

Tabla de contenido

Capítulo 1: Introducción	8
Introducción	9
Marketing digital	9
S-commerce	11
Estrategias de marketing digital	12
Objetivos	14
Metodología	14
Hipótesis	16
Estructura de la investigación	17
Capítulo 2: La evolución del emprendimiento y su desarrollo conceptual con aplicabilidad al desarrollo empresarial	20
Resumen del artículo	21
Datos de publicación	21
Artículo 1: La evolución del emprendimiento y su desarrollo conceptual con aplicabilidad al desarrollo empresarial	22
Capítulo 3: Social Networks, Social Media, Social Innovation and Technology for Society	40
Resumen del artículo	41
Datos de publicación	41
Artículo 2: Social Networks, Social Media, Social Innovation and Technology for Society.....	42
Capítulo 4: Las preferencias del consumidor digital para el éxito de las transacciones en Colombia	54
Resumen del artículo	55
Datos de publicación	55
Artículo 3: Las preferencias del consumidor digital para el éxito de las transacciones en Colombia	56
Capítulo 5: Componentes estratégicos de los emprendimientos digitales en Colombia	77
Resumen del artículo	78
Datos de publicación	78
Artículo 4: Componentes estratégicos de los emprendimientos digitales en Colombia	79
Capítulo 6: Modelo de los factores críticos de éxito en los emprendimientos digitales en Colombia	
97 Factores críticos de éxito en el desarrollo de emprendimientos digitales en Colombia	
Ismael Enrique Ibáñez Peñuela Tesis Doctoral Valencia, 2025	7

Introducción	98
Referente teórico	99
Mezcla de marketing digital	99
Producto digital	100
Estrategias de comercialización digital	101
Metodología	102
Población y muestra	102
Instrumento	102
Técnicas estadísticas	105
Contextualización de los emprendimientos digitales en Colombia	106
Factores de éxito del emprendimiento digital	109
Capítulo 7: Conclusiones	112
Comprobación de hipótesis	113
Líneas futuras de investigación	116
Limitaciones del estudio	117
Conclusiones y aportes de la Investigación	117
Bibliografía	120