

Librería Virtual “Paraíso del Libro”

Virtual bookstore “Paradise of the Book”

**Mélida Mota Morillo, Nelson Ortega
Tiburcio y Velladaris Corcino Galván**
Universidad Autónoma de Santo Domingo

Fecha de recepción: 15/05/2022
Fecha de aceptación: 10/06/2022

Resumen

La propuesta de una librería virtual para universitarios y personas interesadas no solo consiste en la implementación de una librería sino sobre todo en la creación de un modelo de negocio lucrativo. El beneficio con respecto a los clientes resulta de la posibilidad de adquirir los libros de su interés a través de pedidos que se realizarán por medio de la plataforma Wix que se creará para estos fines. Otros recursos como Instagram, redes y páginas web servirán para que los clientes tengan fácil acceso al catálogo de la tienda y a las novedades que surgirán de modo permanente. La propuesta contempla algunos detalles de interés como el perfil del personal que estará a cargo de la librería, el sistema de pago que se va implementar y las plataformas que se usarán para difundir los datos e informaciones de esta tienda virtual.

Palabras clave

Exposición, alfabeto, historia de las letras

Abstract

The proposal of a virtual bookstore for university students and interested people not only consists of the implementation of a bookstore but above all in the creation of a lucrative business model. The benefit with respect to clients results from the possibility of acquiring the books of their interest through orders that will be made through the Wix platform that will be created for these purposes. Other resources such as Instagram, networks and web pages will serve so that customers have easy access to the store's catalog and to the news that will appear permanently. The proposal contemplates some details of interest such as the profile of the personnel that will be in charge of the bookstore, the payment system that will be implemented and the platforms that will be used to disseminate the data and information of this virtual store.

Keywords

Exhibition, alphabet, history of letters

1. INTRODUCCIÓN

Este proyecto consiste en la implementación de una librería, la cual tendrá una finalidad netamente lucrativa. Sin embargo, se pretende también, beneficiar al público y al estudiantado, brindándole la posibilidad de adquirir los libros de su interés a través de pedidos que se realizarán por medio de la plataforma Wix que se creará para estos fines.

Por otro lado, se sustentará de una cuenta de Instagram la cual servirá para que los clientes puedan ver en el catálogo la colección de libros. Por lo que, además, la librería dispondrá de un personal cuya función principal es la de manejar en todos los aspectos el funcionamiento del negocio valiéndose de los recursos tecnológicos y económicos necesarios para que este proyecto sea posible.

De este modo, el principal objetivo consistirá en crear un negocio que nos permita beneficiarnos económicamente por medio de la venta de libros.

Además, nuestros objetivos específicos son proporcionar un espacio en el que cualquier persona pueda tener acceso a los libros que estén a la venta, así como ofrecer la facilidad de informaciones y servicios que cumplan con las exigencias de todos los clientes.

La importancia de la comercialización de libros de forma virtual es que podemos realizar y agilizar la venta de los libros que tenemos a disposición en nuestro inventario. Esto le permite al cliente la facilidad de hacer pedidos desde cualquier lugar con solo acceder a nuestra cuenta de Wix. Todo el proceso comercial para los fines de compra y venta de libros será a través de la cuenta. Por otra parte, es de vital importancia porque los clientes pueden usar métodos de pagos en línea como son transferencias electrónicas y pagos con tarjetas de crédito sin la necesidad de pagar de forma física.

Este tipo de librería brinda a los clientes un mejor control de su tiempo. Evitando retra-

tos, teniendo una mejor organización y control de su día a día. Vivimos en un mundo que va muy de prisa, por ende, debemos ir buscando la manera de realizar nuestras labores y rutinas de una forma más simple donde el cliente se pueda sentir a gusto con el servicio brindado a través de nuestra cuenta. Sabiendo que la tecnología cumple un papel fundamental para el crecimiento de los negocios y conocimiento de los clientes.

2. DESARROLLO

2.1 Aspectos teóricos

Las librerías virtuales tienen la capacidad de realizar su proceso de comercialización sin tener un espacio físico, lo que permite ahorrar bastante en materia de gastos y a su vez beneficia a los clientes en adquirir libros desde cualquier lugar. Este tipo de librerías permite disminuir los tiempos de pedido a los proveedores, así como también los tiempos de entrega de libros a los clientes. Llevan un mejor control del inventario y poseen un historial de los clientes. (Diaz, Sanchez y Schmal, 2002).

