

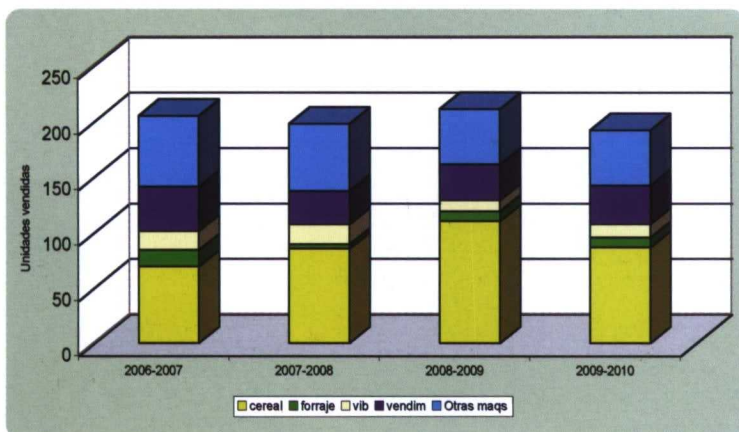
Las ventas de equipos de recolección (octubre 2009-abril 2010)

UN SECTOR QUE RESISTE

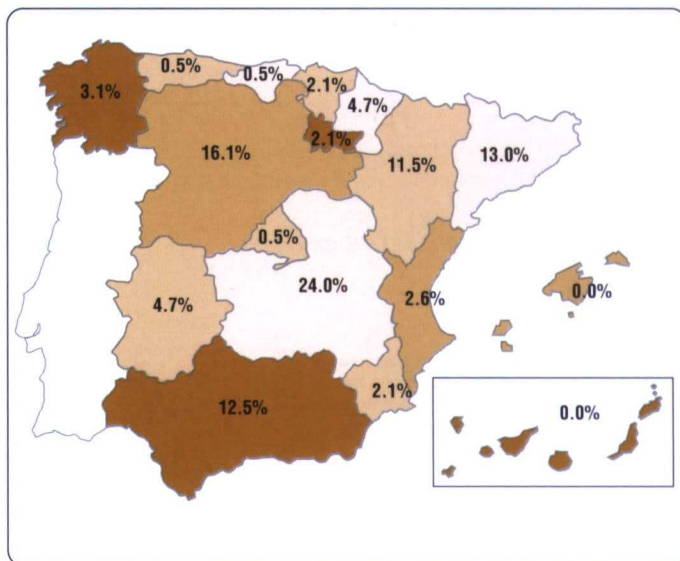
Aunque los volúmenes son, en líneas generales, inferiores a los de la campaña anterior, lo cierto es que el sector de la maquinaria para la recolección parece sufrir menos los efectos de la coyuntura actual.

Tomando como referencia el periodo comprendido entre octubre y abril –por tanto, justo antes de la época de mayores ventas– el retroceso del mercado no alcanza, en ningún caso, los dos dígitos con relación al mismo periodo de los tres ejercicios anteriores. Veremos qué sucede en los próximos meses, pero al menos los primeros datos no son excesivamente negativos.

COMPARATIVA DE VENTAS DE MAQUINARIA DE RECOLECCIÓN (CEREAL, FORRAJE, VIBRADORES, VENDIMIADORAS Y OTRAS MÁQUINAS) DURANTE EL PERIODO OCTUBRE-ABRIL EN LAS CAMPAÑAS DE 2006-07, 2007-08, 2008-09 Y 2009-10



DISTRIBUCIÓN DE VENTAS DE MAQUINARIA DE RECOLECCIÓN, POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS, DURANTE EL PERIODO OCTUBRE 2009-ABRIL 2010



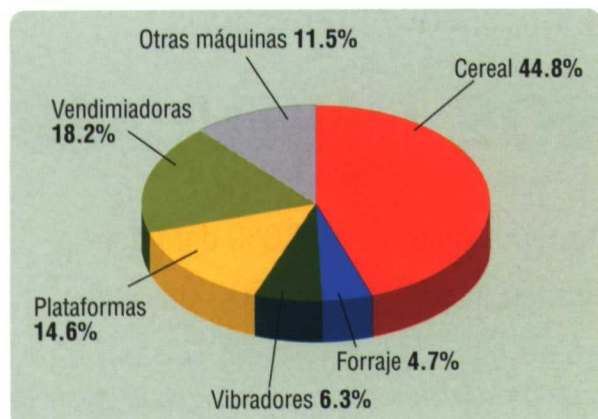
JUAN JOSÉ RAMÍREZ

En los tiempos que corren, encontrar un sector en el que las cifras se mantienen o presentan ligeros descensos, sin caídas estrepitosas, es toda una noticia y una alegría...

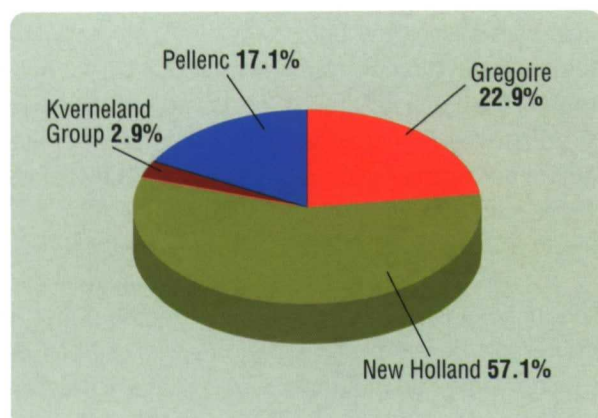
Aunque quedan los meses más significativos de la campaña de la maquinaria de recolección, a partir de los avances de inscripción del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM) hemos realizado un análisis de la situación actual y una retrospectiva respecto al mismo periodo considerado de las tres campañas anteriores. El periodo temporal de este trabajo comprende los meses de octubre a abril de la presente campaña, 2009-2010.

