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 4
5.1. Datos Generales de la Empresa 5
5.2.1 Fortalezas identificadas 5
5.2.2 Debilidades críticas 6
5.2.3 Amenazas externas 6
5.2.4 Oportunidades de articulación 6
6. ANÁLISIS DETALLADO DE LA CADENA DE VALOR 6
6.1. CAPACIDADES PRODUCTIVAS 7
6.2. INFRAESTRUCTURA Y CAPACIDAD LOGÍSTICA 7
6.3. ENCADENAMIENTO CON ACTORES DEL ENTORNO AEROPORTUARIO 8
6.4. ANÁLISIS DE MERCADEO Y VENTAS 9
6.5. ANÁLISIS DEL SERVICIO POSTVENTA 10
6.6. TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN 10
7. ANÁLISIS DETALLADO DE LA CADENA DE VALOR 11
8. ARTICULACIÓN ECONÓMICA CON BOGOTÁ CIUDAD AEROPUERTO 12
8.1. Articulación Económica con Bogotá Ciudad Aeropuerto (Líneas Estratégicas) 12
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 18
10.1 Recomendaciones Finales 18
10.1.1 Recomendaciones Operativas 18
10.1.2 Recomendaciones Tecnológicas 19

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 7
Tabla 4 Análisis Logístico y de Infraestructura 8
Tabla 5 Análisis de Encadenamiento y Capacidad 8
Tabla 6 Análisis de Mercadeo y Riesgo Comercial 9
Tabla 7 Análisis del Servicio Postventa 10
Tabla 8 Análisis de Tecnología, Trazabilidad y Calidad 10
Tabla 9 Análisis de la cadena de valor 11
Tabla 10 Líneas Estratégicas de Articulación 12
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 **Estilo G**., 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 **Estilo G** es una organización con 6.6 años (79 meses) de trayectoria en el mercado, operando en el sector de Manufacturero/ Agroindustrial (CIIU 1312). Su actividad principal es 1312. Tejeduría de productos textiles, ropa deportiva.

Ubicada en la dirección CARRERA 119A #63H-35 de la localidad de ENGATIVA, su estructura comercial se enfoca principalmente en Consumidor final, que representa el 90% de sus ventas totales.

Su producción se caracteriza por un Nivel de Complejidad MEDIO, 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 (CALIDAD).

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: NO) 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:	Estilo G
NIT:	1098407183-5
Antigüedad:	6.6 años (79 meses)
Sector:	Manufacturero/ Agroindustrial
Localidad:	ENGATIVA
Actividad CIIU:	1312 - 1312. Tejeduría de productos textiles

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

4. ÁREAS CLAVES A ANALIZAR

El análisis de la empresa **Inversiones Golden Bogotá 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	Estilo G
NIT	1098407183-5
Representante que diligencia	Gilma Salazar Jiménez
Relación actual con el Aeropuerto El Dorado	NO
Complejidad del proceso	MEDIO
Capacidad instalada utilizada	60%
Principal cliente	Consumidor final (90% 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	2%
Certificaciones de calidad	NO
Inventario en tiempo real (ITR)	NO
Seguridad de la información	SI

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 Estilo G son activos estratégicos que facilitan su incursión en el mercado B2B y el BCA.
Alto Nivel Técnico en el Proceso (ALTO): La empresa posee una capacidad técnica sólida, lo cual es la base de su diferenciación por Calidad. Esto asegura la capacidad de producir textiles y productos con los estándares de durabilidad y especificación que requiere la industria aeroportuaria (ej. uniformes especializados, kits de catering).

Fuerte Disposición de Gerencia (TOTALMENTE): La alta proactividad gerencial para vincularse al BCA es un factor clave de éxito. Esta disposición facilita la implementación rápida de la hoja de ruta y la inversión en habilitadores críticos.
Servicio Postventa con Tiempos de Respuesta Rápidos (HORAS): El servicio postventa ya opera con la inmediatez (medida en HORAS) que exige el sector BCA. Esta velocidad puede formalizarse en un SLA (Acuerdo de Nivel de Servicio), convirtiéndose en una ventaja competitiva directa.
Capacidad Instalada Disponible (5%): Aunque es baja, existe una holgura que permite absorber nueva demanda B2B sin detener la operación actual, lo que le otorga una capacidad inmediata de respuesta.

