

**ESTRUCTURACIÓN DE UN SISTEMA DE FIDELIZACIÓN DE USUARIOS PARA  
EL SERVICIO DE PRÉSTAMO DE MATERIALES EN EL DEPARTAMENTO DE  
BIBLIOTECAS COMFENALCO ANTIOQUIA.**

**Alejandro Calle Patiño  
Laura María Paniagua Estrada**

**Institución Universitaria Esumer  
Facultad de Administración Comercial y de Mercadeo  
Medellín, Colombia  
2013**

**ESTRUCTURACIÓN DE UN SISTEMA DE FIDELIZACIÓN DE USUARIOS PARA  
EL SERVICIO DE PRÉSTAMO DE MATERIALES EN EL DEPARTAMENTO DE  
BIBLIOTECAS COMFENALCO ANTIOQUIA.**

**Alejandro Calle Patiño**

**Laura María Paniagua Estrada**

**Informe presentado para optar al título de:**

**Administración Comercial y de Mercadeo**

**Asesor (a):**

**Elena Isabel Mendoza Acevedo**

**Especialista en Gerencia de Proyectos y Alta Gerencia**

**Línea de Investigación:**

**Administración Comercial y de Mercadeo**

**Institución Universitaria Esumer**

**Facultad de Administración Comercial y de Mercadeo**

**Medellín, Colombia**

**2013**

## Tabla de Contenido

### Estructuración de un Sistema de Fidelización de Usuarios para el Servicio de Préstamo de Materiales en el Departamento de Bibliotecas Comfenalco Antioquia.

	<b>Pág.</b>
<b>1.1. Título</b> _____	<b>5</b>
<b>1.2. Tema</b> _____	<b>6</b>
<b>1.3. Idea</b> _____	<b>7</b>
<b>1.4. Antecedentes</b> _____	<b>8</b>
1.4.1. Servicio De Información Local _____	11
1.4.2. Plan Nacional de Lectura y Bibliotecas _____	13
<b>1.5. Objeto de Estudio</b> _____	<b>15</b>
<b>1.6. Planteamiento del Problema o Necesidad</b> _____	<b>16</b>
<b>1.7. Objetivos</b> _____	<b>17</b>
1.7.1. Objetivo General _____	17
1.7.2. Objetivos Específicos _____	17
<b>1.8. Justificación</b> _____	<b>18</b>
<b>1.9. Alcances o Delimitaciones</b> _____	<b>20</b>
<b>1.10. Marco Teórico</b> _____	<b>21</b>
1.10.1. Enfoque del estudio de la mercadotecnia para el sector de empresas no lucrativas. _	22
1.10.2. Cómo gerenciar las expectativas del cliente de servicios _____	23
1.10.3. El triángulo de Albrecht _____	24
<b>1.11. Marco Metodológico</b> _____	<b>29</b>
1.11.1. Método _____	29
1.11.2. Metodología _____	29
1.11.3. Fuentes de Información _____	30
1.11.3. Tipo de Investigación a Desarrollar _____	31

<b>1.12.</b>	<b>Plan de Trabajo</b>	<b>32</b>
<b>1.13.</b>	<b>Resultados</b>	<b>35</b>
<b>1.14.</b>	<b>Conclusiones y Recomendaciones</b>	<b>42</b>
1.14.1.	Conclusiones	42
1.14.2.	Recomendaciones	42
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>		<b>44</b>
<b>ANEXOS</b>		<b>45</b>

Anexo A	Comfenalco Análisis Cualitativo Datos Históricos	45
Anexo B	Comfenalco Análisis Cuantitativo	45
Anexo C	Comfenalco Programas Y Servicios En 30 De Historia	45
Anexo D	Crecimiento De Usuarios Atendidos Hasta Año 2010	45

## Lista de Tablas

### **Estructuración de un Sistema de Fidelización de Usuarios para el Servicio de Préstamo de Materiales en el Departamento de Bibliotecas Comfenalco Antioquia.**

**Pág.**

Tabla 1	Plan de Trabajo	32
---------	-----------------	----

## Lista de Figuras

### Estructuración de un Sistema de Fidelización de Usuarios para el Servicio de Préstamo de Materiales en el Departamento de Bibliotecas Comfenalco Antioquia.

	<b>Pág.</b>
Figura 1 El Triángulo De Albrecht _____	25
Figura 2 Tabulación Pregunta N°1 _____	35
Figura 3 Tabulación Pregunta N°2 _____	36
Figura 4 Tabulación Pregunta N°2 _____	36
Figura 5 Tabulación Pregunta N°3 _____	37
Figura 6 Tabulación Pregunta N°4 _____	38
Figura 7 Tabulación Pregunta N°5 _____	39
Figura 8 Tabulación Pregunta N°6 _____	40
Figura 9 Tabulación Pregunta N°7 _____	41

## **1.1. TITULO**

Estructuración del sistema de fidelización de usuarios para el servicio de préstamo de materiales en el Departamento de Bibliotecas Comfenalco Antioquia.

## **1.2. TEMA**

Sistema de fidelización de usuarios para el servicio de préstamo de materiales en el departamento de Bibliotecas Comfenalco Antioquia.



### **1.3. IDEA**

Solución de problemas prácticos a través de la estructuración del sistema de fidelización de usuarios para el servicio de préstamo de materiales del Departamento de Bibliotecas de Comfenalco Antioquia.

#### **1.4. ANTECEDENTES**

La historia de Comfenalco Antioquia sustenta y justifica la existencia del Subsidio Familiar en sus diferentes modalidades, como estrategia efectiva e idónea del Régimen de Seguridad Social en Colombia creada en 1957, la Caja de Compensación Familiar Comfenalco Antioquia se inscribe en el contexto de la historia contemporánea de Colombia; la labor institucional de la Caja y sus diversas etapas de desarrollo se presentan articuladas a los principales procesos y retos sociales del país durante la segunda mitad del siglo XX.

Básicamente las prioridades en el corto y mediano plazo se reducen a tres: estrategia empresarial, asuntos críticos y relaciones humanas. Los asuntos estratégicos que, por definición y en teoría se entienden de largo plazo, serán abordados y pensados desde ya.

Definir un nuevo esquema de aseguramiento significa establecer nuevas prioridades y definir los pasos a seguir entre los actores implicados. Es prioritario cubrir las necesidades básicas y, en segundo lugar, mejorar la atención por parte de los prestadores del servicio y de los promotores de la salud.

Es importante tener muy presente que Comfenalco Antioquia desde hace aproximadamente 22 años piensa en el bienestar de sus usuarios, es por eso que nace la idea de crear espacios en donde la cultura, la lectura y el sentido se conviertan en lugares abiertos para la comunidad y en pro del desarrollo del mismo.

Más que libros, la Red de Bibliotecas Comfenalco ofrece educación, cultura y diversión. En cualquiera de nuestras bibliotecas podrás aprender consultando, divertirtiéndote leyendo y disfrutar de las actividades culturales que te permitirán tener una actividad para cada día.

**Bibliotecas Castilla:** Se encuentra ubicada en la Comuna 5 de la Zona Noroccidental de Medellín ofreciendo el libre acceso a la lectura, a la información y a las expresiones culturales, con el fin de contribuir al desarrollo personal y a mejorar las condiciones educativas, culturales y sociales.

