



Editorial

Eficiencia, equidad y competitividad: un diálogo entre economía y negocios

Efficiency, equity, and competitiveness: A dialogue between economics and business

Herik Germán Valles-Baca¹

¹ Dirección Ejecutiva de Innovación Académica, Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior, México; herik.valles@anuies.mx; ORCID: [0000-0002-6424-7171](https://orcid.org/0000-0002-6424-7171)

DOI: <https://doi.org/10.54167/ejbei.v3i1.2200>

Este número de *Economicus Journal of Business and Economics Insights* (JBEI) reúne ocho contribuciones que, desde escalas y enfoques diversos, dialogan sobre un problema común: cómo se construyen (o se bloquean) capacidades de desarrollo en contextos de presión productiva, desigualdad persistente, transición socioambiental y transformación digital. Esta editorial ofrece una lectura integrada de los trabajos, identifica ejes transversales de discusión y propone una agenda de investigación y política pública derivada de las convergencias y tensiones del volumen.

Economicus JBEI, en su Vol. 3, No. 1 (enero–junio 2026), propone un recorrido que va de la macroeconomía del crecimiento y el cambio estructural a la micro-fundamentación del bienestar laboral; de la política pública en materia de empleo juvenil a la economía política del agua; y de la gestión estratégica de Pymes a los mercados digitales mediados por plataformas. Aunque heterogéneas en objeto y método, las contribuciones comparten una preocupación: comprender las condiciones bajo las cuales las economías y organizaciones generan capacidades sostenibles de productividad, inclusión y competitividad.

Leídos en conjunto, los artículos pueden organizarse en cuatro ejes: (i) crecimiento y estructura productiva; (ii) mercados de trabajo, desigualdad y política pública; (iii) sostenibilidad y gestión de recursos; y (iv) gestión, emprendimiento y transformación de mercados culturales y digitales. Esta editorial comenta cada trabajo y, sobre todo, los conecta: no como una suma de resúmenes, sino como un mapa de tensiones y oportunidades que atraviesan la investigación contemporánea en economía y negocios.

Como citar / How to cite:

Valles-Baca, H. G. (2026). Eficiencia, equidad y competitividad: un diálogo entre economía y negocios. *Economicus Journal of Business and Economics Insights*, 3(1), i–viii. <https://doi.org/10.54167/ejbei.v3i1.2200>



Este artículo está bajo los términos de la Licencia Creative Commons Atribución/Reconocimiento NoComercial 4.0 Internacional. This article is under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

1. *Manufactura, productividad y crecimiento: Kaldor vuelve a escena (1980–2023)*

Martínez-Sidón, Flores-Orona y Saavedra-Leyva (2026) reabren un debate clásico con una ambición actual: evaluar si la manufactura sigue operando como ‘motor’ del crecimiento latinoamericano en el largo plazo. Con base en las tres leyes de Kaldor y empleando un panel de 12 países para el periodo 1980–2023, los autores prueban empíricamente relaciones entre producción manufacturera, producto no manufacturero, empleo y productividad.

El aporte conceptual del trabajo consiste en recuperar una explicación del crecimiento centrada en rendimientos crecientes, aprendizaje y encadenamientos productivos, y en la relevancia de la demanda para el dinamismo de largo plazo. En términos econométricos, las estimaciones (considerando especificaciones agrupadas, de efectos fijos y aleatorios) muestran evidencia consistente a favor de la primera y segunda ley; la tercera se confirma de manera parcial, lo cual abre una agenda para análisis más desagregados por país.

La lectura editorial subraya la pertinencia del enfoque kaldoriano para pensar el contexto de reorganización de cadenas globales de valor. La ventana del *nearshoring* —si se acompaña de infraestructura, innovación y capacidades productivas— puede convertirse en un catalizador de productividad y diversificación. Sin esos elementos, el riesgo es que la inserción se limite a actividades de bajo valor agregado, reproduciendo trayectorias de estancamiento.

2. *Segregación ocupacional por género: La desigualdad se ‘mueve’, pero no desaparece*

Calderón-Rodríguez y Juárez-García (2026) estudian la segregación ocupacional por género en México entre 2010 y 2024, con el índice Karmel-MacLachlan (KM) y su descomposición en efectos de composición, ocupación, género y residual. La contribución central es territorial: el análisis estatal revela heterogeneidades sustantivas que el promedio nacional tiende a ocultar.

