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
6. ANÁLISIS DETALLADO DE LA CADENA DE VALOR 8
6.1. CAPACIDADES PRODUCTIVAS 8
6.2. INFRAESTRUCTURA Y CAPACIDAD LOGÍSTICA 9
6.3. ENCADENAMIENTO CON ACTORES DEL ENTORNO AEROPORTUARIO 10
6.4. ANÁLISIS DE MERCADEO Y VENTAS 10
6.5. ANÁLISIS DEL SERVICIO POSTVENTA 11
6.6. TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN 12
7. ANÁLISIS DETALLADO DE LA CADENA DE VALOR 13
8. ARTICULACIÓN ECONÓMICA CON BOGOTÁ CIUDAD AEROPUERTO 14
8.1. Articulación Económica con Bogotá Ciudad Aeropuerto (Líneas Estratégicas) 14
8.2. Posibles Encadenamiento con el ecosistema de Bogotá Ciudad Aeropuerto. 16
9. HOJA DE RUTA Y PLAN DE ACCIÓN 17
10. CONCLUSIÓN GENERAL Y RECOMENDACIONES 19
10.1 Recomendaciones Finales 20
10.1.1 Recomendaciones Operativas 20
10.1.2 Recomendaciones Tecnológicas 20

10.1.3 Recomendaciones Logísticas....21
10.1.4 Recomendaciones Comerciales....22
10.1.5 Recomendaciones de Encadenamiento....22
10.1.6 Recomendaciones en Servicio al Cliente....23

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 10
Tabla 6 Análisis de Mercadeo y Riesgo Comercial....11
Tabla 7 Análisis del Servicio Postventa....11
Tabla 8 Análisis de Tecnología, Trazabilidad y Calidad 12
Tabla 9 Análisis de la cadena de valor 13
Tabla 10 Líneas Estratégicas de Articulación....14
Tabla 11 Posibles Encadenamientos 16
Tabla 12 Hoja de Ruta y Plan de Acción 17

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 **DIDACTICOS ANJELIN 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 **DIDACTICOS ANJELIN SAS** es una organización con 7.6 años (91 meses) de trayectoria en el mercado, operando en el sector de Manufacturero/ Agroindustrial (CIIU 1399). La sociedad tiene por objeto la fabricación, diseño y confección de muñecos de trapo y peluche, babuchas, disfraces y productos similares; la fabricación y elaboración de materiales didácticos, gimnasios infantiles y colchonetas; así como la elaboración de patrones y diseños de corte y confección y la fabricación de prendas mediante el corte, armado y costura de sus piezas. Su actividad principal es 1399. fabricación de otros artículos textiles n.c.p.

Ubicada en la dirección calle 63j # 119b -89 de la localidad de (ENGATIVA), su estructura comercial se enfoca principalmente en Empresa privada, que representa el 40% 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:	DIDACTICOS ANJELIN SAS
NIT:	901179349
Antigüedad:	7.6 años (91 meses)
Sector:	Manufacturero/ Agroindustrial
Localidad:	ENGATIVA
Actividad CIIU:	1399 - 1399. Fabricación de otros artículos textiles n.c.p.

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

4. ÁREAS CLAVES A ANALIZAR

El análisis de la empresa **DIDACTICOS ANJELIN 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	DIDACTICOS ANJELIN SAS
NIT	901179349
Representante que diligencia	LINA MARTINEZ/ GERENTE ASMINISTRATIVA
Relación actual con el Aeropuerto El Dorado	NO
Complejidad del proceso	MEDIO
Capacidad instalada utilizada	100%
Principal cliente	Empresa privada (40% de ventas)
Exportaciones	10%
Relación con actores aeroportuarios	NO
Capacidad financiera autoevaluada	3.MEDIA
Disponibilidad para explorar oportunidades con BCA	TOTALMENTE
Margen de error operativo	10%
Certificaciones de calidad	NO
Inventario en tiempo real (ITR)	NO
Seguridad de la información	EN EVALUACION

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

5.2.1 Fortalezas identificadas

Los puntos que detallan las capacidades y el potencial de **DIDÁCTICOS ANJELIN SAS**, presentados como Fortalezas Internas clave para su articulación con el aeropuerto.
Las siguientes capacidades internas son cruciales para soportar la estrategia de encadenamiento con el Ecosistema Aeroportuario El Dorado:

Nivel Técnico del Proceso: Medio - Alto Potencial de Mejora La empresa posee un nivel técnico Medio en sus procesos de diseño y confección, lo que indica una base sólida para la fabricación de productos textiles. Esta base permite una rápida transición y adaptación hacia los estándares de calidad y especificaciones técnicas que exige el sector de Retail de alta gama y el suministro institucional del aeropuerto.

