

LAS VENTAS DE EQUIPOS PARA LA RECOLECCIÓN (OCTUBRE 2006-SEPTIEMBRE 2007)

RESUMEN DE LA CAMPAÑA

Durante esta campaña se han comercializado 648 unidades de este tipo de máquinas, de las cuales 364 corresponden a cosechadoras de cereales, 102 a vendimiadoras, 28 a cosechadoras de forraje, 27 a vibradores y el resto a otras máquinas dedicadas a la recolección de diferentes productos agrícolas.

JUANJO RAMÍREZ

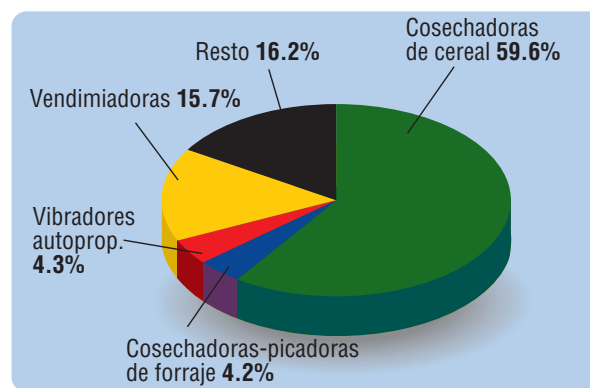
El análisis corresponde a las ventas de maquinaria de recolección desde los meses de octubre de 2006 a septiembre de 2007, y ha sido elaborado a partir de avances mensuales de inscripción de maquinaria facilitados por el Ministerio de Agricultura.

Las cosechadoras de cereal dominan, claramente, las ventas de la maquinaria de recolección, ya que suponen casi tres quintas partes (59.6%) del volumen total comercializado. Del total de unidades vendidas durante la campaña 2006-2007, 117 y 136 unidades se han realizado en los meses de mayo y junio, respectivamente, lo que supone que el 69.5% de las ventas de este tipo de máquinas, esta circunstancia que se repite año tras año marca la estacionalidad de este tipo de máquinas.

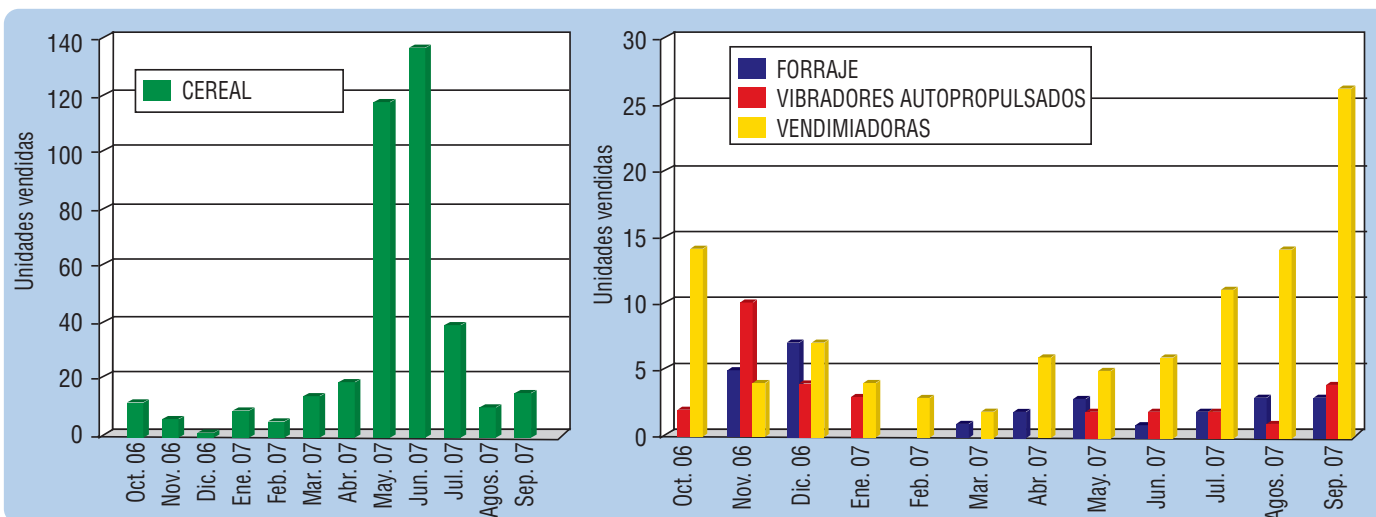
Las marcas que ofertaron sus productos durante la campaña pasada han sido seis y su clasificación está rotundamente representada por dos grandes del sector, como son Claas y New Holland, que

