

DOCUMENTO TÉCNICO

PROYECTO:

**IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA FORTALECER EL
POSICIONAMIENTO CORPORATIVO DE INFIVALLE COMO BANCA DE
DESARROLLO COMPETITIVA Y SOCIALMENTE RESPONSABLE EN VALLE DEL
CAUCA, CHOCÓ, CAUCA, NARIÑO**

**GOBERNACIÓN DEL VALLE DEL CAUCA
INSTITUTO FINANCIERO PARA EL DESARROLLO DEL VALLE DEL CAUCA
INFIVALLE**

SANTIAGO DE CALI, 2023

TABLA DE CONTENIDO

CONTRIBUCIÓN AL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO	3
CONTRIBUCIÓN CON EL PLAN DE DESARROLLO DEPARTAMENTAL	3
VIGENCIA DE EJECUCION DEL PROYECTO	5
PROBLEMA O NECESIDAD	5
ANTECEDENTES	9
JUSTIFICACIÓN	12
7. OBJETIVO DEL PROYECTO	18
7.1 Objetivo General	18
7.2 Objetivos específicos	18
8. POBLACION AFECTADA Y OBJETIVO	19
a. Población Afectada	19
b. Población Objetivo beneficiada por el proyecto	19
9. ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN	20
10. PRODUCTO Y COMPONENTES DE LA INVERSIÓN	23
a. Indicadores de producto	23
11. PRESUPUESTO GENERAL Y DETALLADO	25
12. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	26
13. FUENTES DE FINANCIACION	27
14. PLANO DE LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	27
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA DEL PROYECTO	27
15. MARCO LEGAL	28
16.BIBLIOGRAFIA	29

NOMBRE DEL PROYECTO: IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA FORTALECER EL POSICIONAMIENTO CORPORATIVO DE INFIVALLE COMO BANCA DE DESARROLLO COMPETITIVA Y SOCIALMENTE RESPONSABLE EN VALLE DEL CAUCA, CHOCÓ, CAUCA, NARIÑO

ENTIDAD RESPONSABLE: Instituto Financiero Para el Desarrollo del Valle del Cauca – INFIVALLE, establecimiento público del orden departamental.

CONTRIBUCIÓN AL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO

- Plan: (2018-2022) Pacto por Colombia, pacto por la equidad
- Estrategia Transversal: XV II. Pacto por el emprendimiento, la formalización y la productividad: una economía dinámica, incluyente y sostenible que potencie todos nuestros talentos
- Línea: 1. Entorno para crecer: formalización, emprendimiento y dinamización empresarial.
- Programa: 3502 – Productividad y competitividad de las empresas Colombianas.

CONTRIBUCIÓN CON EL PLAN DE DESARROLLO DEPARTAMENTAL

El Instituto Financiero para el desarrollo del Valle del Cauca - INFIVALLE, se vincula al Plan de Desarrollo Departamental 2020-2023 “*Valle Invencible*” con una (1) meta resultado y dos (2) metas producto, las cuales hacen parte de la línea estratégica No. 5, así:

Línea Estratégica 5: Gestión Territorial Compartida para una Buena Gobernanza.
Línea de Acción: Administración y Finanzas
Programa: Hacienda Pública Saludable
Subprograma: Banco de Desarrollo

Meta Resultado: Capitalizar en 500.000 millones de pesos a entes territoriales para el desarrollo de la Región Pacífico durante el período de gobierno.

Metas Producto:

1. Gestionar 4 proyectos de inversión pública en la región Pacífico durante el período de gobierno
2. Desembolsar 500.000 millones de pesos en la región Pacífico durante el período de gobierno

Además, estas metas contribuyen a cumplir el Objetivo de Desarrollo Sostenible - ODS- No. 8, relacionado con promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.