Las librerías virtuales pueden tener un gran impacto para muchas comunidades. Por ejemplo, existen algunas librerías virtuales que han emprendido con el propósito de vender libros utilizados por distintos centros educativos, facilitando a los padres la adquisición de libros solicitados por estos. Un ejemplo: es una librería dominicana la cual tiene una plataforma virtual llamada www.libreria123.do esta distribuye libros a un total de 169 colegios dominicanos. (López, 2015).

Las ventas realizadas por la comercialización de libros con el paso de los años continúan en aumento. Esto se puede apreciar en todo el ámbito producto del desarrollo tecnológico que estamos viviendo. Además, para el año 2020 producto de la pandemia por Covid-19, empresas como Buscalibre una librería virtual que tiene la misma metodología de trabajo como nuestra librería, realizó un estudio de merca-

do arrojando que sus ingresos aumentaron un 82% muy por encima de lo vendido en el año 2019. Esto nos da una buena percepción de nuestro proyecto de investigación porque puede tener un gran impacto en su desarrollo económico, debido a que el comercio electrónico se ha desarrollado bastante bien. (27 de agosto 2021). Colombia: ventas de libros en línea ha crecido un 82%. Portafolio.

Escritores como Blas Campomanes, L. señala que las bibliotecas virtuales a través del internet es un sistema innovador de educación y ha permitido mejorar la comunicación de los estudiantes, incentivando el aprendizaje interactivo. Esta referencia nos da mayor confianza para seguir en marcha con nuestro proyecto. Las bibliotecas virtuales sirven para el intercambio de conocimiento sin importar el lugar donde se encuentre el usuario, también las librerías virtuales estarán al alcance de todo aquel que desee la adquisición de un nuevo libro. (Blas Campomanes, 2019)

Las librerías virtuales deben contener bien detallado un catálogo de libros, con esta opción los clientes podrán tener un desglose de los libros publicados para las ventas. Una tienda virtual debe tener como objetivo desarrollar una aplicación web que permita la publicación del catálogo de productos. Los clientes pueden registrarse y realizar sus compras de aquellos productos que deseen. (Ferraroni Serra, 2021).

Los recursos económicos son de vital importancia para nuestra librería, por tal razón debemos hablar de los métodos de pagos utilizados por la empresa para que el cliente pueda realizar la entrega de fondos monetarios por la adquisición del libro. Ferraroni Serra señala que el método de pago con tarjeta de crédito es una gran ventaja porque los compradores y vendedores tienen las herramientas necesarias para validar todo el proceso de pago a través de este método. En nuestro caso podemos aplicar otros métodos como son las transferencias entre cuentas y pago en efectivo.

El mismo autor hace referencia que para realizar un tipo de negocio en esta rama, debemos tener una buena inversión en tecnología. Esto ayudará a mantener una plataforma bien estructurada en cuanto contenido y distribución de los materiales en nuestro catálogo de productos. Brindando la facilidad a los clientes de realizar búsqueda de los productos sin tantas complicaciones.

Una buena relación con los clientes fortalece el negocio. A través de ellos podremos tener el éxito como emprendedores ya que son la parte más importante de nuestro proyecto de investigación. Nuestros clientes son el motivo principal de crear una librería virtual. De esta manera podrán adquirir el producto de forma más simple, con tiempo de entrega muy corto comparándolo con las demás librerías de igual envergadura.

La comunicación es parte importante para persuadir a los clientes. Una investigación realizada señala que hablar lo que el cliente quiere escuchar, pero a tónica atractiva, además apuntar directo hablando con originalidad infunde sentimientos altos, de esos que elevan la autoestima de la persona. (Ramírez Gómez, 2015).

En el mismo ámbito del servicio al cliente, en este punto haremos referencia a los clientes virtuales. El responsable de administrar los mensajes que recibe un negocio debe ser alguien capaz de decodificar o interpretar los mensajes recibidos por la clientela, así como de tener suspicacia para dar una respuesta cierta al cliente y que lo amerite el momento. Alcanzar una comunicación es el objetivo más apremiante para todo negociador virtual, y que con dicha claridad es factible mostrar un mayor grado de empatía, para tener un proceso comunicativo de forma exitosa los encargados del negocio ya sea virtual o físico debe mostrar siempre empatía según (Peña, 2020).

Las librerías virtuales proporcionan y venden publicaciones principalmente libros, pero también revistas, libros electrónicos a través de

internet. Disponen de uno o varios dominios en la web, un desarrollo informático que permite el acceso a sus bases de datos biográficas, propias o importadas de terceros. Las librerías físicas han creado una extensión del negocio colaborando con la informática, buscando alcanzar más público sobre todo aquellos que no se encuentran dentro de su misma comunidad. (Hernández, M.).

