



Mr. Clean S.A.

NIT. 800.062.177-2

PLAN DE NEGOCIOS

CARLOS EDGAR MEDINA GALLERGO, mayor de edad, domiciliado en la ciudad de Bogotá, e identificado con cédula de ciudadanía número: 11.333.836 de Zipaquirá, actuando en calidad de Representante Legal de MR CLEAN S.A, identificada con NIT:800.062.177-2, manifiesta que, de conformidad con el artículo 13 parágrafo 6, de la ley 1116 de 2006, la sociedad indica el plan de negocios de reorganización, el cual se detalla a continuación:

a. Sector Publico:

- En el 2021 y hasta el 2024 no hay facturación al sector público, por inhabilidad derivada de incumplimientos en prestación de servicios, a su vez originado por incompatibilidad entre los sistemas tradicionales de facturación (“Softland”), transición a facturación electrónica y finalmente obligación de utilizar la plataforma de la DIAN, para facturar contratos con el Estado.
- A partir del 2024, MR. CLEAN iniciará actividades con el sector Estatal, dado que cesan las inhabilidades. El crecimiento es paulatino mientras se recupera la capacidad de contratación vía Colombia Compra Eficiente (CCE).
- Debido a que el sector público adjudica los contratos exclusivamente sobre la base de menor precio, se buscarán proveedores para este segmento que, cumplan los requisitos mínimos estipulados, pero que tengan precios bajos. En particular se buscarán proveedores de “marca blanca”, donde al no haber promoción y mercadeo, se logran precios con diferenciales de 20% a 30% contra los de marca. Estos factores se ratifican, puesto que los contratos con entidades estatales no permiten exigencia de marca. Sin embargo, los insumos de limpieza deben tener registro de INVIMA y ser biodegradables

b. Sector Privado:

- Concentración en el sector privado, que, aunque no tiene los volúmenes del sector público, tiene mejores márgenes. Esto hasta el año 2024 cuando MR. CLEAN quede habilitado

nuevamente para registrarse en Colombia Compra Eficiente (CCE).

- El plan para incrementar clientela en sector privado incluye la incorporación de una fuerza de ventas, tercerizada, que recibirá un 1% mensual del contrato obtenido. En la medida en que estos terceros logren la marca de \$150.000.000, serán contratados a término indefinido, con un salario y prestaciones correspondientes.
- Utilización de redes sociales y expertos en mercadeo a través de estos mecanismos. Ya se han iniciado conversaciones con algunos de estos operadores de redes, especializados.
- El ejercicio de mercadeo y ventas estará concentrado inicialmente en Bogotá. Sin embargo, algunos clientes de estructura multi-ciudad van a exigir servicio integral. En estos casos y previa evaluación, se abrirán operaciones a través de supervisores conocidos, para prestar este servicio.

c. Mecanismos de financiación de capital de trabajo

El capital de trabajo requerido para el proceso de mercadeo y ventas es factor de éxito, puesto que la empresa paga el 85% de sus costos (laborales) quincenalmente, y su cartera rota en promedio cada 45 a 60 días. Los mecanismos previstos para obtener esta financiación incluyen:

- (a). Fiducia de administración y fuente de pago: Bajo este esquema se constituye un patrimonio autónomo de administración y fuente de pago, en el cual se depositan las facturas de venta de MR. CLEAN. Esto quiere decir que la fuente de pago ya no es la empresa sino sus contratantes, que no revisten el riesgo crediticio percibido por los financiadores puesto que los pagadores están (i) diversificados; (ii) fuera de procesos de insolvencia y en general con disponibilidad de liquidez.
- (b). Fuentes de capital: Se trabaja en un proceso de banca de inversión para incorporación de capital a la empresa a cambio de participación patrimonial. La lista de posibles aportantes incluye empresas que tienen interés por:
 - Integración vertical: empresas que tienen locales o áreas que requieren limpieza.
 - Integración horizontal: empresas que ya proveen servicios tercerizados y para quienes el esfuerzo comercial es muy bajo (ej. empresas de vigilancia).
 - Integración patrimonial de competidores: empresas para las cuales una fusión o integración con MR. CLEAN generan una expectativa de ahorros por sinergias (administración, back

