

PLAN DE NEGOCIOS

En el marco de la ejecución del objeto social de la empresa CAICEDO GRUPO ELECTRICO COLOMBIANO CIS EN C – EN REORGANIZACION y GRUPO MAYOR S.A.S., se han implementado algunas estrategias comerciales, tendientes a superar los factores de riesgo que dieron origen a la crisis económica y la situación de insolvencia; teniendo en cuenta que estando en curso del proceso de reorganización empresarial se declaró el Estado de Emergencia Económica y Social con ocasión de la pandemia por COVID – 19, y dado el aislamiento obligatorio por el cual se vieron afectadas las actividades comerciales, nos reinventamos en diferentes frentes de ingresos, implementando una estrategia comercial que facilitara las ventas a través de una plataforma digital, además de desarrollar actividades inmobiliarias suscribiendo un contrato de arriendo con el Consejo Superior de la Judicatura por periodo estable, que permite atender y dar cumplimiento a las obligaciones de tracto sucesivo, financieras y tributarias, con ingresos adicionales y de esta forma poder consolidar el activo más importante de la compañía para que este sea productivo en su máxima expresión.

En aras de la implementación de estas estrategias, se llevó a cabo la definición e identificación de las falencias que en los procesos se venían cometiendo, con el fin de mejorar los procesos productivos y dar estabilidad a los ingresos con un mejor impacto en el mercado tras un excelente servicio de atención al cliente y la importación de productos y materias primas que permitieran mejorar los precios al público; también así logramos un Joint venture con las principales fabricas nacionales como METAL WORKS S.A.S. para que de esta forma no dependamos del mercado internacional y mejorar nuestros márgenes de rentabilidad con el producto nacional.

Superado el Estado de Emergencia Económico Ecológico y Social, estamos preparados para competir en el mercado tras la optimización de los procesos productivos, la implementación de los mismos y alcanzando estabilidad en el desarrollo del objeto social y de la empresa como unidad productiva y generadora de empleo.

En tal virtud, a continuación, desarrollamos las estrategias comerciales y mejoras realizadas en el proceso productivo desde el momento de la admisión en el proceso de reorganización empresarial:

1. Fortalecer nuestra participación en ventas a entidades del sector público.

Estas negociaciones le aportan a la empresa un panorama claro en donde se puede proyectar ventas anuales por \$ 2.400.000.000, una ventaja en estas ventas es el que no se requiere un aseguramiento de cartera ya que el CRP y CDP de las licitaciones garantizan el pago del suministro realizado por el sistema SIIF del ministerio de hacienda. El potencial de esta unidad es muy alto y la cobertura es del orden nacional, las licitaciones viables para la compañía van desde el suministro de productos para alumbrado público (alta tensión), hasta productos de ferretería y eléctricos residenciales y comerciales (baja tensión). La experiencia lograda por la compañía le permite participar en diferentes tipos de licitaciones hasta por un monto de \$ 15.000.000.000.



Tablero de Contrataciones Abiertas

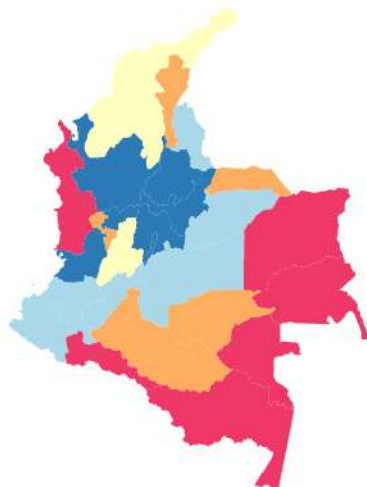
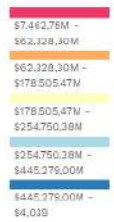
CONTRATACIONES ABIERTAS DEL Gobierno de Colombia en 2022

\$13,69B COP



En 2022 estos son los contratos por departamento

Cambiar visualización



Al ser aceptados en ley 1116, se ha analizado que los resultados en la participación de la compañía en licitaciones públicas, nuestra experiencia nos ha permitido participar y convertirnos en proveedores de los diferentes proponentes en licitaciones de suministro de productos eléctricos en el transcurso del ejercicio en marcha.