5.2.2 Debilidades críticas

Estas debilidades representan las principales barreras para formalizar contratos de alto valor con el BCA.
Ausencia de Sistemas de Trazabilidad y Gestión de Calidad Críticos (ITR, Ciberseguridad): La falta de Inventario en Tiempo Real (ITR) impide a Estilo G garantizar la trazabilidad de sus insumos y productos, un requisito fundamental para la seguridad y auditoría en el entorno aeroportuario. La falta de ciberseguridad también representa un riesgo en el manejo de datos corporativos.
Baja Autoevaluación de Capacidad Financiera (3. MEDIA): Una capacidad financiera percibida como media puede limitar la inversión necesaria en los habilitadores críticos (implementación de ITR, certificaciones de calidad), ralentizando la transición al modelo B2B.
Modelo Comercial Centrado en B2C (90% de Ventas): La dependencia casi total del consumidor final (B2C) implica que la empresa carece de los procesos, contratos, y portafolios necesarios para la venta B2B corporativa.

5.2.3 Amenazas externas

Las amenazas del entorno magnifican las debilidades internas de la empresa.
Requisitos Mínimos de Calidad, Trazabilidad y Seguridad del Sector BCA: Estos altos estándares (ej. uniformes con certificaciones de inflamabilidad o insumos de alta seguridad) chocan directamente con la ausencia de ITR y certificaciones de Estilo G, constituyendo una barrera de entrada formidable.
Competencia Global/Nacional con Mayores Estándares: Los competidores en el BCA ya cuentan con las certificaciones (ISO) y tecnología de trazabilidad que Estilo G aún no posee, colocándola en desventaja en las licitaciones corporativas.
Incremento de Costos Logísticos y de Transporte (20%): El alto costo logístico, exacerbado por las ineficiencias internas (implícitas en la falta de ITR), reduce el margen de utilidad de Estilo G, haciendo sus precios menos competitivos.

5.2.4 Oportunidades de articulación

Las oportunidades permiten a Estilo G utilizar sus fortalezas técnicas y ubicación para generar nuevos nichos de negocio.
Prototipado Rápido y/o Servicios MRO Especializados: Existe una necesidad en el sector de aerolíneas y mantenimiento (MRO) de recibir uniformes, fundas, o textiles especializados rápidamente. Estilo G puede capitalizar su Alto Nivel Técnico para ofrecer prototipado y producción urgente de estos insumos.
Beneficios Logísticos por Exploración de Zona Franca: La vinculación o exploración de una Zona Franca cercana al aeropuerto (Engativá está estratégicamente ubicada) permite mitigar la amenaza de altos costos logísticos, ofreciendo beneficios aduaneros y de eficiencia que mejoran la competitividad del precio final en contratos B2B.
Articulación con Retail Aeroportuario: El modelo B2C dominante puede pivotar hacia la venta minorista especializada (Retail) dentro del aeropuerto, creando una nueva línea de negocio (ej. ropa deportiva de marca en la terminal).

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	MEDIO	Indica la sofisticación de los procesos, clave para servicios MRO o manufactura avanzada en el ecosistema BCA.
Capacidad Utilizada	60%	Muestra una holgura de 40% para asumir nuevos contratos B2B sin necesidad de inversión en infraestructura de inmediato.
Margen de Error/Defectos	2%	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 (MEDIO) de la empresa es una fortaleza técnica inherente que la posiciona favorablemente para ofrecer servicios de alto valor añadido (ej. MRO, prototipado) requeridos por el ecosistema BCA. Sin embargo, el Margen de Error Operativo (2%) 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 (40%) 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	20%	Muestra el peso de la logística de entrada en los costos. Un alto % impacta la competitividad y requiere optimización.
Infraestructura cerca Aero	NO	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 (20%) 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 (NO) es una brecha operativa, 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 y el análisis de la Zona Franca 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	Importación de materia prima	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 (Importación de materia prima) 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