La reducción agregada del índice KM resulta marginal y, a ritmos observados, insuficiente para cerrar brechas en horizontes razonables. Más aún, el incremento en la participación femenina puede, paradójicamente, reforzar la segregación cuando la inserción ocurre sobre todo en ocupaciones feminizadas y precarizadas; simultáneamente, un efecto residual de gran magnitud sugiere que factores exógenos —culturales, políticos e institucionales— siguen operando como barreras estructurales.

El artículo dialoga con el debate sobre crecimiento y productividad. No basta con expandir empleo, importa su calidad, su distribución por género y su capacidad de abrir trayectorias de movilidad. En términos de política pública, el trabajo invita a ir más allá de la ‘promoción del empleo’ para intervenir sobre estereotipos, arreglos de cuidado, discriminación y segmentación sectorial.

3. *Agua, huella hídrica y política de riego: Cuando el recurso dicta la economía*

Fuentes-López, Hernández-Ortiz, Valdivia-Alcalá y Garay-Jácome (2026) aportan una mirada de economía aplicada a la sostenibilidad hídrica. En el Módulo 02 Salvatierra (DR011) en Guanajuato (México), estiman huella hídrica verde y azul, costos, tarifas implícitas y productividades aparentes del agua y la tierra para 17 cultivos del ciclo 2021–2022.

El valor metodológico radica en integrar mediciones empíricas de volúmenes de riego con estimaciones estandarizadas de huella hídrica y con valoración económica (costos unitarios y retornos por unidad de agua). Los resultados muestran alta dispersión de la HHazul entre cultivos, correlación negativa entre HHazul y productividad aparente del agua, y correlación positiva entre HHazul y costo unitario.

Editorialmente, el artículo recuerda que la sostenibilidad no es un apéndice ‘ambiental’: es una restricción económica real que exige rediseñar incentivos. Modernización del riego, tarifas vinculadas a

eficiencia hídrica y reorientación de subsidios emergen como mecanismos para alinear productividad agrícola con disponibilidad del recurso.

4. Socialización organizacional, calidad de vida y satisfacción: El micro que sostiene al macro

Melgar-Bayardo, Valencia-Martínez y Urrutia-De La Garza (2026) analizan, en mandos medios de la industria maquiladora de exportación (IME) de Ciudad Juárez, Chihuahua (México), las relaciones entre socialización organizacional, calidad de vida laboral y satisfacción laboral. Con un diseño cuantitativo correlacional de corte transversal (n=197) y modelado PLS-SEM, los autores encuentran asociaciones positivas y significativas entre las variables.

El mensaje para la gestión es directo, procesos de socialización bien diseñados —como integración efectiva, claridad de roles, redes de apoyo y aprendizaje organizacional— inciden en bienestar y satisfacción, reduciendo fricciones que suelen traducirse en rotación, ausentismo o bajo desempeño. En el marco del volumen, este artículo conecta con la agenda de productividad: la competitividad industrial requiere tanto capacidades tecnológicas como entornos laborales que sostengan el aprendizaje y el compromiso.

5. Motivos de inicio y crecimiento de Pymes: La dimensión ‘invisible’ de la estrategia

Muñoz (2026) examina 84 Pymes del sector madera y mueble en Córdoba (Argentina) para evaluar si los motivos de inicio —en especial los trascendentes, sociales y creacionales— influyen en el crecimiento empresarial. Mediante ecuaciones estructurales (LISREL), el estudio sugiere que estos motivos pueden pesar incluso más que el alineamiento estratégico tradicional.

La implicación es relevante para la investigación en emprendimiento: el crecimiento no depende solo de instrumentos (marketing, producción, finanzas), sino también de orientación de propósito, visión y resiliencia. En mercados volátiles, la estabilidad de las motivaciones puede operar como ‘ancla’ para sostener decisiones estratégicas y aprendizaje. Para política Pyme, el hallazgo invita a diseñar programas que integren habilidades duras con construcción de sentido, liderazgo y compromiso social.