2. Especialización en ventas- Importaciones.

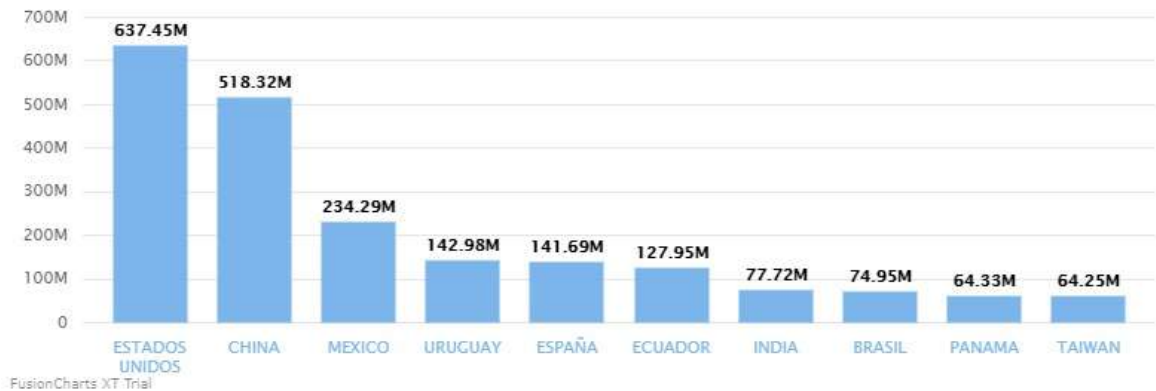
En el país el número de Comercializadores eléctricos superan los dos mil (2000), existen compañías con una trayectoria calculada entre 15 y 30 años, así mismo aparecen nuevos comercializadores cada año, por ello la oferta comercial se iguala a la demanda del sector, la empresa al ser comprador Internacional puede llegar a tener una participación importante ya que en el país el único fabricante de tubería metálica de uso eléctrico es Colmena, hacen presencia dos marcas ecuatorianas IPAC, FUGI y existe una amplia oportunidad de mercado para la tubería importada la cual representa un volumen importante en las ventas y la posibilidad de aumentar las oportunidades de negocio y con ello nuevos clientes permanentes, estando atentos a las innovaciones del mercado eléctrico, y conservando la capacidad de adaptarnos a las necesidades de mercado, nos permite sostener precios adecuados que doten con carácter de permanencia a nuestros clientes, con ello extender nuestro impacto en el mercado; teniendo en cuenta además que nuestra experiencia de más de 50 años como marca en el sector otorgan confiabilidad a nuestra clientela.

Importaciones de otros comercializadores:





La siguiente tabla muestra la situación actual de las importaciones de acero y hierro a Colombia cifras desde el 2018 a marzo del 2021



Durante este tiempo se han realizado alianzas comerciales con COMERCIALIZADORA E IMPORTADORA S.A.S., METAL WORKS INTERNACIONAL SAS. además de otros proveedores nacionales que cuentan con ventajas comerciales como la certificación RETIE y la certificación BASIC, que al aunar esfuerzos con nuestra trayectoria y conocimiento del mercado ratifican y complementan nuestro posicionamiento en el mercado frente a la competencia.



3. Estandarización de procesos:

El correcto engranaje de los procesos de un negocio es fundamental para que todo el trabajo fluya sin pérdida de tiempo ni para el empresario ni para el **cliente**.

El cliente siempre espera que los productos que compra tengan la misma calidad. Para ello, el empresario necesita estandarizar el trabajo de producción, es decir, encontrar la forma más eficiente de hacer las cosas, usando siempre la misma y mejor combinación de métodos.

Habrá que definir cómo será el **proceso de producción integral** y especificar la función de cada colaborador (qué debe hacer, en qué secuencia y en qué tiempo).

Por esto tendremos en cuenta los siguientes pasos para estandarizar nuestros procesos:

1. Diagnosticar el proceso. ¿Qué se hace? Realizada la descripción de los procesos para la fecha de admisión en reorganización se evidenció la necesidad de eliminar las duplicidades en los despachos y la correcta marcación e identificación de los productos en nuestro inventario, y el cumplimiento de conformidad con lo solicitado por el cliente.

