



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

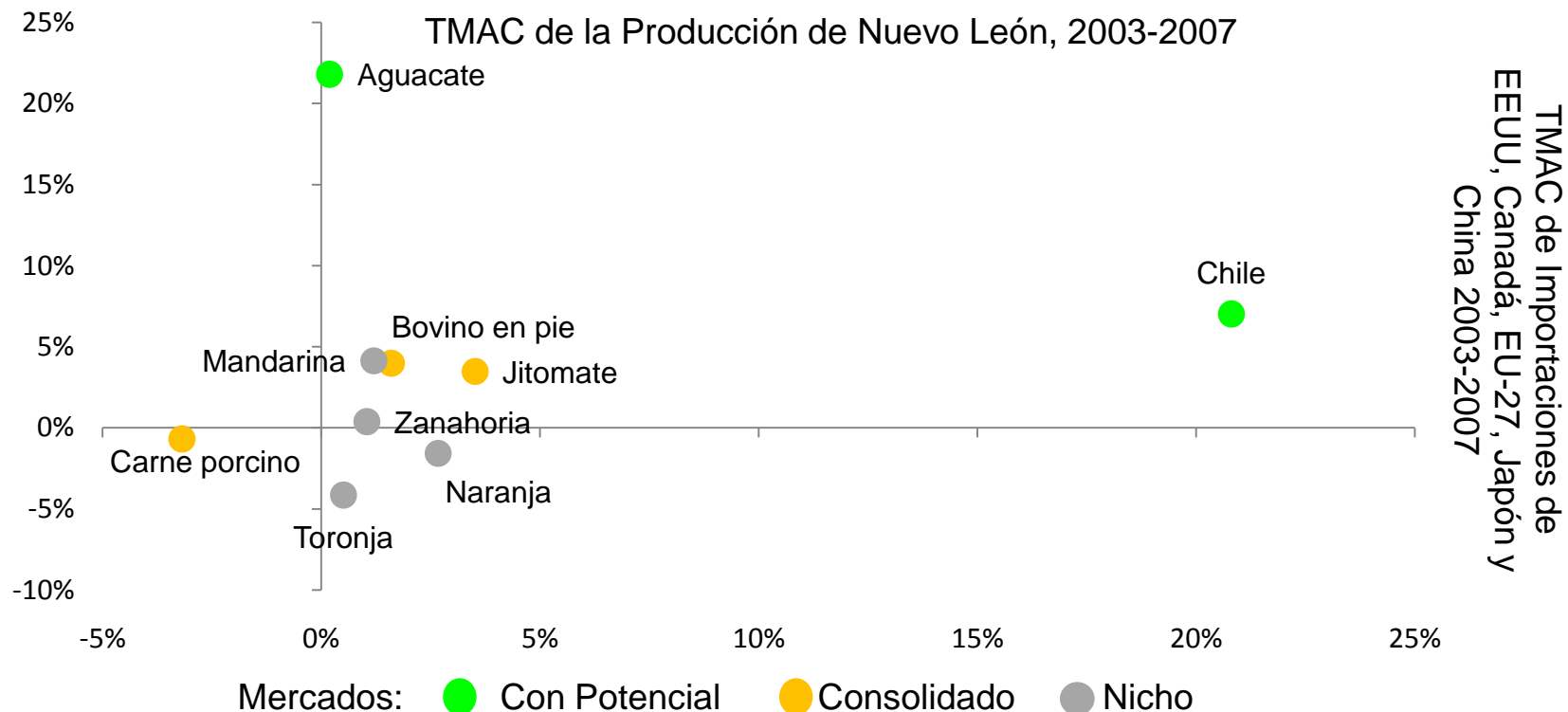


**SAGARPA**

# Oportunidades de Mercado para Nuevo León 2009



**2009**



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.

# Nuevo León: 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	<b>Chile*</b>	3,827	617.55	16.14%
	<b>Aguacate*</b>	1,241	555.84	44.78%
Consolidado	<b>Carne porcino*</b>	19,039	231.64	1.22%
	<b>Jitomate*</b>	5,832	1,131.79	19.41%
	<b>Bovino en pie*</b>	4,412	473.76	10.74%
Nichos	Naranja	2,764	10.51	0.38%
	Mandarina	2,346	3.02	0.13%
	Toronja	813	8.28	1.02%
	Zanahoria	592	15.93	2.69%

\* 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.

