INFORME TÉCNICO DETALLADO DE ENCADENAMIENTO EMPRESARIAL

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN Y MARCO CONCEPTUAL 3
2. OBJETIVOS DEL ANÁLISIS 3
3. RESUMEN EJECUTIVO 3
4. ÁREAS CLAVES A ANALIZAR 4
5. PRINCIPALES RESULTADOS DEL INSTRUMENTO DE CADENA DE VALOR 5
5.1. Datos Generales de la Empresa 5
5.2.1 Fortalezas identificadas 6
5.2.2 Debilidades críticas 6
5.2.3 Amenazas externas 7
5.2.4 Oportunidades de articulación 7
Oportunidades de Articulación y Crecimiento 7
6. ANÁLISIS DETALLADO DE LA CADENA DE VALOR 8
6.1. CAPACIDADES PRODUCTIVAS 8
6.2. INFRAESTRUCTURA Y CAPACIDAD LOGÍSTICA 8
6.3. ENCADENAMIENTO CON ACTORES DEL ENTORNO AEROPORTUARIO 9
6.4. ANÁLISIS DE MERCADEO Y VENTAS 10
6.5. ANÁLISIS DEL SERVICIO POSTVENTA 11
6.6. TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN 11
7. ANÁLISIS DETALLADO DE LA CADENA DE VALOR 12
8. ARTICULACIÓN ECONÓMICA CON BOGOTÁ CIUDAD AEROPUERTO 13
8.1. Articulación Económica con Bogotá Ciudad Aeropuerto (Líneas Estratégicas) 13
8.2. Posibles Encadenamiento con el ecosistema de Bogotá Ciudad Aeropuerto. 14
9. HOJA DE RUTA Y PLAN DE ACCIÓN 15
10. CONCLUSIÓN GENERAL Y RECOMENDACIONES 17
10.1 Recomendaciones Finales 18
10.1.1 Recomendaciones Operativas 18

10.1.2 Recomendaciones Tecnológicas 18
10.1.3 Recomendaciones Logísticas 19
10.1.4 Recomendaciones Comerciales 20
10.1.5 Recomendaciones de Encadenamiento 21
10.1.6 Recomendaciones en Servicio al Cliente 22

LISTADO DE TABLAS.

Tabla 1. Datos Generales 4
Tabla 2 Principales Resultados del Instrumento 5
Tabla 3. Análisis de Capacidades Productivas 8
Tabla 4 Análisis Logístico y de Infraestructura 9
Tabla 5 Análisis de Encadenamiento y Capacidad 9
Tabla 6 Análisis de Mercadeo y Riesgo Comercial 10
Tabla 7 Análisis del Servicio Postventa 11
Tabla 8 Análisis de Tecnología, Trazabilidad y Calidad 11
Tabla 9 Análisis de la cadena de valor 12
Tabla 10 Líneas Estratégicas de Articulación 13
Tabla 11 Posibles Encadenamientos 14
Tabla 12 Hoja de Ruta y Plan de Acción 15

1. INTRODUCCIÓN Y MARCO CONCEPTUAL

En el marco del Contrato de Prestación de Servicios No. 1060-2025, suscrito entre INGEPLAN y la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico (SDDE), cuyo objeto es fortalecer empresas de alto impacto en Bogotá mediante el impulso de iniciativas relacionadas con Ciencia, Tecnología e Innovación articuladas a la estrategia Bogotá Ciudad Aeropuerto, se presenta el siguiente informe técnico sustentado en la información recolectada durante la ejecución contractual. Este documento presenta el diagnóstico y análisis de la cadena de valor de **CASA CERVECERA COLOMBIAN CRAFT BEER SAS**., sustentado en el marco analítico de Michael Porter (estructuración de actividades primarias y de apoyo) que, de manera conjunta, determinan su capacidad para generar ventajas competitivas sostenibles.

La información utilizada fue obtenida mediante un instrumento de diagnóstico diseñado para aplicar, recopilar y sistematizar los datos requeridos para el diagnóstico empresarial y el análisis de la cadena de valor. Este instrumento integra variables cualitativas y cuantitativas que permiten identificar capacidades, brechas, procesos críticos, niveles de madurez operativa y oportunidades de articulación con la estrategia Bogotá Ciudad Aeropuerto.

2. OBJETIVOS DEL ANÁLISIS

1. Diagnosticar las capacidades productivas, logísticas, tecnológicas y comerciales de la empresa.
2. Identificar fortalezas, debilidades amenazas y oportunidades de su cadena de valor.
3. Determinar las áreas funcionales donde la empresa puede implementar herramientas estratégicas que habiliten su articulación con el ecosistema BCA y se encadenen con otras empresas.
5. Construir una Hoja de Ruta operacional–estratégica con responsables, plazos y KPIs desarrollando un plan de acción más amplio y estructurado.
6. Formular conclusiones y recomendaciones orientadas al cierre de brechas críticas y crecimiento de la empresa.

3. RESUMEN EJECUTIVO

La empresa **CASA CERVECERA COLOMBIAN CRAFT BEER SAS** es una organización con 5.0 años (60 meses) de trayectoria en el mercado, operando en el sector de Manufacturero/ Agroindustrial (CIIU 1102). Su actividad principal es 1102. El objeto principal de la empresa es la elaboración de bebidas fermentadas no destiladas, producción de malta, elaboración de cervezas y otras bebidas malteadas, abarcando la fabricación y maduración de cervezas.
Adicionalmente, la sociedad está facultada para realizar cualquier otra actividad económica lícita, similar, conexa o complementaria, tanto en Colombia como en el extranjero.

Ubicada en la dirección Carrera 98 64g 33, Bogotá, Bogotá, D.C. de la localidad de ENGATIVA, su estructura comercial se enfoca principalmente en Empresa privada, que representa el 25% de sus ventas totales.

Su producción se caracteriza por un Nivel de Complejidad ALTO, incorporando procesos que la hacen candidata potencial para la cadena de valor BCA.

Se identifica un potencial de articulación TOTALMENTE con el ecosistema BCA, apalancado en su capacidad de diferenciación (OTRA).

No obstante, se evidencian desafíos críticos que actúan como barreras de entrada para la formalización comercial B2B, principalmente en trazabilidad tecnológica (Inventario en Tiempo Real: EN IMPLEMENTACION) y gestión de calidad (con

brechas de certificación). La hoja de ruta debe enfocarse en la habilitación operativa y tecnológica para capitalizar su capacidad productiva no utilizada.

Tabla 1. Datos Generales

INFORME TÉCNICO DETALLADO DE ENCADENAMIENTO EMPRESARIAL	
Empresa Analizada:	CASA CERVECERA COLOMBIAN CRAFT BEER SAS
NIT:	90133647-1
Antigüedad:	5.0 años (60 meses)
Sector:	Manufacturero/ Agroindustrial
Localidad:	ENGATIVA
Actividad CIIU:	1102 - 1102. Elaboración de bebidas fermentadas no destiladas

Fuente: Cuestionario información de la empresa, documento cámara de comercio cada empresa

4. ÁREAS CLAVES A ANALIZAR

El análisis de la empresa **CASA CERVECERA COLOMBIAN CRAFT BEER SAS** se desarrolla a partir de los siete bloques estructurados en el instrumento aplicado, los cuales permiten comprender su funcionamiento operativo, logístico, comercial y tecnológico, así como su potencial de articulación con el ecosistema Bogotá Ciudad Aeropuerto (BCA).