CONTRIBUCION PLAN ESTRATEGICO INSTITUCIONAL INFIVALLE

En articulación con el Plan de Desarrollo Departamental 2020 “Valle Invencible” el Instituto formuló su plan estratégico institucional PEI 2020-2023 denominado “INFIVALLE 50 AÑOS INVENCIBLE”, soportado en 2 líneas estratégicas:

i) Crecimiento Región

El objetivo de la primera línea “Crecimiento Región”, es que INFIVALLE al 2023 acreciente su presencia en el mercado y aumente su patrimonio con una oferta innovadora en lo que respecta a la intermediación financiera como también en la gestión y financiación de proyectos de inversión pública para el desarrollo no solo del Valle del Cauca, sino de la Región Pacífico Colombiana RPC, apoyado en alianzas estratégicas, asociaciones público privadas APP y cooperación internacional.

ii) Fortalecimiento Institucional

La segunda línea “Fortalecimiento Institucional” tiene por objetivo que al 2023 INFIVALLE incremente su capacidad institucional y se proyecte a nivel regional y nacional, a través de la modernización de su estructura tecnológica, organizacional y la renovación de su portafolio de productos financieros.

El presente proyecto se formula para coadyuvar en el cumplimiento de dichas metas, las cuales están directamente relacionadas con la actividad misional del Instituto.

VIGENCIA DE EJECUCION DEL PROYECTO

El proyecto será ejecutado en la vigencia 2023.

PROBLEMA O NECESIDAD

a. Descripción del problema

La problemática central que se ha identificado corresponde al bajo posicionamiento del Instituto Financiero para el Desarrollo del Valle del Cauca, en los municipios de Choco, Cauca y Nariño, lo que afecta su participación en el mercado de los mencionados Departamentos de la Región Pacífico, pese a los buenos resultados financieros obtenidos mediante la prestación de servicios financieros y la gestión integral de Proyectos en el Valle del Cauca que es la zona donde ha venido desarrollando sus actividades misionales, desde el año 1971, cumpliendo una permanencia de 52 años en el Valle del Cauca considerándose que su posición en este segmento del mercado tiene una madurez y solides; mientras que el plan de expansión para los nuevos mercados (Cauca, Nariño y Chocó) se inició en 2018 y aún se encuentra en desarrollo o introducción por lo que no se alcanza la cobertura esperada por la cantidad de municipios a impactar.

Otro factor que incide en el bajo posicionamiento y reconocimiento de la marca de INFIVALLE es que han sido discontinuas las actividades de marketing realizadas, pues por la limitación de recursos se ha optado por una estrategia de intensidad, que permite alta visibilidad de la marca en un espacio de tiempo determinado, pero esta se va diluyendo en los espacios de tiempo donde no se expone la marca con la misma intensidad.

También es necesario mencionar que para aprovechar las oportunidades de negocio que se pueden originar con los recursos de inversión que realizará en gobierno nacional en la región Pacífico, dado que INFIVALLE es el Infi que está en dicha zona de influencia, es fundamental mejorar el posicionamiento y reconocimiento institucional con la actualización del plan de marketing para la vigencia 2023.

