gaudin, Y. y Padilla, R. (2020). *Los intermediarios en cadenas de valor agropecuarias: un análisis de la apropiación y generación de valor agregado*. CEPAL.

Goicochea, E. (2019). *Factores que inciden en la competitividad de las microempresas productoras de derivados lácteos en el distrito de Bambamarca 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Cajamarca]. <http://repositorio.unc.edu.pe/handle/UNC/3385>

Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación científica* (7ed.). McGraw-Hill

INEI. (2018). *Censos nacionales 2017: XII población, VII vivienda y III comunidades indígenas*. <https://censos2017.inei.gob.pe/redatam/>

ISO 9001:2015. (25 de agosto de 2020). *¿Qué es la gestión de la calidad?*. <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2020/08/que-es-la-gestion-de-la-calidad/>

López, C., y Peralta, E. (2019). *Sistema de Gestión de Calidad de los Productos Lácteos Mirafior en la ciudad de Estelí, en el primer semestre 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua]. <https://repositorio.unan.edu.ni/11456/>

Melo, L. I., Ortiz, L. T. y Melo, M. (2019). Determinantes de la competitividad en Mipymes de la agroindustria alimentaria en Boyacá – Colombia. *Espacios*,

<http://www.revistaespacios.com/a19v40n22/a19v40n22p06.pdf>

Moran, C. G. (2021). *Gestión de calidad y competitividad en las Mype sector gráfico del centro de Piura, año 2021* [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote].
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/22613>

Ramírez, R. I. y Ampudia, D. E. (2018). Factores de competitividad empresarial en el sector comercial. *RECITIUTM*, 1(4), 2443-4426.
<http://201.249.78.46/index.php/recitiutm/article/view/130>

Santamaría, R. (2017). Factores críticos de la gestión de la calidad determinantes del éxito sostenido empresarial en las PYMES. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, 5(19), 105-118.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=215055006008>

Vargas, T., Saavedra, M., Villegas, E. y Hidalgo, R. (2020). Determinantes de la competitividad en Pymes comerciales del municipio Acaxochitlan, México. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(4), 82-96.
<https://www.produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/35178>

Zayas, I. (2022). La mejora continua: elemento de competitividad empresarial. *Revista Electrónica sobre Cuerpos Académicos y Grupos de Investigación*, 9(17), 2448 – 6280.
<https://www.cagi.org.mx/index.php/CAGI/article/view/253>

ANEXOS

Anexo 1: Operacionalización de las variables

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición	Instrumento	Ítem
Variable 01: Gestión de la calidad	La gestión de calidad es un conjunto de métodos y procedimientos que buscan evitar posibles errores o desviaciones en los procesos de producción con la finalidad de garantizar la calidad de los productos y servicios que se obtendrán a partir de estos. (ISO 9001:2015, 2020)	Enfoque a procesos	Planificación de la producción	Ordinal	Cuestionario	1
			Definición de procesos			2
			Nivel de control y seguimiento			3,4
			Estandarización de procesos			5,6,7
		Mejora	Capacitación			8
			Encuestas de satisfacción			9,10
			Relación con intermediarios			11,12

Variable 02: Competitividad	La competitividad es la capacidad de una empresa para formular y aplicar estrategias que le permitan obtener una posición sostenida y ampliada en un mercado cada vez más hostil. (Ramírez y Ampudia, 2018)	Calidad	Atributos del producto	Ordinal	Cuestionario	1,2,3,4
			Imagen			5
			Variedad de productos			6,7
		Diferenciación	Servicio Postventa			8,9,10
			Distribución			11,12

Nota: En la presente tabla muestra las dimensiones mediante las cuales serán medidas las variables de la presente investigación.

Anexo 2: Instrumento para la recolección de datos

CUESTIONARIO SOBRE LA GESTION DE LA CALIDAD DE LA EMPRESA MONTAÑA DORADA

Estimado (a) cliente:

El presente cuestionario es anónimo y la información obtenida será utilizado únicamente para temas académicos, por lo que, se le pide responder con la mayor sinceridad posible a cada una de las interrogantes.