Las áreas evaluadas son:

Información general: Del cuestionario de recolección de información pregunta 1-3
Capacidades productivas y operativas: Del cuestionario de recolección de información pregunta 4-21
Infraestructura y capacidad logística: Del cuestionario de recolección de información pregunta 22-23
Encadenamiento con otras empresas del entorno aeroportuario: Del cuestionario de recolección de información pregunta 24-29
Mercadeo, ventas y servicios: Del cuestionario de recolección de información pregunta 30-42
Servicio postventa: Del cuestionario de recolección de información pregunta 43-44
Tecnología e innovación: Del cuestionario de recolección de información pregunta 45-50

Cada una de estas áreas aporta insumos específicos para la identificación de fortalezas y debilidades en la cadena de valor, así como para la construcción de una hoja de ruta estratégica.

5. PRINCIPALES RESULTADOS DEL INSTRUMENTO DE CADENA DE VALOR

El instrumento formulado recopila información estructural, operativa, logística, comercial y tecnológica de la empresa beneficiaria con el fin de identificar oportunidades de encadenamiento dentro del ecosistema Bogotá Ciudad Aeropuerto (BCA).
A continuación, se presentan los datos generales de la empresa, obtenidos del instrumento aplicado.

5.1. Datos Generales de la Empresa

Tabla 2 Principales Resultados del Instrumento

Variable	Respuesta
Razón social	CASA CERVECERA COLOMBIAN CRAFT BEER SAS
NIT	90133647-1
Representante que diligencia	Lucero Rueda
Relación actual con el Aeropuerto El Dorado	NO
Complejidad del proceso	ALTO
Capacidad instalada utilizada	55%
Principal cliente	Empresa privada (25% de ventas)
Exportaciones	0%
Relación con actores aeroportuarios	NO
Capacidad financiera autoevaluada	3. MEDIA
Disponibilidad para explorar oportunidades con BCA	TOTALMENTE
Margen de error operativo	5%
Certificaciones de calidad	NO
Inventario en tiempo real (ITR)	EN IMPLEMENTACION
Seguridad de la información	NO

Fuente: Cuestionario información de la empresa

5.2. Identificación de fortalezas y debilidades en su cadena de valor

Del cuadro anterior se extraen las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades.

5.2.1 Fortalezas identificadas

Las fortalezas de Casas Cervecera se centran en su excelencia operativa, capacidad de expansión inmediata y una clara orientación al cliente corporativo (B2B) de alta demanda:

Excelencia y Solidez Técnica en el Proceso (Nivel ALTO): La empresa posee un alto nivel técnico en su proceso de producción cervecera. Esta experticia es un pilar fundamental que garantiza la calidad y consistencia del producto. En un mercado altamente competitivo, esta solidez técnica es la base para cumplir con los altos estándares de calidad y volumen que demandan los grandes contratos corporativos y el sector de retail aeroportuario.

Capacidad Instalada Ociosa para Absorber Demanda: Casas Cervecera cuenta con una capacidad instalada disponible del 45%. Esta es una ventaja financiera y operativa significativa, ya que le permite absorber nueva demanda B2B de volumen considerable (como la requerida por cadenas de restaurantes o retailers del aeropuerto) sin necesidad de incurrir en grandes inversiones iniciales de capital (CAPEX) o tiempos de espera prolongados para la expansión.

Compromiso Gerencial Total con el Encadenamiento Estratégico: Existe una fuerte disposición de la gerencia (TOTALMENTE) para vincularse al ecosistema aeroportuario. Este compromiso es una fortaleza crítica, pues asegura la voluntad política y la asignación de recursos necesarios para adaptar los procesos, obtener certificaciones y desarrollar la estrategia comercial B2B requerida para entrar y prosperar en el sector.

Servicio Postventa con Tiempos de Respuesta Rápidos: La empresa ofrece un servicio postventa con tiempos de respuesta rápidos (en HORAS). En el ámbito corporativo, la velocidad de respuesta es tan importante como la calidad del producto. Esta capacidad operativa es una fortaleza clave para negociar y asegurar Acuerdos de Nivel de Servicio (SLA) exigentes, generando confianza y posicionando a Casas Cervecera como un proveedor fiable y ágil en el mercado B2B.

5.2.2 Debilidades críticas

Las Debilidades Críticas de **CASA CERVECERA COLOMBIAN CRAFT BEER SAS**, analizando cómo estos factores limitan su capacidad de crecimiento, especialmente en el competitivo y exigente sector B2B.

Debilidades Críticas de Casas Cervecera
Las principales debilidades de la empresa se concentran en la falta de formalización de procesos y estándares de calidad y una percepción de limitación financiera para la inversión necesaria:

Ausencia de Sistemas de Calidad y Trazabilidad Críticos:
La empresa presenta una ausencia notoria de sistemas formales de trazabilidad, ciberseguridad y certificaciones de calidad requeridas por el sector corporativo. Esta debilidad es una barrera de entrada directa, ya que clientes B2B, especialmente los del ecosistema aeroportuario, exigen documentación de procesos, trazabilidad de lotes y seguridad de la información contractual. Sin estos sistemas, la capacidad de la cervecera para firmar contratos grandes y sensibles se ve severamente limitada.

Margen de Error Operativo (MEP) Incompatible:
Actualmente, la empresa maneja un Margen de Error Operativo (MEP) del 5%. Este nivel de error es significativamente alto e incompatible con los altos estándares de precisión y cero defectos que rigen en industrias de alto nivel, como las aerolíneas, retail premium y grandes empresas de logística. Reducir este MEP a niveles aceptables menor 1% es una tarea crítica que exige la estandarización inmediata de los procesos de producción y calidad.

Limitación de Capacidad Financiera Percibida:
La baja autoevaluación de la capacidad financiera (3. MEDIA) sugiere una percepción interna de que los recursos para inversión son limitados. Esto es un punto crítico, ya que la inversión en habilitadores B2B (certificaciones, ITR, CRM) es indispensable para formalizar la calidad y competir. Si esta percepción se traduce en una reticencia a invertir, la ambición de la gerencia de vincularse al ecosistema aeroportuario podría verse estancada.

5.2.3 Amenazas externas

Las principales amenazas provienen de las rigurosas barreras de entrada impuestas por el sector objetivo (BCA) y la presión de competidores que ya cumplen con dichos estándares.

Requisitos Mínimos Innegociables del Sector BCA: El sector de la Base Comercial Aeroportuaria (BCA) y el retail asociado imponen requisitos mínimos y no negociables de calidad, trazabilidad y seguridad (tanto física como aérea). Estos requisitos actúan como una barrera de entrada formidable. Si Casas Cervecera no logra implementar rápidamente sistemas de trazabilidad ITR y alcanzar estándares de seguridad certificados, quedará excluida automáticamente de las oportunidades B2B de alto valor en este ecosistema.

Competencia con Altos Estándares Tecnológicos y Certificaciones: La empresa se enfrenta a una competencia global y nacional que ya opera con mayores estándares tecnológicos y certificaciones (ej., ISO, HACCP). Estos competidores utilizan sus certificaciones y su infraestructura tecnológica como prueba de confiabilidad y calidad. Hasta que Casas Cervecera no formalice sus propios procesos y obtenga las certificaciones requeridas, siempre estará en desventaja al competir por grandes contratos corporativos.

