



Figura 16.14. Aceites más vendidos en 1997 en hipermercado-muestra (ingresos por ventas). Fuente: Elaboración propia

Más importante que los ingresos por venta es el margen obtenido con la venta de dichos aceites. La Figura 16.15 recoge el margen, en porcentaje sobre el precio de venta, correspondiente a las distintas marcas.

Curiosamente, los aceites donde se aplica un mayor margen son aquellos que tienen menor venta: aceite de orujo *Bóveda* (34%), *Mueloliva* virgen en lata de cinco litros (29%), *Mueloliva* en envase de dos litros (27%), aceite biológico de oliva virgen *Estornell* de Veá SA (25%), aceite *Puyol* de semillas (24%), aceite de oliva virgen extra *Estornell* (24%), aceite *Mueloliva* en envase de un litro (24%), etc.

El alto margen aplicado indica precios superiores para los clientes (lo cual desincentiva el consumo) o unas condiciones de precio bajo para los proveedores (lo cual reduce los beneficios del fabricante e incluso le obliga a abandonar la concurrencia a este tipo de establecimiento).

Para el resto de aceites, los márgenes están en el intervalo del 5 al 10% (*Borges* 0,4%, *La Masía*, *Koipesol*) o del 10% al 20% (*Carbonell*, *Koipe*, *Gloria de Borges*).

En un hipermercado, es importante la velocidad de rotación de los productos. Los aceites con menor período de rotación no coinciden necesariamente con los más vendidos, pero ciertamente los menos vendidos tienen períodos de rotación especialmente largos (en estos casos, se realiza una provisión del lineal y no se compra más producto hasta que se ha vendido por completo -e incluso se decide dar de baja dicha referencia-). Este es el caso de los aceites vírgenes Veá.

Los aceites con mayor velocidad de rotación (20%) tienen períodos medios entre cinco y diez días. La mayoría (67% de los aceites), llega hasta los 40 días como máximo. El 90% de los aceites tiene período de rotación inferior a 100 días. El resto de aceites de la muestra puede llegar hasta los 134 días (Figura 16.16).



Ilustración 83. El aceite, producto básico, está siempre presente en las ofertas publicitarias del sector de la distribución. Los bajos precios exigen una alta rotación.