Capacidad Instalada Disponible: 0% - Gran Capacidad de Absorción La empresa cuenta con una Capacidad Instalada Disponible del 0%. Esto significa que, actualmente, toda su capacidad de producción está siendo utilizada. Esto demuestra la solidez de su demanda actual, pero, en el contexto de encadenamiento, implica que cualquier nueva demanda B2B (como la del aeropuerto) requerirá una inversión inmediata en ampliación de capacidad o reingeniería de la producción, ya que no puede absorber nuevos pedidos sin afectar el stock existente.

Disposición Gerencial Estratégica: Totalmente Comprometida Existe una fuerte disposición de la gerencia para vincularse al ecosistema aeroportuario (compromiso total). Este factor humano es una fortaleza crítica, ya que garantiza la asignación de recursos, la toma de decisiones rápidas y el compromiso con los cambios necesarios (ej., certificaciones y logística) para el éxito del encadenamiento.

Servicio Postventa Competitivo: Tiempos de Respuesta Rápidos La empresa ofrece un servicio postventa altamente eficiente, con tiempos de respuesta que se miden en días (rápido para el sector manufacturero). Esta capacidad para atender reclamos o requerimientos de manera ágil es una fortaleza clave que puede ser formalizada en un Acuerdo de Nivel de Servicio (SLA), convirtiéndose en un diferenciador competitivo frente a grandes proveedores en contratos corporativos.

5.2.2 Debilidades críticas

Las Debilidades Críticas de **DIDÁCTICOS ANJELIN SAS**, analizando cómo estas vulnerabilidades internas impactan su capacidad de articularse con el Ecosistema Aeroportuario El Dorado (BCA)
Estas brechas internas representan las principales barreras de entrada al sector aeroportuario y deben ser abordadas prioritariamente:

Ausencia de Sistemas de Trazabilidad y Gestión de Calidad Críticos:
La empresa carece de sistemas fundamentales como el Inventario en Tiempo Real (ITR) y certificaciones de calidad (ej., ISO 9001 o específicas textiles). En el suministro a retail o instituciones del aeropuerto, la trazabilidad de los materiales (de dónde proviene el textil, qué tintes se usaron) es esencial para la inocuidad y la seguridad del usuario, especialmente en productos infantiles. Esta ausencia impide competir en licitaciones B2B serias.

Margen de Error Operativo (MEP) del 10%:
El MEP del 10% es alarmantemente alto. Esto significa que uno de cada diez productos podría tener un defecto o requerir reprocesos. Este nivel de error es totalmente incompatible con los altos estándares de calidad y las entregas Justo a Tiempo (JIT) que exigen los operadores de retail y catering aeroportuario. Se requiere una reducción drástica a menos del 2% para generar confianza y evitar penalizaciones contractuales.

Baja Autoevaluación de Capacidad Financiera (Media):
La percepción interna de su capacidad financiera es Baja (3. Media). La incursión en el mercado BCA requiere inversión en:
Ampliación de capacidad productiva (dado su 0% de capacidad disponible).
Obtención de certificaciones costosas (ISO, pruebas de laboratorio).
Desarrollo de packaging de alto valor para retail turístico.
La autoevaluación media indica que esta inversión podría ser limitada, obstaculizando la habilitación B2B.

5.2.3 Amenazas externas

Las Amenazas Externas de **DIDÁCTICOS ANJELIN SAS**, analizando cómo los factores del entorno y las dinámicas del mercado aeroportuario representan riesgos para su articulación.
Estas amenazas representan riesgos fuera del control directo de la empresa, pero que pueden mitigarse mediante las acciones estratégicas (habilitación de calidad y logística).

Requisitos Mínimos de Calidad, Trazabilidad y Seguridad del Sector BCA:
El ecosistema aeroportuario impone exigencias mínimas rigurosas, especialmente en trazabilidad y seguridad (física/aérea). Para un proveedor de peluches y textiles, esto implica pruebas de inflamabilidad, cumplimiento de normativas de materiales y la capacidad de responder a auditorías de seguridad aeroportuaria. La falta de certificaciones internas de **ANJELIN** (visto en debilidades) choca directamente con esta amenaza externa.

Competencia Global/Nacional con Mayores Estándares Tecnológicos y Certificaciones:
En el sector de souvenirs (recuerdos) y productos de retail turístico, la empresa enfrenta competencia tanto nacional como internacional que ya posee las certificaciones (ej., ISO, pruebas de materiales) y los estándares tecnológicos (ITR) de los que carece **ANJELIN**. Esto limita la capacidad de la empresa para competir en precio y calidad en los canales de venta del aeropuerto.

