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 7
6. ANÁLISIS DETALLADO DE LA CADENA DE VALOR 7
6.1. CAPACIDADES PRODUCTIVAS 7
6.2. INFRAESTRUCTURA Y CAPACIDAD LOGÍSTICA 8
6.3. ENCADENAMIENTO CON ACTORES DEL ENTORNO AEROPORTUARIO 9
6.4. ANÁLISIS DE MERCADEO Y VENTAS 10
6.5. ANÁLISIS DEL SERVICIO POSTVENTA 11
6.6. TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN 11
7. ANÁLISIS DETALLADO DE LA CADENA DE VALOR 12
8. ARTICULACIÓN ECONÓMICA CON BOGOTÁ CIUDAD AEROPUERTO 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 20
10.1 Recomendaciones Finales 20
10.1.1 Recomendaciones Operativas 20
10.1.2 Recomendaciones Tecnológicas 21

10.1.3 Recomendaciones Logísticas....22
10.1.4 Recomendaciones Comerciales....23
10.1.5 Recomendaciones de Encadenamiento....24
10.1.6 Recomendaciones en Servicio al Cliente....25

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 8
Tabla 5 Análisis de Encadenamiento y Capacidad 9
Tabla 6 Análisis de Mercadeo y Riesgo Comercial....10
Tabla 7 Análisis del Servicio Postventa....11
Tabla 8 Análisis de Tecnología, Trazabilidad y Calidad 11
Tabla 9 Análisis de la cadena de valor 12
Tabla 10 Líneas Estratégicas de Articulación....15
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 **Tradiexpress**., 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 **Tradiexpress** es una organización con 20 meses de trayectoria en el mercado, operando en el sector de Manufacturero/ Agroindustrial (CIIU 1084). Su actividad principal es 1084. La empresa se enfoca en el comercio minorista especializado de carnes (incluyendo aves) y productos cárnicos, pescados y productos de mar. Adicionalmente, se dedica al procesamiento y conservación de carnes y productos cárnicos, y al comercio minorista general de alimentos, bebidas y tabaco en establecimientos no especializados.

Ubicada en la dirección Cra 111 #66-48 de la localidad de ENGATIVA, su estructura comercial se enfoca principalmente en Empresa privada, que representa el 80% 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: (EN IMPLEMENTACION) y gestión de calidad (con brechas de certificación). La hoja de ruta debe enfocarse en la habilitación operativa y tecnológica para capitalizar su capacidad productiva no utilizada.

Tabla 1. Datos Generales

INFORME TÉCNICO DETALLADO DE ENCADENAMIENTO EMPRESARIAL	
Empresa Analizada:	TRADIEXPRESS
NIT:	1116796912
Antigüedad:	20 meses
Sector:	Manufacturero/ Agroindustrial
Localidad:	ENGATIVA
Actividad CIIU:	1084 - 1084. Elaboración de comidas y platos preparados

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

4. ÁREAS CLAVES A ANALIZAR

El análisis de la empresa **Tradiexpress** 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	TRADIEXPRESS
NIT	1116796912
Representante que diligencia	Luisa Fernanda Gomez Escobar
Relación actual con el Aeropuerto El Dorado	INDIRECTA
Complejidad del proceso	MEDIO
Capacidad instalada utilizada	70%
Principal cliente	Empresa Privada (80% de ventas)
Exportaciones	0%
Relación con actores aeroportuarios	INDIRECTA
Capacidad financiera autoevaluada	3.MEDIA
Disponibilidad para explorar oportunidades con BCA	TOTALMENTE
Margen de error operativo	10%
Certificaciones de calidad	Estamos organizando toda la documentación acorde a las normas para buscar certificación
Inventario en tiempo real (ITR)	EN IMPLEMENTACION
Seguridad de la información	EN EVALUACION

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

Alto Nivel Técnico y Productivo (MEDIO)
La empresa opera en el sector de Manufactura/Agroindustrial (CIIU 1084) con un Nivel de Complejidad (MEDIO) en sus procesos de procesamiento y conservación de carnes y pescados. Esto le confiere una base sólida para cumplir con los estándares de producción y volumen exigidos por el sector Horeca y Catering aéreo del BCA.

Capacidad Instalada Disponible (30%)
Tradiexpress dispone de un 30% de capacidad productiva no utilizada. Esta fortaleza es crítica porque le permite absorber nueva demanda B2B significativa del ecosistema aeroportuario (aerolíneas, hoteles) sin incurrir inmediatamente en grandes gastos de capital para expandir la infraestructura.

Fuerte Disposición Gerencial (TOTALMENTE)
Existe un compromiso (TOTAL) por parte de la Gerencia para vincular la empresa al ecosistema aeroportuario. Esta disposición es fundamental, ya que garantiza que los recursos y la energía de la empresa se dirigirán a superar las rigurosas barreras de certificación y formalización requeridas por el sector.

Servicio Postventa Rápido (HORAS)
La empresa destaca por ofrecer un servicio postventa con tiempos de respuesta rápidos, medidos en (HORAS). Esta es una fortaleza clave para la negociación de contratos B2B, ya que permite a **Tradiexpress** ofrecer Acuerdos de Nivel de Servicio (SLA) rígidos que son vitales en el sector alimentario y logístico, donde cualquier demora puede causar graves problemas operativos al cliente.

- **5.2.2 Debilidades críticas**

Dependencia Comercial Crítica (80% B2C Concentrado)
La estructura comercial de la empresa presenta una dependencia crítica, ya que el 80% de sus ventas totales provienen del sector privado, enfocándose en el comercio minorista especializado (modelo B2C concentrado). Esto genera una alta vulnerabilidad ante la pérdida de ese cliente o segmento y demuestra que el negocio aún no está adaptado a los volúmenes, la documentación ni los ciclos de facturación exigidos por los grandes contratos B2B del sector aeroportuario.

