

Propuesta de Mejora para la empresa Homecenter en el área de Retail Digital

Jose Daniel Ariza Velez

Trabajo final de Grado

Para obtener el título de Profesional en Negocios Internacionales

Tutor:

Alexander Carvajal

Universidad Santo Tomas

Facultad de Negocios Internacionales

Bogotá, Colombia

Resumen

Durante las prácticas profesionales en el equipo de Homecenter Colombia, se identificó una oportunidad de optimización en el proceso de operaciones y despacho. Específicamente, se observó que el seguimiento de los estados de los despachos pendientes, realizado mensualmente por el líder del equipo, era un proceso repetitivo y manual, lo que generaba un uso de tiempo limitado y un posible impacto negativo en los indicadores clave de rendimiento (KPI). Con el objetivo de agilizar y optimizar la generación de reportes mensuales en el área de despacho, se diseñó e implementó un dashboard dinámico en Power BI. La metodología empleada incluyó la identificación de los datos cruciales requeridos por el líder, el desarrollo de la interfaz visual con filtros interactivos, y la realización de pruebas exhaustivas para asegurar la precisión de la información. Los resultados logrados fueron significativos: el tiempo dedicado a la creación del reporte de seguimiento se redujo en un 66%, pasando de aproximadamente 15 a 5 minutos. Además, se obtuvo una herramienta visual que no solo facilita el monitoreo de los despachos pendientes por región y línea de negocio, sino que también permite la identificación oportuna de causas de retraso y la formulación de planes de acción más sencillos. En conclusión, la implementación de este dashboard mejoró la eficiencia del equipo, proporcionando una herramienta clave para la toma de decisiones basada en datos, lo cual es fundamental para mantener la competitividad y la relación con los clientes.

Palabras Clave: Homecenter, Entrega, Power BI, dashboard, optimización, Tiempos.

Key Words: Homecenter, Delivery, Power BI, dashboard, optimization, management.

Agradecimientos

Quiero agradecer a mis padres quienes han sido mi mayor fuente de inspiración y apoyo incondicional. Gracias por su esfuerzo, amor y enseñanzas las cuales me impulsan a crecer tanto personal como profesionalmente. A mis mejores amigos quienes han estado a mi lado en cada etapa de este proceso. A la universidad. A mis profesores. Y a Homecenter, por brindarme la oportunidad de desarrollar mis conocimientos en un entorno profesional enriquecedor importante en mi crecimiento profesional.

Introducción

Homecenter, una empresa líder en el sector retail, consolida una red logística eficiente gracias a su cobertura nacional y a centros de distribución estratégicamente ubicados, lo que le permite atender oportunamente los pedidos en distintas regiones. Se observa que, en un entorno de alta demanda y constante movimiento, los procesos logísticos requieren un monitoreo continuo para garantizar una toma de decisiones ágil. La empresa muestra un interés constante en fortalecer sus operaciones mediante el uso de tecnología y análisis de datos, y se reconoce la necesidad de optimizar los tiempos de entrega y el desempeño por zona para mantener su liderazgo en el mercado.

En el desarrollo de las prácticas profesionales en el departamento de Operaciones Retail Digital de Homecenter, se identifica una problemática clave: la ausencia de una herramienta dinámica para el análisis consolidado de los tiempos de despacho y los ajustes operativos. Algunos indicadores carecen de actualizaciones en tiempo real, lo que ocasiona discrepancias en las métricas utilizadas en los estudios de la competencia; en otras palabras, no existe una solución

digital inmediata que integre todos los datos necesarios para evaluar con precisión la eficiencia de los procesos de despacho.

Al inicio de la práctica, el monitoreo se realiza mediante métodos manuales y segmentados. La propuesta de mejora consiste en implementar un Dashboard en Power BI que optimice el seguimiento del desempeño logístico, permita identificar anomalías y, en consecuencia, mejore los tiempos de entrega. La meta es reducir significativamente el tiempo invertido en la generación de reportes y ofrecer una visión más clara del estado de los despachos. Los objetivos incluyen identificar el método de seguimiento actual del líder, diseñar y desarrollar el Dashboard con visualizaciones claras y realizar pruebas exhaustivas para comprobar su precisión y pertinencia en la toma de decisiones.

La importancia de esta práctica radica en su capacidad para transformar un proceso manual y disperso en una solución digital centralizada y eficiente, aportando directamente a la mejora de las operaciones logísticas de Homecenter. En el presente trabajo se presenta un análisis del desarrollo del proyecto, iniciando con la contextualización de la empresa y un análisis DOFA específico para el área de operaciones. Posteriormente, se expone la metodología utilizada para el diseño e implementación del Dashboard en Power BI y, finalmente, se muestran los resultados obtenidos en términos de ahorro de tiempo y mejora en la visibilidad de los datos, concluyendo con las principales aportaciones de esta experiencia al fortalecer la eficiencia operativa en el sector retail.

Tabla de Contenido (Velez, 2025)

Tabla de Contenido (Velez, 2025)	5
1. Empresa	6
1.1. Aspectos generales	6
1.2. Misión, visión y valores.....	6
1.2.1. Misión.....	6
1.2.2. Visión	6
1.2.3. Valores.....	7
1.3. Ubicación Geográfica.....	8
1.4. Estructura Organizativa	8
1.5. Unidad o Departamento en el que desarrollaba la practica	9
1.6. Análisis DOFA.....	10
1.6.1. Oportunidades	10
1.6.2. Amenazas	10
1.6.3. Fortalezas	10
1.6.4. Debilidades.....	10
2. Planteamiento del plan de mejora respecto a las prácticas profesionales	11
2.1. Planteamiento Central.....	11
2.2. Importancia, limitaciones y alcances.....	11
2.2.1. Importancia	11
2.2.2. Limitaciones	12
2.2.3. Alcance	12
2.3. Objetivo General.....	12
2.4. Objetivos específicos	12
3. Contenido plan de mejora	13
4 conclusiones.....	15
5. Bibliografía	15
6. Seguimiento de las practicas.....	16
6.1. Resumen de actividades realizadas	16

1. Empresa

1.1. Aspectos generales

Homecenter, perteneciente al grupo Sodimac S.A., inició sus operaciones en Chile como una empresa innovadora en el sector del mejoramiento del hogar y la comercialización de materiales de construcción. Desde sus primeros años, ha ofrecido soluciones para construcción, decoración y remodelación, acompañadas de asesoría especializada y una amplia variedad de productos para proyectos de diferentes magnitudes, manteniendo como prioridad la satisfacción de las necesidades de sus clientes. En esta organización, se desarrollaron las prácticas profesionales en al área de Operaciones Retail Digital, aportando proyectos de optimización logística y análisis de datos. (Homecenter, 2025)

1.2. Misión, visión y valores

1.2.1.Misión

El propósito de Homecenter es potenciar los hogares facilitando el acceso a soluciones que mejoren la calidad de vida, abasteciendo la creciente demanda de productos con un compromiso de consumo responsable y equilibrio ambiental. Buscamos alcanzar la sostenibilidad total en 2050, desarrollando sistemas que permitan una transición exitosa hacia un futuro más verde. (Homecenter, 2025)

1.2.2.Visión

La visión de Homecenter es consolidarse como la empresa líder en proyectos para el hogar y la construcción, destacándose por su compromiso con el mejoramiento de la calidad de

vida. Aspira a ser la compañía más querida, admirada y respetada por la comunidad, sus clientes, colaboradores y proveedores en América. (Homecenter, 2025)

1.2.3.Valores

Los valores de Homecenter se centran en tres pilares que reúnen cada uno de sus enfoques: (Homecenter, 2025)

Personas

Nuestra gente excepcional y diversa es el pulso de la organización, impulsando nuestro propósito e integridad. Creemos en brindar a cada persona la oportunidad de alcanzar su máximo potencial, innovando y evolucionando para superar los desafíos del hogar y adaptarnos a las tendencias culturales. La diversidad es nuestra mayor fortaleza y, juntos, logramos más. (Homecenter, 2025)

