



**Gobernación  
de Norte de  
Santander**

Instituto Financiero para el Desarrollo del Departamento Norte de  
Santander

# PLAN DE MERCADEO

---

**2025**

[www.ifinorte.gov.co](http://www.ifinorte.gov.co)



	MACROPROCESO MISIONALES		<b>GC-PL-01</b>	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01- 2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 1 de 37	

## TABLA DE CONTENIDO

Instituto Financiero para el Desarrollo del Departamento Norte de Santander .....	0
1. ANÁLISIS SITUACIONAL .....	6
1.1 Entorno general.....	6
2. POLÍTICAS DE CALIDAD.....	8
2.1 Entorno sectorial .....	8
2.2 Entorno competitivo .....	10
3. PORTAFOLIO DE SERVICIOS.....	11
3.1 Crédito de Fomento .....	12
3.2 Crédito de tesorería .....	13
3.3 Cesión de Pagos de Derechos Económicos .....	14
3.4 Crédito Educativo A Intermediarios Con Experiencia .....	14
3.5 Crédito De Libranza .....	15
3.6 Crédito De Vivienda Para funcionarios De IFINORTE .....	16
3.7 Microcréditos .....	16
3.8 Administración de recursos por convenio .....	17
3.9 Administración de recursos.....	17
4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	18
5. MATRIZ DOFA.....	19
5.1 Estrategias Fortalezas y Oportunidades (Estrategias F/O) .....	21
5.2 Estrategias Debilidades y Oportunidades (Estrategias D/O).....	21

	MACROPROCESO MISIONALES		<b>GC-PL-01</b>	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01- 2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 2 de 37	

5.3 Estrategias Fortalezas y Amenazas (Estrategias F/A) .....	21
5.4 Estrategias Debilidades y Amenazas (Estrategias D/A) .....	22
5.5 Análisis de Oportunidades y Fortalezas (análisis F/O) .....	22
5.6 Análisis de Debilidades y Amenazas (análisis D/A) .....	22
6. PÚBLICO OBJETIVO .....	23
7. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS .....	25
8. ESTRATEGIAS DE MERCADEO .....	26
9. ESTRATEGIAS TÁCTICAS .....	27
10. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....	28
11. PRESUPUESTO .....	29
12. CONTROL Y SEGUIMIENTO .....	31

	MACROPROCESO MISIONALES		<b>GC-PL-01</b>	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01- 2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 6 de 37	

### Lista de Tablas

Tabla 1. Modalidades de Créditos.....	11
Tabla 2. Inversión a Financiar.....	12
Tabla 3. Matriz DOFA.....	20
Tabla 4. Cronograma de Actividades.....	28
Tabla 5. Presupuesto.....	30
Tabla 6. Registro de Visitas.....	32
Tabla 7. Cronograma de visitas.....	33
Tabla 8. Cronograma de actividades.....	34
Tabla 9. Formato de Relación de créditos.....	35
Tabla 10. Formato de seguimiento a las estrategias de mercadeo y publicidad.....	37

	MACROPROCESO MISIONALES		<b>GC-PL-01</b>	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01- 2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 7 de 37	

### Lista de Figuras

Figura 1. Componentes Planeación Estratégica. ....	7
Figura 2. Ubicación. ....	9
Figura 3. Datos de Contacto. ....	9
Figura 4. Mercado Objetivo. ....	24

	MACROPROCESO MISIONALES		<b>GC-PL-01</b>	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01- 2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 8 de 37	

### Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. Encuestas de Diagnóstico y Evaluación. ....	35
Ilustración 2. Encuesta de Percepción. ....	36

	MACROPROCESO MISIONALES	<b>GC-PL-01</b>	
	<b>PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL</b>	FECHA 28-01- 2025	VERSIÓN 1
	<b>Plan de Mercadeo</b>	Página 6 de 37	

## 1. ANÁLISIS SITUACIONAL

### 1.1 Entorno general

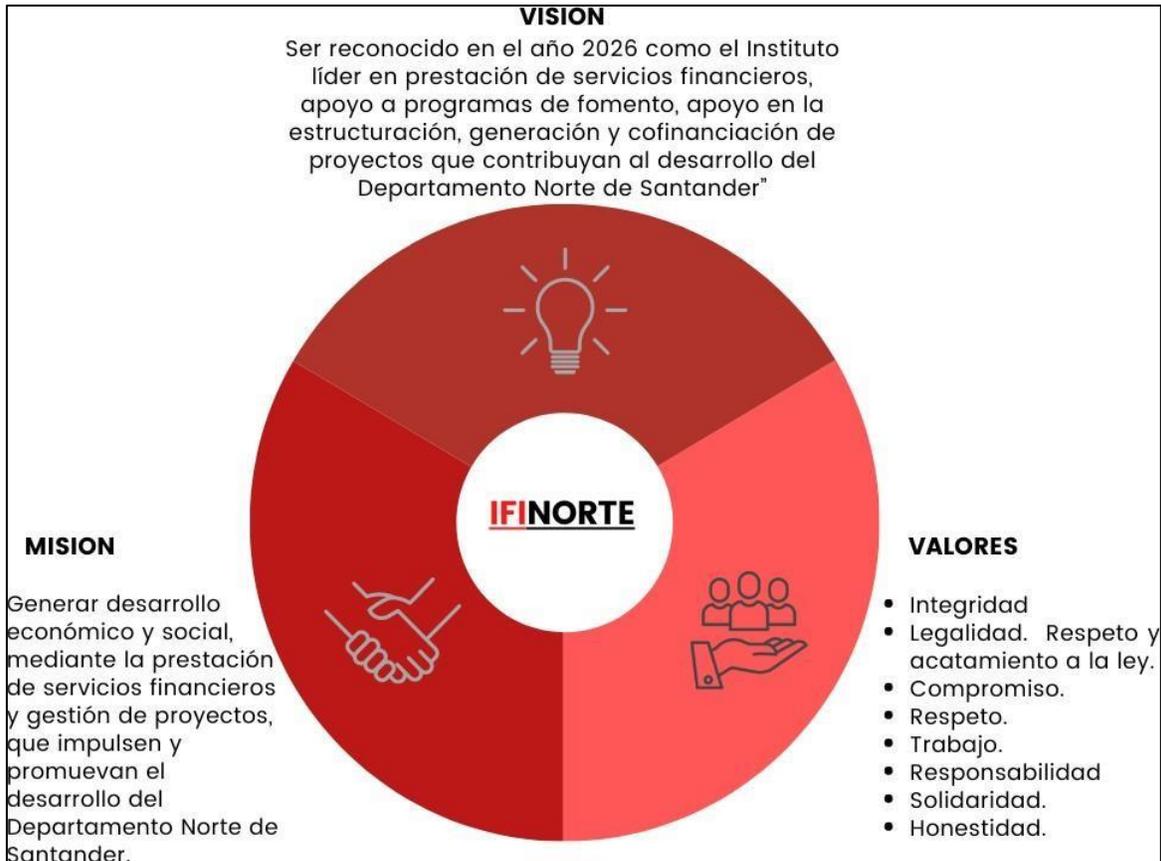
El Instituto Financiero para el desarrollo del Departamento Norte de Santander - IFINORTE está comprometido desde hace 50 años con el mejoramiento de la calidad de vida de los Norte Santandereanos, mediante la optimización de los servicios financieros y la administración de recursos por convenios fundamentados en el principio de eficacia, eficiencia y efectividad.