Incremento de Costos Logísticos y de Transporte (18%):
El costo logístico y de transporte, ya elevado en el entorno (incremento del 18% en el entorno), se convierte en una amenaza crítica debido a las ineficiencias logísticas internas de **ANJELIN**. Este aumento de costos se traslada al precio final, disminuyendo la competitividad del producto, especialmente en el segmento de bajo margen como los peluches y disfraces.

5.2.4 Oportunidades de articulación

Las Oportunidades de Articulación para **DIDÁCTICOS ANJELIN SAS,** analizando cómo la empresa puede capitalizar el entorno del Aeropuerto El Dorado para su crecimiento y encadenamiento.

Estas oportunidades externas se alinean directamente con las capacidades de diseño y confección de la empresa, y sirven como los ejes de encadenamiento estratégicos:

Encadenamiento Directo con el Sector Retail Aeroportuario: La principal oportunidad es la inserción en el Retail (tiendas) del aeropuerto. **DIDÁCTICOS ANJELIN** puede aprovechar la alta afluencia de viajeros (nacionales e internacionales) y el poder adquisitivo del sector, enfocándose en:
Productos de Alto Valor Añadido (Souvenirs Premium): Diseñar y fabricar peluches o muñecos de trapo que representen la Marca País o la fauna colombiana, con un packaging y diseño premium aptos para regalos de turistas.

Merchandising Especializado: Explorar la subcontratación para el diseño y confección de artículos promocionales (ej., babuchas personalizadas, disfraces o props) para aerolíneas, operadores logísticos o marcas que tienen presencia en el aeropuerto.
Suministro Institucional: Ofrecer colchonetas, gimnasios infantiles y materiales didácticos para guarderías, salas VIP o áreas de descanso del aeropuerto.

Uso de la Plataforma Aeroportuaria para la Expansión de Exportaciones: El Aeropuerto El Dorado es una puerta de acceso directo a mercados internacionales. **ANJELIN** puede capitalizar esta plataforma para:
Exportación de Productos de Alto Valor Agregado: Los peluches y muñecos de diseño pueden ser productos ideales para la exportación, ya que tienen un alto valor por peso.

Logística Optimizada: La cercanía al aeropuerto facilita el acceso a servicios de freight forwarders (agentes de carga) y la posibilidad de explorar la Zona Franca, simplificando y abaratando las exportaciones directas e indirectas.

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	100%	Muestra una holgura de 0% para asumir nuevos contratos B2B sin necesidad de inversión en infraestructura de inmediato.
Margen de Error/Defectos	10%	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 (10%) 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 (0%) 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	18%	Muestra el peso de la logística de entrada en los costos. Un alto % impacta la competitividad y requiere optimización.
Infraestructura cerca Aero	PLANEADO	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 (18%) 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 (PLANEADO) 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	Distribuidor	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 COMERCIO Y DISTRIBUCION	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 (Distribuidor) 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 comercio y distribución) 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 (40%)	Alto riesgo de dependencia comercial (si es >70%). Es crítica la diversificación B2B hacia múltiples actores del ecosistema BCA.
Desafío Distribución	DEMORAS Y 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 (40%) 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 (DEMORAS Y 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	DIAS	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 (DIAS) y la Ventaja Competitiva (SI) 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	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	EN EVALUACION	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 ausencia de ITR (trazabilidad), 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 (18%). Inventario Tiempo Real (NO).	CTI: 18%. Alto impacto (>10%) puede afectar competitividad. ITR: NO Brecha crítica en trazabilidad para el sector BCA.
Operaciones	Nivel Complejidad (MEDIO). Margen Error (5%). Capacidad Utilizada (60%).	Complejidad (ALTO) (Fortaleza Técnica). Margen Error: 10%. Debe ser <2% para BCA (Riesgo). Capacidad disponible: 0%.
Logística de Salida	Desafío Distribución. Infraestructura Cerca Aero (PLANEADO).	Desafío: (DEMORAS Y SEGURIDAD). La Infraestructura cerca del Aeropuerto (PLANEADO) es un factor estratégico (si es SI) o una brecha operativa.
Desarrollo Tecnológico	Certificaciones Calidad (NO). Seguridad Información (EN EVALUCION).	Certificaciones: NO. Si es (NO/PARCIAL), es la principal barrera. Seguridad Información: EN (EVALUACION). 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

Actividades Primarias

1. Logística de Entrada
Indicadores: Costo de Transporte de Insumos (CTI) del 18%, y la ausencia de Inventario en Tiempo Real (ITR).
Análisis y Brecha: El CTI del 18% es un valor muy alto que afecta directamente la competitividad de precios de los productos textiles y didácticos. La falta de un sistema de ITR (Brecha Crítica) impide la trazabilidad de los materiales (telas, rellenos, tintes). Esta ausencia es una barrera inmediata para el BCA, que exige control de calidad y origen, especialmente en productos infantiles.

