

Maquinaria de recolección: Campaña 2009-2010

EN LÍNEA CON EL SECTOR

Coincidiendo con el fin de la campaña de recolección y a partir de los datos de inscripción de maquinaria nueva que mensualmente divulga el MARM, hemos realizado un análisis de la campaña de comercialización de este tipo de equipos, desde octubre de 2009 a septiembre de 2010.

JUAN JOSÉ RAMÍREZ

La evolución de este mercado no se ha sustraído de la tendencia generalizada del sector, de manera que se han registrado importantes descensos respecto a las campañas anteriores. La comparativa general de ventas de la campaña que acaba de terminar respecto a las campañas de 2006-07, 2007-08 y 2008-09, arroja, en todos los casos, datos negativos. Los descensos han sido, respectivamente, del 14.7%, 18.9% y 11.8%.

Como es habitual en el sector agrario español, las cosechadoras de cereal han sido las máquinas más vendidas, suponen el 62% del mercado de la maquinaria de recolección. La distribución de ventas por marcas incluye ocho firmas, pero son tres las que dominan claramente el sector. El liderazgo lo ostenta New Holland (32.1%), seguido muy cer-

ca de Claas (31.5%) y John Deere (25.7%). Les siguen Deutz-Fahr (3.5%), Laverda (3.5%), Fendt (3.2%), Case IH (0.3%) y Hemas (0.3%).

La distribución geográfica de estas máquinas se concentra, de manera significativa, en Castilla y León (30%), Aragón (17.8%), Castilla-La Mancha (15.2%) y Andalucía (13.1%).

Las cosechadoras de forraje mantienen los valores de ventas de la campaña anterior y tienen en Claas a su líder de ventas con una cuota de mercado del 63%. Otras firmas que ofertan sus productos en este sector son John Deere (10.5%), Krone (10.5%), New Holland (10.5%) y Snapper (5.2%). Su distribución geográfica se centra, principalmente, en Galicia (47%), Cataluña (15.7%) y Castilla y León (15.7%).

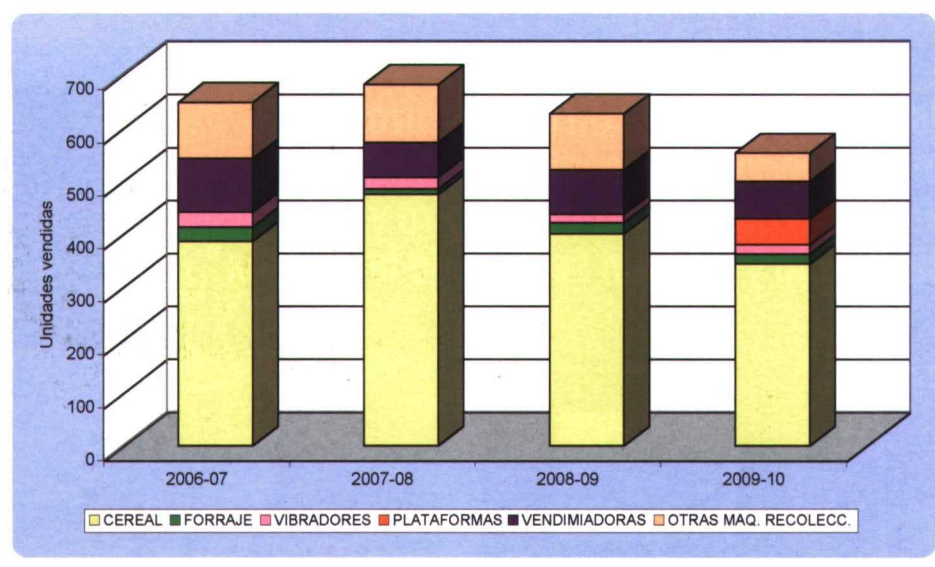
La comercialización de vibradores ha disminuido significativamente en las dos últimas campañas, con descensos de más del 40% respecto a

la campaña de 2006-07. Las marcas que ofertan sus productos son Pellenc (29%), Moresil (29%), Sicma (17%), Facma (11.8%) y Sicom (11.8%). La mayoría de las ventas se concentran en Andalucía y Castilla-La Mancha.

En el sector de plataformas, dirigido mayoritariamente a Cataluña con más de dos tercios de las ventas, existe una amplia representación de marcas, pero Vilfruit con su 40% de cuota de mercado, seguido de Tecnofruit (18%), Plameca (16%) y Jofercan (12%) dominan el sector.