**Biblioteca Centro Occidental:** Es un referente cultural en la zona, debido a que desde 1997 organiza el Encuentro de Poetas de la Zona Noroccidental de Medellín y desde 1998 el Salón de Artes Plásticas Comfenalco Medellín, hoy convertido en Bienal. Ubicada en el barrio San Javier el Salado de la comuna 13, la biblioteca se convierte en un espacio de encuentro, convivencia y participación alrededor de la lectura.

**Biblioteca Escolar Sede Colombia:** Comenzó su servicio a la comunidad el 21 de diciembre de 1995, con el propósito de atender las demandas educativas y culturales de los habitantes del sector y propiciar el mejoramiento de su calidad de vida. Se encuentra ubicada en el primer piso de la Unidad de Servicios Educativos y Culturales Comfenalco Sede Colombia, abrió sus puertas al público en marzo 21 de 1996. Apoya fundamentalmente las necesidades de información de la comunidad educativa del Instituto de Educación Comfenalco, e impulsa al fortalecimiento del perfil profesional de los docentes. En sus colecciones se hace énfasis en materiales que apoyen el desarrollo de los proyectos por la Ley 115 de educación, referentes a sexualidad, ética, medio ambiente, civismo y democracia.

**Biblioteca Héctor González Mejía:** La biblioteca Central de Comfenalco Héctor González Mejía es una biblioteca pública creada para los afiliados, sus familias y la

comunidad en general. Fue inaugurada el 17 de mayo de 1979 y se encuentra ubicada en el centro de la ciudad en el Club Comfenalco La Playa, en los pisos 4, 5 y 6.

**Biblioteca Pública la Aldea:** Inaugurada el 28 de noviembre de 1985, la Biblioteca Pública La Aldea funciona mediante comodato con el municipio de Itagüí y está ubicada en la urbanización La Aldea, en un local anexo a la escuela María Bernal Molina.

**Biblioteca Niquia Los Ángeles:** Inaugurada el 30 de diciembre de 2011. La Biblioteca Pública Niquía, tiene un área construida de 850 metros cuadrados con capacidad para albergar a 372 personas en Simultáneo, y en los diferentes espacios dispuestos para la prestación de servicios de lectura, cultura e información.

**Parque Biblioteca Belén:** El Parque Biblioteca Belén es un proyecto de la Alcaldía de Medellín en cooperación con la Caja de Compensación Familiar Comfenalco Antioquia. Este es un espacio para el encuentro ciudadano con diferentes ambientes: plaza verde, plaza del agua y plaza de las personas, en donde se puede acceder a materiales de lectura y disfrutar de programas educativos, recreativos y culturales. Son 9.768 metros cuadrados de espacio público diseñado por el arquitecto japonés *Hiroshi Naito*, sitio propicio para el descanso, la lúdica, la lectura, la expresión artística y el encuentro con la gente.

**Sala de Lectura del Oriente:** La Sala de Lectura Oriente se crea con el propósito de generar un espacio para fomentar los hábitos de lectura en chicos y grandes, desarrollar la creatividad y realizar actividades de esparcimiento: juegos de mesa, libres y de rol, títeres, actividades manuales y cine infantil.

**Biblioteca Concertada ADIDA:** La Biblioteca concertada ADIDA Comfenalco es una Unidad de Información Especializada en Educación y Pedagogía e Investigación Cultural a nivel histórico y contemporáneo, que sirve de apoyo desde el 16 de noviembre de 2001 a los docentes de todo el departamento de Antioquia en su labor educativa, así como a investigadores, pedagogos, directivos, estudiantes, empleados y público en general.

(Comfenalco Antioquia, 2013)

#### **1.4.1. Servicio De Información Local**

El Servicio de Información Local se encarga de recopilar, organizar y difundir información generada en la localidad sobre bienes, servicios y trámites ciudadanos, con el fin de estimular la reflexión, rescate y valoración de las identidades culturales y apoyar los procesos de participación comunitaria ciudadana en las comunidades usuarias.

Mencionaríamos en primer lugar las publicaciones sociológicas realizadas a partir de encuestas y estadísticas sobre la población objeto del estudio. Realizadas por entes oficiales ajenos a la biblioteca, contienen desde datos demográficos generales a datos más concretos sobre hábitos culturales, científicos o intereses, prácticas y consumos de información. Su función es ayudarnos al conocimiento de nuestra población: sus aspectos demográficos: edades, sexo, raza, etnias o flujos migratorios, nivel educativo y económico; características familiares, tasas de natalidad, mortalidad y desempleo, profesiones; las condiciones económicas: negocios, población por sectores, tendencias económicas, etc.; las condiciones sociales: instituciones educativas y culturales, clubes, sociedades, grupos religiosos, existencia de otros servicios informativos y educativos: otras bibliotecas cercanas, centros escolares y universitarios, educación a distancia, periódicos y revistas, librerías, emisoras de radio y televisión locales, etc.

Estas publicaciones suelen estar editadas por los Institutos Oficiales de Estadística, ya a nivel estatal -que recogerá los datos de todo el estado y luego los diferenciará por regiones y ciudades, relacionará los datos por sexo, edad, niveles de estudio o tamaño de la población de residencia, etc.- o por los entes equivalentes regionales, que publican Anuarios, series y estudios estadísticas diversos, que la biblioteca puede utilizar como un primer marco de referencia para el estudio de su comunidad. También el Gremio de Editores y Libreros, la Sociedad General de Autores y otros organismos o fundaciones culturales realizan estudios de los usuarios, como la Fundación Berlstermann o la F. Germán Sánchez Ruipérez. (Comfenalco Antioquia, 2013)

Actualmente el departamento de bibliotecas cuenta con un sistema de información ágil y práctico llamado OLIB, desde allí se maneja todo lo correspondiente a las inscripciones, seguimiento, estado, inventario, entre otras variables que giran en torno al préstamo de materiales; servicio con el cual inicia esta área en la caja de compensación. Sin embargo, en este sistema es difícil tener datos segmentados por número de usuarios, cantidad de préstamos, cantidad de tiempo que se encuentra el usuario inactivo, entre otras más.

De esta dificultad que se identifica se puede ver reflejada quizás en la disminución de usuarios; Más específico en el servicio de préstamo de materiales; pero sin desconocer que también el uso de las nuevas tecnologías y el cambio constante respecto a la concepción de bibliotecas pública han hecho que afecte esta cifra.

Teniendo en cuenta esto, es que se decide estructurar un sistema de fidelización a la medida de lo que la persona necesita con el fin de mejorar el servicio, tener cercanía, conocer y brindar soluciones a la medida de cada usuario, que internamente en la empresa exista agilidad en el envío de la información, a su vez una eficaz segmentación sirviendo como base

los eventos que se realicen, ser más efectivos, tener datos reales y poder tomar decisiones oportunas a partir de este modelo.

Es de agregar que es este momento el departamento se encuentra en la construcción de la misión, visión y valores que vayan acorde a los lineamientos que se tienen como caja de compensación y biblioteca pública.

La Red Nacional de Bibliotecas Públicas es el conjunto de bibliotecas públicas y servicios bibliotecarios estatales del país. Su objetivo es aumentar y garantizar las posibilidades para el libre acceso a la información, a una rica oferta literaria, documental y de recursos informáticos, aumentando así las posibilidades educativas y culturales de la población colombiana.

La Red se fundamenta en los principios establecidos por el Manifiesto de la UNESCO, las pautas de la IFLA y la Declaración de Caracas para la Biblioteca Pública como factor de cambio social en América Latina y el caribe.

