



# **ESCUELA DE POSTGRADO**

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**“Factores de éxito del modelo de Porter en la estrategia empresarial de oleaginosas del Perú – OLPESA, en el departamento de San Martín, durante el periodo 2009 - 2012”**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**

**Magister en Administración de Negocios y Relaciones Internacionales**

**AUTORES:**

Br. Vásquez Cenepo, Daniel  
Br. Sánchez Sánchez, Vanessa

**ASESOR:**

Mg. Terrones Borrego, Antonio Zalatiel

**SECCIÓN:**

Ciencias empresariales

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

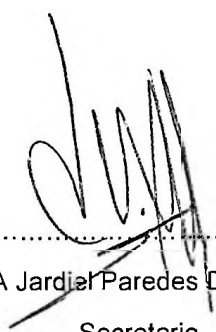
Administración de operaciones internacionales

**PERÚ - 2015**

Hoja de Jurado



.....  
Dr. Juan Rafael Juárez Díaz  
Presidente



.....  
MBA Jardiel Paredes Del Águila  
Secretario



.....  
Mg. Antonio Zalatiel Terrones Borrego  
Vocal

## **Dedicatoria**

### **Daniel**

A Dios, a mi señora esposa SEMIRAMIS TRIGOSO VÁSQUEZ, con eterno amor, por su permanente apoyo en la realización y culminación del presente documento.

A mis hijos: Lincoln, Daniel, Franklin y Gissella Carolina con mucho amor y cariño.

### **Vanessa**

A Dios, a mi admirada y amada madre LILIAN NANCY SÁNCHEZ LEVEAU, a mis abuelitos Erasmo y Martha, a mis hermanas Sandra y Nancy, quienes con su amor y entusiasmo han sabido fortalecer mi espíritu emprendedor y me apoyaron durante el estudio académico de la maestría. Y a mi querido esposo Miguel Ángel, quien con amor me dio su valioso soporte y comprensión.

## **Agradecimiento**

A nuestro asesor Mg. Antonio Zalatiel Terrones Borrego, por su guía al inicio de la realización del presente trabajo de investigación.

A la sede administrativa de la Empresa Oleaginosas del Perú S.A.- OLPEA, por las facilidades brindadas para acceder a la información actualizada de la estrategia empresarial y su análisis del modelo de Porter.

A nuestros profesores por su orientación y enseñanzas en la realización de nuestra maestría.

A la Escuela de Post Grado de la Universidad Cesar Vallejo de San Martín, por permitir la materialización y culminación de aproximadamente 3 años de estudios.

## DECLARACIÓN JURADA

Nosotros, Vásquez Cenepo, Daniel y Sánchez Sánchez Vanessa, estudiantes del Programa de Maestría en Administración de Negocios y Relaciones Internacionales de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificados con DNI N° 01066158 y N° 42282524, respectivamente, con la tesis titulada "Factores de éxito del Modelo de Porter en la estrategia empresarial de Oleaginosas del Perú – OLPESA, en el departamento de San Martín, durante el período 2009 al 2012."

Declaramos bajo juramento que:

- 1) La tesis es de nuestra autoría.
- 2) Hemos respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya haya sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumimos las consecuencias y sanciones que de nuestra acción se deriven, sometiéndonos a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

San Martín, 19 de Agosto del 2015



Daniel Vásquez Cenepo  
DNI N°: 01066158



Vanessa Sánchez Sánchez  
DNI N°: 42282524

## Presentación

Señores miembros del Jurado, presentamos ante ustedes la Tesis titulada “Factores de éxito del Modelo de Porter en la estrategia empresarial de Oleaginosas del Perú – OLPESA, en el departamento de San Martín, durante el periodo 2009 al 2012” con la finalidad establecer el asocio de los factores de éxito del modelo de Porter y la estrategia empresarial de Oleaginosas del Perú – OLPESA, en el departamento de San Martín, durante el periodo 2009 al 2012; en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Grado de Magister en Administración de Negocios y Relaciones Internacionales.

El documento consta de ocho capítulos y son los siguientes:

- Capítulo I.- Introducción
- Capítulo II.- Marco Metodológico
- Capítulo III.- Resultados
- Capítulo IV.- Discusión
- Capítulo V.- Conclusiones
- Capítulo VI.- Recomendaciones
- Capítulo VII.- Referencias Bibliográficas
- Capítulo VIII.- Anexos.

