

Scientific
Journal of
**Applied
Social and
Clinical
Science**

**LOS CONSORCIOS DE
EXPORTACIÓN EN EL
ESTADO DE ZACATECAS
Y ACCESO AL MERCADO
DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA,
2009-2021**

Noemi Dolores De La Torre Belmontes

Saul Robles Soto

Rafael Sosa Carpenter

Marlen Hernández Ortiz

Imelda Ortiz Medina

All content in this magazine is licensed under a Creative Commons Attribution License. Attribution-Non-Commercial-Non-Derivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).



Resumen: El presente trabajo, cuyo análisis está enfocado en los consorcios de exportación en el estado de Zacatecas y sus posibilidades de acceso al mercado de Estados Unidos de América, el aumentar las capacidades de cooperación entre empresas, lo que les permitirá exportar y aprovechar al máximo los lazos comerciales con el mercado de EE. UU. Se analiza el desarrollo del programa, implementado por la Secretaría de Economía Estatal, “Impulso a la Comercialización de Productos Zacatecanos en mercados internacionales” que comprendía la consolidación de consorcios de Exportación y Conformación de la Cámara Binacional de Negocios Zacatecas-EE. UU. Generar información estratégica para detectar las oportunidades que existen en el mercado de EE. UU. es una tarea que demandan las empresas, y es deber de las instituciones gubernamentales proporcionar las herramientas necesarias para que dicha información llegue de manera oportuna a los interesados, de manera que logren acceder a nuevos espacios comerciales. La metodología que se utiliza en esta investigación es mixta ya que comprende análisis cualitativo sobre el comportamiento de los consorcios de exportación, así como análisis cuantitativo para detectar la demanda de los productos de nostalgia en EE.UU. Mediante esta metodología se confirma a través de los casos analizados que es posible lograr exportaciones al mercado norteamericano a través de la implementación de la metodología italiana para la conformación de consorcios de exportación en las empresas zacatecanas. Se pretende proponer posibles soluciones para el fortalecimiento de las empresas que emprenden actividades de exportación, de manera que logren acceder al “mercado de la nostalgia” a través de los zacatecanos radicados en EE. UU., lo que derivará en mayores utilidades económicas para los involucrados en dicho

mercado, especialmente para el productor, quien debe ser el principal beneficiado.

Palabras clave: Consorcios de Exportación, Demanda de Productos, Mercado de la Nostalgia.

INTRODUCCIÓN

Es indudable que los factores que inciden para que las microempresas logren exportaciones al mercado estadounidense tienen relación directa con diversas teorías económicas. Una de ellas será la teoría neoclásica que relaciona el concepto de oferta y demanda; de ella se tomará lo que nos dirija a mostrar que la oferta exportable en el estado de Zacatecas, que está conformada, en su mayoría, por pequeñas y medianas empresas que producen frijol, chile, tomate, uva, miel, ajo, mezcal, artesanías, textiles, entre otros, es demandada por los ciudadanos zacatecanos que viven en EE. UU., privilegiando el consumo de productos de su tierra natal.

El análisis del comportamiento de las empresas que participaron en los inicios y la consolidación de la Cámara Binacional de Negocios debe registrarse como materia de estudio para conocer mejor qué herramientas se deben aplicar o son necesarias para lograr un mejor aprovechamiento de los programas para fomentar la cooperación empresarial, así como el desarrollo de la oferta exportable.

Derivado de dicho análisis, se plantean las siguientes tres preguntas, mismas que se responderán en cada capítulo a desarrollar en este trabajo: ¿cómo debe ser la cooperación empresarial para lograr acceder a los mercados internacionales?, ¿qué factores influyen para lograr exportaciones al mercado estadounidense?, al ser Zacatecas un estado binacional ¿qué oportunidades existen en el mercado de EE. UU. para que sea aprovechado por los empresarios?

La metodología que se utiliza en esta investigación es mixta, ya que comprende el

análisis cualitativo sobre el comportamiento de los consorcios. Este trabajo permite analizar los factores que influyen para que las empresas participantes en los programas, es decir que aplicaron el modelo italiano para la conformación de los consorcios de exportación y participaron en actividades de la Cámara Binacional, arrojaran como resultado un éxito o un fracaso. En este trabajo también se emplea un análisis cuantitativo que analiza la demanda de productos de nostalgia en el mercado de EE. UU.

Realizar un análisis económico para medir el potencial de la demanda de productos zacatecanos en EE. UU., así como los elementos que influyen para que la oferta exportable zacatecana logre el acceso a dicho mercado, por lo que será de gran importancia para esta investigación utilizar herramientas estadísticas para encontrar la mejor relación entre la variable dependiente y las variables independientes seleccionadas para realizar una estimación de demanda de productos de la nostalgia en ese territorio.