Margen de Error Operativo (10%)
Un Margen de Error Operativo del 10% es incompatible con los altos estándares de calidad y seguridad alimentaria de la industria aeronáutica y de catering aéreo. En el manejo de carnes y productos perecederos, este alto margen de error incrementa el riesgo de rechazo de pedidos, pérdidas de inventario e incluso problemas sanitarios, lo cual es una barrera infranqueable para la formalización comercial B2B.

Baja Capacidad Financiera (MEDIA)
La autoevaluación de la capacidad financiera como (MEDIA) podría limitar la inversión inmediata en los habilitadores B2B que son críticos para el encadenamiento. Aunque la Gerencia tenga disposición, la falta de liquidez suficiente podría retrasar la implementación del Inventario en Tiempo Real (ITR), la obtención de certificaciones sanitarias (HACCP), y la adaptación logística, impidiendo capitalizar la capacidad productiva disponible.

5.2.3 Amenazas externas

Requisitos Mínimos Inflexibles del Sector BCA
El sector aeroportuario (BCA) y las industrias asociadas (catering aéreo, retail de alimentos) imponen requisitos mínimos y no negociables en términos de calidad, trazabilidad y seguridad (incluyendo la seguridad física y aérea). Esta es una amenaza directa, ya que **TRADIEXPRESS** actualmente tiene brechas de certificación y trazabilidad tecnológica (ITR), lo que puede resultar en la exclusión inmediata de procesos de selección y licitaciones B2B.
Competencia Global y Nacional con Mayores Estándares
TRADIEXPRESS se enfrenta a competidores ya establecidos, tanto a nivel nacional como global, que operan con mayores estándares tecnológicos y poseen las certificaciones (HACCP, ISO 22000) que el BCA exige. Estos competidores tienen una ventaja de credibilidad y formalidad que les permite capturar los grandes contratos de suministro de carnes y pescados, relegando a **TRADIEXPRESS** a un nicho minorista.

Incremento de Costos Logísticos y de Transporte (30%)
El alto costo logístico y de transporte, estimado en un %, es una amenaza crítica. Este sobrecosto, si es causado por ineficiencias logísticas internas, se traduce en precios finales menos competitivos para el BCA. Si **TRADIEXPRESS** no puede ofrecer tarifas competitivas a pesar de su ubicación, su potencial de articulación se verá gravemente comprometido por la competencia.

5.2.4 Oportunidades de articulación

Uso de la Plataforma Aeroportuaria para Expansión (Exportación)
La ubicación estratégica cerca del Aeropuerto El Dorado y su potencial de articulación con el BCA abren la oportunidad de utilizar la plataforma aérea para la expansión y exportación de productos de alto valor añadido (carnes y pescados procesados). Esto permite a **TRADIEXPRESS** diversificar sus mercados más allá del ámbito nacional y mitigar la dependencia crítica del 80% de sus ventas actuales. Para aprovechar esta oportunidad, la empresa debe resolver las brechas de certificación y trazabilidad que son requisitos obligatorios para el comercio internacional.

Alta Demanda de Suministro de Alimentos Certificados
Existe una constante y alta demanda de productos agroindustriales de calidad (carnes, pescados) por parte de los operadores de la cadena de valor del BCA, incluyendo:
Catering Aéreo: Provisión de alimentos para vuelos nacionales e internacionales.
Hotelería Cercana: Suministro a hoteles de alto nivel que atienden a ejecutivos y turistas.
Retail Especializado: Venta en puntos del aeropuerto o sus zonas de influencia.

La capacidad productiva disponible (30%) de **TRADIEXPRESS** permite capturar esta demanda de alto volumen una vez que se obtengan las certificaciones sanitarias requeridas.
Capitalizar el Factor de Diferenciación (CALIDAD y Velocidad)
La CALIDAD identificada como factor de diferenciación, combinada con la fortaleza de la respuesta en HORAS, puede posicionar a **TRADIEXPRESS** como un proveedor preferencial para necesidades urgentes (mitigar stock-outs o pedidos de último minuto). Esta combinación de calidad y servicio rápido es un valor agregado crucial para el sector logístico y de catering aéreo.

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	Análisis
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	70%	Muestra una holgura de 30% 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 (30%) 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	Análisis
Costo Transporte/Producto	30%	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 (30%) 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	Análisis
Relación actual con El Dorado	INDIRECTA	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	Red de supermercados grandes, supermercados	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***

La relación actual de **TRADIEXPRESS** con el Aeropuerto El Dorado es (INDIRECTA), lo que establece un claro punto de partida en cero. La estrategia debe ser de creación de la relación, no de expansión.
El Papel Propuesto de la empresa es el de (PROVEEDOR), lo que confirma su función de suministro dentro de la red logística BCA (Horeca/Catering). La Gerencia muestra un interés en oportunidades (TOTALMENTE) comprometido, indicando una fuerte disposición estratégica para invertir recursos en la formalización B2B necesaria.
El enfoque actual de Articulación Potencial en la "Red de supermercados grandes" refleja la necesidad de la empresa de migrar de un modelo minorista (B2C) a uno de volumen (B2B). Este enfoque debe ser reorientado para incluir específicamente a operadores de catering aéreo y hoteles del BCA, ya que su capacidad actual de distribución y volumen es clave para la identificación de socios en la cadena aeroportuaria.
En resumen, la empresa tiene el compromiso y ha definido su rol (Proveedor), pero necesita transformar su articulación actual (Supermercados) para dirigirse de manera formal y certificada al ecosistema BCA.