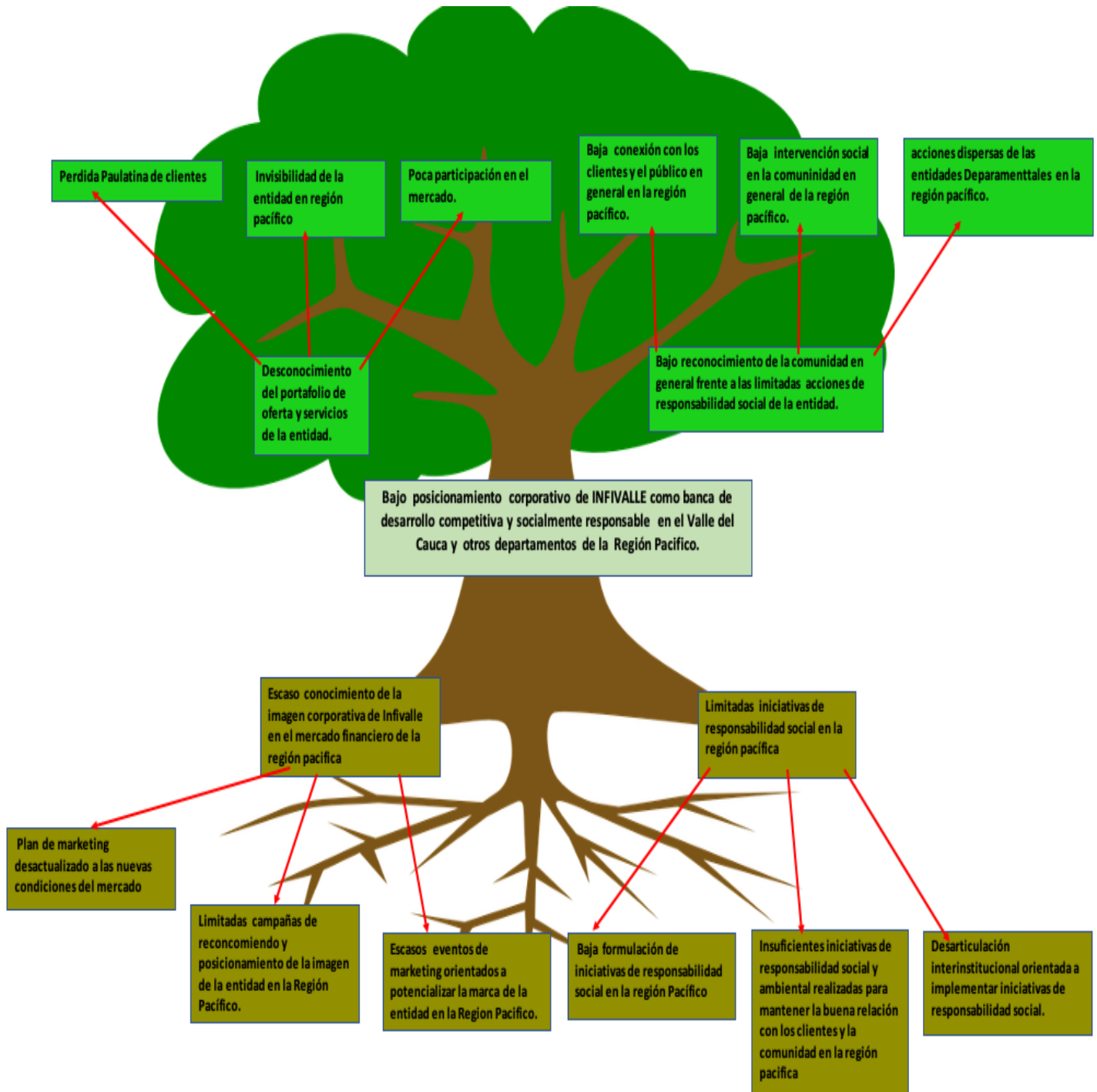
Lo anterior implica realizar campañas y un mayor número de eventos que impulsen la marca de manera que se vaya ganando un espacio de reconocimiento para que dichos mandatarios identifiquen que el Instituto es su aliado para llevar a cabo los programas de gobierno a través de los futuros planes de desarrollo y que es una entidad segura, eficiente, con respaldo y con responsabilidad social empresarial RSE en beneficio de los territorios y las comunidades.

Por otra parte, en el marco de realización de este proyecto se considera necesario que se aprovechen las acciones que de manera inherente realiza INFIVALLE en materia de responsabilidad social empresarial para divulgarlas y fortalecer el posicionamiento institucional e imagen de la marca. Como también formular y ejecutar nuevas líneas de intervención en responsabilidad social y ambiental y realizar una articulación interinstitucional aunando esfuerzos que generen un impacto positivo en el desarrollo de las economías locales de los territorios y en las comunidades en las que INFIVALLE participa por los beneficios que estas acciones tienen para la sociedad y por la

favorabilidad para que gana la marca ante la opinión pública e incluso como una forma de apertura a otros mercados.

