

# DECISIONES ESTRATÉGICAS

## DASHBOARDS QUE FUNCIONAN



**MRT**  
4 AGRO  
**SUMMIT**  
2025

Los dashboards que funcionan:  
herramientas prácticas de  
reporting y como utilizarlas

11:45 h

**MA. CRISTINA PÉREZ**  
CMO Call to Agency

**ALBERTO LEMPIRA**  
UPF Barcelona  
School of  
Management

*Background text from the event poster:*  
Sergi Ramo  
CEO at growZ  
Consultants  
Ana Palencia  
Director of  
Communication  
and Sustainability at  
Unilever España  
M<sup>a</sup> Cristina Pérez  
CMO Call to Agency  
Alberto Lempira  
Professor at UPF  
Pol Huerta  
Senior Consultant  
Senior Group  
nd welcome coffee  
emarks  
re of distribution: Master  
es to multiply results  
municating with Purpose: Driving  
ainability inside and Outside Unilever  
dashboards that work: practical  
eporting tools and how to use them  
Coffe break  
What m  
need? H  
Panel  
How t  
profi  
15:30  
Exo  
15:15  
15:15 - 16:00  
16:15 - 16:30  
16:30 - 16:45



# En el sector AGRÍCOLA

## NO HAY DECISIONES INMEDIATAS

DECISIONES QUE AFECTAN A INVERSIÓN, REPUTACIÓN Y POSICIONAMIENTO DURANTE MESES.

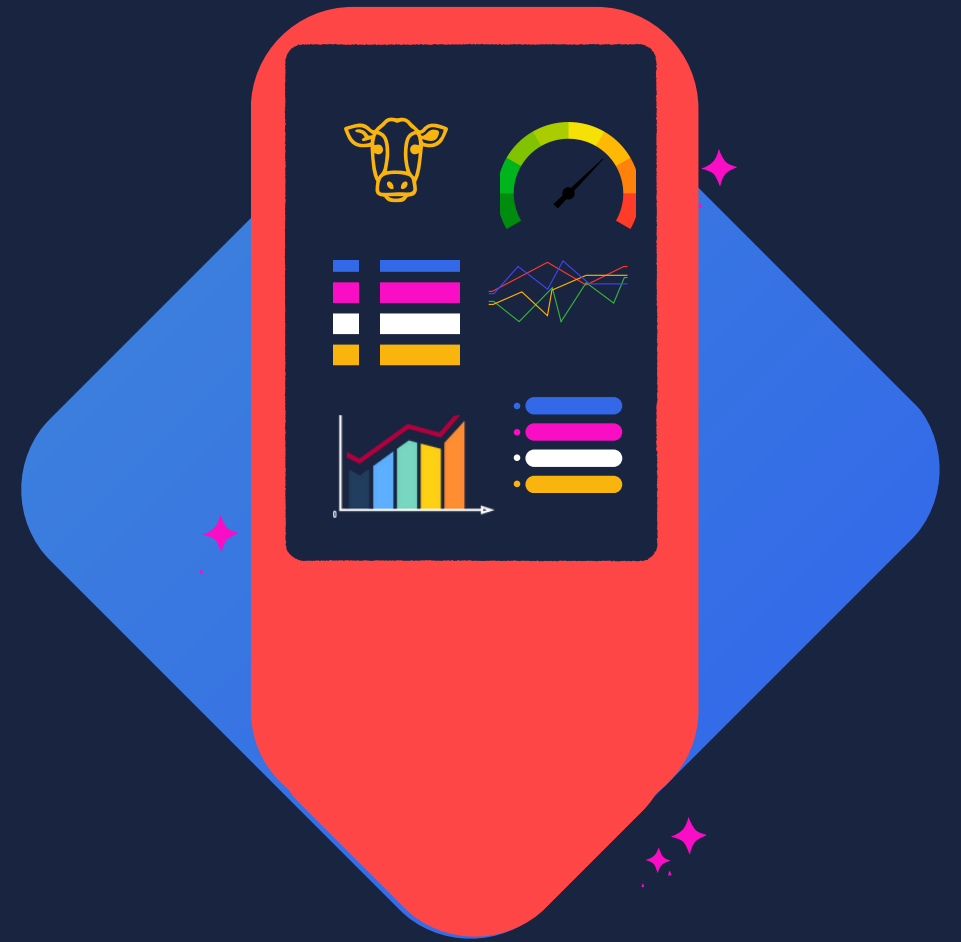


**En el sector AGRÍCOLA**

**HAY DECISIONES CRÍTICAS**

EN MARKETING & COMUNICACIÓN NO PODEMOS SER REACTIVOS





# TENEMOS DATOS....

## *PERO SEGUIMOS DECIDIENDO A CIEGAS*

*¿qué está funcionando realmente?*



Ferias



Campañas



Medios

# El **TIEMPO** manda más que el **DATO**

Por lo general:

- la experiencia tiene mayor peso,
- el dato llega tarde,
- la decisión ya se tomó,
- el margen de maniobra es bajo



¿CÚAL ES LA  
SITUACIÓN  
ACTUAL?