con apenas seis décimas de diferencia representan entre ambas las tres cuartas partes de las máquinas vendidas. Les siguen, con valores muy inferiores, John Deere (19.4%), Laverda (4.7%), Deutz-Fahr (2.3%) y Massey Ferguson (0.8%).

DISTRIBUCIÓN DE VENTAS DE DIFERENTES TIPOS DE MAQUINARIA DE RECOLECCIÓN DURANTE LA CAMPAÑA OCTUBRE 2006-SEPTIEMBRE 2007

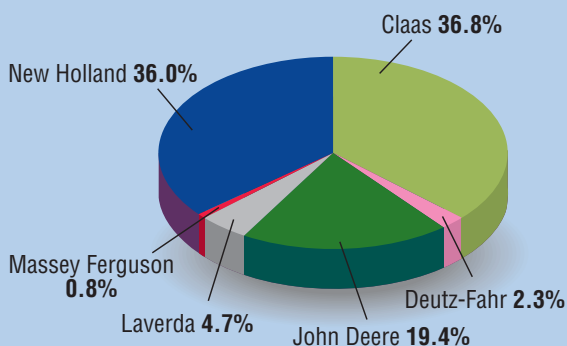


EVOLUCIÓN DE VENTAS MENSUALES DE LAS DIFERENTES MÁQUINAS DE RECOLECCIÓN CONSIDERADAS EN LA CAMPAÑA OCTUBRE 2006-SEPTIEMBRE 2007