Es por ello que se considera fundamental continuar invirtiendo, ampliando y extendiendo las actividades de marketing y las iniciativas de responsabilidad social en los departamentos de la Región Pacífico colombiana, para lograr un mayor posicionamiento en el Valle del Cauca lo que en el mediano plazo representaría una mejor participación de mercado en el Valle del Cauca, así como incrementar las estrategias para ganar reconocimiento en los departamentos circunvecinos posibilitando a futuro oportunidades de negocios que faciliten avanzar en la apertura de nuevos mercados y obtener paulatinamente una mayor cobertura

b. Árbol de problemas



c. Magnitud del problema

Existe un bajo posicionamiento corporativo de INFIVALLE como banca de desarrollo competitiva y socialmente responsable en el Valle del Cauca y otros departamentos de la Región Pacífico, denotado en la baja participación del Instituto que equivale a 5,12% para la deuda pública adquirida por los municipios del Valle del Cauca y del 6.01% referentes al ahorro público este mismo mercado (fuente propia, INFIVALLE, informe de avance 2022 PEI)

ANTECEDENTES

INFIVALLE es un establecimiento público de carácter departamental, descentralizado, con autonomía administrativa, presupuestal y con patrimonio independiente.

Su misión consiste en *“Fomentar el desarrollo sostenible, la innovación y la calidad de vida de las comunidades, por medio de la prestación de servicios financieros rentables, la gestión integral de proyectos y servicios de capacitación, asesoría y asistencia técnica para los diversos niveles de la Administración pública o privada en sus planes de desarrollo, programas o proyectos de inversión pública”*.

Para su sostenimiento genera sus propios ingresos a partir de la venta de su portafolio de servicios, relacionados con la intermediación financiera y la gestión integral de proyectos.

Para la comercialización de su portafolio de servicios INFIVALLE ha implementado estrategias de marketing, las cuales han permitido dar a conocer su portafolio y crear oportunidades de negocio que se concretan con la venta de los productos, posibilitando el cumplimiento de las metas a nivel institucional y financiera, generando nuevos ingresos, asegurando la sostenibilidad del Instituto en el mediano y largo plazo.

Desde el año 2018 y en concordancia con el objetivo de crecimiento institucional relacionado con ampliar la cobertura de INFIVALLE a toda la Región Pacífico, se han realizado inversiones en marketing, las cuales han permitido ganar extensión de sus servicios y reconocimiento de marca departamentos distintos al Valle, especialmente en Cauca, Chocó y Nariño.

En lo que respecta a manejo de la marca y posicionamiento, con base en la aplicación de diferentes métodos y modelos como son: Canvas, Pestel, Canvas + Pestel, cadena de valor, Matiz Tows, definición de amenazas y oportunidad, Oceano azul, en vigencias anteriores se estructuró un Plan de Marketing a 3 años para continuar con las estrategias de promoción, publicidad y mercadeo que permitieran fortalecer el posicionamiento de la marca INFIVALLE dentro del marco de los 50 años y avanzar en la expansión de los servicios en la Región Pacífico (Valle – Cauca – Nariño – Choco); identificando factores claves donde INFIVALLE se debe enfocar desde el aspecto de marketing para lograr ingresar con las mínimas barreras en dichos mercados.

En la vigencia 2022 se avanzó con la ejecución de dicho Plan manteniendo el objetivo de aumentar el reconocimiento de la marca INFIVALLE por parte de clientes activos y potenciales y principalmente de la ciudadanía, aprovechando el despliegue de las actividades de marketing iniciadas en la vigencia 2021 con el aniversario 50 años y afianzando su posicionamiento como banca pública de fomento de la región en el 2022.

Además de lo mencionado, la divulgación de los buenos resultados de la gestión como son el récord en cifras de colocación, las líneas de crédito especial por pandemia, la línea de crédito de tasa compensada, y otros logros como la calificación de riesgo triple AAA, la Certificación de Calidad bajo la norma ISO 9001-2015 y la vigilancia especial por parte de la Superfinanciera de Colombia, también han sido un factor determinante para el prestigio o Good Will que ha acuñado INFIVALLE.