2. Identificar las mejoras y diseñar el proceso ideal. ¿Qué se debe hacer? Se realizó la sistematización del inventario, con el fin de mantener una correcta identificación de los productos, eliminando así las fallas por remisiones disonantes con lo solicitado por el cliente; además de realizar la adaptación de un punto de almacenamiento adecuado en el punto de venta aligerando el proceso de atención al cliente con eficiencia y evitando el deterioro de la mercancía con una correcta manipulación y conservación de los productos.

3. Planear una prueba del proceso. Se evidenció que la sistematización del inventario aportó uniformidad en el proceso desde el momento de la venta con el acceso a la disponibilidad del producto hasta el despacho con la salida del mismo, teniendo los saldos actualizados en tiempo real optimizando la atención a las solicitudes de nuestros clientes y la disponibilidad de mercancía.

4. Ejecutar y monitorear la prueba. Teniendo en cuenta que los procesos implementados han generado una mejora en la eficiencia y optimización en las oportunidades de negocio para la reorganización empresarial, hemos dispuesto el control interno como dependencia de la compañía con el fin de garantizar la mejora continua de las implementaciones realizadas.

5. Mejorar el nuevo proceso. Nos encontramos en un continuo chequeo e identificación de riesgos, de las posibles fallas para hacer los correctivos que se requieran de manera oportuna y así mantener el nuevo proceso en óptimas condiciones.

6. Difundir y capacitar. Hemos capacitado y hemos estado en constante formación y adiestramiento del personal involucrado en el ejercicio del objeto social, desde la venta, el despacho y la operación interna con énfasis a brindar una correcta atención al cliente.

7. Mantener y mejorar el proceso. Con todo lo anterior se ha buscado dar estabilidad al nuevo proceso implementado y con ello atender de manera oportuna los riesgos que en el desarrollo del mismo se presenten.

Las principales contribuciones de la estandarización serán:

- La reducción de pérdidas
- La formación de la cultura de la empresa
- El aumento de la transparencia
- La reducción de la variabilidad

La estandarización de procesos sería, así, una especie de guía de navegación, una pauta de actuaciones sencilla y clara que nos permitirá ahorrar tiempo a la hora de gestionar procesos individuales o grupales, un ahorro de tiempo que se traducirá en:

- Una mejora de nuestra eficiencia como empresa.
- Un aumento de nuestro potencial para competir a nivel nacional e internacional.
- Un ahorro inmediato de los recursos económicos que necesitamos reservar para convertirlos en beneficios para la compañía y sus accionistas.

4. Implementación del modelo six sigma:

Según lo planeado se ha venido trabajando la metodología Six Sigma para mejorar nuestros sistemas de distribución y comercialización y asegurar la calidad de nuestros productos y servicios. Reduciendo al mínimo los errores en la producción (compra e importación) y así aspirar a la perfección de la misma. Entre los grandes beneficios que ofrece esta herramienta destaca la posibilidad de reducir considerablemente los costos al minimizar el número de unidades rechazadas o devoluciones realizadas a los Proveedores.

Para implementar esta metodología es necesario considerar cinco pasos.

1) Definir:

Una vez definidos los problemas en el proceso se ha mitigado las demoras en las entregas, y se ha implementado un sistema de verificación de la calidad de los productos, que permitan dar garantía de cumplimiento con eficacia en las entregas y calidad a los clientes.

2) Medir:

Atendiendo la solución planteada en el nuevo proceso a implementar, se logra una sistematización del 100% del inventario, en este mismo sentido, con relación a la logística de despachos se ha reducido el margen de devolución y rechazo de entregas a un 10% en comparación con el periodo inicial de 2019, esto teniendo en cuenta que las causales de rechazo de despachos y entregas en diferentes oportunidades son imputables al cliente y no a la compañía.

3) Análisis:

Una vez identificado el problema de no conformidad en los clientes en los despachos y devoluciones, debido a las demoras en entregas y desaciertos en el despacho, con la sistematización del inventario se ha logrado establecer una política de manejo y orden para realizar los despachos de manera acertada, y se ha optimizado la eficiencia en las entregas, de tal suerte que se ha alcanzado estabilidad en la implementación de los procesos y la reducción del margen de error.

