Plan de Gestión para el Aumento de la Productividad

Contratante

Secretaria Distrital de Desarrollo Económico

Contratista

Ingeplan.co

Empresa

Vestimenta Magnus SAS

2026

Contenido

1. Información General 3
2. Introducción y Objetivos del PGAP 4
2.1 Introducción 4
2.2 Plan de Gestión de Aumento de la Productividad 4
2.3 Objetivos Específicos 4
3. Elementos a Potenciar (derivados del diagnóstico de cadena de valor) 5
4. Estrategia de Implementación 5
4.1 Tiempos Globales del Proyecto 5
4.2 Indicadores de Monitoreo del PGAP 6
4.3 Herramienta de identificación 6
4.4 Actividades 7
4.4.1 Actividades Operativas 7
4.4.2 Actividades Tecnológicas 8
4.4.3 Actividades Logísticas 8
4.4.4 Actividades Comerciales 9
4.4.5 Actividades de Encadenamiento 9
4.4.6 Actividades en Servicio al Cliente 10
5. Recursos Necesarios para Implementar el Plan 10
5.1 Actividades verdes 11
5.2 Actividades naranjas 12
5.3 Actividades rojas 13
6. Plan de Inversión y proyección financiera 13
6.1 Objetivo del Plan de Inversión 13
6.2 Proyección Financiera 13
6.3 Fuentes de Financiamiento 16
7. Plan de Acompañamiento y Seguimiento 17
Acciones del contratista para acompañar la implementación 17
8. Anexos 19

1. Información General

EMPRESA: 23. VESTIMENTA MAGNUS SAS

NIT: 901749818

PRINCIPAL ACTIVIDAD ECONÓMICA: 1410 - 1410. Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel

SECTOR ECONÓMICO: Manufacturero/ Agroindustrial

DIRECCIÓN DE LA EMPRESA: Calle 66 a n 96 03

FECHA Y HORA DE INICIO DE LA INTERVENCIÓN: 19/01 02:00pm

FECHA Y HORA DE FINALIZACIÓN DE LA INTERVENCIÓN: 19/01 05:00pm

GESTOR ASIGNADO: Olga Lucia Torres

RESPONSABLE DEL PGAP: Olga Lucia Torres

FECHA DE ELABORACIÓN: 19/01/26

2. Introducción y Objetivos del PGAP

2.1 Introducción

La empresa **Vestimenta Mágnus SAS** es una organización con 2.2 años (27 meses) de trayectoria en el mercado, operando en el sector de Manufacturero/ Agroindustrial (CIIU 1410). Su actividad principal es 1410. confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel. Ubicada en la dirección Calle 66 a n 96 03 de la localidad de (ENGATIVA), su estructura comercial se enfoca principalmente en Empresa privada, que representa el 70% de sus ventas totales.

Su producción se caracteriza por un Nivel de Complejidad (ALTO), incorporando procesos que la hacen candidata potencial para la cadena de valor BCA, dentro de su proceso productivo se encuentra la fabricación de prendas de vestir para dotaciones empresariales, con materiales como nylon, poliéster, y telas especiales como antifluido, reflectivas, linolex o arteladril, además de insumos como cuero, (PVC) y elementos de protección personal (EPP) certificados para resistencia al corte, químicos, impactos y calor, adaptándose a las necesidades de la labor. 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.

2.2 Plan de Gestión de Aumento de la Productividad

El plan de inversión es el instrumento estratégico de toma de decisiones que cuantifica la viabilidad de un modelo de negocio, transformando la visión operativa en un cronograma de necesidades de capital y expectativas de rendimiento. Su propósito no es solo estimar ingresos, sino establecer la estructura de capital necesaria para asegurar la continuidad operativa (solvencia) y evaluar la creación de valor mediante indicadores de rentabilidad, permitiendo a la dirección anticipar riesgos de liquidez, optimizar la asignación de recursos y fundamentar la negociación con socios o entidades financieras.

Entregar un documento aplicable que le permita mejorar la productiva en el corto plazo y fortalecer las capacidades operativas, tecnológicas y comerciales de la empresa **VESTIMENTA MAGNUS SAS** mediante la implementación del Plan de Gestión y Acción de Procesos (PGAP), con el fin de cerrar brechas críticas en calidad, trazabilidad y productividad, y habilitar su formalización y articulación efectiva como proveedor B2B dentro del ecosistema **Bogotá Ciudad Aeropuerto (BCA)**.

2.3 Objetivos Específicos

Cada objetivo específico se encuentra directamente vinculado con las tareas a desarrollar en el corto, mediano y largo plazo, y sirve como base para la priorización de actividades bajo el esquema de semaforización establecido en el documento.

1. Identificar el presupuesto para implementar las actividades para aumentar la productividad.

2. Construir los indicadores de seguimiento al PGAP, identificando las necesidades de la empresa para aumentar la gestión de la productividad.
3. Proyectar las actividades a realizar para aumentar la productividad de la empresa.

3. Elementos a Potenciar (derivados del diagnóstico de cadena de valor)

De acuerdo a la cadena de valor se logró identificar la necesidad de fortalecer los siguientes elementos que le permitirá a la empresa aumentar su capacidad productiva de la siguiente forma:

- Capacidad Instalada Disponible (40%): Esta es la fortaleza económica y operativa más crítica. Significa que la empresa puede absorber una demanda B2B significativa de manera inmediata sin incurrir en grandes gastos de capital (CAPEX) o endeudamiento inicial. Esto le da una ventaja competitiva en costos y tiempos de respuesta.