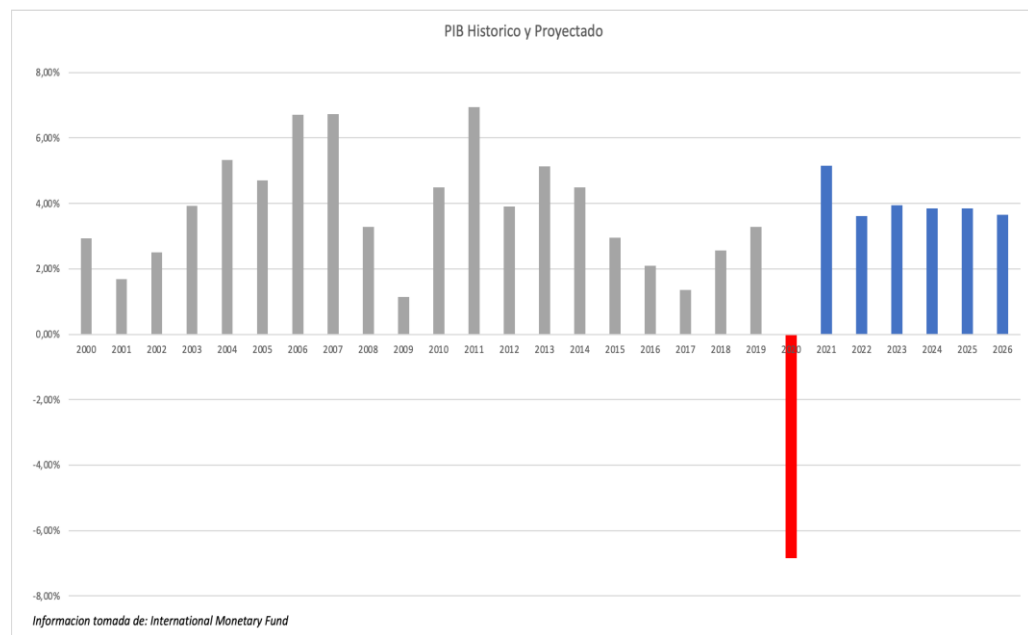
office, centralización y volúmenes de compra con descuentos, otros).

- Inversionistas de capital que reconocen que las dificultades de MR. CLEAN obedecen a factores exógenos y que, por el contrario, la trayectoria de la empresa genera expectativas de retorno a niveles históricos.
- Empresas internacionales, en particular regionales, para las cuales ingresar al país por vía de una empresa con trayectoria reconocida ofrece una mejor opción a iniciar de ceros.

2. Supuestos de proyección

a. País

La perspectiva del país en general es buena, a pesar del impacto de la pandemia diferentes instituciones importantes en el mundo prevén un crecimiento importante en los siguientes años. La reactivación económica va a mejorar indicadores del país, tales como el desempleo, el PIB y el PIB per cápita. A continuación, se puede ver una gráfica del comportamiento histórico del Producto Interno Bruto y la proyección hecha por el Fondo Monetario Internacional hasta el año 2026.



b. Sector

Por definición la demanda por servicios de limpieza en sus diferentes formas tiene un componente muy importante: necesidad. Pero en particular y por efectos de la pandemia, la limpieza tanto en sector privado

como estatal se torna fundamental en la mente de los consumidores. Algunos de los tipos de clientes que serán objeto de mercadeo incluyen:

Sector estatal

- Escuelas
- Oficinas
- Estadios
- Bibliotecas
- Notarías
- Terminales de transporte
- Centros comunitarios
- Puertos
- Aeropuertos
- Alto rendimiento
- Cajas de compensación

