

Working paper de: Análisis del customer engagement en los servicios digitales bancarios en Colombia.

Análisis del customer engagement en los servicios digitales bancarios en Colombia.

Resumen.

El *customer engagement* hace parte fundamental de los procesos de marketing digital de las empresas debido a que contribuye al relacionamiento entre las compañías y sus compradores por medio de la interacción y aprovechamiento de los medios digitales que hoy están a disposición. En este sentido, el objetivo de la investigación es analizar el customer engagement en el desempeño de los servicios digitales bancarios al interior de un sector en constante evolución y transformación de relacionamiento con clientes, como son los bancos en Colombia. Se utilizó un método cuantitativo y encuesta electrónica aplicada a 400 usuarios activos que usan canales digitales bancarios. El análisis de resultados, a través de estadísticos descriptivos y análisis factorial, sugieren la existencia de tres factores latentes que componen el customer engagement en los servicios digitales bancarios. Finalmente se discute diversas implicaciones del papel de las medidas de uso, la rapidez y la agilidad de los servicios digitales, como atributos de mayor relevancia extendiendo el nivel de conocimiento en la gestión de mercadeo.

Palabras clave: Marketing, customer engagement, canales digitales, sector bancario

1. Este documento es el resumen del trabajo de grado del programa de maestría en Gerencia estratégica de Mercadeo. Este resumen constituye literatura gris en modalidad de requisito de grado, cuyo director de tesis es el profesor Leonardo Ortigón Cortázar de la IUPG. En consecuencia, no se autoriza la publicación parcial o total de este documento en ninguna plataforma divulgativa de conocimiento académico, profesional o científico. Únicamente se autoriza la divulgación y gestión en modalidad de resumen de trabajo de grado concedido a la oficina editorial y a la Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano.