



**GOBIERNO**  
F E D E R A L



**SAGARPA**

# Oportunidades de Mercado para Aguascalientes 2009



**2009**

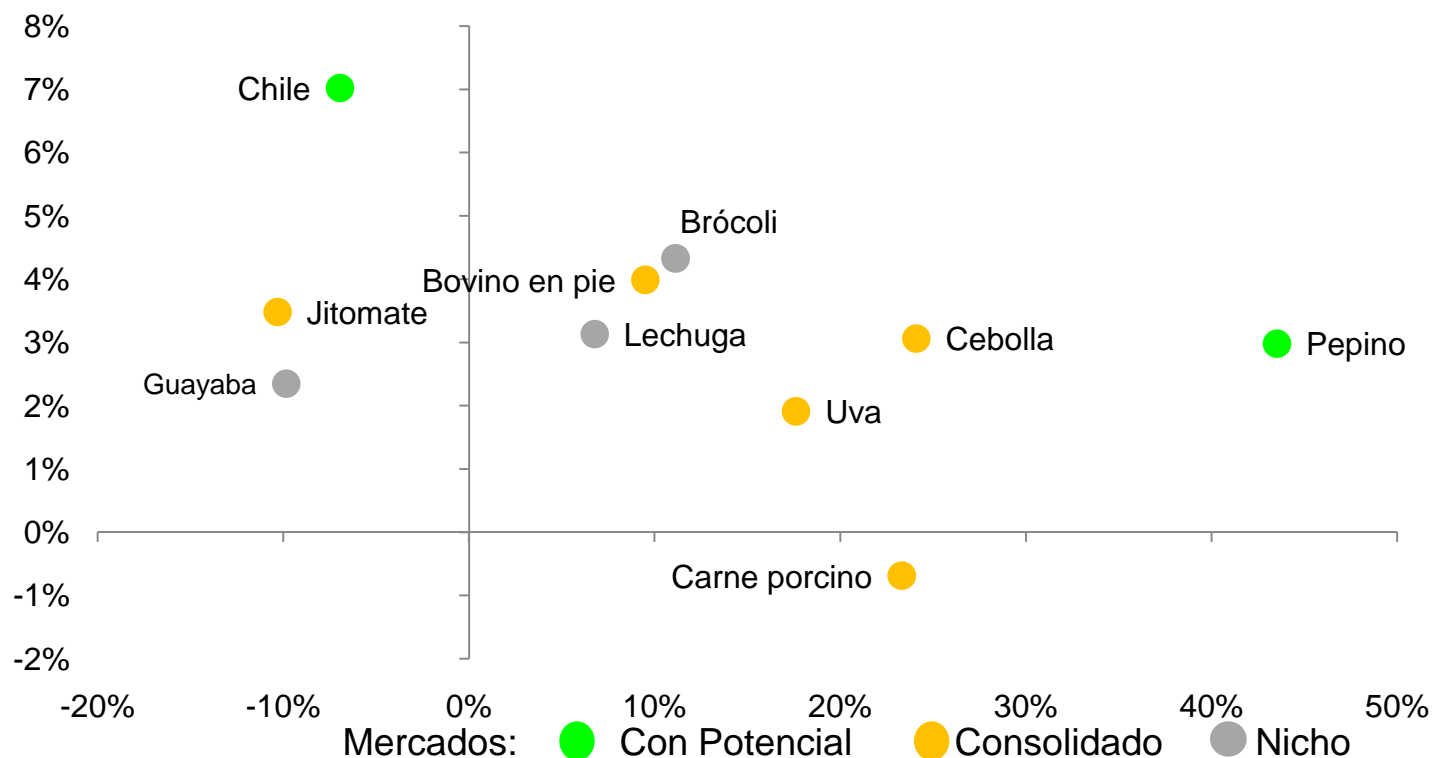
# Aguascalientes: Mercado Internacional

Alimentos que se podrían promover para exportaciones



SAGARPA

TMAC de la Producción de Aguascalientes, 2003-2007



En esta gráfica se analiza la dinámica de la producción estatal en relación con la variación en la demanda internacional de los productos de interés. Las variables de análisis son la tasa media anual de crecimiento (TMAC) de la producción respecto a la TMAC de las importaciones, en el periodo 2003 a 2007.