#### **1.4.2. Plan Nacional de Lectura y Bibliotecas**

El Plan Nacional de Lectura y Bibliotecas (PNLB) se puso en marcha en 2003, bajo la dirección de la Biblioteca Nacional de Colombia. Sus lineamientos se recogen en el documento CONPES 3222 del 2003, a partir de un diagnóstico que mostraba que Colombia presentaba hábitos de lectura muy bajos en comparación con otros países con altos, e incluso similares niveles de desarrollo.

**Ley de Bibliotecas Públicas:** La Ley de Bibliotecas Públicas establece la política de la RNBP, define los lineamientos para las bibliotecas públicas del país, crea el Comité Técnico Nacional de Bibliotecas Públicas, Define las competencias nacionales, departamentales y municipales en la materia, provee instrumentos para el desarrollo integral de la RNBP incluyendo mecanismos para su financiación, y señala los mecanismos para la participación y el control ciudadano. Con esta Ley el país cuenta con un instrumento para trabajar por la consolidación de la RNBP a través de la acción de la Nación, los entes territoriales, la empresa privada y la comunidad en general. La Ley propone también un trabajo concertado con el Ministerio de TIC para dotar de conectividad a las bibliotecas públicas. Como un primer paso para lograrlo se inscribió el proyecto de conectividad, uso y apropiación de tecnologías en las bibliotecas públicas del Plan Vive Digital, presentado por el Ministerio de TIC. Este programa surge como un escenario de discusión y construcción colectiva cuyo objetivo es “impulsar la masificación del uso de internet, para dar un salto hacia la prosperidad democrática” por medio del diseño de un ecosistema digital a nivel nacional. En el marco de este plan se conectará a las bibliotecas que harán parte del piloto de este proyecto, así como a otras bibliotecas en los municipios a los que el programa llegue a través de fibra óptica. (Ministerio de Cultura, 2012)

*Ver Anexos*



## **1.5. OBJETO DE ESTUDIO**

Sistema de fidelización de usuarios para el servicio de préstamo de materiales para el departamento de bibliotecas Comfenalco Antioquia.

## **1.6. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA O NECESIDAD**

*¿Qué factores han influido en la disminución de usuarios del departamento de bibliotecas de Comfenalco Antioquia?*

La red de bibliotecas de Comfenalco Antioquia abre sus puertas a los usuarios con el préstamo de materiales, a través del tiempo los servicios fueron creciendo y la cantidad de usuarios de igual manera, por algunas circunstancias hace cinco años las bibliotecas, gozaban de mucha afluencia de usuarios pero ahora realizando comparativos se puede notar la disminución de personas que realizan el préstamo efectivo de materiales este último dato se saca de una estadística interna que se realiza quincenalmente para medir el flujo de personal

## **1.7. OBJETIVO**

### **1.7.1. Objetivo General**

Estructurar un sistema de fidelización para el servicio de préstamo de materiales del Departamento de Biblioteca de Comfenalco Antioquia, que permita el manejo efectivo de la información, las relaciones y la captación de nuevos usuarios.

### **1.7.2. Objetivos Específicos**

- Analizar los sistemas de información internos donde se maneja los respectivos datos para el préstamo, identificando la manera como operan y las necesidades que tienen para la fidelización de usuarios los funcionarios de la biblioteca.
- Identificar las causas que han generado la disminución en el servicio de préstamo de materiales, para realizar un plan de mejoramiento que esté conectado con el CRM para satisfacer las necesidades del usuario.
- Realizar un seguimiento de las temáticas de los materiales que frecuentemente más presta el usuario para ofrecer un servicio acorde y personalizado a sus gustos y necesidades.
- Estructurar una base de datos segmentada del comportamiento de cada usuario respecto a los hábitos de préstamo para el envío de información teniendo en cuenta los temas de interés que más frecuenta.

## **1.8. JUSTIFICACIÓN**

A través del tiempo las ideas que se conciben deben ser más elocuentes con la situación actual del mercado. Cada vez se debe replantear la manera como se entrega el producto o se presta el servicio, pues bien, dicen que lo único constante en la vida es el cambio y las empresas no son ajenas a esta realidad, son finalmente las llamadas a proponer estrategias que optimicen y potencialicen las relaciones con el cliente.

Siendo consecuente con lo anterior, desde hace varios años, el mercado ha estado trabajando para lograr que las empresas al igual que la producción, los productos, los servicios, etc., sigan siendo igual de importante dentro de una compañía, pero siempre y cuando se encuentre ligado al cliente, satisfaciendo día a día sus necesidades, convirtiéndolo cada vez más en un aliado estratégico para continuar con un crecimiento fructífero entre ambas partes.

Es por eso que se identifica en el departamento de bibliotecas de Comfenalco Antioquia una dificultad respecto al manejo de la información de los usuarios, la divulgación de programas, la cual se ve reflejada en la disminución de usuarios en el servicio de préstamo de materiales; teniendo en cuenta esto, es que se decide estructurar un sistema de fidelización a la medida de lo que la persona necesita con el fin de mejorar el servicio, tener cercanía, conocer y brindar soluciones a la medida de cada usuario y que internamente en la empresa haya agilidad en el envío de la información, poder segmentar según los eventos que se realicen, ser más efectivos, tener datos reales y tomar decisiones a partir de este modelo.

Teniendo la posibilidad de realizar trabajo de grado se da la oportunidad de poner en práctica y aplicar los conocimientos que se han adquirido a través de la tecnología en

mercadeo y ahora en el ciclo profesional por medio de un caso real donde se pueda dar solución a una dificultad en particular vista desde la óptica de lo comercial y mercadeo. Además, una muestra de todo el esfuerzo y calidad de los docentes al proporcionar temas de la actualidad lo cual permite en los estudiantes la generación de estrategias altamente competitivas.

Desde el ámbito personal, el trabajo aporta llevar lo aprendido de la teoría a la práctica, enfrentándose a un ambiente cambiante y competitivo donde como profesionales de mercadeo y comercial se debe de dar una mirada distinta que permita aportar al mercado ideas frescas, coherentes, innovadoras y sostenibles que generen valor agregado a los usuarios.

## **1.9. ALCANCES O DELIMITACIONES**

**Geográfico:** Área Metropolitana y Antioquia

**Temporal:** La estructuración del sistema de fidelización del servicio del préstamo de materiales del departamento de Comfenalco Antioquia donde se llevará a cabo la migración de datos en el tiempo de cuatro años, Enero del 2009 hasta Diciembre de 2012.

**Conceptual:** Las variables que se tendrá en cuenta dentro de la investigación son: Usuarios, y Servicio (Préstamo de materiales).

**Tiempo:** Del 12 de febrero al 12 de julio del 2013.

## 1.10. MARCO TEORICO

Entender conceptos y dinámicas que circulan y rigen cada una de las organizaciones que hacen parte de un sistema que finalmente conforman la larga lista de entidades que aportan de alguna manera al desarrollo de una sociedad capitalista, humanista, democrática y sobre todo una economía sostenible. Después de conocer un panorama respecto al sistema de compensación familiar que tiene Colombia, en este caso específico del departamento de bibliotecas de Comfenalco Antioquia, es importante entender el contexto de entidad pública con sentido social para comprender su funcionamiento y lo que significa adaptar un CRM a un proyecto cultural sin ánimo de lucro.