Objetivo: El presente instrumento pretende realizar un diagnóstico de la Gestión de la Calidad en la empresa Montaña Dorada.

Instrucciones:

Deberá marcar con una (X) dentro del recuadro de su elección, en base a la siguiente escala de valoración:

Escala de Likert	Calificación
Totalmente en desacuerdo	1
En desacuerdo	2
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

GESTIÓN DE LA CALIDAD						
Ítem	Indicadores	1	2	3	4	5
ENFOQUE A PROCESOS						
Planificación de la producción						
1	¿Considera que el volumen de productos que ofrece la empresa atiende la demanda por parte de sus clientes?					
Definición de procesos						
2	¿Considera importante que la empresa incluya en sus empaques la información acerca de la cantidad de insumos utilizados para la elaboración de cada producto?					
Nivel de control y seguimiento						
3	¿Considera que los productos cumplen con las características como, sabor, frescura, durabilidad que son requeridas?					
4	¿Los productos de Montaña dorada han presentado no conformidades en su diseño?					
Estandarización de procesos						
5	¿Montaña Dorada le ofrece productos de calidad de manera continua?					

6	¿Ha recibido de manera permanente productos sin errores?						
7	¿Los precios de los productos que brinda Montaña Dorada son accesibles?						
MEJORA							
Capacitación							
8	¿Usted recibe la información necesaria acerca de los productos que le ofrece Montaña Dorada?						
Encuestas de satisfacción							
10	¿La empresa se ha puesto en contacto con usted para conocer el nivel de satisfacción respecto al consumo de sus productos?						
10	¿La empresa ha realizado alguna encuesta para conocer el nivel de su satisfacción respecto a sus productos?						
GESTION DE LAS RELACIONES							
Relación con intermediarios							
11	¿Considera que los puntos de venta de Montaña Dorada están comprometidos con mantener la calidad de los productos?						
12	¿Considera en los puntos de venta están comprometidos con mantener una buena imagen de los productos?						

¡Gracias por su colaboración!

CUESTIONARIO SOBRE COMPETITIVIDAD DIRIGIDO A LOS CLIENTES

GESTIÓN DE LA CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA MONTAÑA
DORADA, CHACHAPOYAS, 2022

Estimado(a) cliente:

El presente cuestionario es anónimo y la información obtenida será utilizado únicamente para temas académicos, por lo que, se le pide responder con mayor sinceridad posible a cada una de las interrogantes.

Objetivo: El presente instrumento pretende conocer el nivel de competitividad actual de la empresa Montaña Dorada.

Instrucciones:

Deberá marcar con una (X) dentro del recuadro de su elección, en base a la siguiente escala de valoración:

Escala de Likert	Calificación
Totalmente en desacuerdo	1
En desacuerdo	2
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

COMPETITIVIDAD						
Ítem	Indicadores	1	2	3	4	5
CALIDAD DE PRODUCTO						
Atributos del producto						
1	¿Los productos de Montaña Dorada los encuentra disponibles de manera continua en los puntos de venta de la empresa?					
2	¿Las empresas competidoras de Montaña Dorada, incluye información nutricional y cantidad de insumos en su etiqueta?					
3	¿Usted calificaría a los productos de Montaña Dorada como mejores respecto a sus competidores?					
4	¿Los precios de los productos de Montaña Dorada están acordes al mercado?					
DIFERENCIACIÓN						
Imagen						

5	¿Considera adecuado el diseño, empaque/envase de los productos?						
Variedad de productos							
6	Considera que los productos de Montaña Dorada poseen características especiales que los diferencian de otras empresas.						
7	¿Encuentra productos en Montaña Dorada que otras empresas no ofrecen?						
Servicio Postventa							
8	¿La empresa ha respondido a alguna consulta que ha realizado respecto a sus productos?						
9	¿La empresa ha respondido ante la queja o reclamo que ha realizado respecto a sus productos?						
10	¿Considera que la empresa ha tomado acciones para la mejora en su elaboración de sus productos en base a las preferencias de sus clientes?						
Distribución							
11	¿Considera que los establecimientos donde adquiere los productos de la empresa son los más adecuados?						
12	¿Los establecimientos a los que Montaña Dorada vende sus productos, ofrecen mayor variedad de sus productos a diferencia de sus competidores?						

