

Revista

esprint

Investigación

ISSN: 2960-8317

Vol. 1. N° 2 - Julio-Diciembre 2022

Las redes sociales
y el comercio

Engagement en redes sociales de
las empresas más valoradas

**Estrategias para el posicionamiento
de una marca en redes sociales**

Mercados emergentes
en tiempos de
COVID-19

Tendencias y Estrategias para la
venta de cursos en línea



Mercados Emergentes, Marketing y Comercio

Presentación

Estimados lectores, es un honor darles la bienvenida al segundo número del primer volumen de la revista multidisciplinaria, Esprint Investigación. Nos complace invitarles a adentrarse en esta nueva edición y explorar en detalle los emocionantes avances y descubrimientos que destacados investigadores han compartido con entusiasmo.

En esta ocasión, les ofrecemos una diversidad de temas intrigantes y relevantes. Descubra cómo la pandemia COVID-19 ha afectado la dinámica de los mercados en crecimiento, cómo las empresas están aprovechando el poder de las redes sociales para llegar a audiencias más amplias y comprometidas aumentando su alcance y rentabilidad, cómo las compañías líderes están cautivando a su audiencia en plataformas sociales para generar un impacto positivo en su reputación, cómo una sólida presencia en redes sociales puede fortalecer la identidad de una marca y diferenciarla en un mercado cada vez más competitivo. Además, descubra las tendencias y estrategias de plataformas educativas para la venta de cursos en línea.

Esprint Investigación se enorgullece de ofrecerles una mirada privilegiada a estos temas de relevancia global. Esperamos que esta edición sea una fuente de inspiración y conocimiento valioso para emprendedores, profesionales del marketing, comerciantes y todos aquellos interesados en mantenerse a la vanguardia de las últimas tendencias en mercados emergentes, redes sociales y ventas.

PhD. Elba Boderó Poveda
Editora de la Revista

Consejo Editorial

DIRECTOR

Ing. Cristian Hugo Morales Alarcón Mgs.
Máster en Executive MBA - Universitat de Barcelona (España)
Afiliación: Esprint (Ecuador)
Correo: gerencia@esprint.tech

EDITORA EN JEFE

PhD. Elba María Boderó Poveda
Doctora en Ciencias Informáticas - Universidad Nacional de la Plata (Argentina)
Afiliación: Universidad Nacional De Chimborazo (Ecuador)
Correo: eboderó@unach.edu.ec

EDITOR Y CORRECTOR

Prof. Liuvan Herrera Carpio
Máster en Cultura Latinoamericana - Universidad de las Artes (Cuba)
Afiliación: Universidad Nacional De Chimborazo (Ecuador)
Correo: liuvan.herrera@unach.edu.ec

MIEMBROS DEL CONSEJO EDITORIAL

PhD. Patricia Cecilia Bravo Mancero
Doctora en Educación - Universidad Nacional Mayor de San Marcos (Perú)
Afiliación: Universidad Nacional de Chimborazo (Ecuador)
Correo: pbravo@unach.edu.ec

PhD. Edinson Patricio Palacios Trujillo
Doctor en Gerencia - Universidad Central de Venezuela (Venezuela)
Afiliación: Universidad Nacional de Chimborazo (Ecuador)
Correo: eppalacios@unach.edu.ec

Lugar de edición:
Riobamba - Ecuador

Índice

Mercados emergentes en tiempos de COVID-19

Emerging Markets in the COVID-19 Era

Karol Pulgar, Mauricio Rivera..... 5-15

Las redes sociales la nueva vía para la comercialización de bienes y servicios

Social networks the new way for the commercialization of goods and services

Rosana Palacios, Alex Samaniego 16-25

Análisis del engagement en redes sociales de las empresas más valoradas en el mundo

Social media engagement analysis of the most valued companies in the world

Mariana Puente, Gilma Uquillas 26-40

Tendencias y estrategias para la venta de cursos en línea

Trends and strategies for the sale of online courses

Lenin Fuentes, José Erazo..... 41-51

Estrategias para el posicionamiento de una marca en redes sociales

Strategies for the positioning of a brand in social networks

Pamela Buenaño, Liz Valle 52-65