Incremento de Costos Logísticos y de Transporte: Existe una amenaza externa de incremento en los costos logísticos y de transporte (15%), exacerbada por las ineficiencias logísticas internas de la propia empresa (como la falta de alianzas B2B formales). Esta amenaza reduce el margen de rentabilidad y puede hacer que las propuestas comerciales de Casas Cervecera sean menos competitivas en precio frente a rivales que manejan sus costos logísticos de manera más eficiente.

5.2.4 Oportunidades de articulación

Oportunidades de Articulación y Crecimiento

Las oportunidades se centran en el aprovechamiento de la demanda especializada dentro del aeropuerto y la diversificación de la oferta a segmentos premium y corporativos:

Encadenamiento Directo con el Sector Retail Aeroportuario: Existe una clara oportunidad de encadenamiento directo con las empresas de retail y servicios para viajeros que operan dentro del aeropuerto. **CASA CERVECERA COLOMBIAN CRAFT BEER SAS** puede desarrollar una línea de productos, souvenirs o merchandising premium de edición limitada y alta calidad, específicamente diseñados para el viajero y para las tiendas libres de impuestos (duty-free). Esto le permitiría ingresar a un nicho de alto margen y construir su marca a nivel internacional.

6. ANÁLISIS DETALLADO DE LA CADENA DE VALOR

Identificar dónde y cómo se crea o destruye valor para la empresa, y cómo se puede reconfigurar esa cadena para lograr una ventaja competitiva de diferenciación y/o liderazgo en costos que respalde el nuevo modelo.

6.1. CAPACIDADES PRODUCTIVAS

Dentro del modelo de Michael Porter, la Capacidad Productiva se sitúa principalmente en la actividad primaria de Operaciones, representando la habilidad de la empresa para transformar eficientemente las materias primas (recibidas de la Logística de Entrada) en productos o servicios finales. Esta capacidad no solo abarca el volumen máximo de producción que puede alcanzarse en un periodo dado, sino también su calidad, flexibilidad y costo unitario, incluyendo la gestión de activos, el mantenimiento de la maquinaria y la aplicación de tecnología (I+D y Tecnológica, actividades de apoyo). Una alta capacidad productiva, caracterizada por un bajo margen de error y una capacidad instalada bien gestionada, se convierte en una ventaja competitiva crítica, ya sea por permitir un liderazgo en costos o por facilitar la diferenciación a través de la producción de alta complejidad y calidad.

Tabla 3. Análisis de Capacidades Productivas

Indicadores Clave	Respuesta	Implicación
Nivel de Complejidad de Proceso	ALTO	Indica la sofisticación de los procesos, clave para servicios manufactura avanzada en el ecosistema BCA.
Capacidad Utilizada	55%	Muestra una holgura de 45% para asumir nuevos contratos B2B sin necesidad de inversión en infraestructura de inmediato.
Margen de Error/Defectos	5%	Riesgo operacional. Necesidad de protocolos de calidad estricta para el sector BCA (el objetivo debe ser <2%). Un valor alto impacta la trazabilidad.

Fuente: Cuestionario información de la empresa

El Nivel de Complejidad de los procesos productivos (ALTO) de la empresa es una fortaleza técnica inherente que la posiciona favorablemente para ofrecer servicios de alto valor añadido requeridos por el ecosistema BCA. Sin embargo, el Margen de Error Operativo (5%) se convierte en una barrera crítica para cualquier encadenamiento con el sector aeronáutico y logístico, que exige una tasa de defectos cercana al 0%. La hoja de ruta debe priorizar la estandarización para reducir drásticamente este margen, capitalizando la Capacidad Instalada Disponible (45%) para asumir nueva demanda B2B.

6.2. INFRAESTRUCTURA Y CAPACIDAD LOGÍSTICA

En el marco de la Cadena de Valor de Porter, la Infraestructura y Capacidad Logística se manifiestan a través de dos actividades primarias críticas: la Logística de Entrada (manejo de materias primas e insumos) y la Logística de Salida (distribución del producto final), así como la Infraestructura de la Organización (actividad de apoyo). La infraestructura

logística abarca los activos físicos (almacenes, bodegas cercanas a hubs como aeropuertos, flotas de transporte) y los sistemas de gestión (WMS, ITR) que permiten el flujo eficiente de bienes. Una robusta capacidad logística, que incluye baja fricción en el movimiento de materiales y una gestión de inventario en tiempo real, es crucial para lograr una ventaja de costos al minimizar el CTI (Costo Total de Insumos) o una ventaja de diferenciación al garantizar el cumplimiento estricto de los SLAs y la rapidez de respuesta exigida por mercados sensibles como el BCA.

Tabla 4 Análisis Logístico y de Infraestructura

Indicadores Clave	Respuesta	Implicación
Costo Transporte/Producto	15%	Muestra el peso de la logística de entrada en los costos. Un alto % impacta la competitividad y requiere optimización.
Infraestructura cerca Aero	SI	Cercanía estratégica. Fortaleza si es SI, Brecha si es NO y se requiere cercanía para el encadenamiento BCA.
Uso Bodegas Cercanas	SI	Indica la planeación futura de la empresa para acortar la cadena logística. Si es 'SI', gran potencial de articulación.

Fuente: Cuestionario información de la empresa

La gestión logística presenta desafíos. El impacto del Costo de Transporte en el producto (15%) es crítica y requiere atención, sugiriendo la necesidad de optimizar la logística de insumos, vital para la competitividad. Si bien la cercanía de la Infraestructura (SI) es un activo logístico, la consideración de Bodegas Cercanas al Aeropuerto (SI) demuestra una disposición estratégica. La estrategia de encadenamiento debe apalancarse en la exploración de alianzas con operadores logísticos para mitigar estos costos y asegurar tiempos de entrega alineados al estándar BCA.

6.3. ENCADENAMIENTO CON ACTORES DEL ENTORNO AEROPORTUARIO

La Infraestructura y Capacidad Logística son vitales para el encadenamiento aeroportuario (BCA), abarcando tanto activos físicos (proximidad a bodegas) como tecnológicos (WMS e ITR). Esta capacidad impacta directamente en las actividades primarias de Logística de Entrada y Salida, siendo esencial para el cumplimiento de los SLA al asegurar la velocidad, seguridad y trazabilidad exigida por el sector aeronáutico. Una logística robusta, a menudo apoyada por una Alianza 3PL, transforma la simple operación en una ventaja competitiva que garantiza la fiabilidad de las entregas.

Tabla 5 Análisis de Encadenamiento y Capacidad

Indicadores Clave	Respuesta	Implicación
Relación actual con El Dorado	NO	Punto de partida. Si la relación es 'SI', existe un historial que debe formalizarse o expandirse.

Papel Propuesto	Proveedor	Define la función de la empresa dentro de la red logística (Proveedor/Operador). Fundamental para el mapeo BCA.
Interés Oportunidades	TOTALMENTE	Disposición estratégica de la gerencia para invertir tiempo y recursos en la exploración del ecosistema BCA.
Articulación Potencial	Empresas de Servicio y Consumo Premium, Logística y Soporte, Promoción y Retail	Muestra el enfoque de la empresa para la diversificación y el B2B. Clave para la identificación de socios en el ecosistema BCA.