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	Análisis
Principal Cliente (%)	Empresa privada (80%)	Alto riesgo de dependencia comercial (si es >70%). Es crítica la diversificación B2B hacia múltiples actores del ecosistema BCA.
Desafío Distribución	Costos en Transporte	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 (80%) es una debilidad crítica y debe ser el foco principal de la estrategia comercial B2B en el corto plazo. El Desafío de Distribución (Costos en Transporte) 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	Análisis
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.

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	Análisis
Inventario TR	EN IMPLEMENTACION	Brecha crítica en trazabilidad y planificación. Requisito indispensable para logística aeronáutica y cadenas de suministro complejas.
Certificaciones Calidad (ISO 9001)	ESTAMOS ORGANIZANDO TODA LA DOCUMENTACIÓN ACORDE A LAS NORMAS PARA BUSCAR CERTIFICACIÓN	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 falta de Certificaciones de Calidad, 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 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 (30%). Inventario Tiempo Real (EN IMPLEMENTACION).	CTI: 30%. Alto impacto (>10%) puede afectar competitividad. ITR: NO Brecha crítica en trazabilidad para el sector BCA.
Operaciones	Nivel Complejidad (MEDIO). Margen Error (10%). Capacidad Utilizada (70%).	Complejidad (MEDIO) (Fortaleza Técnica). Margen Error: 10%. Debe ser <2% para BCA (Riesgo). Capacidad disponible: 30%.
Logística de Salida	Desafío Distribución. Infraestructura Cerca Aero (NO).	Desafío: Costos en Transporte. La Infraestructura cerca del Aeropuerto (NO) es un factor estratégico (si es SI) o una brecha operativa.
Desarrollo Tecnológico	Certificaciones Calidad (ESTAMOS ORGANIZANDO TODA LA DOCUMENTACIÓN ACORDE A LAS NORMAS PARA BUSCAR CERTIFICACIÓN).	Certificaciones: ESTAMOS ORGANIZANDO TODA LA DOCUMENTACIÓN ACORDE A LAS NORMAS PARA BUSCAR CERTIFICACIÓN. Si es

	Seguridad Información (EN EVALUACION).	(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

I. Actividades Primarias

1. Logística de Entrada

Indicadores Clave: Costo de Transporte de Insumos (CTI del 30%). Inventario en Tiempo Real (ITR: EN IMPLEMENTACIÓN).

Análisis y Brecha:

CTI: El 30% es un Alto Impacto (>10%) que afecta directamente la competitividad de precios de los productos cárnicos y pescados. Debe ser mitigado urgentemente.

ITR: Su estado "EN IMPLEMENTACIÓN" representa una Brecha Crítica en Trazabilidad. Para el sector de alimentos del BCA, la trazabilidad es un requisito sanitario NO negociable.

2. Operaciones

Indicadores Clave: Nivel de Complejidad (MEDIO). Margen de Error 10%). Capacidad Utilizada (70%).

Análisis y Brecha:

Nivel de Complejidad: La complejidad (MEDIO) en el procesamiento es una Fortaleza Técnica que facilita el cumplimiento de especificaciones B2B.

Margen de Error: El 10% es un riesgo operativo inaceptable para el sector aeronáutico y catering aéreo. Debe ser reducido drásticamente a menos del 2% para formalizar cualquier contrato.

Capacidad Disponible: Existe un 30% de capacidad no utilizada, ideal para absorber la nueva demanda B2B sin necesidad de inversión inicial en infraestructura.

3. Logística de Salida

Indicadores Clave: Desafío en Distribución. Infraestructura Cerca Aeropuerto (NO).

Análisis y Brecha:

Desafío: El desafío en la distribución impacta directamente en la promesa de valor de respuesta en HORAS (SLA), afectando los costos de entrega.

Infraestructura: La falta de infraestructura (como centros de distribución o almacenamiento) cerca del Aeropuerto (aunque la ubicación en Engativá es cercana) es un Desafío Operativo que debe resolverse para garantizar la puntualidad crítica B2B.

II. Actividades de Soporte

4. Desarrollo Tecnológico

Indicadores Clave: Certificaciones Calidad (EN ORGANIZACIÓN). Seguridad de Información (EN EVALUACIÓN).

Análisis y Brecha:

Certificaciones: El estado (ESTAMOS ORGANIZANDO TODA LA DOCUMENTACIÓN) significa que la certificación (ej., HACCP) aún es una barrera NO superada. Esta es la Principal Barrera de Entrada B2B.

Seguridad: El estado (EN EVALUACIÓN) para la Seguridad de la Información (ciberseguridad) representa un Riesgo al manejar datos de contratos sensibles con clientes corporativos.

5. Infraestructura (Financiera y Gerencial)

Indicadores Clave: Capacidad Financiera (3. MEDIA). Interés BCA (TOTALMENTE).

Análisis y Brecha:

Capacidad Financiera: La capacidad (MEDIA) de la empresa podría limitar la inversión requerida para los habilitadores críticos (Certificaciones, ITR) en el corto plazo.

Interés BCA: La disposición TOTALMENTE favorable de la Gerencia es una Fortaleza Favorable que impulsa la estrategia de articulación.

El análisis concluye que **TRADIEXPRESS** debe enfocarse urgentemente en resolver las brechas de Calidad (Certificación, Margen de Error) y Trazabilidad (ITR) antes de intentar la articulación comercial con el BCA.