El desarrollo de la tecnología en los últimos diez años ha sido bastante notorio, uno de los grandes desarrollos lo podemos notar en la evolución de los dispositivos móviles (smartphones), estos aparatos utilizados en su inicio para la recepción y envío de llamadas, así como mensajes de textos, hoy en día son los más utilizados por las personas, por las grandes ventajas que poseen debido al crecimiento tecnológico. Podemos realizar una variedad de funciones incluyendo compras virtuales. En tal sentido muchas librerías virtuales ejercen las ventas de productos utilizando aplicaciones o Apps para dicho proceso. TFG han diseñado y desarrollado una aplicación web y aplicación móvil para smartphones dotados con el sistema operativo de Android, cuya funcionalidad principal será permitir la compra y venta o donación de libros mediante el uso de dinero virtual. Para el desarrollo de éste, se ha empleado el modelo de prototipo y se ha hecho uso del lenguaje de programación Java.

En el caso de la web, se ha hecho uso de CSS, HTML y JavaScript para crearla. Para desarrollar la aplicación móvil, se han empleado las librerías propias de Android, que facilitan la creación de interfaces gráficas y la gestión de los recursos de los dispositivos en el desarrollo de aplicaciones móviles. Para poder almacenar los datos necesarios para llevar a cabo este proyecto, se ha empleado el sistema de gestión de base de datos con soporte SQL, MySQL. (Montávez Roldan, 2018).

El libro ha sido durante el paso del tiempo el objeto tradicional utilizado para comercializar historias, sentimientos, opiniones e ideas. En

la actualidad se encuentra frente a una de sus más interesantes transiciones. La emergencia de las tecnologías digitales ha marcado un antes y un después en la industria del libro. En estos últimos años, se ha producido un cambio radical proporcionado fundamentalmente por la expansión del internet y por diversos factores que han surgido creando la sociedad de la información.

No cabe duda de que la sociedad de la información se nos presenta, a grandes rasgos, como una nueva fase en la evolución humana, en la que apenas estamos empezando a adentrarnos, cuyo origen y fundamento se encuentran en espectacular desarrollo y uso creciente de los sistemas electrónicos de información y comunicación.

En cuanto a algunos antecedentes significativos, a través de la lectura detenida del artículo basado en el desarrollo de un prototipo de Librería Virtual, nos enteramos de que librería Universo Libros realiza todo el proceso de ventas y atención de clientes dentro del establecimiento, por lo que su actual sistema de ventas hace que la librería este perdiendo el potencial mercado que realiza compras vía comercio electrónico. El propósito de este proyecto consiste en desarrollar el prototipo de sitio Web que permita realizar comercio electrónico y así lograr un aumento en las ventas de la librería.

Con este objetivo, se consideran los criterios de Arquitectura de Información y los Estándares de Calidad en la construcción de software, ISO 9126, con el fin de realizar las ventas a través de Internet, medio de comunicación global, de bajo costo, de fácil uso y accesible a un número considerable de personas y que son potenciales clientes de la Librería Universo Libros.

Dicho sitio permite mejorar el proceso de atención de los clientes, reduciendo el costo de oportunidad de los lectores al momento de cotizar o comprar. El cliente elige dentro de una amplia gama de categorías el libro a adquirir o reservar. El sitio permite a la librería redu-

cir los tiempos de pedido a los proveedores, así como también los tiempos de entrega de libros a los clientes, llevar un mejor control del inventario y tener un historial de los clientes.

Que tata sobre una librería virtual dedicada a textos y útiles escolares, se nos dice que sin ánimo de lucrarse y pensando cómo facilitarles esta tarea, Colered, una comunidad que agrupa 169 colegios privados de República Dominicana puso en línea este año la tienda www.libreria123.do. Este espacio virtual les ayuda a seleccionar los materiales y su administración los envía a domicilio. Y le pusieron este nombre a la página porque, como explica Arlene Bencosme, gerente general de Colered, es muy fácil entrar y comprar.

“Se hace en un dos por tres. Pides en línea y recibes a domicilio en un tiempo de uno a cinco días tu compra en cualquier punto del territorio nacional”, afirma. ¿De qué forma la librería facilita el proceso? Si bien esta tienda no es pionera en ofrecer este servicio, Bencosme asegura que tiene interesantes novedades, y trabaja con las listas de los colegios asociados.

Explica que Colered ya cuenta con 60 colegios integrados a la librería. “Esos colegios ya tienen su lista de libros insertada. Cuando entras a la página, si el colegio de tus hijos está en ese listado le das click al colegio y este te lleva a un menú donde pones los cursos y automáticamente te carga a un carrito de compras con los libros, los cuadernos y los útiles complementarios que ese colegio solicitó”.