Tabla 6 Análisis de Mercadeo y Riesgo Comercial

Indicadores Clave	Respuesta	Implicación
Principal Cliente (%)	Consumidor final (90%)	Alto riesgo de dependencia comercial (si es >70%). Es crítica la diversificación B2B hacia múltiples actores del ecosistema BCA.
Desafío Distribución	Seguridad	Punto crítico de la logística de salida. Su resolución debe ser parte de la hoja de ruta logístico-comercial.
Estrategia Diferenciación	CALIDAD	Base para construir la propuesta de valor dirigida a los actores del ecosistema BCA.
Plan Expansión Int	SI	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 (90%) es una debilidad crítica y debe ser el foco principal de la estrategia comercial B2B en el corto plazo. El Desafío de Distribución (Seguridad) es un factor logístico que debe resolverse para cumplir con los estándares de servicio corporativos. La Estrategia de Diferenciación (CALIDAD) sirve como base para construir una propuesta de valor dirigida al ecosistema BCA. El Plan de Expansión Internacional alineado con el uso del aeropuerto como HUB de exportación representa una Oportunidad clave para la diversificación y el crecimiento de alto valor. 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	SI	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 (SI) superan las expectativas del modelo B2C y se alinean con la demanda de servicios de alta disponibilidad (MRO, Logística) 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.

Un Acuerdo de Nivel de Servicio (frecuentemente llamado por su sigla en inglés, SLA por *Service Level Agreement*) es un contrato o sección de un contrato que define formalmente el nivel de servicio que un proveedor se compromete a entregar a un cliente.

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	NO	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 (MRO, Logística).
Seguridad de la Información	SI	Nivel de protección de activos digitales, vital para contratos sensibles. Si es 'NO', riesgo de ciberseguridad y no cumplimiento.
Proceso Aledaño	Logística	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 ausencia de ITR (trazabilidad), la falta de Certificaciones de Calidad, son requisitos indispensables para cualquier contrato de servicios o provisión de alta exigencia (MRO, logística de carga). 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 segmentando las actividades primarias (directamente involucradas en la producción y entrega del valor) y las actividades secundarias o de apoyo (que respaldan las primarias). Los análisis se basan en la información extraída del instrumento aplicado.

Tabla 9 Análisis de la cadena de valor

Proceso (Eslabón)	Indicadores Clave	Análisis y Brecha
Logística de Entrada	Costo Transporte Insumos (20%). Inventario Tiempo Real (NO).	CTI: 20%. Alto impacto (>10%) puede afectar competitividad. ITR: NO. Brecha crítica en trazabilidad para el sector BCA.
Operaciones	Nivel Complejidad (MEDIO). Margen Error (2%). Capacidad Utilizada (60%).	Complejidad MEDIO (Fortaleza Técnica). Margen Error: 2%. Debe ser <2% para BCA (Riesgo). Capacidad disponible: 40%.
Logística de Salida	Desafío Distribución. Infraestructura Cerca Aero (NO).	Desafío: Seguridad. La Infraestructura cerca del Aeropuerto (NO) es un factor estratégico (si es SI) o una brecha operativa.

Desarrollo Tecnológico	Certificaciones Calidad (NO). Seguridad Información (SI).	Certificaciones: NO. Si es NO/PARCIAL, es la principal barrera. Seguridad Información: SI. 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.

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 **Estilo G** (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. Habilitación y Credibilidad B2B	Cierre de Brecha de Trazabilidad y Seguridad	**Socio Habilitado y Confiable:** Transicionar de un proveedor B2C informal a un proveedor con **trazabilidad garantizada** y **seguridad de la información**.	1. **Implementación de ITR** (Inventario en Tiempo Real) para la trazabilidad de insumos textiles. 2. **Inicio del Proceso de Certificación** (ej. ISO 9001) y protocolos básicos de ciberseguridad.
II. Suministro Especializado de Alto Valor	Prototipado Rápido y MRO Textil	**Proveedor de Respuesta Crítica:** Utilizar la **calidad técnica (ALTO)** y la rapidez de respuesta (HORAS) para cubrir las necesidades urgentes del sector.	1. **Uniformería Corporativa Especializada:** Diseño y producción de uniformes y dotación que cumplan con especificaciones de seguridad aeronáutica (ej. resistencia al fuego, alta visibilidad). 2. **Componentes Textiles MRO:** Producción urgente (*Justo a Tiempo*) de fundas, *kits* o materiales textiles especializados para cabinas y zonas de mantenimiento.

