



ESTUDIO INICIAL

EQUIPO DE TRABAJO

BOSIO, FRANCO

MARC, FLORENCIA

MONTIVERO, ESTEFANIA

STRASORIER, ARIEL

VILLANUEVA, MICHAEL JORDAN

ÍNDICE

Historial de revisión del documento	2
Introducción	3
Análisis del mercado actual	4
¿Cómo se consigue un libro?	4
¿Cómo se publica un libro?	4
Análisis de Competencia	5
Necesidades y Problemas	8
Oportunidades	8
Propuesta y Objetivo	9
Estrategia de Inserción en el Mercado	9

Historial de Revisión del Documento

Número de Versión	Fecha	Actor/es	Descripción
0.1	04/04/2021	Bosio, Franco; Villanueva, Michael; Marc, Florencia; Strasorier, Ariel; Montivero, Estefania	1er Borrador
0.2	11/04/2021	Bosio, Franco; Villanueva, Michael; Marc, Florencia; Strasorier, Ariel; Montivero, Estefania	2do Borrador
1.0	04/05/2021	Bosio, Franco; Villanueva, Michael; Marc, Florencia; Strasorier, Ariel; Montivero, Estefania	1er Entrega

Introducción

En el siguiente documento se desarrolla el Estudio Inicial de la propuesta a llevar a cabo en la asignatura Proyecto Final de la carrera de Ingeniería en Sistemas de Información, de la Universidad Tecnológica Nacional – Facultad Regional Córdoba.

Dicho documento tiene como fin dejar en claro cuál es el objetivo del proyecto, su ámbito de aplicación y a quién va dirigido.

El proyecto abordado brinda a los integrantes del equipo la oportunidad de aplicar los conocimientos adquiridos en años anteriores de la carrera, sumados en este nuevo desafío con el desarrollo de este proyecto.

Análisis del mercado actual

El mercado en el cual se encuentran hoy en día los libros, es un mercado anticuado, lento y costoso, en el cual los libros consumen grandes cantidades de papel, producto de la tala de grandes bosques, teniendo un impacto negativo al medio ambiente. Esto implica que las personas que posean un interés o preocupación por el medio ambiente van a tener una mayor predisposición de adquirir un libro electrónico o audiolibro.

Los plazos de producción y puesta en marcha de un nuevo libro son procesos largos en los cuales se incluyen revisiones, informes comerciales, corrección de estilos y ortografía, maquetación, creación física, etc. Con lo cual gran parte de esos procesos se puede simplificar y hasta eliminar en un libro electrónico ofreciendo rápidamente el producto a manos de los clientes más ansiosos como son el mercado adolescente y adulto.

Otro aspecto muy importante a destacar es el capital que hay que invertir a la hora de publicar un libro, el proceso de producción del libro conlleva una gran cantidad de recursos y tiempo lo que deriva en grandes costos que normalmente se tiene que hacer cargo la editorial, lo que deriva en que solo algunos libros, previamente seleccionados, puedan ver la luz del día. En este aspecto en un libro electrónico no existe tal filtro sino al contrario la mayoría de los escritores van a poder encontrar un lugar donde publicar y beneficiarse de sus libros.

¿Cómo se consigue un libro?

En cuanto al mercado de libros físicos en papel, hoy en día éstos se consiguen principalmente de dos formas: en librerías dedicadas a su venta en donde una persona que quiere adquirir un libro se dirige a una de ellas para comprarlo, o en ciertas páginas web que los comercializan para luego mandarlos por correo. En el primer caso, cabe aclarar que a diferencia de una página en donde la búsqueda es personalizada, allí posiblemente necesitará de la ayuda de algún empleado/a que le indique dónde buscar cierto título o sección solicitada y que consultará si posee cierto libro o no en stock.

Luego, en cuanto al mercado de otras aplicaciones que ofrecen catálogos de libros online, el proceso generalmente comienza con la descarga de la misma, y luego al abrirla se desplegarán las diferentes secciones en las que está dividida como por ejemplo: lectura, biblioteca, tienda, audiolibros y búsqueda. Ésta última será muy útil en el caso que se busque un libro en particular, en donde se ingresará el nombre o autor del mismo y al encontrarlo se verán las diferentes opciones que puede ofrecer ya sea descarga gratuita o compra, lo cual almacenará el libro en el dispositivo para poder leerlo.

¿Cómo se publica un libro?

Para realizar la publicación de un libro, ya sea físico o virtual, el primer paso es el proceso de escritura. Esta es una de las etapas más largas del proceso y que lleva la mayor cantidad de esfuerzo. Una vez finalizado el manuscrito el autor debería realizar una revisión hasta sentirse a gusto con lo que lee, la cantidad de revisiones depende de cada autor, Una alternativa es ponerse en contacto con otros escritores para pedir opiniones.

Una vez finalizado el proceso se debe contactar con un editor para obtener una opinión profesional desde su punto de vista, el cual va a decidir si el libro tiene potencial de éxito. El editor

puede solicitar cambios al escritor. Luego pasa por un corrector de estilo, el cual se encarga de la gramática, sintaxis e incorrecciones. Por otra parte se comienza a realizar el diseño de las cubiertas.

Finalmente se realizan dos correcciones ortográficas con el fin de eliminar todos los errores y problemas tipográficos posibles. Una vez realizado este proceso el libro ya puede ser creado en formato digital e iniciar las gestiones legales referentes al ISBN (International Standard Book Number). Para realizar las gestiones de ISBN impreso se deben conocer la cantidad de páginas, y para ISBN digital se debe conocer el formato de archivo (Epub, Mobi, Pdf). Una vez realizada la gestión legal, el libro puede ser impreso (en caso de que sea físico) y puesto a la venta.