4) Mejora:

A partir de la implementación y estabilidad de los nuevos procesos implementados se ha alcanzado la satisfacción de los clientes y con ello estar en constante crecimiento en las oportunidades de negocio.

5) Control:

Con la estabilidad del proceso se ha establecido como dependencia el control interno de la compañía con el fin de realizar seguimiento al cumplimiento y conservación de los procesos, además de estar continuamente vigilando los riesgos del mismo y así tener oportunidad de reacción y mejora.

Algunas de las ventajas y/o beneficios de la implementación del Six Sigma:

a) Aumentar la participación de nuestros empleados

Uno de los grandes beneficios de Lean Six Sigma es un aumento de la participación de los empleados a través de su participación en los equipos de mejora de procesos diseñados para ayudar a mejorar los procesos y aumentar el valor para sus clientes, internos y externos. Al involucrar a los empleados en la ejecución de estos programas, adquieren un mayor aprecio por el impacto de la labor que realiza en los resultados empresariales, así como una apreciación de cómo el trabajo de otros empleados y departamentos también contribuyen al éxito.

b) Reducir los costos

Uno de los principales beneficios deseados es una reducción en los costos asociados con las mejoras en los procesos de requerir menos tiempo (y recursos empleados) para disminuir los defectos o errores que pueden dar lugar a correcciones. Mediante el examen de las distintas etapas de un proceso, la comprensión de lo que los clientes valoran y luego tomar medidas para eliminar los pasos innecesarios al tiempo que aumenta el valor, las empresas que utilizan metodologías Lean Six

Sigma encuentran que pueden reducir significativamente los costos y mantener con frecuencia cada vez mayor, el valor del cliente.

c) **Mayor satisfacción del cliente**

La metodología Lean Six Sigma implica un fuerte enfoque en las necesidades y requerimientos del cliente y el valor de la entrega a los clientes, uno de los beneficios del uso de estas técnicas es un aumento de la satisfacción del cliente. Lean Six Sigma se centra no sólo en la mejora de productos, sino también la mejora de los métodos de entrega de productos y otras actividades de servicio al cliente que pueden afectar a la satisfacción del cliente. En última instancia, la mayor satisfacción del cliente dará lugar a la repetición de negocios, el aumento positivo del boca-a-boca y con una implementación exitosa, aumentar las ventas y el éxito general del negocio

5. Arrendamiento de la Plataforma comercial.

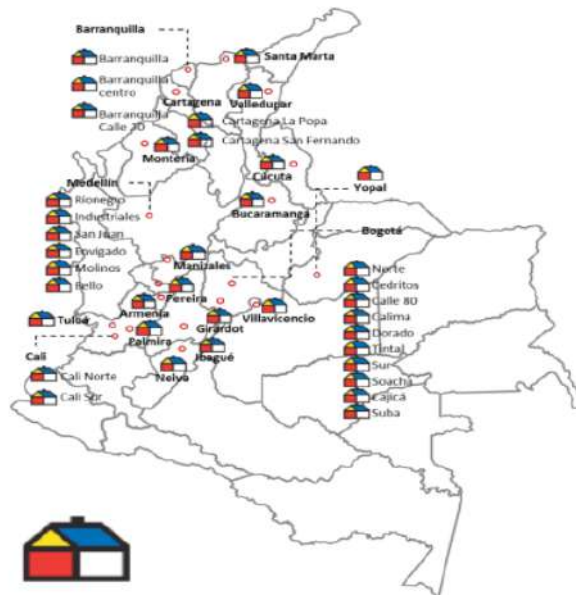
El arrendamiento de la plataforma física y tecnológica comercial, ubicada en el sector comercial eléctrico más importante a nivel geográfico y comercial en el mercado donde se desarrolla nuestra operación comercial.