Línea Estratégica	Eje de Encadenamiento	Rol Propuesto para la Empresa	Productos/Servicios a Ofrecer
III. Integración Logística y Comercial	Formalización B2B y Aprovechamiento Aduanero	**Socio Logístico Competitivo:** Usar estrategias logísticas para mitigar costos y profesionalizar la relación comercial.	1. **Diseño de un Portafolio Corporativo** con precios y especificaciones B2B claros. 2. **Formalización del SLA** de respuesta en **HORAS** en todos los contratos. 3. **Servicios de *Retail*** (ropa deportiva) con enfoque en los espacios comerciales del aeropuerto (Opción de crecimiento).
IV. Expansión a Plataforma	Mitigación de Costos Logísticos y Aduaneros	**Vendedor con Ventaja Competitiva:** Reducir el impacto del 20% de costos logísticos y abrir mercados internacionales.	**Alianza de Zona Franca:** Exploración y vinculación a un nodo de Zona Franca cercano al aeropuerto para reducir aranceles y optimizar procesos de importación/exportación de textiles especializados.

Estilo G SAS, con su base en la manufactura textil y alta calidad, puede articularse exitosamente con el Ecosistema Aeroportuario (BCA) mediante una estrategia de transformación de modelo de negocio (de B2C a B2B) y la capitalización de su fortaleza técnica en nichos de alto valor.
La articulación se centra en tres pilares: Habilitación, Especialización y Logística Competitiva.

1. Habilitación y Cumplimiento de Estándares (La Barrera Crítica)
Dado que el 90% de las ventas actuales son B2C y la empresa carece de ITR y certificaciones, el primer paso es construir una base de confiabilidad para el cliente BCA:
Implementación de Trazabilidad (ITR): El sector aéreo exige saber de dónde viene cada componente. Estilo G debe implementar un sistema de Inventario en Tiempo Real (ITR: NO) para garantizar la trazabilidad de los rollos de tela, tintes y productos terminados. Esto permite cumplir con los requisitos de seguridad y auditoría.
Gestión de Calidad y Certificación: La empresa debe iniciar la preparación hacia la certificación ISO 9001 o estándares específicos de la industria textil/aeronáutica. Esto neutraliza la amenaza de la competencia certificada y convierte la Calidad (diferenciación) de Estilo G en una garantía formal y contractual.

2. Especialización de la Oferta y Nichos de MRO Textil
Estilo G debe aprovechar su Alto Nivel Técnico para crear productos que resuelvan problemas específicos de aerolíneas y operadores:
Suministro MRO y Prototipado Rápido: La empresa puede posicionarse como el proveedor de soluciones textiles urgentes para el sector de Mantenimiento, Reparación y Operaciones (MRO). Esto incluye la producción rápida de fundas de asiento con especificaciones técnicas (ej. retardantes de fuego), kits de insumos o uniformes especializados.
Uniformería Corporativa con SLA: Ofrecer contratos B2B para la dotación de personal (aerolíneas, ground handling, seguridad) garantizando la rapidez de respuesta en HORAS (fortaleza actual de la empresa) a través de un Acuerdo de Nivel de Servicio (SLA) formalizado. Esto asegura que la dotación esté disponible de manera casi inmediata.