Fuente: Cuestionario información de la empresa

El indicador más favorable es el Interés en Oportunidades (TOTALMENTE), lo que demuestra una clara alineación estratégica de la gerencia con los objetivos del ecosistema BCA. La Relación Actual con El Dorado (NO) es un punto de partida para la prospección hacia contratos B2B formales. El Papel Propuesto (Proveedor) sugiere que la empresa se visualiza como un actor clave en la cadena de valor, lo cual es compatible con las Empresas de Articulación Potencial (Empresas de Servicio y Consumo Premium, Logística y Soporte, Promoción y Retail) mencionadas. La hoja de ruta debe validar si el rol propuesto es compatible con sus debilidades tecnológicas y operativas, diseñando un portafolio de servicios específicos para esos actores.

6.4. ANÁLISIS DE MERCADEO Y VENTAS

La capacidad de Mercadeo y Ventas se centra en las actividades de Marketing y Ventas, siendo vital para el encadenamiento BCA. El enfoque debe ser la gestión de relaciones B2B a largo plazo mediante CRM, posicionando a la empresa como un socio certificado. La estrategia comercial requiere destacar la adhesión a estándares como ISO 9001/27001 como diferenciador clave, permitiendo asegurar contratos de alto valor y SLAs corporativos que garanticen la fiabilidad crítica exigida por los actores aeronáuticos.

Tabla 6 Análisis de Mercadeo y Riesgo Comercial

Indicadores Clave	Respuesta	Implicación
Principal Cliente (%)	Empresa privada (25%)	Alto riesgo de dependencia comercial (si es >70%). Es crítica la diversificación B2B hacia múltiples actores del ecosistema BCA.
Desafío Distribución	Costo y Gestión de la Cadena de Frío	Punto crítico de la logística de salida. Su resolución debe ser parte de la hoja de ruta logístico-comercial.
Estrategia Diferenciación	otra	Base para construir la propuesta de valor dirigida a los actores del ecosistema BCA.
Plan Expansión Int	En desarrollo	Una respuesta afirmativa demuestra potencial de uso del Aeropuerto como HUB de exportación/comercio exterior.

Fuente: Cuestionario información de la empresa

La concentración de las ventas en el Principal Cliente (25%) presenta un riesgo moderado de concentración y debe ser el foco principal de la estrategia comercial B2B en el corto plazo. El Desafío de Distribución (Costo y Gestión de la Cadena de Frío) es un factor logístico que debe resolverse para cumplir con los estándares de servicio corporativos. La Estrategia de Diferenciación (OTRA) sirve como base para construir una propuesta de valor dirigida al ecosistema BCA. La acción inmediata debe ser la prospección de múltiples clientes corporativos en el entorno aeroportuario.

6.5. ANÁLISIS DEL SERVICIO POSTVENTA

En el BCA, el Servicio Postventa es un factor de misión crítica que va más allá de la garantía. Su análisis se centra en la capacidad de reacción rápida medida por los SLAs corporativos. La fiabilidad en el soporte postventa es esencial para mantener la confianza, mitigar el riesgo operacional del cliente y asegurar la renovación de contratos de alto valor.

Tabla 7 Análisis del Servicio Postventa

Indicadores Clave	Respuesta	Implicación
Rapidez de Respuesta	HORAS	Fortaleza clave que debe formalizarse en un Acuerdo de Nivel de Servicio (SLA) para contratos corporativos y B2B.
Ventaja Competitiva	Parcialmente	Define el valor añadido que la empresa puede ofrecer a clientes corporativos en servicios de soporte y postventa.

Fuente: Cuestionario información de la empresa

El servicio postventa es una fortaleza operativa robusta para el encadenamiento BCA. La Rapidez de Respuesta (HORAS) y la Ventaja Competitiva (PARCIALMENTE) superan las expectativas del modelo B2C y se alinean con la demanda de servicios de alta disponibilidad del sector aeronáutico. Se recomienda formalizar estos indicadores mediante la creación de un Acuerdo de Nivel de Servicio (SLA) corporativo, utilizando esta capacidad como un diferenciador clave para ganar contratos con actores del ecosistema.

6.6. TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

La Tecnología e Innovación es crucial para el encadenamiento BCA, enfocada en el Desarrollo Tecnológico para habilitar la trazabilidad (ITR/WMS) y la seguridad (ISO 27001). Esto permite reducir el margen de error, asegurar la integración con sistemas aeronáuticos y diferenciar la capacidad técnica de la empresa.

Tabla 8 Análisis de Tecnología, Trazabilidad y Calidad

Indicadores Clave	Respuesta	Implicación
Inventario TR	EN IMPLEMENTACION	Brecha crítica en trazabilidad y planificación. Requisito indispensable

		para logística aeronáutica y cadenas de suministro complejas.
Certificaciones Calidad (ISO 9001)	NO	Habilitador fundamental. Si es 'NO', genera una barrera de entrada para contratos B2B de alta exigencia
Seguridad de la Información	NO	Nivel de protección de activos digitales, vital para contratos sensibles. Si es 'NO', riesgo de ciberseguridad y no cumplimiento.
Proceso Aledaño	LOGISTICA	Indica la intención de la empresa de mover parte de su operación cerca al aeropuerto, alineándose con la visión BCA.

Fuente: Cuestionario información de la empresa

Esta sección revela las barreras de entrada más críticas para la empresa en su articulación con el ecosistema BCA. El incumplimiento o la debilidad en la falta de Certificaciones de Calidad, los riesgos de Seguridad de la Información, son requisitos indispensables para cualquier contrato de servicios o provisión de alta exigencia. La Hoja de Ruta debe priorizar la inversión en estos habilitadores tecnológicos y de calidad (certificaciones) antes de cualquier exploración comercial, para garantizar el cumplimiento de los estándares de seguridad y trazabilidad requeridos en el sector.

7. ANÁLISIS DETALLADO DE LA CADENA DE VALOR

El análisis de la cadena de valor se realiza basados en los procesos de logística de entrada, operaciones, logística de salida, desarrollo tecnológico e infraestructura.

Tabla 9 Análisis de la cadena de valor

Proceso (Eslabón)	Indicadores Clave	Análisis y Brecha
Logística de Entrada	Costo Transporte Insumos (15%). Inventario Tiempo Real (EN IMPLEMENTACION).	CTI: 15%. Alto impacto (>10%) puede afectar competitividad. ITR: EN IMPLEMENTACION. Brecha crítica en trazabilidad para el sector BCA.
Operaciones	Nivel Complejidad (ALTO). Margen Error (5%). Capacidad Utilizada (55%).	Complejidad ALTO (Fortaleza Técnica). Margen Error: 5%. Debe ser <2% para BCA (Riesgo). Capacidad disponible: 45%.
Logística de Salida	Desafío Distribución. Infraestructura Cerca Aero (SI).	| Desafío: Costo y Gestión de la Cadena de Frío. La Infraestructura cerca del Aeropuerto (SI) es un factor estratégico (si es SI) o una brecha operativa.
Desarrollo Tecnológico	Certificaciones Calidad (NO). Seguridad Información (NO).	Certificaciones: NO. Si es NO/PARCIAL, es la principal barrera. Seguridad Información: NO. Riesgo en contratos sensibles.

