

## Editorial

---

La revista *caleidoscoPI*, en su volumen 1 y número 1, reúne diversos productos de investigación de académicos, profesionales y estudiantes, quienes comparten los resultados de los proyectos en los que han trabajado recientemente; contribuyendo con ello al objetivo de la revista, que es divulgar el resultado de las investigaciones realizadas por alumnos de la Licenciatura en Comercio Exterior del Instituto de Ciencias Económico Administrativas, bajo asesoría de los docentes del Área Académica de Comercio Exterior; así como de alumnos y docentes de otros programas educativos de la UAEH y de diversas instituciones educativas que refieran temas propios de las ciencias económicas. Para este número, la revista está integrada por 5 artículos que contribuyen a la formación académica de los estudiantes de las profesiones de las diversas áreas de las Ciencias Económico Administrativas; para ello se pone a disposición para la consulta de la comunidad científica.

En el primer artículo titulado “Una reflexión sobre la teoría económica y el desarrollo sustentable” se comienza hablando acerca de cómo el medio ambiente ha ido cambiando debido a las acciones del ser humano, tomando en cuenta la industrialización acelerada y el inicio de la economía como guía de explotación de los recursos naturales afectando a diversas regiones del planeta, además del aumento de especies en peligro de extinción y la creación de diferentes condiciones que ponen en riesgo el futuro de la raza humana. También se señalan algunos elementos del desarrollo de la teoría económica que guiaron a las sociedades industriales a su objetivo principal: el enriquecimiento. En el artículo se revisan aportaciones relevantes al pensamiento económico y la evolución de este.

En seguida, se presenta el artículo titulado “Beneficios del comercio electrónico y redes sociales en hoteles de América Latina en el periodo 2019-2023” con la finalidad de resaltar los beneficios que aporta el uso del comercio electrónico por medio de las redes sociales, en la promoción de los negocios de hospedaje en América Latina, a través de una revisión sistemática de literatura. De igual manera se podrá observar que el comercio electrónico es una herramienta poderosa para promover servicios y su amplitud logra superar diversas barreras como la reciente pandemia producida por el virus SARS COVID-19, pues a pesar de las diversas restricciones que se aplicaron para disminuir sus efectos, las redes sociales tuvieron un papel importante y se obtuvieron resultados positivos para quienes hacen un uso correcto de esta modalidad de compras.

En el tercer artículo “El comercio internacional y su relación con el derecho interno y externo de México” se señala al comercio internacional como una actividad altamente protegida por los Estados que la ejercen, además de explicar que este se divide en dos vías normativas: la legislación interna y la normativa internacional. También se menciona que los acuerdos de voluntades que el Estado mexicano realiza con otros Estados internacionales facilitan las relaciones entre estos, sin embargo es importante recalcar que la salida y entrada de mercancías de un país a otro supone una seguridad nacional que debe ser tomada en cuenta, pues esta interacción incluye un cruce de fronteras.

El cuarto artículo titulado “Emiratos Árabes Unidos: mercado potencial para el tequila blanco” plantea que la demanda del tequila ha ido en aumento recientemente, lo permite suponer un escenario en el que la firma de un Tratado de Libre Comercio entre México y Emiratos Árabes Unidos sea el punto de partida para incrementar las exportaciones del sector agroalimentario mexicano al país de medio oriente, haciendo énfasis en las oportunidades que la bebida antes mencionada tiene para posicionarse en este mercado.

Por último, el artículo número cinco titulado “Comercio justo como una estrategia de política pública para la comercialización internacional de café mexicano” menciona que la inserción a los mercados globales generaba grandes expectativas en diversos sectores tomando en cuenta su dinamismo y competitividad a nivel internacional. Sin embargo, después de 3 décadas a partir de la apertura comercial de México con su anexión al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) en 1986 y la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en 1994, se ha presentado una discusión controversial respecto a los efectos en diversos sectores con trascendencia histórica, como el sector cafetalero, donde los productores se enfrentan a distintos problemas, como la caída de los precios por falta de un comercio justo y la falta de efectividad en las políticas públicas existentes.