2. Operaciones
Indicadores: Nivel de Complejidad (MEDIO), Margen de Error 10%, Capacidad Utilizada (100%).
Análisis y Brecha:

Fortaleza Técnica: El nivel de complejidad de las operaciones es percibido como ALTO, lo cual es una fortaleza técnica para el diseño y confección de productos variados.
Riesgo Crítico: El Margen de Error del 10% es la debilidad más peligrosa. Es 5 veces superior al umbral aceptable (que debe ser <2%) y hace inviable cualquier contrato B2B.
Brecha de Capacidad: Con la Capacidad Instalada Utilizada al 100%, la empresa no puede absorber nueva demanda del aeropuerto sin inversión o sin sacrificar su producción actual.

3. Logística de Salida
Indicadores: Desafío en Distribución y la Infraestructura Cerca del Aeropuerto (PLANEADO).
Análisis y Brecha: La logística de salida se enfrenta a desafíos de (DEMORAS Y SEGURIDAD) en la entrega, lo que pone en riesgo el cumplimiento de los plazos de entrega JIT (Just In Time) que requiere el retail aeroportuario. El plan de contar con Infraestructura cerca del Aeropuerto (PLANEADO) es un factor estratégico crucial. Si se ejecuta, puede mitigar estas demoras y la inseguridad, mejorando drásticamente el cumplimiento de la entrega.

Actividades de Soporte

4. Desarrollo Tecnológico
Indicadores: Certificaciones de Calidad (NO), Seguridad de la Información (EN EVALUACION).
Análisis y Brecha: La ausencia total de Certificaciones (NO) es la principal barrera formal para entrar al BCA. Sin una ISO 9001 o similar, la empresa no puede garantizar la consistencia en el volumen exigido. La Seguridad de la Información (EN EVALUACIÓN) es un riesgo que debe resolverse rápidamente para proteger diseños, patrones y planos sensibles.

5. Infraestructura (Financiera y Gerencial)
Indicadores: Capacidad Financiera (3. MEDIA), Interés BCA (TOTALMENTE).
Análisis y Brecha:
Financiera: La Capacidad Financiera MEDIA (3) es un limitante. La empresa deberá gestionar cuidadosamente sus recursos para financiar la inversión requerida para los habilitadores B2B (reducir el MEP, ITR, certificaciones y ampliación de capacidad).
Gerencial: El Interés en el BCA (TOTALMENTE) es una fortaleza estratégica que garantiza el compromiso gerencial para impulsar la inversión y los cambios necesarios para el encadenamiento.

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 **DIDACTICOS ANJELIN SAS** (SERVICIOS). 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 de Calidad y Capacidad	Cierre de Brechas de Trazabilidad y Error Operativo	Proveedor de Artículos Certificados y de Alta Consistencia	* **Documentación y Certificación:** Obtención de ISO 9001 o estándar de calidad textil/infantil. * **Reducción de MEP:** Implementación de control de calidad para reducir el error de 10% a <2%. * **Ampliación de Capacidad:** Inversión para liberar capacidad productiva (0% utilizada) para pedidos B2B.
II. Diseño para Retail y Marca País	Inserción en Canales de Venta de Alto Tráfico y Promoción Turística	**Socio Estratégico de Souvenirs Premium** y Merchandising	* **Línea Premium de Souvenirs:** Muñecos/peluches de fauna y cultura colombiana con *packaging* de alto valor añadido. * **Artículos Didácticos:** Suministro de colchonetas, juegos blandos y materiales didácticos para guarderías y áreas VIP institucionales del aeropuerto.
III. Subcontratación y Suministro Institucional	Oferta de Servicios Especializados de Confección B2B	**Subcontratista de Confección de Alto Volumen y Consistencia**	* **Artículos Promocionales:** Fabricación de babuchas, *merchandising* de tela o disfraces para aerolíneas, operadores logísticos o campañas de marcas en el aeropuerto. * **Servicios de Confección:** Maquila o subcontratación de corte, armado y costura de piezas para empresas que suministran *retail* o *catering*.
IV. Optimización Logística y Expansión	Suministro Justo a Tiempo (JIT) y Plataforma Exportadora	**Socio Logístico-Productivo con Entregas Confiables**	* **Implementación de ITR:** Uso de tecnología para asegurar la trazabilidad y la planeación del inventario B2B. * **Formalización de SLA:** Documentación del servicio posventa rápido para garantizar la confiabilidad en las entregas JIT a *retailers*. * **Exploración ZF:** Análisis para reducir el Costo de Transporte de Insumos (CTI de 18%).

Fuente: Propia

Una empresa como **DIDÁCTICOS ANJELIN SAS**, especializada en la fabricación de muñecos de trapo, peluches y materiales didácticos, tiene una oportunidad real y estratégica de articularse con el Ecosistema Aeroportuario El Dorado (BCA).

Una empresa manufacturera textil con un enfoque en productos diferenciados (como muñecos y didácticos) puede articularse con el aeropuerto a través de dos grandes vertientes que van más allá de la infraestructura tradicional: el Retail Turístico (Marca País) y el Suministro Institucional Especializado (B2B).

1. El Aeropuerto como Plataforma de Retail Turístico y Marca País
Punto de Venta de Alto Tráfico: El Dorado es la principal puerta de entrada y salida del país, con millones de pasajeros anualmente. Esto lo convierte en un punto de venta masivo y de alto tráfico. Los productos de **ANJELIN,** especialmente los peluches y muñecos de trapo que pueden representar la fauna, flora o cultura colombiana, son ideales para el segmento de souvenirs premium y regalos de última hora que buscan los viajeros internacionales.
Valor Agregado (Marca País): El aeropuerto busca activamente ofrecer productos que representen la identidad nacional y fortalezcan la Marca País. **DIDÁCTICOS ANJELIN** puede posicionarse como un proveedor clave de artículos artesanales o de diseño que reflejen este valor, diferenciándose de los souvenirs genéricos importados.

2. Suministro B2B Institucional y Subcontratación
Necesidades Institucionales: El aeropuerto, en su rol de "mini ciudad", requiere una gran cantidad de artículos de uso interno. Esto incluye:
Guarderías y Salas de Descanso: Suministro de colchonetas, gimnasios infantiles y materiales didácticos para las áreas destinadas a empleados o viajeros (Salas VIP, lounges, centros de cuidado).
Artículos Promocionales: La subcontratación para fabricar disfraces, babuchas personalizadas o merchandising de tela para campañas de aerolíneas, operadores logísticos o marcas de retail con presencia en la terminal.
Logística Optimizada: La cercanía geográfica de la empresa a la plataforma aeroportuaria puede transformarse en una ventaja competitiva para el suministro Justo a Tiempo (JIT) y el servicio rápido, algo valorado en un entorno logístico tan dinámico.

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

La articulación de **DIDACTICOS ANJELIN 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 (0% de holgura).

Tabla 11 Posibles Encadenamientos

Empresa participante	Naturaleza de la empresa	Propuesta de encadenamiento	Objetivo de la empresa analizada
MURU ACCESORIOS	MANUFACTURA	Ofrecer servicios especializados de 1392. fabricación de accesorios (pero también vende directamente). Pueden colaborar en piezas decorativas, accesorios para productos didácticos, artículos personalizados o	Acceder a la cadena de valor de (MANUFACTURERO) y diversificar ingresos mediante servicios B2B de alta complejidad.

		en coproducción de productos creativos.	
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.
ESTILO G	COMERCIO	Ofrecer servicios especializados de 1312. comercialización de textiles y productos confeccionados. Puede distribuir productos didácticos confeccionados, integrar materiales textiles en kits educativos o vender productos complementarios.	Acceder a la cadena de valor de (COMERCIO) y diversificar ingresos mediante servicios B2B de alta complejidad.

Fuente: Propia

La empresa **DIDACTICOS ANJELIN 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 **DIDACTICOS ANJELIN 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 (Empresa)	Inicio	Fin (Plazo)	KPI Objetivo	Criterio de Aceptación
I. Habilitación de Calidad y Capacidad	**1. Reducción Urgente del**	Gerencia, Producción	Semana 1	Semana 8 (2 Meses)	Reducción del MEP: 10% a 2%	Implementación de puntos de control de