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 **Tradiexpress** (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 Sanitaria y Trazabilidad	**Formalización Operativa y Sanitaria.** Superar las brechas de certificación y margen de error para cumplir los requisitos mínimos del sector de alimentos aeronáuticos.	**Proveedor Primario Certificado** de Alto Valor Agregado.	**Suministro B2B** de Carnes, Pescados y Productos Cárnicos **Procesados y Conservados** para: * **Catering Aéreo** (Proveedor de insumos). * **Hotelería** (Grandes volúmenes para restaurantes y eventos).
II. Captura de Demanda Horeca/Logística	**Monetización de Capacidad Disponible.** Utilizar el 30% de capacidad no utilizada para absorber grandes volúmenes B2B y mitigar la dependencia minorista.	**Socio Logístico/Rápida Respuesta (SLA).**	**Servicios de Respuesta Urgente (SLA)** para *stock-outs* o requerimientos de último minuto de operadores logísticos y *catering*.
III. Diversificación y Exportación	**Aprovechamiento de la Plataforma Aérea.** Explorar el mercado de exportaciones de productos cárnicos de alto valor, una vez resuelta la trazabilidad.	**Exportador en Crecimiento.**	**Productos Procesados de Alto Valor Añadido** listos para el mercado internacional, utilizando la infraestructura de carga aérea del BCA.

Fuente: Propia

El encadenamiento de una empresa como **TRADIEXPRESS** con el Ecosistema Aeroportuario El Dorado (BCA) se basa en la transición de un proveedor minorista a un Proveedor B2B Certificado y de Alto Volumen, enfocado principalmente en la cadena de suministro de alimentos (Horeca y Catering Aéreo).

El proceso de encadenamiento debe seguir una estrategia de Habilitación Operacional y Sanitaria en tres fases:

1. Habilitación y Superación de Barreras (La Tarea Crítica)
Antes de buscar cualquier contrato, **Tradiexpress** debe formalizar su capacidad para mitigar las amenazas críticas:
Trazabilidad Inmediata: Finalizar la implementación del Inventario en Tiempo Real (ITR) para garantizar la trazabilidad "desde el origen hasta el plato". En el sector de alimentos, especialmente carnes y pescados, la trazabilidad es un requisito sanitario no negociable que permite a las aerolíneas y catering reaccionar ante cualquier problema de seguridad alimentaria.
Certificación Sanitaria: Obtener certificaciones de calidad alimentaria (ej. HACCP y BPM) es el principal habilitador. Sin estos sellos, la empresa no puede ingresar a la cadena de suministro de catering aéreo, donde el riesgo de contaminación y la exigencia regulatoria son máximos.

Reducción del Margen de Error: Reducir el Margen de Error Operativo del 10% a un valor cercano al 0% o menor al 2%. Esto asegura que el volumen B2B que se envíe cumpla con las especificaciones y evita rechazos costosos que afecten la logística de los clientes.

2. Definición del Rol y la Propuesta de Valor
Una vez habilitada, **Tradiexpress** puede articularse ofreciendo dos propuestas de valor únicas:
Proveedor de Volumen: Utilizar el 30% de capacidad instalada disponible para proveer grandes volúmenes de carnes, pescados y productos procesados a:
Empresas de Catering Aéreo: Suministrar las materias primas o productos semi-procesados para las comidas de vuelo.
Hoteles y Restaurantes: Abastecer los establecimientos de alto nivel en la zona de influencia del aeropuerto.
Socio de Respuesta Urgente (SLA): Capitalizar la fortaleza de su servicio postventa con tiempos de respuesta en HORAS (SLA). Esto posiciona a Tradiexpress como el socio ideal para resolver emergencias de stock-out o pedidos de último minuto, un servicio de alto valor y margen para operadores logísticos que no pueden permitirse fallos.

3. Encadenamiento Final y Expansión
La articulación exitosa genera un doble beneficio:
Sostenibilidad Comercial: La obtención de contratos B2B de volumen y la diversificación reducen la dependencia crítica del 80% de las ventas minoristas actuales, dando estabilidad a la operación.
Plataforma de Exportación: Al cumplir con los estándares rigurosos del Catering Aéreo y tener acceso a la infraestructura logística del aeropuerto, Tradiexpress puede utilizar El Dorado como una Plataforma de Lanzamiento para la exportación de sus productos procesados de alto valor añadido a mercados internacionales.

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

La articulación de **Tradiexpress** 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 (30% de holgura).

Tabla 11 Posibles Encadenamientos

Empresa participante	Naturaleza de la empresa	Propuesta de encadenamiento	Objetivo de la empresa analizada
GRUPO MAQUINAR SAS	MANUFACTURA	Ofrecer servicios especializados de 4663. Comercio de maquinaria, materiales e insumos industriales. Requiere transporte para mover mercancía pesada; Tradiexpress puede ser proveedor logístico regular o transportista especializado.	Acceder a la cadena de valor de (MANUFACTURERO) y diversificar ingresos mediante servicios B2B de alta complejidad.

QUENTY	SERVICIOS	Ofrecer servicios especializados de 5229. Transporte y logística. Complementarse en rutas, distribución, entregas especializadas o tercerización de transporte.	Acceder a la cadena de valor de (SERVICIOS) y diversificar ingresos mediante servicios B2B de alta complejidad.
ARENA SILICEA & ARQUITECTOS SAS	COMERCIO	Ofrecer servicios especializados de 4663. Comercio de maquinaria, materiales e insumos industriales. Requiere transportar para mover mercancía pesada, Tradiexpress puede ser proveedor logístico regular o transportista especializado.	Acceder a la cadena de valor de (COMERCIO) y diversificar ingresos mediante servicios B2B de alta complejidad.

