



Editorial

# From behavioral finance to sustainable communities: Research highlights

## *De las finanzas conductuales a las comunidades sostenibles: Aspectos destacados de investigación*

José Manuel Saiz-Álvarez <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universidad Nacional Autónoma de Honduras / Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador / Universidad Católica de Ávila y Real Academia de la Mar, España / CEIEF-Universidad de Santiago de Chile / Academia Mexicana de Ciencias, México; [jose.saiz@cu.ucsg.edu.ec](mailto:jose.saiz@cu.ucsg.edu.ec); ORCID: 0000-0001-6435-9600

Es motivo de gran alegría y me complace presentar el Volumen 2, Número 1 de *Economicus Journal of Business and Economics Insights (JBEI)*, una publicación que continúa consolidándose como un referente en la difusión de investigaciones académicas y relevantes en el ámbito de las Ciencias Económicas y Empresariales a nivel internacional. Este número incluye seis artículos que abordan temas contemporáneos y de gran interés analizados mediante enfoques innovadores y metodologías rigurosas que contribuyen al avance del conocimiento científico. Trabajos que ofrecen perspectivas aplicables tanto en contextos académicos, como en la práctica profesional. Los primeros tres artículos científicos provienen de investigadores de universidades de España y Estados Unidos, mientras que los otros tres nacen en organizaciones mexicanas situadas en los estados de Sonora y Chihuahua.

En el primer artículo, Raúl Gómez-Martínez y María Luisa Medrano-García (Universidad Rey Juan Carlos, España) junto con Jaime Veiga-Mateos (Universidad de Santiago de Compostela, España) exploran las finanzas conductuales mediante un análisis pionero del impacto de los *fan tokens* de equipos de fútbol italianos en el índice MIB (Milano Italia Borsa). Este índice, que representa el principal mercado bursátil de Italia, agrupa las 40 empresas más importantes que cotizan en la Bolsa de Valores de Milán. El estudio muestra que el sentimiento de los inversores, reflejado en estos activos digitales, puede actuar como un indicador adelantado de los mercados financieros, proporcionando nuevas herramientas para el diseño de estrategias algorítmicas de inversión (Gómez-Martínez et al., 2025).

Óscar De los Reyes-Marín (Universidad Rey Juan Carlos, España), en el segundo artículo de este número de *Economicus JBEI*, analiza cómo los sesgos cognitivos y la información imperfecta afectan a las estrategias de puja en subastas de espectro de telecomunicaciones. Este trabajo no sólo identifica distorsiones como la llamada Maldición del Ganador, sino que también propone recomendaciones para mejorar la eficiencia de los procesos de subasta (De los Reyes-Marín, 2025).

Como citar

Saiz-Álvarez, J. M. (2025). De las finanzas conductuales a las comunidades sostenibles: Aspectos destacados de investigación. *Economicus Journal of Business and Economics Insights*, 2(1), i–iii.

El tercer artículo, de Alessandra Noli Peschiera y Sindy Chapa (Florida State University, Estados Unidos) se presenta un estudio sobre la eficacia del co-branding y las narrativas animadas en la retención publicitaria. Este artículo destaca la relevancia de la familiaridad con personajes y marcas principales, aportando valiosas perspectivas para diseñar estrategias de marketing más efectivas (Noli y Chapa, 2025).

En el cuarto artículo, Ana Karen Campa-Madrid, Francisco J. Fernández-Rivera Melo, Inés López-Ercilla y Jorge Torre (Comunidad y Biodiversidad A.C., México), abordan los desafíos y oportunidades para fortalecer las finanzas en comunidades pesqueras. A través de un enfoque participativo, este trabajo subraya la importancia de la inclusión financiera y propone estrategias innovadoras que podrían transformar la sostenibilidad económica y ambiental en estas regiones vulnerables (Campa-Madrid et al., 2025).

Por su parte, María Isabel Luján-Pompa (Actinver Business Management, México) y Jesús Hernández-Arce (Universidad Autónoma de Chihuahua, México), en el quinto artículo, investigan los factores socioeconómicos que influyen en el emprendimiento entre los jefes de hogar en Chihuahua, México. Los hallazgos de este estudio identifican variables clave y refuerzan la necesidad de políticas públicas que promueven el desarrollo emprendedor en contextos locales (Luján-Pompa y Hernández-Arce, 2025).

Finalmente, Víctor Manuel Torres-González (Secretaría de Innovación y Desarrollo Económico, Gobierno del Estado de Chihuahua, México) analiza la correlación entre los mercados de criptomonedas y el mercado computacional, específicamente el caso de Ethereum y la tarjeta gráfica AMD RX 6700XT en tres mercados diferentes, Estados Unidos, Alemania y Japón. Este artículo ofrece una perspectiva empírica sobre la interacción entre los precios de dicha tarjeta gráfica y la criptomoneda Ethereum, destacando las interdependencias entre tecnología y finanzas (Torres-González, 2025).

Con esta selección de seis artículos se conforma el Volumen 2, Número 1 de *Economicus JBEI*, continuando así con su trayectoria en la investigación económica. Cada uno de estos trabajos refleja el compromiso de la revista *Economicus JBEI* con la pertinencia en el análisis de fenómenos económicos y empresariales actuales siguiendo criterios de alta calidad científica en las investigaciones. Firme a su visión de ser un medio de comunicación bilingüe, este número incluye una distribución equitativa de artículos en español y en inglés, para así aumentar el impacto internacional entre sus lectores.

Finalmente, me complace felicitar amplia y sinceramente a los autores por sus excelentes contribuciones, al Equipo editorial y a los revisores por su dedicación al garantizar la alta calidad de esta edición, a los que animo a seguir colaborando en futuros números de *Economicus JBEI*. En nombre del Comité Científico Internacional de esta Revista, estoy convencido de que los artículos científicos aquí presentados inspirarán futuras investigaciones que contribuyan a la mejora de nuestras economías y sociedades.

## Referencias

- Campa-Madrid, A. K., Fernández-Rivera Melo, F. J., López-Ercilla, I. y Torre, J. (2025). Desafíos y oportunidades: Fortaleciendo las finanzas en las comunidades pesqueras. *Economicus Journal of Business and Economics Insights*, 2(1), 36–49.
- De los Reyes-Marín, O. (2025). Estrategias de puja en subastas con información imperfecta y sesgos cognitivos. *Economicus Journal of Business and Economics Insights*, 2(1), 9–25.
- Gómez-Martínez, R., Medrano-García, M. L. y Veiga-Mateos, J. (2025). Algorithmic trading on the MIB based on investor sentiment, measured by fan tokens of Italian football teams. *Economicus Journal of Business and Economics Insights*, 2(1), 1–8.
- Luján-Pompa, M. I. y Hernández-Arce, J. (2025). Socioeconomic determinants of entrepreneurship motives among household heads in Chihuahua, Mexico. *Economicus Journal of Business and Economics Insights*, 2(1), 50–60.
- Noli Peschiera, A. y Chapa, S. (2025). Does co-brand placement work on ad recall? Exploring the impact of co-brand placement in storytelling animated advertising. *Economicus Journal of Business and Economics Insights*, 2(1), 26–35.

Torres-González, V. M. (2025). Analizando la correlación entre el mercado de criptomonedas y el mercado computacional. *Economicus Journal of Business and Economics Insights*, 2(1), 61–71.



© 2025 por el autor. Publicado por *Economicus Journal of Business and Economics Insights*. Este artículo es una publicación de acceso abierto distribuida bajo los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Attribution (CC BY-NC 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).