El tema a investigar trae consigo conceptos que son claves para el estudio que se quiere proyectar. En los medios masivos, revistas, libros, publicaciones de varios autores, se habla mucho sobre fidelización a los clientes, CRM basados en problemas y circunstancias que permitan obtener resultados valederos a la hora de dar solución a sus problemas. En la actualidad aún no se encuentran archivos que permitan basarse en la experiencia de empresas culturales que cuenten con una estructuración respecto a los sistemas que ayudan al sostenimiento de las relaciones con el usuario, pero si aportan información importante sobre los diversos comportamientos de las personas que visitan las diferentes bibliotecas de la red. De acuerdo al libro *Gestión de la relación con los clientes* en el capítulo 1, explican como el cambio en las tendencias en todo proceso hacia el cliente son una parte fundamental para lograr el desarrollo de un negocio. La información, la globalización, los nuevos canales de comunicación y el Marketing One to One. Todo esto se menciona con el fin de conocer algunas de las variables que son de gran importancia a la hora de entablar comunicación con el usuario.

“La coordinación de estos procesos aseguran una mayor satisfacción del cliente en su interacción con la empresa” En la página 27 del mismo, el autor plantea que se deben tener conocimientos para el manejo con los clientes. “conocer al cliente y conseguir saber que ofertas se le pueden hacer para mantenerlos es algo fundamental para la empresa. Es necesario mejorar la efectividad de las campañas de marketing”<sup>1</sup> (García Valcárcel, Ignacio)

Según el autor Horacio L. Croxatto enseña cómo desarrollar todo el potencial de una solución CRM y transformarlo en ventaja de negocio. A su vez presenta una frase que explica la importancia de generar valor no solo a los clientes y demás, sino también a los mismos accionistas y empleados. “es imposible generar valor en forma sostenible para los accionistas, sino se genera al mismo tiempo valor para los clientes”

### **1.10.1. Enfoque del estudio de la mercadotecnia para el sector de empresas no lucrativas.**

- a) **Enfoque de mercancía:** se concentra en determinadas mercancías y clases de productos para precisar cómo se producen y se distribuyen a consumidores intermedios finales. Las principales clases de productos estudiadas son los productos agrícolas, minerales, artículos, manufacturados y servicios.
- b) **Enfoque Institucional:** Centrado en la naturaleza, evolución y funciones de instituciones particulares en el sistema de mercadotecnia, como productores mayoristas, detallistas y agencias transportistas. Los institucionalistas podrían estudiar, por ejemplo, las tiendas por departamentos para determinar cómo han evolucionado y hacia donde se dirigen.

---

<sup>1</sup> García Valcárcel, Ignacio. CRM, gestión de la relación de los clientes. Editorial. Fundación Confemetal.



- c) **Enfoque Funcional:** centra su atención en la naturaleza y en la dinámica de diversas funciones de mercadotecnia, como compra, venta, almacenamiento, financiamiento y promoción. Un funcionalista estudia la manera como se ejecutan estas funciones en varios mercados de productos y a manos de diversas instituciones de mercadotecnia.
- d) **Enfoque Administrativo:** El enfoque administrativo da importancia al uso de la mercadotecnia para posicionar organizaciones y productos en el mercado exitosamente. Los mercadólogos administrativos están interesados especialmente en el análisis, planeación, organización, implantación y control de mercadotecnia.
- e) **Enfoque Social:** El enfoque social se concentra en las contribuciones y en los costos sociales creados por diversas actividades e instituciones de mercadotecnia. Este enfoque trata temas tales como la eficiencia de mercado, obsolescencia de producto, veracidad de la publicidad y el impacto ecológico de la mercadotecnia. (Kotler, 1989)

### **1.10.2 .Cómo gerenciar las expectativas del cliente de servicios**

Con Relación al desempeño de un servicio, las expectativas del cliente deben estar bien administradas para establecer con él una buena relación.

Un cliente satisfecho compra de nuevo, mientras que un cliente insatisfecho habla mal del servicio a “todo el mundo”. Es preciso saber gerenciar las expectativas del cliente para mantenerlo satisfecho, lo cual exige investigación permanente del mercado pues las organizaciones no siempre conocen muy bien a sus clientes y las necesidades de éstos.

Dado que el cliente es el patrimonio más valioso de una organización, es preciso invertir en investigación para saber que desea.

### 1.10.3. El triángulo de Albrecht

El triángulo de servicios concebido por *Karl Albrecht* representa la atención que se da a los anhelos y expectativas de los clientes. El cliente es el centro del modelo de atención de Albrecht.

Para atender bien a un cliente de servicios es necesario que las personas que trabajan en la empresa estén orientadas a los objetivos que deben alcanzarse y que los sistemas operacionales se orienten a ese fin, pues no basta atender bien si no que es preciso proporcionar al cliente un servicio de valor. Aún más, es importante que las estrategias sean coherentes con los resultados que se deben obtener.

#### **Visión esquemática del triángulo de servicios de Albrecht**

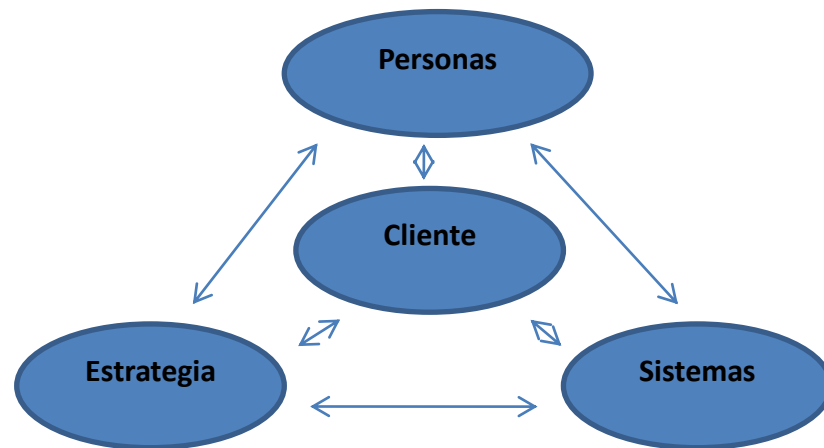
**Cliente:** Centro del modelo del triángulo de valor de Albrecht.

**Personas:** Funcionarios de la empresa que deben tener conocimientos y calificaciones necesarias para proporcionar un servicio de valor al cliente.

**Estrategia:** Camino recorrido para diferenciar el servicio mediante la aplicación del concepto de valor para el cliente.

**Sistemas:** Métodos de trabajo que apoyan a las personas para crear valor para el cliente.

**Figura 1 El triángulo de Albrecht**



Fuente:(Mc Graw Hill, 2000) Definición de conceptos claves tratados durante la realización de este proyecto.

**CRM<sup>2</sup>:** Es un modelo de gestión de toda la organización, basada en la orientación al cliente. CRM es una forma de pensar y de actuar de una empresa hacia los clientes/consumidores. A partir de la formación de grandes corporaciones, el contacto 1 a 1 se va perdiendo y se despersonaliza cualquier transacción, dejando de lado la relación de los clientes con la marca.

**Fidelización<sup>3</sup>:** La fidelización de clientes consiste en lograr que un cliente (un consumidor que ya ha adquirido nuestro producto o servicio) se convierta en un cliente fiel a nuestro producto, servicio o marca; es decir, se convierta en un cliente asiduo o frecuente. La fidelización de clientes no solo permite lograr que el cliente vuelva a comprar o a visitar, sino que también nos permite lograr que recomiende el producto o servicio a otros consumidores.

<sup>2</sup> Wikipedia, La Enciclopedia Libre. Definición Customer Relationship Management

<sup>3</sup> CN Crece Negocios (2013. Abril 10). Fidelización de Clientes.