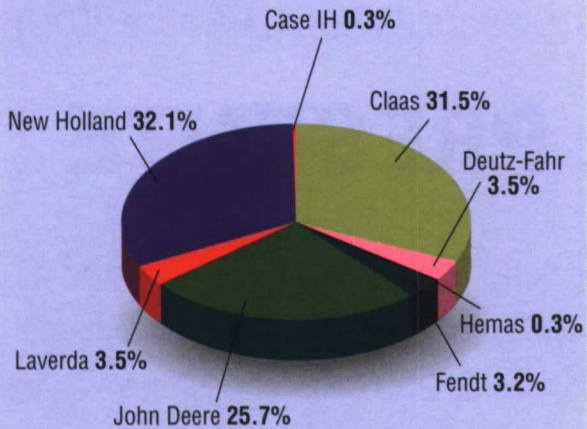
El número de vendimiadoras comercializadas en la campaña que acaba de terminar sufre altibajos. Disminuye respecto a las campañas de 2006-07 y 2008-09 en un 31.3% y

EVOLUCIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA DE RECOLECCIÓN DESDE LA CAMPAÑA 2006-07 A 2009-2010

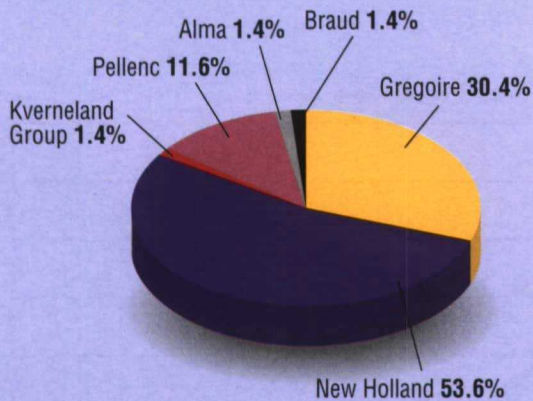


DISTRIBUCIÓN DE VENTAS, POR MARCAS, DURANTE LA CAMPAÑA 2009-2010

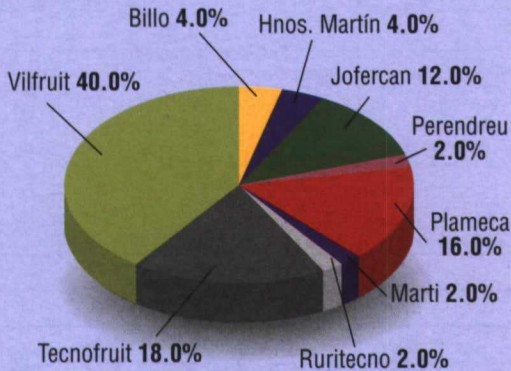
Cosechadoras de cereal



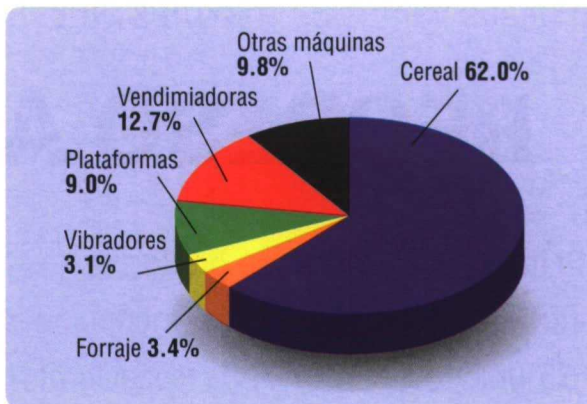
Vendimiadoras



Plataformas



DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE VENTAS DE MAQUINARIA DE RECOLECCIÓN, SEGUN TIPO DE MÁQUINA, EN LA CAMPAÑA 2009-2010



DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL MERCADO DE COSECHADORAS DE CEREAL, POR CCAA CON MÁS DEL 1% DE VENTAS TOTALES, EN LA CAMPAÑA 2009-2010



16.6%, respectivamente, y aumenta en un 6% respecto a la campaña 2007-08.

La distribución de ventas por marcas tiene un líder incuestionable en New Holland con una participación en el mercado del 53.6%, seguido de Gregoire (30.4%) y Pellenc (11.6%). Otras marcas presentes en el sector son Alma, Braud y Kverneland Group cada una con 1.4% las ventas totales. Castilla La Mancha con casi dos tercios de las ventas totales de este tipo de máquinas es la comunidad que domina este sector, le siguen Navarra (10%), Castilla y León, Cataluña y la Comunidad Valenciana, cada una con un 5.7% de las ventas. ■

Multinacional del sector de la maquinaria agrícola busca **técnico comercial** para seguimiento del mercado de cosechadoras. Se exige: conocimientos del medio rural y experiencia en el sector de la cosechadora, disponibilidad geográfica, conocimientos de ofimática y sentido común. Se valorará conocimiento de inglés. direccion@sdfgroup.es

Multinacional del sector de la maquinaria agrícola busca **director de ventas** para la región Centro y Sudamérica. Se exige: experiencia de ventas (5-10 años) a ser posible en Sudamérica, conocimiento de la distribución y el producto (maquinaria agrícola o automoción), familiaridad con las operaciones financieras que implica la venta, disponibilidad para viajar por los diferentes países de la zona. Edad: entre 30 y 40 años. Formación: preferiblemente Ingeniería o Dirección de empresas. Idiomas: Español e inglés. Se valorará conocimiento de italiano. direccion@sdfgroup.es