Sector privado

- Conjuntos residenciales
- Limpieza obras en construcción
- Restaurantes
- Oficinas
- Museos
- Cines
- Clubes
- Lobby de hoteles
- Discotecas
- Colegios
- Universidades
- Almacenes
- EPS
- Centros de convenciones
- Centros comerciales

c. Industria

La historia del servicio de aseo comenzó hace aproximadamente 50 años con la aparición de 2 o 3 empresas que fabricaban y comercializaban productos como jabones para piso, ceras, jabones para alfombras, muebles etc. Debido a que los clientes no sabían cómo hacer este trabajo y mucho menos cómo aplicar bien estos productos. Nace la necesidad de prestar un servicio con personal capacitado en labores como desmanchado de pisos quemados por ácido, limpieza de alfombras y muebles etc. Con el paso del tiempo el mercado se fue ampliando a edificios, unidades residenciales, oficinas, empresas privadas y oficiales hasta llegar a abarcar todo tipo de inmuebles donde se requería ya no un servicio eventual sino permanente prestado por una empresa capaz de suministrar personal entrenado materiales de aseo y maquinaria para aplicarlo.

La forma de prestar el servicio en Colombia se ha basado en el concepto de utilización de mano de obra y las propuestas se manejan suministrando el número de operarios ideales para cada requerimiento por mes, a una tarifa previamente fija por cada empresa incluyendo o no los insumos y maquinaria requerida.

Con el surgimiento de otras empresas y la introducción de nuevas tecnologías en productos y maquinaria, el concepto de servicio de aseo comenzó a cambiar con la apertura económica y se llega a la conclusión que el servicio de aseo no solo suministra mano de obra, sino que también ofrece niveles de limpieza altos con productos avanzados.

El operario de aseo es ese profesional que no solo se encarga de que todo se vea limpio, sino que además esté libre de microorganismos patógenos para lograr un ambiente sano. De no ser así ningún hospital funcionaria y el índice de enfermedades por infecciones se dispersaría a niveles inimaginables

d. Empresa

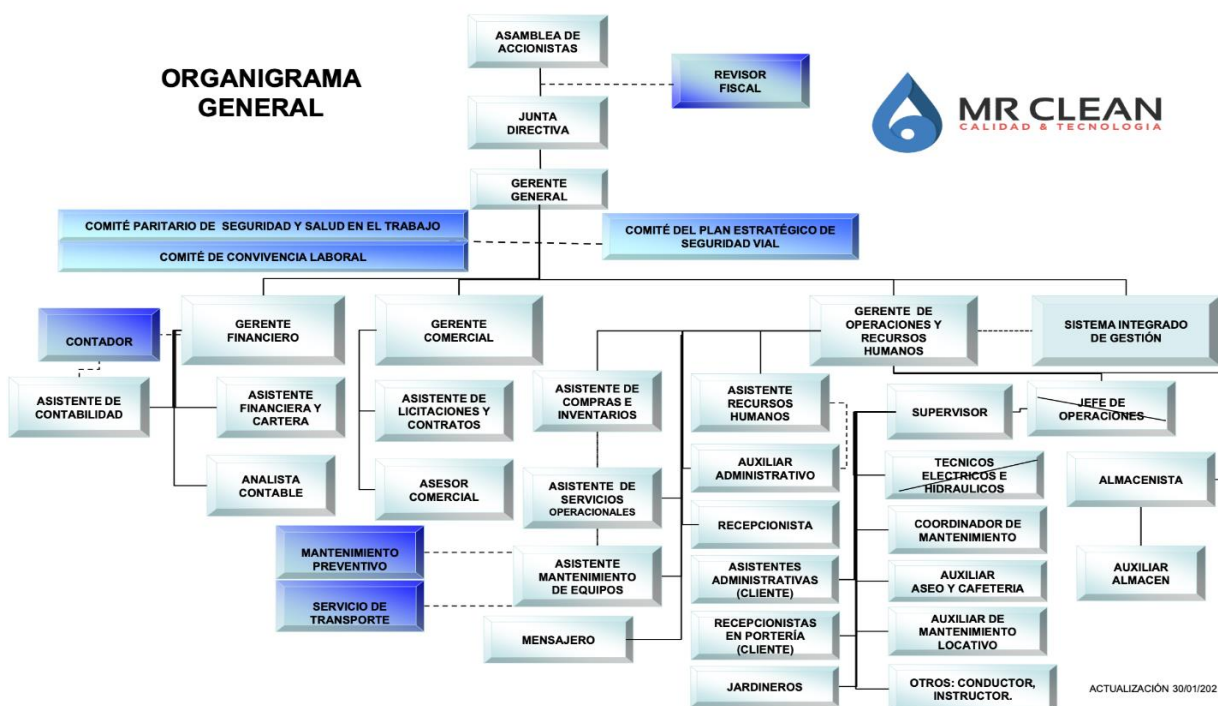
Desde sus inicios MR. CLEAN viene trabajando con empresas de gran tamaño. Avianca es una empresa a la cual se le presto el servicio más de cuatro años en su sede administrativa de la avenida 26 al igual que el puente aéreo cuando esta empresa lo controlaba. De igual manera, se le presto el servicio a Centro Chía durante tres años, al Banco de Crédito y al Banco Anglo Colombiano en su sede principal y sucursales.

