

Avance de la campaña de maquinaria de recolección (Octubre '10 - Mayo '11)

¿BUENA COSECHA?

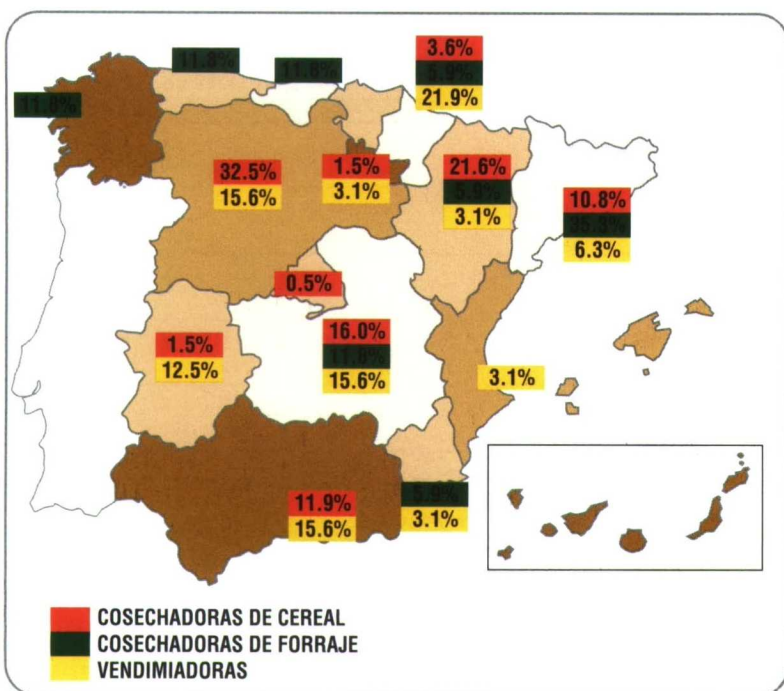
DISTRIBUCION DE VENTAS MAQUINARIA DE RECOLECCIÓN, POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS EN EL PERIODO OCTUBRE-MAYO DE LA CAMPAÑA 2010-2011

JUAN JOSÉ RAMÍREZ

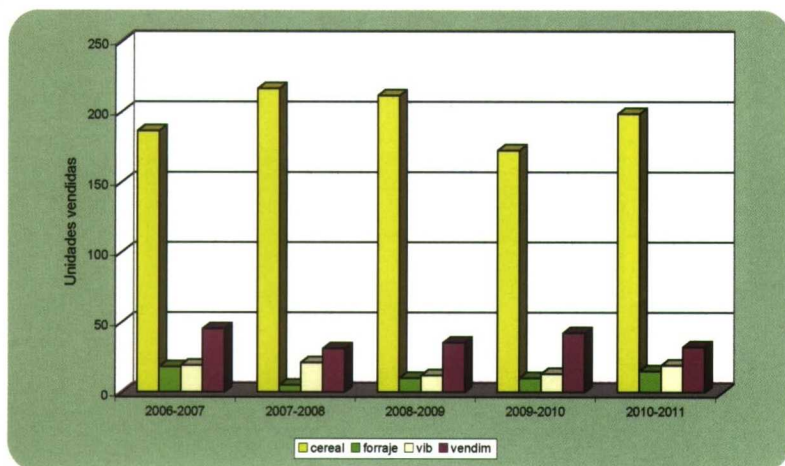
Quedan meses de trabajo más duros en las diferentes campañas de recolección, pero la preparación para la recogida de los diferentes cultivos empezó hace unos meses. A partir de los avances de inscripción del MARM, hemos realizado un análisis de la situación actual y una comparativa respecto al mismo periodo considerado de las cuatro campañas anteriores.

La comparativa de venta de maquinaria de recolección en los meses de octubre a mayo de la campaña actual respecto al mismo periodo de las cuatro anteriores se ha realizado en las cosechadoras de cereal, forraje, vibradores y vendimiadoras. En general, todas ellas han tenido una evolución durante las campañas consideradas que se aproxima a una gráfica de dientes de sierra, que por ahora pronostica una campaña con unos valores de comercialización de producto que hace unos meses no se esperaban.

Las cosechadoras de cereal son las máquinas más representativas de este sector y representan el 51.4% de las ventas totales. En este sector la competencia entre las marcas es muy acusada y se observan mínimas diferencias en los puestos de cabeza. Hasta ahora, el primer puesto es para John Deere, seguido de New Holland y Claas, que han tenido unas ventas del 31.8%, 28.8% y 28.3%, respectivamente. La distribución geográfica de estas máquinas tiene una especial importancia en todas las comunidades cerealistas, como Castilla y León (32.5%), Aragón (21.6%), Castilla-La Mancha (16.0%) y Andalucía (11.9%).

