



LA CASA DEL RELOJERO
EXPERIENCIAS QUE TRASCIENDEN EN EL TIEMPO

La Casa del Relojero
01/06/21

Universidad de Guadalajara (UdeG)
Centro Universitario de Ciencias Económico-Administrativas (CUCEA)
Academia de Negocios Electrónicos

Presente

Por este conducto, nos permitimos informar que el **Dr. Juan Mejía Trejo**, profesor de la asignatura de Negocios Electrónicos así como los estudiantes de la Licenciatura de Negocios Internacionales: **Ángel Jaramillo, Fernanda Aguilar, Bryan Alcaraz, Yunuen Chávez, Paola Miramontes**, participaron en forma activa en el proyecto: **“La Casa del Relojero”**.

Dicho proyecto se llevó a cabo de *Mayo a Junio del 2021*, cuyas actividades desarrolladas fueron:

1. Diseño de marca, logo y mensaje comercial (slogan).
2. Diseño e implementación de herramientas de mercadotecnia digital, tales como:
 - a. **Página web.**
“La Casa del Relojero”
<https://eduardovalle7.wixsite.com/lacasadelrelojero>
 - b. **Estrategias de publicidad SEM** (Publicidad Google)
 - c. **Redes sociales.**
“La Casa del Relojero”
<https://www.instagram.com/lacasadelrelojergdl>
<https://www.facebook.com/LaCasaDelRelojeroEventos>
 - d. **Canal de Video**
“La Casa del Relojero”
https://youtube.com/channel/UC-XUVPr3rDROwDO_s51dnw
3. Integrando finalmente el diseño e implementación de herramientas de **negocios electrónicos**, tales como:
 - a. ERP.
“La Casa del Relojero”
<https://app.bind.com.mx/Configuration/CFDIImporterV3#/xml>

Cabe señalar que de lo anterior, se nos entregó una descripción detallada que contiene la **propuesta del modelo de negocio** que soporta las herramientas antes mencionadas como paquete tecnológico de soluciones, a partir de un **manual de operación y mantenimiento**.

Por otro lado, destacamos también que los beneficios para nuestra organización, logradas por la implementación y medición del proyecto, se presentan como **mejoras sustanciales** en:

- La imagen y difusión de nuestra marca a partir de la distinción de la misma por su diseño y slogan con notoriedad y ventaja competitiva estimada en un 30%.
- La experiencia de nuestros clientes estimado en un 50%.
- La interacción con nuestros clientes potenciales y reales estimado en un 50%.
- La accesibilidad a nuestros productos y servicios a nuestros clientes estimado en un 40%.
- La publicidad, alcances estimado en un 40%.
- Las ventas estimadas en un 40%.

Se extiende la presente para los fines que convengan a los interesados.

DAVID HERNÁNDEZ RODRÍGUEZ
PROPIETARIO



FIRMA

Cel. 3821773664

e-Mail: david140903@hotmail.com

HERD7809144V6



LA CASA DEL RELOJERO
EXPERIENCIAS QUE TRANSCIENDEN EN EL TIEMPO

Generación y aplicación de conocimiento teórico-práctico

Zapopan, Jalisco a 1 de Julio de 2021

PROYECTO DE DESARROLLO TECNOLÓGICO: La Casa del Relojero

El proyecto es desarrollado para la Casa del Relojero de la Cd. de Guadalajara, Jal., fundada en el año 2000. la cual presta servicios de entretenimiento a través de un local y área de estacionamiento, servicio de snacks, área de juegos, organizadores de eventos infantiles y de adultos entre otros. Actualmente la empresa considera en estos momentos que realmente no se encuentra desarrollada en lo que a negocios electrónicos se refiere, pues esta no cuenta con una página web establecida, o una cuenta de YouTube o incluso en Instagram, que como bien sabemos, son plataformas que en la actualidad fungen un importante papel en el ámbito de las redes sociales e incluso, en cuanto a la mercadotecnia, pues en los últimos años, se han utilizado estas plataformas para comercializar productos o servicios. Las únicas herramientas digitales con las que cuenta son algunos perfiles en las redes sociales más conocidas, como es Facebook, en la cual no se tiene un óptimo uso, ya que se encuentra un poco descuidada, lo que no es suficiente para tener un adecuado desarrollo de los negocios electrónicos, es necesario que se le implementen nuevas herramientas que optimicen tanto la relación con los clientes como con los proveedores, al momento de establecer dichas estrategias se tendrá una mayor ganancia en distintos ámbitos.

De esta forma, el proyecto realizado se considera de **transferencia tecnológica relevante**, pues desarrolla la integración a **nivel teórico** los conceptos que comprenden la mercadotecnia digital y los negocios electrónicos permitiendo a **nivel práctico**, diseñar y habilitar **marca, logo y mensaje comercial (slogan), página web, estrategias de publicidad SEM, redes sociales de Instagram y Facebook, un canal de video YouTube, así como un ERP.**

Son utilizados los libros del propio líder del proyecto:

Mejía-Trejo, J. (2017). *Mercadotecnia Digital: Una descripción de las herramientas que apoyan la planeación estratégica de toda innovación de campaña web*. Editorial Patria.

Mejía-Trejo, J. (2019). *Fundamentos de Negocios Electrónicos. Teoría y Práctica*. BUK: México.

Mejía-Trejo, J. (2019). *Cómo diseñar e implementar APPS sin saber programar*. BUK: México.

El proyecto se documenta y entrega al usuario a través de un **paquete tecnológico** que los describe y soporta, con el resultado mejoras reconocidas por el usuario en la imagen y difusión de la marca a partir de la distinción de la misma por su diseño y slogan con notoriedad y ventaja competitiva estimada en un **30%**; la mejora de experiencia de sus clientes estimada en un **50%**; la interacción de clientes potenciales y reales estimado en un **50%**; mejoras en la accesibilidad de los productos y servicios a los clientes en un estimado del **40%**; mejora de la publicidad en un estimado del **40%**; incremento en ventas estimadas de un **40%**. Este caso se considera de éxito, demostrando la aplicación y generación de conocimiento teórico-práctico de mercadotecnia digital y negocios electrónicos, en el periodo de may-jun-2021.

Líder del Proyecto Dr. Juan Mejía Trejo profesor investigador CUCEA UdeG



Celular: 33-12809887; e-mail: jmejia@cucea.udg.mx; juanmejiatrejo@hotmail.com