Los Autores

## Índice

Página de Jurado .....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaratoria de Autenticidad.....	v
Presentación.....	vi
Índice.....	vii
Índice de Cuadros.....	ix
Índice de Tablas.....	x
Índice de Gráficos.....	xi
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
<b>I.- INTRODUCCION.....</b>	<b>xiv</b>
1.1. Problema.....	15
1.2. Hipótesis.....	17
1.3. Objetivos.....	17
1.3.1. General.....	17
1.3.2. Específicos.....	17
<b>II.- MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>17</b>
2.1. Variables.....	20
2.2. Operacionalización de variables.....	21
2.3. Metodología.....	21
2.4. Tipo de estudio.....	22
2.5. Diseño.....	22
2.6. Población, muestra y muestreo.....	23
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	23
2.8. Métodos de análisis de datos.....	24
<b>III. RESULTADOS.....</b>	<b>25</b>
3.1. Factores de éxito del Modelo de Porter.....	25
3.2. Estrategia Empresarial de OLPESA.....	51
3.3. Factores de Éxito e indicadores de Estrategia Empresarial de OLPESA – Contraste Estadístico.....	53
<b>IV. DISCUSIÓN.....</b>	<b>57</b>
4.1 Factores de éxito del Modelo de Porter.....	57
4.2. Estrategia Empresarial de OLPESA.....	77
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>78</b>

<b>VI. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>79</b>
<b>VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....</b>	<b>80</b>
<b>VIII. ANEXOS.....</b>	<b>82</b>
8.1 Matriz de Consistencia.....	82
8.2. Ficha OLPEsa.....	83
8.3. Ficha ACEPAT.....	84
8.4. Resultados de Escala Nominal y de Guttman.....	85



**Índice de Cuadros**

**Cuadro N° 01. Técnicas y procedimientos de recolección de Información.....24**

## Índice de tablas

Tabla N° 01. Compradores de aceite crudo de palma.....	25
Tabla N° 02. Precios de venta de aceite de palma.....	26
Tabla N° 03. Control de calidad de racimos de fruto y contenido de Aceite.....	27
Tabla N° 04. Ingreso de RFF según tamaño año 2011.....	28
Tabla N° 05. Estructura accionarial de fundación (08/12/2006).....	29
Tabla N° 06. Estructura accionarial con incorporación de socio Estratégico (18/6/2007)....	29
Tabla N° 07. Estructura con accionariado con incremento de Capital (30/10/2010).....	30
Tabla N° 08. Productos de RFF según actores.....	32
Tabla N° 09. Precios de compra de RFF por OLPESA según Periodo.....	33
Tabla N° 10. Empresas compradoras de aceite crudo del Perú.....	34
Tabla N° 11. Tipologías de palmicultores que producen RFF.....	35
Tabla N° 12. Plantaciones que producen RFF para OLPESA.....	35
Tabla N° 13. Índice de rentabilidad de OLPESA.....	40
Tabla N° 14. Plantaciones de palma aceitera en el Perú.....	44
Tabla N° 15. Plantas de procesamiento de palma aceitera.....	46
Tabla N° 16. Rendimientos de productos de palma y precios.....	47
Tabla N° 17. Costos de producción de una Ha de plantación de Palma aceitera (US\$).....	48
Tabla N° 18. Estados financiero anual de OLPESA /Per. 2009 – 2012.....	51
Tabla N° 19. Capital de trabajo de OLPESA - Período 2009 – 2012.....	52
Tabla N° 20. Tabla de contingencia con puntajes esperados de factores de éxito del modelo de Porter predominantes en la estrategia empresarial de Oleaginosas del Perú–OLPESA, en el departamento de San Martín, durante el período 2009- 2012.....	54
Tabla 21. Distribución de ji-cuadrado.....	56
Tabla N° 22. Evolución del cultivo de palma aceitera (Ha) en el Perú.....	70
Tabla N° 23. Principales países exportadores de aceite de palma (Miles de TM).....	72
Tabla N° 24. Evolución de las importaciones de aceite en el Perú.....	73
Tabla N° 25. Evolución de la demanda de aceite en el Perú.....	74