6. Jóvenes Construyendo el Futuro en Sinaloa: Evaluación exploratoria con lecciones de diseño

Grijalva-Escalante, Mora-Tordecillas y Pérez-Álvarez (2026) presentan un estudio exploratorio de enfoque mixto en Los Mochis, Sinaloa (México), con 37 beneficiarios que concluyeron capacitación en 2024. El artículo evalúa percepciones, experiencias y resultados asociados al programa Jóvenes Construyendo el Futuro, con foco en impacto económico, inserción laboral, redes y sostenibilidad.

Los hallazgos muestran mejoras percibidas en calidad de vida y capital social (redes), pero una transición al empleo formal sostenible aún limitada para una proporción relevante. Las sugerencias de mejora se concentran en supervisión, duración, vinculación efectiva con empleadores y seguimiento posterior. En diálogo con el artículo de segregación, la lección es clara: la política de empleo debe diseñarse como arquitectura de trayectorias, no solo como ‘puerta de entrada’ al mercado laboral.

7. Influencers fitness e Instagram: Género, comercialización y engagement

Khan y Chapa (2026) analizan representaciones de género en la industria fitness de Instagram mediante un análisis de contenido comparativo de 1,000 publicaciones provenientes de 200 influencers (100 mujeres, 100 hombres). El trabajo muestra una marcada comercialización del contenido (alta presencia de productos y patrocinios) y diferencias de engagement por género, con mayor interacción promedio en publicaciones de influencers mujeres y mayor presencia de patrocinios.

Este artículo amplía la agenda del volumen hacia la economía de plataformas: las redes sociales no solo son canales de marketing, configuran mercados laborales, reglas de visibilidad y mecanismos de segmentación que pueden reproducir sesgos. El texto sugiere la necesidad de lecturas críticas sobre autenticidad, estereotipos y la mezcla entre bienestar, consumo y cultura corporal en entornos digitales.

8. Reseña: *Hispanic Marketing y el consumidor latino como actor económico estratégico*

La reseña de Noli-Peschiera (2026) a la cuarta edición de *Hispanic Marketing: The Evolution of the Latino Consumer* (Korzenny et al., 2024) resalta su valor para comprender el comportamiento del consumidor latino en Estados Unidos y su relevancia para estrategias de segmentación, comunicación y posicionamiento. El texto articula teoría cultural (Hofstede, Hall), evolución histórica de medios y recursos pedagógicos, y aborda la incorporación de herramientas digitales e inteligencia artificial.

Como cierre del número, la reseña recuerda que la cultura es una variable económica, modela preferencias, respuestas a mensajes y legitimidad de marcas. Su diálogo con el artículo de influencers es evidente: la autenticidad y la representación cultural se vuelven activos estratégicos en mercados saturados y mediados por plataformas.

La siguiente Tabla sintetiza temas, objetivos, métodos, contribuciones y nivel de análisis para facilitar la lectura y detectar convergencias. En conjunto, el volumen destaca que el desarrollo es un fenómeno multi-escala: requiere estructura productiva, instituciones laborales inclusivas, gestión sostenible de recursos y capacidades organizacionales y culturales para competir en mercados cada vez más digitales.

Tabla 1. Artículos en esta edición.

Autores	Objetivos	Disciplinas examinadas	Método	Contribución	Nivel de análisis
Martínez-Sidón et al. (2026)	Analizar la influencia del sector manufacturero en el crecimiento de 12 países de América Latina (1980–2023) aplicando las tres leyes de Kaldor.	Macroeconomía del desarrollo; economía industrial; crecimiento y productividad.	Econometría de datos de panel (efectos fijos/aleatorios) con variables de PIB/valor agregado manufacturero/productividad/empleo y proxy de capital; datos del Banco Mundial.	Aporta evidencia de la manufactura como motor de crecimiento (1ª y 2ª leyes) y efectos positivos sobre productividad no manufacturera (3ª parcial); sugiere política industrial y aprovecha la ventana del <i>nearshoring</i> . Evidencia reducción	Macro (regional: América Latina)
Calderón-Rodríguez & Juárez-García (2026)	Examinar la evolución de la segregación ocupacional por género en México (2010–2024) a nivel nacional y estatal e identificar fuentes del cambio.	Economía laboral; estudios de género; economía regional/territorial; políticas públicas.	Índice Karmel-MacLachlan (KM) y descomposición (composición, ocupación, género, residual) con microdatos ENOE (INEGI) para 2010/2017/2024.	Evidencia reducción marginal agregada pero alta heterogeneidad estatal; muestra que el aumento de participación femenina puede reforzar segregación por concentración ocupacional y que persisten barreras	Meso (territorial: nacional–estatal)