Principales Proveedores:

- a) Geco 16 tiene punto de venta en Bogotá D.C.
- b) Comercializadora E Importadora tiene punto de venta en Bogotá D.C.
- c) Consorcio de Ingenieros Eléctricos Cineleco tiene punto de venta en Bogotá D.C.
- d) Nacional de eléctricos tiene puntos de venta en Armenia, Chía, Girardot, Villavicencio y Bogotá D.C.

Líder en ventas en el Mercado de la Construcción:

Homecenter y Constructor tiene puntos de venta en Medellín, Cali, Barranquilla, Pereira, Ibagué, Cartagena, Villavicencio, Cucuta, Bucaramanga, Neiva, Montería, Manizales, Mosquera, Tunja, Envigado, Valledupar, Palmira, Santa Marta, Girardot, Yopal, Tuluá entre otros.



Por lo anterior el horizonte comercial es claro para la compañía, los puntos expuestos garantizan en nuestra experiencia de retomar la senda y volver a las relaciones de confianza disfrutadas con

nuestros clientes y proveedores, esto con el fin de garantizar el cumplimiento en entrega de materiales a nuestros clientes.

En síntesis, la fórmula de atención de las acreencias, se plantea:

La plataforma digital y nuestro marketing digital, está proyectada en los ingresos operacionales con un aporte mensual inicial de \$ 300.000.000 y un aumento estimado del 3% para los siguientes años como se analizó en diferentes proyecciones de las metas y alcances de esta plataforma a nivel nacional.

Los ingresos operaciones se planearon atendiendo las dificultades actuales como se ha visto venir uno de ellos que fue un hecho inesperado el cual fue la pandemia ocasionando un aumento en las ventas por medios digitales y las reacciones de las partes interesadas en la situación de la compañía, se tomaron históricos mínimos de ventas y se busca aumentar las importaciones, ejecución de contratos públicos y/o suministro de productos a otros proponentes con un aumento del 20% y una probabilidad de ocurrencia del 70%.

Los costos se mantienen en un 85% en un mix de compras nacionales más las importaciones en alianza con otros comercializadores. El lograr los gastos operacionales presentados será un compromiso de toda la compañía en implementar una estandarización de procesos más el modelo Six Sigma.

Está proyectado el cumplimiento de las obligaciones en leasing en el tiempo estimado de ocho (8) años, las cuales se han estado cancelando a causa de que se arrendo el inmueble centro comercial, el cual ha generado un ingreso no operativo y con estos recursos se han estado pagando estas obligaciones financieras para poder garantizar la continuidad operativa para los años 2023 y del 2025 al 2028. El recaudo de cartera está proyectado en un intervalo de cinco años.

Por lo anterior el pago de las acreencias están sujetas a autorización de pago por parte de las súper sociedades. En el 2021 las acreencias tributarias se han estado cancelando bajo un acuerdo de pago que es el beneficio ley 2155 de 2021, el cual se ha ido pagando según lo establece el acuerdo con un abono inicial del 30% de la deuda y el saldo restante en 12 cuotas mensuales para el año siguiente. En el año 2022, se continuará pagando las obligaciones tributarias dando cumplimiento al programa de pagos de manera oportuna.

Toda la información suministrada se puede corroborar en el flujo de efectivo adjunto al presente plan de negocios y se tomó con un IPC del 3.5. Las proyecciones y cálculos fueron realizadas con datos estadísticos de la compañía y como referentes se tomaron informes sectoriales anuales de Camacol, Fenalco y el Dane.

3. Implementación del modelo estrategia del océano azul:

La empresa está llevando a cabo la implementación de la estrategia del océano azul que se basa en buscar nuevas ideas, o promover procesos de innovación para poder ofertar productos o servicios que la competencia no se atreve a realizar por miedo o desconocimiento mismo.

Esto logra crear un crecimiento en volumen de negocios que puede asegurar una estabilidad y solidez a futuro, esta estrategia nace de océanos rojos que se generan cuando hay expansión de limitantes para los negocios existentes.

El éxito de esta estrategia se garantiza a través de la creatividad e innovación, junto con la capacidad de respuesta en la demanda del mercado, que le permitirá a la empresa navegar de manera libre y en donde el factor precio pasa a un factor secundario en la toma de decisiones, debido a la óptima calidad de cumplimiento, de los productos o del servicio prestado.