Fuente: Propia

La empresa **Tradiexpress** 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 **Tradiexpress** 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 Sanitaria y Trazabilidad	**1. Cierre ITR y Protocolo de Trazabilidad:** Finalizar la	Gerencia / Jefe de Operaciones	Mes 1, Semana 1	Mes 1, Semana 4	**100%** de Lotes con Trazabilidad ITR Activa.	Capacidad de generar un informe en < 15 minutos

Línea Estratégica	Actividad	Responsables (Empresa)	Inicio	Fin	KPI Objetivo	Criterio de Aceptación
	implementación del Inventario en Tiempo Real (ITR) y establecer el protocolo de trazabilidad obligatoria para el 100% de los insumos perecederos.					que rastree cualquier producto desde la recepción hasta el despacho.
I. Habilitación Sanitaria y Trazabilidad	**2. Reducción Crítica del Margen de Error (MOE):** Implementar las **SOPs** y capacitación al personal para reducir el MOE del 10% actual, enfocándose en áreas de procesamiento de alto riesgo.	Jefe de Operaciones	Mes 1, Semana 1	Mes 3, Semana 4	MOE de Producción 2%.	Tres evaluaciones consecutivas de producción demuestran que la tasa de defectos o errores en el procesamiento es inferior al 2%.
I. Habilitación Sanitaria y Trazabilidad	**3. Preparación Documental para Certificación (HACCP):** Organizar y auditar internamente toda la documentación de calidad y sanidad según las normas HACCP/BPM, preparándose para la auditoría externa.	Gerencia / Asesoría de Calidad	Mes 1, Semana 2	Mes 3, Semana 1	**100%** de Documentación Sanitaria Auditada y Completa.	Obtención de la Carta de **'Listo para la Auditoría Externa'** por parte de la Gerencia de Calidad.

Línea Estratégica	Actividad	Responsables (Empresa)	Inicio	Fin	KPI Objetivo	Criterio de Aceptación
II. Captura de Demanda Horeca/Logística	**4. Diseño de Propuesta de Valor B2B y SLA:** Diseñar la oferta comercial formal, incluyendo precios por volumen y la cláusula de **SLA de Respuesta en HORAS**, dirigida a *Catering* Aéreo y Hotelería.	Área Comercial / Gerencia	Mes 2, Semana 1	Mes 3, Semana 2	**100%** de Material Comercial con SLA Formalizado.	Creación de un catálogo B2B que destaque la **Respuesta en Horas** como principal diferenciador y las certificaciones en proceso (Punto 3).
III. Diversificación y Exportación	**5. Análisis de Inversión y Capacidad Financiera:** Evaluar la inversión de capital necesaria para financiar las certificaciones (Punto 3) y la posibilidad de acceder a líneas de crédito o inversión para estabilizar la capacidad financiera (3. MEDIA).	Gerencia Financiera	Mes 2, Semana 4	Mes 3, Semana 4	Nivel de Capacidad Financiera 4 (Alta).	Plan de inversión aprobado y 100% de los fondos necesarios para los habilitadores críticos (ITR, Certificación) asegurados.

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 **Tradiexpress**, 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 **Tradiexpress** 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, 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, **Tradiexpress** 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	Actividad	Responsables (Empresa)	Inicio	Fin	KPI Objetivo	Criterio de Aceptación
Habilitación Operativa y Reducción de Riesgo	**1. Estandarización y Documentación de Procesos (SOPs):** Formalizar el proceso productivo completo (desde recepción hasta despacho) mediante SOPs, flujogramas y protocolos de calidad.	Jefe de Operaciones / Calidad	Mes 1, Semana 1	Mes 3, Semana 1	**100%** de Procesos Clave Documentados.	El personal debe ser capacitado y auditarse internamente el uso de los SOPs en el 90% de las tareas diarias de procesamiento.
Habilitación Operativa y Reducción de Riesgo	**2. Reducción Crítica del Margen de Error (MOE):** Implementar puntos de control rigurosos en línea de producción para reducir	Jefe de Operaciones / Calidad	Mes 1, Semana 1	Mes 3, Semana 4	MOE de Producción 2%.	El índice de producto desechado o no conforme (interna o externamente) no debe superar el 2% en la medición promedio mensual.

Línea Estratégica	Actividad	Responsables (Empresa)	Inicio	Fin	KPI Objetivo	Criterio de Aceptación
	el MOE del 10% a un umbral compatible con BCA.					
Habilitación Operativa y Reducción de Riesgo	**3. Optimización de Capacidad Instalada:** Diseñar y probar operativamente un plan de trabajo para el 30% de capacidad instalada disponible, enfocado en reducir los tiempos de respuesta.	Jefe de Operaciones / Gerencia	Mes 2, Semana 1	Mes 3, Semana 4	Reducción del *Lead Time* en un 15%.	El tiempo total de procesamiento de un pedido de volumen B2B debe ser, al menos, 15% más rápido que el promedio actual.
Monetización de Diferenciación	**4. Formalización de la Respuesta Rápida (SLA):** Traducir el servicio postventa rápido (HORAS) en un Acuerdo de Nivel de Servicio (SLA) formal para ser incluido en contratos y propuestas B2B.	Área Comercial / Gerencia	Mes 2, Semana 1	Mes 3, Semana 2	100% de Propuestas B2B con SLA de Respuesta.	El SLA debe especificar un tiempo máximo de respuesta a incidentes de 8 horas para todos los clientes corporativos.
Monetización de Diferenciación	**5. Mantenimiento del Diferenciador Postventa:** Establecer un mecanismo formal de encuestas o seguimiento para monitorear la percepción de la alta calidad del servicio postventa (SI) como diferenciador en la oferta.	Área Comercial / Calidad	Mes 2, Semana 1	Mes 3, Semana 4	Tasa de Satisfacción Postventa 95%.	El equipo debe registrar formalmente la retroalimentación del cliente y documentar la resolución de cualquier reclamo en un plazo máximo de 24 horas.