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 3: Validación de instrumento

CONSTANCIA DE JUICIO DE EXPERTO.

Yo, VICTOR MANUEL VACQUIEZO SIE con registro en ORCID N° 0000-0003-4348-3076, a través de la presente certifico que realicé el juicio de experto al presente instrumento diseñado por la Bach. Evelin Servan Mendoza, con DNI N° 70921257, para la investigación titulada **GESTIÓN DE LA CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA MONTAÑA DORADA, CHACHAPOYAS, 2022**; requisito fundamental para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración de Empresas en la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas.

Chachapoyas... 19 de Julio de 2023.

Atentamente,



Firma del experto

CONSTANCIA DE JUICIO DE EXPERTO.

Yo, EVELIN IRENE ANGLISTA REYES con registro en ORCID N° 0000-0002-6279-7970, a través de la presente certifico que realicé el juicio de experto al presente instrumento diseñado por la **Bach. Evelin Servan Mendoza**, con DNI N° 70921257, para la investigación titulada **GESTIÓN DE LA CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA MONTAÑA DORADA, CHACHAPOYAS, 2022**; requisito fundamental para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración de Empresas en la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas.

Chachapoyas...19 de Julio de 2023.

Atentamente,



Firma del experto

CONSTANCIA DE JUICIO DE EXPERTO.

Yo, Adolfo Cacho Revilla con registro en ORCID
N° 0000-0001-8335-4274, a través de la presente certifico que realicé el juicio de
experto al presente instrumento diseñado por la Bach. Evelin Servan Mendoza, con
DNI N° 70921257, para la investigación titulada **GESTIÓN DE LA CALIDAD Y
COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA MONTAÑA DORADA, CHACHAPOYAS,
2022**; requisito fundamental para obtener el Título Profesional de Licenciada en
Administración de Empresas en la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de
Amazonas.

Chachapoyas... 19 de 07 de 2023.

Atentamente,



Firma del experto

Anexo 4: Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE
<p>Problema general</p> <p>¿Qué relación existe entre la gestión de la calidad y competitividad de la empresa Montaña Dorada, Chachapoyas, 2022?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Analizar la relación existente entre gestión de calidad y la competitividad de la empresa Montaña Dorada, Chachapoyas, 2022.</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>Existe una relación significativa entre gestión de la calidad y la competitividad de la empresa Montaña Dorada, Chachapoyas, 2022.</p>	<p>Variable 01</p> <ul style="list-style-type: none"> • GESTIÓN DE LA CALIDAD Enfoque a procesos Mejora Gestión de las relaciones
<p>Problemas Específicos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué relación existe entre enfoque a procesos y la competitividad de la empresa Montaña Dorada, Chachapoyas, 2022? 2. ¿Qué relación existe entre mejora y la competitividad de la empresa Montaña Dorada, Chachapoyas, 2022? 3. ¿Qué relación existe entre gestión de las relaciones y la competitividad de la empresa Montaña Dorada, Chachapoyas, 2022? 	<p>Objetivos específicos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Determinar la relación entre enfoque a procesos y la competitividad de la empresa Montaña Dorada, Chachapoyas, 2022. 2. Determinar la relación entre mejora y la competitividad de la empresa Montaña Dorada, Chachapoyas, 2022. 3. Determinar la relación entre gestión de las relaciones y la competitividad de la empresa Montaña Dorada, Chachapoyas, 2022. 	<p>Hipótesis Específicas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Existe una relación significativa entre enfoque a procesos y la competitividad de la empresa Montaña Dorada, Chachapoyas, 2022. 2. Existe una relación significativa entre mejora y la competitividad de la empresa Montaña Dorada, Chachapoyas, 2022. 3. Existe una relación significativa entre gestión de las relaciones y la competitividad de la empresa Montaña Dorada, Chachapoyas, 2022. 	<p>Variable 02</p> <p>COMPETITIVIDAD</p>

Nota: En la presente tabla se muestra los problemas, objetivos, hipótesis y variables de la investigación.

