



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

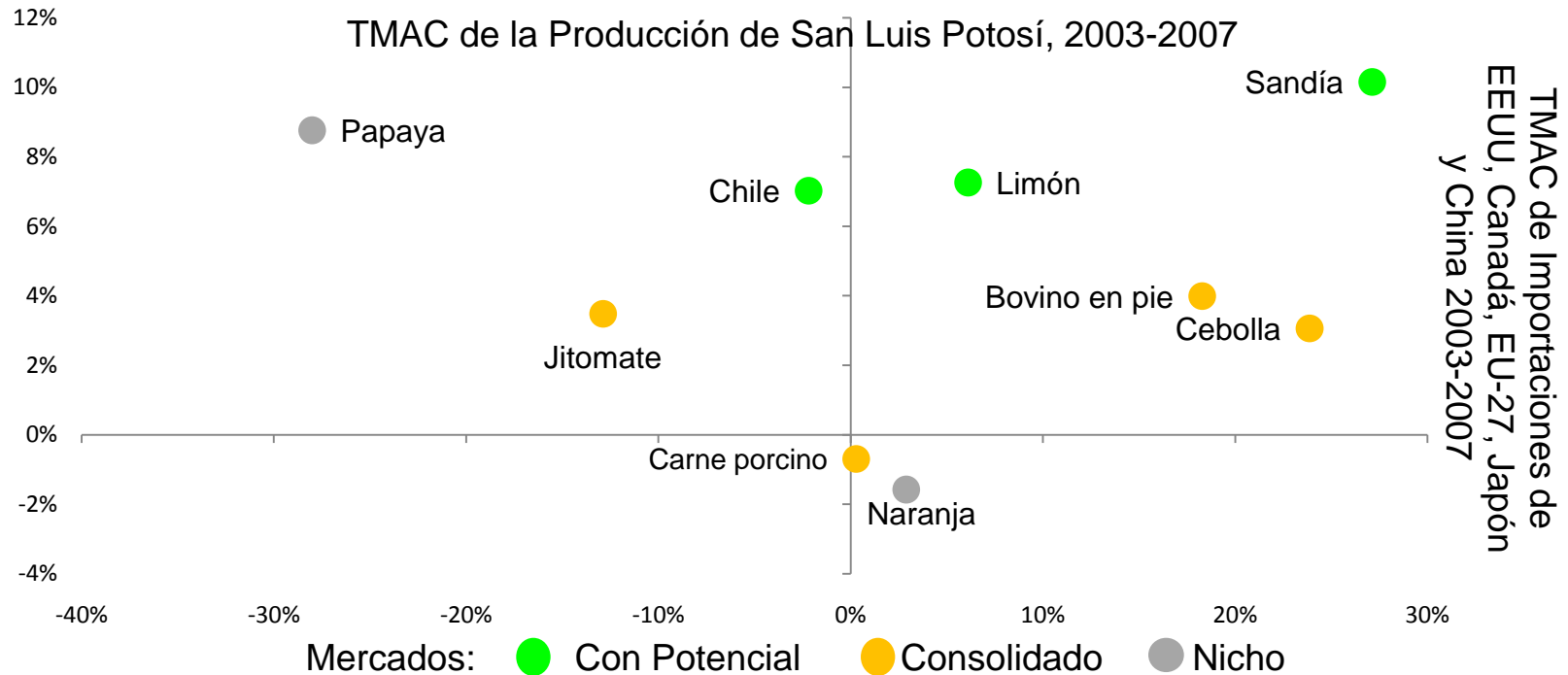


SAGARPA

Oportunidades de Mercado para San Luis Potosí 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.

San Luis Potosí: 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	Chile*	3,827	618	16.14%
	Limón*	1,393	223	15.99%
	Sandía*	691	191	27.65%
	Carne porcino*	19,039	232	1.22%
Consolidado	Jitomate*	5,832	1,132	19.41%
	Bovino en pie*	4,412	474	10.74%
	Cebolla	1,498	216	14.39%
Nicho	Naranja	2,764	11	0.38%
	Papaya	201	54	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 de 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 San Luis Potosí que presentaron mayor demanda en los mercados internacionales fueron: sandía, papaya, jitomate, chile y limón.