Algunas de las empresas con las que MR. CLEAN ha trabajado están listadas a continuación:

Privados	Colombia Compra
Motorola	Invima
Embajada USA	ICBF
Laboratorios Abbott	SENA
Andirent	Icetex
Edificio Torre Zenthai	Unidad especial de Migración
Lucta Laboratorios	Procuraduría General
Bosques de San Jorge	DIAN
Edificio Kubik	Ministerio de Trabajo

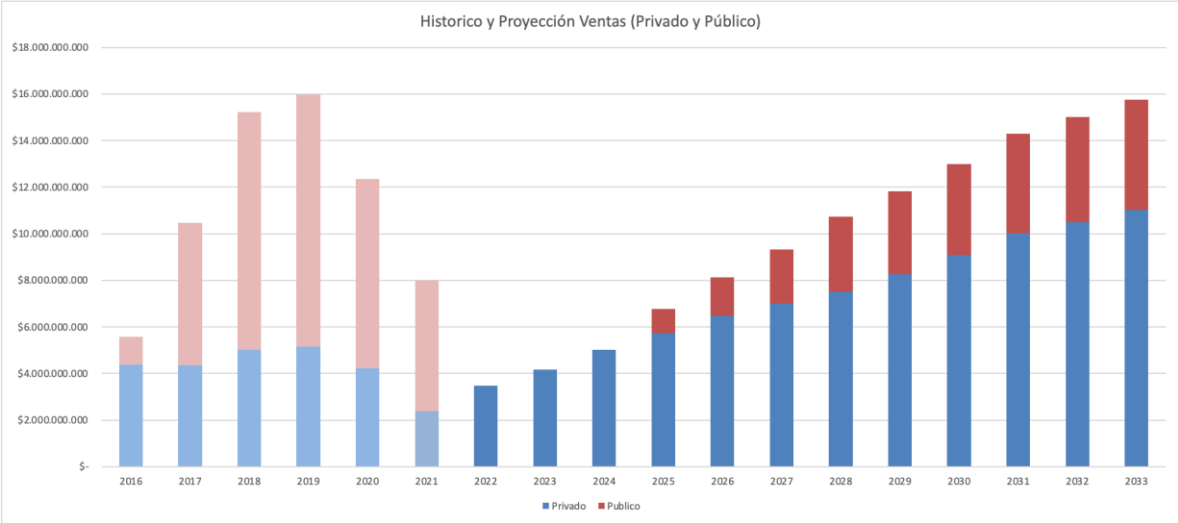
MR. CLEAN trabaja con mujeres mayores de 40 años que en su mayoría son madres cabeza de familia. A lo largo del tiempo la empresa ha llegado a tener más de 1,500 puestos de trabajo. Debido a la sanción de no poder trabajar con el estado por los próximos 3 años, el número de trabajadoras ha disminuido ya que se han cedido los contratos con el sector público. Sin embargo, Mr. Clean sigue con su política de dar empleo a madres cabeza de familia, la cantidad de trabajadoras aumentará de la misma manera en la que aumenten los contratos.