El tutor revisa, quita lo que desea o y si está de acuerdo realiza el pago correspondiente. Según Bencosme, este sistema de cargar el carrito automáticamente no existía en una tienda virtual. “Es algo novedoso. En las tiendas virtuales tienes que ir producto por producto llevándolo al carrito, en este caso no”.

Si el colegio donde estudian tus hijos no aparece en el listado, simplemente vas a la librería, seleccionas el curso y la propia librería te da las sugerencias de los libros propuestos para

ese curso. “Lo hicimos para facilitarles la vida a los padres, de manera que puedan comprar a la hora que quieran, de día o de noche. Eso, más la facilidad de llevarles el pedido a la casa y de evitarles que anden de tienda en tienda”.

3. Procedimientos. Desarrollo y Logística

Para conseguir que la librería virtual sea una realidad, necesitamos gestionar un tipo de personal especializado, un modelo de gestión económica y un sistema de venta competitivo, adecuado a la propuesta, para así tener éxito.

3.1 Personal

Un coordinador: Se encargará de gestionar todo el personal y de que el negocio marche bien.

Un programador. Este tendrá la función de crear las cuentas en las plataformas (Wix e Instagram) que nos permita la publicación y promoción de los libros que estén a la venta.

Un técnico. Tendrá la función de solucionar los problemas que tengan que ver con el sistema y darles mantenimiento a las plataformas.

Responsable de la colección de libros. Esta es la persona que hará el contacto con las librerías que nos proporcionarán el producto y la que clasificará todos los productos de acuerdo con su categoría en el catálogo.

Encargado del envío de los libros. Será nuestro distribuidor, se relacionará con los medios de transporte para hacerles llegar los pedidos a nuestros clientes en cualquier parte del país.

3.2. Gestión económica

3.2.1 Recursos económicos

Para iniciar este proyecto desde cero debemos tener en cuenta que es necesario obtener aportes económicos por cada uno de los miembros fundadores del negocio. Utilizando este método se forma una sociedad institucional que beneficia a los accionistas con el pago de dividendos

anuales producto de las ganancias obtenidas en la librería. Otro método para implementar sería el financiamiento de recursos económicos a través de una entidad bancaria tomando préstamos Pymes, término utilizado para pequeñas y medianas empresas. La librería tendrá una cuenta bancaria empresarial, la cual será abierta bajo la autorización de los miembros de la empresa donde estos puedan administrar el efectivo en forma conjunta.

Los métodos de pago de los clientes podrían ser por transferencias electrónicas bancarias, pago con tarjetas de crédito, depósito en efectivo, entre los medios más usuales.

3.2.2 Catálogo

Nuestro catálogo de producto contará con todos los libros ofertados por la librería, donde los clientes podrán seleccionar el producto de su preferencia. Este proceso será fácil para ellos debido a que nuestra librería al ser manejada por una cuenta de Wix y otra de Instagram, en ambas cuentas los clientes podrán acceder y ver cada uno de los libros en las imágenes publicadas en nuestro perfil, además cada una de ellas contará con una breve descripción del producto para motivar el interés de compra de nuestros clientes.

En el mismo ámbito el cliente podrá acceder a un catálogo virtual el cual estará disponible en nuestra cuenta de Instagram, donde habrá un enlace con acceso directo a nuestro catálogo virtual, de esta forma los futuros compradores podrán encontrar las informaciones sobre los libros de una manera fácil y precisa como son los precios, características e informaciones generales sobre el producto. El catálogo estará dividido por diferentes tipos de libros como son: de literatura, economía, superación personal, historia, ciencia, infantiles, etc.

3.2.3 Procedencia y diseño de las plataformas

Nuestros productos proceden de otra librería, a la que se nos permite comprar al por mayor

puesto que funciona, en cierta medida, como distribuidora, y de la que obtenemos productos de mucha calidad y especial rareza, en comparación con la competencia nacional que se nos presenta en este negocio (esto debido a que dichos libros proceden de España, fabricados por casas editoriales de alto prestigio tales como Altaya, Círculo de Lectores, Vergara, Gredos, Edaf, etc. Todas ellas, en bancarrota hoy día; lo cual quiere decir que son productos limitados, y eso eleva su valor comercial).

La librería virtual pretende hacer constar de su existencia a los interesados en el mundo libresco. Para ello se ha buscado asentarla en dos sitios distintos: Wix e Instagram.