10.1.2 Recomendaciones Tecnológicas

Línea Estratégica	Actividad	Responsables (Empresa)	Inicio	Fin	KPI Objetivo	Criterio de Aceptación
Habilitación Tecnológica y Sanitaria (Barrera Crítica)	**1. Cierre y Auditoría del Inventario en Tiempo Real (ITR):** Finalizar la implementación del ITR, asegurando que el 100% de los productos perecederos (carnes, pescados) estén trazados digitalmente.	Gerencia / TI / Operaciones	Mes 1, Semana 1	Mes 1, Semana 4	100% de Trazabilidad ITR Activa.	Capacidad demostrada para realizar una **trazabilidad inversa** (desde el producto final al insumo de origen) en menos de 15 minutos.

Línea Estratégica	Actividad	Responsables (Empresa)	Inicio	Fin	KPI Objetivo	Criterio de Aceptación
Habilitación Tecnológica y Sanitaria (Barrera Crítica)	**2. Preparación Documental HACCP/ISO (Cadena de Frío):** Preparar y organizar toda la documentación, flujogramas y registros de temperatura exigidos por normas como **HACCP o ISO 22000** (Gestión de Seguridad Alimentaria) y la **Cadena de Frío**.	Gerencia / Calidad / Asesoría	Mes 1, Semana 2	Mes 3, Semana 1	100% de Documentación de Calidad Lista para Auditoría.	Obtención de la Carta de **'Listo para la Auditoría Externa'** por parte del consultor de calidad o de la Gerencia.
Habilitación Tecnológica y Sanitaria (Barrera Crítica)	**3. Evaluación y Mitigación de Riesgos de Seguridad de Información (SGSI):** Realizar la evaluación de riesgos de la Seguridad de Información (SGSI) e implementar protocolos básicos para proteger datos sensibles de contratos B2B.	TI / Gerencia	Mes 2, Semana 1	Mes 3, Semana 4	100% de Protocolos Básicos de SGSI Implementados.	Implementación de respaldo de datos (backups) y políticas de acceso para proteger la información contractual y técnica.
Integración Estratégica	**4. Mapeo Digital de Envíos B2B:** Integrar la información de distribución (tiempos y rutas) con la promesa de **SLA** para identificar cuellos de botella y asegurar el cumplimiento de la respuesta en **HORAS** en el proceso de entrega.	Jefe de Operaciones / TI	Mes 2, Semana 1	Mes 3, Semana 4	**100%** de Entregas B2B Monitoreadas Digitalmente.	El sistema debe emitir una alerta automática si el tiempo de entrega supera el 80% del tiempo límite establecido en el SLA.

10.1.3 Recomendaciones Logísticas

Línea Estratégica	Actividad	Responsables (Empresa)	Inicio	Fin	KPI Objetivo	Criterio de Aceptación
Mitigación de Costos y Logística B2B	**1. Estudio de Viabilidad de Nodo Logístico (Cerca al BCA):** Evaluar los costos, el *layout* y los beneficios de establecer un punto de consolidación o *cross-docking* en la zona de influencia de Engativá/Aeropuerto.	Gerencia / Jefe de Operaciones	Mes 1, Semana 1	Mes 2, Semana 4	Reducción Proyectada de Costos Logísticos del 10%.	Presentación de un informe financiero que demuestre que el nodo puede reducir el costo total de transporte y logística de salida en al menos 10%.

Línea Estratégica	Actividad	Responsables (Empresa)	Inicio	Fin	KPI Objetivo	Criterio de Aceptación
Mitigación de Costos y Logística B2B	**2. Rediseño del Modelo de Entrega (B2C a B2B):** Transformar la logística de entrega de un modelo minorista (B2C) a uno de puntualidad **corporativa (B2B)**, que cumpla con ventanas de tiempo rigurosas.	Jefe de Operaciones / Logística	Mes 1, Semana 2	Mes 3, Semana 2	Tasa de Cumplimiento de Ventana de Tiempo B2B 95%.	El 95% de los pedidos de prueba o iniciales B2B deben entregarse dentro del margen de 15 minutos del horario acordado con el cliente.
Mitigación de Costos y Logística B2B	**3. Integración Logística con el SLA (Respuesta Rápida):** Implementar protocolos de *picking* y despacho prioritario para **Pedidos de Respuesta Rápida (SLA)** que garantice que la promesa de **HORAS** se cumple operativamente.	Jefe de Operaciones	Mes 2, Semana 1	Mes 3, Semana 4	Tiempo Promedio de Respuesta a Incidentes 8 Horas.	Capacidad para despachar y entregar un pedido de emergencia (simulado) en un tiempo máximo de 8 horas desde la recepción de la orden.
Mitigación de Costos y Logística B2B	**4. Negociación y Consolidación de Fletes B2B:** Revisar y negociar los contratos de transporte actuales, buscando tarifas preferenciales por volumen para reducir el Costo de Transporte de Insumos (CTI) que actualmente es del 30%.	Gerencia / Logística	Mes 2, Semana 1	Mes 3, Semana 4	Reducción del CTI al 25%.	Firma de nuevos acuerdos con transportistas que resulten en una reducción del Costo de Transporte de Insumos a, por lo menos, 25% del valor del insumo.