Nuestras Soluciones

En Homecenter, nuestra gente excepcional y diversa es el motor que impulsa nuestro propósito e integridad. Creemos en brindar a cada persona la oportunidad de alcanzar su máximo potencial, evolucionando e innovando para superar los desafíos del hogar y adaptarnos a las tendencias culturales. La diversidad es nuestra mayor fortaleza y, juntos, logramos mucho más. (Homecenter, 2025)

Compromiso

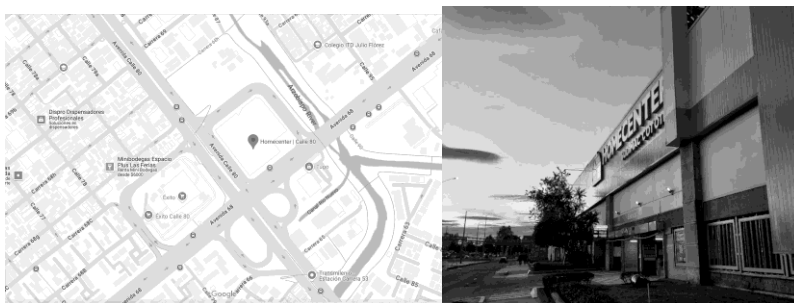
Colaboramos con accionistas, clientes y socios para que la seguridad y la calidad sean el núcleo de nuestras operaciones, garantizando resultados sobresalientes y un futuro sostenible. En

el dinámico sector del hogar, nos adaptamos con rapidez, reafirmando nuestra integridad y excelencia operativa. (Homecenter, 2025)

1.3. Ubicación Geográfica

Homecenter cuenta con sedes en varias ciudades de Colombia, destacando su principal en Bogotá, ubicada en la Calle 80, una vía clave que facilita el acceso a residentes de distintas zonas. Sus oficinas administrativas están en Av. 68 #80-77 desde donde coordina estrategias de negocio, marketing, contrataciones y demás funciones esenciales para su operación nacional.

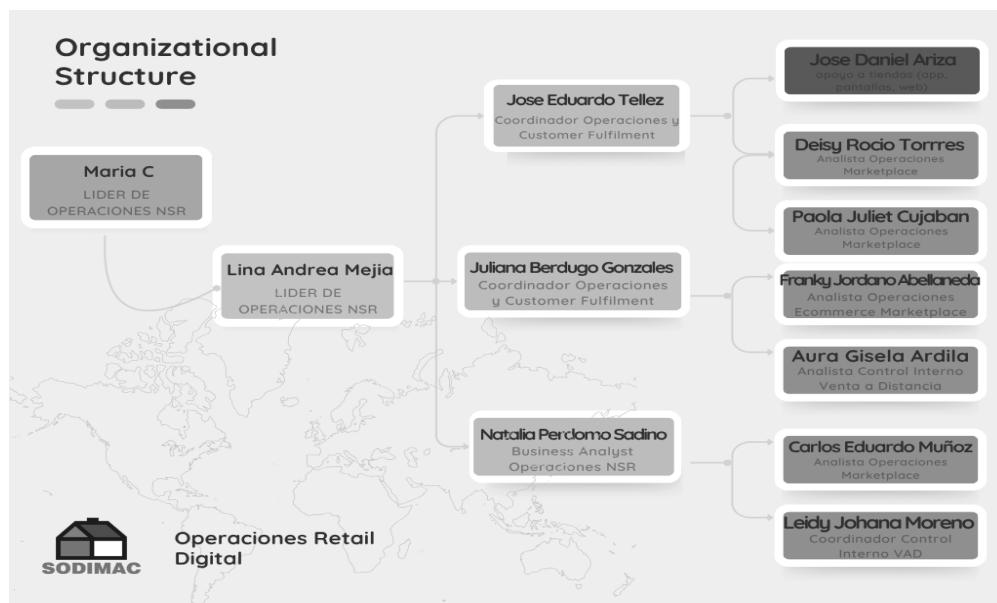
Figura 1: Ubicación Homecenter Calle 80/ Google Maps



Tomado de: [Homecenter, Bogotá] (2025) (Google Maps, 2025)

