



UDS

**Docente: Lic. Nutrición.
Jhoanna Guadalupe Leal
López.**

**Alumna: Evelin Samira
Andres Velazquez.**

**Licenciatura: Medicina
Humana.**

7º Semestre 3º Parcial.

**Materia: Taller del
emprendedor.**

**Tema: Estado financiero,
auditorias, satisfacción
del cliente y marketing.**

Actividad: Infografía.

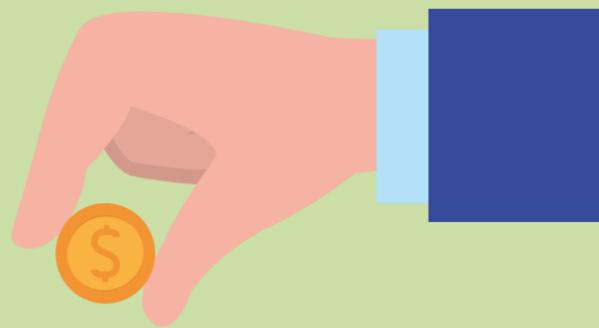
ESTADOS FINANCIEROS



¿Qué son? 1



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.



Estado de costo de producción 3

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.
- Agilizar la solvencia y la liquidez de la empresa.
- Evaluar el origen y aplicación de los recursos financieros del negocio.
- Evaluar la gestión administrativa.



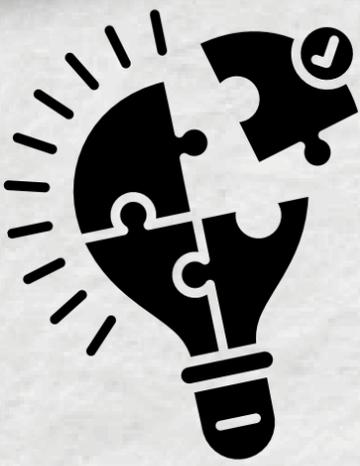
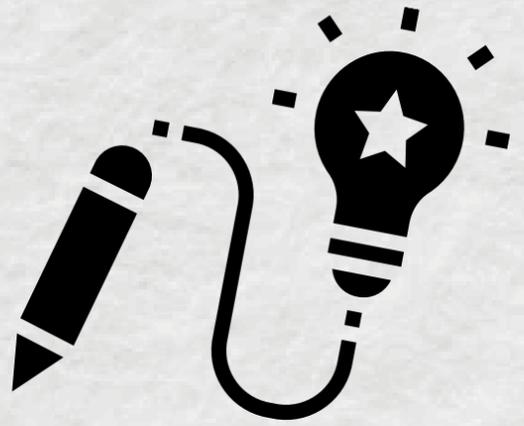


AUDITORIAS



DEFINICIÓN

Verifica que la información financiera, administrativa y operacional que se genera es confiable, veraz y oportuna. Examina las demostraciones y registros, se observa la exactitud, integridad y autenticidad de demostraciones, registros y documentos.



¿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.



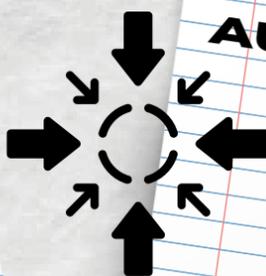
OBJETIVOS

- Evalúa estados financieros y la situación económica de la empresa.
- Detecta errores, fraudes o irregularidades.
- Verifica que la información sea adecuada y efectiva.



AUDITORÍA INTERNA

- Existe un vínculo laboral entre el auditor y la empresa.
- El auditor está destinado para la empresa.
- Esta inhabilitada para dar Fé pública.



AUDITORÍA EXTERNA

- Relación tipocivil.
- Para terceras personas, ajenas a la empresa.
- Tiene la facultad legal de dar Fé pública.



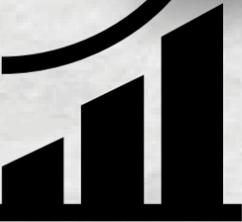
VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA AUDITORÍA INTERNA

- Ventajas:
- Es practicada dentro de la empresa.
 - Acceso a toda la información.
 - Los fallos son corregidos inmediatamente.
- Desventajas:
- Auditores sin independencia profesional.
 - Ejecutores podrían usar el poder.

06

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA AUDITORÍA EXTERNA

- Ventajas:
- Auditor con independencia profesional.
 - Contratación para trabajo específico.
 - Resultados relevantes económicamente.
- Desventajas:
- Contratación por costo y tiempo determinado.
 - Sin información completa.
 - Tiempo de revisión.



SATISFACCIÓN DEL CLIENTE



DEFINICIÓN

Nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.



INSATISFACCIÓN

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



SATISFACCIÓN

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



COMPLACENCIA

Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.



RENDIMIENTO PERCIBIDO

Desempeño que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Resultado que el cliente percibe.



MARKETING



DEFINICIÓN

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



TIPOS

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



CONCLUSIÓN

En la unidad 3, aprendimos lo que cada empresa, servicio o cualquiera que brinde una atención al cliente debe considerar, como verificar y hacer auditorias para confirmar que todo vaya bien dentro de la empresa y así evitar fraudes o desvíos de los bienes o productos. También es importante considerar y evaluar los estados financieros, las finanzas, que incluye ganancias, gastos, deben estar en constate monitoreo. La atención al cliente de vital importancia es por ello que la satisfacción del cliente no importa mucho, conocer y saber las opiniones de cada cliente, de cómo vivió y percibió su experiencia nos ayuda a mejorar el servicio. El marketing en todo tipo de negocio es importante porque es la manera en la que nos vamos a dar a conocer en el mercado.

Fueron temas realmente interesantes y muy llamativos.



Bibliografía: Presentaciones en clases