Infraestructura (Financiera)	Capacidad Financiera. Interés BCA.	Capacidad Financiera: 3. MEDIA. Si es BAJA, limita la inversión en habilitadores. Interés BCA: TOTALMENTE. Favorable disposición de la Gerencia

Fuente: Cuestionario información de la empresa

El análisis de la Cadena de Valor de Porter para **CASA CERVECERA COLOMBIAN CRAFT BEER SAS** revela que, si bien la empresa posee una sólida base operativa y técnica, existen brechas críticas en las actividades de soporte y primarias que deben abordarse para insertarse exitosamente en el sector de la Base Comercial Aeroportuaria (BCA).

En la Logística de Entrada, el Costo de Transporte de Insumos (CTI) es alto (15%), afectando la competitividad, y la trazabilidad presenta una brecha crítica, con el Inventario en Tiempo Real (ITR) "en implementación". En Operaciones, aunque la Complejidad es ALTA (una fortaleza técnica), el Margen de Error del 5% es incompatible con los estándares de BCA (debe ser menor 2%.

La Logística de Salida enfrenta el desafío del costo y gestión de la cadena de frío, aunque la infraestructura cercana al aeropuerto es un activo estratégico (SI). Las actividades de soporte presentan las mayores barreras: el Desarrollo Tecnológico muestra una carencia crítica en Certificaciones de Calidad (NO) y Seguridad de la Información (NO), lo que constituye la principal barrera de entrada para contratos sensibles. Finalmente, la Infraestructura (Financiera) tiene una Capacidad Financiera MEDIA, lo que podría limitar la inversión necesaria para cerrar las brechas tecnológicas, a pesar de que el Interés de la Gerencia por el sector BCA es TOTALMENTE Favorable.

8. ARTICULACIÓN ECONÓMICA CON BOGOTÁ CIUDAD AEROPUERTO

8.1. Articulación Económica con Bogotá Ciudad Aeropuerto (Líneas Estratégicas)

El ecosistema Bogotá Ciudad Aeropuerto (BCA) representa una plataforma de alto valor para **CASA CERVECERA COLOMBIAN CRAFT BEER SAS** (MANUFACTURERO/ AGROINDUSTRIAL). Se identifican oportunidades de encadenamiento basadas en la sofisticación de sus procesos.

Tabla 10 Líneas Estratégicas de Articulación

Línea Estratégica	Eje de Encadenamiento	Rol Propuesto para la Empresa	Productos/Servicios a Ofrecer
I. Comercio y Suministro (Retail y Viajeros)	**Suministro Premium / *Merchandising***	Proveedor B2B de Productos de Alto Valor y Experiencia.	* **Cervezas Artesanales Premium:** Líneas especiales para *duty-free* y *retail* de lujo. * **Kits de Experiencia / Souvenirs:** Productos de alto margen para viajeros. * **Suministro institucional:** Venta a volumen a restaurantes y *lounges* del aeropuerto.
II. Infraestructura y Tecnología	**Garantía Operacional y Trazabilidad**	Proveedor de Sistemas de Confianza (Garantía de Suministro con SLA).	* **Acuerdos de Nivel de Servicio (SLA):** Suministro garantizado con respuesta en **HORAS** para evitar rupturas de stock críticas en *retail* y *lounges*. * **Integración ITR:** Reporte de trazabilidad de lote para el cumplimiento de seguridad alimentaria y estándares de calidad aeroportuaria.

III. Posicionamiento y Marca	**Experiencia de Marca en el Ecosistema**	Socio Estratégico en Eventos y Patrocinios.	* **Activaciones de Marca:** Patrocinio de eventos o espacios dentro del terminal aéreo. * **Alianzas Estratégicas:** Desarrollo de cervezas especiales para aerolíneas o salas VIP (marca blanca premium).

Fuente: Propia

Para que una empresa como **CASA CERVECERA COLOMBIAN CRAFT BEER SAS** logre encadenarse exitosamente con el Aeropuerto El Dorado y su Base Comercial Aeroportuaria (BCA), debe transicionar de ser un proveedor tradicional a un socio estratégico que ofrece soluciones de alta confiabilidad, trazabilidad y valor agregado.

El encadenamiento se estructura en dos ejes principales:

1. El Eje Comercial y de Suministro (Retail)

La vía más directa es a través del Suministro Premium al retail y la hostelería del aeropuerto (lounges y restaurantes). En este esquema, Casas Cervecera se posiciona como un Proveedor B2B de Alto Valor, ofreciendo productos especializados (como líneas premium o souvenirs de marca) que cumplen con los requisitos de un mercado de altos márgenes como el aeroportuario.

2. El Eje de la Confianza y la Tecnología

Este es el eje fundamental que habilita los demás. **CASA CERVECERA COLOMBIAN CRAFT BEER SAS** debe convertirse en un Proveedor de Sistemas de Confianza para superar la debilidad de las certificaciones. Esto se logra mediante:

SLA (Acuerdos de Nivel de Servicio): Son compromisos contractuales que garantizan que el suministro de cerveza o insumos tendrá un tiempo de respuesta de HORAS en caso de una necesidad crítica (por ejemplo, si un lounge se queda sin stock). El aeropuerto exige esta formalidad para asegurar la continuidad de su operación.

Integración ITR (Inventario en Tiempo Real): Aunque no se aplica directamente al aeropuerto, el cliente corporativo exige que el proveedor pueda demostrar la trazabilidad de lote del producto. La capacidad de reportar datos de inventario y calidad en tiempo real (gracias al ITR) genera la confianza necesaria en un sector que es riguroso con la seguridad alimentaria y operativa.

8.2. Posibles Encadenamiento con el ecosistema de Bogotá Ciudad Aeropuerto.

La articulación de **CASA CERVECERA COLOMBIAN CRAFT BEER SAS** con las empresas del entorno BCA debe orientarse hacia la subcontratación de servicios de alto valor añadido. La empresa puede aprovechar su capacidad instalada disponible (45% de holgura).

Tabla 11 Posibles Encadenamientos

Empresa participante	Naturaleza de la empresa	Propuesta de encadenamiento	Objetivo de la empresa analizada
ACHIRAS GIGANTEÑAS Y PRODUCTOS AS	MANUFACTURA	Ofrecer servicios especializados de 1081. elaboración de productos alimenticios. Pueden colaborar en desarrollo de productos	Acceder a la cadena de valor de MANUFACTURERO y diversificar ingresos mediante servicios B2B de alta complejidad.

		complementarios o snacks que acompañen la venta de cerveza artesanal.	
AEROLABOR Y SOPORTES SAS	SERVICIOS	Ofrecer servicios especializados de 7830. servicios de apoyo y suministro de personal especializado. Proveer personal técnico, operarios para la planta, asistencia en procesos de producción o control de calidad.	Acceder a la cadena de valor de SERVICIOS y diversificar ingresos mediante servicios B2B de alta complejidad.
CAMONFOODS SAS	COMERCIO	Ofrecer servicios especializados de 1089. comercio de productos alimenticios. Pueden suministrar insumos complementarios, materias primas o ingredientes para la elaboración de bebidas artesanales.	Acceder a la cadena de valor de COMERCIO y diversificar ingresos mediante servicios B2B de alta complejidad.

