



**Gobernación
de Norte de
Santander**

Plan de Mercadeo

IFINORTE 2026

www.ifinorte.gov.co




TABLA DE CONTENIDO

Instituto Financiero para el Desarrollo del Departamento Norte de Santander


1. ANÁLISIS SITUACIONAL	5
1.1 Entorno general.....	6
2. POLÍTICAS DE CALIDAD	8
2.1 Entorno sectorial	8
2.2 Entorno competitivo	9
3. PORTAFOLIO DE SERVICIOS.....	9
3.1 Crédito de Fomento	11
3.2 Crédito de tesorería	12
3.3 Cesión de Pagos de Derechos Económicos	12
3.4 Crédito Educativo A Intermediarios Con Experiencia	13
3.5 Crédito De Libranza	14
3.6 Crédito De Vivienda Para funcionarios De IFINORTE	14
3.7 Microcréditos.....	15
3.8 Administración de recursos por convenio	15
3.9 Administración de recursos	15
4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	15
5. MATRIZ DOFA.....	16
5.1 Estrategias Fortalezas y Oportunidades (Estrategias F/O).....	17
5.2 Estrategias Debilidades y Oportunidades (Estrategias D/O).....	18
5.3 Estrategias Fortalezas y Amenazas (Estrategias F/A).....	18
5.4 Estrategias Debilidades y Amenazas (Estrategias D/A).....	18
5.5 Análisis de Oportunidades y Fortalezas (análisis F/O).	19

5.6 Análisis de Debilidades y Amenazas (análisis D/A).....	19
6. PÚBLICO OBJETIVO	20
7. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	22
8. ESTRATEGIAS DE MERCADEO	22
9. ESTRATEGIAS TÁCTICAS.....	23
10. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	23
11. PRESUPUESTO	¡Error! Marcador no definido.
12. CONTROL Y SEGUIMIENTO	25

	MACROPROCESO MISIONALES		GC-PL-01	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01-2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 4 de 26	

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Modalidades de Créditos.	9
Tabla 2. Inversión a Financiar.	11
Tabla 3. Matriz DOFA.	17
Tabla 4. Cronograma de Actividades.	24
Tabla 5. Presupuesto.	25
Tabla 6. Registro de Visitas.	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 7. Cronograma de visitas.	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 8. Cronograma de actividades.	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 9. Formato de Relación de créditos.	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 10. Formato de seguimiento a las estrategias de mercadeo y publicidad.	¡Error! Marcador no definido.

	MACROPROCESO MISIONALES		GC-PL-01	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01-2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 5 de 26	


LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Componentes Planeación Estratégica.	7
Figura 2. Ubicación.	8
Figura 3. Datos de Contacto.	9
Figura 4. Mercado Objetivo.	21

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Encuestas de Diagnóstico y Evaluación.	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 2. Encuesta de Percepción.	¡Error! Marcador no definido.

1. ANÁLISIS SITUACIONAL

	MACROPROCESO MISIONALES		GC-PL-01	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01-2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 6 de 26	

1.1 Entorno general

vigilancia de la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC).

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





	MACROPROCESO MISIONALES		GC-PL-01	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01-2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 7 de 26	

Figura 1. Componentes Planeación Estratégica.



Fuente: Elaboración Propia

	MACROPROCESO MISIONALES		GC-PL-01	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01-2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 8 de 26	

2. POLÍTICAS DE CALIDAD

En IFINORTE estamos comprometidos en generar desarrollo económico y social en el departamento de Norte de Santander, mediante la prestación eficiente, transparente y oportuna de servicios financieros y la gestión integral de proyectos que impulsen el progreso regional.

Orientamos nuestras acciones hacia la satisfacción de las necesidades de nuestros usuarios, aliados y partes interesadas, promoviendo una cultura interinstitucional basada en la mejora continua, la minimización de riesgos, la transparencia y la eficiencia, siguiendo los lineamientos del MIPG, asegurando la optimización de los recursos públicos y el fortalecimiento de la confianza ciudadana en nuestra gestión.