1.4. Estructura Organizativa

A continuación, se presenta la estructura organizacional de la empresa Homecenter, señalando mi ubicación dentro del área de Operaciones Retail Digital, específicamente en el área de despacho. Desde esta posición, participo activamente en la gestión y optimización de procesos logísticos Figura 2: Organigrama de organización



Tomado de: Elaboración propia con información de Organigrama en Teams de Homecenter (Velez, 2025)

1.5. Unidad o Departamento en el que desarrollaba la practica

Las prácticas profesionales se realizaron en el área de apoyo a tiendas, específicamente en la parte de Operaciones Retail Digital la cual se encarga de hacer el seguimiento a diferentes competidores obteniendo información para poder mejorar la empresa en diferentes aspectos respecto a VAD (Ventas A Distancia). Se enfocan en gestión de ventas y facturación a clientes en diversos canales que se divide en tres pilares: tiendas físicas (TRF), comercio electrónico (E-COM) y venta telefónica (TEL), prestando constante ayuda en todas las regiones de servicio. Esta área es la encargada de proyectar y comunicar los diferentes cambios o anomalía en los canales de ventas digital para poder prevenir pérdidas significativas en la empresa al igual que poder modificar los tiempos de entrega para ser competitivos con los demás competidores.

1.6. Análisis DOFA

Tabla propia elaboración DOFA (Ariza, 2025)

Tabla DOFA		1.6.1.Oportunidades	1.6.2.Amenazas
		1. Plataformas para aprendizaje y desarrollo profesional de colaboradores. 2. Optimización de la coordinación entre Logística y Despacho. 3. Estandarización de procesos con equipos de otras regiones (Sudamérica, Centroamérica).	1. Posibles demoras y problemas en la cadena de suministro 2. Manejo de grandes bases de datos con información sensible que podría ser vulnerable. 3. Puestos de trabajo muy especializados con dependencia de una única persona.
1.6.3.Fortalezas		Estrategias FO	Estrategias FA
1. Actualización constante de datos de clientes e inventario. 2. Manual corporativo que fomenta el compromiso y la dedicación. 3. Uso avanzado de tecnología (SAP) para gestión. 4. Reuniones mensuales para optimización de procesos.		1. Aprovechar plataformas de aprendizaje para optimizar procesos de despacho 2. Usar la constante actualización de datos para anticipar problemas en la cadena de suministro. 3. Fomentar la comunicación entre logística y despacho utilizando plataformas de colaboración. 4. Utilizar el conocimiento de otras regiones para mejorar la gestión de datos y la seguridad de la información.	1. Desarrollar planes de contingencia ante posibles problemas en la cadena de suministro (amenaza) aprovechando la gestión de datos (fortaleza). 2. Implementar protocolos de seguridad y capacitación (amenaza) basados en el manual corporativo (fortaleza). 3. Usar la tecnología SAP (fortaleza) para mejorar la visibilidad y respuesta ante problemas de despacho (amenaza).
1.6.4.Debilidades		Estrategias DO	Estrategias DA
1. Impacto Continuo del COVID-19 2. Cambios en Condiciones Migratorias 3. Competencia con Nuevos Productos 4. Inestabilidad Financiera en Países Asociados		1. Implementar capacitaciones (oportunidad) para reducir la dependencia de personal especializado (amenaza). 2. Mejorar la coordinación logística-despacho (oportunidad) para reducir ajustes manuales (debilidad). 3. Explorar la estandarización regional (oportunidad) para mejorar la integración de datos (debilidad).	1. Establecer protocolos de seguridad robustos (amenaza) y mejorar la integración de datos (debilidad). 2. Crear planes de respaldo y documentación (amenaza) para mitigar la falta de personal especializado (debilidad). 3. Analizar la cadena de suministro (amenaza) y optimizar la comunicación (debilidad) para reducir la variabilidad en los despachos.