**Préstamo de Materiales<sup>4</sup>:** Servicio mediante el cual, la Biblioteca pone a disposición de sus usuarios, por un tiempo limitado y fuera del ámbito de la Biblioteca, su material bibliográfico y documental. Pueden obtener el préstamo, material bibliográfico y documental, en diferentes soportes.

**Planteamiento<sup>5</sup>:** El verbo plantear refiere a proponer, exponer o suscitar un tema, una duda o un problema; poner en ejecución una reforma o un sistema; o enfocar la solución de un problema, aunque no se llegue a obtenerla.

**Sistema de Compensación Familiar<sup>6</sup>:** Las cajas de compensación de asignación familiar (C.C.A.F.) son corporaciones de derecho privado, con patrimonio propio y sin fines de lucro, las cuales han tenido un sostenido desarrollo y crecimiento en las últimas cuatro décadas principalmente, tanto en nuestro país como en el extranjero.

El objetivo de las Cajas de Compensación originalmente era la administración de las "prestaciones de seguridad social" las cuales tendían al desarrollo y bienestar del trabajador y su familia.

**Parafiscales<sup>7</sup>:** Son una contribución especial que realizan los empleadores al SENA, ICBF y Cajas de Compensación Familiar, para que estas Entidades adelanten programas de naturaleza social, según su misión. Se toman de la nómina mensual de salarios los factores que constituyen salario y que son base para la liquidación del aporte parafiscal.

---

<sup>4</sup> Biblioteca UGR Universidad de Granada (2009. Julio 04). Normativa de préstamo.

<sup>5</sup> Definición de Planteamiento.

<sup>6</sup> Monografias.com Funciones de las Cajas de Compensación.

<sup>7</sup> SENA. Definición Aportes Parafiscales. Contenidos Empresarios. Distrito Capital, SENA.

**Bibliotecas Públicas<sup>8</sup>:** Una biblioteca pública es una biblioteca accesible para el público, sin distinción y que a menudo es administrada por funcionarios públicos y financiada con fondos públicos o estatales. Los usuarios de una biblioteca pública tienen acceso libre a las colecciones e instalaciones de ella, siempre que su fondo sea de carácter abierto. Además de existir, previa inscripción, un servicio de préstamo de libros a domicilio. Es considerada como una parte básica y esencial para mantener a una población letrada y culta, además de un espacio democrático de información y comunicación para las comunidades en que se insertan.

**TICS<sup>9</sup>:** Las Tecnologías de la Información y la Comunicación, también conocidas como TIC, son el conjunto de tecnologías desarrolladas para gestionar información y enviarla de un lugar a otro. Abarcan un abanico de soluciones muy amplio. Incluyen las tecnologías para almacenar información y recuperarla después, enviar y recibir información de un sitio a otro, o procesar información para poder calcular resultados y elaborar informes.

**Plan Nacional de Bibliotecas Públicas<sup>10</sup>:** El objetivo fundamental del Plan nacional de Lectura y Bibliotecas, es fomentar y aumentar los niveles de lectura y escritura en todos los colombianos, mediante el fortalecimiento de los servicios prestados por las bibliotecas públicas. Está liderado por el Ministerio de Cultura, a través de su Unidad Administrativa Especial, la Biblioteca Nacional de Colombia, Grupo de Bibliotecas Públicas.

---

<sup>8</sup> Wikipedia, La Enciclopedia Libre. Definición Biblioteca Pública.

<sup>9</sup> Lavado Pérez, María Olga. Las ¿Qué es esto de las TIC? TIC y la Enseñanza de Lenguas. Mi página de recursos TIC para ELAO, filología y traducción.

<sup>10</sup> Ministerio de Cultura, República de Colombia. Planes ¿En qué consiste el Plan Nacional de Lectura y Bibliotecas?

**IFLA<sup>11</sup>**: La IFLA o Federación Internacional de Asociaciones e Instituciones de la Biblioteca. Es una organización mundial creada para proporcionar a bibliotecarios de todo el mundo un foro para intercambiar ideas, promoviendo la cooperación, la investigación y el desarrollo internacionales en todos los campos relacionados con la actividad bibliotecaria y la bibliotecología.

---

<sup>11</sup> Wikipedia, La Enciclopedia Libre. Definición IFLA, Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecas e Instituciones.

## **1.11. MARCO METODOLOGICO**

La metodología que se abordará es por medio de la investigación cualitativa, ya que permite contar con datos reales y concretos para lograr la estructuración de un sistema de fidelización confiable y medir el grado de satisfacción del usuario.

### **1.11.1. Método**

Partiendo de lo específico a lo general, la base es el método de síntesis, el cual busca analizar las causas y efectos de los elementos que hacen parte de la investigación del Departamento de bibliotecas de Comfenalco Antioquia, teniendo en cuenta las dos variables ya definidas: (*Usuario y Servicio de préstamo*).

### **1.11.2. Metodológico**

Para llevar a cabo la realización de este punto, se tendrá en cuenta actividades como:

Encuestas de satisfacción para medir que tan contentos o no se encuentran los usuarios que visitan la red de bibliotecas del departamento. Se realizaran un total de 50 encuestas, en donde se tendrán en cuenta los mismos usuarios y empleados.

Análisis de contenido, teniendo en cuenta la información respectiva de los usuarios que hacen parte del sistema de información OLIB, recaudando las opiniones (PQRS) que permitan conocer el concepto que los usuarios tienen sobre el préstamo de materiales en el departamento.

### **1.11.3. Fuentes de Información**

**Primarias:** Informes de Gestión, cifras de la cantidad de usuarios afiliados a la red de bibliotecas, portafolio de servicios.

**Secundarias:** Revistas, libros, Sistema de Información OLIB, Encuestas.



### **1.11.3. TIPO DE INVESTIGACION A DESARROLLAR**

Se abordará con una investigación mediante un estudio de caso, donde se tiene en cuenta la información respectiva sobre la situación actual que enfrenta día a día el departamento de bibliotecas frente a la disminución de usuarios para el préstamo de materiales.

## 1.12. Plan de Trabajo

**Tabla 1 Plan de Trabajo**

Actividad	Acción	Tiempo	Costo	Responsable
Investigación respecto al caso específico del departamento de bibliotecas.	Se identifican las causas y efectos del problema detectado.	1 mes y medio	\$ 0	Área de Mercadeo.
Seleccionar la información necesaria para nutrir la base de datos actual.	Se Analiza desde el sistema de información OLIB y las estadísticas quincenales la diferentes variables que pueden conformar el sistema de fidelización.	1 mes	\$ 0	Área de Mercadeo y analista de informática del departamento de bibliotecas
Determinación de los objetivos del CRM.	Reunir al grupo de colaboradores encargados de Definir por medio de objetivos, el desarrollo pleno del sistema de fidelización.	2 meses	\$ 0	Representantes de las áreas de mercadeo, informática, departamento de bibliotecas.
Consolidación de la base de datos actual al CRM.	Integración los datos seleccionados del sistema de información OLIB al CRM, logrando complementar una	4 meses	\$ 5.000.000	Área de informática, auxiliar de Mercadeo y proveedor.

	base de datos que ayudara a la fidelización de usuarios y a la toma de decisiones en tiempo real.			
Entrega oficial del sistema de fidelización de usuarios al jefe del departamento de bibliotecas.	Verificar que toda la información sea veraz y cumpla con las especificaciones del cliente.	5 días	\$ 0	Estudiantes ESUMER y Biblioteca Héctor González Mejía.
Medición de resultados y ajustes.	Después de entregado el trabajo se debe hacer las respectivas recomendaciones para poder que en el momento de la aplicación sea coherente y ágil con el sistema de la empresa.	2 semanas	\$0	Jefe Departamento de Bibliotecas y Área de Mercadeo, Asesora trabajo de grado.