- Fuerte Disposición de Gerencia (TOTALMENTE): La alta motivación gerencial para vincularse al ecosistema aeroportuario (BCA) es un factor humano clave. Asegura que la estrategia de cambio y la inversión necesaria para superar las debilidades críticas serán apoyadas desde la cima.

- Servicio Postventa Rápido (HORAS): Una respuesta rápida postventa (Garantías, ajustes, reposición) es una fortaleza de servicio vital, especialmente en contratos B2B con penalidades por incumplimiento (SLA). Esto construye confianza y lealtad con clientes exigentes.

4. Estrategia de Implementación

Las actividades se desarrollan bajo una metodología de **semaforización**, que permite priorizar estas mismas según su nivel de complejidad, tiempo de ejecución y requerimiento de inversión. De esta manera, se garantiza que la implementación del PGAP sea coherente con la capacidad operativa y financiera actual de la empresa, facilitando una toma de decisiones clara y enfocada en resultados.

4.1 Tiempos Globales del Proyecto

El PGAP está estructurado para ejecutarse en fases progresivas priorizando la habilitación operativa y el aumento de productividad, también la formalización de los procesos de trazabilidad, calidad y logística B2B. Finalmente consolidar el encadenamiento comercial con el ecosistema Bogotá Ciudad Aeropuerto. permitiendo la expansión del canal B2B y la captura de nuevos mercados.

Se proyecta que su mayor ejecución este dentro de los primeros tres meses dando prioridad a las actividades que requieran de menor inversión ya que aquellas que requieren financiación de terceros tendrán un tiempo mayor a tres meses para su ejecución.

Las actividades plasmadas en este documento pertenecen al semáforo de tiempos y costos en el cual se especifica que todas aquellas en estén en **verde (V)** son las que se podrán ejecutar en 3 meses o menos con

una inversión mínima, las actividades en **naranja (N)** sus tiempos de ejecución serán en 3 meses o un poco más y tendrán costos más elevados y las actividades en **rojo (R)** sus tiempos y costos serán mayores y necesitaran apoyo de terceros.

4.2 Indicadores de Monitoreo del PGAP

Con el propósito de evaluar el desempeño y el impacto de la implementación del PGAP, se definen indicadores clave de monitoreo orientados a medir la eficiencia operativa, la productividad, la trazabilidad de los procesos y el nivel de satisfacción del cliente. Estos indicadores permiten establecer una línea base, fijar metas a corto plazo (3 meses) y contar con mecanismos objetivos de verificación, asegurando un seguimiento continuo y una gestión basada en resultados.

Indicador	Fórmula	Línea base	Meta 3 meses	Medio de verificación
Reducción tiempos de proceso	$\frac{Tiempo\ promedio\ inicial\ -\ tiempo\ promedio\ actual}{Tiempo\ promedio\ inicial} X100$	Procesos sin Inventario en Tiempo Real (ITR). Tiempos variables y no estandarizados	Reducción ≥ **20%** mediante implementación de ITR y estandarización de procesos críticos	Registros de producción, reportes del sistema ITR, órdenes de trabajo
Incremento productividad operativa	$\frac{Unidades\ conformes\ procidas}{Horas\ hombre}$	Productividad afectada por un 5% de reprocesos y errores operativos	Incremento ≥ **15%** en productividad efectiva al reducir errores y reprocesos	Reportes de producción, control de reprocesos, indicadores de eficiencia
Trazabilidad operativa	$\frac{Procesos\ con\ trazabilidad}{Procesos\ totales} X100$	**0% – 10%** (no existe sistema formal de trazabilidad ni control digital)	≥ **90%** de procesos con trazabilidad documentada y digital	Registros de trazabilidad, bitácoras digitales, auditorías internas
Mejora en satisfacción del cliente	$\frac{Clientes\ satisfechos}{Total\ clientes\ encuestados} X\ 100$	No existe medición formal	≥ **85%** de satisfacción en clientes B2B	Encuestas de satisfacción, retroalimentación contractual, CRM

4.3 Herramienta de identificación

Las actividades clasificadas en **verde (V)** corresponden a acciones de rápida ejecución, con una duración estimada de hasta tres meses y una inversión mínima, orientadas principalmente a la estandarización operativa, ajustes productivos, definición comercial B2B y fortalecimiento del servicio al cliente. Las actividades en **naranja (N)** implican un mayor nivel de estructuración y algún grado de inversión, especialmente en procesos tecnológicos, logísticos y de control, mientras que las actividades en **rojo (R)** corresponden a iniciativas de

mayor alcance, que requieren tiempos superiores a tres meses y, en algunos casos, financiación o apoyo de terceros.

4.4 Actividades

Teniendo en cuenta la cadena de valor y las necesidades de la empresa se establecieron las actividades a ejecutar, las cuales se encuentran clasificadas en: Operativas, Tecnológicas, Logísticas, Comerciales, de Encadenamiento y Servicio al Cliente. Así mismo en ellas se encuentran clasificadas las tareas por medio de semaforización según su tiempo de ejecución y requerimiento de inversión.

- **Verde (V):** Actividades que se pueden ejecutar dentro de los 3 meses y no requieren mayor inversión.
- **Naranja (N):** Actividades que requieren algún tipo de inversión y profesionales especializados.
- **Rojo (R):** Actividades que si requieren financiación de terceros y requieren ser ejecutados por expertos.