Autores	Objetivos	Disciplinas examinadas	Método	Contribución	Nivel de análisis
Fuentes-López et al. (2026)	Estimar huella hídrica (verde/azul/total), costos, tarifas y productividad aparente del agua y la tierra en 17 cultivos (2021–2022) en el Módulo 02 Salvatierra (DR011) Guanajuato (México), para proponer medidas de reducción de demanda hídrica. Analizar relaciones entre socialización organizacional, calidad de vida laboral y satisfacción laboral en mandos medios de la industria maquiladora de exportación (IME) de Ciudad Juárez (México). Determinar si los motivos de inicio (trascendentes, sociales, creacionales) influyen en el crecimiento de Pymes (madera/mueble en Córdoba (Argentina) y comparar su peso con el alineamiento estratégico.	Economía de recursos naturales; economía agrícola; sostenibilidad; gestión hídrica.	Medición de huella hídrica con datos locales (clima/riego), valoración económica (costos/tarifas) y pruebas no paramétricas (Kruskal–Wallis/Mann–Whitney) y correlaciones (Spearman).	estructurales (efecto residual). Integra huella hídrica y economía para identificar cultivos con HHazul alta asociados a mayor costo y menor retorno por agua; propone tarifas y reorientación de subsidios, además de modernización del riego.	Meso (regional/sectorial: módulo de riego)
Melgar-Bayardo et al. (2026)	Analizar relaciones entre socialización organizacional, calidad de vida laboral y satisfacción laboral en mandos medios de la industria maquiladora de exportación (IME) de Ciudad Juárez (México). Determinar si los motivos de inicio (trascendentes, sociales, creacionales) influyen en el crecimiento de Pymes (madera/mueble en Córdoba (Argentina) y comparar su peso con el alineamiento estratégico.	Gestión y comportamiento organizacional; R.H.; psicología del trabajo.	Estudio cuantitativo correlacional transversal (n=197); cuestionario Likert; análisis con SPSS y WarpPLS (PLS-SEM).	Evidencia empírica de que una socialización adecuada se asocia con mayor calidad de vida y satisfacción; orienta decisiones de gestión del talento y retención.	Micro (organizacional)
Muñoz (2026)	Determinar si los motivos de inicio (trascendentes, sociales, creacionales) influyen en el crecimiento de Pymes (madera/mueble en Córdoba (Argentina) y comparar su peso con el alineamiento estratégico. Evaluar la sostenibilidad y resultados del programa Jóvenes Construyendo el Futuro en Sinaloa (México) a partir de percepciones y	Emprendimiento; estrategia; <i>management</i> ; economía de la empresa (Pymes).	Encuestas/entrevistas a fundadores (n=84); análisis factorial de correspondencias; modelo de ecuaciones estructurales (SEM, LISREL).	Muestra que los motivos trascendentes influyen fuertemente en el crecimiento y pueden superar al alineamiento estratégico; abre agenda sobre propósito, resiliencia y desempeño Pyme.	Micro (empresa)
Grijalva-Escalante et al. (2026)	Evaluar la sostenibilidad y resultados del programa Jóvenes Construyendo el Futuro en Sinaloa (México) a partir de percepciones y	Políticas públicas; economía laboral; evaluación de programas; desarrollo social.	Estudio exploratorio mixto y transversal; cuestionario estructurado (cerradas/abiertas);	Documenta mejoras en redes y calidad de vida, pero inserción formal sostenible limitada; propone mejoras en supervisión,	Meso (política pública local/programa)