COOPERACIÓN EMPRESARIAL Y LOS CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN EN ZACATECAS

La cooperación atiende a necesidades de ser cada vez más flexibles y eficientes ante la competencia global. Se deben implementar estrategias competitivas que conduzcan a la cooperación para hacer frente a las condiciones específicas que en cada mercado se generan, como nuevos sistemas de relaciones industriales. Por lo que la forma convencional de administrar una empresa forzosamente se ve obligada a cambiar.

El consorcio de exportación se define, como una alianza voluntaria entre empresas con el objetivo de promover los bienes y servicios de sus miembros en el extranjero y de facilitar la exportación de sus productos mediante acciones conjuntas. El consorcio

es una estrategia a mediano y largo plazo de las empresas, que sirve para prestar servicios especializados a fin de facilitar el acceso a los mercados extranjeros. (Minervini,2004)

Una de las principales diferencias, con otros tipos de asociaciones, es que cada miembro conserva su autonomía financiera, jurídica y de gestión, no hay pérdida de identidad. Por otra parte, las debilidades de los miembros, representan un punto de unión en el consorcio.

La pertinencia de usar el modelo del Consorcio de exportación parte del hecho en el que consorcio de exportación es una figura menos rígida y más flexible la cual contempla fines muy específicos en los que principalmente el nivel de fusión entre empresas es muy bajo ya que cada una mantiene su individualidad, pero se fortalecen en compartir un área especializada en la búsqueda de conquistar un nuevo mercado internacional.

En lo referente a las empresas potencialmente exportadoras que se contaban en Zacatecas en el año 2009 se encontraban 204 empresas productoras listas para la exportación, entre las cuales sobresalían diversos sectores como son: mezcaleros, productores de chile, de frijol, de maíz, de uva, entre otros. Dentro de los productos que exportaba Zacatecas en el año 2009, la categoría principal la constituyen las Bebidas, seguido de papel y cartón.

En el estado de Zacatecas se vivieron diferentes etapas para consolidar la funcionalidad interna y promover la proyección internacional de los Consorcios de Exportación activos en Zacatecas. Respecto a la funcionalidad interna, se implementaron actividades de seguimiento a los Consorcios, armando una Plataforma de Asistencia Técnica Local, con el objetivo de fortalecer y consolidar la muestra de Consorcios de Exportación ya formados en Zacatecas y así lograr desarrollar habilidades y capacidades reales en un equipo de profesionales locales.

(Ver tabla 2)

Es a través del uso de estas dos variables que en la etapa inicial de definición será más fuerte la motivación de pertenencia, la etapa de definición suele durar de los 6 meses a los 2 años, para luego presentarse la etapa de incertidumbre en la que los valores y el nivel de motivación total para permanecer en el consorcio se estancan y se presenta un momento delicado para pasar a la siguiente etapa, por lo regular esta etapa tiene una duración hasta los 4 años logrando pasar a la etapa de desarrollo o de lo contrario a la etapa de disolución.

Ya que se logra pasar a la etapa de desarrollo los valores de la motivación total aumentan y se alcanzarán los niveles más altos durante la etapa de desarrollo como en los casos españoles en los que se han encontrado consorcios que han superado los 10 años. En el caso de los Consorcios de Exportación en Zacatecas de los 13 que se formaron se observa en la Figura 10 como 5 de 13 consorcios se localizan en la línea de la etapa de la incertidumbre, y solamente 2 lograron llegar a la etapa de desarrollo.

El período de vida de los Consorcios en Zacatecas atendió a la existencia del programa subsidiado por los gobiernos tanto Federal como Estatal, durante los períodos en los que no se contó con el programa activo se presentaron momentos de incertidumbre y diferencias que los grupos no lograron superar al no contar con un árbitro neutral que en el caso del programa éste papel estaba a cargo de los consultores y tutores quienes recibían un pago por las instituciones gubernamentales para el desarrollo y consolidación de los grupos, al no tener quién interviniera en los conflictos que se presentaron la mayoría terminaron en la separación, lo que nos demuestra que es muy alta la dependencia de los empresarios para encontrar como motivador la intervención de las instituciones

públicas, esto debido a que al permanecer a programas que los gobiernos fomentan se pueden acceder a otros fondos de apoyo.

Otro aspecto que se resalta en el trabajo realizado por Espejo, Fuentes, Núñez (2015), es que no siempre se va a considerar como un fracaso la finalización del consorcio, ya que para muchos de los miembros implica un proceso de formación y una rampa de lanzamiento, ya sea para realizar exportaciones o para ingresar a un nuevo mercado. Sería muy productivo analizar cuántas ventas lograron concretar en lo individual a partir de su participación en los programas de formación de Consorcios de Exportación.