Es de destacar que, en aspectos de buen nombre que mejoran la percepción de los clientes frente al Instituto, fue significativo el despliegue dado a la obtención de dos premios recibidos por INFIVALLE en el 2022 que permitieron ampliar su reconocimiento por parte de clientes y de ciudadanía. El primero, recibido en el marco de la 52ª Asamblea General de la Asociación Latinoamericana de Instituciones Financieras para el Desarrollo, Premio “ALIDE 2022” a las mejores prácticas entre las instituciones financieras de desarrollo, en la categoría de “Información, Asistencia Técnica y Responsabilidad Social” por la ejecución de la Estrategia de Desarrollo Económico Local en el Norte del Valle del Cauca. El segundo, es el Premio Nacional Alta Gerencia obtenido en la categoría “Ecuación de la Equidad” temática de Emprendimiento, por la experiencia Rutas para la Paz.

De cara a los objetivos estratégicos establecidos, INFIVALLE debe continuar invirtiendo en ser reconocido en la Región Pacífico, a través de la ampliación de las actividades de marketing masivo y/o directo en el Valle del Cauca y la réplica de algunas de estas a los departamentos de Cauca, Nariño y/o Choco, posibilitando el avance en la estrategia de expansión de cobertura.

El posicionamiento, en su concepto ha evolucionado pasando de ser más que solo el lugar de la marca en la mente de los clientes, a lograr que además se identifiquen sus atributos, en qué se diferencia de productos similares y qué solución aporta al cliente. Es por ello que hoy día, en temas de posicionamiento cobra importancia un nuevo enfoque, derivado del hacer cultural y pensar de las nuevas generaciones que es: *las marcas deben tener un propósito, representar valores que conlleven algún impacto positivo y que no se limiten a cumplir con un objetivo comercial*. Según un estudio de Accenture, 64% de los consumidores ven más atractivas las marcas que comunican un propósito y 52% prefieren comprar marcas que representen algo más grande que los productos y servicios que

venden.¹ Así mismo se debe adaptar al entorno digital, es decir entre mejor se esté ubicado en el mundo web, mejor estará posicionado el negocio en general.

Varios referentes teóricos sobre posicionamiento establecen que un adecuado posicionamiento representa para las empresas: ventas continuas, debido a que la oferta comercial siempre está en la mente del consumidor; mayor reconocimiento y visibilidad de marca; credibilidad y mejor imagen ante el mercado.

De igual manera, establecen una diferencia entre posicionamiento y reconocimiento de la marca, siendo el posicionamiento un concepto integral, que se relaciona con el nivel de ventas, la cuota de mercado, la frecuencia de uso de los productos o servicios, la valoración positiva de los usuarios y la solidez y el liderazgo en general. Por su parte, el reconocimiento de la marca, es decir, qué tan conocida es por los clientes / consumidores y qué tanto saben de la misma, o también conocido como el Brand Awareness (conocimiento de la marca) es una de las aristas del posicionamiento.²

JUSTIFICACIÓN

En la presente vigencia (2023) se debe dar continuidad a la implementación del plan de marketing, sin embargo, es necesario fortalecer algunos de sus aspectos, teniendo en cuenta que es el período de cierre de las administraciones municipales y departamentales, y a la vez es la elección de nuevas autoridades locales a quienes se debe exponer con antelación y suficiencia la oferta de servicios de INFIVALLE.

Es decir, se deben implementar estrategias de marketing con impacto a largo plazo que permitan dar a conocer qué es el Instituto, cuáles son sus ventajas comparativas y competitivas y presentar la oferta integrada de servicios que tiene, de manera que se vaya

¹ <https://revistaempresarial.com/marketing/estrategias/la-importancia-de-un-blindaje-de-marcas/>

² <https://rockcontent.com/es/blog/posicionamiento-de-marca/>

ganando un espacio de reconocimiento entre clientes potenciales, para que los nuevos mandatarios gubernamentales identifiquen que el Instituto como “*Banca Pública de Fomento*” es su aliado para llevar a cabo los programas de gobierno a través de los futuros planes de desarrollo, reafirmando además que es una entidad segura, eficiente, con respaldo y con responsabilidad social empresarial RSE en beneficio de los municipios y las comunidades.