Autores	Objetivos	Disciplinas examinadas	Método	Contribución	Nivel de análisis
	trayectorias de beneficiarios (2024).		análisis descriptivo y temático; muestra no probabilística (n=37).	duración, vinculación con empleadores y seguimiento post-programa.	
Khan & Chapa (2026)	Analizar si los fitness influencers contribuyen al bienestar o refuerzan lógicas de consumo, evaluando representaciones de género, patrocinios y <i>engagement</i> en Instagram.	Marketing digital; comunicación; estudios de género; economía de plataformas.	Análisis de contenido comparativo de 1,000 publicaciones (200 influencers) con alta confiabilidad de codificación; análisis estadístico de <i>engagement</i> y <i>sponsorship</i> .	Evidencia alta comercialización del contenido y diferencias por género en <i>engagement</i> y patrocinios; aporta implicaciones para ética, estereotipos y estrategia de marca.	Micro (contenido/actores en plataforma)
Noli-Peschiera (2026)	Reseña crítica del libro “Hispanic Marketing: The Evolution of the Latino Consumer” y sintetizar aportes para marketing multicultural.	Marketing; comportamiento del consumidor; comunicación intercultural; estudios culturales.	Reseña académica crítica: síntesis de marcos teóricos (Hofstede/Hall), evolución del campo, casos y utilidad pedagógica.	Sitúa al consumidor latino como actor estratégico; destaca integración teoría-práctica y retos éticos de IA; delimita el alcance por enfoque centrado en E.U.	Meso (mercados/consumo cultural)

Los trabajos reunidos en este número evidencian el valor de una aproximación interdisciplinaria para atender vacíos de conocimiento que se manifiestan simultáneamente en escalas locales, regionales y globales. En conjunto, las ocho contribuciones articulan un diálogo entre marcos de crecimiento y cambio estructural, economía laboral y estudios de género, sostenibilidad y gestión de recursos, gestión organizacional y emprendimiento, así como análisis de mercados digitales y multiculturales. Esta convergencia fortalece la investigación al permitir contrastar teorías, métodos y evidencias para comprender fenómenos complejos como la productividad, la desigualdad ocupacional, la sostenibilidad hídrica y la transformación de los mercados contemporáneos.

De manera particular, el número propone una lectura integral que va del papel de la manufactura como motor del crecimiento y la productividad en el largo plazo, a la persistencia de desigualdades en el mercado laboral —con especial atención a la segregación ocupacional por género y sus heterogeneidades territoriales—, pasando por la sostenibilidad como restricción económica cuantificable mediante huella hídrica y valoración del agua. De forma complementaria, las contribuciones orientadas a la gestión y al emprendimiento muestran que la competitividad también depende de prácticas organizacionales que favorezcan la socialización, el bienestar y la satisfacción laboral, así como de factores motivacionales que pueden incidir en el crecimiento de las Pymes. En el plano de las políticas públicas y la economía digital, se aportan evidencias y reflexiones sobre los resultados de programas de inserción juvenil y sobre la dinámica de comercialización, representaciones de género y *engagement* en plataformas sociales, además de una mirada estratégica al marketing multicultural y al consumidor latino.

Asimismo, este volumen integra autores e instituciones con presencia en México, Estados Unidos, Argentina y Colombia, lo que refuerza la proyección internacional de la revista al tiempo que conserva un anclaje en realidades nacionales y regionales. Esta diversidad institucional y geográfica contribuye a enriquecer el debate, facilitar la comparación de contextos y ampliar la comprensión de problemáticas que, aunque transfronterizas, adquieren rasgos particulares en cada territorio.

En consonancia con esta orientación, *Economicus Journal of Business and Economics Insights* refrenda su compromiso con la apertura de espacios de investigación que promuevan el diálogo entre disciplinas y entre fronteras —locales, regionales, nacionales e institucionales— con el propósito de generar conocimiento aplicable y socialmente pertinente. Se invita a las y los lectores a explorar los contenidos de esta edición con apertura y rigor crítico. Se encontrarán hallazgos y preguntas de investigación que contribuyen a iluminar la complejidad del comportamiento económico, individual y organizacional en un contexto de transición productiva, desigualdad persistente y presión socioambiental.