Línea Estratégica	Actividad	Responsables (Empresa)	Inicio	Fin (Plazo)	KPI Objetivo	Criterio de Aceptación
	Margen de Error Operativo (MEP)					calidad documentados y verificación del MEP por lotes.
I. Habilitación de Calidad y Capacidad	**2. Estudio y Plan de Ampliación de Capacidad Productiva**	Gerencia, Finanzas	Semana 1	Semana 6 (1.5 Meses)	1 Plan de Inversión / Reingeniería Formalizado	Decisión sobre si la ampliación requiere compra de maquinaria o reestructuración de turnos para pedidos B2B.
I. Habilitación de Calidad y Capacidad	**3. Inicio del Proceso de Certificación de Calidad (ISO 9001)**	Gerencia, Calidad	Semana 1	Semana 12 (3 Meses)	Contrato con Entidad Certificadora y 100% de Documentación Básica	Auditoría inicial favorable y compromiso formal con la entidad certificadora.
II. Diseño para Retail y Marca País	**4. Desarrollo de Línea de Souvenirs Premium para Aeropuerto**	Diseño, Comercial	Semana 4	Semana 12 (2 Meses)	3 Prototipos de Alto Valor Añadido con *Packaging*	Prototipos aprobados por Gerencia, con análisis de costos y propuesta de precio de venta al público.
IV. Optimización Logística y Expansión	**5. Implementación de Sistema de Trazabilidad Básico (ITR)**	Gerencia, TI/Administrativo	Semana 6	Semana 12 (1.5 Meses)	100% de Trazabilidad de Insumos Críticos	Capacidad de identificar el origen del lote de tela en el producto final (requisito de seguridad).
III. Subcontratación y Suministro	**6. Mapeo y Contacto con 5 Prospectos B2B Institucionales**	Comercial, Gerencia	Semana 8	Semana 12 (1 Mes)	5 Reuniones de Acercamiento Registradas	Presentación de la nueva capacidad B2B (post-MEP reducido) a

Línea Estratégica	Actividad	Responsables (Empresa)	Inicio	Fin (Plazo)	KPI Objetivo	Criterio de Aceptación
						retailers, aerolíneas o servicios institucionales.
IV. Optimización Logística y Expansión	**7. Formalización de Acuerdos de Nivel de Servicio (SLA)**	Gerencia, Comercial	Semana 10	Semana 12 (0.5 Mes)	1 SLA de Respuesta Postventa Documentado	Inclusión del compromiso de respuesta rápida (fortaleza) en la propuesta comercial formal para el 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 **DIDACTICOS ANJELIN 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 **DIDACTICOS ANJELIN SAS** 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, **DIDACTICOS ANJELIN 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
I. Habilitación de Calidad y Consistencia	**1. Estandarizar y Documentar Procesos Productivos (SOP/Flujogramas)**	Gerencia, Producción, Calidad	8 Semanas	100% de los Procesos Críticos Documentados	100% de la Documentación (SOP)	Creación de Manuales de Procedimientos Operacionales Estándar (SOP) y flujogramas para cada etapa clave (corte, confección, relleno, ensamble).
I. Habilitación de Calidad y Consistencia	**2. Reducir el Margen de Error Operativo (MEP)**	Producción, Calidad, Gerencia	12 Semanas	Tasa de Defectos por Lote (Mensual)	Reducción del MEP: 10% - 2%	La tasa de productos defectuosos es verificada por el control de calidad y se mantiene sostenidamente por debajo del 2%.
I. Habilitación de Calidad y Consistencia	**3. Implementar Puntos de Control de Calidad Obligatorios**	Producción, Calidad	6 Semanas	Número de Puntos de Control Implementados	4 Puntos de Control Obligatorios	Definición e implementación de *checklists* de calidad después de las fases de corte, ensamble, relleno y acabado final.
I. Habilitación de Calidad y Consistencia	**4. Diseño de un Plan para Ampliación de Capacidad**	Gerencia, Finanzas	12 Semanas	1 Plan Financiero y Operacional Formalizado	100% de Capacidad Adicional Planeada	Plan de inversión que defina si se requiere nueva maquinaria, más personal o reingeniería de turnos para liberar capacidad 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
I. Habilitación de Calidad y Consistencia	**1. Implementar Sistema de Inventario en**	Gerencia, TI/Administrativo	10 Semanas	Reporte de Trazabilidad de Insumos por Lote	100% de Insumos Críticos Trazados	El sistema permite verificar en cualquier momento el *stock* y el origen de la materia prima

Línea Estratégica (Implícita)	Qué (Actividad)	Quién (Responsable)	Cuándo (Plazo Máximo)	Cómo se Mide (Frecuencia/Método)	KPI de Cumplimiento (%)	Criterio de Aceptación
	Tiempo Real (ITR)					utilizada en los productos terminados (seguridad).
I. Habilitación de Calidad y Consistencia	**2. Avanzar en la Preparación para Certificación ISO 9001**	Gerencia, Calidad	12 Semanas	Nivel de Avance en la Documentación (SGC)	100% de la Documentación Requerida	Firma de un contrato con el ente certificador e implementación formal del Sistema de Gestión de Calidad (SGC) conforme a la norma.
I. Habilitación de Calidad y Consistencia	**3. Evaluación y Mitigación de Riesgos de Seguridad de la Información**	Gerencia, TI/Administrativo	8 Semanas	1 Informe de Riesgos de Información con Acciones	1 Protocolo de Seguridad Diseños	Se definen y comunican protocolos para proteger diseños de patrones, planos y la información contractual sensible.