2. Planteamiento del plan de mejora respecto a las prácticas profesionales

2.1. Planteamiento Central

Las prácticas profesionales se llevaron a cabo en el área de apoyo a tiendas, específicamente en Operaciones Retail Digital, la cual se encarga de realizar seguimiento a diferentes competidores con el fin de obtener información que permita mejorar la empresa en aspectos relacionados con las Ventas a Distancia (VAD). Esta área gestiona las ventas y la facturación a clientes en diversos canales: tiendas físicas (TRF), comercio electrónico (E-COM) y venta telefónica (TEL), brindando soporte constante a todas las regiones de servicio. Asimismo, proyecta y comunica cambios o anomalías en los canales de venta digital para prevenir pérdidas significativas y ajustar los tiempos de entrega, con el objetivo de mantener la competitividad frente a otros actores del mercado.

2.2. Importancia, limitaciones y alcances

2.2.1.Importancia

La importancia radica en fortalecer los procesos internos de la empresa, particularmente en el área de Operaciones. Este espacio de formación permite integrar conocimientos académicos con experiencias reales del entorno laboral, facilitando el desarrollo de competencias técnicas y habilidades blandas. A través del seguimiento a competidores, la gestión de ventas en diversos canales y la detección oportuna de anomalías, se contribuye directamente a la optimización de los tiempos de entrega y a la mejora de la competitividad. Además, la experiencia brinda la oportunidad de comprender a fondo la dinámica del comercio minorista y digital.

2.2.2. Limitaciones

Las limitaciones durante las prácticas incluyeron acceso restringido a información por políticas de confidencialidad y dependencia de aprobaciones superiores para decisiones estratégicas. El tiempo reducido frente a procesos complejos obligó a priorizar tareas, mientras cambios en el mercado y tendencias de consumo demandaron ajustes constantes en las estrategias.

2.2.3. Alcance

El alcance de las prácticas incluyó apoyo en Operaciones Retail Digital, gestionando ventas a distancia en TRF, E-COM y TEL. Se analizó la competencia para mejorar tiempos, precios y calidad del servicio, y se comunicaron cambios o anomalías en ventas digitales para prevenir pérdidas y optimizar procesos, fortaleciendo la competitividad de la empresa.

2.3. Objetivo General

Optimizar la gestión de ventas a distancia, mejorar los tiempos de entrega y fortalecer la competitividad frente a otros actores del mercado, mediante la implementación de estrategias y herramientas en el área de Operaciones Retail Digital de Homecenter..

2.4. Objetivos específicos

- Identificar oportunidades de mejora en los procesos de ventas a distancia para incrementar la eficiencia operativa.
- Implementar estrategias que fortalezcan la posición de la empresa en el mercado, mediante el análisis de la información obtenida del seguimiento a competidores.
- Reducir las anomalías en los canales digitales mediante acciones enfocadas en optimizar los tiempos de entrega.

