

UDS

Docente:
Nutrióloga. Johana Guadalupe Leal López.

Alumna: Ana Luisa Ortiz Rodriguez.

Licenciatura: Medicina Humana.

7° Semestre 3° Parcial.

Materia: Taller del Emprendedor.

Temas de exposición.

Actividad: Infografía



ESTADOS FINANCIEROS

1

¿Qué son?

Son informes que se utilizan las instituciones para dar a conocer la situación económica en la que se encuentran.

2

Objetivos

Proporciona información sobre:

- Situación financiera de la empresa.
- Resultados de su operación. Cambios financieros en un periodo.

3

Estado de costo de producción

Recapitulan los tres factores o elementos del costo de fabricación.

- Materia prima.
- Mano de obra.
- Costos indirectos de fabricación.

4

Sirven para

Tomar decisiones de inversión y de crédito.

Aguilizar la solvencia y la liquidez de la empresa.

Evaluar el origen y aplicación de los recursos financieros del negocio.

Evaluar la gestión administrativa.



AUDITORIAS

VERIFICA QUE LA INFORMACIÓN FINANCIERA, ADMINISTRATIVA Y OPERACIONAL QUE SE GENERA ES CONFIABLE, VERAZ Y OPORTUNA.

¿PARA QUÉ SIRVEN?

Revisa los hechos, fenómenos y operaciones en una empresa. Evalúa que la empresa este en perfecto orden.

Verifica que tanto las finanzas, administración y operación sean verdaderos

1

OBJETIVOS

Evalúa estados financieros y la situación económica de la empresa.

Detecta errores, fraudes o irregularidades.
Verifica que la información sea adecuada y efectiva.

2

AUDITORÍA INTERNA

Existe un vínculo laboral entre el auditor y la empresa.

El auditor esta destinado para la empresa.

3

AUDITORÍA EXTERNA

Relación tipo civil.
Tiene la facultad legal de dar Fe pública.

4

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA AUDITORÍA INTERNA

ventajas:

Es practicada dentro de la empresa.

Los fallos son corregidos inmediatamente.

Desventajas.

Audidores sin independencia profesional,

5

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA AUDITORÍA EXTERNA

ventajas:

Auditor con independencia total.

Contratación para trabajo específicos.

Desventajas.

contratación por costo y tiempo determinado.

6



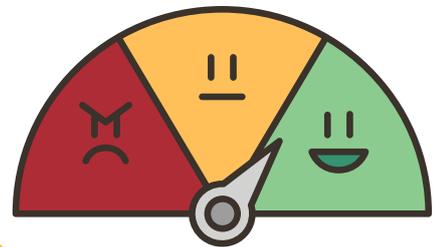


SATISFACCIÓN AL CLIENTE.

1

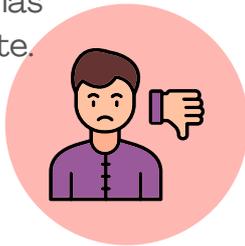
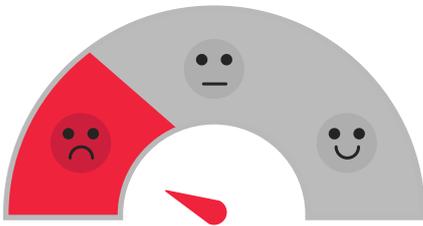
DEFINICIÓN

DEFINICIÓN SATISFACCIÓN COMPLACENCIA
RENDIMIENTO PERCIBIDO Se produce cuando el desempeño percibido NO alcanza las expectativas del cliente. Nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comprar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.



INSATISFACCIÓN

Se produce cuando el desempeño percibido NO alcanza las expectativas del cliente.



2

3

SATISFACCIÓN

Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con la bido del producto coincide con las expectativas del cliente.

COMPLACENCIA Y RENDIMIENTO

Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente. Desempeño que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Resultado que el cliente percibe.

4



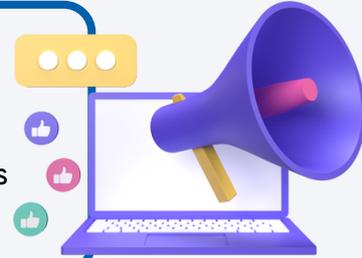


MARKETING



1 DEFINICIÓN

Conjunto de prácticas y procesos necesarios para crear, comunicar, brindar bienes que se ofrecen a los clientes.



2 TIPOS

Digital. Offline o tradicional. B2B. B2C. De servicios. Relacional. ETC..

CONCLUSION

Este tercer parcial, nos hablo sobre el uso de los estados financiero y las estrategias que se deben implementar para obtener mejores resultados, entender que son las auditorias, los propósitos que desempeña cada de una de ellas ya sea externa o interna.

la satisfacción al cliente es un muy importante ya que va depender de la calidad del servicio, la presentación y desempeño de la empresa para mantener al cliente satisfecho y regreso o nos recomiende, es como se implementa el marketing en base a las necesidades de nuestros clientes, que tipo de marketing haría, si por medios de redes sociales, pancartas, el objetivo es llegar a la población que necesito para mostrar mi producto.

BIBLIOGRAFIA

Datos proporcionados por mis compañeros en sus exposiciones.