Reconstruir las fronteras del mercado

En este punto se analizan las industrias alternativas, la segmentación de los clientes potenciales, los puntos estratégicos, el grupo de compradores y productos o servicios complementarios que lleven a cabo el éxito de este proceso.

Dibujar un lienzo estratégico

Busca elevar potencialmente la creatividad para poder buscar nuevas oportunidades de negocio, implementando políticas de innovación que permitan tener una mayor proximidad a la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes y con ello aumentar el impacto en las oportunidades de negocio.

Explorar más allá de la demanda existente

Crear una secuencia estratégica

Está basado en el análisis del producto, su precio, el coste, calidad, la adopción del producto y la utilidad obtenida desde la perspectiva del consumidor

Superar los obstáculos

Analizar qué problemas acarrea la ejecución de la estrategia y buscar las soluciones que mejor se adapten o que sean más convenientes para la empresa.

Con la ejecución de esta estrategia se puede lograr una mejor oportunidad para navegar en espacios de mercado en donde pocos competidores tienen acceso debido a la capacidad de impacto que se adquiere con la implementación de las estrategias de mercado.

En virtud de lo anterior, en el ejercicio de las estrategias comerciales descritas, la mejora de los procesos productivos y la sistematización para el control de los productos y despachos, bajo la dirección de la gerencia además de la coordinación con la oficina de control interno y jefaturas de área, se ha proyectado el éxito y el crecimiento constante de la compañía, generando un mayor impacto en el mercado.

Formula de Atención de Acreencias en Reorganización

Las sociedades CAICEDO GRUPO ELECTRICO COLOMBIANO CI S EN C Y GRUPO MAYOR S.A.S., amabas en reorganización adeudan a acreedores externos, por ende, no vinculados \$20.533.7 millones, que corresponden a acreencias de primera clase, cuarta y quinta clase:

Primera Clase Laboral: Monto \$32.019.928. Se pagarán en una única cuota en noviembre de 2022 reconociendo la indexación desde la fecha de vencimiento de las obligaciones.

Primera Clase Fiscal: Monto \$1.110.982.000. Se pagarán en siete (7) cuotas trimestrales iguales iniciando en febrero 2023 y terminado en Agosto 2024 reconociendo la indexación desde la fecha de vencimiento de las obligaciones.

Primera Clase Parafiscal: Monto \$6.812.063. Se pagará en una única cuota en agosto de 2024 reconociendo la indexación desde la fecha de vencimiento de las obligaciones.

Cuarta Clase: Monto \$260.421.348. Se pagará en una única cuota en noviembre de 2024 reconociendo la indexación desde la fecha de vencimiento de las obligaciones.

Quinta Clase: Acreedores que tienen contratos de leasing. Monto \$5.202.331.860, se pagaran en cuarenta y un (41) iguales de capital trimestrales iniciando en noviembre 2022 y terminando en noviembre de 2032.

Quinta Clase Quirografarios: Demás acreedores. Monto \$13.921.216.796, se pagarán en treinta y dos (32) cuotas trimestrales iniciando Febrero 2025 y terminando noviembre de 2032; la indexación acumulada hasta noviembre de 2024 se pagará en febrero, mayo, agosto y noviembre del año 2033 y a partir de febrero de 2025 la indexación se pagará junto con cada cuota de capital.

Los acreedores vinculados

Primera Clase Laboral: Único pago Febrero 2034

Cuarta Clase : Único Pago Febrero 2034

Quinta Clase: Dos cuotas iguales Mayo y Agosto 2034

Para estos acreedores no habrá reconocimiento de indexación y/o intereses.

En caso de resultar favorable para las partes la enajenación de venta y/o restitución de bienes en leasing, se pagará con el producto de la misma el valor presente neto de los mismos y se amortizará las acreencias por la cartera ordinaria con el excedente, esto permitirá liberar recursos de caja para atender a los demás acreedores.

Anexos:

Archivo Excel informe del flujo de caja, estado de resultados proyectado y esquemas de amortización.

Atentamente,

DAVID FELIPE CAICEDO PINTO
REPRESENTANTE LEGAL