10.1.4 Recomendaciones Comerciales

Línea Estratégica	Actividad	Responsables (Empresa)	Inicio	Fin	KPI Objetivo	Criterio de Aceptación
Monetización y Diversificación	**1. Transición de Modelo Comercial (B2C a B2B-B2C):** Definir la estrategia, segmentación y metas de ventas para migrar del 80% de dependencia B2C a un modelo mixto con un objetivo inicial de 20% de ventas B2B.	Gerencia / Comercial	Mes 1, Semana 1	Mes 3, Semana 4	Ventas B2B Representan 20% del Total.	Firma de al menos un **Acuerdo Marco** de suministro con un cliente clave del BCA (o su zona de influencia).
Monetización y Diversificación	**2. Elaboración de Portafolio Corporativo Especializado:** Diseñar un portafolio de productos y servicios que destaque la **CALIDAD**, el **SLA de Respuesta en Horas**, y que incorpore	Área Comercial / Marketing	Mes 1, Semana 2	Mes 2, Semana 4	100% de Material Comercial B2B Disponible.	Creación de un *deck* de ventas y fichas técnicas B2B que incluyan especificaciones de volumen, *pricing* y cumplimiento sanitario.

Línea Estratégica	Actividad	Responsables (Empresa)	Inicio	Fin	KPI Objetivo	Criterio de Aceptación
	evidencias de la certificación HACCP en proceso.					
Monetización y Diversificación	**3. Identificación y Primer Contacto con Clientes BCA:** Mapear a los 5 principales *stakeholders* del BCA (Catering Aéreo, Hotelería, Logística) y enviar la nueva propuesta de valor B2B.	Área Comercial	Mes 2, Semana 1	Mes 3, Semana 4	**5** Contactos de Nivel Gerencial Establecidos.	Documentación de reuniones o llamadas de seguimiento con gerentes de compras o *supply chain* del BCA.
Tecnología y Servicio al Cliente	**4. Implementación y Adopción de un CRM:** Seleccionar e implementar una herramienta CRM para profesionalizar el seguimiento comercial, gestionar *leads* B2B y registrar el servicio al cliente corporativo.	Área Comercial / TI	Mes 1, Semana 4	Mes 3, Semana 4	100% de Clientes B2B en CRM y Uso del 90%	Todos los *leads*, propuestas y contactos del BCA deben estar registrados en el CRM con tareas de seguimiento asignadas.
Tecnología y Servicio al Cliente	**5. Desarrollo de Cláusulas SLA y Contratos Marco:** Estandarizar las cláusulas del **Acuerdo de Nivel de Servicio (SLA)** para la respuesta en Horas, incorporándolas en los contratos marco B2B propuestos.	Gerencia / Legal	Mes 2, Semana 3	Mes 3, Semana 4	100% de Propuestas con Cláusulas SLA Validadas.	Aprobación de las cláusulas SLA por el área legal de la empresa, listas para su presentación a clientes corporativos.

10.1.5 Recomendaciones de Encadenamiento

Línea Estratégica	Actividad	Responsables (Empresa)	Inicio	Fin	KPI Objetivo	Criterio de Aceptación
Exploración y Oferta de Valor BCA	**1. Diseño de Catálogo de Servicios BCA:** Diseñar un catálogo hiper-especializado que no solo venda productos (carnes/pescados) sino también **servicios de valor** (ej. Respuesta SLA, Despacho 24/7, Trazabilidad total) orientado	Área Comercial / Marketing	Mes 1, Semana 4	Mes 2, Semana 4	100% de Diseño del Catálogo BCA Finalizado.	El catálogo debe incluir secciones específicas sobre la **Trazabilidad ITR** y la **Certificación HACCP en Proceso**.

Línea Estratégica	Actividad	Responsables (Empresa)	Inicio	Fin	KPI Objetivo	Criterio de Aceptación
	a las necesidades de *catering* y *retail* aeroportuario.					
Exploración y Oferta de Valor BCA	**2. Exploración de Oportunidades de Subcontratación:** Identificar y contactar a las empresas logísticas, de *retail* y de servicios turísticos (hoteles) que operan en la sección 8.2 (Zona de influencia BCA) para presentar la oferta B2B.	Área Comercial	Mes 2, Semana 1	Mes 3, Semana 4	**10** Contactos de Subcontratación Calificados.	Documentación de reuniones y registro de necesidades específicas de al menos 10 empresas del ecosistema BCA.
Integración Activa en el Ecosistema	**3. Participación Activa en Espacios de Articulación:** Asegurar la participación de la Gerencia y el área Comercial en al menos **dos** ruedas de negocios o eventos de articulación comercial del programa BCA.	Gerencia / Área Comercial	Mes 2, Semana 3	Mes 3, Semana 4	**2** Eventos de Articulación Completados.	Generación de una base de datos con 15 nuevos contactos comerciales y 5 *leads* calificados para propuestas.
Integración Activa en el Ecosistema	**4. Evaluación de Requisitos MRO/Componentes:** Investigar los requisitos técnicos y sanitarios (si aplica) para proveer productos no alimenticios o componentes básicos al sector MRO (Mantenimiento, Reparación y Operaciones) como potencial diversificación futura.	Gerencia / Operaciones	Mes 2, Semana 4	Mes 3, Semana 4	% de Reporte de Requisitos MRO.	Entrega de un informe que detalle las certificaciones y estándares de calidad adicionales requeridos para servir al sector MRO del BCA.

