

TABLA DE CONTENIDO

1	INTRODUCCIÓN Y ANTECEDENTES GENERALES	1
1.1	Introducción	1
1.2	Características de la Organización/ Empresa	4
1.3	Mercado y/o Marco institucional.....	9
1.3.1	Mercado del maíz, trigo, y productos relacionados con el trigo:	10
1.3.2	Mercado internacional de la soya:	17
1.4	Desempeño organizacional	21
1.4.1	Mascotas:	21
1.4.2	Nutrición Animal:	23
2	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO Y JUSTIFICACIÓN	26
2.1	Información del área de la empresa en que se desarrolla el trabajo	26
2.1.1	Situación actual del proceso de compras:.....	27
2.2	Identificación del problema u oportunidad y su relevancia	31
2.3	Identificación de la hipótesis y posibles alternativas de solución para resolver el problema u oportunidad	33
2.4	Propuesta de valor de las posibles soluciones.....	34
3	OBJETIVOS	38
3.1	Objetivo general	38
3.2	Objetivos específicos.....	38
4	MARCO CONCEPTUAL.....	39
4.1	Modelos usados en la literatura y variables consideradas	39
4.2	Modelo de Vector de Corrección de Errores (VECM).....	42
4.3	Modelo de regresión lineal.....	43
5	METODOLOGIA	44
6	ALCANCES	48
7	VARIABLES Y SU DESCRIPCIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN	49
7.1	Introducción.....	49
7.2	Variables	51
7.2.1	Variables dependientes:	51
7.2.2	Variables independientes:.....	52
8	RESULTADOS	61
8.1	Introducción.....	61
8.2	Resultados del modelo VECM (Modelo de Vector de Corrección de Errores)....	64
8.2.1	Estimación.....	64

8.2.2	Predicciones	75
8.3	Resultados del modelo de Regresión Lineal	79
8.3.1	Estimación	79
8.3.2	Predicciones	82
8.4	Programación de compras	86
8.4.1	Introducción	86
8.4.2	Estrategias de compra usadas como escenario de comparación.....	90
8.4.3	Resultados	92
8.5	Síntesis.....	102
9	DISCUSIÓN, CONCLUSIONES, Y POSIBLES LINEAS DE INVESTIGACIÓN.....	105
9.1	Discusión	105
9.2	Conclusiones	107
9.3	Recomendaciones	110
9.4	Posibles líneas de investigación	111
10	BIBLIOGRAFÍA	113
11	ANEXOS	116