**La digitalización...**

**avanza más rápido que nuestra capacidad de interpretarla.**

**¿Qué acciones aportan valor real?**

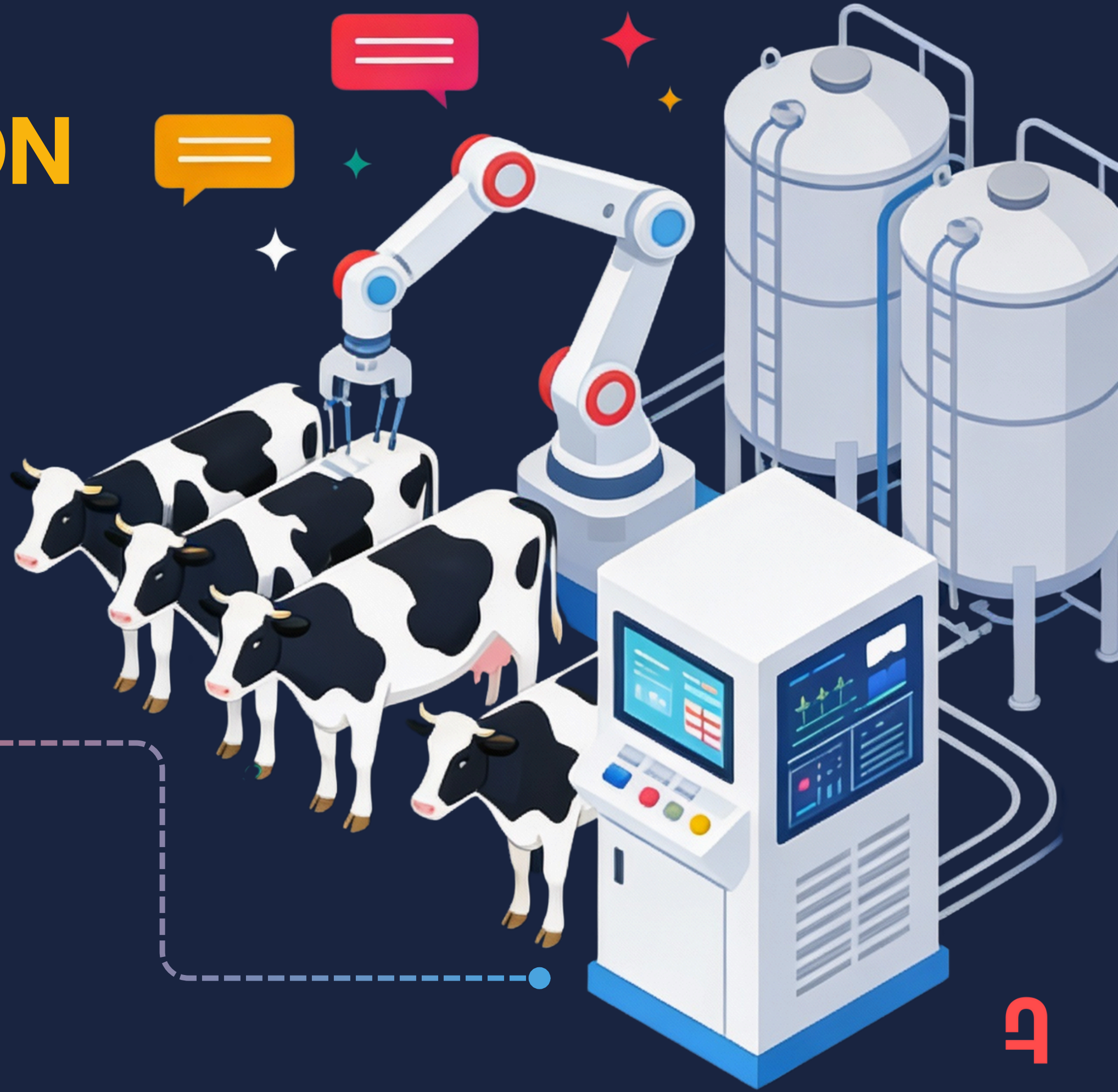
# El RETO NO es tener más datos...

