



GOBIERNO
F E D E R A L



SAGARPA

Oportunidades de Mercado para Tamaulipas 2009



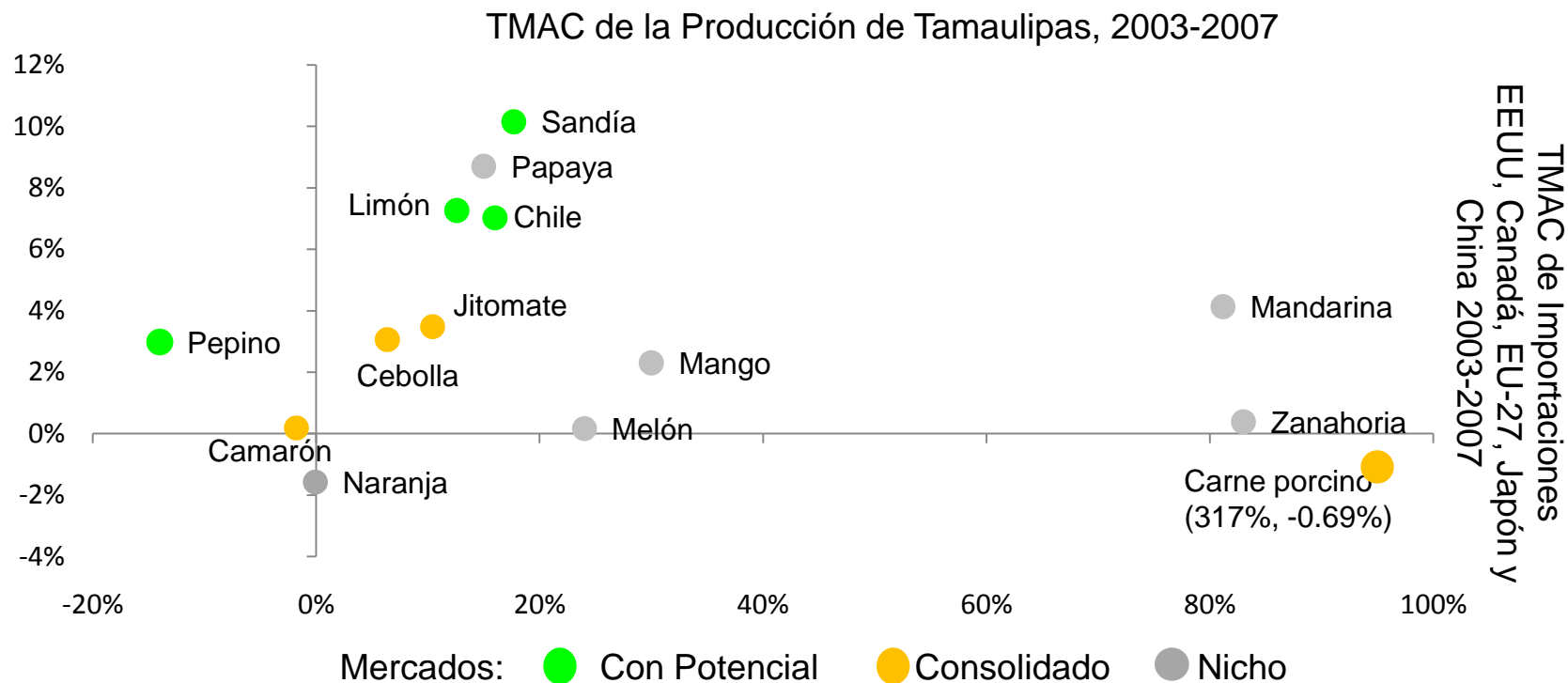
2009

Tamaulipas: Mercado Internacional

Alimentos que se podrían promover para exportaciones



SAGARPA



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

Tamaulipas: Mercado Internacional

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



SAGARPA

	Productos de interés en el mercado internacional	Tamaño del Mercado	Exportación	Participación de México 2007
		Millones de Dólares 2007		
Con Potencial	Chile*	3,827	618	16.14%
	Pepino*	1,718	430	25.01%
	Limón*	1,393	223	15.99%
	Sandía*	691	191	27.65%
	Carne porcino*	19,039	232	1.22%
Consolidado	Camarón*	9,292	366	3.94%
	Jitomate*	5,832	1,132	19.41%
	Cebolla	1,498	216	14.39%
	Naranja*	2,764	11	0.38%
Nicho	Mandarina	2,346	3	0.13%
	Melón	1,304	84	6.46%
	Mango*	915	119	12.96%
	Zanahoria	592	16	2.69%
	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 Tamaulipas que presentaron mayor demanda en los mercados internacionales fueron: sandía, pepino, jitomate, chile y limón .