## Índice de gráficos

Gráfico N° 01. Marco teórico del Modelo de Porter.....	18
Gráfico N° 02. Diseño del modelo de investigación.....	22
Gráfico N° 03. Producción del RFF y ACP.....	36
Gráfico N° 04. Producción de palmiste.....	36
Gráfico N° 05. Control de calidad de racimos de frutos de palmera.....	37
Gráfico N° 06. Transferencias del ACP.....	38
Gráfico N° 07. Despachos de cisternas con ACP.....	39
Gráfico N° 08. Importaciones de aceites.....	43
Gráfico N° 09. Superficie de palma aceitera instalada.....	45
Gráfico N° 10. Estados financieros de OLPESA – Periodo 2009-2012.....	51
Gráfico N° 11. Capital de trabajo de OLPESA – Periodo 2009 -2012.....	52
Gráfico N° 12. Acopio de racimos de frutos frescos de palma.....	61
Gráfico N° 13. Producción de RFF.....	63
Gráfico N° 14. Tasa efectiva de obtención de aceite.....	64
Gráfico N° 15. Capacidad instalada de la planta de procesamiento de ACP.....	64
Gráfico N° 16. Producción de palmiste.....	65
Gráfico N° 17. Grados de acidez de ACP.....	66
Gráfico N° 18. Contenido de humedad de ACP.....	66
Gráfico N° 19. Contenido de impureza de ACP.....	67
Gráfico N° 20. Contenido de peróxido en ACP.....	67
Gráfico N° 21. Países importadores de aceite de palma.....	73

## RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo establecer el asocio de los factores de éxito del Modelo de Porter y la estrategia empresarial de Oleaginosas del Perú – OLPESA, en el departamento de San Martín, durante el periodo 2009 al 2012. Dicha empresa, implementó una estrategia empresarial interesante que ha definido el incremento de la rentabilidad en su proceso productivo y consecuentemente ha mejorado la utilidad para su sociedad; en la cual participan los productores organizados a través de la Asociación Central de Productores de Palma de Tocache – ACEPAT y los compradores de aceite crudo de palma aceitera través de la empresa ALPAMAYO.

Para cumplir con el objetivo del estudio, se plantearon las siguientes hipótesis: Hipótesis nula  $H_0$ : Factores de éxito e indicadores en la estrategia empresarial de Oleaginosas del Perú OLPESA son independientes y la hipótesis alterna  $H_a$ : Factores de éxito e indicadores en la estrategia empresarial de Oleaginosas del Perú OLPESA no son independientes, están asociados.

La investigación descriptiva simple, tomó como muestra documentos financieros y de gestión de OLPESA, así como realizo entrevistas a actores clave para asegurar las características de la estrategia empresarial. Luego se desarrolló el contraste estadístico el cual respaldó el veredicto de los resultados, determinando finalmente que los factores de éxito del modelo de Porter y la estrategia empresarial están asociados, predominando dos de los factores de éxito: poder de negociación con los clientes y poder de negociación con los proveedores.

Palabras clave: Factores de éxito, fuerzas competitivas, estrategia empresarial, organización, competitividad, ventajas comparativas.

## ABSTRACT

The present study aimed to establish the partnership of the success factors of the Porter Model and the business strategy of Oleaginosas del Peru - OLPESA, in the Department of San Martin, during the period 2009 to 2012. The company implemented an interesting business strategy that has defined the increase of profitability in its production process and consequently has improved the utility for your society; involving producers organized through the Central Association of Palm producers in Tocache - ACEPAT and buyers of crude oil of palm oil through the ALPAMAYO company.

To meet the objective of the study, the following hypotheses were raised: null Hypothesis  $H_0$ : success factors and indicators in the business strategy of Oleaginosas del Peru OLPESA are independent and the alternate hypothesis to success factors and indicators in the business strategy of the Peru oleaginous OLPESA are not independent, are associated.

The simple descriptive research took as shown in financial and management OLPESA, documents as well as conducted interviews with key stakeholders to ensure the features of business strategy. Then statistical contrast which endorsed the verdict of the results was developed, finally determining that the success factors of the Porter model and business strategy are associated, with two factors of success: power of negotiation with customers and power of negotiation with suppliers.

**Keywords:** success factors, competitive forces, business strategy, organization, competitiveness and comparative advantage.