Contribuye al desarrollo económico y social de la región Norte Santandereana mediante la financiación de sus inversiones, la administración de sus recursos, el fomento y la participación en empresas de economía mixta y de la prestación de servicios de Asesoría en aspectos de mejoramiento y gestión institucional.

De esta manera, su enfoque estratégico ha estado orientado a impulsar proyectos para el mejoramiento de la infraestructura vial, servicios públicos, el transporte, y el crecimiento del Departamento. Es así que el Instituto rediseñó su horizonte corporativo para apoyar la ejecución y el cumplimiento de las metas definidas en el Plan de Desarrollo 2024-2027, especialmente, con programas de apoyo a microempresarios y estudiantes, así como asesoría a los municipios en proyectos de inversión. Adicionalmente, planea realizar un estudio para la reestructuración del negocio, gestionar la venta de activos improductivos y el cumplimiento de las directrices del régimen especial de vigilancia de la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC).

	MACROPROCESO MISIONALES		GC-PL-01	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01-2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 7 de 37	

Figura 1. Componentes Planeación Estratégica.



Fuente: Elaboración Propia

	MACROPROCESO MISIONALES		<b>GC-PL-01</b>	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01- 2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 8 de 37	

## 2. POLÍTICAS DE CALIDAD

“En IFINORTE estamos comprometidos con el desarrollo de la región, mediante la optimización de servicios financieros y la administración de recursos y proyectos, fundamentados en los principios de eficacia, eficiencia y efectividad del sistema de gestión de calidad, MIPG y MCI, garantizando la sostenibilidad financiera y económica del Instituto, el mejoramiento continuo y la satisfacción de nuestros clientes”.

### 2.1 Entorno sectorial

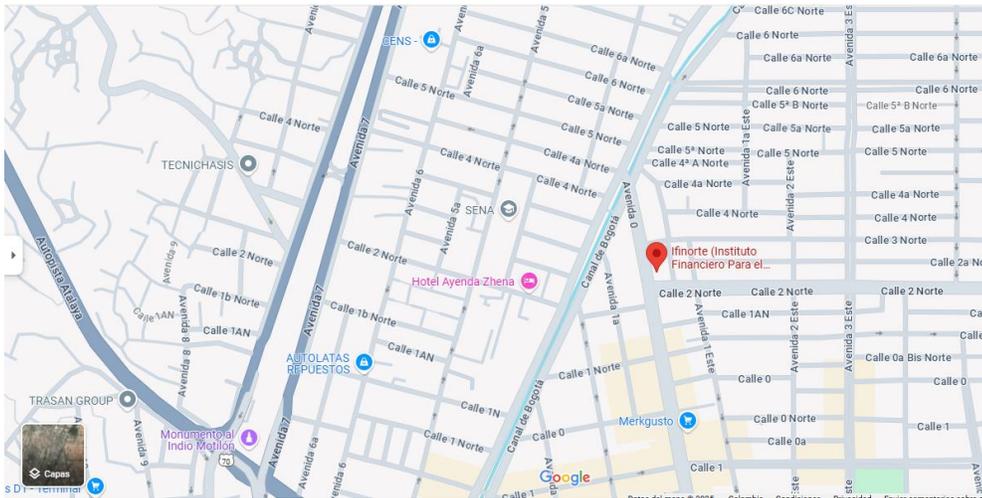
#### Aspectos Culturales, Sociales y Políticos:

- Inversión en la población del Departamento.
- Mantenimiento del portafolio de inversiones para disminuir el riesgo de mercado.
- Apoyo a programas sociales y culturales del Departamento.
- Programas de generación de empleo.

	MACROPROCESO MISIONALES		GC-PL-01	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01-2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 9 de 37	

Actualmente se ubica en la comuna Centro oriental en Avenida 0 No. 2N-21 Edificio Andalucía Urb. La Ceiba.

Figura 2. Ubicación de IFINORTE.



Fuente: Google maps

Figura 3. Datos de Contacto.

