

Editorial

El comercio internacional como eje de transformación estructural

La presente edición de *Caleidoscopi* (Vol. 4, No. 7) se publica en un momento de coyuntura para las ciencias económicas. En un escenario internacional caracterizado por la reconfiguración de las cadenas de valor, la aceleración tecnológica y la guerra arancelaria, resulta imperativo recuperar la importancia del comercio no solo como una actividad operacional, sino como una disciplina científica estratégica. Históricamente, el comercio ha sido el catalizador de las relaciones internacionales; hoy, debe ser el motor de la soberanía económica y el desarrollo sostenible.

Desde los espacios universitarios, tenemos la responsabilidad ineludible de impulsar este cambio de paradigma. La universidad no puede ser un espectador de la realidad comercial; debe ser el laboratorio donde se diseñen las respuestas a las asimetrías y lógicas de poder del mercado mundial. Formar "comerciológicos" hoy implica dotarlos de una visión geopolítica, una ética profunda y, sobre todo, de un dominio técnico sobre las nuevas tecnologías que están dictando las reglas del intercambio mundial. El reto es claro: transitar de la operación logística a la inteligencia prospectiva y estratégica.

Este número que nos convoca reúne siete investigaciones que, desde la praxis y la teoría, son parte de los desafíos y oportunidades de nuestra disciplina en la actualidad.

En primer lugar, el artículo "**Hidalgo como posible candidato al nearshoring en el sector automotriz**", analiza el posicionamiento estratégico del estado en el contexto de la relocalización productiva. A través de un estudio cualitativo y descriptivo, la investigación demuestra que Hidalgo se ha consolidado como el quinto destino nacional en atracción de Inversión extranjera directa (2021-2024), destacando la necesidad de robustecer los clusters manufactureros para capitalizar las ventajas logísticas regionales frente a la demanda norteamericana.

Siguiendo este debate, el trabajo "**Metodologías activas apoyadas por tecnologías emergentes en la Licenciatura en Comercio Exterior**" aborda la transformación pedagógica necesaria en nuestras aulas. El estudio reporta el diseño y evaluación de un plan de formación docente basado en el Aprendizaje Basado en Problemas (ABP) y la gamificación. Los resultados revelan una mejora significativa en la autoeficacia digital del profesorado, subrayando que la integración de la Inteligencia Artificial y la Realidad Aumentada es fundamental para alinear la enseñanza con las competencias que el mercado global exige al "comerciólogo" moderno.

En un plano sectorial, el artículo "**Análisis del potencial exportador en la comercialización de naranja de la zona Huasteca Baja de Veracruz hacia Japón**" explora la diversificación de mercados frente a la tradicional dependencia con Estados Unidos. Aprovechando el Acuerdo de Asociación Económica México-Japón (AAEMJ), los autores identifican una ventana de oportunidad estratégica para el cítrico veracruzano en el mercado nipón, resaltando la importancia de la inteligencia comercial y el cumplimiento de estándares fitosanitarios como herramientas de competitividad internacional. Diversificación de mercado parece una acción necesaria para sobrevivir.

La dimensión macroeconómica se hace presente con la investigación "**Migración: Factores económicos en México (1990–2024). Un análisis econométrico multivariable**". Mediante un modelo de mínimos cuadrados ordinarios, el estudio identifica a la inflación como la variable determinante con mayor incidencia en los flujos migratorios. Este análisis es crucial para el comercio exterior, pues permite comprender cómo la estabilidad macroeconómica condiciona no solo la

movilidad humana, sino también la disponibilidad de capital humano y el consumo interno, variables críticas para cualquier estrategia de negocios internacionales.

Por otro lado, el artículo "**Dependencia de las emisiones de CO2 en la cadena de valor de las principales empresas de fast fashion como determinante de la competitividad internacional**" introduce la urgencia de la sostenibilidad. El estudio analiza la correlación entre el éxito comercial de gigantes como SHEIN y H&M y su huella ambiental. Los hallazgos validan la hipótesis del "paraíso de la contaminación" para ciertos modelos de negocio, planteando un desafío ético y operativo para el comercio del siglo XXI: la competitividad ya no puede sostenerse sobre la degradación ecológica.

En el sexto lugar, el trabajo "**Tendencia en Exportaciones e IED en México por Nearshoring (2020-2025)**" ofrece una visión panorámica de la evolución comercial reciente del país. El análisis identifica patrones regionales de concentración de la inversión y discute las implicaciones de política industrial necesarias para consolidar a México como un nodo competitivo a largo plazo. La investigación enfatiza que el *nearshoring* no es un fenómeno automático, sino un proceso que requiere una política comercial activa y sofisticada.

Finalmente, el volumen cierra con el artículo "**Prácticas desleales de la industria textil China y sus efectos económicos en el sector textilero mexicano (2012-2024)**". Esta investigación denuncia el impacto del *dumping* y otras prácticas anticompetitivas, evaluando la efectividad de las cuotas compensatorias impuestas por la Secretaría de Economía. El trabajo resalta el papel estratégico que debe jugar el experto en comercio en la defensa de la industria nacional, utilizando los marcos legales internacionales para garantizar una competencia justa.

La formación de profesionales en comercio exterior no puede ser ajena a estos fenómenos. La universidad pública está llamada a ser el espacio donde el rigor académico converja con las necesidades sociales. Esta edición de *Caleidoscopi* no solo busca informar, sino provocar una reflexión profunda sobre nuestra identidad disciplinar aplicada a casos específicos. El comerciólogo del futuro debe ser un arquitecto de redes internacionales, un gestor de tecnología y un defensor de la dignidad humana. Solo a través de este enfoque integral podremos transformar los retos de la mundialización en oportunidades de bienestar para nuestra nación.

Dr. Mario Cruz Cruz

Profesor investigador del ICEA-UAEH