3. Competitividad Logística y Comercial
Para contrarrestar la amenaza del aumento de costos logísticos (20%) y la debilidad del modelo B2C, Estilo G debe optimizar su estructura de entrega y venta:

Exploración de Zonas Francas: La ubicación en Engativá permite explorar la infraestructura de Zonas Francas cercanas. La vinculación a una Zona Franca le proporciona beneficios aduaneros y logísticos que reducen los costos de importación de materias primas y mejoran el precio final de exportación, haciéndola más competitiva.
Transición Comercial Profesionalizada: La empresa debe elaborar un Portafolio Corporativo B2B que hable el lenguaje de la industria (SLA, ITR, certificaciones). Además, la implementación de un CRM es crucial para profesionalizar el seguimiento de leads y la gestión del servicio al cliente corporativo.
Integración con Retail Aeroportuario: Como estrategia secundaria, el 90% de su negocio B2C puede encontrar una expansión natural al encadenarse con los operadores de retail del aeropuerto, vendiendo su línea de ropa deportiva de marca a través de tiendas en las terminales.
.

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

La articulación de **Estilo G** 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 (40% de holgura).

Tabla 11 Posibles Encadenamientos

Empresa participante	Naturaleza de la empresa	Propuesta de encadenamiento	Objetivo de la empresa analizada
VESTIMENTA MAGNUS SAS.	MANUFACTURA	Ofrecer servicios especializados de 1410. confección de prendas de vestir. puede producir líneas exclusivas para Estilo G, maquila de prendas o productos textiles más complejos.	Acceder a la cadena de valor de MANUFACTURERO y diversificar ingresos mediante servicios B2B de alta complejidad.
GRUPO PIXELES - PIXCOL SAS	SERVICIOS	Ofrecer servicios especializados de 7420. fotografía, diseño visual, contenido creativo. Necesita fotos de productos, catálogos, contenido para redes y branding. Relación directa para impulsar ventas y presencia digital.	Acceder a la cadena de valor de SERVICIOS y diversificar ingresos mediante servicios B2B de alta complejidad.
MURU ACCESORIOS	COMERCIO	Ofrecer servicios especializados de 1392. fabricación de accesorios (pero también vende directamente). Pueden complementarse con colecciones conjuntas, ventas cruzadas, accesorios para acompañar las prendas de	Acceder a la cadena de valor de COMERCIO y diversificar ingresos mediante servicios B2B de alta complejidad.

		Estilo G y alianzas comerciales.	

Fuente: Propia

La empresa **Estilo G** 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 **Estilo G** 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 (Empresa)	Inicio	Fin	KPI Objetivo	Criterio de Aceptación
I. Habilitación de Calidad y Trazabilidad	**1. Implementación de Trazabilidad (ITR):** Evaluar, seleccionar e iniciar la implementación de un sistema de Inventario en Tiempo Real para insumos y productos terminados.	Gerencia de TI/Operaciones	Semana 1	Mes 3	**Avance ITR:** 70% de los insumos críticos con trazabilidad digitalizada.	Sistema de ITR funcionando y registrando 100% de la materia prima principal y productos salientes.
	2. Reducción y Estandarización de Procesos: Crear **SOP** (Procedimientos	Gerencia de Operaciones/Calidad	Semana 1	Mes 3	**Documentación SOP/PCC:** 100% de los 5 procesos críticos documentados.	Los documentos SOP y PCC están aprobados y el equipo

Línea Estratégica	Actividad	Responsables (Empresa)	Inicio	Fin	KPI Objetivo	Criterio de Aceptación
	Operativos Estándar) y formalizar **PCC** (Puntos de Control de Calidad) para reducir errores y preparar la ruta hacia la certificación (ISO).					operativo ha sido capacitado.
II. Formalización Comercial B2B	**3. Elaboración de Portafolio y Precios B2B:** Diseñar un Portafolio Corporativo especializado (**MRO Textil, Uniformería**) que refleje la **Alta Calidad Técnica** e incluya precios y volúmenes para contratos B2B.	Gerencia Comercial/Técnica	Semana 2	Mes 2	**Portafolio B2B:** 100% finalizado y aprobado.	Portafolio digital B2B y lista de precios con especificaciones técnicas listo para distribución.
	4. Implementación y Uso de CRM: Adquirir y configurar una herramienta **CRM** para profesionalizar el seguimiento de *leads* y la gestión de la relación con el cliente corporativo.	Gerencia Comercial/TI	Mes 1	Mes 3	**Adopción de CRM:** 100% de *leads* potenciales BCA registrados.	El equipo comercial utiliza el CRM para todas las interacciones B2B y la gestión del servicio postventa.