Los productos son clasificados de acuerdo a su posición nacional en las siguientes categorías:

- Productos con potencial, los que representan una mayor oportunidad de crecimiento de ventas en el extranjero.
- Productos consolidados, los que de acuerdo a su producción y ventas son significativos y tienen un mercado establecido, y finalmente
- Productos con nicho, los que presentan crecimiento en producción y/o ventas, pero su valor de venta es pequeño comparado con el resto de los productos.

Fuente: Global Trade Atlas, SIAP, CONAPESCA, SEMARNAT

Subsecretaría de Fomento a los Agronegocios

# Aguascalientes: Mercado Internacional

## Tamaño de las Importaciones de EEUU, Canadá, UE, Japón y China



SAGARPA

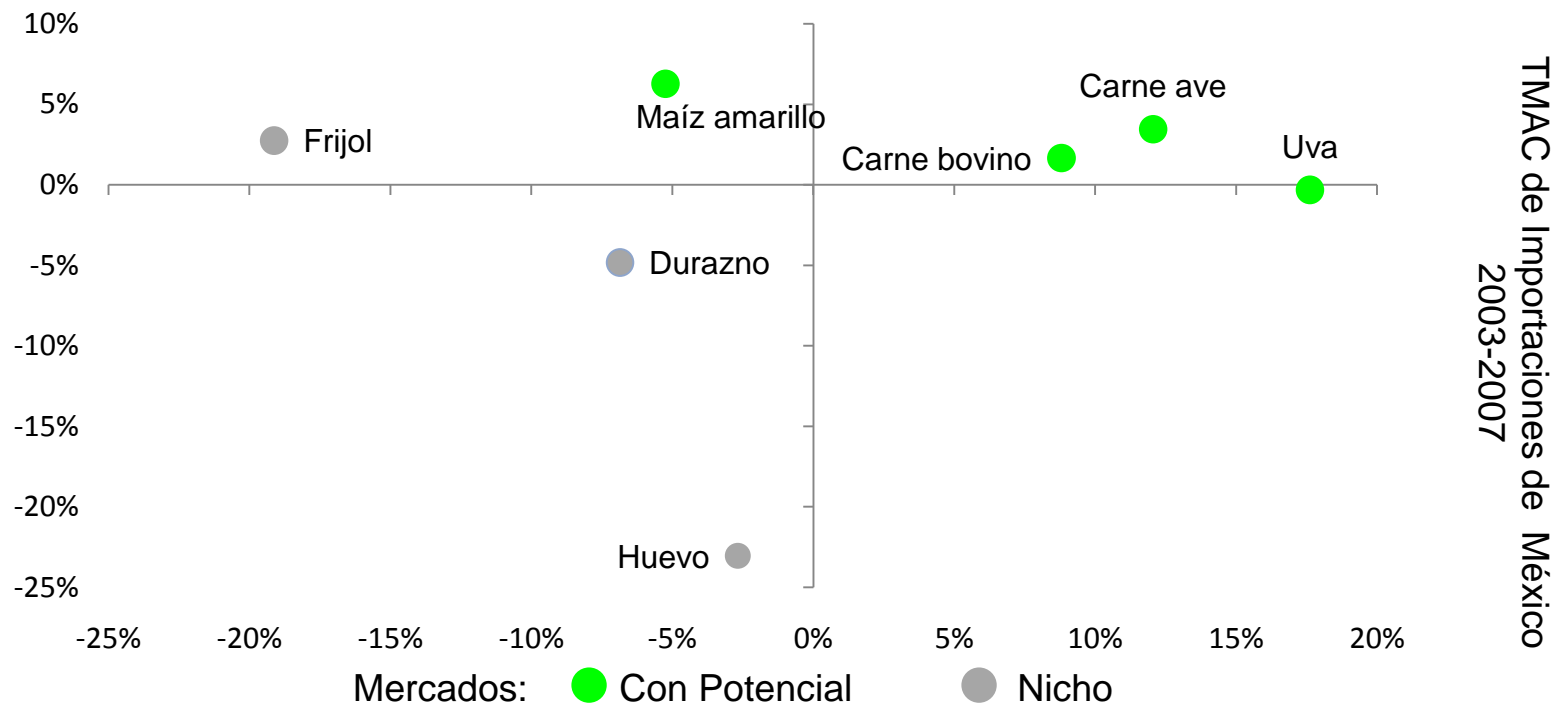
	Productos de interés en el mercado internacional	Tamaño del Mercado	Exportaciones	Participación de México 2007
		Millones de Dólares 2007		
<b>Con Potencial</b>	<b>Chile*</b>	3,827	618	16.14%
	<b>Pepino*</b>	1,718	430	25.01%
<b>Consolidado</b>	<b>Carne porcino*</b>	19,039	232	1.22%
	<b>Jitomate*</b>	5,832	1,132	19.41%
	<b>Uva*</b>	4,435	153	3.45%
	<b>Bovino en pie*</b>	4,412	474	10.74%
<b>Nicho</b>	Cebolla	1,498	216	14.39%
	Lechuga	917	18	1.99%
	<b>Brócoli*</b>	521	47	8.94%
	Guayaba	50	1	2.00%

