



Editorial

Economicus: Un nuevo horizonte en la investigación económica

Economicus: A new horizon in economic research

Olinda Ornelas-Benítez ¹

¹ Facultad de Economía Internacional, Universidad Autónoma de Chihuahua, México; ornelas@uach.mx; ORCID: 0000-0002-7977-1742

DOI: <https://doi.org/10.54167/jbei.v1i1.1666>

Con gran entusiasmo, presentamos el primer volumen y número inaugural de *Economicus Journal of Business and Economics Insights (JBEI)*, la primera revista científica de la Facultad de Economía Internacional (FEI), que ve la luz en un momento muy significativo: el 35 aniversario de nuestra Facultad y el 70 aniversario de la Universidad Autónoma de Chihuahua (UACH). Este lanzamiento marca un hito histórico en el desarrollo de nuestra institución, al ser la primera revista científica de la Facultad en sus 35 años de existencia.

Economicus JBEI es una publicación arbitrada, que utiliza el sistema de evaluación externa por expertos (peer-review), bajo metodología de pares ciegos (double-blind review), conforme a las normas de publicación de la American Psychological Association, respondiendo a estándares científicos y académicos internacionales. *Economicus JBEI* tiene una periodicidad semestral con publicación continua y acepta trabajos en temas relacionados con los negocios y la economía, economía internacional, gestión de tecnología, estrategia e innovación, emprendimiento, sostenibilidad e impacto social, estudios de mercado laboral, econometría, así como economía pública, además de valorar positivamente la adopción de enfoques inter, multi o transdisciplinarios que integren otras áreas del conocimiento.

De esta manera, nos adentramos en el intrincado mundo del análisis económico y empresarial, explorando los caminos que delinean las decisiones sabias y racionales del Homo Economicus. Nuestro propósito va más allá de la mera observación; aspiramos a ser impulsores del cambio, expandiendo los límites del conocimiento y fomentando la aplicación práctica de las investigaciones. En nuestra travesía, nos sumergimos en la búsqueda de una comprensión más profunda del comportamiento humano en situaciones de intercambio económico y toma de decisiones, sin limitaciones cognitivas. Forjamos conexiones entre las esferas corporativas, industriales y económicas, explorando sus vínculos con la educación, el mercado laboral, las políticas públicas y las innovaciones tecnológicas.

Como citar / How to cite:

Ornelas-Benítez, O. (2024). Economicus: Un nuevo horizonte en la investigación económica. *Economicus Journal of Business and Economics Insights*, 1(1), i–iii. <https://doi.org/10.54167/ejbei.v1i1.1666>



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/>).

El Consejo Editorial de *Economicus JBEI* está compuesto por más del 80% de investigadores de instituciones de educación superior y centros de investigación tanto a nivel nacional como internacional. Por lo anterior, la revista acepta artículos en inglés y en español, permitiendo así que un público más amplio tenga acceso a las discusiones contemporáneas en diversas áreas de la economía. En este primer número, se publican tres artículos en inglés y cuatro en español, incluida una reseña de libro.

Los artículos seleccionados abordan temas actuales de gran relevancia, desde la economía digital y la innovación empresarial hasta el comportamiento electoral y el gasto en los hogares mexicanos. En el primer artículo, "Valoración de criptoactivos: El caso de los fan tokens en equipos de fútbol europeos", los autores Raúl Gómez Martínez, María Luisa Delgado García, y Laura Pascual Nebreda, todos ellos de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid en España, exploran cómo la tecnología blockchain está transformando los modelos de negocio y las transacciones financieras. El estudio se enfoca en los fan tokens, un criptoactivo que ofrece a los seguidores de los equipos de fútbol la posibilidad de participar en eventos y promociones exclusivas. Utilizando un modelo de regresión lineal, los autores demuestran que el valor de mercado de estos tokens está estrechamente relacionado con el número de seguidores en redes sociales como Twitter, mostrando que el vínculo emocional entre los aficionados y los equipos influye significativamente en la capitalización de estos activos digitales (Gómez-Martínez et al., 2024).

En un contexto diferente, pero igualmente relevante para las economías latinoamericanas, el segundo artículo, en "Innovación a través de la tradición en empresas familiares: Evidencia de estudios de caso en Chile", por Ismael Barros Contreras, Andrés Aragón Villarroel, Javier Solís Sorhaburu, y Ailyn Vera Rodríguez, de la Universidad Austral de Chile, investigan la paradoja entre la innovación y la tradición en las empresas familiares. A través de un enfoque cualitativo basado en estudios de caso en la región de Los Lagos, Chile, el estudio revela que la tradición no solo es compatible con la innovación, sino que puede actuar como un recurso distintivo que impulsa el crecimiento y la sostenibilidad a largo plazo de estas organizaciones. Este hallazgo es particularmente relevante en el contexto latinoamericano, donde las empresas familiares juegan un papel fundamental en las economías locales (Barros-Contreras et al., 2024).

El tercer artículo, "Determinantes de la intención de crecimiento en PYMEs: Análisis desde la perspectiva de los propietarios y gerentes", por Moises Carbajal Marrón del Tecnológico de Monterrey Campus Querétaro, Ángel Herrero Crespo, y Jesús Collado-Agudo de la Universidad de Cantabria en España, utiliza la Teoría del Comportamiento Planeado para analizar los factores que determinan la intención de crecimiento de las PYMEs mexicanas. Con una muestra de 254 empresas, los resultados confirman que la actitud hacia el crecimiento y el control percibido influyen positivamente en la intención de los propietarios o gerentes de expandir sus negocios. Este estudio ofrece una valiosa herramienta para comprender cómo las PYMEs pueden planificar su crecimiento en entornos económicos desafiantes (Carbajal-Marrón et al., 2024).