4.4.1 Actividades Operativas

Recomendación Operativa	Acción Clave	Responsable	Plazo de Implementación	Indicador (KPI)	Criterio de Éxito	Herramienta según semaforización
Fortalecimiento Operativo	**Desarrollo de SOP para Estaciones Críticas**	Vestimenta Magnus SAS	Semana 4	**100% de Documentación**	10 procedimientos Operativos Estándar (SOP) formalizados y aprobados.	Naranja
	Mapeo Visual de Procesos (Flujogramas)	Vestimenta Magnus SAS	Semana 4	**100% de Mapeo**	Los procesos clave (corte, costura especializada) están mapeados con Puntos Críticos de Control (PCC) identificados.	Verde
	Definición de Puntos de Control de Calidad	Vestimenta Magnus SAS	Semana 2	**100% de Puntos Definidos**	Criterios Pasa/Falla definidos para el 100% de las líneas de EPP y dotaciones técnicas.	Naranja
Reducción del Margen de Error	**Capacitación Intensiva en SOP y PCC**	Vestimenta Magnus SAS	Semana 5	**90% de Aprobación**	El 90% del personal de producción aprueba la evaluación sobre los nuevos procedimientos.	Verde
	Implementación de Auditorías Internas Semanales	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	**Índice de Cumplimiento de SOP 95%**	El registro de auditoría semanal demuestra una adhesión constante a los procedimientos.	Naranja
	Medición del Margen de Error	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	**Reducción del 60%**	Margen de Error Operativo 2% (Partiendo del 5% inicial).	Verde
Optimización de Capacidad	**Análisis de Tiempos y Movimientos (T&M)**	Vestimenta Magnus SAS	Semana 6	**15% de Reducción**	Se documenta una reducción del Tiempo de Ciclo de Producción (TCP) en un 15% en el proceso más crítico.	Verde

Recomendación Operativa	Acción Clave	Responsable	Plazo de Implementación	Indicador (KPI)	Criterio de Éxito	Herramienta según semaforización
	Programación Maestra de Producción (PMP)	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	**Aumento al 75% de Utilización**	La Tasa de Capacidad Utilizada se incrementa al 75% (Absorbiendo el 15%de la capacidad disponible).	Naranja

4.4.2 Actividades Tecnológicas

Recomendación Tecnológica	Acción Clave	Responsable	Plazo de Implementación	Indicador (KPI)	Criterio de Éxito	Herramienta según semaforización
Transformación Tecnológica	**Selección y Adquisición de Sistema ITR Básico**	Vestimenta Magnus SAS	Semana 4	**100% de Adquisición**	Sistema ITR (software y hardware de captura de datos) seleccionado y adquirido/licenciado.	Rojo
	Implementación y Configuración del ITR	Vestimenta Magnus SAS	Semana 8	**100% de Cobertura ITR**	El sistema registra todas las entradas y salidas de insumos/productos en tiempo real.	Naranja
	Capacitación en el Uso del ITR	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	**95% de Competencia**	El 95% del personal clave demuestra habilidad para usar el ITR y generar reportes básicos.	Naranja
Gestión de Calidad	**Pre-auditoría y Diagnóstico de Brechas (ISO 9001 o sectorial)**	Vestimenta Magnus SAS	Semana 5	**100% del Diagnóstico**	Brechas identificadas y ruta de acción definida para la certificación elegida.	Rojo
	Desarrollo del Sistema de Gestión de Calidad (SGC) Documental	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	**70% de la Documentación SGC**	Documentos base del SGC (Manual, Alcance, Políticas) completados y alineados con la ISO/Norma.	Verde
	Definición de Requisitos de Homologación de Proveedores	Vestimenta Magnus SAS	Semana 4	**100% de Criterios Definidos**	Criterios de calidad, trazabilidad y certificación definidos para la homologación de proveedores estratégicos.	Verde

4.4.3 Actividades Logísticas

Recomendación Logística	Acción Clave	Responsable	Plazo de Implementación	Indicador (KPI)	Criterio de Éxito	Herramienta según semaforización
Logísticay Alianzas	**Identificación de Operadores Logísticos (OL)**	Vestimenta Magnus SAS	Semana 4	**100% de Identificación**	Lista de 5 Operadores Logísticos Potenciales con contacto inicial establecido.	Verde
	Exploración de Beneficios de Zona Franca (ZF)	Vestimenta Magnus SAS	Semana 8	**100% de Análisis ZF**	Se documenta el potencial de reducción del Costo de Transporte de Insumos (CTI 10%) en al menos 2%.	Verde
	Negociación de Acuerdos B2B con OL	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	**100% de Propuesta Definida**	Se tiene un acuerdo de tarifas preferenciales con al menos 1 OL, adaptado a los SLA corporativos.	Verde
Mejora Logística B2B	**Definición de Protocolo de Entrega B2B**	Vestimenta Magnus SAS	Semana 5	**100% de Protocolo**	Protocolo formal para manejo de dotaciones y EPP con trazabilidad, embalaje de seguridad y ventana de entrega.	Naranja

Recomendación Logística	Acción Clave	Responsable	Plazo de Implementación	Indicador (KPI)	Criterio de Éxito	Herramienta según semaforización
	Integración de ITR con Logística	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	**100% de Trazabilidad Logística**	El ITR implementado (Ver plan anterior) permite rastrear el pedido desde el almacén hasta la entrega al cliente (última milla).	Naranja
	Medición de Puntualidad en Entregas B2B (Lotes de Prueba)	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	**Índice de Puntualidad 98%**	Los envíos de prueba cumplen con la ventana de entrega definida en el Protocolo B2B.	Verde