Fuente: autoría propia

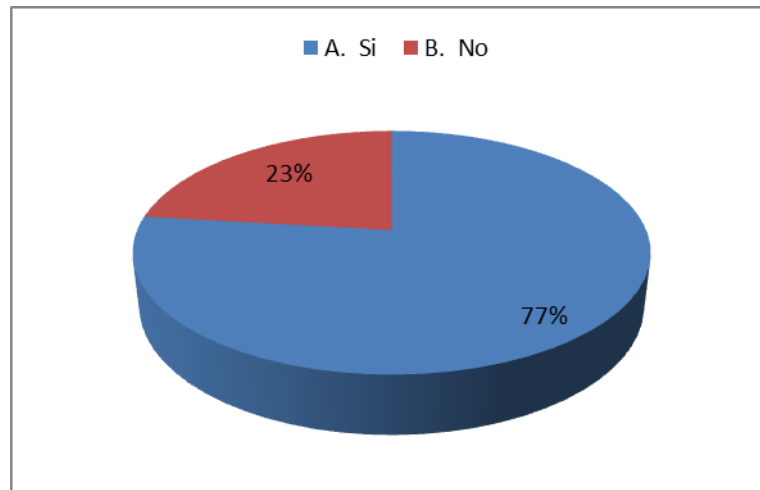
Con base a todo lo planteado y según el punto de la metodología, se dará a conocer las diferentes opiniones por medio de Encuestas a los 121 empleados que dieron su punto de vista con respecto al sistema que actualmente tienen y como podría ser si se implementará el nuevo sistema de fidelización para el departamento de Bibliotecas.

La encuesta se basó en la fórmula para hallar la cantidad de personas que se deben encuestar arrojando un resultado de 121 personas, basado en un formato de 7 preguntas en donde se encuentran aspectos de gran importancia.

### 1.13. RESULTADOS

#### 1. ¿Sabe usted que es un CRM o Sistema de Fidelización?

**Figura 2 Tabulación Pregunta N°1**



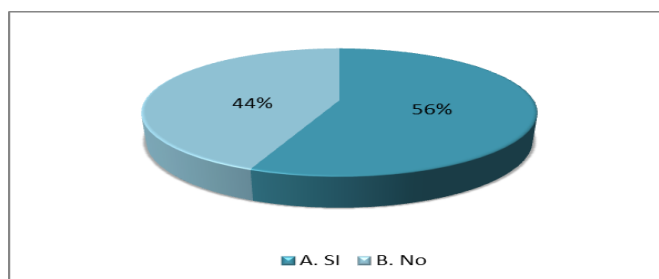
Fuente: autoría propia

**Análisis Pregunta 1:** Lo anterior explica que tan solo el 77% de las 121 personas encuestadas conocen el concepto claramente.

#### 2. ¿Cree usted que el OLIB, es un sistema de información pensado en el usuario?

(Ver figura 3)

**Figura 3 Tabulación Pregunta N°2**

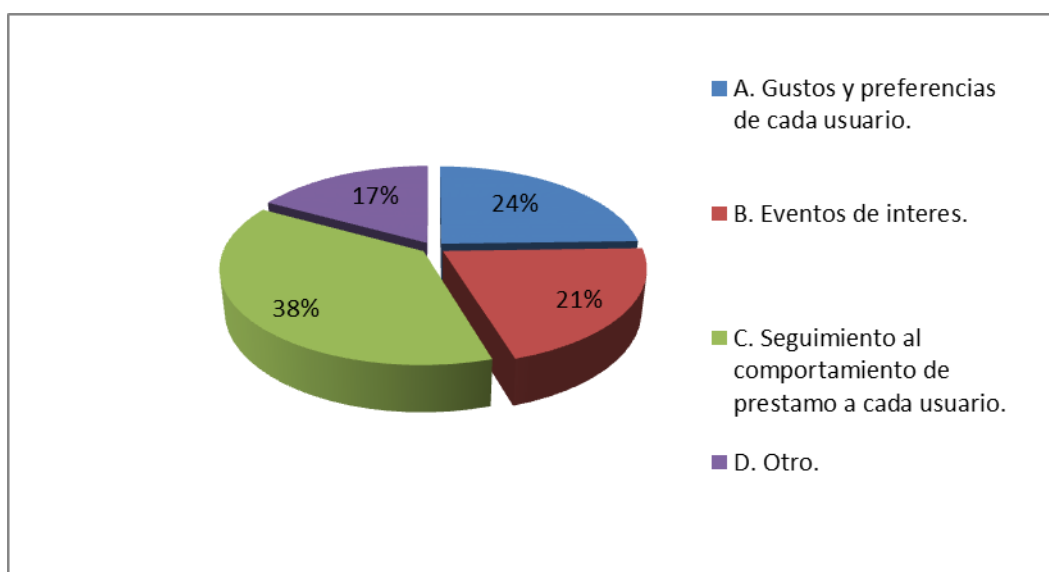


Fuente: autoría propia

**Análisis Pregunta 2:** El OLIB es el sistema que actualmente es utilizado en el departamento de bibliotecas para el registro de usuarios. El 56% de la población encuestada coincide con que el OLIB, es el sistema pensado en el usuario para cubrir cubriendo las necesidades de cada uno de los que frecuentan el lugar. (Ver figura 3)

En la encuesta, se tuvo en cuenta la opinión de aquellas personas que coincidieron con una respuesta negativa a la pregunta si el OLIB es el sistema de información idóneo para los usuarios. Los resultados arrojaron fueron los siguientes:

**Figura 4 Tabulación Pregunta N°2**

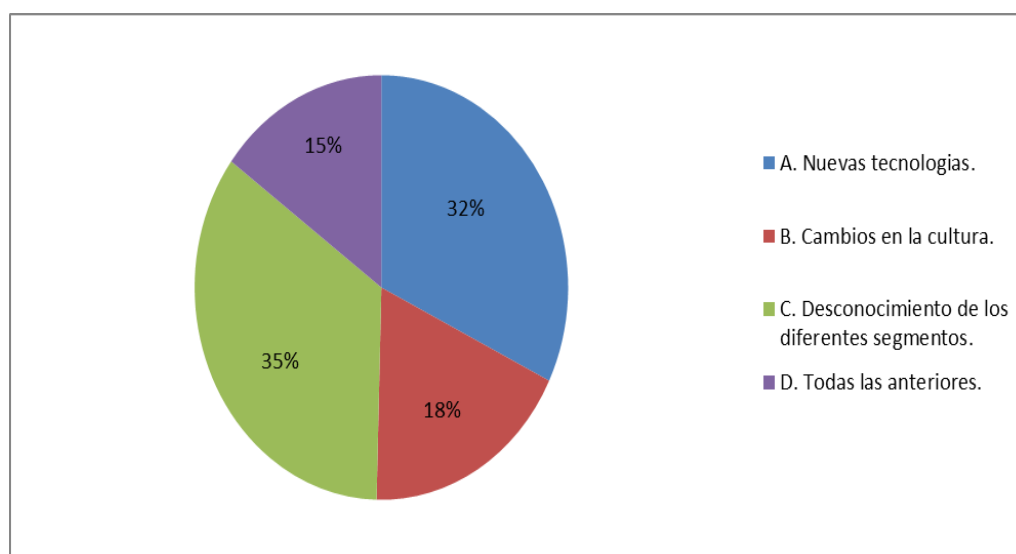


Fuente: autoría propia

De las 53 personas que dieron su respuesta como negativa, el 38% comparte que el sistema debería enfocarse mucho más en el seguimiento del comportamiento del préstamo, saber con qué periodicidad el usuario presta un libro, ¿qué tipo de literatura le gusta o consulta?, ¿porque lo hace? De igual forma es importante tener en cuenta las demás opiniones, que son valederas e importantes para el estudio que se está realizando.

