



G O B I E R N O
F E D E R A L



SAGARPA

Oportunidades de Mercado para Hidalgo 2009



2009

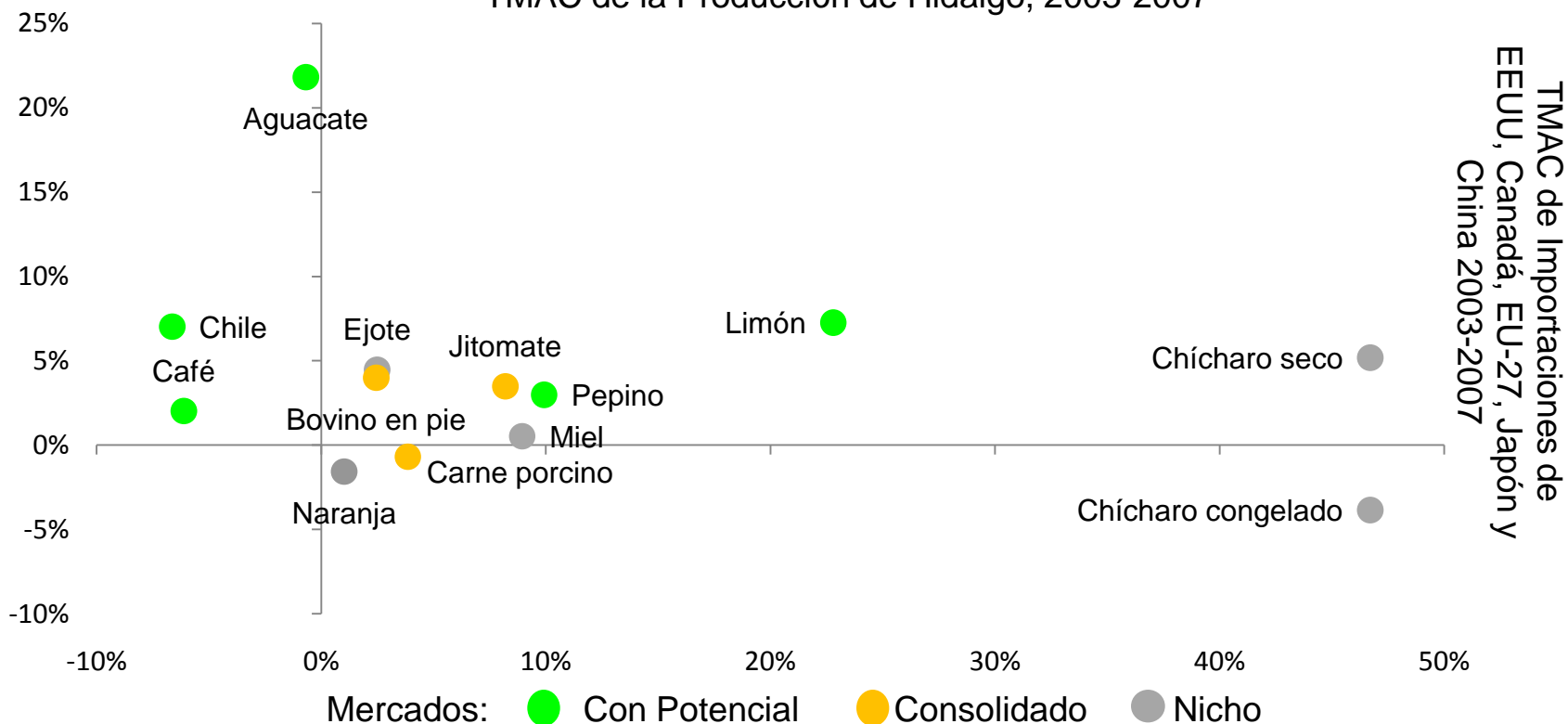
Hidalgo: Mercado Internacional

Alimentos que se podrían promover para exportaciones



SAGARPA

TMAC de la Producción de Hidalgo, 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

Hidalgo: 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 en el mercado interno 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%
Consolidado	Carne porcino*	19,039	231.64	1.22%
	Jitomate*	5,832	1,131.79	19.41%
	Bovino en pie*	4,412	473.76	10.74%
Nicho	Naranja	2,764	10.51	0.38%
	Miel	775	42.63	5.50%
	Ejote	717	34.68	4.84%
	Chícharo congelado	307	0.40	0.13%
	Chícharo seco	269	0.02	0.01%

* 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.

