Dashboard de Gestión Integrada para optimizar los procesos

Corporación universitaria Remington
Facultad de ciencias empresariales
Administración de empresas

Laura Correa
Lic. Jesús David Colina
Opción de grado: Practica empresarial
2025

Agradecimientos

Inicio agradeciendo a Dios por ser mi guía en cada paso que logre dar en mi etapa lectiva, para hoy en día poder estar en ultimando detalles para culminar una meta propuesta conjuntamente con mi familia, quienes han sido el pilar de este recorrido en un lapso de tiempo prolongado, agradecer a mis compañeros de clases y tutores que tuvieron la paciencia y sabiduría de impulsar y empoderar una joven con sueños, que está casi a lograr uno de ellos.

Por último, agradecerme a mí misma por comprender que este tiempo de conocimiento adquirido hoy serán los frutos recogidos de una larga espera y poder ser una persona integra con mayores desafíos de los cuales hoy estoy logrando cumplir uno de ellos y no puedo pasar por alto el motor que ha cambiado mi rumbo tanto profesional sino personal, mi hijo que será la fuente de inspiración de poder ser una profesional integra y con valores que logre aportar un grano de arena a la sociedad.

Resumen

En mi practica laboral realizada en la empresa Creators Marketing, pude lograr identificar que cuenta con falencias en los procesos internos, siendo así que la ineficiencia en el área administrativa se identifica por la ausencia de un sistema estructurado de gestión de documental en lo organizacional, conllevando a dificultar la toma de decisiones estratégicas de la empresa.

Se busca por medio de una acción de mejora implementar una Dashboard de Gestión Integrada de Clientes, no solo es una idea que me gustaría compartir a tan valiosa empresa que me brindo la oportunidad de aterrizar mi etapa lectiva en una etapa practica como futura administradora de empresas, sino que también permita identificar, medir la rentabilidad de los clientes y poder tomar decisiones estratégicas como oportunidades de crecimiento.

Esta acción de mejora se pretende plantear con la creación y digitalización de base de datos de clientes y los servicios que ofrece Creators, en búsqueda de realizar un análisis y así llegar a mejorar la eficiencia administrativa, facilitando la identificación de los servicios que los clientes más demandan y poder crear estrategias de marketing, en conclusión esta idea busca que mediante una dashboard nos puede arrojar y ofrecer una solución medible y escalable en un modelo de negocio principalmente alimentado de datos.

Palabras clave

Gestión documental, datos, gestión Integrada, Dashboard.

Objetivos

Objetivo General

Implementar una Dashboard de Gestión Integrada para optimizar los procesos internos en aras de mejorar la toma de decisiones estratégicas que logren impulsar el crecimiento y competitividad de Creators Marketing.

Objetivos específicos

Analizar procesos de gestión documental.

Diseñar una estructura de base de datos con información de clientes y servicios.

Hacer uso de la Dashboard para la identificación de la rentabilidad de los servicios que se prestan y recurrencia del cliente y así proponer acciones de mejora.

Divulgar la implementación del sistema a los colaboradores de la empresa cuando culmine mi etapa práctica.

Problemática

Creators Marketing, una empresa que se dedica a la publicidad y marketing, que se encuentra formalizada actualmente no cuenta con un sistema de gestión documental solido que pueda brindar información verídica sobre los clientes y la demanda de servicios que tiene actualmente, sin embargo, cuenta con una estructura de servicios ya definidos, pero carece de una dashboard que permita recolectar información relevante de los clientes y servicios que ofrece al cliente.

Esta falta sistematización llega a impedir a tomar decisiones estratégicas con datos precisos, claros y concisos en un tiempo real de los clientes, pues no se logra identificar cuáles son los clientes más frecuentes o servicios con más demandas que se podrían llamar los más rentables, por medio de esta problemática se busca resaltar que los datos que se pueden obtener de los clientes o servicios que se ofrecen, pueden ser utilizados estratégicamente como lo puede afirmar Díaz Ocampo, J. (2025). y así la empresa pueda aprovechar una información que será interna de la empresa sin llegar a limitar las decisiones que la gerencia pueda tomar y pueden generar estrategias de marketing efectivas buscando la escalabilidad como proyección y asi poder resaltar que un sistema de información puede ser de vital importancia para una empresa en crecimiento como lo es Creators Marketing.