\* Estos productos presentan potencial competitivo a nivel nacional.

El cuadro considera los productos de mayor importancia en el mercado internacional en el año 2007, de acuerdo a las variables relevantes. En "Tamaño del Mercado" se presenta el total de las compras al exterior de los países seleccionados, en millones de dólares. En "Exportaciones" se considera la cantidad que México está vendiendo a ese conjunto de países. Por último, la columna "Participación de México 2007" representa el porcentaje de las exportaciones mexicanas en las compras totales de esos países.

Los productos cultivados en Aguascalientes que presentaron mayor demanda en los mercados internacionales fueron: pepino, jitomate, chile y cebolla.

TMAC de la Producción de Aguascalientes, 2003-2007



En esta gráfica se analiza la dinámica de la producción estatal en relación con la variación en la demanda nacional de importaciones de los productos de interés. Las variables de análisis son la tasa media anual de crecimiento (TMAC) de la producción estatal respecto a la TMAC de las importaciones del producto particular, en el periodo 2003 a 2007.

Los productos son clasificados de acuerdo a su posición nacional en las siguientes categorías:

- Productos con potencial, son los que representan una mayor oportunidad de crecimiento de ventas internamente.
- Productos con nicho, presentan un crecimiento importante en producción y/o ventas, pero el valor que tienen es pequeño comparado con el resto de los productos.

	Productos de interés en el mercado nacional	Tamaño del Mercado 2007 (millones de dólares)	Participación en el Mercado Interno 2007
<b>Con Potencial</b>	<b>Maíz amarillo*</b>	2,054	89.09%
	<b>Carne bovino*</b>	1,278	20.06%
	<b>Carne ave*</b>	334	14.34%
	Uva	122	23.81%
<b>Nicho</b>	<b>Frijol*</b>	67	8.37%
	Durazno	34	22.94%
	Huevo	26	0.47%

\* Estos productos presentan potencial competitivo a nivel nacional.

En la tabla se pueden apreciar los productos que presentan una mayor oportunidad para su impulso en el estado. El “Tamaño del Mercado 2007” nos indica el total de las compras que México efectuó ese año al extranjero de estos productos, en millones de dólares, y en la columna “Participación en el Mercado Interno 2007” el porcentaje que esas importaciones representaron en el mercado interno.

La carne de bovino es un producto con una importante oportunidad para desplazar importaciones, ya que su mercado es de alto valor y las compras que se realizan al exterior representan un 20% del consumo interno.

La uva, también representa una oportunidad de negocio dentro de un mercado de tamaño de proporción intermedio.