**Autores: Brayan Esneider Alvarez Valencia**

**Juan Pablo Murcia Cortes**

**Planteamiento del problema**

La empresa El Mundo de Los Libros es una librería constituida legalmente en el municipio de Florencia-Caquetá localizada en la cuadra entre el Edificio Curiplaya y el parque San Francisco, se encuentra inmersa en un sistema comercial de venta de productos, también en un sistema educativo al contribuir en el conocimiento.

La empresa se encuentra ubicada en un sector comercial con ubicación estratégica para la venta de sus productos, pero también con un alto número de competencia comercial, a cada lado de la tienda hay otra librearía, algunas librerías cuentan con contratos de exclusividad para la venta de algunos textos, tal es el caso de algunos libros de LEGIS los cuales solo pueden ser vendidos una única librería en la ciudad, esto genera una decadencia en el aumento de clientes, pues este tipo de textos se consultan con mucha frecuencia y para infortunio de la empresa no cuentan con ello.

Existen situaciones problemáticas para la empresa hasta el momento sin resolver como la poca disponibilidad de los proveedores al momento de adquirir un libro, pues la prioridad está orientada hacia los compradores mayoritarios y El mundo de los libros, no es uno de ellos. El problema menos controlable, son los fenómenos naturales, este es el caso particular de la lluvia, en época de lluvia las ventas disminuyen, muy pocos clientes salen de su casa a comprar un libro mientras en la calle hay un aguacero.

La tecnología ha avanzado desde la Revolución Industrial a pasos agigantados, actualmente es posible realizar un sin número de operaciones y transacciones con el apoyo de las TIC, el comercio de productos ya no es solo físico y las grandes distancias entre vendedor y comprador no son un impedimento para comerciar, en la actualidad para la mejora de comercialización de productos y servicios prima el Marketing Digital.

El Marketing digital o mercadotecnia online, es el uso de Internet y las redes sociales con el objetivo de mejorar la comercialización de un producto o servicio. Es importante anotar que el marketing digital es un complemento del marketing tradicional no un sustituto. (Mejia, 2017)

La empresa actualmente vende sus productos en un local físico, al cual no le faltan condiciones adecuadas para realizar la actividad comercial ejercida, aunque las ventas son las suficientes para el auto sostenimiento, las ganancias podrían ser mayores opinan los propietarios,  la falta de interacción con el marketing digital evita el aumento de posibles ganancias financieras para la entidad y una mejor gestión de información, también se pierde un aumento en la credibilidad y mejorar sus comunicación con los clientes (Staff, 2017) entonces, teniendo en cuenta el desarrollo actual del comercio electrónico, esta es una gran salida para la venta de productos y servicios ¿Cómo puede la empresa hacer uso de estas tecnologías para aumentar sus ventas?

Desarrollo del Proyecto

Se trabajará bajo una arquitectura MVC (Modelo vista controlador) separando la interfaz de usuario de los datos y controlando todos los eventos de interacción que tiene el sistema(Rafael, 2016). Las herramientas para la elaboración del aplicativo web será, Visual studio 2015 un entorno de desarrollo que cuenta con varios lenguajes de programación (C#, C++, Python, Java) y cuenta con un ambiente de trabajo con tecnología ASP.NET, MVC, HTML5 etc, (Anais, 2016).

Para gestionar el tiempo que se elaborara el proyecto se desarrolló un cronograma de trabajo desglosándo en tres etapas principalmente, la primera se llama “Copy Writing” donde se incluirá los requisitos del sistema, contenido de la página, Wireframe, límites y alcances, la segunda etapa se llamara “programming” será la realización de los requerimiento, como la estructuración, la codificación, y su funcionamiento, por último la etapa “Design”, programar y diseñar la interfaz grafica para ser entregado como producto final.

**BIBLIOGRAFIA**

Mejia, J. C. (30 de Mayo de 2017). *JuancMejia*. Obtenido de https://www.juancmejia.com/marketing-digital/que-es-el-marketing-digital-su-importancia-y-principales-estrategias/

Anais, C. C. A. (2016). DESARROLLO DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE LOGÍSTICA DE SALIDA: DESPACHO DE MERCADERÍAS POR MEDIO SERVICIOS WEB.

Rafael, E. L. Á. (2016). ESTRATEGIA INFORMÁTICA CON ARQUITECTURA MVC Y RESPONSIVE WEB DESIGN EN LA GESTIÓN DE DATOS DE LOS PACIENTES DEL HOSPITAL MATERNIDAD BABAHOYO EN EL ÁREA DE ESTADÍSTICA., (c), 1–4. https://doi.org/10.15713/ins.mmj.3

​**Staff, Entrepreneur. 2017.** Entrepreneur. [En línea] 17 de Marzo de 2017. [Citado el: 09 de Mayo de 2018.] https://www.entrepreneur.com/article/290800.