Fuente: Propia

La empresa **CASA CERVECERA COLOMBIAN CRAFT BEER SAS** posee el perfil técnico y productivo necesario para articularse con el ecosistema Bogotá Ciudad Aeropuerto. Sin embargo, su cadena de valor presenta brechas críticas en estandarización, logística y tecnología que deben ser atendidas. Su disposición al cambio la convierte en un candidato viable, siempre que se ejecute una hoja de ruta progresiva de habilitación tecnológica, operativa y comercial.

9. HOJA DE RUTA Y PLAN DE ACCIÓN

La Hoja de Ruta propuesta para **CASA CERVECERA COLOMBIAN CRAFT BEER SAS** se construye a partir del análisis integral realizado en los bloques anteriores y busca cerrar las brechas identificadas, potenciar las capacidades existentes y habilitar la articulación progresiva con empresas y actores del ecosistema Bogotá Ciudad Aeropuerto (BCA). Esta hoja de ruta se plantea bajo un enfoque secuencial, incremental y medible, con acciones estructuradas en cuatro componentes estratégicos.

Tabla 12 Hoja de Ruta y Plan de Acción

Línea Estratégica	Actividad	Responsables	Inicio	Fin	KPI Objetivo	Criterio de Aceptación
1. Fortalecimiento Operativo y de Producción	**Reducción del Margen de Error Operativo (MEP):** Estandarizar procesos mediante SOP e implementar Puntos Críticos	Gerencia de Producción y Calidad	Mes 1	Mes 2	**Margen de Error (MEP):** Menor 2.0%	El **MEP** se reduce y se mantiene consistentemente en menos 2.0% en dos ciclos de producción completos, validando los PCC.

Línea Estratégica	Actividad	Responsables	Inicio	Fin	KPI Objetivo	Criterio de Aceptación
	de Control (PCC) en la línea de producción.					
2. Transformación Tecnológica y Gestión de Calidad	**Implementación y Adopción del ITR Básico:** Asegurar la funcionalidad de trazabilidad de lote y la seguridad básica de la información (digitalización de registros).	Gerencia de TI y Logística	Mes 1	Mes 3	**Trazabilidad de Lotes (ATL):** 100%	El **100% de los lotes** de productos B2B son trazables en el ITR, y el sistema está operativo para el final de la fase.
2. Transformación Tecnológica y Gestión de Calidad	**Implementación del CRM:** Instalar y capacitar al equipo en un sistema CRM para profesionalizar la gestión comercial y medir el cumplimiento de servicio.	Gerencia de TI y Comercial	Mes 2	Mes 3	**Adopción del CRM:** Mayor 85%	El **CRM** es operativo y utilizado por mayor 85% del equipo comercial para gestionar oportunidades y postventa.
3. Logística y Encadenamientos Empresariales	**Optimización de Costos Logísticos (Alianzas B2B):** Definir y formalizar acuerdos comerciales con al menos dos operadores logísticos B2B eficientes.	Gerencia de Logística	Mes 2	Mes 3	**Costo Transporte Insumos (CTI):** menor 10%	El **CTI** se reduce del 15% a menos del 10% y se firman acuerdos formales con un mínimo de **dos operadores** logísticos.
4. Desarrollo Comercial y Posicionamiento Aeroportuario	**Formalización de la Oferta de Valor B2B:** Crear un portafolio	Gerencia Comercial y Legal	Mes 1	Mes 2	**% Propuestas con SLA:** mayor 90%	El **SLA** se formaliza (respuesta menor 4 horas) y se integra en el 90% de las nuevas propuestas corporativas.

Línea Estratégica	Actividad	Responsables	Inicio	Fin	KPI Objetivo	Criterio de Aceptación
	especializado y formalizar el Acuerdo de Nivel de Servicio (SLA) con respuesta en HORAS.					
4. Desarrollo Comercial y Posicionamiento Aeroportuario	**Exploración de Mercado y Articulación con Retail Aeroportuario:** Mapear *retailers* y *food service* en el aeropuerto y presentar la nueva propuesta de valor.	Gerencia Comercial	Mes 1	Mes 3	**Contactos Estratégicos:** mayor 5	Se genera un mínimo de **5 contactos estratégicos** con *retailers* del aeropuerto y se registra su seguimiento en el CRM.

Fuente: Propia

El propósito de esta propuesta es orientar y estructurar las acciones iniciales que permitan a la empresa avanzar en el cierre de las brechas identificadas durante el diagnóstico realizado en el marco del desarrollo del presente programa.

10. CONCLUSIÓN GENERAL Y RECOMENDACIONES

Este informe de diagnóstico y análisis de la cadena de valor la empresa **CASA CERVECERA COLOMBIAN CRAFT BEER SAS**, corresponde al concepto técnico emitido en el marco del Contrato de Prestación de Servicios No. 1060-2025 suscrito entre INGEPLAN y la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico. Su elaboración se basa en la información recopilada durante la ejecución de las actividades orientadas al fortalecimiento de empresas de alto impacto de Bogotá en materia de ciencia, tecnología e innovación, articuladas a la estrategia Bogotá Ciudad Aeropuerto. Por lo anterior, se recomienda el siguiente plan de acción estratégico.

El diagnóstico integral realizado a **CASA CERVECERA COLOMBIAN CRAFT BEER SAS** demuestra que la empresa posee capacidades técnicas avanzadas, una oferta creativa diferenciada y un servicio postventa altamente efectivo (Ventaja: PARCIALMENTE). La complejidad técnica del proceso productivo, su capacidad instalada disponible y la disposición permanente a implementar mejoras constituyen activos estratégicos para su crecimiento.
No obstante, El análisis revela brechas críticas en estandarización operativa, gestión de calidad y certificaciones, ciberseguridad, logística y formalización comercial. La operación centrada en un modelo mayoritariamente B2C, la ausencia de certificaciones críticas y los desafíos logísticos evidencian la necesidad de modernización y fortalecimiento de procesos clave.

A pesar de estas brechas, la empresa cuenta con una actitud proactiva para mejorar, explorar encadenamientos productivos y adoptar tecnologías habilitantes, lo cual facilita la implementación de la hoja de ruta propuesta. En conclusión, **CASA CERVECERA COLOMBIAN CRAFT BEER** SAS se encuentra en un nivel de preparación intermedio-bajo, pero con un alto potencial de transformación si se avanza en el cierre de brechas identificadas. La articulación con el ecosistema BCA es viable, siempre que la empresa adopte los habilitadores operativos, tecnológicos y comerciales recomendados.

10.1 Recomendaciones Finales

10.1.1 Recomendaciones Operativas

Línea Estratégica (Implícita)	Qué (Actividad)	Quién (Responsable)	Cuándo (Plazo Máximo)	Cómo se Mide (Frecuencia/Método)	KPI de Cumplimiento (%)	Criterio de Aceptación
Fortalecimiento Operativo y de Producción	**Estandarizar y documentar los procesos productivos** mediante SOP (Procedimientos Operativos Estándar), flujogramas y puntos de control de calidad (PCC).	Gerencia de Producción y Calidad	2 Meses	Auditoría interna de la documentación y revisión de flujogramas aprobados (Única).	**Documentación Aprobada:** 100%	El **Manual de SOP** está aprobado y en uso, y los **PCC** están definidos en los flujogramas de las líneas clave.
Fortalecimiento Operativo y de Producción	**Reducir el Margen de Error Operativo (MEP)** del 5% a menos del 2%, fortaleciendo la consistencia y confiabilidad del producto.	Gerencia de Producción y Calidad	3 Meses	Medición del **MEP** en lotes de producción terminada (Semanal).	**Reducción del MEP:** Menor 2.0%	El **MEP** se reduce y se mantiene consistentemente en menos del 2.0% durante un periodo de 4 semanas.
Logística y Encadenamientos Empresariales	**Optimizar la capacidad instalada disponible** (45%) para mejorar tiempos de producción y respuesta a grandes volúmenes B2B.	Gerencia de Operaciones	3 Meses	Medición del **Tiempo de Respuesta** a pedidos B2B y Capacidad Utilizada (Mensual).	**Aumento Capacidad Utilizada:** Mayor10%	La **Capacidad Utilizada (CU)** aumenta en 10% y se define un *Lead Time* de respuesta rápido compatible con SLA B2B.

