



GOBIERNO
F E D E R A L



SAGARPA

Oportunidades de Mercado para Guerrero 2009



2009

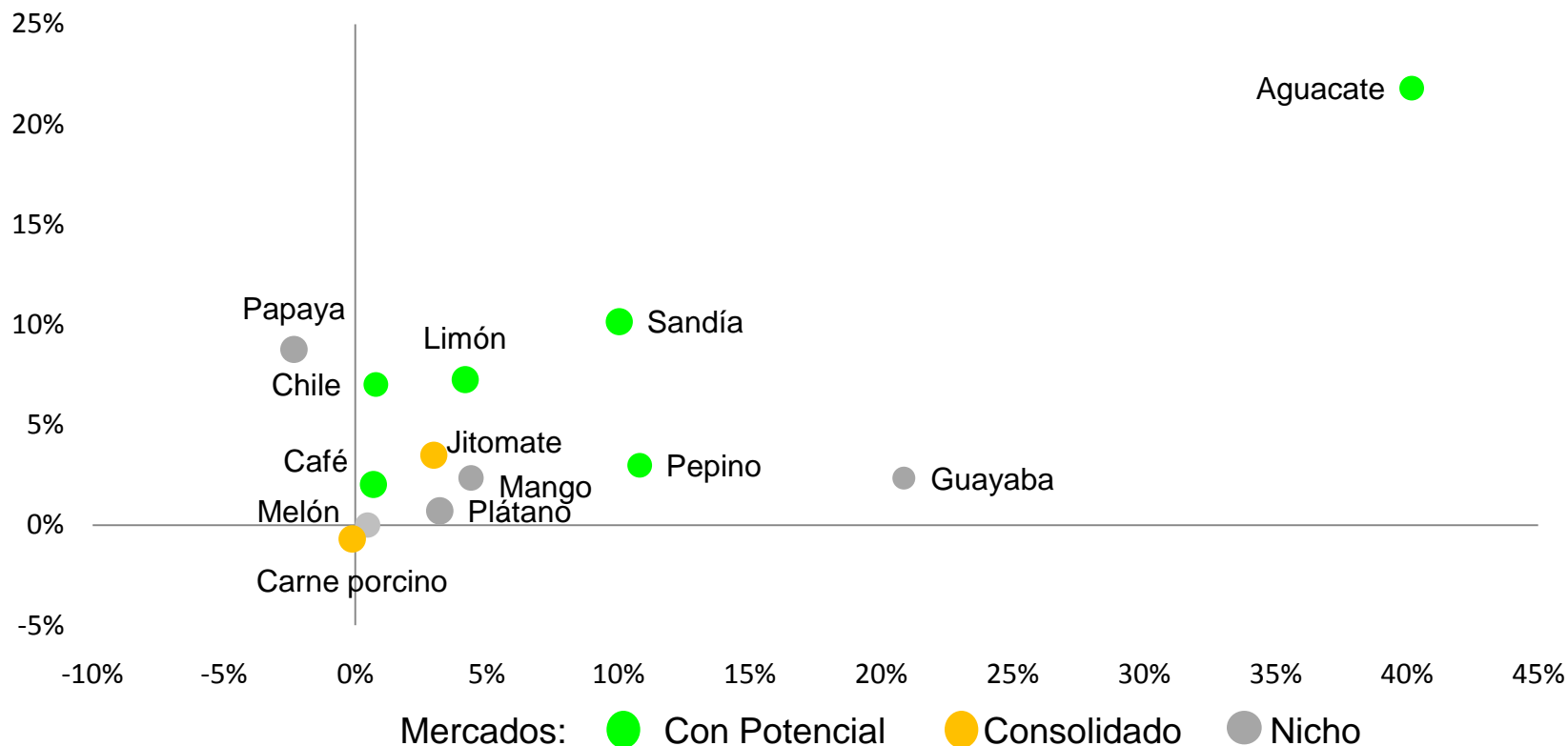
Guerrero: Mercado Internacional



SAGARPA

Alimentos que se podrían promover para exportaciones

TMAC de la Producción de Guerrero, 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

Guerrero: 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		
Con Potencial	Café*	10,957	380.02	3.47%
	Chile*	3,827	617.55	16.14%
	Pepino*	1,718	429.56	25.01%
	Limón*	1,393	222.72	15.99%
	Aguacate*	1,241	555.84	44.78%
	Sandía*	691	191.06	27.65%
Consolidado	Carne porcino*	19,039	231.64	1.22%
	Jitomate*	5,832	1,131.79	19.41%
Nicho	Plátano	7,888	20.37	0.26%
	Melón	1,304	84.22	6.46%
	Mango*	915	118.65	12.96%
	Guayaba	915	118.65	12.96%
	Papaya	201	54.28	27.06%

* 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 Guerrero que presentaron mayor demanda en los mercados internacionales fueron: café, chile, pepino, y limón.