Es saber organizarlos



Es transformar la información en ACCIÓN

Es transformar datos en COMPRENSIÓN



# POR QUÉ

Quando la información  
no se ordena, el  
mensaje pierde fuerza  
y no se traduce en decisiones claras



# LA CLAVE ESTÁ EN...

LA ESTRUCTURA de los datos

EL ORDEN y la comparación de resultados

EL ACCESO al conocimiento

 **AL HISTÓRICO**



# DATOS + HISTÓRICO

# = APRENDIZAJE

EXPERIENCIA - CONTENIDOS TÉCNICOS



# DATOS + COMPARACIÓN

= **CRITERIO**

VALOR REAL



# DATOS + VISIBILIDAD

# = REPUTACIÓN

COHERENCIA



# DATOS + COSTE

# = EFICIENCIA

JUSTIFICA LA INVERSIÓN



# APRENDIZAJE CRITERIO REPUTACIÓN EFICIENCIA POSICIONAMIENTO



KPI

Calltoagency

# Tener DATOS no es lo mismo que tener CLARIDAD

- Más Datos  $\neq$  Mejores Decisiones
- Orden  $\neq$  Complejidad
- Claridad  $\neq$  Más Informes



**Un buen dashboard piensa en  
campañas,  
en tendencias y en contexto,  
no en el dato puntual del día.**

**El marketing deja de ser táctico y pasa a ser estratégico.**



**OFRECE CLARIDAD A MEDIO PLAZO**

# No todos DECIDEN lo mismo

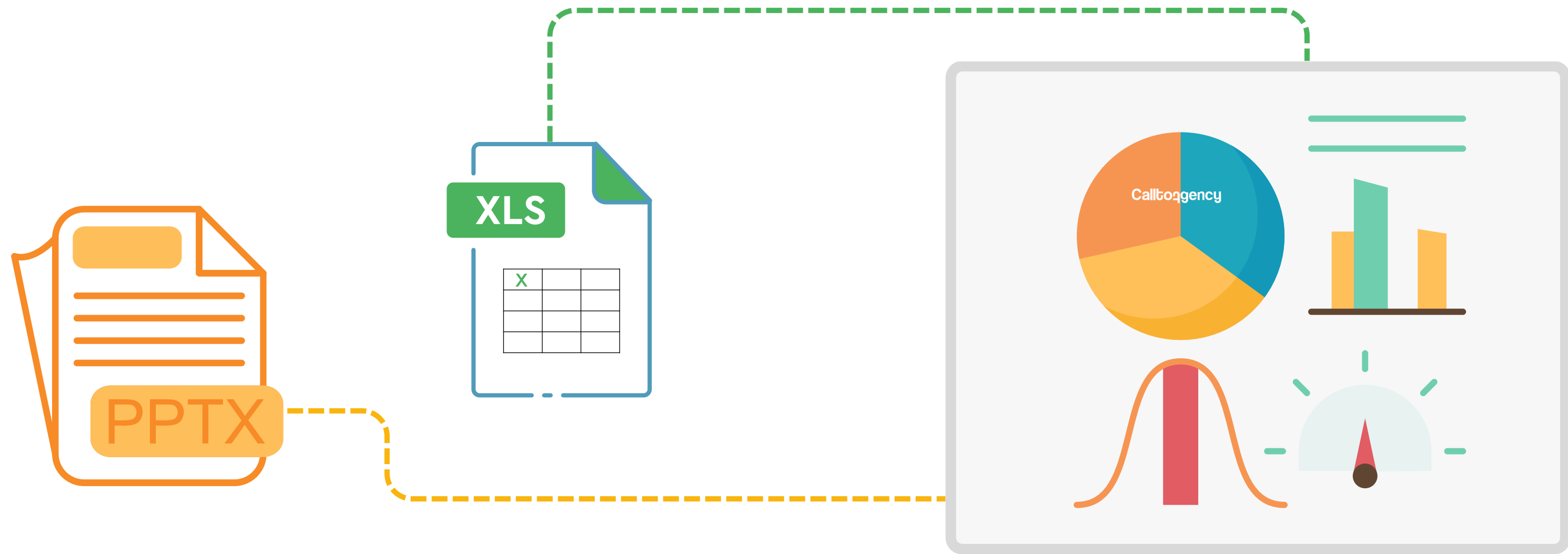