Este último aspecto de RSE tradicionalmente ha sido cumplido por INFIVALLE como parte natural de su misión, e incluso cobra una relevancia para la sostenibilidad institucional dado que es ponderado muy positivamente por las Sociedades Calificadoras de Valores para mantener las máximas calificaciones de riesgo de la deuda crediticia, elemento fundamental para la continuidad operativa del Instituto.

Por ejemplo, en el 2022, se aprobaron créditos para la financiación de obras con impacto social en mejoramiento de calidad de vida, de estos créditos \$79.194 millones se utilizaron en la reposición y construcción de acueductos y alcantarillados de municipios vallecaucanos, \$28.934 millones para la construcción de una planta solar, y \$15.000 millones para la financiación de los XXIII Juegos Departamentales del Valle del Cauca - Cali 2022, en el cual participaron más de 6.000 deportistas.

En cuanto a obras de infraestructura al municipio de La Unión se le desembolsó un crédito por \$10.200 millones, para el mejoramiento pavimento rígido, mejoramiento capa rodadura, construcción pavimento rígido, remodelación de parques, beneficiando 46.878 habitantes. También se desembolsaron créditos por \$50.200 millones a entidades de la salud del Departamento, entre ellos al Hospital Universitario del Valle, principal centro médico de la región, posibilitando garantizar la atención de la población del sur occidente de Colombia.

También INFIVALLE ha sido ejecutor de proyectos que tienen un alto impacto social como son:

Nombre del Proyecto	Beneficiados
Formación e innovación para el fortalecimiento de la competitividad del sector tic de la región: Formatic e Innovatic Valle del Cauca, Occidente	Se beneficiaron 1.929 personas quienes fueron capacitadas y certificadas en competencias tecnológicas para certificaciones internacionales, diseños de nuevos productos y metodología de la innovación, gestión de la industria de conocimiento, entre otros.
Nexo Global	Se logró que 20 estudiantes de pregrado de grupos étnicos fortalecieran su vocación científica con la realización de un período de pasantías de 6 meses en investigación e innovación en la Universidad de Pordue de Boston (EEUU).
Etnociencias	Implementa una estrategia para fortalecer la cultura en ciencia, tecnología e innovación en niñas y mujeres adolescentes afrodescendientes, indígenas del Valle del Cauca. A la fecha ha beneficiado 360 niñas y mujeres adolescentes y 60 docentes, auto reconocidos dentro de las comunidades étnicas del Departamento.
Estudio de la Prevalencia para la detección temprana de errores innatos del metabolismo (EIM) de origen genético.	Tamizaje a 30.000 recién nacidos y 1500 lactantes.

De igual manera, INFIVALLE ha gestionado proyectos de cooperación internacional entre los cuales se destaca:

Nombre del Proyecto	Beneficiados
Proyecto Rutas para la Paz – Acciones exteriores de la Unión Europea	Promueve el desarrollo rural integral sostenible contribuyendo al buen vivir, al fortalecimiento institucional y a la paz en 7 municipios del norte del Valle del Cauca. Benefició en total a 6.689 personas, así: 1.500 familias campesinas (948 hombres y 552 mujeres), que conforman 56 asociaciones (buenas prácticas agrícolas), 4.498 estudiantes de instituciones educativas rurales, 70 gestores de paz 20 de ellos pertenecientes a comunidades Indígenas, 121 actores de

Nombre del Proyecto	Beneficiados
	ONGs jóvenes del territorio formados en buenas prácticas ambientales.
Relevo Generacional la clave para el Desarrollo Sostenible del Sector Rural del Valle del Cauca” – Agencia Presidencial de Cooperación Internacional.	Se beneficiaron 320 jóvenes emprendedores campesinos con proyectos como producción de huevos, pollos de engorde, piscicultura, ganado de levante) y 100 pequeños productores tradicionales con el financiamiento de proyectos de transformación agroindustrial de Caña Panelera (panela pulverizada) y plátano dominico hartón (harina de plátano).