CONTACTO	HORARIO ATENCIÓN	ENLACES DE INTERÉS
<b>Visita la oficina</b> Av 0 2N-21 Urbanización La Ceiba Edificio Andalucía Cúcuta/Norte de Santander Colombia.	Lunes A Viernes <b>Atención al Público</b> 8:00 a.m - 11:30 a.m 2:00 p.m - 5:00 p.m	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Gobernación</li> <li>&gt; Alcaldía en Línea</li> <li>&gt; Colombia Eficiente</li> <li>&gt; Gobierno en Línea</li> <li>&gt; ASOINFIS</li> <li>&gt; Web Anterior ifinorte</li> <li>&gt; Mapa de Sitio</li> </ul>
<b>Teléfonos</b> (607) 594 2652		
<b>Correos</b> ifinorte@finorte.gov.co procesosjudiciales@finorte.gov.co		

Fuente: página web IFINORTE.

	MACROPROCESO MISIONALES		<b>GC-PL-01</b>	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01- 2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 10 de 37	

## 2.2 Entorno competitivo

Nos encontramos en un mercado altamente competitivo, siendo nuestra competencia directa el Banco Agrario. Este Banco es una sociedad de economía mixta de carácter nacional, organizada como una sociedad anónima, sujeta al régimen de empresa industrial y comercial del Estado, vinculada al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

	MACROPROCESO MISIONALES	<b>GC-PL-01</b>	
	<b>PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL</b>	FECHA 28-01- 2025	VERSIÓN 1
	<b>Plan de Mercadeo</b>	Página 11 de 37	

### 3. PORTAFOLIO DE SERVICIOS

IFINORTE es el Instituto de Fomento y Desarrollo Regional que está comprometido con el desarrollo socio económico y cultural del Departamento de Norte de Santander, apoyando a los entes territoriales y entidades públicas a través de Créditos, Convenios y Asesorías en el fortalecimiento de proyecto productivos que permiten la consolidación de nuestros clientes.

Tabla 1. Modalidades de Créditos.

CLASIFICACION	LINEA DE CREDITO
<b>COMERCIAL</b>	FOMENTO
	TESORERÍA
	FACTORING
	CESION DE PAGOS DE DERECHOS ECONÓMICOS
	OPERACIONES ACTIVAS DE MANEJO DE DEUDA PÚBLICA
<b>CONSUMO</b>	LIBRANZA
	EDUCATIVO A INTERMEDIARIOS
	MICROCREDITOS
<b>VIVIENDA</b>	LINEA ESPECIAL DE VIVIENDA (Solo personal de planta)

Fuente: Elaboración propia.

	MACROPROCESO MISIONALES	<b>GC-PL-01</b>	
	<b>PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL</b>	FECHA 28-01- 2025	VERSIÓN 1
	<b>Plan de Mercadeo</b>	Página 12 de 37	

En la actualidad IFINORTE, ofrece un portafolio de servicios con los siguientes productos:

### 3.1 Crédito de Fomento

Nuestros clientes podrán acceder a créditos de fomento destinados a financiar inversiones para la ejecución de proyectos que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad y que estén contemplados en los planes de desarrollo. Con un plazo de hasta 5 años con opción de periodo de gracia.

Tabla 2. Inversión a Financiar.

<b>INVERSION A FINANCIAR</b>
Agua potable y saneamiento básico.
Salud.
Educación.
Fomento agropecuario, forestal y medio ambiente.
Electrificación, alumbrado público.
Vivienda.
Deporte, recreación y cultura.
Plazas de mercado, centros de acopio, plazas de ferias y mataderos.
Planes de ajuste fiscal y financiero.
Espacios públicos.
Maquinaria y equipo automotor.
Formación y actualización catastral.
Estratificación y actualización información SISBEN.
Proyectos para la generación de empleo.
Elaboración de planes de desarrollo y programas institucionales.
Planes de ordenamiento territorial.
Planes de saneamiento (contable, fiscal).
Edificios públicos y equipamiento municipal.

	MACROPROCESO MISIONALES	<b>GC-PL-01</b>	
	<b>PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL</b>	FECHA 28-01- 2025	VERSIÓN 1
	<b>Plan de Mercadeo</b>	Página 13 de 37	

### INVERSION A FINANCIAR

Transporte y desarrollo vial.

Programas de atención a comunidades indígenas, población vulnerable y programas de seguridad alimentaria.

Equipos de telecomunicaciones y cómputo.

Turismo

Compra y/o adquisiciones de terrenos para los sectores anteriormente mencionados.

Fuente: Elaboración propia.

### 3.2 Crédito de tesorería

Es la solución a corto plazo para atender situaciones temporales de liquidez y de funcionamiento de nuestros clientes. Las entidades descentralizadas y entes territoriales podrán acceder de forma ágil y oportuna a este producto sin que el plazo del crédito supere la vigencia fiscal.

Son los empréstitos con destino a los clientes con un plazo comprendido del 1 de enero al 20 de diciembre del año fiscal que se solicita, tiene por objeto proveer de recursos a los clientes del Instituto para solucionar problemas temporales de liquidez.

#### Beneficios

- Facilidad de acceso a los recursos.
- Tasa de interés más baja.
- Exoneración del 4 por mil.
- Acceso a capital de trabajo oportuno.

	MACROPROCESO MISIONALES	<b>GC-PL-01</b>	
	<b>PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL</b>	FECHA 28-01- 2025	VERSIÓN 1
	<b>Plan de Mercadeo</b>	Página 14 de 37	

### 3.3 Cesión de Pagos de Derechos Económicos

La cesión de pago de derechos económicos de contratos de obra pública y consultoría tiene por objeto proveer de recursos a los contratistas de los clientes del Instituto, mediante la cesión de derechos económicos de contratos debidamente legalizados por los clientes de la entidad y autorizados por este. Dichas operaciones se efectuarán en un porcentaje correspondiente hasta el treinta por ciento (30%) del valor total del contrato.