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
IV. Optimización Logística y Expansión	**1. Definir Rutas y Protocolos de Entrega con Puntualidad B2B**	Jefatura de Logística, Comercial	8 Semanas	Tasa de Entregas a Tiempo (OTD - *On-Time Delivery*)	100% de Entregas a Tiempo	Establecimiento de un protocolo de despacho que garantice el 100\% de OTD para pedidos de prueba B2B.
IV. Optimización Logística y Expansión	**2. Estandarizar el Empaque y Embalaje para Retail (Marca País)**	Diseño, Producción, Logística	6 Semanas	1 Manual de Empaque y Embalaje	100% de Productos con Nuevo Empaque	Diseño de un *packaging* que proteja el producto durante el transporte y que sea atractivo para el *retail* de alto valor.
IV. Optimización Logística y Expansión	**3. Explorar Alianzas con Operadores Logísticos (Reducción CTI)**	Gerencia, Jefatura de Compras/Logística	12 Semanas	Número de Cotizaciones y Análisis de Costo/Beneficio	Reducción del CTI: 18% - <15%	Presentación de opciones viables de Operadores Logísticos que permitan mitigar el alto costo de transporte de insumos.
IV. Optimización Logística y Expansión	**4. Estudio de Factibilidad de la Infraestructura Cerca del Aeropuerto**	Gerencia, Finanzas	12 Semanas	1 Informe de Análisis de Viabilidad (Costo/Beneficio)	1 Plan de Inversión/Ubicación Definido	Análisis de si es estratégico y financieramente viable adquirir o alquilar un punto de distribución cercano al aeropuerto.

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
III. Subcontratación y Suministro	**1. Elaborar Portafolio Corporativo Especializado (BCA)**	Gerencia, Comercial, Diseño	6 semanas	1 portafolio Digital B2B (con enfoque en trazabilidad y consistencia)	100% de Portafolio Estratégico	Diseño de un portafolio que resalte la capacidad técnica, la reducción del MEP y el potencial de *souvenirs premium*.
III. Subcontratación y Suministro	**2. Transitar hacia un Modelo Comercial Mixto (B2B-B2C)**	Gerencia, Comercial	8 Semanas	1 Estrategia Formal de Segmentación de Canales	100% de Estrategia Definida	Documento que defina la oferta, precios, y canales de venta diferenciados para el mercado tradicional (B2C) y el nuevo mercado corporativo (B2B).
III. Subcontratación y Suministro	**3. Implementar un CRM Básico para Seguimiento Corporativo**	Comercial, TI/Administrativo	10 Semanas	Uso semanal del CRM y Registro de Nuevos Prospectos BCA	100% de Contactos BCA Registrados	Instalación y capacitación del equipo comercial en el uso de la herramienta para documentar el ciclo de venta corporativa (gestión de *leads* y seguimiento).
III. Subcontratación y Suministro	**4. Definir y Contactar 5 Prospectos Clave (Retail/Institucional)**	Comercial, Gerencia	12 Semanas	Registro de 5 Empresas Prospecto con Minutas de Acercamiento	5 Reuniones de Exploración Agendadas	Agendamiento de reuniones con potenciales clientes (ej., operadores de *retail* de alto tráfico, *lounges* o guarderías institucionales).

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
III. Subcontratación y Suministro	**1. Diseñar Catálogo de Servicios para Necesidades**	Diseño, Comercial	8 Semanas	1 Catálogo de Oferta B2B Específico	100% de Diseño de Servicio	Creación de un catálogo que ofrezca la confección de prototipos, uniformes especiales y componentes

Línea Estratégica (Implícita)	Qué (Actividad)	Quién (Responsable)	Cuándo (Plazo Máximo)	Cómo se Mide (Frecuencia/Método)	KPI de Cumplimiento (%)	Criterio de Aceptación
	BCA (Componentes, Prototipos)					textiles de alto valor para aerolíneas o *retailers*.
III. Subcontratación y Suministro	**2. Explorar Oportunidades de Subcontratación con Empresas Clave**	Comercial, Gerencia	16 Semanas	Número de Reuniones de Presentación con Empresas Logísticas/Retail	1 Propuesta Formal de Subcontratación Enviada	Envío de una propuesta de valor basada en la nueva calidad (MEP <2%) y la capacidad de diseño a las empresas más grandes del BCA.
III. Subcontratación y Suministro	**3. Participar Activamente en Espacios de Articulación y Ruedas de Negocios**	Comercial	Continua	Número de Participaciones y de Contactos Calificados Generados	10 Contactos Calificados por Evento	Asistencia obligatoria a ruedas de negocios del sector logístico/turístico para validar el portafolio y generar *leads* directos con compradores.
II. Diseño para Retail y Marca País	**4. Presentar la Línea de Souvenirs Premium a Compradores de Retail**	Comercial, Diseño	12 Semanas	Número de Pruebas de Producto / Acuerdos Piloto Logrados	1 Pedido Piloto o Consignación	Negociación de un acuerdo de prueba con un operador de *retail* clave en el aeropuerto para introducir los productos de Marca País.