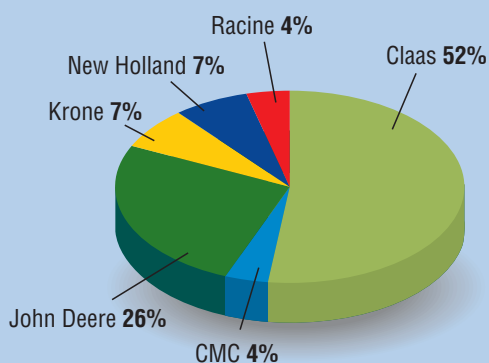


DISTRIBUCIÓN DE VENTAS POR MARCAS, DURANTE LA CAMPAÑA OCTUBRE 2006-SEPTIEMBRE 2007

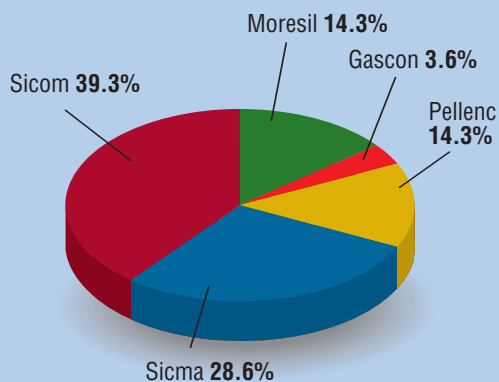
COSECHADORAS DE CEREALES



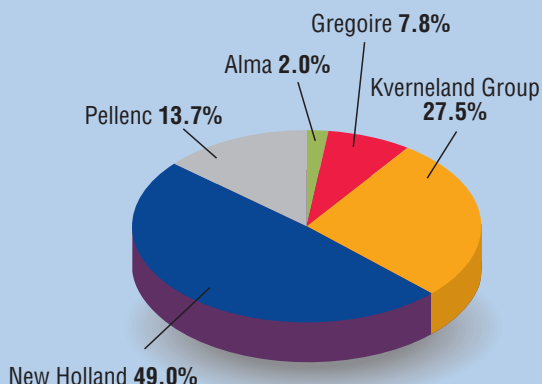
COSECHADORAS-PICADORAS DE FORRAJE



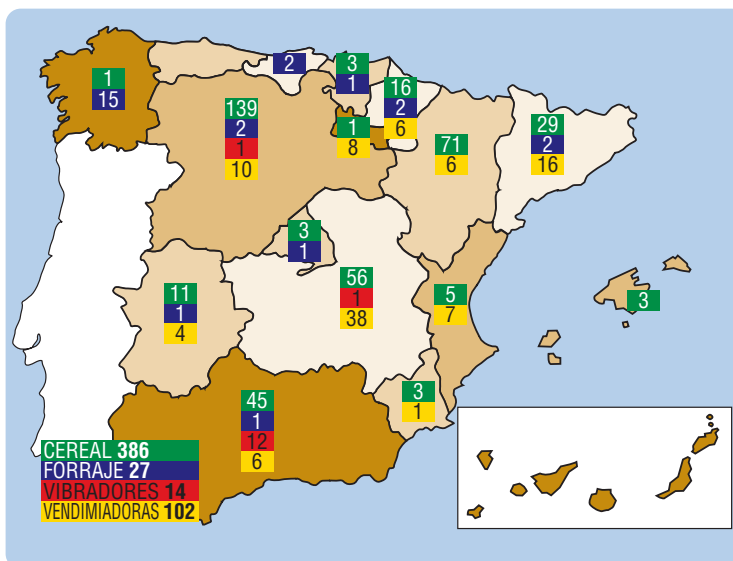
VIBRADORES AUTOPROPULSADOS



VENDIMIADORAS



DISTRIBUCIÓN DE VENTAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS



La distribución geográfica de este tipo de máquinas se concentra, principalmente, en Castilla y León, donde se produce más de un tercio (36%) de las ventas de todo el periodo. Le siguen, por orden, Aragón, Castilla-La Mancha y Andalucía, con unas ventas que suponen el 18.4%, 14.5% y 11.6% del mercado.

En cuanto a las cosechadoras de forraje, que han tenido un número mucho más reducido de ventas, han supuesto un 4.2% de las ventas totales de maquinaria de recolección.

La clasificación de las marcas tiene un liderazgo indiscutible en Claas con más de la mitad (52%) de las ventas de esta campaña, le sigue en segundo lugar John Deere con una cuota de mercado del 26% y a continuación se sitúan New Holland (7%), Krone (7%), Racine (4%) y CMC (4%). La comunidad donde se producen más ventas es Galicia donde se comercializan más de la mitad (15 unidades) de este tipo de maquinaria.

Las vendimiadoras han tenido una considerable evolución en los últimos años y en la pasada campaña han supuesto un 15.7% de las ventas totales de maquinaria de recolección. De las 102 unidades, más de la mitad se han comercializado en los meses de octubre de 2006 y agosto y septiembre de 2007. Una tercera parte de ellas se han vendido en Castilla-La Mancha. El líder es New Holland que ha tenido una cuota de mercado del 49%, le siguen Kverneland Group y Pellenc que han tenido un volumen de ventas del 27.5% y 13.7%, respectivamente.

Las ventas de vibradores autopropulsados han representado un 4.2% de las ventas de maquinaria de recolección y se han producido, mayoritariamente, en Andalucía. El 'número uno' es Sicom (39.3%), seguido de Sicma (28.6%), Moresil (14.3%), Pellenc (4.3%) y Gascom (3.6%). ■