La comparativa de ventas de esta campaña respecto del mismo periodo considerado de las campañas de los años 2006-07, 2007-08 y 2008-09 es muy halagüeña, aunque se constatan ligeros descensos del 6.3%, 3% y 9%, respectivamente. Por tanto, las perspectivas son muy favorables, aunque hay que insistir en que el periodo fuerte de ventas en este sector comienza a partir de este mes.

DISTRIBUCION PORCENTUAL DE VENTAS DE MAQUINARIA DE RECOLECCIÓN, SEGÚN TIPO DE MÁQUINA, DURANTE EL PERIODO OCTUBRE 2009-ABRIL 2010



DISTRIBUCION DE LAS VENTAS DE VENDIMIADORAS EN EL PERIODO OCTUBRE 2009-ABRIL 2010

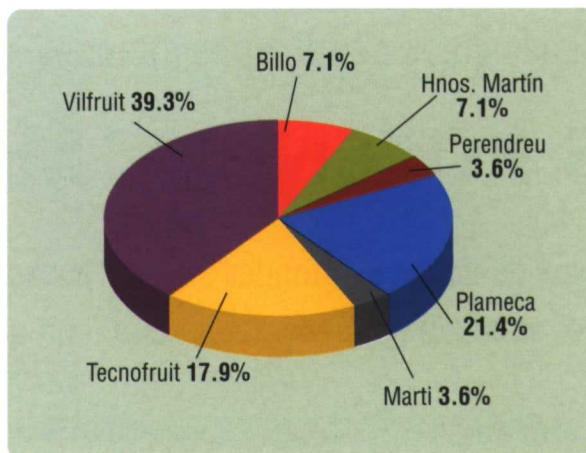


La distribución de ventas, según tipo de máquina, mantiene la tradicional dominancia de las cosechadoras de cereal, que han significado un 44.8% de las ventas totales del sector. Les siguen las vendimiadoras, con un 18,2%; plataformas, con unas ventas del 14.6%; y cosechadoras de forraje y vibradores, con un 4.7% y 6.3% del total de la maquinaria de recolección, respectivamente.

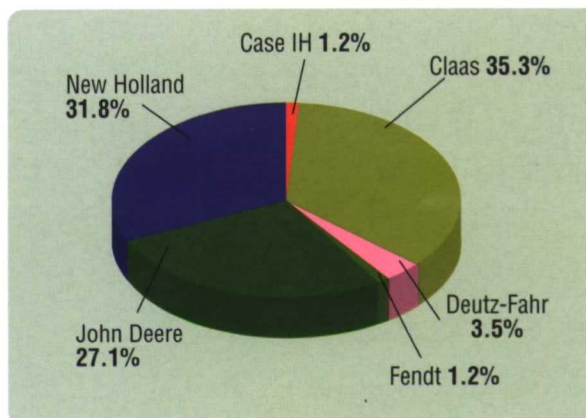
La distribución geográfica de las ventas de cosechadoras de cereal las sitúa, principalmente, en Castilla y León, Castilla-La Mancha, Aragón y Andalucía, donde se han comercializado, respectivamente, 21, 20, 18 y 14 unidades, de un total de 86. Las marcas líderes son Claas y New Holland, que han alcanzado una cuota de mercado del 35.3% y 31.8%, respectivamente. En tercera posición se encuentra John Deere, con unas ventas del 27.1% y, mucho más rezagados se encuentran Deutz-Fahr (3.5%), Case IH (1.2%) y Fendt (1.2%).

Las ventas de vendimiadoras se concentran de forma muy significativa en Castilla-La Mancha, donde se han comercializado 22 unidades del total

DISTRIBUCION DE LAS VENTAS DE PLATAFORMAS EN EL PERIODO OCTUBRE 2009-ABRIL 2010



DISTRIBUCION DE VENTAS DE COSECHADORAS DE CEREAL EN EL PERIODO OCTUBRE 2009-ABRIL 2010



de 35 que se han vendido hasta finales de abril. Con valores más reducidos se encuentran la Comunidad Valenciana, Navarra y La Rioja. El líder de ventas del sector es New Holland, que controla el 57.1% del mercado, le siguen Gregoire (22.9%), Pellenc (17.1%) y Kverneland Group (2.9%).

Respecto a las cosechadoras de forraje, el 55% de las ventas son de Claas y el resto se reparte, a partes iguales, entre Krone y New Holland. Las ventas se concentran, fundamentalmente, en Castilla y León y Galicia.

La plataformas tienen su mayor difusión en Cataluña, donde se han comercializado el 64.8% de las ventas y, aunque hay una amplia representación de marcas, las más representativas son Vilfruit (39.3%), Plameca (21.4%) y Tecnofruit (17.9%).

Respecto a los vibradores, la marca dominante es Moresil, con una cuota de mercado del 33%. Por detrás aparecen Sicma y Moresil, con unas ventas del 25% cada una. Como tradicionalmente es habitual, la distribución geográfica de estas máquinas las sitúa predominantemente en Andalucía y Castilla-La Mancha. ■