

## EDITORIAL

Estimados lectores:

El contexto internacional atraviesa un complejo escenario educativo en el que las universidades deben fortalecer su responsabilidad social y su compromiso ético desde la investigación y la vinculación con la sociedad. Las demandas externas de un saber interdisciplinar permeado por un pensamiento humanista y crítico de la realidad exigen una mayor imbricación de las instituciones de educación superior, el Estado y el sector privado buscando objetivos comunes.

Precisamente, frente a los procesos de globalización económica y cultural que intentan homogenizar las expresiones culturales y establecer un dominio de los mercados o emprendimientos locales de los países en vías de desarrollo, las alternativas contra hegemónicas del saber científico les otorgan a las universidades la posibilidad de buscar alternativas y soluciones a los problemas estructurales.

Es por ello que, en el presente número, el trabajo realizado por el equipo del Departamento de Investigación Científica seleccionó de manera minuciosa un grupo de contribuciones científicas provenientes de instituciones de educación superior nacionales e internacionales que promueven el debate en diferentes áreas del saber a partir de los siguientes títulos: “*Perspectiva de la economía colaborativa en el Ecuador: caso Uber y Airbnb*”; “*Comportamiento del mercado de divisas: una aplicación de redes neuronales artificiales*”; “*México 2008-2019: relación de causalidad entre el índice de precios y cotizaciones de la Bolsa Mexicana de Valores y el tipo de cambio Peso-Dólar*”; “*Diseño de estrategias mercadológicas de promoción digital para difusión de la música pop nacional a millennials guayaquileños*”; “*El aporte del documental como género periodístico al emprendimiento y sostenibilidad de las personas con discapacidad*” y “*Fundamentos de los manuales de identidad universitaria para la responsabilidad social*”. Los resultados que se plantean y debaten profundizan en indicadores de relevancia actual como el intercambio de bienes o servicios a partir de un enfoque de solidaridad, la toma de decisiones o acciones meditadas que se llevan a cabo para alcanzar objetivos de marketing, el potencial comunicacional para sensibilizar a las audiencias sobre aspectos de inclusión y atención a la diversidad, el mercado global y las expresiones y manifestaciones de principios y valores universitarios.

Las experiencias que se presentan invitan al lector a continuar investigando y profundizando en aristas que se interconectan desde los ámbitos empresariales, comunicacionales y educacionales y visiones macro-micro de los fenómenos estudiados.

Culminamos esta editorial ofreciendo una cordial invitación a la comunidad académica internacional y nacional para que envíen sus artículos para el próximo Volumen 9, Núm 2 Julio-Octubre 2020 con la certeza que desde la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil continuaremos contribuyendo con la generación del saber científico.

PhD Adriam Camacho Domínguez  
Editor YACHANA Revista Científica