4.4.4 Actividades Comerciales

Recomendación Comercial	Acción Clave	Responsable	Plazo de Implementación	Indicador (KPI)	Criterio de Éxito	Herramienta según semaforización
Diversificación Comercial	**Transición a Modelo Mixto B2B-B2C (Retail Aeroportuario)**	Vestimenta Magnus SAS	Semana 6	**100% de Diseño**	Dos nuevas líneas de producto/servicio diseñadas para el *retail* aeroportuario o servicios a viajeros.	Naranja
	Identificación de 5 Clientes BCA Objetivo	Vestimenta Magnus SAS	Semana 4	**100% de Target Definido**	Identificación de 5 empresas BCA objetivo con datos de contacto y necesidades preliminares.	Verde
Portafolio Especializado	**Elaboración del Portafolio Corporativo BCA**	Vestimenta Magnus SAS	Semana 8	**100% del Portafolio**	Portafolio que integre las nuevas capacidades (ITR, 2% de error, Certificaciones en proceso) como valor agregado.	Naranja
	Diseño de Propuestas de Valor por Segmento	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	**100% de PV Diseñadas**	Propuestas de Valor que conecten la solución técnica de Vestimenta Magnus con la necesidad específica del cliente BCA.	Verde
Profesionalización Comercial	**Selección e Implementación de un CRM Básico**	Vestimenta Magnus SAS	Semana 7	**100% de Implementación**	CRM básico (ej. versión gratuita de HubSpot o similar) implementado y funcionando.	Rojo
	Capacitación en Uso del CRM y Seguimiento B2B	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	**90% de Dominio**	El 90% del equipo comercial utiliza el CRM para registrar prospectos, llamadas y estados de venta.	Naranja
	Medición de Servicio Postventa Corporativo	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	**Tasa de Respuesta 12 Horas**	El tiempo promedio de respuesta a solicitudes de clientes corporativos se mantiene en 12 horas o se mejora.	Verde

4.4.5 Actividades de Encadenamiento

Recomendación de Encadenamiento	Acción Clave	Responsable	Plazo de Implementación	Indicador (KPI)	Criterio de Éxito	Herramienta según semaforización
Diseño de Servicios BCA	**Diseño del Catálogo de Servicios Especializados**	Vestimenta Magnus SAS	Semana 6	**100% del Catálogo**	Catálogo diseñado que ofrezca al menos 3 servicios únicos (ej. Prototipado rápido, Reparación MRO	Naranja

Recomendación de Encadenamiento	Acción Clave	Responsable	Plazo de Implementación	Indicador (KPI)	Criterio de Éxito	Herramienta según semaforización
					textil, Suministro de insumos *just-in-time*).	
Exploración de Subcontratación	**Generación de 10 Citas Comerciales con Empresas Target**	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	**100% de Citas Realizadas**	Realización de 10 citas comerciales con empresas de Logística, MRO o Retail identificadas en la sección 8.2 (Subcontratación).	Verde
	Presentación del Portafolio de Valor (MRO y Servicios Turísticos)	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	**3 Oportunidades Identificadas**	Identificación de al menos 3 oportunidades concretas de subcontratación o *outsourcing* de servicios.	Naranja
Articulación y Networking	**Participación en Ruedas de Negocios y Espacios de Articulación**	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	**100% de Participación**	Asistencia activa a las ruedas de negocios o *clusters* promovidos por el programa.	Verde
	Seguimiento a Contactos Generados	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	**Tasa de Seguimiento 80%**	Se realiza seguimiento formal (cotización, email, llamada) a al menos el 80% de los contactos clave generados en las ruedas de negocios.	Verde

4.4.6 Actividades en Servicio al Cliente

Recomendación de Servicio al Cliente	Acción Clave	Responsable	Plazo de Implementación	Indicador (KPI)	Criterio de Éxito	Herramienta según semaforización
Formalización del Servicio	**Definición de Protocolo SLA de Respuesta**	Vestimenta Magnus SAS	Semana 4	**100% de Definición**	Protocolo formal que especifique el tiempo máximo de respuesta (12 horas o mejor) para reclamos y solicitudes.	Verde
	Integración del Protocolo SLA en el CRM	Vestimenta Magnus SAS	Semana 8	**100% de Integración**	El CRM (Ver plan anterior) registra automáticamente el tiempo de respuesta y de resolución de tickets de servicio.	Naranja
Diferenciación Comercial	**Inclusión del SLA en el Portafolio Corporativo**	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	**100% de Inclusión**	El SLA de respuesta rápida se presenta como un **diferenciador clave** en todas las propuestas B2B y el Portafolio BCA.	Verde
	Monitoreo de la Calidad del Servicio Postventa (KPI)	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	**Índice de Satisfacción 90%**	Se mantiene o supera el alto estándar de calidad del servicio postventa mediante la medición formal.	Naranja
	Medición Formal del Tiempo de Respuesta SLA	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	**Tiempo Promedio de Respuesta 12 Horas**	El tiempo promedio registrado de respuesta a solicitudes corporativas se mantiene o es inferior al máximo definido en el Protocolo SLA.	Verde

5. Recursos Necesarios para Implementar el Plan

Se identifica y estructura los recursos necesarios para la implementación efectiva del Plan de Gestión y Acción de Procesos (PGAP), garantizando coherencia entre las actividades definidas en la estrategia de implementación y su viabilidad técnica, operativa y financiera. La asignación de recursos se encuentra directamente relacionada con la semaforización establecida en el Capítulo 4, permitiendo priorizar inversiones y esfuerzos según el nivel de complejidad, el tiempo de ejecución y la dependencia de financiación externa.