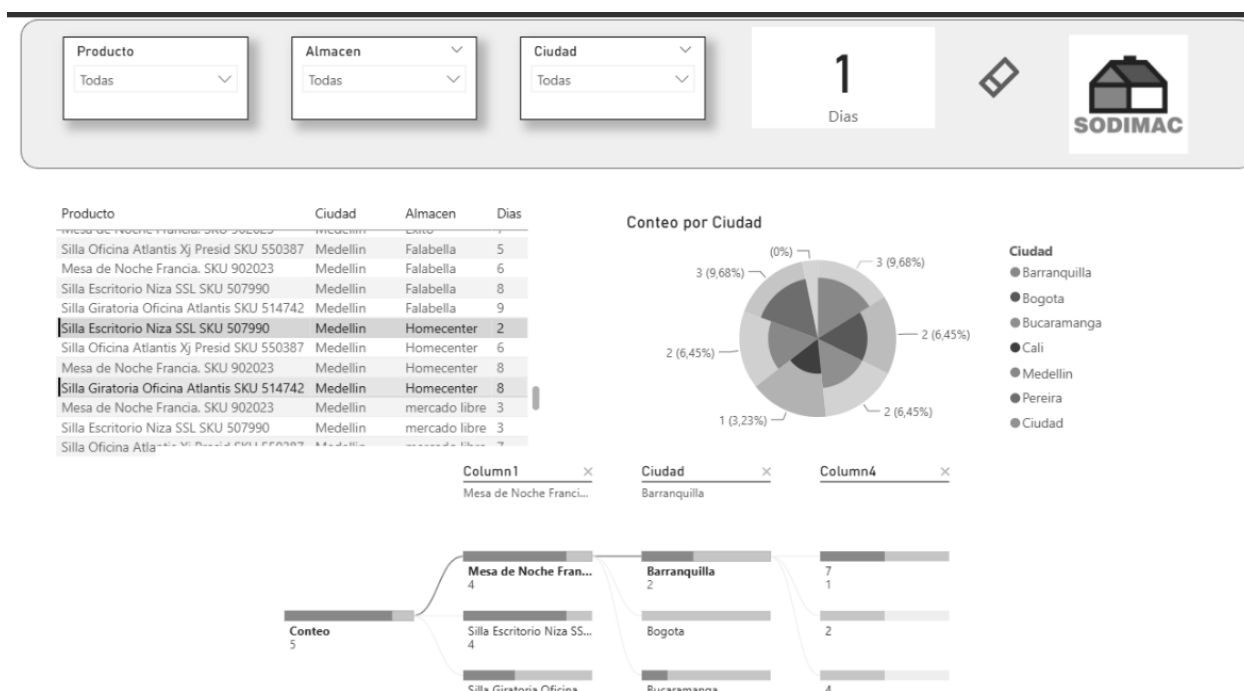
3. Contenido plan de mejora

Durante las prácticas profesionales, el proceso de despacho variaba según la región, pero compartía estados comunes: Blank/New (Draft), Ready for Shipment, Submitted for Delivery, Rejected y Completed. Cada solicitud se identificaba con un Número de Pedido o ticket, usado para su seguimiento en plataformas de gestión de inventario, donde se registraban acciones y observaciones.

Mensualmente, todas las solicitudes debían cerrarse en Completed para cumplir con el KPI del equipo; de lo contrario, se reflejaba un bajo desempeño. El líder revisaba esta información mediante tablas dinámicas en Excel, filtrando y resaltando tickets pendientes, un proceso efectivo pero demandante en tiempo.

Con base en el Curso Básico de Power BI, se propuso un dashboard para agilizar el análisis, integrando datos clave (monto en dólares, número de pedidos, cantidad de tickets) y filtros por SO Number, GeoUnit, FO Status, Business Line y fechas. Incluyó tarjetas de indicadores, tablas de detalle, gráficas de torta por región y línea de negocio, y una jerarquía dinámica para evaluar desempeño individual y órdenes pendientes por región.

Figura 3: Dashboard



Tomado de: Elaboración propia en Power BI con información de Homecenter (Velez, Dashboard Power Bi, 2025)

Se realizaron pruebas del dashboard para asegurar que la información coincidiera con los reportes previos, usando datos de dos periodos y filtrando despachos sin número de seguimiento en estado “Pendiente de Alistamiento” o “Nuevo”. Inicialmente hubo discrepancias por considerar unidades en lugar de cantidades consolidadas, lo que se corrigió ajustando la métrica base. El dashboard se finalizó con personalización visual, aplicando la paleta de colores de Homecenter, su logotipo y una distribución intuitiva para facilitar su uso en informes y reuniones.

4 conclusiones

El plan de mejora tuvo como objetivo optimizar el análisis mensual de los estados de despacho del jefe de Operaciones en Homecenter Colombia, corrigiendo la debilidad del DOFA de realizar el seguimiento a fin de mes con tiempo limitado, lo que afectaba los KPI. Se propuso un dashboard en Power BI para reducir el tiempo de reportes y detectar oportunamente órdenes distintas a “Completed”. Antes, el líder tardaba 15–20 minutos en generar el cuadro dinámico en Excel; con el dashboard, el proceso se reduce a 5 minutos, mejorando en un 66%. La herramienta también permite identificar visualmente regiones y líneas de negocio con bajo desempeño para gestionar planes de acción.

