

**CÓMO SOLICITAR UN CRÉDITO DE LIBRE INVERSIÓN A TRAVÉS FACEBOOK:
APROBACIÓN VÍA INTERNET, FIRMA DIGITAL DEL PAGARE
DESMATERIALIZADO, DESEMBOLSO Y USO¹.**

Autores

MARIO ÁLVAREZ CHÁVARRO

**Estudiante de la Maestría en Gerencia de Mercadeo Estratégico del Politécnico
Grancolombiano. Comunicador Social, Pontificia Universidad Javeriana**

MAIRELIS BANDERA

**Estudiante de la Maestría en Gerencia de Mercadeo Estratégico del Politécnico
Grancolombiano. Profesional en Mercadeo y Publicidad, Politécnico
Grancolombiano**

MARCELA SALAZAR

**Estudiante de la Maestría en Gerencia de Mercadeo Estratégico del Politécnico
Grancolombiano. Profesional en Finanzas y Relaciones Internacionales,
Universidad San Martín**

Coautor

CESAR SARMIENTO NIÑO

**Asesor Temático Maestría en Gerencia de Mercadeo Estratégico del Politécnico
Grancolombiano. DBA Candidate Swiss Mangement Center University, Master en
Mercadeo EOIEscuela de Organización Industrial, Administrador de Empresas
Pontificia Universidad Javeriana.**

¹ Artículo derivado del trabajo de grado para optar por el título de Magister en Gerencia de Mercadeo Estratégico del Politécnico Grancolombiano.

RESUMEN

Objetivo: Dimensionar un modelo de marketing de servicio que permita la solicitud de un Crédito de Libre Inversión en Facebook, su aprobación vía Internet, la firma digital del pagare desmaterializado, posterior desembolso y uso. **Metodología:** Estudio exploratorio en tres etapas: Desk Resarch para identificar los conceptos base que lindarían el modelo; una fase cualitativa con técnicas proyectivas sobre entrevistas a profundidad a jueces expertos que referenciarán los Key Drives de necesarios para el modelo; y, una etapa cuantitativa con potenciales usuarios que refrendaran los conceptos y validaran la factibilidad del modelo. **Resultados:** Dimensionamiento del proceso, temáticas clave a usar en la comunicación y uso del modelo, público objetivo potencial y factibilidad del modelo. **Conclusiones:** Se logró establecer el nivel de innovación y disposición de uso del modelo, por parte del grupo objetivo.

KEYWORDS

Facebook, Crédito de Libre Inversión, Desmaterialización, Social Commerce, Marketing de Servicio