10.1.2 Recomendaciones Tecnológicas

Línea Estratégica (Implícita)	Qué (Actividad)	Quién (Responsable)	Cuándo (Plazo Máximo)	Cómo se Mide (Frecuencia/Método)	KPI de Cumplimiento (%)	Criterio de Aceptación
Transformación Tecnológica y Gestión de Calidad	**Avanzar en la preparación hacia certificación** (ISO 9001 o sectorial, ej., HACCP/SI), mediante la implementación de un Sistema Formal de Gestión de Calidad (SGC).	Gerencia de Calidad y Dirección	3 Meses	Finalización de la Evaluación de la Brecha de Certificación y porcentaje de implementación de procedimientos CAPA (Mensual).	**Nivel de Preparación SGC:** mayor 80%	Se finaliza la **Evaluación de la Brecha** y se implementan y validan los procedimientos de **Gestión de No Conformidades (CAPA)**, alcanzando mayor 80% de avance en el SGC.
Transformación Tecnológica y Gestión de Calidad	**Establecer protocolos básicos de ciberseguridad** y proteger la información técnica (fórmulas) y comercial (contratos sensibles).	Gerencia de TI	2 Meses	Evaluación de Riesgos de la Información (ERI) completada y protocolos de *backup* y acceso implementados (Única/Final de Fase).	**Estado de Seguridad (ERI):** Aprobado	Se aprueba la **Evaluación de Riesgos de la Información (ERI)** y se implementan **protocolos básicos de seguridad** para proteger los datos sensibles B2B.

10.1.3 Recomendaciones Logísticas

Línea Estratégica (Implícita)	Qué (Actividad)	Quién (Responsable)	Cuándo (Plazo Máximo)	Cómo se Mide (Frecuencia/Método)	KPI de Cumplimiento (%)	Criterio de Aceptación
Logística y Encadenamientos Empresariales	**Mejorar la logística de entrega** transitando hacia un modelo B2B: Definir procesos de despacho y transporte que cumplan con la puntualidad exigida.	Gerencia de Logística y Comercial	2 Meses	Establecimiento del **Tiempo de Entrega Promedio (TEP)** B2B y Auditoría del proceso de despacho (Mensual).	**Definición del TEP:** 100%	Se define un **Tiempo de Entrega Promedio (TEP) B2B** formal y se documenta el proceso logístico de cumplimiento de horas y requisitos de empaque.

Línea Estratégica (Implícita)	Qué (Actividad)	Quién (Responsable)	Cuándo (Plazo Máximo)	Cómo se Mide (Frecuencia/Método)	KPI de Cumplimiento (%)	Criterio de Aceptación
Logística y Encadenamientos Empresariales	**Implementación de un sistema de ruteo eficiente** y capacitación del personal de despacho en protocolos de entrega B2B y seguridad.	Gerencia de Logística	3 Meses	Medición del **Índice de Entregas a Tiempo (On-Time Delivery)** para el segmento B2B (Mensual).	**Índice de Entregas a Tiempo:** mayor 95%	El **Índice de Entregas a Tiempo (OTD)** para clientes corporativos alcanza consistentemente mas del 95% durante el Mes 3.
Logística y Encadenamientos Empresariales	**Optimización de Costos de Transporte:** Formalizar acuerdos de alianza con operadores logísticos especializados en cadena de frío y entregas B2B.	Gerencia de Logística	3 Meses	**Costo Transporte Insumos (CTI)** como porcentaje de la venta y número de alianzas firmadas (Mensual).	**Reducción del CTI:** menor 10%	El **Costo de Transporte de Insumos (CTI)** se reduce a menos del 10% y se firma al menos **una alianza estratégica** con un transportista B2B.

10.1.4 Recomendaciones Comerciales

Línea Estratégica (Implícita)	Qué (Actividad)	Quién (Responsable)	Cuándo (Plazo Máximo)	Cómo se Mide (Frecuencia/Método)	KPI de Cumplimiento (%)	Criterio de Aceptación
Desarrollo Comercial y Posicionamiento Aeroportuario	**Transitar hacia un modelo comercial mixto B2B–B2C**, incorporando productos especializados para *retail* aeroportuario.	Gerencia Comercial y Dirección	3 Meses	Seguimiento de Ingresos por Segmento (B2B vs B2C) y registro de alianzas de canal (Mensual).	**Ingresos B2B:** mayor 15% del total	Se logra la **Segmentación** clara del Portafolio y los **Ingresos B2B** representan al menos el 15% de los ingresos totales en el Mes 3.
Desarrollo Comercial y Posicionamiento Aeroportuario	**Elaborar un portafolio corporativo especializado** que refleje capacidades técnicas y valor	Gerencia Comercial y Técnica	2 Meses	Presentación del Portafolio. Medición del Valor Promedio de Contrato (VPC) para nuevas propuestas B2B (Mensual).	**Portafolio B2B Elaborado:** 100%	El **Portafolio B2B** está formalmente aprobado, destacando el **SLA de HORAS** y los atributos de calidad/consistencia

Línea Estratégica (Implícita)	Qué (Actividad)	Quién (Responsable)	Cuándo (Plazo Máximo)	Cómo se Mide (Frecuencia/Método)	KPI de Cumplimiento (%)	Criterio de Aceptación
	agregado (ej., SLA/trazabilidad) para el sector BCA.					como diferenciadores contractuales.
Transformación Tecnológica y Gestión de Calidad	**Implementar un CRM** que profesionalice el seguimiento comercial y el servicio al cliente corporativo.	Gerencia de TI y Comercial	3 Meses	Nivel de Adopción del CRM por el equipo comercial. Tasa de Retención de Clientes Corporativos (Mensual).	**Adopción del CRM:** Mayor 85%	El **CRM** está implementado y el equipo comercial lo utiliza para gestionar mas del 85% de las oportunidades B2B.

10.1.5 Recomendaciones de Encadenamiento

Línea Estratégica (Implícita)	Qué (Actividad)	Quién (responsable)	Cuando (Plazo Máximo)	Cómo se Mide (Frecuencia/Método)	KPI de Cumplimiento (%)	Criterio de Aceptación
Desarrollo Comercial y Posicionamiento Aeroportuario	**Diseñar un catálogo de servicios** orientado a las necesidades específicas de *retail*, *food service* y servicios turísticos del ecosistema BCA.	Gerencia Comercial y Técnica	2 Meses	Portafolio Especializado para BCA. Número de Propuestas Comerciales Presentadas (Mensual).	**Catálogo BCA Diseñado:** 100%	El **Catálogo** está aprobado, incluyendo al menos **3 módulos de servicio** (ej., Líneas *Premium*, *Souvenirs* y Suministro Institucional con SLA).
Logística y Encadenamientos Empresariales	**Explorar oportunidades de subcontratación** con empresas logísticas, de *retail* y servicios turísticos identificadas.	Gerencia Comercial	3 Meses	Número de Acuerdos de Confidencialidad (NDA) o cartas de intención firmadas (Mensual).	**Oportunidades Identificadas:** Mayor a 5	Se identifican y persiguen activamente **5 o más oportunidades** de encadenamiento/subcontratación, resultando en al menos **1 acuerdo de cooperación** formalizado.