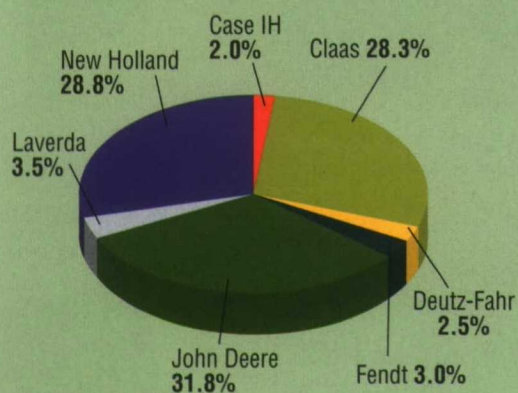


EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS DE MAQUINARIA DE RECOLECCIÓN EN EL PERIODO OCTUBRE-MAYO DURANTE LAS CAMPAÑAS 2006-07 A 2010-11

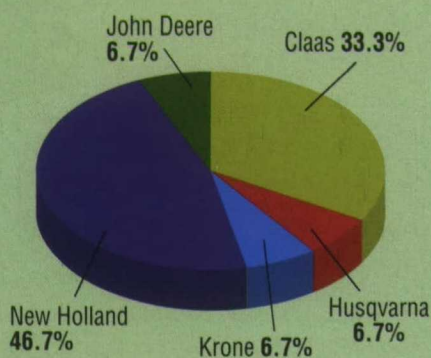


DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS DE MAQUINARIA DE RECOLECCIÓN, POR MARCAS, DURANTE EL PERIODO OCTUBRE-MAYO DE LA CAMPAÑA 2010-2011

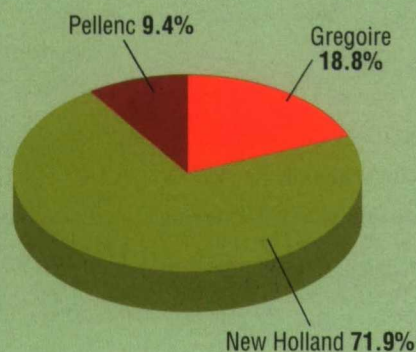
Cosechadoras de cereal



Cosechadoras de forraje

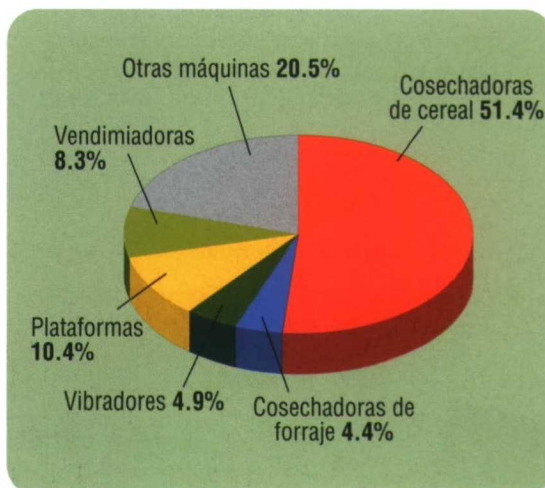


Vendimiadoras



En las cosechadoras de forraje, se producen cambios en el reparto geográfico, ya que casi un tercio (35.3%) de las ventas se ha concentrado en Cataluña, rompiendo la tradición de las comunidades de Galicia y Castilla y León. En cuanto a las

DISTRIBUCIÓN DE VENTAS DE MAQUINARIA DE RECOLECCIÓN, SEGÚN TIPO DE MÁQUINA, EN EL PERIODO OCTUBRE-MAYO DE LA CAMPAÑA 2010-2011



marcas, las más representativas son New Holland y Claas, que han tenido una cuota de mercado de 46.7% y 33.3% cada una.

Respecto a las vendimiadoras, al contrario de lo que sucedió en la campaña pasada, en la que se concentraron casi todas las ventas en Castilla-La Mancha, la distribución de estas máquinas se reparte, casi por igual, en todas las comunidades con relevancia en el sector. Así, Navarra ha tenido unas ventas del 21.9%, mientras que Andalucía las comunidades de Castilla-La Mancha y Castilla y León han registrado unas ventas del 15.6%, cada una. No obstante, en esta época aún se cerrarán operaciones, ya que su utilización comenzará en las próximas semanas. De momento, por marcas New Holland se mantiene como líder con el 71.9% del mercado, le siguen Grégoire (18.8%) y Pellenc (9.4%).

Con los datos actuales, las plataformas están teniendo su mayor difusión en Canarias, donde se han concentrado un 72.5% de las ventas de este tipo de máquinas y el resto se distribuye entre Cataluña, Aragón y Navarra, donde han tenido unas ventas del 15%, 10% y 2.5%, respectivamente. La marca más representativa ha sido IMD, que ha tenido una cuota de mercado del 72.5%, seguida de Vilfruit y Tecnofruit, entre otras, con un 10% y 7.5%, cada una.

Respecto a los vibradores, la representación de marcas es muy escueta y mantiene de líder a Moresil, con unas ventas del 42.8%, seguida de Pellenc y Sicom, con el 28.6% y el 21.4%, respectivamente. Como es habitual, la distribución geográfica de estas máquinas se sitúa principalmente en Andalucía. Pero la campaña de este tipo de máquinas aún debe esperar. ■