

# Tabla de Contenido

<b>Introducción</b>	<b>1</b>
<b>1. Descripción de la Industria</b>	<b>3</b>
1.1. Industria del arroz en Chile . . . . .	3
1.2. Industria de Supermercados en Chile . . . . .	5
1.3. Marcas Propias en Chile . . . . .	5
<b>2. Literatura</b>	<b>7</b>
<b>3. Objetivos</b>	<b>9</b>
3.1. Objetivo General . . . . .	9
3.2. Objetivos Específicos . . . . .	9
<b>4. Descripción de los Datos</b>	<b>10</b>
4.1. Datos transaccionales . . . . .	10
4.2. Costos de producción . . . . .	11
4.2.1. Productos importados . . . . .	11
4.2.2. Productos nacionales . . . . .	12
4.3. Estadística descriptiva . . . . .	14
<b>5. Evidencia empírica: Análisis en forma reducida</b>	<b>17</b>
5.1. Análisis de Participaciones de Mercado, Margen del Proveedor, Margen del Retailer y Utilidades del Retailer . . . . .	17
5.2. Cambio en assortment o mix de productos . . . . .	27
5.3. Discusión . . . . .	29
<b>Conclusión</b>	<b>31</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>33</b>
<b>6. Anexos</b>	<b>36</b>

# Índice de Tablas

4.1. Estadística Descriptiva . . . . .	15
4.2. Participaciones de mercado y Precios de venta según tipología . . . . .	15
5.1. Participaciones de mercado y márgenes pre y post Marcas Propias . . . . .	19
5.2. Participaciones de mercado de las principales marcas según tipo de arroz . . . . .	19
5.3. Utilidades, kilogramos de arroz por consumidor de arroz y de tienda y probabilidades outside option. Pre y Post Marcas Propias . . . . .	23
5.4. Resultados estimación IV-OLS Participaciones de Mercado . . . . .	25
5.5. Resultados estimación OLS Margen del Retailer . . . . .	26
5.6. Resultados estimación OLS Márgenes del Proveedor . . . . .	26
5.7. Resultados estimación OLS Márgenes del Proveedor . . . . .	27
5.8. Marcas salientes . . . . .	28
6.1. Listado de marcas agrupadas según empresa propietaria . . . . .	36
6.2. Participaciones de mercado y márgenes pre y post Marcas Propias - 6 meses antes . . . . .	37
6.3. Participaciones de mercado y márgenes pre y post Marcas Propias - 6 meses después . . . . .	37
6.4. Prueba de Hipótesis (t-test) Márgenes del retailer pre y post marcas propias . . . . .	39
6.5. Prueba de Hipótesis (t-test) Márgenes del proveedor pre y post marcas propias . . . . .	39
6.6. Resultados estimación IV-OLS Participaciones de Mercado - Primera Etapa . . . . .	40

# Índice de Ilustraciones

4.1. Indicadores costos de adquisición del arroz . . . . .	13
5.1. Participaciones de mercado principales proveedores . . . . .	21
5.2. Margen del retailer principales proveedores . . . . .	21
5.3. Margen del proveedor principales proveedores . . . . .	22
5.4. Precios de venta, negociados y costos marginales (por kilo) principales provee- dores . . . . .	22
5.5. Participaciones de mercado marcas salientes . . . . .	29
6.1. Participaciones de mercado subcategoría de arroz Grado 1 . . . . .	38
6.2. Participaciones de mercado subcategoría de arroz Grado 2 . . . . .	38