

RESUMEN

En el desarrollo del presente trabajo de grado, se plantea un modelo de Auditoría de Gestión aplicada a los procesos de comercialización de las microempresas de línea blanca.

La finalidad del manual de Auditoría de Gestión es que sea comprensible y aplicable en el sector de la microempresa, por ello se aplicó en el Comercial Castillo, a efecto de demostrar sus ventajas.

Comercial Castillo, es una microempresa dedicada a la comercialización de productos de línea blanca que brinda sus servicios desde el 2000, en la cual no se ha realizado la aplicación de una Auditoría de Gestión que permita medir los niveles de eficiencia y eficacia que ha obteniendo hasta la presente fecha. En este contexto, la realización de un examen al proceso de Comercialización manejado por el negocio contribuirá a determinar la existencia de falencias, áreas críticas, que permitan tomar acciones de forma acertada y oportuna con el fin de disminuir al máximo los riesgos.

La presente Auditoría de Gestión enfatiza el análisis situacional de la microempresa comenzando por la descripción de cada uno de los procesos desarrollados en la comercialización de productos de línea blanca, y continuando con los factores internos y externos que influyen en la ejecución de la actividad económica de la entidad.

PALABRAS CLAVES:

1. AUDITORÍA DE GESTIÓN
2. COMERCIALIZACIÓN
3. EFICIENCIA Y EFICACIA
4. CONTROL INTERNO
5. RIESGO DE AUDITORÍA

ABSTRACT

In the development of the present work of degree, it presents a model of audit management applied to the marketing processes of micro-enterprises in white line.

The purpose of the audit manual of management is that it is understandable and applicable in the micro-enterprise sector, therefore was applied in the Commercial Castle, to effect to demonstrate its advantages.

Comercial Castillo, A microenterprise is dedicated to the commercialization of products of white line that provides their services since 2000, which has not been carried out the implementation of a management audit to allow it to measure the levels of efficiency and effectiveness that has obtained to this date. In this context, a review at the marketing process handled by the business will help to determine the existence of shortcomings, critical areas, which allow them to take actions to correct and timely manner in order to minimize the risks.

This Management Audit emphasizes the situational analysis of the microenterprise beginning with the description of each of the processes developed in the marketing of products of white line, and continuing with the internal and external factors influencing the implementation of the economic activity of the entity.

KEY WORDS:

1. MANAGEMENT AUDIT
2. MERCHANTABILITY
3. EFFICIENCY AND EFFECTIVENESS
4. INTERNAL CONTROL
5. AUDITING RISK