#### Beneficiarios

Son las personas naturales y jurídicas de derecho público y privado, Consorcios o Uniones Temporales, Alianzas Estratégicas o Asociaciones Público-Privadas (APP), que contratan la ejecución de una obra o estudios de proyectos de consultorías a los clientes del Instituto, en los cuales las entidades territoriales, administrativas y sus descentralizadas tengan intereses económicos.

#### Plazo

El plazo máximo establecido para este tipo de créditos corresponde al término de duración del contrato.

#### Cuantía

La cuantía no podrá exceder del treinta por ciento (30%) del valor total del contrato.

### 3.4 Crédito Educativo A Intermediarios Con Experiencia

Mediante contrato y/o convenio, IFINORTE prestará el servicio de colocación de Créditos educativos blandos a través de un operador especializado en esta modalidad, con el objetivo de facilitar el acceso y la permanencia de los bachilleres en la formación profesional, técnica y tecnológica, y de post grados, en los distintos municipios del Departamento Norte de Santander.

	MACROPROCESO MISIONALES	<b>GC-PL-01</b>	
	<b>PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL</b>	FECHA 28-01- 2025	VERSIÓN 1
	<b>Plan de Mercadeo</b>	Página 15 de 37	

### **Beneficiarios**

Ser operador o intermediario, que acredite experiencia mínima de 10 años anteriores a la fecha de solicitud del crédito, en la ejecución de contratos de operación o intermediación financiera en la colocación o administración de recursos públicos y/o privados destinados a educación.

### **Plazo**

El plazo máximo de cuatro (4) años y será contado a partir del primer desembolso.

### **3.5 Crédito De Libranza**

Las líneas de crédito por libranzas están destinadas para libre Inversión, Educación, Salud, Vivienda, Recreación y Turismo.

### **Beneficiarios**

Servidores Públicos, los Entes Territoriales, Empresas Industriales y Comerciales del Estado, Corporación Autónomas Regional, podrán adquirir productos y servicios financieros o bienes y servicios de cualquier naturaleza, acreditados con su salario, pagos u honorarios, siempre que medie autorización expresa de descuento dada al empleador o entidad pagadora, quien en virtud de la suscripción de la libranza o descuento directo otorgada por el asalariado, contratista, estará obligado a girar los recursos y a las políticas comerciales del operador

### **Plazo**

El plazo máximo para las líneas de crédito será de ochenta y cuatro (84) meses.

### **Cuantía**

El monto mínimo a prestar es desde un (1) S.M.M.LV. Hasta la capacidad de pago del solicitante, previa viabilidad financiera y jurídica del comité de crédito.

	MACROPROCESO MISIONALES	<b>GC-PL-01</b>	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL	FECHA 28-01- 2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo	Página 16 de 37	

### 3.6 Crédito De Vivienda Para funcionarios De IFINORTE

#### Beneficiarios

Empleados públicos de IFINORTE, destinadas a la adquisición de vivienda nueva, usada o a la construcción de vivienda individual, Independientemente de la cuantía y amparada con garantía hipotecaria.

#### Plazo

El plazo máximo es de siete (7) años.

#### Cuantía

La cuantía no podrá exceder del setenta por ciento (70%) del inmueble que en ningún caso podrá exceder de 180 S.M.M.LV.

### 3.7 Microcréditos (Estudio y análisis de propuestas para posibles operadores de microcréditos con experiencia).

Acuerdos celebrados entre Entidades de Derecho Público y Privado, que tienen por objeto brindar recursos de Microcrédito a través de operadores especializados; con el fin de fortalecer los planes de Negocios para programas de reconversión socio laboral y de emprendimiento.

#### Beneficios

- Facilidad de acceso a los recursos.
- Las tasas más bajas en el mercado de micro-créditos.
- Seguimientos y acompañamiento empresarial.

	MACROPROCESO MISIONALES	<b>GC-PL-01</b>	
	<b>PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL</b>	FECHA 28-01- 2025	VERSIÓN 1
	<b>Plan de Mercadeo</b>	Página 17 de 37	

- Asistencia técnica. Capacitación.
- Cobertura: Dirigido a microempresario según se define en el artículo 2 de la Ley 590 de 2000

### 3.8 Administración de recursos por convenio

Es el proceso a través del cual nuestros diferentes tipos de clientes celebran un convenio de mandato para la administración de los recursos en un proyecto específico.

- a) Administración de recursos para proyectos especiales: Es un servicio por medio del cual, el instituto realiza la administración de los ingresos y gastos e la ejecución de los proyectos de nuestros clientes; realizando entre otras las siguientes actividades:
  - Administrar los recursos financieros. Realizar veeduría administrativa.
  - Acompañar al cliente en la ejecución del proyecto.
- b) Administración y pagos: Es un servicio por medio del cual, el Instituto administra dineros con una destinación específica, y se compromete a realizar todos los pagos a los proveedores y contratistas.
- c) Recaudo de servicios y venta de estampillas: Con este servicio, el Instituto busca realizar el recaudo de dineros por Servicios Públicos, Venta de Estampillas a través de una cuenta en el sistema financiero; además administra y realiza pagos a contratistas y proveedores.

### 3.9 Administración de recursos

CDT (Certificados de Depósitos a Término)

	MACROPROCESO MISIONALES	<b>GC-PL-01</b>	
	<b>PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL</b>	FECHA 28-01- 2025	VERSIÓN 1
	<b>Plan de Mercadeo</b>	Página 18 de 37	

#### 4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Con el objetivo de ofrecer un excelente servicio a nuestros clientes y dar a conocer a nuestros servicios financieros tanto a los clientes actuales como a los potenciales, se emplean varios canales de distribución:

Área de Mercadeo: Profesionales capacitados y con experiencia en esta área, los cuales realizan un acompañamiento continuo a los municipios y sus entidades descentralizadas,

Oficina de alcaldes: Es un mecanismo de atención personalizada a los clientes, con la cual se propicia un valor agregado, donde se tiene en cuenta sus necesidades, gustos y preferencias particulares, lo que a su vez nos permite que se sientan valorados e importantes, se les facilita computadores, línea telefónica y acceso a internet para facilitar su gestión en la ciudad de San José de Cúcuta.