Anexo 5: Resultados del cuestionario aplicado

1. Productos que cumplen con las características requeridas

Escala de Medición	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	58	15,8%
De acuerdo	214	58,3%
Totalmente de acuerdo	95	25,9%
Total	367	100.0%

Nota: En la presente tabla se muestra, si los productos cumplen con características demandadas por los clientes.

2. Productos de calidad brindados de manera continua

Escala de Medición	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	22	6,0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	55	15,0%
De acuerdo	194	52,9%
Totalmente de acuerdo	96	26,2%
Total	367	100.0%

Nota: En la presente tabla se muestran a los clientes que reciben los productos de calidad de manera continua, de parte de Montaña Dorada.

3. Productos a precios accesibles

Escala de Medición	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	27	7,4%
De acuerdo	191	52,0%
Totalmente de acuerdo	149	40,6%
Total	367	100.0%

Nota: En la presente tabla se muestra los clientes que consideran a los precios de los productos como accesibles.

4. Precios acordes al mercado

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
------------------	-------------------	-------------------

Ni de acuerdo ni en desacuerdo	73	19,9%
De acuerdo	211	57,5%
Totalmente de acuerdo	83	22,6%
Total	367	100.0%

Nota: En la presente tabla se muestra los resultados en relación a si los precios de los productos de Montaña Dorada están acorde al mercado.

5. Realización de encuestas acerca del nivel de satisfacción

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	94	25,6%
En desacuerdo	132	36,0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	117	31,9%
De acuerdo	11	3,0%
Totalmente de acuerdo	13	3,5%
Total	367	100.0%

Nota: En la presenta tabla, se muestra si la empresa realiza encuestas o se pone en contacto con ellos para conocer el nivel de satisfacción de sus clientes

6. Acciones de mejora en la elaboración de sus productos

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	37	10,1%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	84	22,9%
De acuerdo	235	64,0%
Totalmente de acuerdo	11	3,0%
Total	367	100.0%

Nota: En la tabla se muestra si la empresa realiza mejoras en sus productos en base a las preferencias de sus clientes.

7. Los productos poseen características que los diferencia de las demás

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	48	13,1%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	85	23,2%
De acuerdo	171	46,6%

Totalmente de acuerdo	63	17,2%
Total	367	100.0%

Nota: En la presente tabla se muestra, a los clientes que consideran que los productos de la empresa poseen características que los diferencian de los demás.

8. Valoración de los clientes a la empresa Montaña Dorada

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	82	22,3%
De acuerdo	169	46,0%
Totalmente de acuerdo	116	31,6%
Total	367	100.00%

Nota: En la presente tabla se muestra la valoración de los clientes de Montaña Dorada en los que la consideran mejor respecto a la competencia.

9. Establecimientos donde adquiere los productos son adecuados

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	19	5,2%
De acuerdo	151	41,1%
Totalmente de acuerdo	197	53,7%
Total	367	100.0%

Nota: En la presente tabla se muestra la opinión de los clientes acerca de que los lugares en los que la empresa ofrece sus productos.

10. Intermediarios comprometidos con mantener la calidad de los productos

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	46	12,5%
De acuerdo	194	52,9%
Totalmente de acuerdo	127	34,6%
Total	367	100.0%

Nota: En la presente tabla se muestra si los clientes consideran que los establecimientos están comprometidos con mantener la calidad de los productos.

11. Intermediarios comprometidos con mantener una buena imagen

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	101	27,5%
De acuerdo	227	61,9%
Totalmente de acuerdo	39	10,6%
Total	367	100.0%

Nota: En la tabla se muestra si los clientes consideran que los establecimientos están comprometidos con brindar una buena imagen de Montaña Dorada.