Análisis de Competencia

Las siguientes empresas que se analizan, se han elegido en base al dominio e importancia que poseen en el mercado actualmente estos son:

- **Scribd**
 - más de 80 millones de usuarios
 - usado en más de 100 países



Ventajas	Desventajas
Gran cantidad de libros y revistas	No todos los textos tienen su versión en audio
Posee audiolibros	Límite de libros mensuales
Modelo por suscripción	
Publicaciones editoriales e independientes	

- **Google books:**

- más de 1,791,488 millones de usuarios



Ventajas	Desventajas
Precios accesibles	No todos los libros tienen versión en audio
Posee audiolibros	Los libros comprados sólo pueden leerse en la App
Muestras gratuitas de millones de libros	Software de lectura difícil de activar
Lectura sin conexión	
Permite realizar anotaciones sincronizadas a Google Drive	
Modo oscuro	

- **Kindle:**

- Más de 1,510,216 millones de usuarios
- Alcance global



Ventajas	Desventajas
Posibilidad de buscar definiciones de palabras	Desigualdad de poder adquisitivo entre países
Búsqueda dentro del libro	No posee audiolibros
Marcadores y notas sincronizadas entre dispositivos	
Disponibilidad multiplataformas	
Lectura en navegador web	

- **Wattpad**

- Más de 70 millones de usuarios
- 50 idiomas
- Alcance global



Ventajas	Desventajas
Modelo suscripción/anuncios	No posee libros publicados por editoriales
Permite publicación de obras independientes	No posee audiolibros
Posibilidad de lectura offline (sólo mediante suscripción)	Gran parte de las obras publicadas son de baja calidad o “fanfics”
	Gran cantidad de publicidad luego de leer algunos capítulos
	Sólo permite descargar 2 libros para leer off-line

- **Apple Books**

- Más de 900 millones de usuarios apple
- Alcance global



Ventajas	Desventajas
Gran selección de obras publicadas	Solo disponible en dispositivos Apple
Pequeña selección de libros gratuitos	Precios elevados
Posibilidad de regalar libros	No posee acceso por navegador web

- **Audible**

- Millones de usuarios
- Alcance global



Ventajas	Desventajas
Acceso gratuito con Amazon Prime	No provee acceso a obras escritas
Modelo por suscripción	El precio de suscripción es superior al de sus competidores
Acceso a audiolibros	
Obras originales	

Impulsos

Necesidades y Problemas

Analizando a la sociedad hoy en día notamos una gran necesidad de obtener los productos en el mismo momento en que el cliente lo solicita, vivimos en una sociedad en donde la velocidad con la que satisfacemos las necesidades del cliente es crítica.

En un nicho tan tradicional como son los libros, la rapidez con la que un cliente pide un libro y este es entregado no cumple con las expectativas que demanda la sociedad, sobre todo en áreas de baja densidad poblacional, en las cuales generalmente no existen librerías y, para adquirir un texto, se deben realizar viajes, algunas veces de larga distancia, sin tener la seguridad de que se podrá conseguir el libro buscado.

Por otra parte los costos, tanto de compra como de publicación y distribución, suelen ser elevados y muchas veces impiden el acceso a libros o, en casos de los escritores, les impide publicar libros en los cuales han puesto años de esfuerzo y dedicación.

Oportunidades

Con la aparición de los libros electrónicos y mediante la tecnología, se ha facilitado mucho el acceso a los títulos preferidos de los aficionados de la lectura sin la necesidad de dirigirse a una librería. No solamente se ahorra mucho espacio físico, sino que también se contribuye al medio ambiente, teniendo acceso a los libros con un par de clicks en nuestra computadora o teléfono móvil.

Por lo tanto, lo que se busca es brindar una herramienta innovadora que organice y de acceso a este catálogo infinito de libros electrónicos que hay actualmente para los lectores mediante una suscripción, y a su vez permita a los autores independientes publicar sus obras y así tener un mayor alcance en el público lector en general.

Propuesta

Objetivo

Nuestro servicio se basará en captar la atención de lectores y escritores con el objetivo de generar una confianza y, a largo plazo, generar satisfacción brindando toda la información y las herramientas necesarias para que los usuarios puedan interactuar de forma fácil, segura y confiable, con el fin de mejorar continuamente la calidad de sus momentos de ocio a la hora de utilizar nuestro producto.

Brindando a diferentes tipos de personas acceso a libros y audiolibros en formato digital en base a una suscripción mensual, con un diseño amigable, que facilite la lectura y brinde apoyo a personas discapacitadas o con problemas de lecto-comprensión. También ofrecer un servicio de publicación libre a escritores independientes y profesionales.

Estrategia de Inserción en el Mercado

Actualmente para lograr la inserción del usuario final al producto se realiza a través de publicidades vía YouTube con videos explicativos mostrando las distintas funcionalidades de la aplicación y cuales son las ventajas de la misma. A su vez, se publica a través de Instagram por ser la red social más utilizada hoy en día. Se pueden utilizar herramientas como publicidades de instagram o google para dar a conocer la app y proveer acceso directo a la descarga en play store o a la página web, donde se informará al potencial usuario de que puede acceder a un mes de prueba gratuito.