10.1.6 Recomendaciones en Servicio al Cliente

Línea Estratégica	Actividad	Responsables (Empresa)	Inicio	Fin	KPI Objetivo	Criterio de Aceptación
Formalización del Valor Agregado	**1. Diseño e Inclusión de Acuerdos de Nivel de Servicio (SLA):** Formalizar la alta capacidad de respuesta (medida en horas) en un documento contractual	Gerencia / Comercial / Legal	Mes 1, Semana 1	Mes 2, Semana 4	100% de Propuestas B2B con SLA de Respuesta Rápida.	El SLA debe especificar un tiempo máximo de respuesta a incidentes de 8 horas para todos los clientes corporativos del BCA.

Línea Estratégica	Actividad	Responsables (Empresa)	Inicio	Fin	KPI Objetivo	Criterio de Aceptación
	(**SLA**) que garantice los tiempos de respuesta para pedidos urgentes o resolución de incidentes B2B.					
Formalización del Valor Agregado	**2. Integración del SLA con el Proceso Logístico:** Asegurar que el área de Logística y Operaciones esté capacitada y equipada para cumplir con la promesa de respuesta del SLA (8 horas) en términos de *picking*, despacho y transporte prioritario.	Jefe de Operaciones / Logística	Mes 1, Semana 4	Mes 3, Semana 2	Tasa de Cumplimiento del SLA Operacional 98%.	Las pruebas simuladas de pedidos de emergencia demuestran que el proceso interno logra el despacho a tiempo para cumplir con la ventana de 8 horas.
Monitoreo y Diferenciación	**3. Establecimiento de Protocolo de Monitoreo Postventa:** Diseñar un sistema formal (usando el CRM) para monitorear la calidad del servicio postventa y las resoluciones de incidentes.	Área Comercial / Calidad	Mes 2, Semana 1	Mes 3, Semana 4	Tasa de Resolución de Reclamos en 24 Horas.	El 95% de los reclamos o consultas postventa de clientes corporativos deben recibir una solución o un plan de acción formal en menos de 24 horas.
Monitoreo y Diferenciación	**4. Posicionamiento del Servicio como Diferenciador Competitivo:** Asegurar que todos los materiales de *marketing* y presentaciones B2B destaquen la **Alta Calidad del Servicio Postventa y el SLA** como una ventaja clave frente a competidores.	Área Comercial / Marketing	Mes 2, Semana 4	Mes 3, Semana 4	Inclusión del Diferenciador en 100% de las Propuestas.	La Gerencia Comercial debe validar que el factor de servicio está explícitamente detallado y cuantificado en la propuesta de valor presentada al BCA.

TERMINOLOGÍA UTILIZADA EN LAS TABLAS ANTERIORES

Término	Definición y Contexto para TRADIEXPRESS	Relevancia Estratégica
BCA	**Ecosistema o Cluster Aeroportuario de Bogotá.** Conjunto de empresas y servicios (logística, *catering*, hoteles, *retail*) que operan en y alrededor del Aeropuerto El Dorado.	Es el mercado objetivo B2B de alto valor para el encadenamiento.

Término	Definición y Contexto para TRADIEXPRESS	Relevancia Estratégica
CIIU 1084	**Código Industrial Internacional Uniforme 1084.** Corresponde al sector de Manufacturero/Agroindustrial de **Procesamiento y Conservación de Carnes y Productos Cárnicos**, actividad principal de Tradiexpress.	Define la base técnica y la complejidad de sus operaciones.
ITR	**Inventario en Tiempo Real.** Sistema tecnológico para registrar existencias y movimientos de inventario de forma inmediata.	**Brecha Crítica.** Es esencial para la **Trazabilidad** y el cumplimiento sanitario del BCA.
Trazabilidad	Capacidad de seguir el rastro de un producto (carnes/pescados) a lo largo de todas las etapas de la cadena de suministro (desde el insumo hasta el cliente).	**Barrera de Entrada Crítica.** Requisito sanitario **NO negociable** en la industria de *catering* aéreo.
SLA	**Acuerdo de Nivel de Servicio (*Service Level Agreement*).** Cláusula contractual que define el nivel de servicio prometido al cliente, incluyendo la garantía de **Respuesta en HORAS** de Tradiexpress.	**Fortaleza Competitiva.** Convierte la respuesta rápida en una ventaja contractual B2B.
Margen de Error Operativo (MOE)	Porcentaje de fallos, defectos o productos no conformes en el proceso productivo (actualmente 10%).	**Debilidad Crítica.** Debe reducirse a 2% para cumplir con los estándares de calidad del BCA.
Capacidad Instalada Disponible (30%)	Porcentaje de capacidad productiva de la planta que no está siendo utilizado actualmente.	**Fortaleza Operativa.** Permite absorber inmediatamente la nueva demanda B2B sin grandes inversiones iniciales.
HACCP / BPM	**Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control / Buenas Prácticas de Manufactura.** Certificaciones sanitarias indispensables para el procesamiento de alimentos a nivel corporativo.	**Barrera de Entrada Crítica.** La principal meta de la hoja de ruta para habilitar el encadenamiento.
Horeca	Acrónimo que significa **Hoteles, Restaurantes y *Catering***. Es el segmento de clientes clave dentro del BCA al que Tradiexpress se dirige.	Define los canales de venta B2B de alto volumen.
Articulación Potencial TOTALMENTE	Indicador que confirma la fuerte necesidad del mercado BCA de contar con un proveedor como Tradiexpress, apalancado en su factor de diferenciación (CALIDAD).	Confirma la viabilidad estratégica del plan de encadenamiento.

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, **Tradiexpress** 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