ESTIMACIÓN DE DEMANDA DEL MERCADO DE LA NOSTALGIA EN ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

En la Teoría de la Demanda se mide el comportamiento de la cantidad demandada en relación al precio, (*Ceteris Paribus*) aplicando estos principios básicos primero se observará cómo se comporta la demanda en relación al precio y posterior a ello se puede observar mediante el análisis de regresión lineal cómo es el comportamiento de las importaciones de productos zacatecanos en el período del 2017 a octubre del 2020 mediante la ecuación de regresión que será estimada siendo $Y =$ importaciones en USD y $X =$ periodo de tiempo analizando de forma mensual para posterior a ello poder realizar el pronóstico como se presentó en la ecuación lineal 2.

Los datos correspondientes a las variables X y Y se obtienen de un rango de datos con la forma de series de tiempo mensual desde enero del año 2017 a octubre del año 2020, siendo $Y =$ importaciones en USD y $X =$ periodo de tiempo analizando de forma mensual. Estos datos se obtienen desde el banco de la plataforma de inteligencia comercial para comercio exterior (1).

Nombre inicial del Consorcio	No. de empresas asociadas	Sector	Estándares de calidad	Tamaño de empresas	Experiencia Exportadora
CONSORCIO AGROALIMENTARIO DE ZACATECAS	3	Agroindustrial	Similares	Micro	No
TIERRA MAYAHUEL A.C.	9	Agroindustrial	Similares	Micro	Si
GREENZAC	5	Agricultura	Similares	Micro y Pequeña	Si
INCUBO ZACATECAS GROUP	6	Artesanal	Diferentes	Micro	No
QUALITY FOODS	7	Agroindustrial	Diferentes	Micro y pequeña	Indirecta
AGRIZAC	5	Agricultura	Similares	Micro	Si
APIS MIEL	5	Agroindustrial	Similares	Micro	Indirecta
AGRIFOOD	9	Agroindustrial y agricultura	Similares	Mediana y micro	Si
POWER FIELD	4	Agricultura	Similares	Mediana y micro	Indirecta
GOLD HONEY	7	Agroindustrial	Similares	Micro	Indirecta
BEST CARROT	14	Agricultura	Similares	Micro	Indirecta
CONTEX	10	Textil	Similares	Micro	No
UVAZ	21	Agricultura	Similares	Micro	No

Nombre inicial del Consorcio	Constitución legal	Período	Nombraron coordinador	Remuneración del coordinador	Ventas en conjunto
CONSORCIO AGROALIMENTARIO DE ZACATECAS, AC	No	6 meses	No	No	No
TIERRA MAYAHUEL A.C.	No	3 años	No	No	No
GREENZAC	Si	9 años	Si	Si	Si
INCUBO ZACATECAS GROU	No	6 m	No	No	No
QUALITY FOODS	No	6 m	No	No	No
AGRIZAC	No	3 años	No	No	Si
APIS MIEL	No	3 años	No	No	Si
AGRIFOOD	No	4 años	Si	Si	Si
POWER FIELD	No	3 años	No	No	Si
GOLD HONEY	No	3 años	No	No	Si
BEST CARROT	No	4 años	No	No	Si
CONTEX	No	4 años	No	No	No
UVAZ	Si	6 años	No	No	Si

Tabla 2 - Elementos determinantes en la formación de los consorcios de exportación

Fuente: Elaboración propia año 2021.

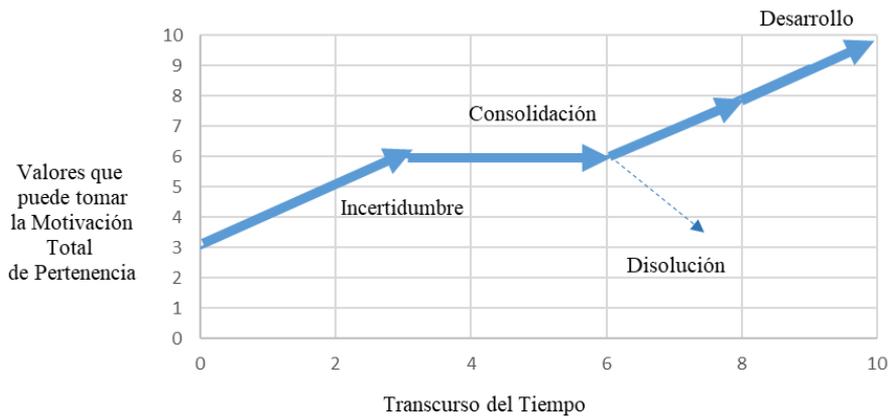


Figura 1 - Ciclo de vida de un consorcio de exportación
 Fuente: Elaboración propia a partir de Espejo, Fuentes, Núñez (2015).

