

Informe Ejecutivo de Auditoría del departamento de Marketing

Por motivos de confidencialidad no se mostrarán datos específicos como nombre de la empresa y cifras de negocio. No obstante, es recomendable introducir estos datos en el informe

Introducción

El presente informe tiene como objetivo evaluar el desempeño del Departamento de Marketing de la empresa [XXXXX] durante el periodo de enero a diciembre del año 2022.

Se realizaron entrevistas a los miembros del departamento, revisión de documentos y análisis de datos para determinar el grado de cumplimiento de los objetivos de la organización.

Estructura y Organización

El departamento de Marketing de la empresa [XXXXX] está conformado por 10 personas, incluyendo al Jefe de Departamento, 2 Jefes de Área y 7 Ejecutivos de Marketing.

En términos generales, se puede decir que **el departamento está estructurado de manera eficiente**, ya que cada uno de los miembros tiene claramente definidas sus responsabilidades y se trabaja en equipo para lograr los objetivos de la organización.

Planificación Estratégica

El departamento de Marketing **cuenta con un Plan Estratégico bien definido**, en el que se establecen los objetivos a alcanzar en el corto, mediano y largo plazo.

Sin embargo, se identificó que el Plan Estratégico no se actualiza con la frecuencia necesaria, por lo que **recomendamos que se realice una revisión y actualización constante del mismo** para asegurar que esté alineado con los objetivos de la empresa.

Ejecución de Estrategias

Durante el periodo evaluado, se encontró que el departamento de Marketing logró ejecutar en su mayoría las estrategias definidas en su Plan Estratégico.

No obstante, se identificó que, en algunos casos, **no se realizó un seguimiento adecuado a las estrategias** y esto generó que algunas de ellas no se cumplieran completamente.

Se sugiere que **se implemente un sistema de seguimiento más riguroso y eficiente** para asegurar la ejecución de las estrategias.

Presupuesto y Control de Gastos

El departamento de Marketing cuenta con un presupuesto asignado de [XXXXX] para la ejecución de las estrategias definidas en su Plan Estratégico.

Se encontró que el departamento **no está siguiendo adecuadamente el presupuesto asignado**, y en algunos casos se está sobrepasando el presupuesto establecido en cifras que se sitúan entre [XXXXX] y [XXXXX].

Se recomienda establecer un **control más exhaustivo del presupuesto asignado** y revisar periódicamente los gastos realizados para asegurar que no se sobrepase el presupuesto asignado.

Marketing Digital Durante el periodo evaluado

Se encontró que el departamento de Marketing ha incrementado la inversión en marketing digital, incluyendo la implementación de una estrategia de redes sociales.

Sin embargo, se identificó que el departamento **no tiene una estrategia claramente definida** para el uso de redes sociales, lo que ha generado una presencia inconsistente en las mismas.

Se sugiere **definir claramente la estrategia de redes sociales** y establecer un plan de acción para mantener una presencia consistente en las mismas.

Conclusiones

En general, se puede decir que el departamento de Marketing de la empresa [XXXXX] está realizando un **buen trabajo en términos de planificación estratégica y ejecución de las estrategias definidas**.

Sin embargo, se identificaron algunas oportunidades de mejora en cuanto al seguimiento de las estrategias, el control del presupuesto y la definición de la estrategia de redes sociales.

Se recomienda realizar una revisión y actualización constante del Plan Estratégico y establecer controles más rigurosos en cuanto a gastos.