Finalmente, se reconoce al equipo editorial por su labor sostenida y a las y los autores por la confianza depositada en la revista. Se reafirma la vocación de *Economicus JBEI* como espacio académico para comprender, desde la investigación, los múltiples rostros de la transformación económica, social, tecnológica y medioambiental. La invitación a contribuir en futuras ediciones permanece abierta a la comunidad académica, con el propósito de continuar ampliando los enfoques disciplinarios, la diversidad metodológica y el alcance geográfico de las discusiones aquí planteadas.

Breve semblanza

Herik Germán Valles-Baca es Doctor en el área de la socioformación y la sociedad del conocimiento. Cuenta con formación de posgrado en Economía Empresarial por la Universidad Autónoma de Chihuahua y en Administración por el Tecnológico de Monterrey.

Actualmente se desempeña como Director Ejecutivo de Innovación Académica en la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES), donde coordina estrategias orientadas al fortalecimiento institucional, la transformación digital y la articulación entre educación superior, economía y desarrollo productivo. Asimismo, funge como Secretario General Ejecutivo de MetaRed TIC México, impulsando la colaboración interinstitucional en materia de tecnologías de la información y modelos de innovación.

Ha ocupado cargos directivos en educación superior, entre ellos la Dirección Académica y la Dirección de la Facultad de Economía Internacional en la Universidad Autónoma de Chihuahua. Es autor y coautor de libros, capítulos y artículos en revistas académicas arbitradas, con aportaciones en temas de economía aplicada, educación superior, innovación y gestión del conocimiento.

Referencias

- Calderón-Rodríguez, R. C., & Juárez-García, J. (2026). La dinámica estatal de la segregación ocupacional por género en México (2010-2024). *Economicus Journal of Business and Economics Insights*, 3(1), 14–31. <https://doi.org/10.54167/ejbei.v3i1.2051>
- Fuentes-López, F. D., Hernández-Ortiz, J., Valdivia-Alcalá, R., & Garay-Jácome, A. S. (2026). Gestión sostenible del agua en el Bajío: huella hídrica, costos y políticas de riego. *Economicus Journal of Business and Economics Insights*, 3(1), 32–52. <https://doi.org/10.54167/ejbei.v3i1.2010>
- Grijalva-Escalante, L. F., Mora-Tordecillas, J. E. J., & Pérez-Álvarez, G. F. (2026). Jóvenes construyendo el futuro: Percepciones y realidades de beneficiarios en Sinaloa (un estudio exploratorio). *Economicus Journal of Business and Economics Insights*, 3(1), 83–96. <https://doi.org/10.54167/ejbei.v3i1.2013>

- Khan, T., & Chapa, S. (2026). Are fitness influencers really helping? Gendered portrayals in Instagram's fitness industry. *Economicus Journal of Business and Economics Insights*, 3(1), 97–108. <https://doi.org/10.54167/ejbei.v3i1.2079>
- Korzenny, F., Chapa, S., & Korzenny, B. A. (2024). *Hispanic Marketing: The Evolution of the Latino Consumer* (4th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003230755>
- Martínez-Sidón, G., Flores-Orona, C. H., & Saavedra-Leyva, R. E. (2026). Crecimiento económico en América Latina: Un enfoque desde la perspectiva de Kaldor (1980–2023). *Economicus Journal of Business and Economics Insights*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.54167/ejbei.v3i1.1960>
- Melgar-Bayardo, J., Valencia-Martínez, J. C., & Urrutia-De La Garza, J. A. (2026). Socialización organizacional asociada a calidad de vida y satisfacción laborales de trabajadores de la IME. *Economicus Journal of Business and Economics Insights*, 3(1), 53–65. <https://doi.org/10.54167/ejbei.v3i1.2023>
- Muñoz, J. C. (2026). La influencia de los motivos de inicio en el crecimiento de las Pymes: Análisis en la industria de la madera y el mueble de Córdoba. *Economicus Journal of Business and Economics Insights*, 3(1), 66–82. <https://doi.org/10.54167/ejbei.v3i1.1724>
- Noli-Perschiera, A. (2026). Review of “Hispanic Marketing: The evolution of the Latino consumer” by Felipe Korzenny, Sindy Chapa, and Betty Ann Korzenny. *Economicus Journal of Business and Economics Insights*, 3(1), 109–112. <https://doi.org/10.54167/ejbei.v3i1.2197>