Metodología

El enfoque mixto se adoptó en esta metodología: descriptivo y de mejora continua, cuyo objetivo principal es optimizar los procesos internos en aras de mejorar la toma de decisiones estratégicas, se busca poder diagnosticar la situación actual de la empresa, mediante el análisis de datos que se logren recolectar y así poder proponer e implementar una solución que genere un valor agregado tanto en lo interno como externo.

Tabla 1

Recolección de datos (DashBoard)

Nombre del Campo	Formato / Tipo de Dato	Propósito
ID de Transacción	Numérico (Secuencial)	Clave única para cada venta.
Fecha de Contrato	Fecha (dd/mm/aaaa)	Controlar tiempo de contrato
Nombre del Cliente	Texto	Identifi0cación rápida del cliente.
Tipo de Cliente	Lista Desplegable: Nuevo / Recurrente	Indicador de fidelización.
Servicio Adquirido	Lista Desplegable: Redes Sociales / Creación de Contenido / Publicidad / Diseño Web / Consultoría / Otro	Clave para identificar los servicios más rentables.
Duración (Meses)	Numérico	Para contratos recurrentes (ej: 3, 6, 12 meses).
Valor del Servicio ($)	Moneda	Dato fundamental para la rentabilidad (Ingresos).
Costo Operacional ($)	Moneda	(Opcional, pero vital) Costo directo del servicio (ej. pago a *freelancer*, inversión en anuncios).
Rentabilidad Bruta ($)	Fórmula: $G - $H	Ganancia por servicio.
Estado del Contrato	Lista Desplegable: Activo / Finalizado / Cancelado	Para seguimiento de contratos.
Comentarios / Observaciones	Texto	Notas importantes sobre el cliente o el servicio.

Ilustración 1

¿Usa aplicativos o plataformas para la realización de sus actividades laborales?



Nota: Elaboración propia

Mapeo:

Documenta de forma detallada el proceso que lleva la empresa, identificando responsables, entradas, salidas y puntos débiles.

Análisis:

Logra identificar la causas, problemas o falencias que presenta Creators, cuantificando los costos, el tiempo y la calidad.

Rediseño:

Desarrollar y diseñar un proceso que optimice, busque soluciones y permita eliminar pasos ineficientes integrando cambios estructurales.

Monitoreo:

Establecer un indicador clave (KPI) realizando un seguimiento para visualizar y asegurar que lo planteado funcione y se puedan lograr los objetivos planteados.

Optimización:

Ciclo entrelazado con el monitoreo

Pregunta Problema

¿Un sistema de gestión de información como una Dashboard puede lograr a optimizar procesos en Creators Marketing?

Etapas de la metodología

Fase de diagnóstico y diseño

Identificación del problema

Se realizo un análisis de los procesos de trabajo existentes para detectar las ineficiencias causadas por la falta de un sistema de gestión documental

Recopilación de información

Se reviso la documentación física y digital de la empresa (facturas, contratos, registro de clientes) para poder identificar los datos que cuenta la empresa.

Diseño del sistema

Al realizar la verificación documental, se diseñó la estructura de una dashboard, identificando variables e indicadores que son claves para llegar a tomar decisiones.

Tabla 2

Diseño de Base de datos (DashsBoad)

Ejemplo: Base de Datos Clientes - Mes de Agosto										
Cliente: La Mamantona (Emprendimiento de Gastronomía Llanera) **Frecuencia:** 3 veces al mes										
ID de Transacción	Fecha de Contrato	Nombre del Cliente	Tipo de Cliente	Servicio Adquirido	Duración (Meses)	Valor del Servicio ($)	Costo Operacional ($)	Rentabilidad Bruta ($)	Estado del Contrato	Comentarios / Observaciones
20240801	1/08/2024	La Mamantona	**Recurrente**	Publicidad	1	350.000	100.000	**250000**	Activo	Campaña inicial sobre uso de materiales biodegradables.
20240802	10/08/2024	La Mamantona	**Recurrente**	Publicidad	1	350.000	100.000	**250000**	Activo	Impulso de menú y promoción de gastronomía llanera.
20240803	20/08/2024	La Mamantona	**Recurrente**	Publicidad	1	350.000	100.000	**250000**	Activo	Publicación final de mes y llamado a la acción.