# No todos NECESITAN lo mismo



# LOS DASHBOARD DEBEN ADAPTARSE AL USO REAL

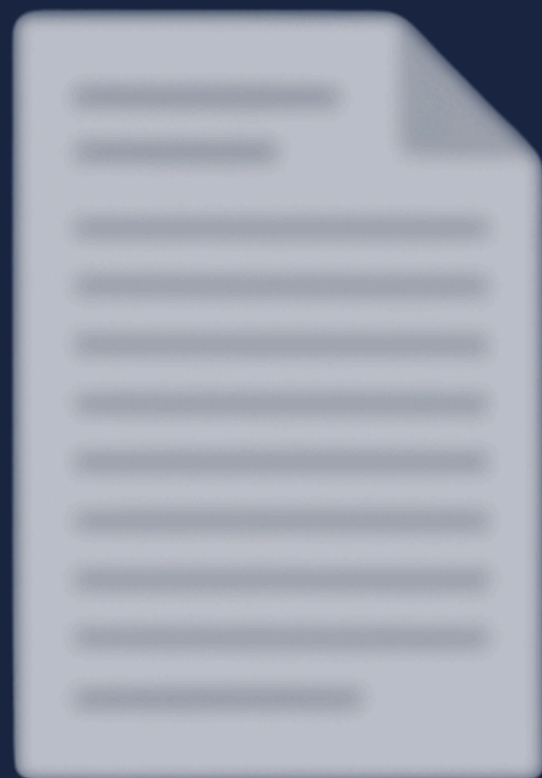


**La Dirección necesita VISION**  
**Marketing necesita CREDIBILIDAD**  
**Comercial necesita ARGUMENTOS**  
**y FOCO**



# un dashboard NO es un informe

## ES UNA HERRAMIENTA PARA DECIDIR



## Un DASHBOARD:

- Resume lo importante
- Elimina ruido operativo
- Enfoca la acción
- Prioriza indicadores clave

 **Mide lo que ayuda a decidir, no solo lo que es fácil de medir**

# El dashboard es el PUENTE entre operación, marketing y negocio

- La operación genera datos
- El marketing necesita contexto
- El negocio necesita decisiones

Calltoqgency



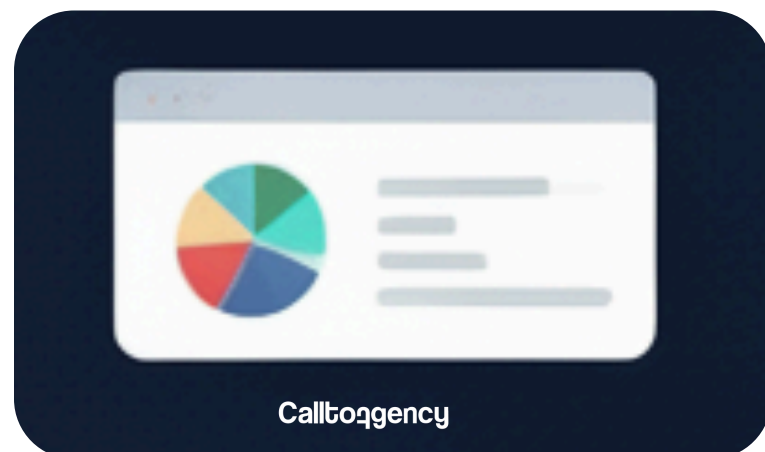
**¿Qué decisiones estás tomando  
HOY sin datos claros?**

# TENEMOS 3 CASOS DE USO

## FUNDAMENTALES

1

DASHBOARD  
EJECUTIVO



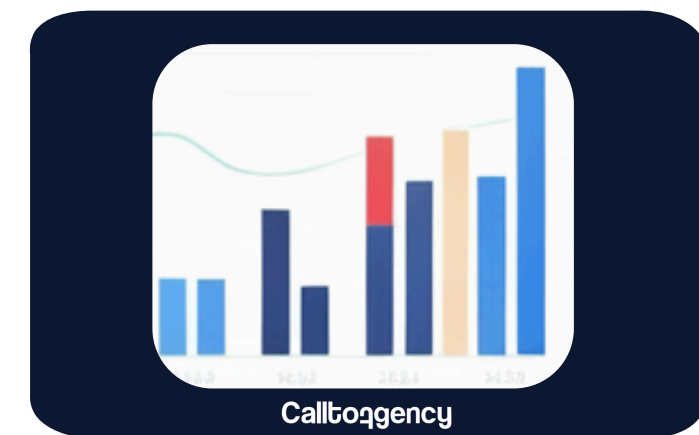
2

DASHBOARD DE  
MARKETING



3

DASHBOARD  
COMERCIAL Y  
DE VENTAS



# DASHBOARD EJECUTIVO

Define:

- Evolución de producción, costes y rentabilidad
- Comparativa interanual por campaña
- Indicadores de eficiencia y sostenibilidad
- Alertas de riesgo y tendencias del negocio

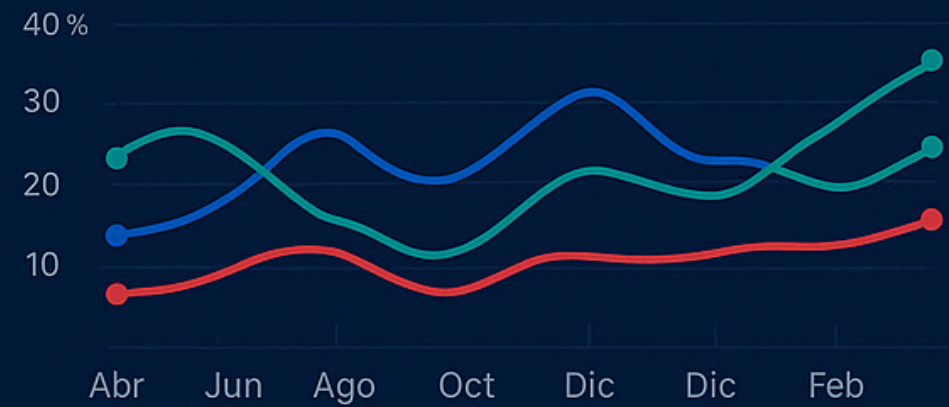


# DASHBOARD EJECUTIVO

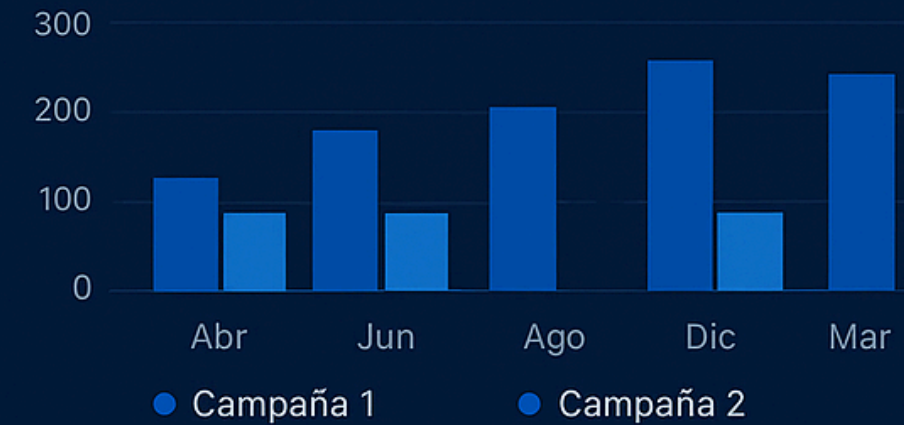
## DASHBOARD EJECUTIVO

Calltoagency  
hola@calltoagency.com

### Evolución de Producción, Costes y 150187



### Comparativa interanual por Campaña



### Indicadores de Eficiencia y Sostenibilidad

**45,2%**  
Rendimiento

**3,15**  
Índice de Coste

**28,5 kg**  
Huella Carbono

Uso de Energía

**64%**  
Uso de Energía

### Alertas de Riesgo y Tendencias del Negocio



Alerta de riesgo detectada



Aumento en los costes

**EN EL SECTOR AGROPECUARIO**

**el marketing no convence.**

**ACREDITA.**

# 2 MARKETING

¿Qué podemos mostrar?

- Benchmark de la competencia
- Engagement en canales y medios especializados
- Rendimiento por tipo de contenido técnico
- Evolución de audiencias por vertical
- Temas clave: bienestar, sostenibilidad, eficiencia



# 2

# MARKETING



**Vender empieza por ENTENDER mejor**

**Los datos REFUERZAN el discurso**

**COMERCIAL**

# 3 COMERCIAL & VENTAS



¿Qué podemos mostrar?