Otras acciones realizadas por INFIVALLE en la pasada vigencia, que se enmarcan en la estrategia de responsabilidad social, son:

- Patrocinador del programa de emprendimiento organizado por la Gobernación del Valle a través de la Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad –VALLE IN, en alianza con la Fundación Móvil del banco BBWA. El proyecto se denominó “FINANZAS PARA EL CAMPO- MANEJO EXITOSO DEL DINERO” y se llevó a cabo en 14 municipios del Valle del Cauca, beneficiando en promedio 280 campesinos.
- Organizador de jornada académica bajo la modalidad de simposio, dirigida a funcionarios del área de contratación y legalidad de sus entidades clientes, cuyo objetivo fue fortalecer las competencias funcionales de los servidores públicos beneficiarios a través de la actualización de los conocimientos relacionados con la contratación estatal. En total se realizaron 4 sesiones, con 8 expositores, teniendo una asistencia promedio de 60 participantes.
- Garante de la equidad y la igualdad de oportunidades de las mujeres en la provisión de los empleos, atendiendo la política pública antidiscriminatoria, manteniendo como principio rector la paridad de género en empleos no solo para el nivel directivo sino para la planta global.
- El Instituto establece obligaciones específicas para la contratación de los proveedores relacionados con la responsabilidad ambiental, tales como: tomar las medidas necesarias para eliminar o minimizar los posibles efectos e impactos negativos sobre el medioambiente que se causen durante la ejecución y desarrollo del objeto contractual, de conformidad con lo establecido en las normas ambientales vigentes.
- En cumplimiento con lo establecido la Ley 1857 de 2017, el Instituto cumple a cabalidad su Programa de Incentivos, Apoyos, Capacitaciones a Funcionarios,(MARCO LEGAL)

Antes de avanzar, es preciso mencionar que responsabilidad social normalmente es entendida como la contribución voluntaria de la empresa en temas sociales, económicos y ambientales, tanto en sus operaciones comerciales, como en los procesos internos de trabajo y sus relaciones externas, encaminadas a mitigar el impacto que generan en los territorios en los cuales desempeñan sus actividades ³.

El sistema jurídico de Colombia tiene establecidas las normas que deben seguir todas las empresas, cuando una organización busca la excelencia a través de las condiciones laborales de sus colaboradores, la calidad de sus procesos productivos y el bienestar de la comunidad de su entorno, pretendiendo que si fue constituida para generar riqueza así mismo esté en la obligación de remunerar con equilibrio a todos los actores que intervienen en ese lucro.

En la Constitución Política Colombiana, existen algunos apartados en los cuales la responsabilidad social empresarial se menciona de manera secundaria:

"Artículo 333. La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley"

"La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades".

"La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial".

³ <https://www.reddearboles.org/noticias/nwarticle/447/1/Marco-legal-de-la-responsabilidad-social-empresarial-en-colombia#:~:text=El%20concepto%20de%20RSE%20en,educaci%C3%B3n%2C%20salud%20y%20medio%20ambiente.>

Como se puede observar, desde un buen gobierno corporativo, tanto para empresas públicas como privadas, en la actualidad cobra una gran importancia que se implementen acciones, programas o proyectos que retribuyan una mejor calidad de vida a sus diversas partes interesadas, vía responsabilidad social. Estas se pueden realizar bajo la modalidad de ética y gobernabilidad empresarial, calidad de vida en la empresa (dimensión social del trabajo), vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo, y cuidado y preservación del medioambiente.

Como se mencionó anteriormente, INFIVALLE de forma inherente ha cumplido con esta acción de responsabilidad; sin embargo, la alta dirección considera que es importante realizar una mayor divulgación del alcance de estas acciones, dando a conocer ampliamente sus beneficios y beneficiados así como los efectos de esta gestión en pro de contribuir positivamente a una mejor sociedad y al ambiente; y además formalizar y ampliar dichas actividades e inversiones de manera que se genere un impacto positivo en el desarrollo de las economías locales de los territorios y en las comunidades en las que se interviene, acorde con su naturaleza de entidad financiera de fomento y desarrollo, involucrando clientes internos, clientes externos y la ciudadanía.