Fuente: Global Trade Atlas, SIAP, CONAPESCA, SEMARNAT

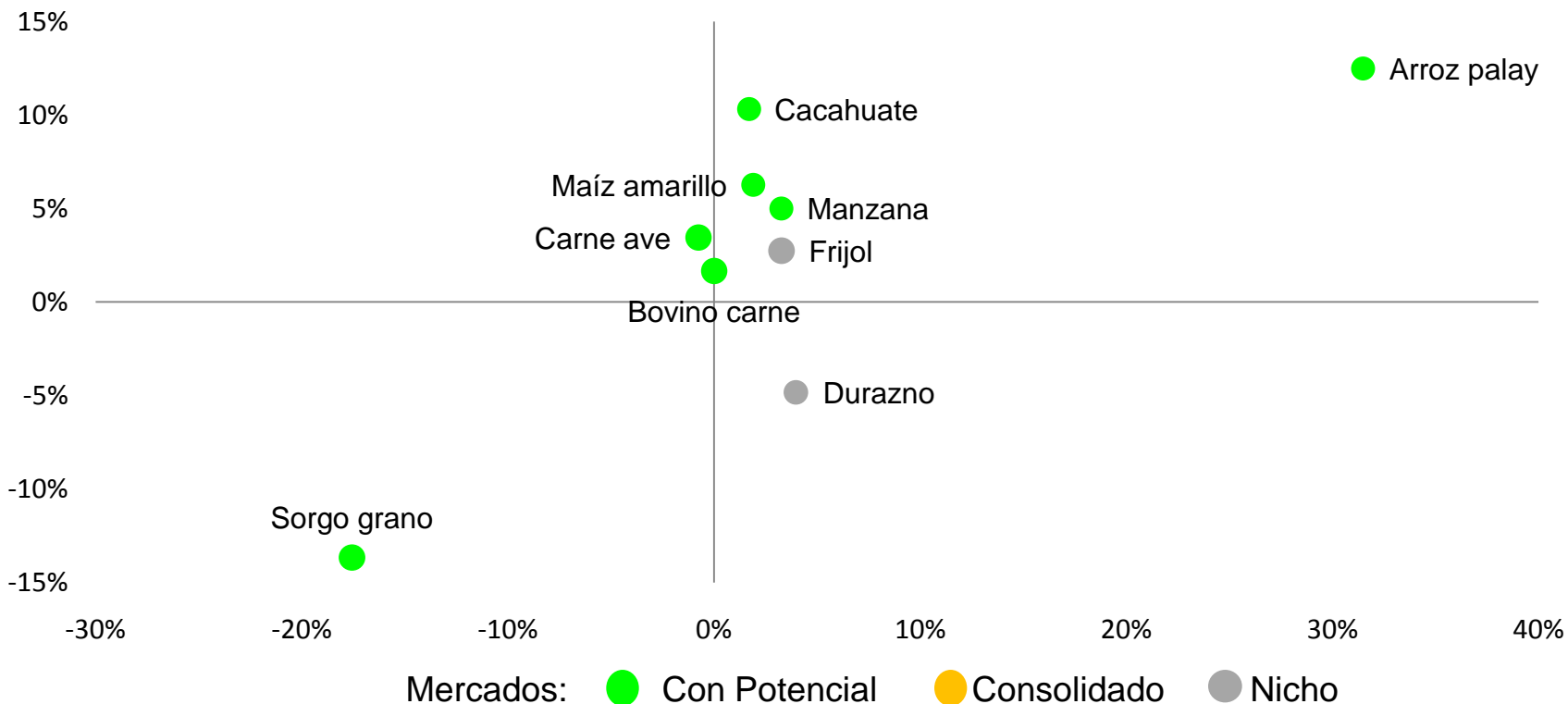
Guerrero: Mercado Nacional

Alimentos que podrían sustituir importaciones



SAGARPA

TMAC de la Producción de Guerrero, 2003-2007



TMAC de Importaciones de México
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

	Productos de interés en el mercado nacional	Tamaño del Mercado 2007 (millones de dólares)	Participación en el mercado interno 2007
Con Potencial	Maíz amarillo*	2,054	89.09%
	Carne bovino*	1,278	20.06%
	Sorgo grano*	347	23.24%
	Carne ave*	334	14.34%
	Manzana*	248	50.53%
	Arroz palay*	248	74.58%
	Cacahuete*	111	58.30%
Nichos	Frijol*	67	8.37%
	Durazno	34	22.94%

* 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.

El maíz amarillo, el sorgo y la carne de ave, también representan oportunidades de negocio dentro de un mercado de tamaño de proporción intermedio.