Bajo esta lógica, los recursos asociados a actividades **verdes (V)** corresponden principalmente a capacidades internas ya disponibles en la empresa o a inversiones mínimas requeridas para ajustes operativos inmediatos. Los recursos clasificados como **naranja (N)** implican inversiones moderadas, especialmente en tecnología, adecuaciones y estructuración de procesos, mientras que los recursos vinculados a actividades **rojas (R)** requieren una mayor asignación presupuestal, acompañamiento especializado y, en algunos casos, apoyo de terceros para su ejecución.

5.1 Actividades verdes

Recomendación	Acción Clave	Responsables	Plazo de Implementación	Costos	Herramienta según semaforización
Operativas	Mapeo Visual de Procesos (Flujogramas)	Vestimenta Magnus SAS	Semana 4	$100.000	Verde
	Capacitación Intensiva en SOP y PCC	Vestimenta Magnus SAS	Semana 5	$150.000	Verde
	Medición del Margen de Error	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	$200.000	Verde
	Análisis de Tiempos y Movimientos (T&M)	Vestimenta Magnus SAS	Semana 6	$300.000	Verde
Tecnológica	Desarrollo del Sistema de Gestión de Calidad (SGC) Documental	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	$100.000	Verde
	Definición de Requisitos de Homologación de Proveedores	Vestimenta Magnus SAS	Semana 4	$150.000	Verde
Logística	Identificación de Operadores Logísticos (OL)	Vestimenta Magnus SAS	Semana 4	$150.000	Verde
	Exploración de Beneficios de Zona Franca (ZF)	Vestimenta Magnus SAS	Semana 8	$150.000	Verde
	Negociación de Acuerdos B2B con OL	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	$100.000	Verde
	Medición de Puntualidad en Entregas B2B (Lotes de Prueba)	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	$200.000	Verde
Comerciales	Identificación de 5 Clientes BCA Objetivo	Vestimenta Magnus SAS	Semana 4	$100.000	Verde
	Diseño de Propuestas de Valor por Segmento	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	$250.000	Verde
	Medición de Servicio Postventa Corporativo	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	$150.000	Verde
	Generación de 10 Citas Comerciales con Empresas Target	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	$100.000	Verde

Recomendación	Acción Clave	Responsables	Plazo de Implementación	Costos	Herramienta según semaforización
Encadenamiento	Participación en Ruedas de Negocios y Espacios de Articulación	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	$100.000	Verde
	Seguimiento a Contactos Generados	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	$150.000	Verde
Servicio al Cliente	Definición de Protocolo SLA de Respuesta	Vestimenta Magnus SAS	Semana 4	$150.000	Verde
	Medición Formal del Tiempo de Respuesta SLA	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	$100.000	Verde
VALOR TOTAL POR ACTIVIDADES				$2.700.000	

*Los costos es en formatos, llamadas, elaboraciones que puede hacer algún trabajador de la empresa.

5.2 Actividades naranjas

Recomendación	Acción Clave	Responsables	Plazo de Implementación	Costos	Herramienta según semaforización
Operativas	Desarrollo de SOP para Estaciones Críticas	Vestimenta Magnus SAS	Semana 4	$1.450.000	Naranja
	Definición de Puntos de Control de Calidad	Vestimenta Magnus SAS	Semana 2	$1.500.000	Naranja
	Implementación de Auditorías Internas Semanales	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	$3.000.000	
	Programación Maestra de Producción (PMP)	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	$1.000.00	
Logística	Definición de Protocolo de Entrega B2B	Vestimenta Magnus SAS	Semana 5	$2.000.000	Naranja
	Integración de ITR con Logística	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	$1.200.000	
Comercial	Transición a Modelo Mixto B2B-B2C (Retail Aeroportuario)	Vestimenta Magnus SAS	Semana 6	$3.000.000	Naranja
	Elaboración del Portafolio Corporativo BCA	Vestimenta Magnus SAS	Semana 8	$1.000.000	
	Capacitación en Uso del CRM y Seguimiento B2B	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	$3.500.000	Naranja
Encadenamiento	Diseño del Catálogo de Servicios Especializados	Vestimenta Magnus SAS	Semana 6	$3.500.000	Naranja
	Presentación del Portafolio de Valor (MRO y Servicios Turísticos)	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	$1.000.000	
Servicio al Cliente	Integración del Protocolo SLA en el CRM	Vestimenta Magnus SAS	Semana 8	$1.000.000	
	Monitoreo de la Calidad del Servicio Postventa (KPI)	Vestimenta Magnus SAS	Semana 9	$1.500.000	
VALOR TOTAL POR ACTIVIDADES				$24.650.000	

*Los costos son principalmente de profesionales que ejecuten la actividad.

5.3 Actividades rojas

Recomendación	Acción Clave	Responsables	Plazo de Implementación	Costos	Herramienta según semaforización
Tecnológica	**Selección y Adquisición de Sistema ITR Básico**	Vestimenta Magnus SAS	Semana 4	**$40.000.000**	Rojo
Comercial	**Selección e Implementación de un CRM Básico**	Vestimenta Magnus SAS	Semana 7	**$12.000.000**	Rojo
Tecnológica	**Pre-auditoría y Diagnóstico de Brechas (ISO 9001 o sectorial)**	Vestimenta Magnus SAS	Corto plazo (0–3 meses)	**$14.350.000**	Rojo
VALOR TOTAL POR ACTIVIDADES				**$66.350.000**	

* Las actividades deben ser contratadas con un tercero especializado

6. Plan de Inversión y proyección financiera

El plan de inversión es el instrumento estratégico de toma de decisiones que cuantifica la viabilidad de un modelo de negocio, transformando la visión operativa en un cronograma de necesidades de capital y expectativas de rendimiento. Su propósito no es solo estimar ingresos, sino establecer la estructura de capital necesaria para asegurar la continuidad operativa (solvencia) y evaluar la creación de valor mediante indicadores de rentabilidad, permitiendo a la dirección anticipar riesgos de liquidez, optimizar la asignación de recursos y fundamentar la negociación con socios o entidades financieras.