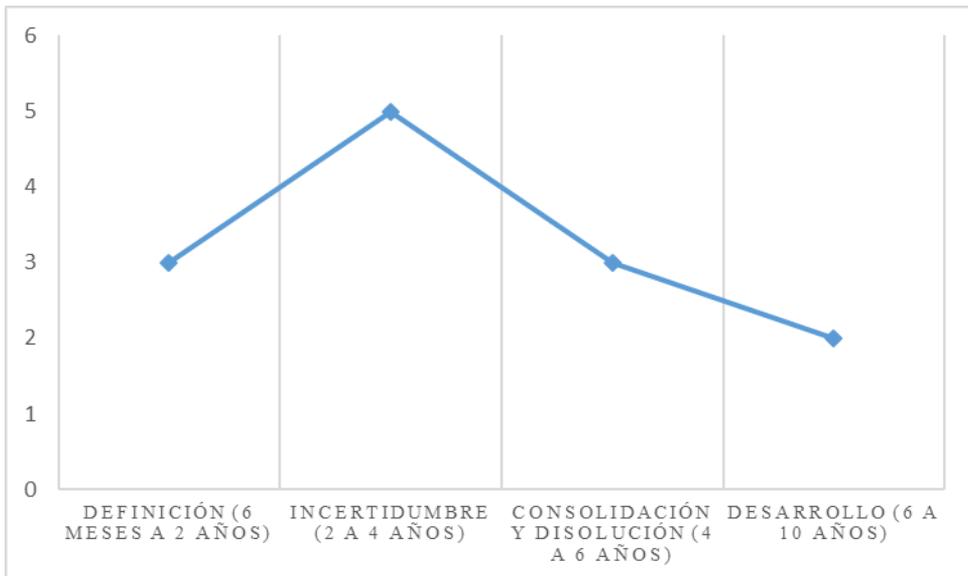


Figura 2- Etapas alcanzadas por los consorcios de exportación zacatecanos
 Fuente: Elaboración propia (2021).

En la tabla 3 se presentan datos obtenidos sobre las importaciones de salsas mexicana que se registraron en EEUU en el período del mes de enero del año 2017 a marzo del 2021.

De acuerdo a la especificación de los parámetros del modelo econométrico en las observaciones para el año 2021, los resultados obtenidos en la ecuación quedan: $Y=316092x+2E+07$, lo que indica que las importaciones de salsa EE. UU.-MEX aumentan por cada mes 316,092 USD (ver Figura 3).

Después de haber presentado la Figura 3, se muestran las pruebas estadísticas en la Tabla 4, que se obtiene del programa econométrico Gretl, el cual se observa valor p 4.27 como valor significativo para confiar en el modelo.

Ahora se presentan los resultados acerca del pronóstico de las importaciones de salsas mexicanas a EE. UU. para junio del 2022 en la Tabla 5.

Ahora, en la Figura anterior, se presentan los resultados del pronóstico de las importaciones de salsas mexicanas a EE. UU. para junio del 2022. Se observa de inmediato que el comportamiento de la predicción en la línea azul muestra una tendencia relativamente constante entre los 22 y 42 millones de pesos en importaciones de salsa, aproximadamente a inicios del año 2022, para posteriormente repuntar a partir de febrero a junio y mantener una tendencia al alza.

PRUEBA DE LA PREDICCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE SALSAS MEXICANAS EE. UU.-MÉXICO

La prueba de predicción se desarrolla en un primer momento en la Tabla 6 referida al pronóstico de importaciones de salsas mexicanas para el mes de marzo del año 2021. En el comparativo sobre las importaciones reales a marzo del 2021 y la predicción, se demuestra qué tan alejado quedan los datos,

quedando dentro de un rango aceptable.

En la Figura 5 se observa que las curvas de las importaciones reales como la curva de la predicción no se encuentran muy alejadas. Un dato representativo a destacar es que el nivel de confianza tiene una significación del 95 %.

Los casos presentados nos muestran el potencial del mercado estadounidense para los productos de nostalgia mexicanos, así como las importaciones del país. Este estudio puede complementarse con un análisis más detallado en los territorios en que se encuentra la población mexicana, principalmente en los estados de California, Illinois y Texas. Dicho análisis será parte de la continuidad de esta investigación, la cual pretende encontrar el potencial de la demanda de productos denominados *de nostalgia*, dentro de los cuales encontramos la oferta exportable zacatecana.

En el análisis presentado se observa la predicción para las importaciones de salsas mexicanas a EE. UU.; esto es un claro ejemplo de cómo en el 2020 se contrajo la economía. La línea de las predicciones tiene un comportamiento muy aparatoso ya a inicios del 2021, donde se observa que las importaciones reales comparadas con las pronosticadas se salen totalmente del rango aceptable, hecho que nos demuestra que los pronósticos estadísticos no contemplan acontecimientos como la pandemia por COVID-19, lo que hace que difícilmente se pueda predecir a largo plazo el comportamiento de los datos.

CONCLUSIONES

Derivado del presente estudio se obtienen las siguientes conclusiones que pueden ser utilizadas para diseñar políticas públicas de fomento al comercio exterior del estado de Zacatecas, mismas que se describen a continuación.