Fase de implementación y Desarrollo

Creación de la herramienta

Con el apoyo de una hoja de cálculo Excel, se pretende realizar la creación de la Dashborad enfocada en la información de los clientes y los servicios que ofrece la empresa con la finalidad de poder implementar una gestión integrada de clientes.

Digitalización de los datos

Con la información que ha sido verificada, se procede a realizar la digitalización de toda la información de clientes y servicios histórica y la que se lograba generar en el día a día, transcribiéndola a la base de datos.

Puesta en marcha

Con la creación de la Dashboard en una base de datos se busca dar uso de esta herramienta y así poder llevar un control diario.

Fase de Análisis y propuesta

Análisis de datos

Con la información suministrada por Creators, se analizaron los datos que se suministraron en la Dashboard con el fin de lograr a identificar los patrones de los consumos que cada cliente adquiere al momento de elegir algunos de los servicios que presta la empresa.



Con la digitalización de la información, se documentan resultados cuantitativos que serán como referencia en los datos de rentabilidad y los tiempos en busca de reducir tiempos de respuesta y/o preferencia del cliente al momento de adquirir los servicios y en la parte cualitativa prima la información verídica de cada cliente y mejorar la organización documental con la proyección en generar estrategias de marketing efectivas buscando la escalabilidad como proyección y así poder resaltar que un sistema de información puede ser de vital importancia para una empresa en crecimiento como lo es Creators Marketing.

Divulgación y capacitación

Una herramienta fácil e interactiva con los colaboradores en especial en el área administrativo, divulgar este plan de acción de mejora para hacer uso de la Dashboard con el fin de identificar la rentabilidad de los servicios que se prestan y recurrencia del cliente, el cual busca proponer acciones de mejora y divulgar la implementación del sistema a los colaboradores de la empresa cuando culmine mi etapa práctica.

Esta metodología desarrollada en el transcurso de mis últimos meses de practica no solo busca exaltar y describir lo que planteo como una acción de mejora, sino que demuestra que el enfoque se basa en los principios de la gestión de proyectos ya que con seguridad puedo compartir y poder hacerme participe en algo fundamental para dar culminación a este proyecto de grado como administradora de empresa.

Resultados

El sistema integral no solo logra solucionar una problemática identificada desde mi practica empresarial, sino que también logra aportar resultados significativos desde el planteamiento del problema ¿Un sistema de gestión de información como una Dashboard puede lograr a optimizar procesos en Creators Marketing?



Hasta qué punto la desorganización documental surge como una problemática en una empresa impactando positivamente con una acción de mejora que pueda identificar, medir la rentabilidad de los clientes y poder tomar decisiones estratégicas como oportunidades de crecimiento, aportando en beneficios que serán tangibles eficientemente el área administrativo sin dejar a un lado el área operativa, se logre tener la capacidad de tomar decisiones desde la gerencia mediante directrices de una base de datos

Tabla 3

Impacto de esta Información en la Dashboard de Resultados

Indicador Clave (KPI)	Datos Generados por el Cliente "El Fogón Llanero"	Relevancia Estratégica
Ingresos Totales (agosto)	Aporta **$250.000** (3 transacciones x $350.000).	Contribución directa a la meta de ingresos mensuales.
Rentabilidad Bruta Total	Aporta **$750.000** ($ - $300 en costos).	Muestra la eficiencia y ganancia real generada por este cliente.
Clientes Recurrentes (%)	Sube el porcentaje de **"Recurrente"** en 100% de sus transacciones.	**Confirma la lealtad** y lo perfila automáticamente para un programa de fidelización (Estrategia 3).
Top 3 Servicios	Refuerza el servicio de **"Publicidad"** como uno de los más demandados y rentables.	Ayuda a la gerencia a enfocar recursos y esfuerzos de marketing en este servicio (Estrategia 2).
Comentarios / Observaciones	Los comentarios registran el **valor agregado** (énfasis en materiales biodegradables), permitiendo a los colaboradores mantener un mensaje coherente y asertivo en toda comunicación.	