Bajo este enfoque, el Plan de Inversión prioriza inicialmente las acciones clasificadas en **verde (V)**, que permiten generar mejoras operativas inmediatas con bajo nivel de inversión, seguido de las iniciativas **naranja (N)** orientadas a la habilitación tecnológica, logística y comercial. Finalmente, se contemplan las inversiones **rojas (R)**, asociadas a procesos de mayor sofisticación, certificaciones, adopción de estándares y escalamiento del modelo B2B, las cuales requieren financiación externa o esquemas de cofinanciación.

6.1 Objetivo del Plan de Inversión

Orientar la asignación eficiente de recursos financieros, humanos y tecnológicos para cerrar las brechas críticas identificadas en la cadena de valor de la empresa **Vestimenta Magnus SAS**, habilitando su formalización como proveedor B2B del ecosistema Bogotá Ciudad Aeropuerto, mediante el fortalecimiento de la trazabilidad, la gestión de calidad, la productividad y la capacidad comercial.

Vestimenta Magnus SAS puede encadenarse exitosamente con el Ecosistema Aeroportuario (BCA) siguiendo un enfoque de tres pilares que equilibra sus fortalezas operacionales (calidad, capacidad) con la corrección de sus brechas tecnológicas y de servicio (trazabilidad, respuesta rápida).

6.2 Proyección Financiera

La proyección financiera del Plan de Inversión busca estimar el comportamiento económico de Vestimenta Magnus SAS en el corto y mediano plazo, considerando la implementación progresiva de las actividades priorizadas bajo la metodología de semaforización (verde, naranja y rojo). Esta proyección permite evaluar la

viabilidad financiera del plan, identificando las necesidades de recursos propios y externos, y estimando el impacto de cada acción en la generación de ingresos, optimización de costos y sostenibilidad del modelo de negocio B2B en el ecosistema Bogotá Ciudad Aeropuerto (BCA).

En este sentido, las **Actividades Verdes (V)**, como la estandarización de procesos, los ajustes operativos inmediatos y la formalización de SLA, representan inversiones mínimas que generan mejoras rápidas en eficiencia y control de calidad, contribuyendo directamente a la reducción de costos operativos y a la mejora de la satisfacción del cliente, impactando positivamente en el flujo de caja inicial.

Por su parte, las **Actividades Naranjas (N)** que incluyen la estructuración de procesos logísticos, la definición de rutas de entrega B2B, la creación de portafolios corporativos y la implementación de estrategias de encadenamiento comercial, requieren inversiones moderadas y profesionales especializados. Estas acciones se reflejan en un incremento de la productividad, optimización de la cadena de valor y mayor capacidad de generación de ingresos, lo cual se incorpora en la proyección de ventas y rentabilidad.

Finalmente, las **Actividades Rojas (R)** como la implementación de un sistema de gestión de calidad formal, la adopción de CRM corporativo y la digitalización completa del inventario (ITR), representan inversiones de mayor alcance y financiamiento externo. Estas iniciativas, al permitir la modernización tecnológica y el escalamiento del modelo B2B, se proyectan como catalizadores de ingresos futuros, eficiencia operativa sostenida y competitividad en el ecosistema aeroportuario, asegurando que la empresa pueda sostener y expandir su crecimiento de manera escalable y rentable.

De esta manera, la proyección financiera integra los costos asociados a cada tipo de actividad, los beneficios esperados en productividad, calidad y servicio, y las fuentes de financiación necesarias, sirviendo como herramienta para la toma de decisiones estratégicas y la planificación financiera integral de Vestimenta Magnus SAS.

Costos unitarios de implementar las actividades de mayor costo (Rojo)

Las actividades rojas son las que mayor costo tienen y requieren de buscar inversión de terceros por esta razón se discriminan los costos a través de una descripción más detallada.

Actividad Tecnológica

Diseñar e implementar un Sistema de Gestión de Calidad formal (políticas, cumplimiento normativo para el sector BCA

Calidad e Inocuidad (ISO 9001 + BPM)

Concepto	Unidad	Costo unitario	Justificación mercado
Diagnóstico ISO 9001	Servicio	$2.500.000	Consultoría especializada
Auditoría interna ISO	Jornada	$1.800.000	Auditor certificado

Certificación ISO 9001 e implementación	Proceso	$32.000.0000	Organismo acreditado
Actualización BPM	Servicio	$2.200.000	Ajustes INVIMA
Manuales y procedimientos	paquete	$1.500.000	Documentación técnica
Subtotal Calidad		**$40.000.000**	

Actividad Comercial

Seleccionar e implementar un CRM (Gestión de la Relación con el Cliente) para seguimiento de oportunidades, contratos y servicio postventa

Formalización Comercial B2B (Aeropuerto)