1. Estados Unidos es un mercado competido que demanda buen precio, calidad y gran cantidad de producto.

Período	Importaciones USD	Período	Importaciones USD
Enero - 2017	18,101,276.43	Enero - 2019	23,576,905.37
Febrero - 2017	17,030,874.57	Febrero - 2019	23,351,076.71
Marzo - 2017	18,408,746.43	Marzo - 2019	24,708,443.03
Abril - 2017	19,040,061.36	Abril - 2019	27,768,710.30
Mayo - 2017	18,793,328.70	Mayo - 2019	25,997,836.71
Junio - 2017	18,405,511.37	Junio - 2019	22,543,397.87
Julio - 2017	22,142,794.87	Julio - 2019	28,180,574.83
Agosto - 2017	20,277,124.15	Agosto - 2019	27,484,257.87
Septiembre - 2017	16,270,427.66	Septiembre - 2019	23,491,427.39
Octubre - 2017	18,734,376.59	Octubre - 2019	28,096,929.65
Noviembre - 2017	21,947,767.14	Noviembre - 2019	21,321,034.10
Diciembre - 2017	20,184,540.34	Diciembre - 2019	22,662,014.34
Enero - 2018	21,140,912.88	Enero - 2020	24,572,628.95
Febrero - 2018	18,987,266.07	Febrero - 2020	24,723,457.51
Marzo - 2018	22,523,229.88	Marzo - 2020	27,377,493.85
Abril - 2018	25,225,281.68	Abril - 2020	27,749,743.07
Mayo - 2018	23,662,615.40	Mayo - 2020	29,600,806.74
Junio - 2018	23,506,338.61	Junio - 2020	30,701,561.35
Julio - 2018	22,691,934.18	Julio - 2020	32,508,961.47
Agosto - 2018	25,182,685.58	Agosto - 2020	27,800,808.09
Septiembre - 2018	20,942,910.92	Septiembre - 2020	26,266,395.37
Octubre - 2018	23,807,152.45	Octubre - 2020	22,485,555.53
Noviembre - 2018	19,776,652.58	Noviembre - 2020	21,112,211.85
Diciembre - 2018	20,503,053.21	Diciembre - 2020	24,152,555.41
		Enero - 2021	28,888,118.35
		Febrero - 2021	52,137,302.36
		Marzo - 2021	58,785,831.77

Tabla 3 - Importaciones de salsas mexicanas EE. UU.-México a marzo del 2021

Fuente: Elaboración propia obtenida de PENTATRANSACTION (a marzo del 2021).

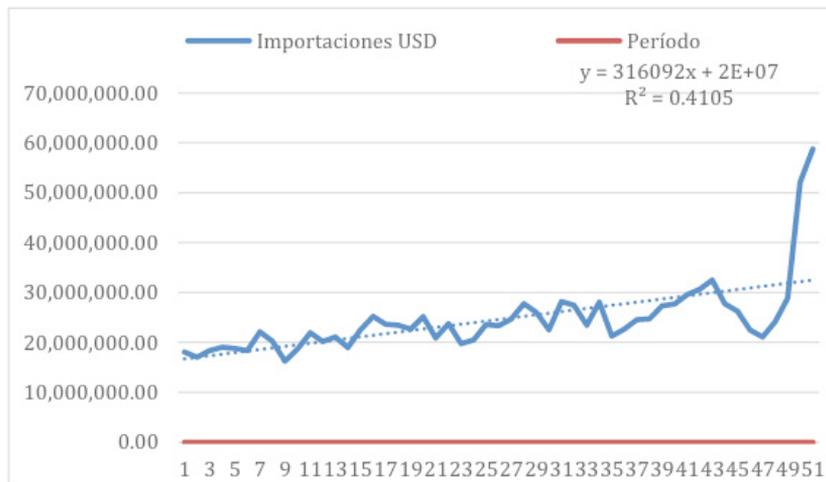


Figura 3 - Predicción de importaciones de salsas mexicanas EE. UU.-México a marzo del 2021
 Fuente: Elaboración propia obtenida de PENTATRANSACTION (a marzo del 2021).

Media de la vble. dep.	22124152	D.T. de la vble. dep.	3168842
Suma de cuad. residuos	6.15e+13	D.T. de la regresión	1634986
R-cuadrado	0.825061	R-cuadrado corregido	0.733789
F(12, 23)	9.039535	Valor p (de F)	4.27e-06
Log-verosimilitud	-558.0746	Criterio de Akaike	1142.149
Criterio de Schwarz	1162.735	Crit. de Hannan-Quinn	1149.334
Rho	0.065304	Durbin-Watson	1.842971

Tabla 4 - MCO usando las observaciones 2017:01-2019:12 (T=36) variable dependiente: IMPORTACIONES USD

Fuente: Elaboración propia con datos de PENTATRANSACTION (2021).