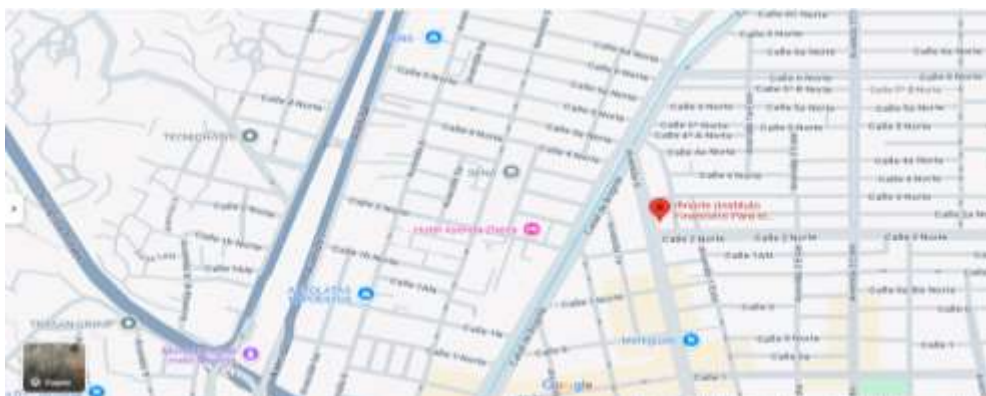
2.1 ENTORNO SECTORIAL

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.

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

Figura 2. Ubicación de IFINORTE.



Fuente: Google maps


	MACROPROCESO MISIONALES		GC-PL-01	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01-2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 9 de 26	

Figura 3. Datos de Contacto.



Fuente: página web IFINORTE.


2.2 ENTORNO COMPETITIVO

Nos encontramos en un mercado altamente competitivo, siendo nuestra competencia directa Findeter, Finagro y Bancóldex, son entidades de Banca pública, que promueven e impulsan el desarrollo, ofreciendo servicios financieros con condiciones favorables a las políticas públicas, apoyando el desarrollo de las regiones a bajo costo.

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 proyectos productivos que permiten la consolidación de nuestros clientes.


Tabla 1. Modalidades de Créditos.

	MACROPROCESO MISIONALES		GC-PL-01	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01-2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 10 de 26	

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

Fuente: Elaboración propia

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

	MACROPROCESO MISIONALES		GC-PL-01	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01-2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 11 de 26	

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.

INVERSION A FINANCIAR
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		GC-PL-01	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01-2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 12 de 26	

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.

Fuente: Elaboración propia.

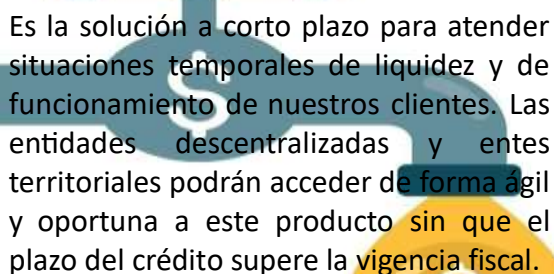
Compra y/o adquisiciones de terrenos para los sectores anteriormente mencionados.

3.2 CRÉDITO DE TESORERÍA

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.




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.

3.3 CESIÓN DE PAGOS DE DERECHOS ECONÓMICOS

La cesión de pago de derechos económicos de contratos de obra pública, interventoría,

suministros, prestación de servicios 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

	MACROPROCESO MISIONALES		GC-PL-01	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01-2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 13 de 26	

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.

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.

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.



3.4 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

	MACROPROCESO MISIONALES		GC-PL-01	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01-2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 14 de 26	

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.

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.



	MACROPROCESO MISIONALES		GC-PL-01	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01-2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 15 de 26	

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.