Línea Estratégica	Actividad	Responsables (Empresa)	Inicio	Fin	KPI Objetivo	Criterio de Aceptación
	5. Formalización del SLA de Respuesta Rápida: Integrar la alta capacidad de respuesta en **HORAS** en un **Acuerdo de Nivel de Servicio (SLA)** como cláusula contractual B2B.	Gerencia Comercial/Legal	Mes 2	Mes 3	**Inclusión de SLA:** 100% de los nuevos contratos piloto incluyen el SLA de respuesta en HORAS.	Documento estándar de contrato B2B con la cláusula SLA de tiempo de respuesta aprobado por el área legal.
III. Articulación Logística y Primer Encadenamiento	**6. Exploración Logística y Zona Franca:** Contactar a 3 operadores logísticos y analizar la viabilidad de vincularse a una **Zona Franca** cercana al aeropuerto para reducir el 20% de costos logísticos.	Gerencia de Logística/Financiera	Mes 1	Mes 3	**Análisis de Viabilidad:** 100% de las opciones (Operador y ZF) evaluadas.	Reporte financiero que compara el costo logístico actual vs. el costo logístico con el operador/Zona Franca.
	7. Negociación de Contrato Piloto BCA: Identificar 1 actor clave del BCA (Aerolínea, MRO o *Handling*) e iniciar la negociación para un **Contrato Piloto** basado en el Portafolio y el nuevo SLA.	Gerencia Comercial	Mes 2	Mes 3	**Generación de Oportunidad:** 1oportunidad de negocio BCA avanzada o firmada.	Presentación formal del Portafolio B2B a un contacto calificado del BCA.

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 **Estilo G**, 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 **Estilo G** demuestra que la empresa posee capacidades técnicas avanzadas, una oferta creativa diferenciada y un servicio postventa altamente efectivo (Ventaja: SI). 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, trazabilidad tecnológica (Inventario en Tiempo Real), 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, **Estilo G** 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**
Estandarización y Calidad	Estandarizar y documentar los procesos productivos mediante **SOP** (Procedimientos Operativos Estándar), flujogramas y **PCC** (Puntos de Control de Calidad).	Gerencia de Operaciones/Calidad	3 Meses	Auditoría interna: 5 procesos críticos evaluados en documentación y aplicación.	100%	100% de los procesos críticos documentados, aprobados e implementados en planta.

Línea Estratégica (Implícita)	Qué (Actividad)	Quién (Responsable)	Cuándo (Plazo Máximo)	Cómo se Mide (Frecuencia/Método)	KPI de Cumplimiento (%)	Criterio de Aceptación
Gestión de Capacidad	Optimizar la **capacidad instalada disponible 5** para priorizar la producción y respuesta a grandes volúmenes B2B.	Gerencia de Producción/Comercial	2 Meses	Reporte semanal de asignación y *load factor* de la capacidad ociosa.	100%	Definición e implementación de un protocolo que garantiza la asignación del 5% a pedidos corporativos 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
Trazabilidad y Control	Implementar un sistema de **Inventario en Tiempo Real (ITR)** que permita trazabilidad y planificación de insumos textiles.	Gerencia de TI/Operaciones	3 Meses	Porcentaje de inventario de materia prima principal digitalizado y con trazabilidad.	70%	Sistema ITR funcionando, capaz de rastrear 100% de las entradas y salidas de materiales críticos.
Habilitación de Certificación	Avanzar en la preparación hacia **certificación ISO 9001** o la requerida para el sector, mediante un sistema formal de gestión de calidad.	Gerencia de Calidad	3 Meses	% de cumplimiento de los requisitos de la Fase I (Documentación del SGC).	50%	Finalización y aprobación de los documentos clave del Sistema de Gestión de Calidad (SGC) para la certificación.