Observaciones	Predicción	Desv. típica	Intervalo de 95%
2021:04	3.48646e+007	6.38539e+006	(2.19381e+007, 4.77912e+007)
2021:05	3.44323e+007	6.38539e+006	(2.15058e+007, 4.73589e+007)
2021:06	3.37079e+007	6.38539e+006	(2.07813e+007, 4.66344e+007)
2021:07	3.62998e+007	6.38539e+006	(2.33732e+007, 4.92263e+007)
2021:08	3.51049e+007	6.38539e+006	(2.21784e+007, 4.80315e+007)
2021:09	3.16615e+007	6.38539e+006	(1.87349e+007, 4.45880e+007)
2021:10	3.31997e+007	6.38539e+006	(2.02731e+007, 4.61262e+007)
2021:11	3.09581e+007	6.38539e+006	(1.80316e+007, 4.38847e+007)
2021:12	3.17942e+007	6.38539e+006	(1.88677e+007, 4.47208e+007)
2022:01	3.51584e+007	6.35338e+006	(2.22966e+007, 4.80202e+007)
2022:02	3.91484e+007	6.35338e+006	(2.62867e+007, 5.20102e+007)
2022:03	4.22632e+007	6.35338e+006	(2.94014e+007, 5.51249e+007)
2022:04	3.88321e+007	6.57416e+006	(2.55234e+007, 5.21408e+007)
2022:05	3.83998e+007	6.57416e+006	(2.50911e+007, 5.17085e+007)
2022:06	3.76754e+007	6.57416e+006	(2.43667e+007, 5.09841e+007)

Nota: Para intervalos de confianza 95 %, $t(38, 0.025) = 2.024$

Tabla 5 - Predicción de importaciones de salsas mexicanas EE. UU.-México a junio del 2022
 Fuente: Elaboración propia con datos de PENTATRANSACTION (2021).

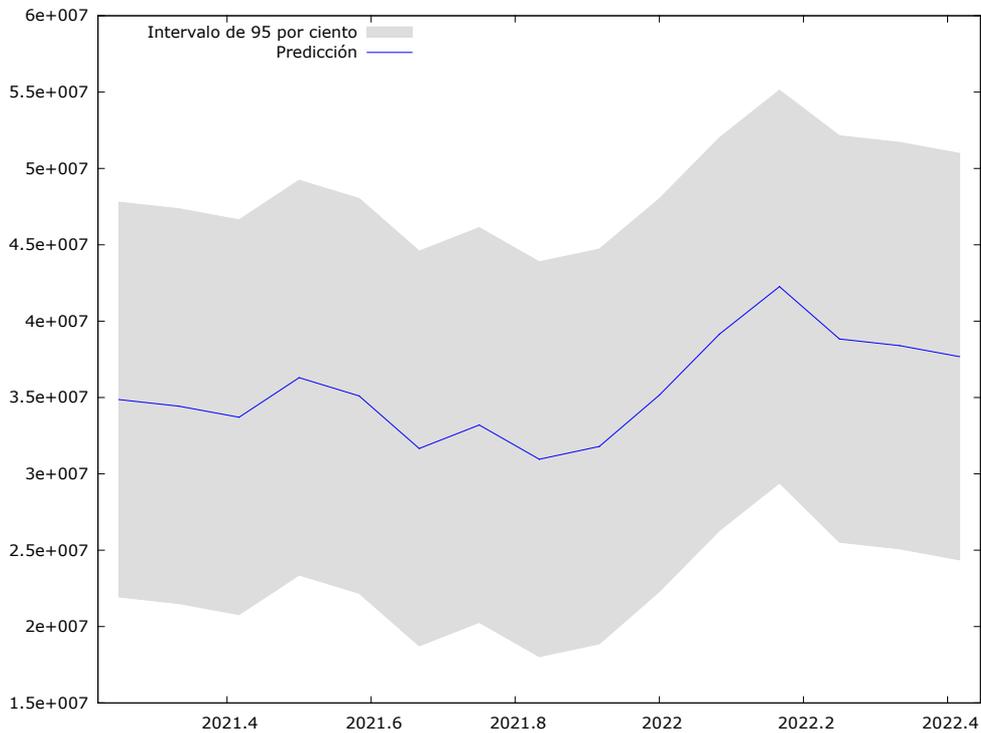


Figura 4 - Pronóstico de importaciones de salsas mexicanas EE. UU.-México a junio del 2022

Fuente: Elaboración propia con datos de PENTATRANSACTION (2021).