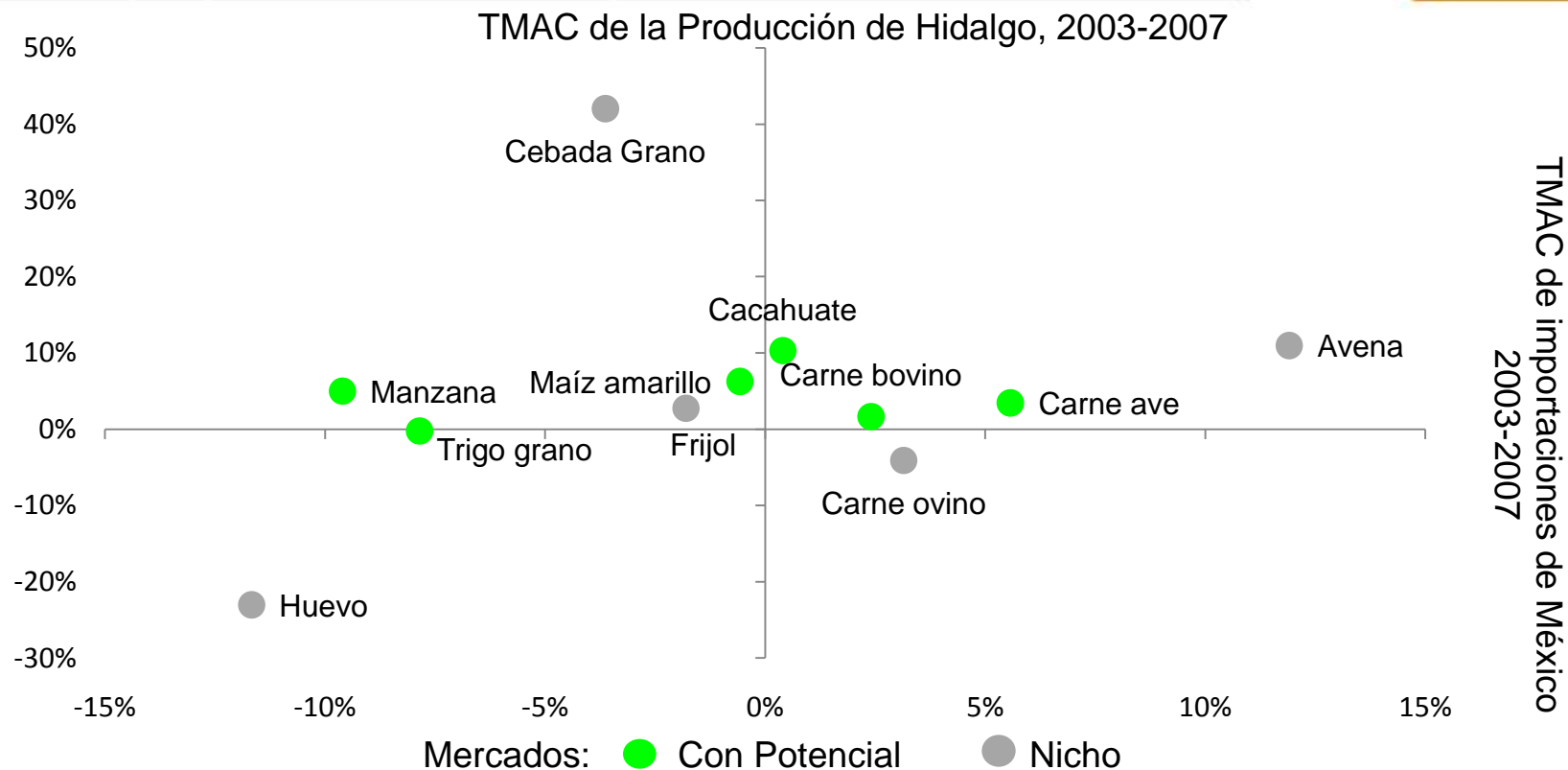
Los productos cultivados en Hidalgo que presentaron mayor demanda en los mercados internacionales fueron: aguacate, pepino, jitomate, chile y limón.

Hidalgo: Mercado Nacional

Alimentos que podrían sustituir importaciones



SAGARPA



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.

En Hidalgo, la carne de ave es el producto con un mercado potencial importante, dado que mientras que en el país está creciendo su demanda, su producción por otra parte, no está creciendo en la misma proporción en Hidalgo.

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%
	Trigo grano*	849	69.73%
	Carne ave*	334	14.34%
	Manzana *	248	50.53%
	Cacahuate*	111	58.30%
Nichos	Frijol *	67	8.37%
	Carne ovino*	67	44.61%
	Avena grano	43	51.88%
	Cebada grano	29	11.67%
	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 carne de ave, la manzana y el cacahuate, también representan oportunidades de negocio dentro de un mercado de tamaño de proporción intermedio.