



**Nombre del alumno:**

**Wendy Yarenni Gómez López**

**Nombre del profesor:**

**Lic. Lucero Del Carmen García  
Hernández**

**Nombre del trabajo:**

**Mapa conceptual**

**Materia: Taller del emprendedor**

**Grado: 9 cuatrimestre**

**Grupo: A**

Comitán de Domínguez Chiapas a 16 de junio de 2024.

Taller del emprendedor

Temas

Propuesta de valor

¿Qué es?

Determinar el núcleo de la ventaja competitiva de tu marca.

En lugar de con alguno de tus competidores.

Definirá por qué alguien querría comprar o tener tratos con tu empresa.

También es uno de los factores de conversión más importantes.

En síntesis

Una gran propuesta de valor podría establecer la diferencia entre perder una venta y cerrarla.

Es uno de los elementos claves dentro la estrategia de marketing de una empresa.

Representando la promesa única y convincente que una marca ofrece a su audiencia.

Nombre de la empresa

¿Qué es?

Es su carta de presentación, el reflejo de su imagen.

Por ende, reúne una serie de características.

Se puede constituir por cualquier signo o símbolo.

También se puede usar palabra, figura, forma, o bien por el propio nombre de la empresa o número.

Características del nombre de la empresa

Existen 5 características.

Original

¿Como debe ser?

Debe ser nuevo

Que no exista ya en el mercado.

Tractivo

Debe ser llamativo y fácil de recordar.

En el lenguaje verbal común para facilitar su aceptación.

Significativo

¿Como debe ser?

Que se pueda asociar con formas o significados positivos.

Agradable

Que sea de buen gusto, que no implique doble sentido.

Que no implique términos vulgares.

Claro y simple

¿Como debe ser?

Que se escriba como se escribe y viceversa.

Descripción de la empresa

Tipo de empresa

El giro de una empresa es su objetivo ocupación principal.

Existen 3

Industrial

Cualquier empresa de producción que ofresca un producto final se ubica en este giro.

Comercial

Se dedica a la compraventa de un producto determinado.

Servicios

Las empresas que ofrecen un producto intangible al consumidor se clasifican en este giro.

Hay ay 2 tipos de análisis

Análisis interno

Se deberán poner en cuestión el liderazgo, la estrategia, las personas que trabajan en la empresa.

Análisis externo

Se deberán estudiar el mercado, el sector y la competencia.

Que la empresa pueda tomar las decisiones o cambios organizativos que mejor se adapten a las exigencias del mercado y del entorno económico.

¿Cuál es su objetivo?

Se trata de una herramienta muy importante antes de realizar cualquiera estrategia comercial.

Análisis FODA

¿Qué es?

FUENTE

(APUNTES UDS.SIGNIFICADOS FODA.RECUPERADO EL 16 DE JUNIO 2024.)