Observaciones	IMPORTACIONESUSD	Predicción	Desv. típica	Intervalo de 95%
2020:01	2.45726e+007	2.67602e+007	2.00244e+006	(2.26178e+007, 3.09025e+007)
2020:02	2.47235e+007	2.56102e+007	2.00244e+006	(2.14679e+007, 2.97526e+007)
2020:03	2.73775e+007	2.77006e+007	2.00244e+006	(2.35583e+007, 3.18430e+007)
2020:04	2.77497e+007	2.98318e+007	2.00244e+006	(2.56895e+007, 3.39742e+007)
2020:05	2.96008e+007	2.86384e+007	2.00244e+006	(2.44960e+007, 3.27808e+007)
2020:06	3.07016e+007	2.73056e+007	2.00244e+006	(2.31632e+007, 3.14479e+007)
2020:07	3.25090e+007	3.01589e+007	2.00244e+006	(2.60166e+007, 3.43013e+007)
2020:08	2.78008e+007	3.01352e+007	2.00244e+006	(2.59928e+007, 3.42775e+007)
2020:09	2.62664e+007	2.60554e+007	2.00244e+006	(2.19130e+007, 3.01978e+007)
2020:10	2.24856e+007	2.93666e+007	2.00244e+006	(2.52243e+007, 3.35090e+007)
2020:11	2.11122e+007	2.68356e+007	2.00244e+006	(2.26933e+007, 3.09780e+007)
2020:12	2.41526e+007	2.69370e+007	2.00244e+006	(2.27947e+007, 3.10794e+007)
2021:01	2.88881e+007	2.96704e+007	2.13698e+006	(2.52497e+007, 3.40911e+007)
2021:02	5.21373e+007	2.85205e+007	2.13698e+006	(2.40998e+007, 3.29411e+007)
2021:03	5.87858e+007	3.06109e+007	2.13698e+006	(2.61902e+007, 3.50315e+007)

Tabla 6 - Pronóstico de importaciones de salsas mexicanas EE. UU.-México a marzo del 2021

Fuente: Elaboración propia con datos de PENTATRANSACTION (2021).

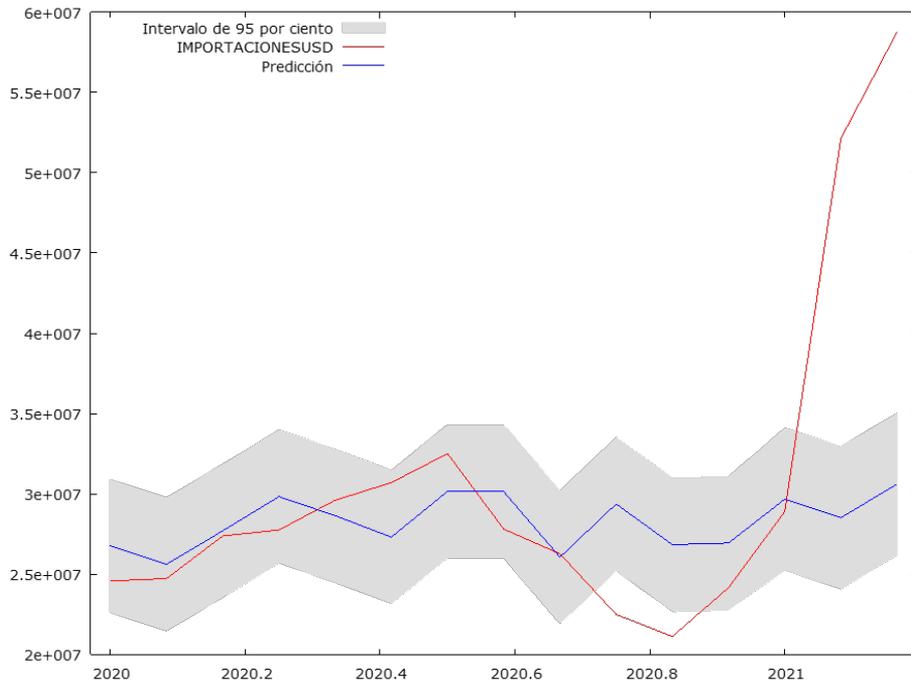


Figura 5 - Prueba de la predicción de importaciones de salsas mexicanas EE. UU.-México a marzo del 2021

Fuente: Elaboración propia con datos de PENTATRANSACTION (2021)

2. Zacatecas es un estado binacional, por lo que debe aprovechar las redes migrantes que otorgan la ventaja de contar con socios radicados en el mercado estadounidense y que, además, envían remesas al país; además del aprovechamiento del mercado de la nostalgia. De acuerdo, con SEDEZAC, cuatro de cada diez empresas zacatecanas entrevistadas (40 %) indicaron que vendían sus productos a través de paisanos en EE. UU. ¡El potencial es evidente!

3. Zacatecas tiene muchas mipymes con producto y calidad, pero con poco volumen y con alta incidencia de intermediarismo, lo cual afecta el precio y el acceso a mercados internacionales.