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

Beneficio

- Facilidad de acceso a los recursos.
- Las tasas más bajas en el mercado de microcréditos.
- Seguimientos y acompañamiento empresarial.
- Asistencia técnica. Capacitación.
- Cobertura: Dirigido a microempresario según se define en el artículo 2 de la Ley 590 de 20


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)

4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

	MACROPROCESO MISIONALES		GC-PL ¹⁶¹	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01-2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 16 de 26	

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,

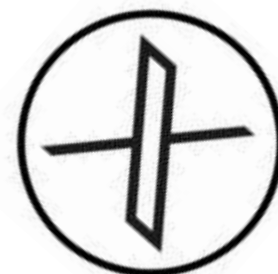
Oficina de alcaldes: Es un mecanismo de atención personalizada a los clientes, con la cual se propicia un valor agregado, donde se tiene en cuenta sus necesidades, gustos y preferencias particulares, lo que a su vez nos permite que se sientan valorados e importantes, se les facilita computadores, línea

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.



5. MATRIZ DOFA


	MACROPROCESO MISIONALES		GC-PL-01	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01-2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 17 de 26	

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,

Tabla 3. Matriz DOFA.

FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> Naturaleza institucional pública, lo que genera confianza y respaldo gubernamental para el apalancamiento financiero de los municipios de Norte de Santander. El instituto cuenta con inversiones estratégicamente diversificadas que aseguran la generación de dividendos para su reinversión. Certificación de calidad ISO 9001:2015. Apoyo técnico y financiero para la generación de proyectos que fomenten desarrollo en los municipios de Norte de Santander. Talento humano idóneo en la planta activa del instituto. Capacidad para ofrecer condiciones diferenciadas frente a la banca privada como tasas de interés bajas, no cobro de comisiones y exoneración del 4x1000. 	<ul style="list-style-type: none"> Limitada cobertura física en municipios lejanos. Activos improductivos altos. Cartera morosa que afecta la liquidez del Instituto. Portafolio de productos menos diversificados respecto al sistema financiero tradicional.
FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none"> 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. Proyecto de Ley 195 de 2024, que busca establecer un régimen especial para los Institutos de Fomento y Desarrollo Territorial. Posibilidad de alianzas estratégicas con las diferentes Secretarías de despacho de la Gobernación de Norte de Santander para el desarrollo de proyectos. Convenios con fondos internacionales interesados en proyectos de impacto social y económico. Plan de Desarrollo Departamental con enfoque hacia una infraestructura para la competitividad en los municipios de Norte de Santander. 	<ul style="list-style-type: none"> La competencia agresiva (tasas de interés, beneficios y requisitos) de entidades financieras privadas. Inseguridad informática. 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. Hechos que obliguen a cesar las actividades misionales del instituto.

5.1 ESTRATEGIAS FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES (ESTRATEGIAS F/O)

	MACROPROCESO MISIONALES		GC-PL-01	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01-2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 18 de 26	

- ✓ 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.



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.

	MACROPROCESO MISIONALES		GC-PL-01 ¹⁷	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01-2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 19 de 26	

- ✓ Implementar estrategias de cobro más flexibles y personalizadas.

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.


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,

	MACROPROCESO MISIONALES		GC-PL-01	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01-2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 20 de 26	

6. PÚBLICO OBJETIVO

Nuestro público objetivo abarca todos los 40 Municipios y sus entidades descentralizadas del departamento Norte de Santander.

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.