**3 ¿A qué cree usted que se debe la disminución de inscripciones al servicio del préstamo de materiales en los últimos años en el departamento de Bibliotecas?**

**Figura 5 Tabulación Pregunta N°3**



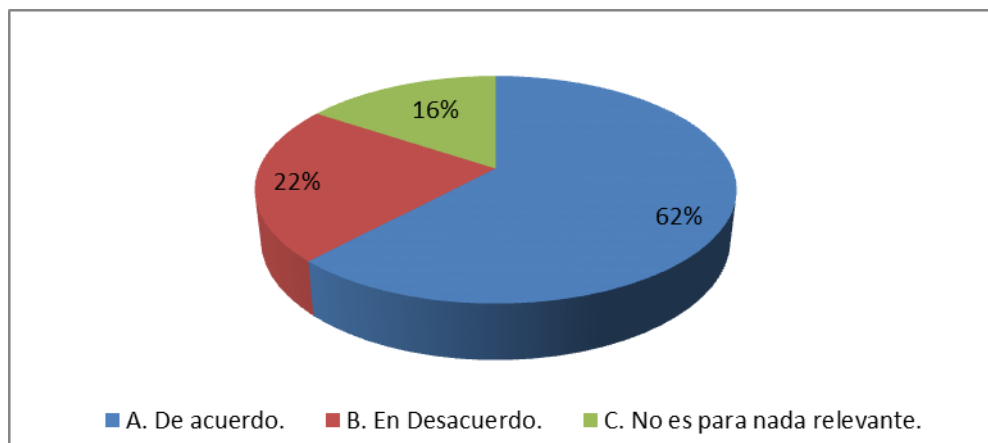
Fuente: autoría propia

**Análisis Pregunta 3:** La gran mayoría de empleados (42 personas) equivalentes al 35% piensan que esto es debido al desconocimiento que tienen en los diferentes segmentos,

acude muchísima gente el cual no llevan un control sobre cuál es su segmento más fuerte, Público joven, adolescente o adulto. Aunque la biblioteca presenta constantemente actos para todo tipo, es importante saber a qué se le debe de apuntar con mayor fuerza para dejarlo de un lado.

4. **¿Cree usted que la estructuración de un sistema de fidelización para el departamento de Bibliotecas resulta beneficioso para la empresa?**

**Figura 6 Tabulación Pregunta N°4**



Fuente: autoría propia

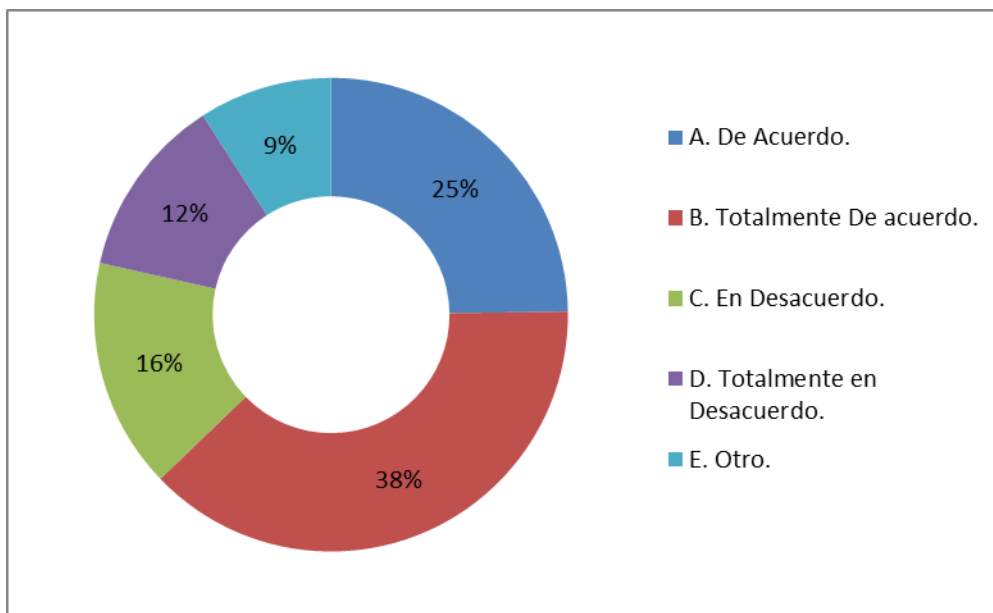
**Análisis Pregunta 4:** Es importante tener en cuenta que las respuestas dadas al inicio de la encuesta, más exactamente cuándo se preguntaba si este sistema cumplía con las expectativas de servicio de préstamo a la gran mayoría de los empleados, ellos coincidían que sí. Pero tienen algo muy claro, y es que piensan que todo cambio puede ser bueno siempre y cuando se tengan en cuenta las opiniones de todo el equipo de trabajo, ya que son ellos los que interactúan con los usuarios todo el tiempo y podrán saber con certeza lo que hace falta en el departamento con el fin de prestar un buen servicio.



Para el 62% lo que equivale a 75 empleados del departamento de Bibliotecas de Comfenalco Antioquia muestran estar de acuerdo con la estructuración de un sistema de fidelización que permita tener al usuario como eje principal de la organización.

**4. ¿Cree usted que al implementar un sistema de fidelización de usuarios, podrá resolver las diferentes problemáticas existentes en la actualidad?**

**Figura 7 Tabulación Pregunta N°5**



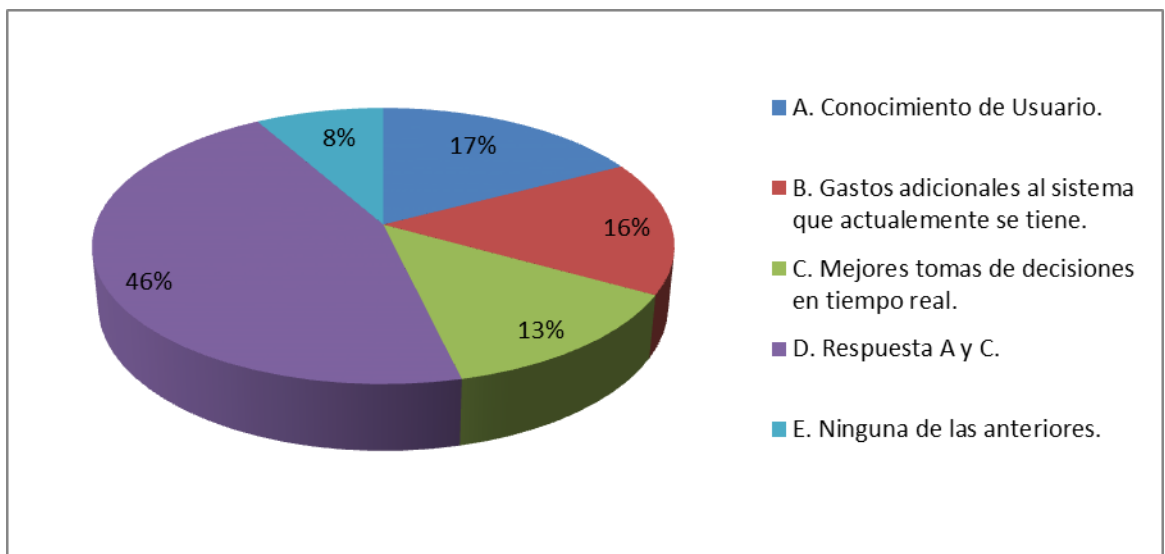
Fuente: autoría propia

**Análisis Pregunta 5:** Según el grafico, muestra que el 38% equivalente a las respuestas de 46 personas, concuerdan que si se implementa el sistema de fidelización, las dificultades latentes pueden resolverse logrando volverlas oportunidades.