4. Una alternativa para que las mipymes zacatecanas aprovechen su ventaja e ingresen al mercado estadounidense, para abastecerlo adecuadamente, es la implementación de modelos de cooperación empresarial como la formación de consorcios de exportación basada en la metodología italiana.

5. Derivado de las acciones de intervención del Gobierno del Estado de Zacatecas entre 2009-2019, se obtienen las siguientes conclusiones y enseñanzas para trazar una estrategia de política pública de fomento al comercio exterior.

a. Se detectaron 204 casos de empresas con potencial exportador, de ellas 105 empresas conformaron 13 consorcios de exportación en Zacatecas que recibieron capacitación y apoyos gubernamentales.

b. Para lograr el acceso al mercado estadounidense, en 2010 se creó la Cámara Binacional de Negocios, la cual está integrada por vendedores, compradores e intermediarios.

c. Se detectaron las siguientes tendencias en el actuar de los empresarios:

c1. Algunos socios de la Cámara

Binacional en EE. UU. demoraron el pago a empresarios zacatecanos por más de 6 meses, debilitándolos financieramente.

c2. Miembros de consorcios de exportación se adjudicaron un subsidio que estaba destinado para el grupo empresarial; este recurso no fue distribuido a sus socios.

c3. Al terminar los subsidios gubernamentales, se debilitó o desapareció el consorcio.

c4. La empresa encargada de operar todo el proyecto lo abandonó a mitad del programa de ejecución.

6. Si bien es cierto que de los 13 consorcios de exportación en Zacatecas solo 2 llegaron a la etapa de desarrollo o madurez (6 a 10 años de prevalencia, es decir el 15 % del total), se demostró que el éxito de los mismos obedece a que las empresas que se integraron tenían las siguientes características que se deben aprovechar las experiencias relacionadas a la formación de consorcios de exportación para que estos lleguen a una etapa de maduración, es decir, aprovechar lo más posible lo andado para incentivar la exportación hacia los Estado Unidos.

REFERENCIAS

- Dirección de Comercio Exterior SEDEZAC. (2010). *Agenda de ejecución del proyecto Consorcios de Exportación en Zacatecas 2009-2010*. Zacatecas.
- Carpenter, R. S. (2010). *Uso y Utilidad de los Incoterms 2010*. Mexico: Delta Publicaciones.
- Cerdan-Ripoll, C. L. (2013). *La cooperación empresarial y la articulación productiva: elementos metodológicos para la conformación de consorcios de exportación*. México: COCAI.
- Dirección de Comercio Exterior SEDEZAC. (2009). *Estudio de oferta exportable*. Zacatecas.
- Fabio Russo. (2010). *www.unido.org*. Obtenido de www.unido.org/exportconsortia
- Gobierno del Estado de Zacatecas. (2008). *Quinto Informe de Gobierno*. Zacatecas.
- Gobierno del Estado de Zacatecas. (2010). *Primer Informe de Gobierno*. Zacatecas.
- Gobierno del Estado de Zacatecas (2010). *Sexto Informe de Gobierno*. Zacatecas.
- Gobierno del Estado de Zacatecas. (2012). *Segundo Informe de Gobierno*. Zacatecas.
- Gobierno del Estado de Zacatecas. (2014). *Cuarto Informe de Gobierno*. Zacatecas.
- Gobierno del Estado de Zacatecas. (2020). *Cuarto Informe de Gobierno*. Zacatecas.
- Massey, D. S., Arango, J., Graeme, H., Kouaouci, A., Pellegrino, A., & Edward, T. J. (1993). Teorías de Inmigración Internacional: una revisión y aproximación. *Population and development review*, 19(3). Recuperado el noviembre de 2021, de <https://www.ugr.es/~redce/REDCE10/articulos/14DouglasDMassey.htm#notabis>
- Minervini, N. (2004). *La ingeniería de la exportación*. México: Mc Graw-Hill.
- Olaguive, V. (2018). *Fortuneenespanol*. Obtenido de <https://www.fortuneenespanol.com/finanzas/quienes-son-los-hispennials-y-como-afectan-la-economia-de-estad>.
- PENTATRANSACTION. (2020). *Penta-transaction*. Obtenido de <https://penta-transaction.com/PortalPenta/inicio>
- PENTATRANSACTION. (2021). *Penta-Transaction*. Obtenido de <https://penta-transaction.com/PortalPenta/inicio>
- Ripoll, C. L. (2019). *Boletín 8. Consorcios de Exportación Colombia. ONUDI-KICA-MinCIT*. Valle del Cauca, Colombia.
- Rudy, D. (2016). *The Power of Nostalgia: Why all your design friends are talking about "Stranger Things"*. Obtenido de <https://insights.newscred.com/the-power-of-nostalgia-why-all-your-design-friends-are-talking-about-stranger-things>.
- Sánchez, E. F. (1991). *La cooperación empresarial: Concepto y Tipología*. Oviedo: Universidad de Oviedo.