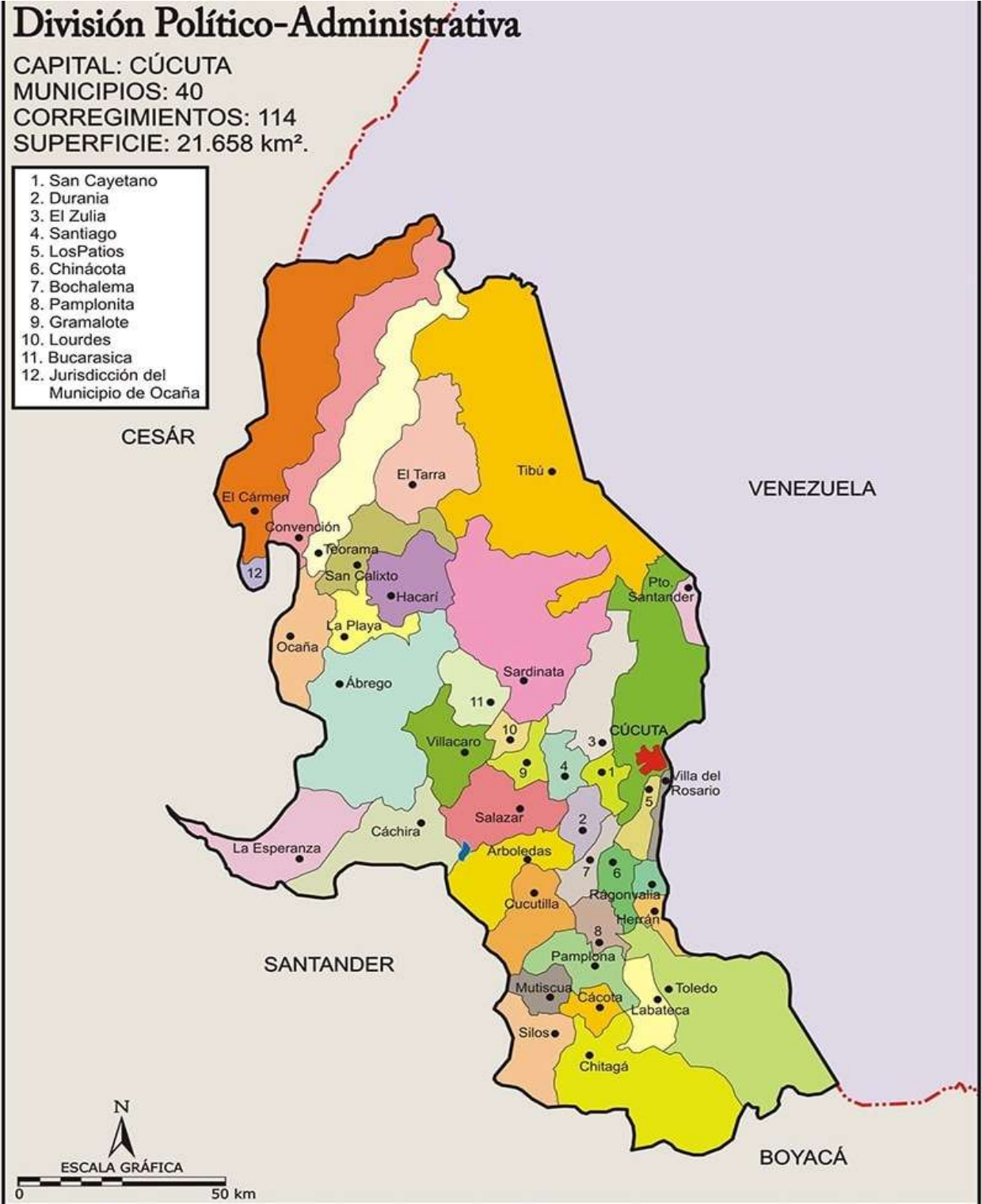
Nuestro público objetivo incluye igualmente a entidades descentralizadas, aquellas con autonomía administrativa y financiera que contribuyen al desarrollo económico y social de la región. Del mismo modo, abarcamos a entidades privadas que manejan recursos públicos, garantizando transparencia y eficiencia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




Finalmente, también trabajamos con entidades extranjeras, tanto públicas como privadas, que desarrollan una labor social dentro del territorio colombiano, aportando 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		GC-PL-01	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01-2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 22 de 26	

7. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Fortalecimiento de los servicios: Optimizar la colocación de créditos a través del fortalecimiento de los Servicios Financieros y de la Imagen Institucional.

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.

8. ESTRATEGIAS DE MERCADEO

Expansión Territorial y Digital: Realizar de manera mensual pautas publicitarias por emisoras de radio, adicional redes sociales (facebook, Instagram, tik tok y X).


