

Dentro de la parte empírica de la Tesis, se entrevistó a un jefe de planta de un hipermercado (1.500 m<sup>2</sup>) catalán en abril de 1998. Además de su opinión sobre la situación del sector oleícola como eslabón final de la *filière*, que ha sido recogida en diversos apartados de la Tesis, accedió amablemente a facilitar los datos sobre ventas correspondientes al año 1997. Aprovechando que este tipo de establecimiento lleva un control informatizado de todo el sistema logístico, después resulta extremadamente fácil realizar la explotación de los datos mientras que en otro tipo de punto de venta no existe este control con lo que resulta mucho más difícil saber las ventas realizadas durante el año.

El aceite más vendido fue *Borgesol*, el aceite de girasol del grupo Borges, marca líder en Cataluña, con el 31% de los envases (lo que equivale a 15.135 litros). El segundo aceite fue el aceite de oliva *La Masía 1º* (11 %) y el tercero el aceite de oliva *Borges de 0,4º* de acidez (9%).

De los 42 aceites vendidos en este establecimiento, los 10 primeros suman el 80% de los envases: *Bogesol*, *La Masía 1º*, *Borges 0,4º*, *Koipesol*, *Carbonell 0,4º*, *Masiasol*, *Gloria de Borges*, *Fuensol*, *Koipe 1º* y *Lindoliva* (aceite de orujo), tratándose casi todos ellos de primeras marcas a nivel nacional (Aceites Borges Pont, Grupo Koipe, Grupo Unilever).

Además, las mismas marcas también participan fuertemente en el resto de aceites con otros tamaños (dos litros, cinco litros) u otros tipos (oliva de mayor o menor acidez, girasol, orujo, virgen, maíz) Esto indica una fuerte concentración de las ventas, con el 50% correspondiente a Aceites Borges Pont, el 21% al grupo Unilever y el 16% al grupo Koipe. La Figura 16.13 muestra las ventas en porcentaje de envases y el porcentaje acumulado.

Sin embargo, el ranking de ingresos por ventas no coincide exactamente con el del número de envases, debido a la diferencia de precios entre las distintas calidades de aceites. Así, *La Masía 1º* (15% de los ingresos por venta de aceites) supera a *Borgesol* (14%) y *Borges 0,4º* (12 %) y *Carbonell 0,4º* (8%) superan ampliamente a *Koipesol* (2%).

El aceite *Gloria de Borges 0,8º*, que no destacaba por número de envases vendidos aporta un 6% de los ingresos así como el aceite *La Masía* en su formato de 2 litros.

Nueve aceites suman el 70% de los ingresos y diecinueve aceites alcanzan el 90% (Véase Figura 16.14). En estas cifras se puede ver claramente la fuerte concentración existente.

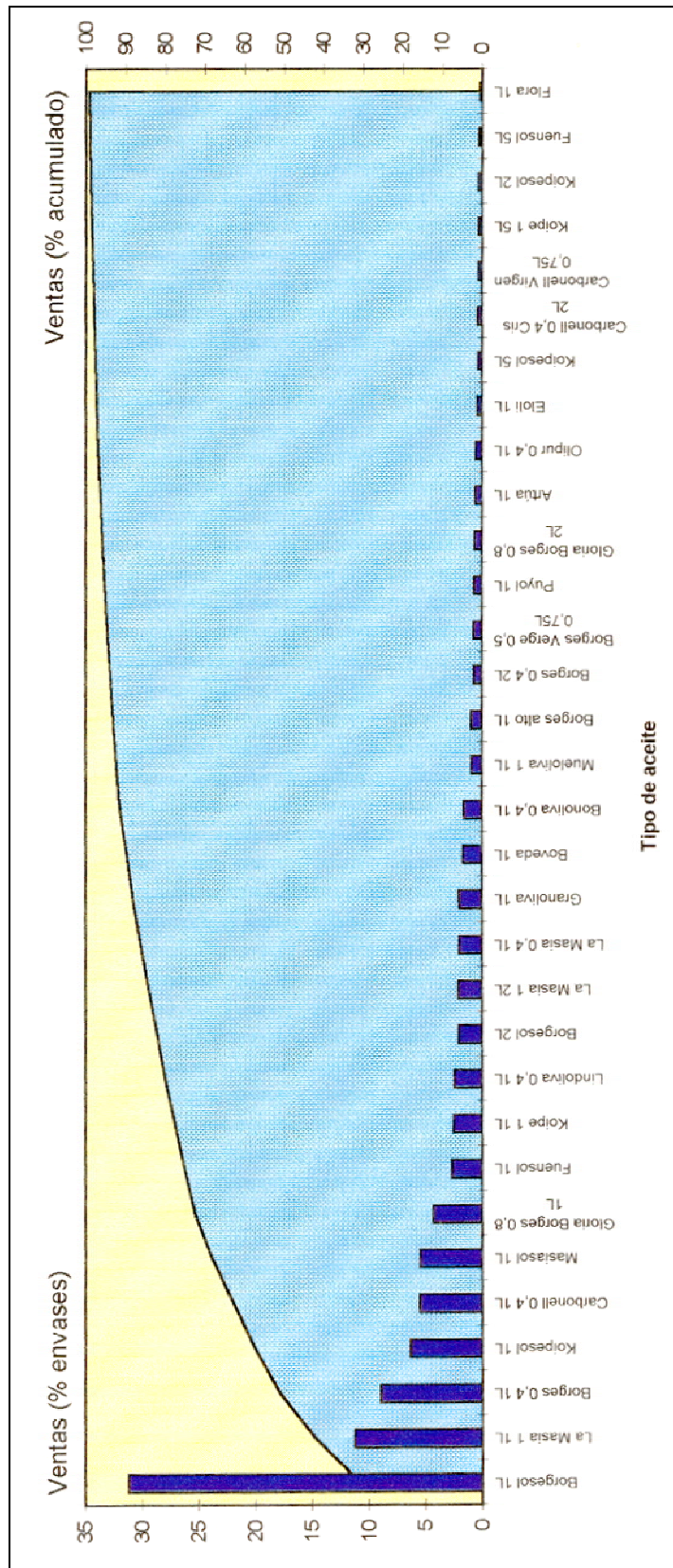


Figura 16.13. Aceites más vendidos en 1997 en hipermercado-muestra por número de envases.  
Fuente: Elaboración propia