

**PROPUESTA DE MEJORA AL SERVICIO DE BANCA MOVIL: UNA
REVISIÓN DESDE LOS GERENTES DEL MERCADEO Y LAS NECESIDADES DE
LOS USUARIOS**

PROPOSAL FOR IMPROVEMENT TO MOBILE BANKING SERVICE: A REVIEW
FROM THE MARKETING MANAGERS AND USER NEEDS

JUAN CAMILO CABALLERO PARRA¹

SANDRA PATRICIA ROJAS BERRIO²

Cabs87@gmail.com

BOGOTÁ, COLOMBIA CARRERA 88ª NO 21-75

¹ Magister en Gerencia Estratégica de Mercadeo, Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano

² Magister en Administración, Directora de Posgrados, Investigación y Bibliotecas – Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano

RESUMEN

Dadas las dinámicas de la sociedad de la información los servicios bancarios tradicionales requieren de ajustes en su modelo de servicio y la banca móvil se traduce en una alternativa. Por tal razón el objetivo de este documento es proponer un modelo de mejora mediante las percepciones de los gerentes de mercadeo contrastando necesidades de usuarios, el abordaje metodológico fue de carácter descriptivo; en el trabajo de campo se hicieron entrevistas a profundidad a personas líderes en banca y se contrastó con entrevistas a 256 usuarios; se evidencian las limitantes y ventajas del servicio y la necesidad de coexistencia entre distintas tecnologías de servicios.

Palabras clave: (financiero, servicio, móvil, integración, personalización).

ABSTRACT

The dynamics of information society traditional banking services require adjustments to your service model and mobile banking results in an alternative. For this reason the aim of this paper is to propose a model for improvement through the perceptions of marketing managers contrasting needs of users, the methodological approach was descriptive; in fieldwork-depth interviews were conducted with people leading banking and contrasted with interviews with 256 users; the limitations and advantages of the service and the need for coexistence between different service technologies are evident.

Keywords: (Financial, service, mobile, integration, customization)