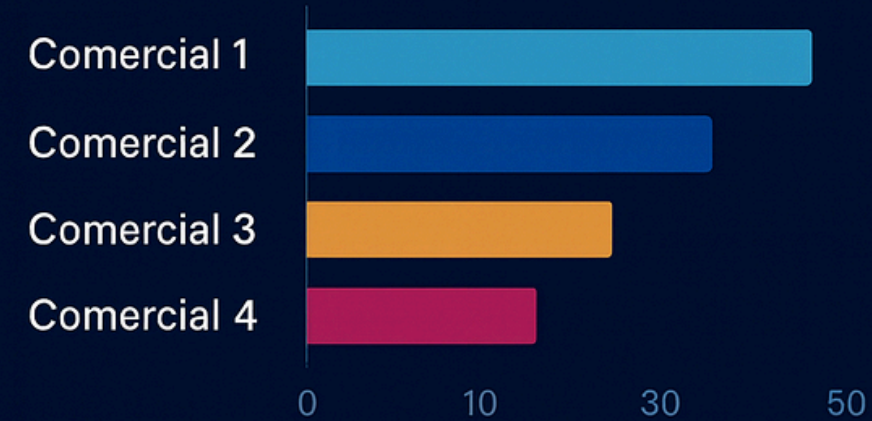
- Ingresos y resultados por cliente
- Impacto de campañas y acciones comerciales
- Histórico y evolución de cada cuenta
- Identificación de potencial de crecimiento

# 3

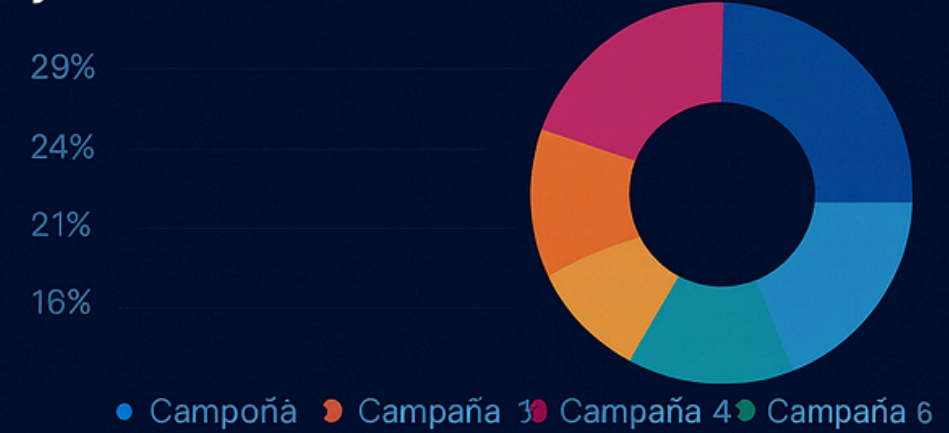
# COMERCIAL & VENTAS

## DASHBOARD COMERCIAL Y DE VENTAS

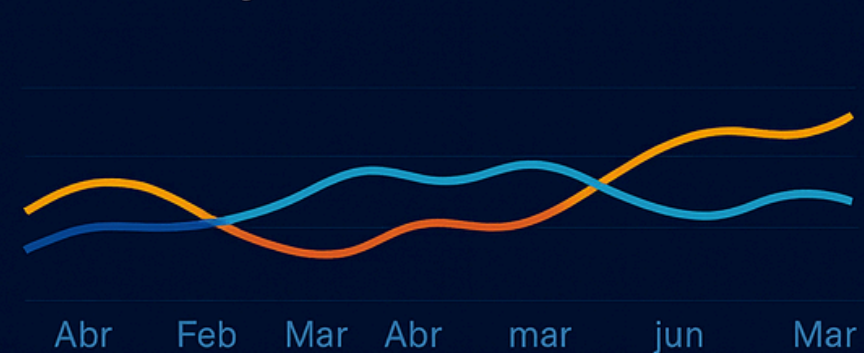
### Ingresos y Resultados por Comercial / Zona de Venta



### Impacto de Campañas y Acciones Comerciales



### Histórico y Evolución de cada Cuenta



### Identificación de Potencial de Crecimiento

- ✓ Oportunidad de Crecimiento 1
- ✓ Oportunidad de Crecimiento 2
- ✓ Oportunidad de Crecimiento 3