Concepto	Unidad	Costo unitario	Justificación mercado
Asesoría comercial B2B institucional	Proyecto	$4.000.000	Aeropuertos / retail
Estructuración portafolio B2B	Servicio	$2.200.000	Fichas técnicas
Ajuste contratos y legal B2B	Servicio	$2.500.000	Abogado comercial
Homologación proveedores	Proceso	$1.800.000	Concesionarios
Desarrollo material comercial	Paquete	$1.500.000	Catálogo, fichas
Subtotal Comercial		**$12.000.000**	

Actividad Tecnológica

Diseñar e implementar un Sistema de Gestión de Calidad formal (políticas, cumplimiento normativo para el sector BCA

Trazabilidad y Tecnología (ITR)

Seleccionar e implementar una herramienta digital para control de inventarios por lote, fechas de vencimiento y rotación (FIFO/FEFO)

Concepto	Unidad	Costo unitario	Justificación mercado
Software ERP básico (inventarios, lotes, FEFO)	Licencia Anual	$5.400.000	Odoo / Alegra / Siigo + módulos
Implementación ERP (parametrización)	Servicio único	$3.500.000	Consultoría 40–60 horas
Lectores de código de barras	Unidad *3	$1.140.000	Uso industrial básico
Impresora térmica etiquetas	Unidad * 1	$950.000	Zebra / TSC
Etiquetas y consumibles	Lote Anual	$2.160.000	Producción mediana
Capacitación trazabilidad	Jornada	$1.200.000	Consultor TI / calidad
Subtotal Concepto		**$14.350.000**	

Costos totales según herramienta de semaforización

De acuerdo al planteamiento de semáforo de las actividades operativas, tecnológicas, logísticas, comerciales de encadenamiento y servicio al cliente, se escriben los valores totales de implementación acorde a las actividades en verde, actividades en naranja y finalmente las actividades en rojo.

Metodología de semaforización	Costo total
Actividades Verdes	$ 2.700.000
Actividades Naranjas	$24.650.000
Actividades Rojas	$66.350.000
TOTAL INVERSIÓN	$93.700.000

Para un total de noventa y tres millones setecientos mil pesos m/cte.

6.3 Fuentes de Financiamiento

FUENTE DE FINANCIAMIENTO	DESCRIPCIÓN	REQUISITOS	MONTO/CONDICIONES	BENEFICIOS
Bancóldex	Banco de desarrollo empresarial que	Empresas que busquen aumentar su capacidad productiva,	Líneas de crédito con tasas preferenciales y	Financiamiento preferencial para proyectos

	ofrece líneas de crédito y apoyo a la competitividad y exportaciones.	tecnología o proyectos de internacionalización.	plazos de hasta 10 años.	innovadores y expansión de mercados internacionales.
Innpulsa Colombia	Fondo de apoyo a la innovación y emprendimiento con enfoque en sectores estratégicos.	Proyectos de innovación tecnológica, mejora de procesos productivos o desarrollo de nuevos productos.	Subsidios y créditos no reembolsables hasta $500 millones, dependiendo de la naturaleza del proyecto.	Apoyo a la innovación tecnológica y mejora de la competitividad en el sector automotriz.
Fondo Emprender (SENA)	Fondo del SENA para la creación y fortalecimiento de empresas de base tecnológica.	Microempresas o emprendedores con proyectos innovadores o que requieran capital semilla.	Recursos no reembolsables para emprendedores que busquen poner en marcha un nuevo proyecto.	Recursos no reembolsables para la creación de nuevas empresas y el fortalecimiento de proyectos innovadores.
ProColombia	Apoya la internacionalización de empresas, especialmente en comercio exterior.	Empresas con proyectos enfocados en la exportación de productos o servicios.	Asesoría gratuita, participación en ferias internacionales y apoyo en promoción comercial	Acceso a mercados internacionales, asesoría en exportaciones y reducción de costos en promoción internacional.
Cámara de Comercio de Bogotá	Apoya a las pymes de la ciudad con programas de financiamiento, capacitación y asesoría.	Empresas en Bogotá con proyectos de expansión y mejora de competitividad.	Líneas de crédito y subvenciones a través de programas específicos de apoyo.	Asesoría empresarial y acceso a crédito preferencial para pymes y emprendedores.

7. Plan de Acompañamiento y Seguimiento

Acciones del contratista para acompañar la implementación

El proyecto **Bogotá Ciudad Aeropuerto (BCA)** se concibió como una estrategia integral orientada al fortalecimiento del tejido empresarial del territorio, con el propósito de mejorar las capacidades productivas, operativas, tecnológicas y comerciales de las empresas participantes, y facilitar su articulación progresiva con el ecosistema aeroportuario y logístico de la ciudad.

La ejecución del proyecto inició a partir de una **base de datos de 105 empresas**, suministrada por la entidad ejecutora, que sirvió como insumo para el desarrollo de una **estrategia de convocatoria multicanal**, la cual incluyó el uso de correos electrónicos, llamadas telefónicas y visitas presenciales. Esta estrategia permitió socializar los objetivos del programa, los beneficios de participación y los requisitos de vinculación, logrando como resultado la **inscripción formal de 46 empresas** interesadas en fortalecer sus capacidades y explorar oportunidades de encadenamiento productivo.

Con las empresas inscritas se dio inicio a la **fase de transferencia de conocimiento**, concebida como un proceso estructurado para el fortalecimiento de competencias empresariales clave. De las 46 empresas participantes, **26 culminaron exitosamente el proceso**, cumpliendo el **100% de los requerimientos establecidos**, lo cual refleja un nivel significativo de compromiso, permanencia y apropiación de los contenidos desarrollados durante el programa. **Vestimenta Magnus SAS** cumplió con el 100% de los requisitos.