Fuente: Global Trade Atlas, SIAP, CONAPESCA, SEMARNAT

Subsecretaría de Fomento a los Agronegocios

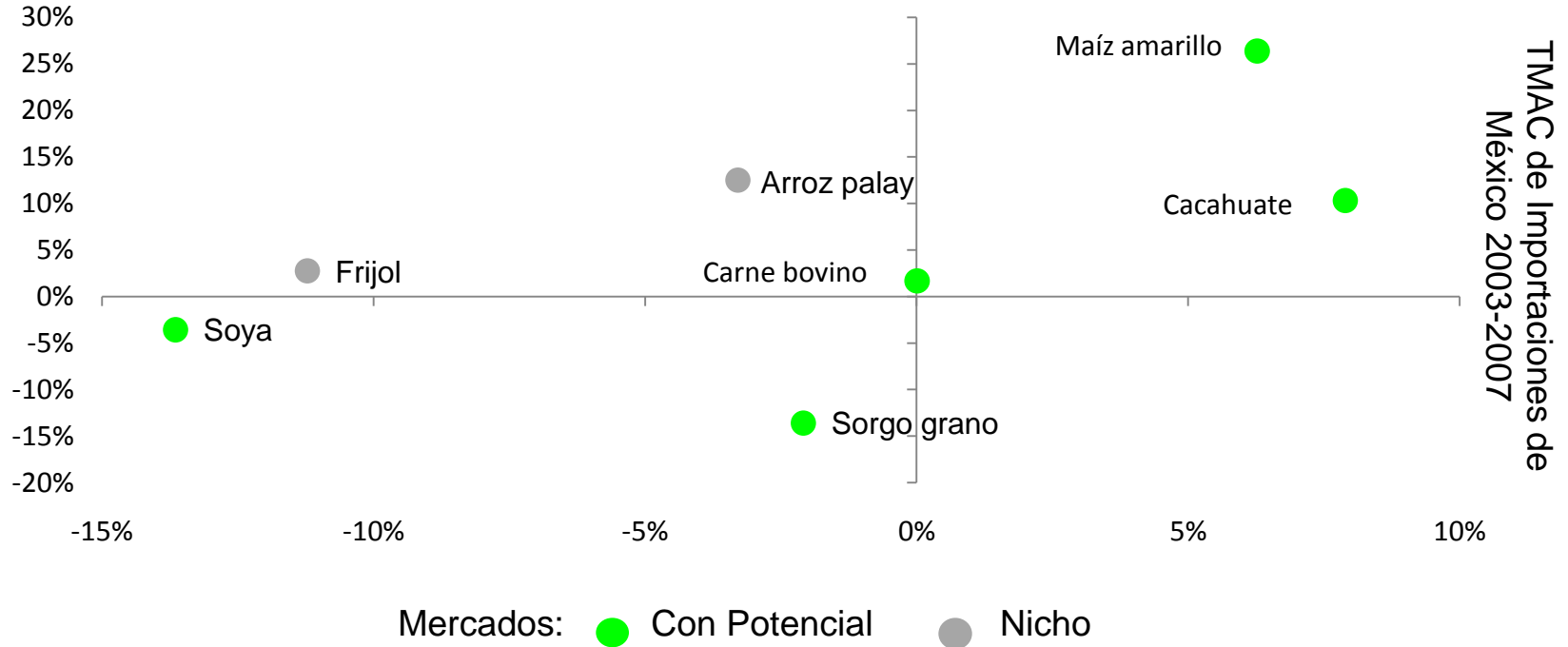
Tamaulipas: Mercado Nacional



SAGARPA

Alimentos que podrían sustituir importaciones

TMAC de la Producción de Tamaulipas, 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
Con Potencial	Maíz amarillo*	2,054	89.09%
	Carne bovino*	1,278	20.06%
	Soya*	1,177	97.62%
	Sorgo grano*	347	23.24%
	Cacahuate*	111	58.30%
Nichos	Arroz palay*	248	74.58%
	Frijol*	67	8.37%

* 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%.

Otro producto con potencial en el mercado interno es el cacahuate dentro de un mercado de tamaño de proporción intermedio.