En el ámbito de la política pública, el artículo "Incentivando la participación electoral a través de regalos y promociones: Análisis del programa 'El Gordo Cívico' en Chihuahua, México", por Juan David Irigoyen Borunda de la Universidad Estatal de Florida en los Estados Unidos de América, evalúa los efectos de este innovador programa diseñado para aumentar la participación electoral. Usando un enfoque de Diferencia-en-Diferencia, el estudio concluye que el programa no logró incrementar significativamente la participación, ni siquiera en municipios urbanos donde se esperaba que tuviera un mayor impacto (Irigoyen-Borunda, 2024).

El artículo "Cambios en la estructura del gasto en vivienda y transporte de los hogares de Chihuahua de 2018 a 2022", por los autores Héctor Alonso Barajas Bustillos y Maryann Fernanda García De la Torre de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, ofrece un análisis detallado de cómo la pandemia de COVID-19 afectó los patrones de gasto en los hogares de Chihuahua, particularmente en vivienda y transporte. Los resultados muestran que las restricciones de movilidad y el teletrabajo modificaron las

prioridades de los hogares, con un aumento en los gastos relacionados con la adaptación de las viviendas para nuevas funciones y una reducción significativa en los gastos de transporte (Barajas-Bustillos & García-De la Torre, 2024).

Por último, en "La economía social en México: Análisis de las cooperativas en el estado de Chihuahua", Luis Felipe Zepeda Burciaga de la Secretaría de Hacienda del Estado de Chihuahua, presenta un análisis de las cooperativas como parte fundamental de la economía social en la región. El estudio identifica y clasifica las cooperativas del estado, destacando su predominancia en el sector secundario de la economía. El artículo concluye con recomendaciones para promover la economía social mediante el fortalecimiento de capacidades empresariales y la formalización de estas organizaciones, subrayando la importancia de políticas públicas que apoyen su desarrollo (Zepeda-Burciaga, 2024).

Este número inaugural también incluye la reseña del libro "Las Fintech desde la perspectiva del emprendimiento" de autor Raúl Gómez Martínez, realizada por Verónica Villegas Garza de la Universidad Autónoma de Chihuahua, presentando un análisis sobre la relación entre tecnología financiera y emprendimiento, que destaca el papel de las Fintech en la transformación del sector financiero y su impacto en el ecosistema emprendedor (Villegas-Garza, 2024).

Con esta selección de seis artículos y una reseña de libro se conforma el volumen 1, número 1 de *Economicus JBEI* iniciando así su trayectoria como un nuevo horizonte en la investigación económica, brindando un espacio para el diálogo y la reflexión académica, y acentuando su compromiso con la investigación de calidad.

Agradecemos profundamente a los autores y a todos los colaboradores por su esfuerzo y dedicación, así como a los miembros del Consejo Editorial por su liderazgo, compromiso e invaluable contribución, confiando que nuestros lectores encuentren en estas páginas inspiración para sus propias investigaciones y proyectos.

Referencias

- Carbajal-Marrón, M., Herrero-Crespo, A., & Collado-Agudo, J. (2024). Determinants of growth intention in SMEs: Analysis from the perspective of owners and managers. *Economicus Journal of Business and Economics Insights*, 1(1), 38–56. <https://doi.org/10.54167/ejbei.v1i1.1669>
- Barajas-Bustillos, H. A., & García-De la Torre, M. F. (2024). Cambios en la estructura del gasto en vivienda y transporte de los hogares de Chihuahua de 2018 a 2022. *Economicus Journal of Business and Economics Insights*, 1(1), 76–88. <https://doi.org/10.54167/ejbei.v1i1.1671>
- Barros-Contreras, I., Aragón-Villarroel, A., Solís-Sorhaburu, J., & Vera-Rodríguez, A. (2024). Innovation through tradition in family firms: Evidence from case studies in Chile. *Economicus Journal of Business and Economics Insights*, 1(1), 10–37. <https://doi.org/10.54167/ejbei.v1i1.1668>
- Gómez-Martínez, R., Medrano-García, M. L., & Pascual-Nebreda, L. (2024). Valoración de criptoactivos: El caso de los fan token en equipos de fútbol europeos. *Economicus Journal of Business and Economics Insights*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.54167/ejbei.v1i1.1667>
- Irigoyen-Borunda, J. D. (2024). Incentivizing voting turnout through gifts and promotions: An analysis of 'The Civic Thumb' program in Chihuahua, Mexico. *Economicus Journal of Business and Economics Insights*, 1(1), 57–75. <https://doi.org/10.54167/ejbei.v1i1.1670>
- Villegas-Garza, V. (2024). Reseña "Las Fintech desde la perspectiva del emprendimiento" por Raúl Gómez Martínez. *Economicus Journal of Business and Economics Insights*, 1(1), 105–110. <https://doi.org/10.54167/ejbei.v1i1.1673>
- Zepeda-Burciaga, L. F. (2024). La economía social en México: Análisis de las cooperativas en el estado de Chihuahua. *Economicus Journal of Business and Economics Insights*, 1(1), 89–104. <https://doi.org/10.54167/ejbei.v1i1.1672>