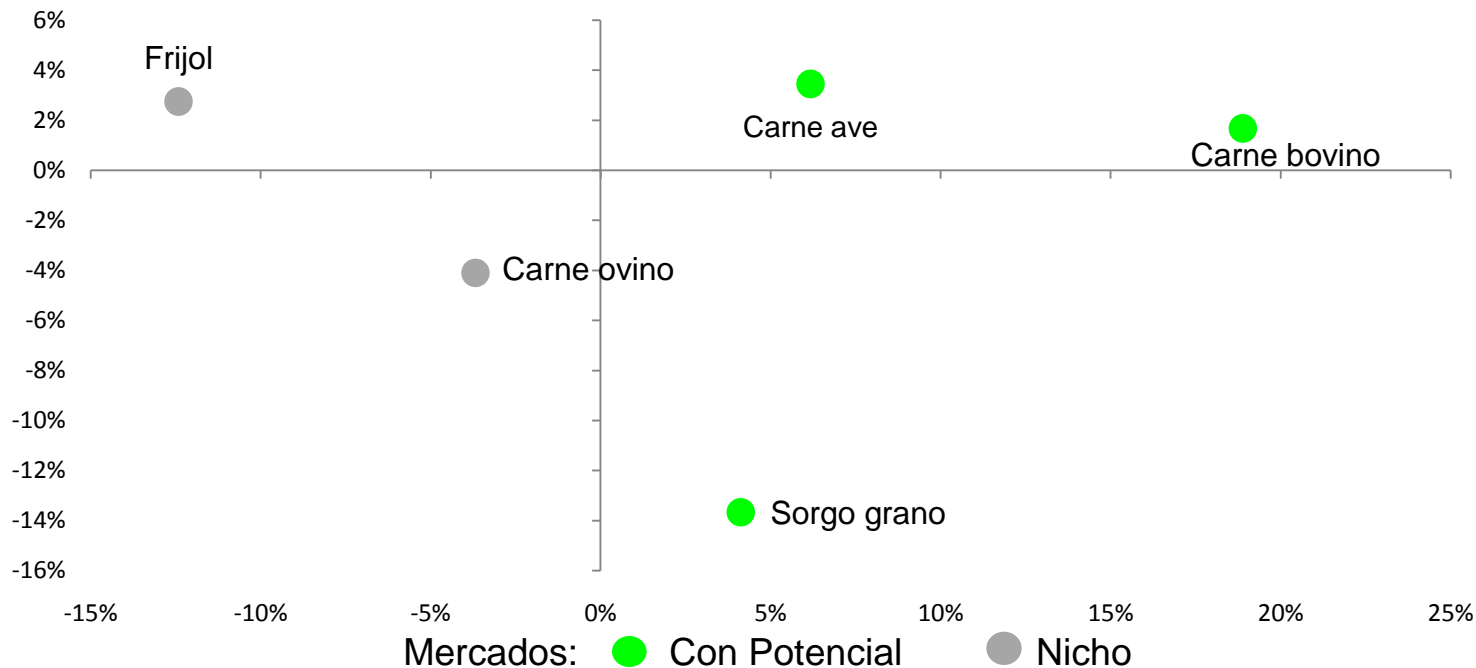
San Luis Potosí: Mercado Nacional

Alimentos que podrían sustituir importaciones



SAGARPA

TMAC de la Producción de San Luis Potosí, 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.

El huevo es una oportunidad de nicho que está siendo desaprovechada en el estado, debido a que mientras en el país está siendo demandado en mayor cantidad, su producción está en franca caída en Baja California.

	Productos de interés en el mercado nacional	Tamaño del Mercado 2007 (millones de dólares)	Participación en el mercado interno 2007
Con Potencial	Carne bovino*	1,278	20.06%
	Carne ave*	334	14.34%
	Sorgo grano*	347	23.24%
Nichos	Frijol*	67	8.37%
	Carne ovino*	67	44.61%

* 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 ofrece una interesante área de oportunidad, para desplazar importaciones, ya que su mercado es de alto valor y las importaciones representan un 20%.

La uva y la carne de ave son excelentes oportunidades de negocio dentro de un mercado de tamaño de proporción intermedio.