Línea Estratégica (Implícita)	Qué (Actividad)	Quién (responsable)	Cuando (Plazo Máximo)	Cómo se Mide (Frecuencia/Método)	KPI de Cumplimiento (%)	Criterio de Aceptación
Desarrollo Comercial y Posicionamiento Aeroportuario	**Participar activamente en espacios de articulación comercial** y ruedas de negocios del programa y del sector.	Gerencia General y Comercial	3 Meses	Registro de asistencia a Ruedas de Negocios y **Contactos Estratégicos** generados (Mensual).	**Eventos Participados:** mayor 2	Se participa en un mínimo de **2 Ruedas de Negocios** y se generan **5 o más contactos estratégicos** con potencial de negocio B2B, registrados en el CRM.

10.1.6 Recomendaciones en Servicio al Cliente

Línea Estratégica (Implícita)	Qué (Actividad)	Quién (responsable)	Cuando (Plazo Máximo)	Cómo se Mide (Frecuencia/Método)	KPI de Cumplimiento (%)	Criterio de Aceptación
Desarrollo Comercial y Posicionamiento Aeroportuario	**Formalizar la alta capacidad de respuesta (en HORAS)** mediante un Acuerdo de Nivel de Servicio (SLA) para contratos corporativos.	Gerencia Comercial y Legal	2 Meses	Auditoría del borrador de SLA. Inclusión del SLA en el 100% de las nuevas propuestas corporativas (Mensual).	**% de Propuestas B2B con SLA:** mayor 90%	Borrador de **SLA Aprobado** que estipula un tiempo **máximo de respuesta de 4 horas** y se incluye en el 90% de las propuestas B2B.
Desarrollo Comercial y Posicionamiento Aeroportuario	**Mantener la alta calidad del servicio postventa** como un diferenciador estratégico en la oferta corporativa.	Gerencia Comercial y Calidad	3 Meses	Documentación de casos de éxito (case studies). Medición de la Puntuación de Satisfacción (CSAT) B2B (Mensual).	**CSAT B2B:** mayor 95%	Se documentan al menos **2 Casos de Éxito** de respuesta y solución rápida. La puntuación de **Satisfacción B2B** se mantiene en más de 95%.
Transformación Tecnológica y Gestión de Calidad	**Integrar la medición del cumplimiento del SLA** al nuevo CRM y asegurar la capacitación comercial en	Gerencia de TI y Comercial	3 Meses	Registro de solicitudes de postventa y seguimiento del tiempo de respuesta en el CRM (Mensual).	**Adopción del Módulo Postventa en CRM:** Mayor 90%	El **90% o más** de las solicitudes de servicio postventa son registradas y se hace seguimiento al cumplimiento del **SLA** en el CRM.

Línea Estratégica (Implícita)	Qué (Actividad)	Quién (responsable)	Cuando (Plazo Máximo)	Cómo se Mide (Frecuencia/Método)	KPI de Cumplimiento (%)	Criterio de Aceptación
	la venta del valor del servicio.					

TERMINOLOGÍA UTILIZADA EN LAS TABLAS ANTERIORES

Término/Acrónimo	Significado Completo	Definición en el Contexto de la Empresa
SOP	Procedimientos Operativos Estándar (*Standard Operating Procedures*)	Documentación detallada de los procesos de producción y calidad que debe seguirse para **estandarizar la operación** y reducir el margen de error.
PCC	Punto Crítico de Control	Etapa específica dentro del proceso de producción donde se aplica una acción de control para **prevenir, eliminar o reducir** a un nivel aceptable un riesgo de fallo o error (clave para reducir el MEP).
MEP	Margen de Error Productivo	Porcentaje de unidades o lotes que presentan fallas o defectos. El objetivo es **reducirlo del 5% a 2%** para cumplir con estándares corporativos.
ITR	Inventario en Tiempo Real (*Inventory in Real Time*)	Sistema de gestión de inventarios que proporciona datos exactos al instante, esencial para la **trazabilidad de lote** y el cumplimiento de requisitos B2B.
SLA	Acuerdo de Nivel de Servicio (*Service Level Agreement*)	Un compromiso formal y contractual que define los **tiempos de respuesta** (ej., 4 horas) y la calidad del servicio postventa para clientes corporativos (aeropuerto/retail).
BCA	Base Comercial Aeroportuaria	El **mercado objetivo** especializado que incluye aerolíneas, operadores de carga, servicios de rampa y *retail* y *food service* del aeropuerto.
CRM	Gestión de Relaciones con el Cliente (*Customer Relationship Management*)	Herramienta tecnológica para **profesionalizar la gestión comercial**, documentar el ciclo de ventas B2B y medir el cumplimiento del SLA.

Término/Acrónimo	Significado Completo	Definición en el Contexto de la Empresa
CTI	Costo Transporte Insumos	El porcentaje del costo total del producto que corresponde al transporte de las materias primas. El objetivo es **reducirlo del 15% a 10%** mediante alianzas logísticas.
TEP	Tiempo de Entrega Promedio	El tiempo que transcurre desde la confirmación del pedido B2B hasta la entrega al cliente final. Se busca formalizarlo para garantizar la **puntualidad corporativa**.
CAPA	Acciones Correctivas y Preventivas (*Corrective Actions and Preventive Actions*)	Procedimientos formales dentro de un Sistema de Gestión de Calidad (SGC) utilizados para eliminar las causas de las no conformidades y mejorar procesos.
VPC	Valor Promedio de Contrato	El ingreso promedio generado por cada contrato B2B. El objetivo de la especialización es aumentar este valor.
NDA	Acuerdo de Confidencialidad (*Non-Disclosure Agreement*)	Documento legal requerido para iniciar la exploración de negocios y subcontratación con empresas sensibles (logísticas/retail) del aeropuerto.

A pesar de las brechas identificadas, la empresa cuenta con una actitud proactiva para mejorar, explorar encadenamientos productivos y adoptar tecnologías habilitantes, lo cual facilita la implementación de la hoja de ruta propuesta. En conclusión, **CASA CERVECERA COLOMBIAN CRAFT BEER SAS** se encuentra en un nivel de preparación intermedio-bajo, pero con un alto potencial de transformación si se avanza en el cierre de brechas identificadas, la articulación con el ecosistema con Bogotá Ciudad Aeropuerto es viable, siempre que la empresa adopte los habilitadores operativos, tecnológicos y comerciales recomendados.

Firma	**Firma**
	
Realizó: Olga Lucía Torres	**Revisó: Katerine Rodriguez Cabrera**
Experto en la línea temática de Articulación con la Ciudad Aeroportuaria	Líder del Proyecto
Ingeplan CO SAS	Ingeplan CO SAS