Correo electrónico, Redes Sociales y medios telefónicos: Es la forma más sencilla de compartir información con nuestros clientes de forma rápida, directa y personalizada.

IFINORTE, única institución en el mercado que maneja recursos públicos para la realización de obras que generan impacto en la región de Norte de Santander.

De esta manera, su enfoque estratégico ha estado orientado a impulsar proyectos para el mejoramiento de la infraestructura vial, servicios públicos, el transporte, y el crecimiento del Departamento. Es así que el Instituto rediseñó su horizonte corporativo para apoyar la ejecución y el cumplimiento de las metas definidas en el Plan de Desarrollo 2024-2027, especialmente, con programas de apoyo a créditos urbanos, rurales y educativos, así como asesoría a los municipios en proyectos de inversión. Adicionalmente, planea realizar un estudio para la reestructuración del negocio, gestionar la venta de activos improductivos y el cumplimiento de las directrices del régimen especial de vigilancia de la Superintendencia Financiera de Colombia.

	MACROPROCESO MISIONALES		GC-PL <sup>16</sup> 01	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01- 2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 19 de 37	

## 5. MATRIZ DOFA

El análisis DOFA se enfoca en los factores internos (fortalezas y debilidades) y los factores externos (oportunidades y amenazas) que dan a la empresa ciertas ventajas y desventajas en la satisfacción de las necesidades de su(s) mercado(s) meta. Estas fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas deben analizarse en relación con los requerimientos del mercado y la competencia.

	MACROPROCESO MISIONALES		GC-PL-01	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01- 2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 20 de 37	

Tabla 3. Matriz DOFA.

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
<b>FACTORES INTERNOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El instituto cuenta con inversiones estratégicamente diversificadas que aseguran la generación de dividendos para su reinversión.</li> <li>- Variedad en la oferta de diferentes líneas de crédito.</li> <li>- Certificación de calidad ISO 9001:2015.</li> <li>- Facilidad para consultar los movimientos de cuenta y extractos mensuales a través del aplicativo SIEPCUSTOMER.</li> <li>- Talento humano idóneo y capacitado en la planta activa del instituto.</li> <li>- Se cuenta con un Plan de Bienestar social.</li> <li>- La entidad cuenta con un manual de funciones actualizado alineado a las necesidades del instituto.</li> <li>- Facilidad en el recaudo de cartera debido a la implementación de los pagos por PSE.</li> <li>- Exoneración del 4x1000.</li> <li>- Única entidad con recursos públicos que ofrece apalancamiento financiero a los Municipios de Norte de Santander.</li> <li>- Tasas de interés bajas y no cobro de comisiones.</li> <li>- Visibilidad de los servicios del Instituto en redes sociales y pagina web.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de recurso humano especializado en las áreas de Sistemas, Jurídica, Mercadeo y de Calidad.</li> <li>- Baja cobertura en municipios lejanos.</li> <li>- Activos improductivos altos.</li> <li>- Cartera morosa que afecta la liquidez del Instituto.</li> </ul>
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<b>FACTORES EXTERNOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inversión social</li> <li>- Creación de nuevas líneas de negocio.</li> <li>- Supervisión por parte de la Superintendencia Financiera de Colombia que abre la posibilidad de ampliar el portafolio a nuevos productos según las necesidades del mercado.</li> <li>- Posibilidades de alianzas estratégicas con las diferentes Secretarías de despacho de la Gobernación de Norte de Santander para el desarrollo de proyectos.</li> <li>- Convenios con fondos internacionales interesados en proyectos de impacto social y económico.</li> <li>- Apertura de nuevas sedes para fortalecer la cobertura en el Departamento.</li> <li>- Mejoramiento en los procesos y estrategias para recuperación de cartera morosa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La competencia (tasas de interés, beneficios y requisitos).</li> <li>- Inseguridad informática.</li> <li>- El no contar con la supervisión de la Superintendencia Financiera para captar más recursos de las instituciones aliadas, limita en el campo de acción de nuevos negocios.</li> <li>- Las entidades financieras de la banca comercial privada, tienen mayor poder financiero lo cual pueden ofrecer mejores tasas y plazos, tanto en colocación, comercialmente tienen mayores elementos para ofertar el servicio financiero.</li> <li>- Hechos que obliguen a cesar las actividades misionales del instituto.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

	MACROPROCESO MISIONALES	<b>GC-PL-01</b>	
	<b>PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL</b>	FECHA 28-01- 2025	VERSIÓN 1
	<b>Plan de Mercadeo</b>	Página 21 de 37	

### 5.1 Estrategias Fortalezas y Oportunidades (Estrategias F/O)

Fortalecer el portafolio de productos financieros mediante alianzas estratégicas.

Fortalecimiento del impacto social y económico a través de alianzas y convenios.

Expansión territorial y mejora de la cobertura en la región.

Optimización de la recuperación de cartera morosa mediante tecnología y nuevos procesos.

### 5.2 Estrategias Debilidades y Oportunidades (Estrategias D/O)

Fortalecimiento del recurso humano a través de programas de capacitación.

Aprovechar la oportunidad de apertura de nuevas sedes para expandir la cobertura a municipios lejanos. Además, implementar soluciones tecnológicas (como plataformas digitales y aplicaciones móviles) para brindar servicios a distancia, facilitando el acceso a los productos financieros en zonas más alejadas.