Optimización y eficiencia operativa

Tiempo eficiente

Antes de plantear la acción de mejora, se identificaba que al momento de realizar la búsqueda de información del cliente o un servicio prestado se consideraban 15 minutos de promedio en la búsqueda, pero con esta Dashboard el tiempo logra disminuir entre los 3 a 5 minutos

Digitalización de información en tiempo real

Al consolidar la información de los cliente y servicios, se logró alimentar la base de datos con documentación histórica y actual de los clientes, donde el enfoque realizado fue en facturas, contratos e información de clientes que adquirieron algún servicio lo cual permitir minimizar el riesgo de pérdida documental física.

Comunicación asertiva

Además de reducir tiempos y digitalizar la información, se logra mejorar la comunicación de colaborador a cliente o cliente a colaborador, permitió que la información sea actualizada diariamente donde se convierte asertivo poder conocer la información del cliente, y los colaboradores no generen doble información o duplicación de información de un cliente.

Análisis de datos

Servicios rentables

Con la Dashboard logra arroja datos verídicos donde se resalta que los ingresos que ingresan a la empresa se enfocan en dos servicios: Redes sociales y creación de contenido y publicidad, con esta información la empresa desde la gerencia puede tomar decisiones frente a las ventas y marketing

Clientes

Como proyección de seguir acompañando a los clientes según sus deseos al adquirir los servicios se pueden perfilar los clientes que con frecuencia adquieren los servicios, con

una proyección de buscar un programa que permita fidelizar a los clientes que resalten en la empresa y de igual manera poder buscar nuevos cliente

Para concluir los resultados que se lograron al realizar esta acción de mejora en la empresa, no solo determina el éxito estudiantil de solo finalizar mi práctica, sino que también como una gestión Integrada puede llegar a optimizar los procesos internos y poder mejorar la toma de decisiones estratégicas que logren impulsar el crecimiento y competitividad de Creators Marketing.

Conclusiones

En definitiva la practica empresarial realizada en Creators Marketing como derecho de grado, se enfoca en poder implementar una Dashboar como aporte de una acción de mejora, la cual permitirá en poder tomar decisiones estratégicas, mediante el análisis de la gestión documental estructurada en una base de datos y así la empresa pueda aprovechar una información que será interna de la empresa sin llegar a limitar las decisiones que la gerencia pueda tomar y puedan generar estrategias de marketing efectivas buscando la escalabilidad como proyección y así poder resaltar que un sistema de información puede ser de vital importancia para una empresa en crecimiento como lo es Creators Marketing.

Referencias

Díaz Ocampo, J. (2025). Estandarización de informes y creación de un dashboard para la visualización de datos empresariales Tuya S.A. Semestre de industria. Universidad de Antioquia. Disponible en: https://hdl.handle.net/10495/44952

Córdova Viera, Y. ., Martínez Borrego, J., & Córdova Viera, E. (2021). Propuesta de metodología para el diseño de dashboard. Revista Cubana De Transformación Digital, 2(3), 56–76. https://doi.org/10.5281/zenodo.5545998

Anexo 1 . Impacto de esta Información en la Dashboard y Base de datos recopilada – Cliente 1

Indicador Clave (KPI)	Datos Generados por el Cliente "El Sabor Urbano"	Relevancia Estratégica
Ingresos Totales (Semestre)	Aporta **$3,400** (4 transacciones x $850).	Demuestra la capacidad de generar altos ingresos por **contratos de proyecto específicos**.
Rentabilidad Bruta Total	Aporta **$2,400** ($3,400 - $1,000 en costos).	Señala la alta rentabilidad del servicio de producción de video/contenido.
Tipo de Cliente	Refuerza la categoría **"Recurrente"** con un cliente de alto valor.	Permite diseñar una **oferta especial de renovación** antes de que finalice el periodo de 6 meses (Estrategia de Fidelización).
Top 3 Servicios	Impulsa el servicio **"Creación de Contenido"** al segundo lugar en ingresos, compitiendo con "Publicidad".	Justifica la inversión en **equipos o talento especializado en producción de video** dentro de la agencia.
Duración (6 meses)	La duración del proyecto permite proyectar el **flujo de caja** con 6 meses de antelación.	Facilita la **planificación financiera** y operativa a mediano plazo.