5. Bibliografía

- García, Miguel Á. y Soto, Elena R. (2019). *Tecnologías de la Información en Cadenas de Retail*. Ediciones Comerciales.
- Vargas, Sofía L. (2023). *Optimización Logística y Gestión de Inventarios en Grandes Almacenes*. Grupo Editorial Gestión.
- Castillo, Laura M. (2021). *Tendencias en el Comercio Minorista y la Transformación Digital*. Revista Latinoamericana de Negocios. Disponible en: <https://www.ejemplo-revista-digital.com/tendencias-retail>
- Méndez, Juan P. (2020). *Visualización de Datos y Dashboards Interactivos para la Toma de Decisiones*. Editorial Data Insights.
- Laudon, Kennet C. y Laudon, Jane P. (2012) *Management Information Systems. Managing the Digital Firm*. Twelfth Edition, Boston: Pearson.
- Acerca de Nosotros. (2025). *Homecenter (Sodimac Colombia)*. <https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/>

6. Seguimiento de las practicas

6.1. Resumen de actividades realizadas

Durante las prácticas profesionales en el equipo de Homecenter Colombia, se realizaron las labores de gestión de operaciones y despacho para diversas regiones de atención, al igual que el seguimiento de estas órdenes de despacho, debido a que algunas presentaban errores ya sean del solicitante o por parte del cliente. También se realiza el envío de los productos y su respectiva documentación a los diferentes clientes por los medios solicitados. Para el proceso de despacho, se utilizan plataformas como lo son SAP, sistemas de gestión de almacén y SharePoint. Adicionalmente, se colaboró estrechamente con distintos equipos de trabajo del área logística, lo que me permitió tener una visión más integral de los procesos internos y esto facilitó el desarrollo de habilidades clave como una comunicación efectiva, solución ágil de problemas en general y una buena toma de decisiones bajo presión. también se fortalecieron competencias digitales, tales como el uso de herramientas tecnológicas y plataformas empresariales. Todo esto contribuyó al cumplimiento de los indicadores de gestión y a la mejora continua de los tiempos de respuesta en el área de despacho, generando un impacto positivo en la satisfacción del cliente final.

Fecha	Actividades desarrolladas	Logros	Dificultades enfrentadas
02-06 Agosto	Días de inducción.	Entrenamiento y cursos básicos sobre los departamentos y apps de la empresa.	Ninguna.
07-31 Agosto	Se hizo entrenamiento en áreas a trabajar, se conoció al jefe inmediato y las actividades a realizar junto a entrenamientos.	Aplicar lo aprendido en los Cursos de Sodimac	Adaptación a las actividades y funciones internas de los colaboradores.
01-30 <u>Sept.</u>	Se hizo un estudio de mercado para poder hacer un benchmarking sobre un producto general de las diferentes empresas.	Implementación de análisis estratégicos y llevarlos a cabo para poder ser competitivos	Utilizar buenas prácticas de proyección que permitan la buena ejecución de la planeación estratégica.
01-31 Octubre	Se hizo la entrega de nuevas tareas financieras, adicional de hacer apoyo de las actualizaciones de plataformas como las cámaras de comercio.	Aplicar el buen uso de herramientas como Excel y buena interpretación de los estados financieros.	Aprender e implementar los conocimientos de matemática financiera.
01-30 Nov.	Se Dio respuestas a bancos desde el área de fraude de operaciones y se revisaron productos que tenían problemas en la web	Entender mucho mejor el uso de aplicaciones y pasarelas de la empresa	Encontrar los soportes completos y responder los correos acumulados de mese
01-31 Dic.	Se hizo monitoreo de eventos como black Friday y cyber lunes ayudando al área con graficas de ventas	Aprender como funcionan las métricas de ventas en fechas especiales, entendiendo como es el comportamiento del mercado	Ninguna.
01-31 Enero	Se hizo actualización de lugares de despacho actualizando y eliminando lugares que ya no tenían disponibilidad	Utilización de diferentes herramientas y paginas de la empresa	Búsqueda extensa de lugares y eliminación de cada una de ellas
01-02 Febrero	Se hizo actualización de inventarios de productos que no tenían stock en algunas ciudades	Reactivación de la disponibilidad de productos en las diferentes ciudades mejorando la cobertura	Ninguna.

Tabla Cumplimiento de objetivos mes a mes(Ariza J. D.)