



UDS

Mi Universidad

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

PRESENTA:

Erick Villegas Martínez

MATERIA

Taller del emprendedor

DOCENTE

Lic. Johanna Guadalupe Leal

Formacion de **EMPRESAS**

ESTADOS FINANCIEROS

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



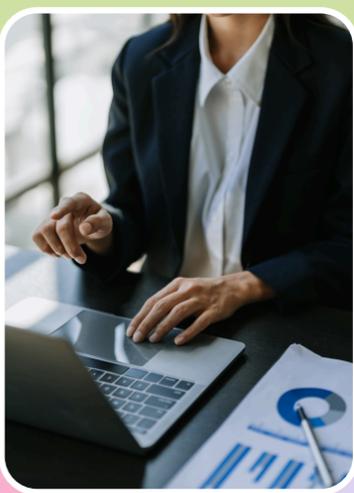
OBJETIVOS

Proporcionar informacion del estado financiero de la empresa, cambios de su situacion

ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCION

Sirve para -->

- Tomar decisiones
- Aquitiliar la solvencia y la liquidez de la empresa
- Evaluar origen y aplicasion de los recursos
- Evaluar la situacion administrativa

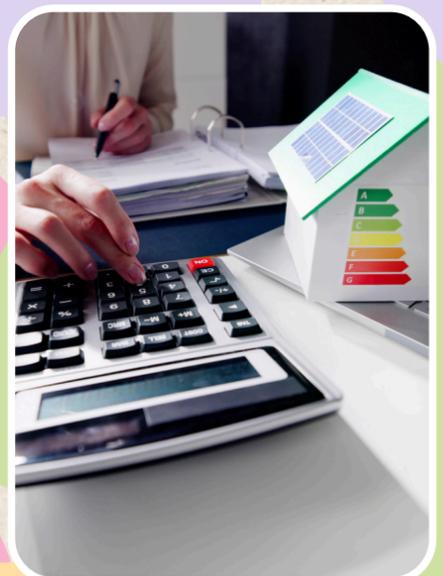


AUDITORIAS

Es el proceso de revisión y evaluación de los estados financieros y operaciones para garantizar su precisión y cumplimiento con las normas y regulaciones.

OBJETIVOS DE LA AUDITORIAS

- Asegurar la veracidad de la información financiera
- Detectar errores o fraudes
- Mejorar los controles internos.



Formación de empresas

Diferencias entre tipos de auditorías

- **Auditoría Interna** : Realizada por personal de la empresa para evaluar y mejorar los procesos internos.
- **Auditoría Externa** : Llevada a cabo por un ente externo e independiente, enfocada en asegurar la exactitud de los estados financieros para el público externo.



Ventajas y desventajas

Externa :

- Ventajas : Mayor independencia y credibilidad.
- Desventajas : Puede ser costoso y no siempre conocer todos los procesos internos.



Interno :

- Ventajas : Conocimiento profundo de la empresa, mejora continua.
- Desventajas : Puede faltar objetividad, percepción de menor independencia



Satisfacción al cliente ???

Es el grado en que los productos o servicios cumplen o superan las expectativas del cliente, impactando en su lealtad y repetición de compra.



Niveles de satisfacción

Bajo --> Cliente insatisfecho.



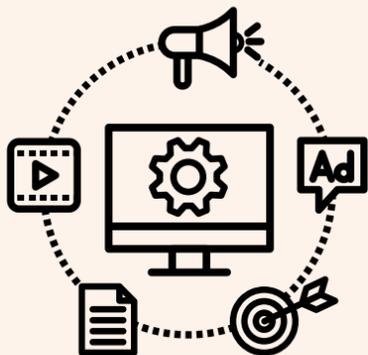
Neutral : Cliente satisfecho en lo básico.

Alto : Cliente encantado, promociona la marca.



Rendimiento percibido?

Es la percepción que tiene el cliente del valor y la calidad de un producto o servicio, en relación con sus expectativas y experiencia previa.



Marketing

Es el conjunto de prácticas y estrategias para identificar, crear y satisfacer necesidades en el mercado, con el fin de ofrecer valor al cliente y fomentar relaciones rentables a largo plazo.

Referencias

- HubSpot. "Auditoría interna: qué es, ejemplos y objetivos"
- Artículos de estuche. "La auditoría interna y externa: ¿En qué se diferencian?"
- Zendesk. "¿Qué es atención al cliente? 7 elementos clave"