Si bien la cuenta por la que los clientes realizarán sus compras es Wix, la cuenta de Instagram sigue siendo importante. Su existencia como cuenta secundaria está justificada por el hecho de que IG es una plataforma más mediática que Wix, por tanto, con ella es posible atraer más clientes al igual como hacerla un puente que conecte a los clientes que nos llegan de ella a la cuenta en la plataforma Wix.

• Cuenta de Instagram

Los pasos que se llevarán a cabo se indican a continuación:

1. Escoger un nombre y una foto para la cuenta de Instagram con la que realizaremos gran parte de nuestra labor.
2. Especificar en el perfil el tipo de obras que se ofrecen al consumidor.
3. Subir todo el material en venta de que se dispone, así como la información relacionada (biografía sobre el autor, sinopsis de la obra, características físicas de la edición, condiciones y costo de esta).
4. Al subir tales obras, con el objetivo de adquirir público y posibles clientes usaremos hashtags que logren un equilibrio temático entre el contenido que subimos y lo que atrae más seguidores.

5. Para conseguir seguidores con presteza y sin invertir dinero, iremos de “caza.” Se trata de una técnica comercial un poco cínica, pero efectiva. Pagaremos por promoción y así nuestra voz llegará a más oídos. Nos acercaremos a los ambientes donde se reúnen lectores, escritores y bibliófilos (facultades universitarias relacionadas con los materiales de que disponemos, grupos de redes sociales)

• Plataforma Wix

Según la página Ecdisis.com, Wix sirve para crear y diseñar sitios web sin ser experto en el área pero con la calidad de un profesional. Esto es ideal para los que inician un negocio, pues pueden crear su sitio, tienda o blog sin costo alguno y con mucha facilidad.

Una vez accedemos a la plataforma Wix, nos registramos. Tras registrarnos la plataforma nos

lleva a un asistente paso a paso que nos guiará en el proceso de creación de nuestra tienda online. Dicha guía es casi completa y la plataforma de por sí es fácil de utilizar, por lo que apenas nos será necesario acudir a un video instructivo en YouTube sobre cómo usar esta plataforma con la finalidad de abrir una tienda virtual.

Para aceptar pagos online con Wix debemos hacer Upgrade de nuestra tienda virtual a un Plan Premium. Específicamente, el Plan Business (Básico), que es el que acepta pagos online (entre otras cosas), y exige un pago de diecisiete dólares al mes. Wix permite distintos métodos de pago y proveedores. Utilizaremos el método de pago por tarjeta de crédito.

Wix no cobra comisión por ninguna venta a menos que sean ventas realizadas a través de Wix Events (el cual no es nuestro caso).

4. BIBLIOGRAFÍA

- Blas Campomanes, L. (2019). *Diseño de una biblioteca virtual para la I.E. Virgen del Socorro – Pomabamba*; 2018. (Tesis de grado). Perú: Universidad Católica los Ángeles, Chimbote.
- Colered (s.f.). <https://yellow.place/es/colered-santo-domingo-dominican>
- Díaz, J., Sánchez, C. & Schmal, R. (2002). Chile, Talca. Universo Libros, 85. <http://dspace.otalca.cl/handle/1950/519>
- Ferraron Serra, Xavier. (2021). *Tienda virtual Qkdas art*. Universitat Oberta de Catalunya (UOC) <http://hdl.handle.net/10609/127267>
- López, Y. (2015). Una librería virtual de textos y útiles escolares. *Listín Diario*. <https://listindiario.com/la-vida/2015/09/08/387259/una-libreria-virtual-de-textos-y-utiles-escolares>
- Montávez-Roldán, L. (2010). La empresa virtual, un nuevo esquema de negocios en la red. *Revista Digital Universitaria*, 11, 10. <http://www.revista.unam.mx/vol.11/num10/art98/index.html>
- Peña, A. (2020). *Atención al cliente: El desafío de tangibilizar la virtualidad*. <https://es.linkedin.com/pulse/atenci%C3%B3n-al-cliente-el-desaf%C3%ADo-de-tangibilizar-la-virtualidad-pe%C3%B1a>
- Plataforma Ecdisis.com, *Wix*. <https://ecdisis.com/que-es-wix-y-para-que-sirve/>.
- Ramírez Gómez, D. (2015) *Cómo persuadir a tu cliente*, <https://davidgomez.eu/como-persuadir-a-tu-cliente/amp/>
- Silvia, M. y Zamith, E. (2021). Desmaterialización del comercio minorista: Experiencia de librerías en las dimensiones física y virtual. *Revista de Administración de Empresas, SciELO Brasil*. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11128>
- Nota de prensa (2018). Colombia: ventas de libros en línea ha crecido un 82%. *Portafolio*. <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/venta-de-libros-en-linea-ha-crecido-82-555634>