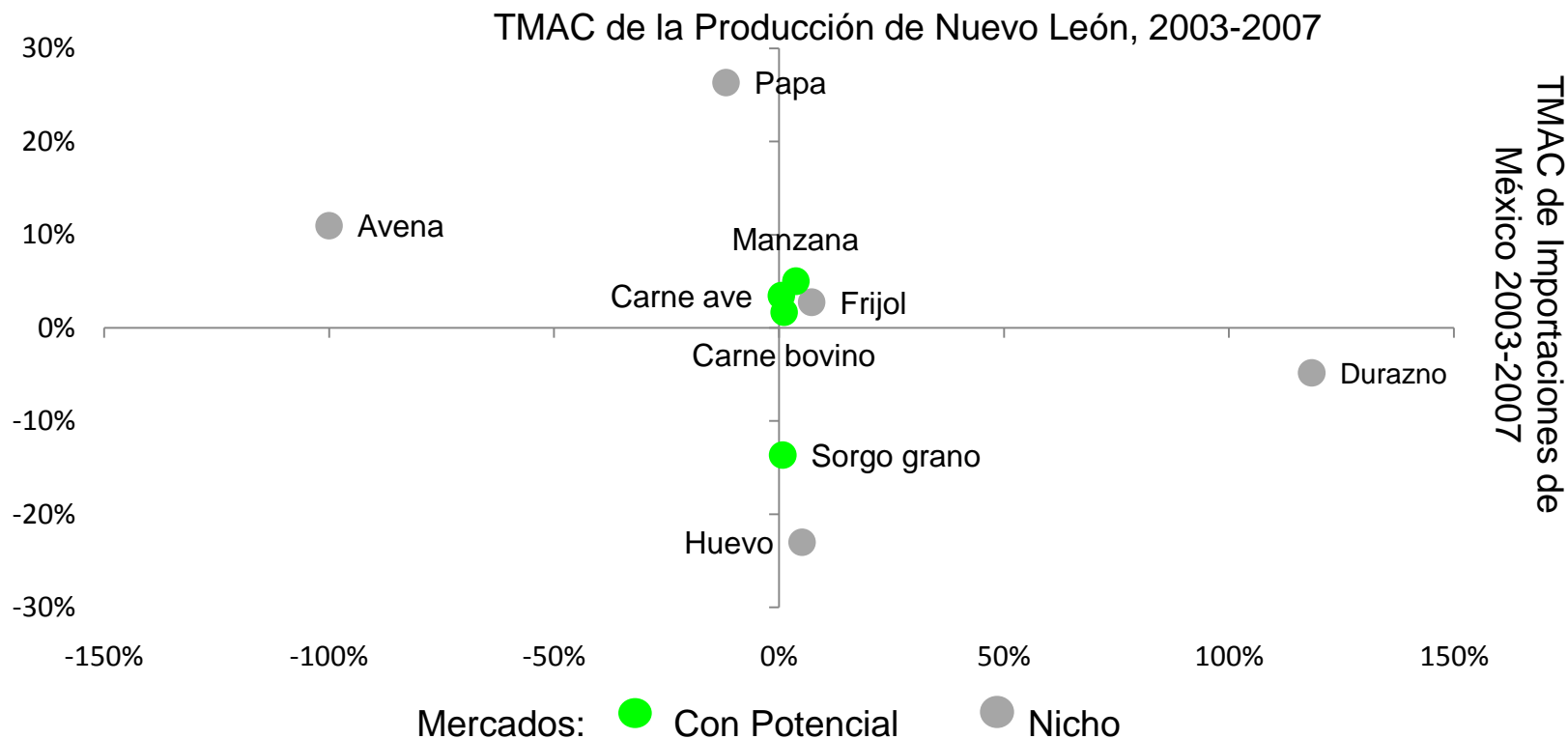
Los productos de Nuevo León que presentaron mayor demanda en los mercados internacionales fueron: aguacate, jitomate, chile y bovino en pie.

# Nuevo León: Mercado Nacional



SAGARPA

## Alimentos que podrían sustituir importaciones



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.

La manzana representa uno de los principales productos con potencial para Nuevo León, dado que su demanda en el país ha ido en aumento, sin embargo, la producción en este estado no está creciendo al mismo ritmo.

	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>Carne bovino*</b>	1,278	20.06%
	<b>Sorgo grano*</b>	347	23.24%
	<b>Carne ave*</b>	334	14.34%
	<b>Manzana*</b>	248	50.53%
	<b>Frijol*</b>	67	8.37%
<b>Nicho</b>	Avena grano	43	51.88%
	Durazno	34	22.94%
	Papa	26	4.25%
	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 durazno, también representan oportunidades de negocio dentro de un mercado de tamaño de proporción intermedio.