Ejemplo: Base de Datos de Clientes - Patrón Semestral

Cliente: El Sabor Urbano (Gastrobar) **Frecuencia:** 4 veces semestral **Servicio Clave:** Creación de Contenido (Video Publicitario)

ID de Transacción	Fecha de Contrato	Nombre del Cliente	Tipo de Cliente	Servicio Adquirido	Duración (Meses)	Valor del Servicio ($)	Costo Operacional ($)	Rentabilidad Bruta ($)	Estado del Contrato	Comentarios / Observaciones
20240805	5/08/2024	El Sabor Urbano	**Recurrente**	Creación de Contenido (Video)	6	850	2500	**600**	Activo	Primer video semestral: Lanzamiento de menú de coctelería (Parte 1 de 4).
20240905	5/09/2024	El Sabor Urbano	**Recurrente**	Creación de Contenido (Video)	6	850	250	**600**	Activo	Segundo video: Destacando el ambiente nocturno y música en vivo (Parte 2 de 4).
20241005	5/10/2024	El Sabor Urbano	**Recurrente**	Creación de Contenido (Video)	6	850	250	**600**	Activo	Tercer video: Promoción especial de fin de año o días festivos (Parte 3 de 4).
20241105	5/11/2024	El Sabor Urbano	**Recurrente**	Creación de Contenido (Video)	6	850	250	**600**	Activo	Cuarto video: Recuento semestral y agradecimiento (Parte 4 de 4).

Anexo 2. Impacto de esta Información en la Dashboard y Base de datos recopilada – Cliente 2

La diferencia en los datos de las dos transacciones ofrece *insights* valiosos a la gerencia:

Indicador Clave (KPI)	Datos Generados por el Cliente "Sabores del Campo"	Relevancia Estratégica
Tipo de Cliente (septiembre)	Pasa de ser **"Nuevo"** a **"Recurrente"**.	**Confirma la retención.** Mide la efectividad del primer servicio para generar ventas posteriores (Estrategia de Fidelización).
Valor Promedio de Contrato (VPC)	El VPC pasa de $450 a **$950** en la segunda compra.	Muestra un aumento del **Valor de Tiempo de Vida del Cliente (LTV)**, indicando que el cliente confía y está dispuesto a invertir más en servicios de mayor impacto (video/publicidad).
Top 3 Servicios	La segunda transacción impulsa las categorías de **"Publicidad"** y **"Creación de Contenido"**.	Refuerza la estrategia de *upselling* (vender un servicio más completo) o *cross-selling* (vender servicios adicionales) después de la fase inicial de *onboarding*.
Proyección de Ingresos	Garantiza un flujo de **$950** por los próximos 6 meses.	Proporciona **previsibilidad de caja** y permite una mejor planificación de recursos (personal, equipos).

Ejemplo: Base de Datos de Clientes - Patrón Inicial y Retorno

Cliente: Sabores del Campo (Emprendimiento Nuevo) **Patrón:** Inicia con un servicio fundamental (Redes Sociales) y regresa 4 meses después para **Publicidad y Contenido**.

Transacción 1: Mayo - Adquisición del Cliente

ID de Transacción	Fecha de Contrato	Nombre del Cliente	Tipo de Cliente	Servicio Adquirido	Duración (Meses)	Valor del Servicio ($)	Costo Operacional ($)	Rentabilidad Bruta ($)	Estado del Contrato	Comentarios / Observaciones
20240515	15/05/2024	Sabores del Campo	**Nuevo**	Redes Sociales	3	450	150	**300**	Finalizado	Creación y configuración inicial de perfiles. Contrato de 3 meses.

Transacción 2: Septiembre - Recurrencia y Ampliación de Servicio

ID de Transacción	Fecha de Contrato	Nombre del Cliente	Tipo de Cliente	Servicio Adquirido	Duración (Meses)	Valor del Servicio ($)	Costo Operacional ($)	Rentabilidad Bruta ($)	Estado del Contrato	Comentarios / Observaciones
20240901	1/09/2024	Sabores del Campo	**Recurrente**	Publicidad y Contenido	6	950	300	**650**	Activo	Retorno post-inicial. Incluye 2 videos publicitarios y gestión de campaña en Meta Ads por 6 meses.