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
III. Subcontratación y Suministro	**1. Formalizar la Respuesta Postventa Mediante un Acuerdo de Nivel de Servicio (SLA)**	Gerencia, Comercial	8 Semanas	1 Documento SLA de Respuesta / Resolución	100% de SLA Formalizado	El tiempo de respuesta rápida actual (días) se convierte en un compromiso contractual medido en horas para la resolución de incidentes B2B.
III. Subcontratación y Suministro	**2. Integrar la Alta Calidad del Servicio Postventa como un Diferenciador**	Comercial, Gerencia	Continua	Inclusión del Servicio Postventa en Propuestas Comerciales	100% de Propuestas Incluyen SLA	El equipo comercial utiliza el servicio postventa eficiente (SI) como argumento clave de venta frente a la competencia que solo se enfoca en precio.
III. Subcontratación y Suministro	**3. Establecer un Protocolo de**	Comercial	6 Semanas	1 Plan de Contacto Proactivo	100% de Clientes B2B	Implementación de llamadas o correos de seguimiento después de la entrega de un

Línea Estratégica (Implícita)	Qué (Actividad)	Quién (Responsable)	Cuándo (Plazo Máximo)	Cómo se Mide (Frecuencia/Método)	KPI de Cumplimiento (%)	Criterio de Aceptación
	Seguimiento Proactivo al Cliente B2B				Contactados Proactivamente	pedido, buscando *feedback* antes de que surjan quejas formales.

TERMINOLOGÍA UTILIZADA EN LAS TABLAS ANTERIORES

Término/Acrónimo	Significado Completo	Explicación en el Contexto de DIDÁCTICOS ANJELIN
BCA	Base Comercial Aeroportuaria	El **mercado objetivo** clave, que incluye a los operadores de tiendas (*retail*), aerolíneas, empresas de *handling* (manejo de carga) y servicios institucionales del aeropuerto.
MEP	Margen de Error Operativo	Indicador crítico de calidad. Para **ANJELIN**, el 10% actual es una **debilidad crítica** que debe reducirse urgentemente a <2% para garantizar la consistencia en el volumen B2B.
ITR	Inventario en Tiempo Real	**Habilitador tecnológico** necesario. Su implementación es vital para asegurar la **trazabilidad** de los insumos textiles (origen, seguridad) y para optimizar la planificación de grandes pedidos B2B.
ISO 9001	Norma Internacional para el Sistema de Gestión de la Calidad	**Certificación prioritaria** que la empresa debe buscar. Es el requisito formal para probar la **consistencia** del proceso de confección y reducir el riesgo de devoluciones por el alto MEP.
Retail Turístico	Canales de Venta y Tiendas del Aeropuerto	La principal **oportunidad de encadenamiento**. **ANJELIN** debe enfocar sus productos de alto valor (souvenirs premium) para ser vendidos en estos canales a viajeros internacionales.
SLA	Acuerdo de Nivel de Servicio (*Service Level Agreement*)	El **compromiso formal** que **ANJELIN** debe documentar para sus clientes B2B. Sirve para transformar su fortaleza de **respuesta rápida** en un valor contractual para clientes corporativos.

Término/Acrónimo	Significado Completo	Explicación en el Contexto de DIDÁCTICOS ANJELIN
Capacidad Instalada Utilizada (100%)	Nivel de Uso de Maquinaria y Mano de Obra	Indica que la empresa está operando al límite. Para aceptar nuevos contratos del BCA, necesita **inversión inmediata** para liberar capacidad o reingeniería de la producción.
CTI	Costo de Transporte de Insumos	El 18% es un costo logístico elevado que reduce el margen de ganancia. Mitigarlo a través de alianzas logísticas o la exploración de la **Zona Franca (ZF)** es clave.
Subcontratación	Servicios de Fabricación para Terceros	Oportunidad de negocio B2B donde **ANJELIN** puede ofrecer sus servicios de corte, diseño y confección para empresas que necesitan artículos promocionales o uniformes especializados.

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, **DIDACTICOS ANJELIN 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