A continuación, se muestra el organigrama general de Mr. Clean con el cual se puede tener mayor claridad de la estructura de la empresa.



3. Proyección

La proyección de los ingresos de la empresa tiene en cuenta la inhabilidad de contratar con el estado por 3 años, desde el 2025 se inicia de nuevo a trabajar con el sector público e incrementa paulatinamente.



Los ingresos de la empresa en el 2022 pasaran a ser alrededor del 40% de los que se tenían en el 2021, sin embargo, la recuperación es posible ya que existen muchas oportunidades para la empresa. Las ventajas competitivas y comparativas de Mr. Clean le permitirán recuperar el mercado perdido y lo llevaran a una posición importante frente a sus competidores como lo son Casa Limpia, Sodexo y Eulen.

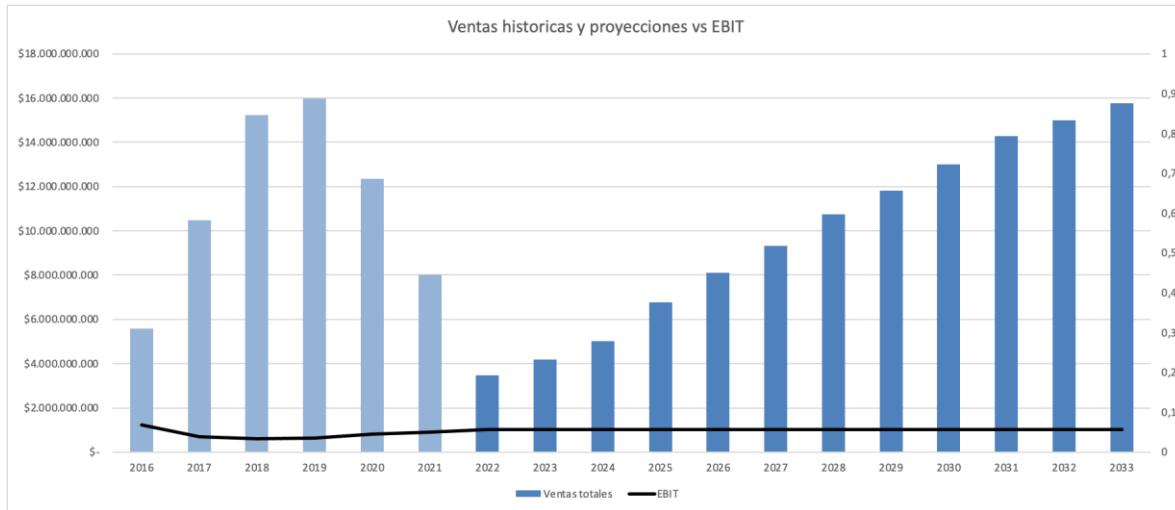
Los clientes potenciales para cumplir con estas proyecciones son: edificios y condominios residenciales, edificios comerciales o de empresas, bancos, restaurantes, empresas de celulares y telefonía, universidades y colegios, centros comerciales y en general todo aquel que requiera los servicios de aseo, cafetería y mantenimiento en su propiedad.

En los primeros años de la proyección hay una reducción en los ingresos en la empresa, los costos se van a poder disminuir en la misma proporción ya que al ceder los contratos de prestación del servicio se va a disminuir el gasto de personal que hoy en día es el 85% de los costos de la empresa. A medida que la empresa vaya recuperando sus clientes y creciendo nuevamente se va a contratar más personal, se prevé continuar dando empleo a madres cabeza de familia quienes hoy en día son la mayoría del personal de la empresa.