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

Alianzas Estratégicas y Responsabilidad Social:

Realizar visitas constantes para incrementar el conocimiento de IFINORTE a contratistas de obra pública y suministro; en la cámara de comercio, oficina de alcaldes (oficina de faro del Catatumbo donde podamos tener visibilidad por medio de pendones, flyer, esta gestión será programada una vez por mes en cada entidad.

Participación constante en eventos sociales que realice la gobernación (secretarías-alcaldías) para así poder aumentar el conocimiento de la entidad a los usuarios.

Realizar Alianzas con las secretarías (mujer, consejería, Desarrollo social etc)

	MACROPROCESO MISIONALES		GC-PL-01	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01-2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 23 de 26	

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.

10. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES



	MACROPROCESO MISIONALES		GC-PL-01	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01-2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 24 de 26	

Tabla 4. Cronograma de Actividades.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																																																			
No.	ACTIVIDAD	Comet	MESES																																				TOTAL												
			Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiemb.					Octubre				Noviemb.				Diciemb.			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		1	2	3	4								
1.	Implementación de estrategias de publicidad digital del portafolio de servicios, articuladas con la gestión del área comercial.	PL						X	X	X	X	X	X	X																																					
		EJ																																																	
2.	Actualización y verificación de la información contenida en la base de datos para garantizar su exactitud y vigencia.	PL		X					X				X			X			X			X			X			X			X				X																
		EJ																																																	
3.	Despliegue de estrategias publicitarias presenciales en entidades, enfocadas en la promoción del portafolio de servicios.	PL								X			X			X			X			X			X			X			X				X																
		EJ																																																	
4.	Desarrollo de estrategias y campañas enfocadas en la recuperación efectiva de cartera	PL								X			X			X			X			X			X			X			X				X																
		EJ																																																	
5.	Difusión del portafolio de servicios a los clientes, por medio de estrategias de comunicación en canales físicos y digitales.	PL							X	X					X			X			X			X			X			X			X				X														
		EJ																																																	
6.	Visitas institucionales a alcaldías y a la Gobernación.	PL							X			X			X			X			X			X			X			X			X				X														
		EJ																																																	
7.	Programación y ejecución de visitas institucionales a entes descentralizados para fortalecer la gestión y articulación interinstitucional.	PL								X			X			X			X			X			X			X			X			X				X													
		EJ																																																	
8.	Elaboración y gestión de materiales de apoyo para la difusión del portafolio de servicios (flyers, pendones, inflables, entre otros).	PL						X	X	X	X																																								
		EJ																																																	
9.	Redacción de reportes de visitas para el control y seguimiento de la gestión.	PL						X	X			X	X		X	X		X	X		X	X		X	X		X	X		X	X		X	X		X	X														
		EJ																																																	

Fuente: elaboración propia.

❖ Las metas proyectadas de colocación para el año 2026 son

	MACROPROCESO MISIONALES		GC-PL-01	
	PROCESO: GESTIÓN COMERCIAL		FECHA 28-01-2025	VERSIÓN 1
	Plan de Mercadeo		Página 25 de 26	

las siguientes:

Tabla 5. Presupuesto.


LÍNEA	PROYECCIÓN CRÉDITOS 2026	PROYECCIÓN INTERÉS 2026
FOMENTO	15.000.000.000	4.439.791.304
CESION DE DERECHOS	27.000.000.000	4.095.444.341
TESORERIA	2.000.000.000	200.000.000
LIBRANZA	500.000.000	349.382.659
VIVIENDA	1.000.000.000	171.160.999
TOTAL	45.500.000.000	9.255.779.303

MICROCREDITOS OPERADORES CON EXPERIENCIA	2.500.000.000	156.317563
--	---------------	------------

TOTALES	PROYECCION CREDITOS 2026	PROYECCION INTERES 2026
	\$ 48.000.000.00	\$ 9.412.098.866

12. CONTROL Y SEGUIMIENTO

- Es fundamental establecer medidas de control y verificación para el cumplimiento

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

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.