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
Mitigación de Costos	Evaluar la creación de un	Gerencia de Logística/Financiera	3 Meses	Reporte de análisis de costos y tiempos	100%	Análisis de viabilidad completo,

Línea Estratégica (Implícita)	Qué (Actividad)	Quién (Responsable)	Cuándo (Plazo Máximo)	Cómo se Mide (Frecuencia/Método)	KPI de Cumplimiento (%)	Criterio de Aceptación
	nodo logístico o punto de consolidación cercano al aeropuerto.			de tránsito del nodo logístico.		que demuestre la potencial reducción del 20% de costos logísticos.
Competitividad Externa	Generar alianzas con operadores logísticos y explorar la infraestructura de **Zonas Francas**.	Gerencia de Logística/Comercial	3 Meses	Número de acuerdos de alianza logística o visitas/reuniones de exploración en Zonas Francas.	2	Establecimiento de 1 alianza logística formal y presentación de un reporte de beneficios de ZF.
Puntualidad Corporativa	Mejorar la logística de entrega, adaptándola de un modelo B2C a las exigencias de **puntualidad corporativa B2B**.	Gerencia de Logística	2 Meses	Métrica **OTD (On Time Delivery)** B2B en 5 rutas piloto.	98%	Lograr un OTD promedio a clientes piloto B2B del 98%.

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
Transición de Mercado	Transitar hacia un modelo comercial mixto **B2B–B2C**, incorporando productos y servicios especializados para *retail* aeroportuario, aerolíneas o logística.	Gerencia Comercial	3 Meses	Porcentaje de Ingresos provenientes de Contratos B2B (MRO/Uniformería).	5%	Aumento del 5% en la cuota de ingresos B2B respecto al mes 0.
Diferenciación de Valor	Elaborar un portafolio corporativo especializado que refleje	Gerencia Comercial/Técnica	2 Meses	Finalización y aprobación del Portafolio.	100%	Portafolio B2B con especificaciones técnicas y precios para el

Línea Estratégica (Implícita)	Qué (Actividad)	Quién (Responsable)	Cuándo (Plazo Máximo)	Cómo se Mide (Frecuencia/Método)	KPI de Cumplimiento (%)	Criterio de Aceptación
	capacidades técnicas y valor agregado para el sector BCA (MRO Textil).					sector MRO/BCA listo.
Profesionalización de Ventas	Implementar un **CRM** que profesionalice el seguimiento comercial y el servicio al cliente corporativo.	Gerencia Comercial/TI	3 Meses	Tasa de adopción de CRM por el equipo comercial.	100%	100% de los *leads* y contratos corporativos registrados y gestionados en el CRM.

10.1.5 Recomendaciones de Encadenamiento

Línea Estratégica (Implícita)	Qué (Actividad)	Quién (Responsable)	Cuándo (Plazo Máximo)	Cómo se Mide (Frecuencia/Método)	KPI de Cumplimiento (%)	Criterio de Aceptación
Oferta BCA Especializada	Diseñar un catálogo de servicios orientado a las necesidades específicas de componentes, prototipos o insumos del ecosistema BCA.	Gerencia Comercial/Técnica	2 Meses	Finalización del Catálogo con enfoque BCA.	100%	Catálogo de servicios MRO/Textil y prototipado listo, incluyendo nuevos SLA.
Networking Comercial	Explorar oportunidades de subcontratación con empresas logísticas, de *retail*, MRO y servicios turísticos.	Gerencia Comercial	3 Meses	Número de reuniones de exploración de subcontratación.	3	Mínimo 3 reuniones de exploración de negocios B2B con actores clave del BCA concretadas.
Articulación de Programa	Participar activamente en espacios de articulación	Gerencia General/Comercial	3 Meses	Número de eventos/ruedas de negocios asistidos.	2	Asistencia a 2 eventos o ruedas de negocios

Línea Estratégica (Implícita)	Qué (Actividad)	Quién (Responsable)	Cuándo (Plazo Máximo)	Cómo se Mide (Frecuencia/Método)	KPI de Cumplimiento (%)	Criterio de Aceptación
	comercial y ruedas de negocios del programa.					organizadas por el programa o sector.