Durante la ejecución del proyecto se llevaron a cabo **dos (2) visitas técnicas presenciales en Vestimenta Magnus SAS,** orientadas a la **socialización del modelo de encadenamiento productivo**, la identificación de capacidades internas y la **construcción del Plan de Gestión y Acción de Procesos (PGAP)** de cada empresa. Estas visitas permitieron un diagnóstico más preciso de la realidad operativa de los empresarios, así como un acompañamiento directo en la formulación de acciones de mejora ajustadas a su contexto particular.

Adicionalmente, se desarrollaron **nueve (9) jornadas de capacitación**, diseñadas bajo un enfoque práctico y aplicado, estructuradas en torno a **cuatro (4) ejes temáticos estratégicos**:

1. **Encadenamiento productivo**, enfocado en la comprensión de oportunidades de articulación empresarial y requisitos del ecosistema BCA.
2. **Normativa**, orientada al cumplimiento de requisitos legales, técnicos y sectoriales.
3. **Logística**, centrada en eficiencia operativa, tiempos de entrega y modelos de distribución.
4. **Comercio exterior**, con énfasis en conceptos básicos, oportunidades y retos para la proyección de las empresas.

Como complemento a las capacitaciones, se implementó una estrategia de **trabajo autónomo**, apoyada en guías, materiales didácticos y actividades prácticas, que permitió a los empresarios aplicar los conocimientos adquiridos directamente en sus empresas. Estas actividades fortalecieron el proceso de aprendizaje y generaron insumos clave para el análisis de brechas y oportunidades de mejora.

Con base en la información recopilada durante las capacitaciones, los trabajos autónomos y las visitas técnicas, se llevó a cabo la **construcción del Plan de Gestión y Acción de Procesos (PGAP) individual para cada una de las 26 empresas**, permitiendo identificar de manera estructurada sus **fortalezas, brechas operativas, tecnológicas y comerciales**, así como las acciones necesarias para su cierre.

El principal resultado del proyecto es la formulación de **planes de mejora personalizados**, orientados al fortalecimiento de la productividad, la trazabilidad, la calidad, la logística y la capacidad comercial de las empresas participantes. Estos planes constituyen una **hoja de ruta clara y accionable**, que habilita a las empresas para avanzar en su proceso de formalización y aumentar sus probabilidades de **encadenamiento efectivo con el ecosistema Bogotá Ciudad Aeropuerto**, contribuyendo así al desarrollo económico del territorio y al fortalecimiento de la competitividad empresarial local.

8. Anexos

- **Anexo 1: Acta de acompañamiento personalizado para la construcción del PGAP**

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

INGEPLAN.CO	**Acta** **INGEPLAN CO SAS BIC** **Contrato 1060-2025** **SDDE**	ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO

Tema: Asistencia técnica para la construcción del PGAP

Lugar: Cll 66A N. 96-03.	**Fecha:** 19 Ene/2026	**Hora inicial:** 2pM **Hora Final:** 5pM.

Agenda:

1. Socialización contenido del Plan de Gestión de Aumento de la Productividad
2. Revisión del PGAP
3. Varios

Desarrollo: En la Ciudad de Bogotá a los 19 días del mes de enero de 2026 siendo las 2pM se da Inicio a la visita de acompañamiento técnico y Socialización del PGAP con la empresa Vestimenta Magnus, la Sesión Comienza con la Contextualización de los Insumos desarrollados en la Cadena de Valor y el DOFA, lo que nos permite analizar las Capacidades Operativas de la empresa frente a las oportunidades de mejora detectados en el entorno. Continuamos con la lectura de PGAP Siguiendo su estructura Introducción, objetivo general y los especificos, los cuales son proyectar las actividades orientadas al Incremento de la productividad establecer acciones a largo plazo para facilitar el encadenamiento productivo con el Programa Ciudad Aeropuerto, realizar el presupuesto detallado para la ejecución en el Corto mediano y largo plazo, y Construir Indicadores que Permita Medir el Impacto y cumplimiento de los metas trazadas en el PGAP. Acto Seguido la reunion se centra en los siguientes aspectos viabilidad operativa, elementos a potenciar, estrategias de Implementación

Scanned with CamScanner

y recursos necesarios en esta etapa se discutió el tema de logística y el capital humano requerido para que el plan sea ejecutado totalmente. La sesión finaliza con el tema de plan de inversión donde se socializan los costos asociados a cada línea de acción en un ejercicio concertado con la empresa donde se priorizan las actividades basadas en la capacidad financiera y operativa actual de la empresa, en este punto se utiliza la metodología de semaforización donde las actividades marcadas en verde el empresario las asumirá en 3 meses por no requerir recurso económicos externos, las actividades marcadas en naranja representan compromisos para el mismo periodo pero cuya ejecución esta sujeta a la inversión de capital y las actividades en rojo que su alta demanda de recursos y complejidad no se ejecutaran en un plazo de 3 meses, una vez socializado el PGAP la empresa acepta de conformidad el documento y los costos socializados en el mismo.
Se levanta la sesión a las 5pm.

Nombre	Empresa	Correo	Teléfono	Firma
Julieth Gutierrez	Vestimenta Magnus SAS	Vestimentamagnussas@gmail.com	3024615778	
Adriana Herrera	Ingeplan.	Ivzadri1971.ahb@gmail.com	3044505418	

	Fecha	Hora	Lugar
Próxima reunión			

Scanned with CamScanner