**5. ¿Qué cree usted que le proporciona al departamento de Bibliotecas la implementación de este nuevo sistema?**

**Análisis Pregunta 6:** Tan solo el 17%, equivalentes a 21 empleados, llegan a la conclusión que proporciona conocimiento del usuario que adquiere el servicio y el 13% equivalentes a 16 empleados, afirman que se puede tomar mejores decisiones en tiempo oportuno. (Ver figura 8)

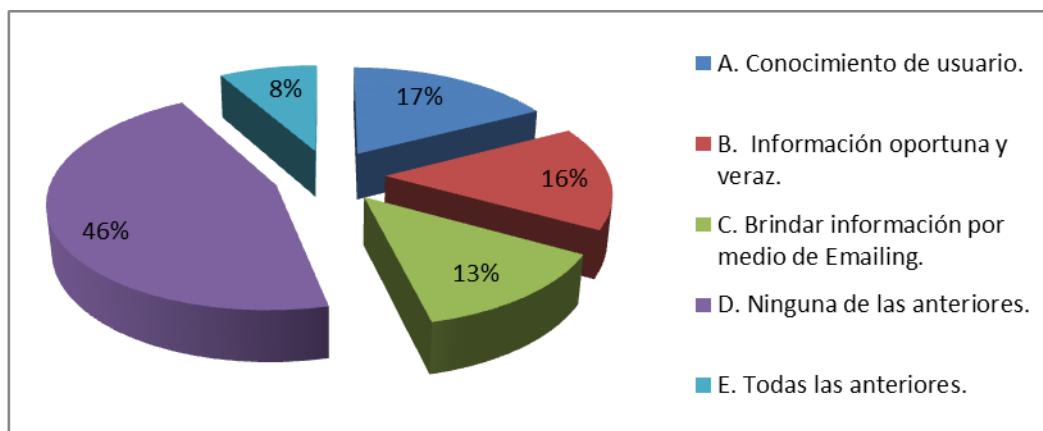
**Figura 8 Tabulación Pregunta N°6**



Fuente: autoría propia

6. Un CRM es un software que se encarga de recopilar información y segmentar de acuerdo a gustos y preferencias de los usuarios. **¿Podría usted indicar cuales son las variables que definan a este sistema para la implementación del mismo en el departamento de Bibliotecas?** (Ver figura 9)

**Figura 9 Tabulación Pregunta N°7**



Fuente: autoría propia

## **1.14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **1.14.1. Conclusiones**

A partir de todo este trabajo investigativo, damos por sentado que cada vez más las bibliotecas públicas y privadas están a la vanguardia con respecto a la información que el usuario crea pertinente como consulta. Es importante tener en cuenta que el cliente, usuario, etc., se va convirtiendo cada vez más exigente, con menos temor al expresar sus comentarios, es por esto que prima siempre mantener no solo las mejores relaciones con cada uno de ellos, sino la confianza. Al entablar este tipo de trabajo, es pertinente entender que un buen software administrativo diseñado para el buen manejo de la información en tiempo real sobre gustos, preferencias, hábitos de lectura, actividades para adultos, jóvenes y niños, es una buena manera no solo de saber conocer al usuario, incentivar la cultura, y el amor por la lectura sino que es adecuado para la empresa al momento de tomar decisiones pensando en beneficiar siempre al usuario prestando un buen servicio y propiciando una buena experiencia.

Siempre que se tenga en cuenta el plan bajo la manga, se tiene la certeza de contar con un sistema que permita ser flexible, dinámico, veraz y completo ante situaciones de gran relevancia en la compañía.

### **1.14.2. Recomendaciones**

Durante la investigación del trabajo, la síntesis de todo su contenido, las encuestas y las diversas opiniones de las directivas del Departamento y de los empleados, tomando como referencia a los usuarios, se podría pensar que al llevarse a cabo la implementación del sistema para fidelizar a los usuarios del departamento de bibliotecas contribuye al

mejoramiento continuo de la compañía, generando desarrollo sostenible al aprendizaje, permitiendo conocer mucho más sus gustos e inclinaciones, los diferentes hábitos de lectura, con el fin de generar en ellos no solo una agradable sonrisa y una gran satisfacción por encontrar lo que buscan y lo que les gusta, sino que se va a lograr la toma de buenas decisiones internamente, contribuyendo con el mejoramiento y apuntando al bienestar del mismo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS Y CIBERGRAFICAS

Biblioteca UGR Universidad de Granada (2009. Julio 04). Normativa de préstamo. Biblioteca UGR Universidad de Granada (en línea). [http://biblioteca.ugr.es/pages/biblioteca\\_ugr/normativa/prestamo](http://biblioteca.ugr.es/pages/biblioteca_ugr/normativa/prestamo)

CN Crece Negocios (2013. Abril 10). Fidelización de Clientes. CN Crece Negocios. (en línea). <http://www.crecenegocios.com/la-fidelizacion-de-clientes/>

Definición de Planteamiento. (en línea). <http://definicion.de/planteamiento/#ixzz2PoJUL1HT>

García Valcárcel, Ignacio. CRM, gestión de la relación de los clientes. Editorial. Fundación Confemetal.

Lavado Pérez, María Olga. Las ¿Qué es esto de las TIC? TIC y la Enseñanza de Lenguas. Mi página de recursos TIC para ELAO, filología y traducción. (en línea). [http://www.actiweb.es/olgalavado/las\\_tic\\_y\\_la\\_enseanza\\_de\\_lenguas\\_.html](http://www.actiweb.es/olgalavado/las_tic_y_la_enseanza_de_lenguas_.html)

Mc Graw Hill, 2000. Definición de conceptos claves tratados durante la realización de este proyecto.

Ministerio de Cultura, República de Colombia. Planes ¿En qué consiste el Plan Nacional de Lectura y Bibliotecas? (en línea). <http://www.mincultura.gov.co/?idcategoria=20999>

SENA. Definición Aportes Parafiscales. Contenidos Empresarios. Distrito Capital, SENA. (en línea). [http://distritocapital.sena.edu.co/empresarios/Contenidos\\_empresarios/parafiscales.html](http://distritocapital.sena.edu.co/empresarios/Contenidos_empresarios/parafiscales.html)

Caja de Compensación Familiar Comfenalco Antioquia. Bibliotecas. Disfruta de nuestra Red de Bibliotecas. (En Línea). [www.comfenalcoantioquia.com](http://www.comfenalcoantioquia.com)

## **ANEXOS**

**Anexo A Comfenalco Análisis Cualitativo Datos Históricos**

**Anexo B Comfenalco Análisis Cuantitativo**

**Anexo C Comfenalco Programas y Servicios en 30 de Historia**

**Anexo D Crecimiento de Usuarios Atendidos hasta año 2010**