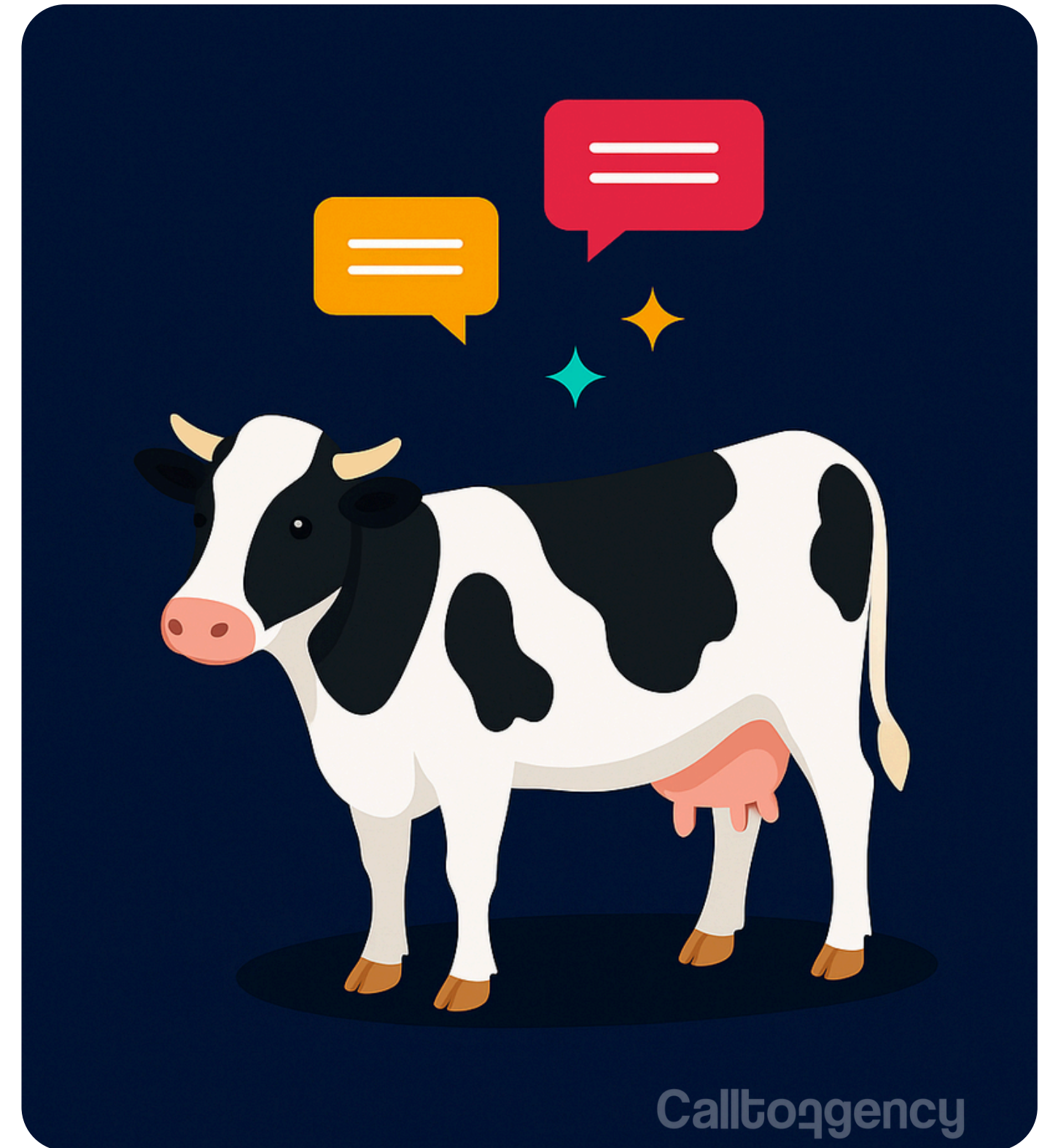
**Calltoagency**  
hola@calltoagency.com