La creación de una red de atención de virtual y física permitirá mejorar la presencia del Instituto en el territorio.

Reducción de activos improductivos a través de la venta u optimización de su uso.

Mejoramiento de la liquidez a través de la recuperación de cartera morosa.

### 5.3 Estrategias Fortalezas y Amenazas (Estrategias F/A)

Diferenciarse de la competencia mediante beneficios exclusivos.

Reforzar la ciberseguridad y los protocolos de protección de datos de los clientes.

Aprovechar la exclusividad del instituto en el sector público para expandir su alcance.

Promover la transparencia y accesibilidad.

Por medio de convenios y tasa de interés flexible, llegar a las personas que no pueden acceder a créditos con los bancos.

	MACROPROCESO MISIONALES	<b>GC-PL<sup>17</sup>01</b>	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL	FECHA 28-01- 2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo	Página 22 de 37	

#### **5.4 Estrategias Debilidades y Amenazas (Estrategias D/A)**

Implementar programas de capacitación y atraer talento especializado.

Desarrollar modelos de atención digital y alianzas con entidades locales.

Optimizar la gestión de activos, vendiendo o reinvertiendo aquellos improductivos en proyectos rentables.

Implementar estrategias de cobro más flexibles y personalizadas.

#### **5.5 Análisis de Oportunidades y Fortalezas (análisis F/O).**

El Instituto fortalecerá su presencia y alcance en los entes territoriales, organismos descentralizados municipales y regionales, optimizando la colocación de recursos financieros. Esto permitirá ampliar su cobertura en todos los municipios de Norte de Santander, facilitando el acceso a financiamiento para proyectos estratégicos de desarrollo. Con ello, se impulsará el crecimiento económico de la región, se mejorará la calidad de vida de los habitantes y se brindará a los alcaldes herramientas financieras efectivas para cumplir con sus planes de desarrollo de manera eficiente y sostenible.

#### **5.6 Análisis de Debilidades y Amenazas (análisis D/A).**

La institución financiera estudiará para ofrecer las tasas de interés más bajas del mercado para entidades territoriales, Esto permitirá fortalecer la oferta de líneas de crédito a los clientes del Instituto, atendiendo las necesidades de los municipios y demás entidades del departamento y considerando las nuevas posibilidades financieras.

	MACROPROCESO MISIONALES		<b>GC-PL-01</b>	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01- 2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 23 de 37	

## 6. PÚBLICO OBJETIVO

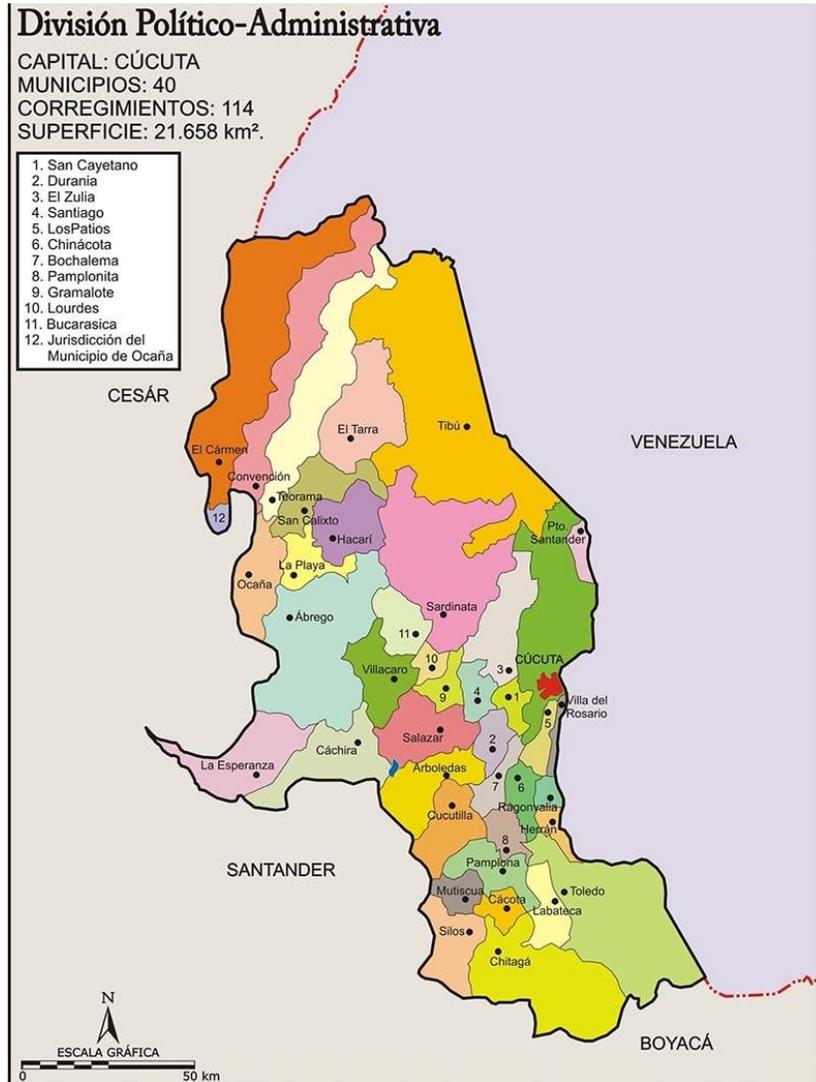
Nuestro público objetivo abarca todos los entes territoriales del departamento Norte de Santander, incluyendo alcaldías y otras entidades administrativas encargadas de la gestión y desarrollo de los municipios.