10.1.6 Recomendaciones en Servicio al Cliente

Línea Estratégica (Implícita)	Qué (Actividad)	Quién (Responsable)	Cuándo (Plazo Máximo)	Cómo se Mide (Frecuencia/Método)	KPI de Cumplimiento (%)	Criterio de Aceptación
Garantía Contractual (SLA)	Formalizar la alta capacidad de respuesta en **HORAS** mediante un **Acuerdo de Nivel de Servicio (SLA)** para contratos corporativos.	Gerencia Comercial/Legal	1 Mes	Revisión de las cláusulas contractuales de SLA.	100%	El 100% de los nuevos contratos B2B incluyen un SLA con tiempo de respuesta en **HORAS** o máximo 4 horas.
Diferenciación Postventa	Mantener y destacar la alta calidad del servicio postventa (**SI**) como diferenciador clave en la oferta corporativa.	Gerencia Comercial/Servicio al Cliente	2 Meses	Encuestas de Satisfacción del Cliente (CSAT) B2B.	90%	Obtener un CSAT 90% o calificación equivalente en los clientes piloto B2B.

TERMINOLOGÍA UTILIZADA EN LAS TABLAS ANTERIORES

Abreviatura o Término	Significado Completo	Explicación en el Contexto de Estilo G
BCA	**B**usiness **C**orporate **A**irport / Ecosistema Aeroportuario	Representa el conjunto de clientes de alto valor (aerolíneas, operadores logísticos, *retail* aeroportuario) que Estilo G busca alcanzar, demandando los más altos estándares de calidad y trazabilidad.

Abreviatura o Término	Significado Completo	Explicación en el Contexto de Estilo G
ITR (NO)	**I**nventario en **T**iempo **R**eal	Sistema de gestión tecnológica que rastrea los insumos (telas, hilos, tintes) y productos terminados al instante. Su ausencia (**NO**) es la **brecha crítica** que impide a Estilo G garantizar la trazabilidad exigida por el BCA.
SLA	**S**ervice **L**evel **A**greement (Acuerdo de Nivel de Servicio)	Contrato formal que define la rapidez de respuesta y los niveles de servicio. Estilo G debe formalizar su capacidad de respuesta en **HORAS** en un SLA para asegurar su ventaja competitiva B2B.
MRO Textil	**M**antenimiento, **R**eparación y **O**peraciones (Aplicado a Textiles)	Servicios especializados para la renovación o suministro urgente de componentes textiles (ej. fundas de asiento, alfombras de cabina) que requieren las aerolíneas. Es el **nicho de alto valor** para Estilo G.
B2C / B2B	**B**usiness to **C**ustomer / **B**usiness to **B**usiness	Indica el enfoque de venta. Estilo G debe migrar de su modelo dominante **B2C (90% de ventas)** a un modelo mixto con un enfoque profesionalizado **B2B** para el BCA.
CIIU 1312	Clasificación Industrial Internacional Uniforme 1312	Corresponde a la actividad de **Tejeduría de productos textiles**. Define el sector principal de la empresa, confirmando su capacidad de manufactura textil especializada.
Capacidad Instalada (5%)	Holgura de producción ociosa.	El pequeño margen de producción disponible que debe ser reservado y priorizado para absorber la demanda inicial de los **contratos B2B piloto** del BCA.
Zona Franca	Área geográfica delimitada con régimen aduanero y tributario especial.	Oportunidad logística para Estilo G. Su exploración le permite reducir los altos costos de transporte y obtener **beneficios aduaneros** al importar materias primas textiles y exportar productos terminados.
CRM	**C**ustomer **R**elationship **M**anagement (Gestión de las Relaciones con el Cliente)	Herramienta tecnológica necesaria para Estilo G para profesionalizar el seguimiento de *leads*, la gestión de contratos B2B y la formalización de su servicio al cliente corporativo.
SOP / PCC	**S**tandard **O**perating **P**rocedure / **P**unto de **C**ontrol de **C**alidad	Documentos clave para la **Estandarización Operativa**. Son indispensables para cerrar las brechas de gestión de calidad y preparar la empresa hacia la certificación ISO.

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, **Estilo G** 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