# Cuando los dashboards funcionan

**EL SECTOR HABLA CON AUTORIDAD**

# Desactivar el miedo

a la **TECNOLOGÍA**



# Desactivar el miedo

a la **TECNOLOGÍA**

a la transformación **DIGITAL**

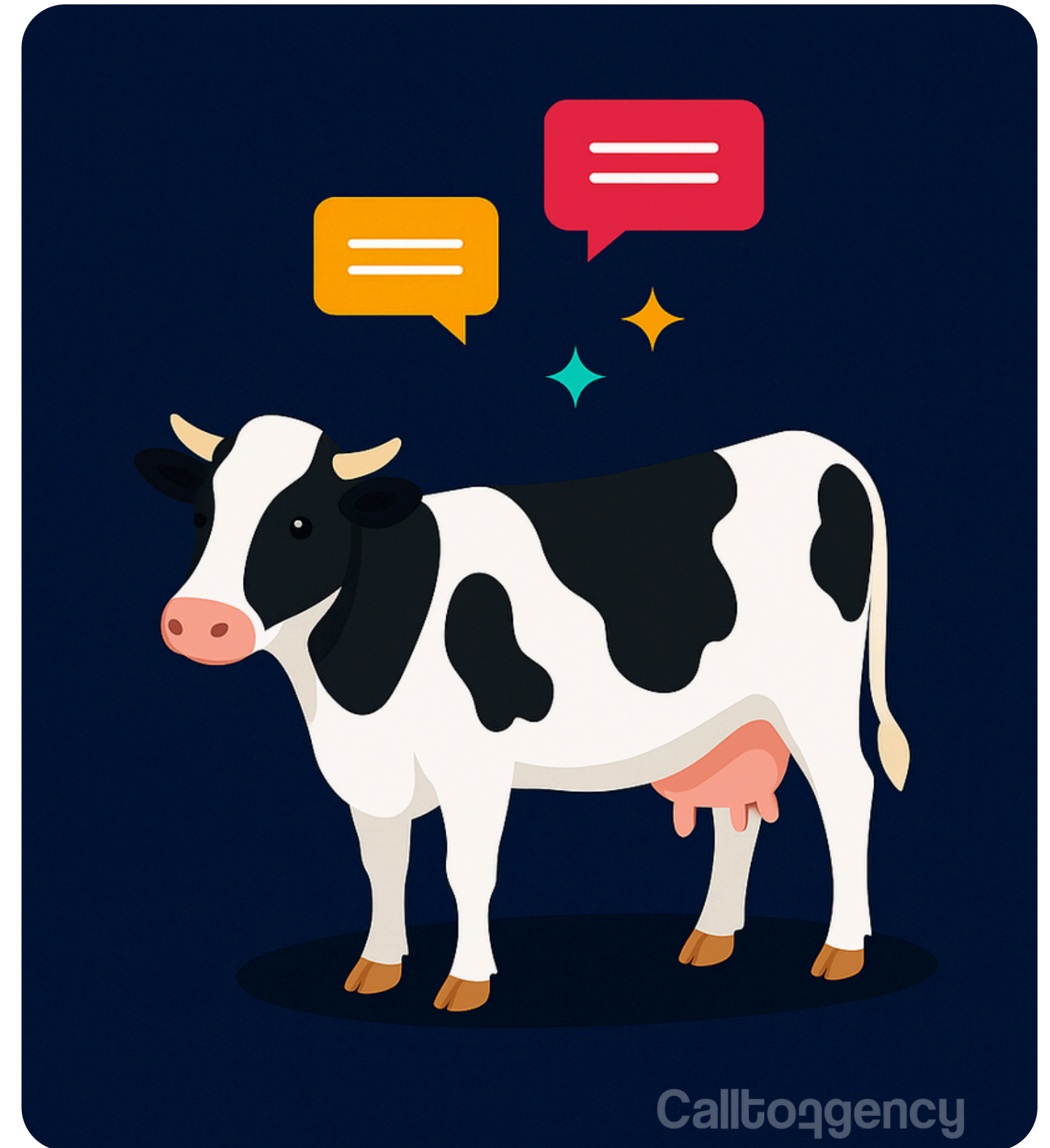


# Desactivar el miedo

a la **TECNOLOGÍA**

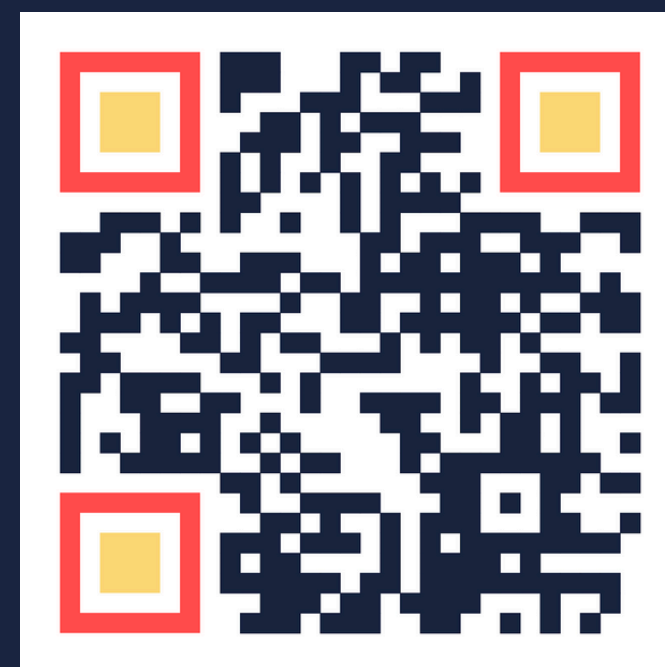
a la transformación **DIGITAL**

y a la **COMUNICACIÓN DIGITAL**





# GRACIAS



**Calltoagency**  
hola@calltoagency.com