Asimismo, nos dirigimos a contratistas y proveedores que prestan servicios o suministros a nuestros clientes, garantizando el cumplimiento de normativas. También incluimos asociaciones de municipios y territorios indígenas, que trabajan en la gestión y desarrollo de sus comunidades.

Nuestro público objetivo incluye igualmente a entidades descentralizadas, aquellas con autonomía administrativa y financiera que contribuyen al desarrollo económico y social de la región. Del mismo modo, abarcamos a entidades privadas que manejan recursos públicos, garantizando transparencia y eficiencia en la administración.

Finalmente, también trabajamos con entidades extranjeras, tanto públicas como privadas, que desarrollan una labor social dentro del territorio colombiano, aportando al bienestar de las comunidades y al fortalecimiento de la cooperativa.

Figura 4. Mercado Objetivo.



Fuente: Sociedad Geográfica de Colombia. Atlas de Colombia, IGAC 2002.

	MACROPROCESO MISIONALES	<b>GC-PL-01</b>	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL	FECHA 28-01- 2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo	Página 25 de 37	

## 7. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

**Fortalecimiento del portafolio de servicios:** Diversificar la oferta de productos financieros mediante alianzas con entes del departamento.

**Expansión y Cobertura Regional:** Implementar estrategias de marketing para aumentar la presencia de IFINORTE en municipios lejanos a través de la apertura de nuevas sedes, y el uso de plataformas digitales.

**Diferenciación Competitiva:** Posicionar a IFINORTE como una institución financiera de referencia en el sector público, aliado al fomento y desarrollo regional para generar estabilidad, rentabilidad, progreso al departamento mediante beneficios exclusivos y campañas de fidelización.

**Optimización de la Recuperación de Cartera:** Desarrollar campañas de comunicación y educación financiera que promuevan el pago oportuno y reduzcan la morosidad.

**Desarrollo del Talento Humano:** Capacitar al equipo en estrategias de promoción efectiva de los servicios financieros.

	MACROPROCESO MISIONALES	<b>GC-PL-01</b>	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL	FECHA 28-01- 2025	VERSIÓN 1
	<b>Plan de Mercadeo</b>	Página 26 de 37	

## 8. ESTRATEGIAS DE MERCADEO

### **Alianzas Estratégicas y Responsabilidad Social:**

Inclusión financiera a través convenios para el desarrollo de proyectos comunitarios y educativos.

Estrategias de marketing social para fomentar el impacto positivo de IFINORTE en la región.

### **Fortalecimiento del portafolio de Servicios:**

Campañas publicitarias para dar a conocer los servicios y sus beneficios.

Promoción de productos específicos para sectores agrícolas, culturales y deportivos.

### **Mejora en la Recuperación de Cartera:**

Implementación de estrategias de comunicación dirigidas a clientes con mora.

Uso de herramientas digitales para recordatorios y gestiones automatizadas.

### **Expansión Territorial y Digital:**

Campañas de comunicación sobre la red de atención física y virtual.

Promocionar la página de IFINORTE para la gestión de productos financieros.

	MACROPROCESO MISIONALES	<b>GC-PL-01</b>	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL	FECHA 28-01- 2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo	Página 27 de 37	

## 9. ESTRATEGIAS TÁCTICAS

### Accesibilidad y Cobertura:

Creación de contenido en redes sociales para resolver dudas y mejorar la atención al cliente.

Presencia en ferias y eventos para fortalecer la relación con la comunidad.

**Mejoras en Seguridad y Transparencia:** Creación de boletines informativos en la página web para generar confianza en la gestión de IFINORTE.

**Servicio de asesoría:** Acompañamiento permanente a los entes territoriales y sus entidades descentralizadas, para mejorar la gestión en los asuntos financieros, administrativos y presupuestales, de conformidad con las normas vigentes.

**Oficina de alcaldes:** Espacio donde los mandatarios y sus gabinetes puedan realizar reuniones y planear estrategias con sus homólogos, como valor agregado al acompañamiento de nuestros clientes.

	MACROPROCESO MISIONALES							GC-PL-01	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL							FECHA 28-01- 2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo							Página 28 de 37	

## 10. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 4. Cronograma de Actividades.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES												
ACTIVIDAD	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Implementar estrategias de fidelización con los clientes.												
Mantener actualizados a los clientes con el portafolio de servicios enviando por diferentes medios: físicos y digitales.												
Realizar visitas a entidades, municipios y entes Descentralizados.												
Implementar campañas publicitarias en medios digitales que generen sensibilización sobre la morosidad.												
Promover la imagen de IFINORTE a través de medios digitales y tradicionales de acuerdo a la misionalidad.												

Fuente: elaboración propia.

	MACROPROCESO MISIONALES		<b>GC-PL-01</b>	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01- 2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 29 de 37	

## 11. PRESUPUESTO

El presupuesto financiero es de suma importancia para conocer la situación financiera, la solvencia y la liquidez esperada para el periodo futuro que comprende el presupuesto.

Toda empresa persigue objetivos financieros y sus colaboradores buscaran un rendimiento a su aporte a largo plazo y unos determinados beneficios en el año actual. La gerencia de IFINORTE quiere que cada unidad de negocio proporcione un rendimiento significativo y determinado beneficios mutuos.

Para obtener una rentabilidad que le permita cumplir con:

- El pago de interés correspondiente a los recursos de nuestros clientes.
- Obtener ganancia para su sostenibilidad.
- Producir excedente financiero al cierre de la vigencia.

	MACROPROCESO MISIONALES		<b>GC-PL-01</b>	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01- 2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 30 de 37	

❖ Las metas proyectadas de colocación para el año 2025 son las siguientes:

Tabla 5. Presupuesto.