4. Generación operativa neta de caja (EBIT)

La ganancia de la empresa se ve afectada por la inhabilidad de tres años de contratar con el sector público, sin embargo, el margen EBIT se mantiene constante,

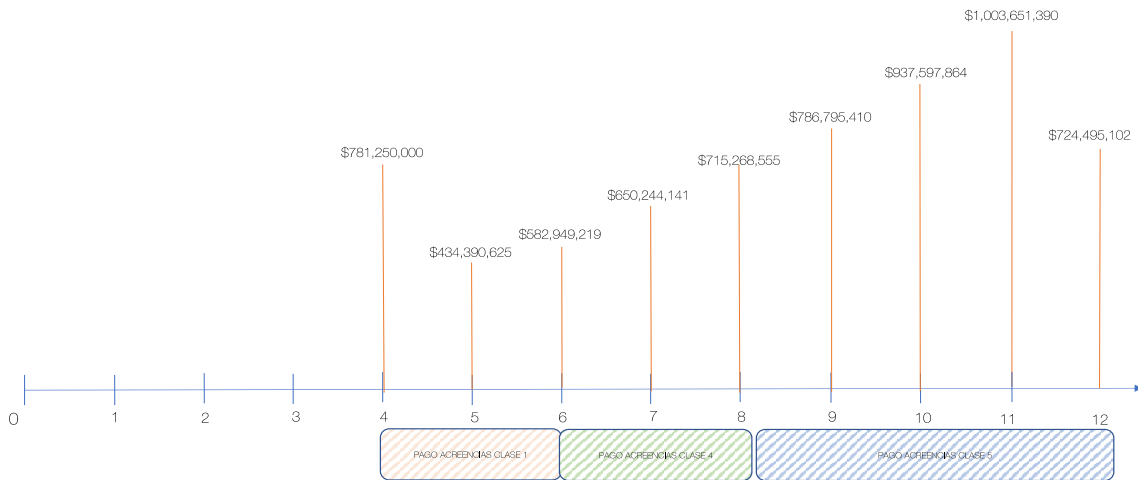
lo cual se constituye en un escenario conservador puesto que los márgenes del sector privado son sustancialmente mayores a los del sector público. Aun así, su generación de caja es suficiente para atender los gastos administrativos como lo exige la ley 1116/06 y posteriormente dar servicio a la deuda según el acuerdo planteado en el presente documento (ver numeral 6. Planteamiento de pago)



5. Planteamiento de pago

Basado en las proyecciones anteriores, se plantea un acuerdo con duración total de 12 años en donde hay dos años de periodo muerto y un año de gracia. Las cuotas para el pago de la totalidad del pasivo serían al final de cada año y la tasa de interés que se pagaría sería del 3% efectivo anual. En el planteamiento se tiene previsto pedir los años de periodo muerto y gracia ya que por efectos de las dificultades anteriormente mencionadas la compañía se vio obligada a dejar el sector público bajando sus ingresos y tendrá que recuperarlos en este periodo en el que se prevé no pagar capital ni intereses.

		3%				
	disponible	año	cuota	interes	amortizacion	saldo
		0				5.500.000.000
PERIODO MUERTO	2021	1	x	x	x	5.500.000.000
	2022	2				5.500.000.000
PERIODO GRACIA	2023	3		165.000.000	- 165.000.000	5.665.000.000
	2024	4	781.250.000	169.950.000	611.300.000	5.053.700.000
	2025	5	434.390.625	151.611.000	282.779.625	4.770.920.375
	2026	6	582.949.219	143.127.611	439.821.608	4.331.098.768
	2027	7	650.244.141	129.932.963	520.311.178	3.810.787.590
	2028	8	715.268.555	114.323.628	600.944.927	3.209.842.663
	2029	9	786.795.410	96.295.280	690.500.130	2.519.342.533
	2030	10	937.597.864	75.580.276	862.017.588	1.657.324.945
	2031	11	1.003.651.390	49.719.748	953.931.642	703.393.303
	2032	12	724.495.102	21.101.799	703.393.303	-



Es previsible que el objetivo no sea la cancelación de todos los pasivos, sino llevar el nivel de deuda a uno que sea sostenible, lo que se podría lograr uno a dos años antes finalizar el plan de pagos.

Se expide el día 25 del mes de noviembre del año 2021

Representante Legal

CARLOS EDGAR MEDINA GALLERGO

CC: 11.333.836 de Zipaquirá