



**Servicios Financieros: Mercadeo y Gestión.**

**Roberto E. Etcheverry – Ricardo Gutiérrez**

(Ediciones Macchi, 1995).

Síntesis: El proceso de transformación en la industria de los servicios financieros es resultado de la continua interacción de cuatro variables: i) management; ii) mercadeo; iii) tecnología; y iv) calidad. El desarrollo de las mismas, a partir de un enfoque dinámico y analítico, conforma la esencia de este libro. A partir de la lectura del mismo, los profesionales del área podrán encontrar respuesta a un conjunto de interrogantes con los cuales conviven diariamente: qué estilo de dirección es el más adecuado para las entidades financieras contemporáneas?; por qué es necesario

invertir en la capacitación permanente de los recursos humanos?; de qué manera pueden detectarse los “signos vitales” del mercado?; cuál es el *lay out* de las nuevas oficinas bancarias?; cuáles son las tendencias en el diseño de una arquitectura informática moderna y eficiente?, qué elementos diferencian a un banco exitoso de sus competidores?.

En un contexto signado por innovaciones revolucionarias más que evolutivas, el libro sintetiza el “estado-del-arte” del *management* bancario de fines de siglo.

**Temas contenidos en el libro** : Actividad económica y bancaria en América Latina – Banca y sociedad – Un banco también es una empresa – El proceso de cambio en la banca – Los mercados globales – 1) El *Management*: Los estilos de gestión – Planificación estratégica: “recetas” vs. Ortodoxia – Los recursos humanos - 2) El Mercadeo: El mercadeo como filosofía empresaria – El mercadeo como sistema – La estrategia operativa – Los sistemas de información – Planear y hacer: calidad del mercadeo – Qué demandarán los próximos clientes – *Lay Out* de oficinas – *Spread* vs. Comisiones: el falso dilema. 3) La Tecnología: Tecnología: llega el momento del “salto cuántico” – *Main frames* o PC’s? – Procesos administrativos – Banca corporativa – Los peligros del sobreapalancamiento – Tarjetas plásticas. 4) La Calidad: *Pride, performance, people* – Un enfoque filosófico acerca de la calidad – Que debemos entender por

calidad – El proceso de mejoramiento continuo – Quién y qué define la calidad – El método de los “siete pasos” – Los bancos y la calidad – Personalización – Cómo implementar un programa de calidad total – Enfoque técnico de la calidad

**PUEDA ADQUIRIR ESTE LIBRO EN**



[http://www.amazon.com/Servicios-Financieros-Mercadeo-y-Gestion/dp/9505373201/ref=sr\\_1\\_11/105-7735733-3042802?ie=UTF8&s=books&qid=1186002215&sr=1-11](http://www.amazon.com/Servicios-Financieros-Mercadeo-y-Gestion/dp/9505373201/ref=sr_1_11/105-7735733-3042802?ie=UTF8&s=books&qid=1186002215&sr=1-11)