LINEA	PROYECCIÓN CRÉDITOS 2025	PROYECCIÓN INTERÉS 2025
FOMENTO	10.000.000.000	824.741.492
CESION DE DERECHOS	20.000.000.000	6.644.471.227
TESORERIA	8.000.000.000	82.474.149
LIBRANZA	500.000.000	494.844.895
VIVIENDA	1.500.000.000	164.948.299
<b>TOTAL</b>	<b>40.000.000.000</b>	<b>8.211.480.062</b>

MICROCREDITOS OPERADORES CON EXPERIENCIA	2.500.000.000	89.086.761
---	---------------	------------

<b>TOTALES</b>	PROYECCION DE CREDITOS 2025	PROYECCION INTERESES 2025
	42,500,000,000	8,300,566,823

	MACROPROCESO MISIONALES		<b>GC-PL-01</b>	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01- 2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 31 de 37	

## 12. CONTROL Y SEGUIMIENTO

- Es fundamental establecer medidas de control y verificación para el cumplimiento del plan de mercadeo a través de lo planteado en el cronograma de Actividades, debido a lo anterior se desarrollaron las siguientes pautas:
- Trimestralmente se hará revisión del plan de acción para tener un control constante de todos los ítems y darle cumplimiento a tiempo.
- Trimestralmente se hará un informe de la participación de los municipios con la institución referentes a los distintos créditos que ofrecemos.
- Aplicar encuesta de satisfacción y percepción a cada cliente que nos visita.
- Periódicamente se hará seguimiento de la promoción y divulgación en la publicidad a través de la página web y las redes sociales.

 <p><b>IFINORTE</b> Instituto Financiero para el Desarrollo de Norte de Santander</p>	MACROPROCESO MISIONALES		<b>GC-PL-01</b>	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01- 2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 32 de 37	

Tabla 6. Registro de Visitas.

 <p><b>IFINORTE</b> Instituto Financiero para el Desarrollo de Norte de Santander</p>	MACROPROCESO MISIONAL		MPM-GEC-MAC-F4	
	PROCESO: GESTION COMERCIAL		FECHA: 9-06-2023	VERSIÓN: 5
	MERCADERO Y ADMINISTRACION DE CLIENTES - REGISTRO DE VISITAS		PÁGINA 1 DE 1	
		No Ficha:		
FECHA:				
ENTIDAD:				
ASESOR:				
<b>DATOS DEL CLIENTE</b>				
CONTACTO:				
CARGO:				
TELEFONO/CELULAR:				
CAPACIDAD DE DECISION:				
SUPERIOR INMEDIATO:				
<b>INFORMACION DE LA ENTREVISTA</b>				
DURACION:				
MEDIO DE CONTACTO:				
COMPROMISOS ADQUIRIDOS:				
OBSERVACIONES:				
<b>INFORMACION COMERCIAL:</b>				
PRODUCTOS / SERVICIOS	GRADO DE INTERES			OBSERVACIONES
	ALTO	MEDIO	BAJO	
En Constancia firma: _____				

Fuente: Elaboración Ifinorte.







	MACROPROCESO MISIONALES		GC-PL-01	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01- 2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 36 de 37	

Ilustración 2. Encuesta de Percepción.

## Autorización de Datos Personales:

Por medio de los datos consignados autorizo de manera libre, previa, voluntaria, inequívoca y debidamente informado, y siendo verídica dicha información al Instituto Financiero para el Desarrollo del Departamento Norte de Santander "IFINORTE", para el manejo (recolección, recaudo, almacenamiento, uso, circulación, supresión, procesamiento, compilación, intercambio, tratamiento, actualización y disposición) y alimentación del banco de datos, o en repositorios electrónicos de todo tipo con que cuenta el Instituto Financiero para el Desarrollo del Departamento Norte de Santander "IFINORTE". Esta información será utilizada en mi beneficio para:

- a) Actividades de operación y registro.
- b) Atender o formalizar cualquier tipo de trámite, producto o servicio que usted solicite o requiera.
- c) Realizar encuestas, estadísticas, invitaciones o convocatorias por parte del al Instituto Financiero para el Desarrollo del Departamento Norte de Santander "IFINORTE".

Soy informado que se protegerán mis datos personales aquí suministrados, en cumplimiento de lo establecido en la Ley 1581 de 2012 y en el Decreto 1377 de 2013.

Fuente: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScXqjqd8zRuME6rcjGTimXrPmU3m1Fx2Yhdw0zKAeLK1k13GA/viewform>

 <p><b>IFINORTE</b> Instituto Financiero para el Desarrollo de Norte de Santander</p>	MACROPROCESO MISIONALES	<b>GC-PL-01</b>	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL	FECHA 28-01- 2025	VERSIÓN 1
	<b>Plan de Mercadeo</b>	Página 37 de 37	

Tabla 10. Formato de seguimiento a las estrategias de mercadeo y publicidad.

 <p><b>IFINORTE</b> Instituto Financiero para el Desarrollo de Norte de Santander</p>	MACROPROCESO MISIONAL	MPM-GEC-MAC-F1	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL	FECHA 09-06-2023	VERSIÓN 5
	MERCADEO Y ADMINISTRACIÓN DE CLIENTES SEGUIMIENTO A LA ESTRATEGIA DE MERCADEO Y PUBLICIDAD	Página 1 de 1	

<b>1. DEFINICION DE LA CAMPAÑA:</b>
<b>FECHA REALIZACIÓN:</b>
<b>2. ESTRUCTURACIÓN GENERAL</b>
<b>2.1 OBJETIVO:</b>
<b>2.2 MERCADO OBJETO:</b>
<b>2.3 ESTRATEGIAS:</b>
<b>2.4 PUBLICIDAD:</b>
<b>2.5 RECURSOS:</b>
<b>2.6 RESULTADO ESPERADO</b>
<b>FUE EFICAZ: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> NECESARIO ACCIONES: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></b>

Fuente: Elaboración Ifinorte