

## TABLA DE CONTENIDO

I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO Y JUSTIFICACIÓN.....	3
III. OBJETIVOS .....	6
• OBJETIVO GENERAL.....	6
• OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	6
IV. ALCANCES.....	6
V. METODOLOGÍA .....	7
VI. MARCO TEÓRICO.....	9
VI.I. TÉCNICAS DE PREPROCESAMIENTO DE DATOS .....	9
VI.II. CONCEPTOS.....	9
VI.III. ÁRBOLES DE DECISIÓN .....	10
VI.IV. MODELO DE ESTIMACIÓN DE DEMANDA.....	11
VI.V. CANIBALIZACIÓN.....	13
VII. DESARROLLO METODOLÓGICO Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS .....	14
VII.I. SELECCIÓN DE CATEGORÍAS PARA LA INSERCIÓN DE PRODUCTOS.....	14
VII.II CARACTERIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS ACEITES Y SAL EN EL SUPERMERCADO ZORRO.....	16
VII.II.I. Caracterización de la categoría aceites.....	16
VII.II.II. Caracterización de la categoría sal.....	18
VII.III. DESCRIPCIÓN DE LOS ATRIBUTOS DE LAS CATEGORÍAS ACEITES Y SAL.....	20
VII.III.I. Atributos de la categoría aceites .....	20
VII.III.II. Atributos de la categoría sal. ....	23
VII.IV. IDENTIFICACIÓN DE LOS ATRIBUTOS Y LOS NIVELES RELEVANTES DE LAS CATEGORÍAS ACEITES Y SAL.....	26
VII.IV.I. Atributos relevantes de la categoría aceite.....	26
VII.IV.II. Atributos relevantes de la categoría sal. ....	29
VII.V. CREACIÓN DE SKU'S DE MARCA PROPIA Y ANÁLISIS DE SU IMPACTO UNA VEZ INTRODUCIDOS EN LA CATEGORÍA.....	33
VII.V.I. Recuperación de efectos fijos a nivel de atributo .....	33
VII.V.II. Recuperación de efectos fijos a nivel de SKU .....	37
VII.V.III. Propuesta de SKU's a insertar.....	38
VII.V.IV. Demanda e impacto dentro de la categoría de los SKU's a insertar. ....	40
VIII. CRITERIOS PARA LA INTRODUCCIÓN DE MARCAS PROPIAS .....	50

IX. ESTIMACIÓN DE BENEFICIOS ECONÓMICOS.....	52
X. CONCLUSIONES .....	53
X.I. CONCLUSIONES GENERALES .....	53
X.II. TRABAJOS FUTUROS.....	54
XI. BIBLIOGRAFÍA.....	55
XII. ANEXOS .....	56
ANEXO A: CATEGORÍAS QUE PRESENTAN MARCA PROPIA EN EL MAYORISTA CHILENO.....	56
ANEXO B: CATEGORÍAS QUE GENERARON EL 75% DE LA VENTA EN ZORRO EL 2012.....	58
ANEXO C: SKU's ELIMINADOS EN LA CATEGORÍA ACEITES .....	59
ANEXO D: SKU's PERTENECIENTES A LA CATEGORÍA ACEITES .....	59
ANEXO E: VENTAS DE LAS MARCAS QUE COMPONEN LA CATEGORÍA ACEITES.....	60
ANEXO F: SKU's ELIMINADOS EN LA CATEGORÍA SAL.....	61
ANEXO G: SKU's PERTENECIENTES A LA CATEGORÍA SAL .....	61
ANEXO H: VENTAS DE LAS MARCAS QUE COMPONEN LA CATEGORÍA SAL .....	61
ANEXO I: ATRIBUTOS Y SUS NIVELES DE LA CATEGORÍA ACEITES.....	62
ANEXO J: PRECIOS NORMALIZADOS PARA LA CATEGORÍA ACEITES.....	62
ANEXO K: ATRIBUTOS Y SUS NIVELES DE LA CATEGORÍA SAL.....	63
ANEXO L: PRECIOS NORMALIZADOS PARA LA CATEGORÍA SAL.....	63
ANEXO M: ÁRBOL DE DECISIÓN DE LA CATEGORÍA ACEITES .....	65
ANEXO N: ÁRBOL DE DECISIÓN PARA LA CATEGORÍA SAL.....	66
ANEXO O: PARTICIPACIONES DE MERCADO DE LA CATEGORÍA PARA LA OPCIÓN 2.....	66
ANEXO P: PARTICIPACIONES DE MERCADO DE LA CATEGORÍA PARA LA OPCIÓN 3 .....	67
ANEXO Q: PARTICIPACIONES DE MERCADO DE LA CATEGORÍA PARA LA OPCIÓN 4.....	68