Además de los beneficios que estas acciones tienen para la sociedad, la RSE permite que la marca se beneficie notablemente ante la opinión pública, al mismo tiempo que incrementa el sentido de pertenencia y compromiso por parte de la fuerza laboral. Para algunas empresas, representa una forma de apertura a otros mercados, debido al reconocimiento obtenido y al cumplimiento de los estándares internacionales. La RSE fortalece la imagen y hace que la empresa se identifique con la comunidad social en la que opera.

“La relación entre el marketing y la responsabilidad social suele causar mucha confusión, especialmente cuando se habla de Marketing Social. Éste se refiere a las acciones que

buscan modificar una opinión o un comportamiento en el público, con la finalidad de mejorar una situación ambiental o social. En cambio, la RSE es la estrategia que busca gestionar las decisiones de la empresa que tienen en cuenta la rentabilidad, el medio ambiente y la sociedad de forma conjunta”.⁴

Para el logro de las metas establecidas, es clave contar con un proyecto que incluya la responsabilidad social desde la óptica de la gestión de decisiones mencionadas anteriormente, como también afianzar su posicionamiento institucional, dado que son herramientas valiosas para una organización como INFIVALLE que quiere ser sostenible y rentable en el tiempo.

Es por eso que a través del presente proyecto se busca conjugar actividades para la realización de un programa de responsabilidad social y para fortalecer el posicionamiento institucional que coadyuven al Instituto en el cumplimiento de sus metas, a partir de lograr un amplio reconocimiento de la marca por parte de los clientes actuales y potenciales y demás partes interesadas.

7. OBJETIVO DEL PROYECTO

7.1 Objetivo General

Fortalecer el posicionamiento corporativo de INFIVALLE como banca de desarrollo competitiva y socialmente responsable en el Valle del Cauca y otros departamentos de la Región Pacífico.

7.2 Objetivos específicos

1. Impulsar la imagen corporativa de Infivalle en el mercado financiero de la región pacífica.

⁴ <https://incp.org.co/responsabilidad-social-mas-que-una-estrategia-de-marketing/>

2. Desarrollar iniciativas de responsabilidad social en la región pacífica

8. POBLACION AFECTADA Y OBJETIVO

a. Población Afectada

Tomando como objetivo el posicionamiento de la entidad como la Banca Pública de Fomento del Valle del Cauca y la Región Pacífico, no solo realizando la actividad de intermediación a través de la captación y colocación sino asistiendo a los municipios y entes descentralizados de la región en la estructuración y administración de proyectos estratégicos, y dentro del alcance de los programas de responsabilidad social empresarial la población afectada corresponde a 8.287.996⁵ habitantes de los Departamentos del Valle, Chocó, Cauca y Nariño.

b. Población Objetivo beneficiada por el proyecto

Se consideran como beneficiarios de este proyecto los clientes activos y potenciales, la ciudadanía en general y los funcionarios de INFIVALLE, es así que la población objetivo corresponde a 8.287.996⁶ habitantes de los Departamentos del Valle, Chocó, Cauca y Nariño.

BENEFICIOS

⁵ <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>, Dato que corresponde a la suma de la proyección de habitantes a diciembre de 2022 de los Departamentos del Chocó, Cauca, Nariño y Valle del Cauca.

⁶ <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>, Dato que corresponde a la suma de la proyección de habitantes a diciembre de 2022 de los Departamentos del Chocó, Cauca, Nariño y Valle del Cauca.

Entre los beneficios no cuantificables se proyecta que el fortalecimiento de la imagen institucional permitirá:

- Incremento de la percepción de la opinión pública respecto a la imagen, calidad de los servicios virtuales y quehacer institucional.
- Los ciudadanos estarán informados sobre los servicios, gestión y resultados de la entidad.
- Apoyo a la gestión comercial para la promoción de los servicios financieros y de gestión de proyectos, y el cierre de oportunidades de negocio.
- Coadyuvar en el cumplimiento de las metas institucionales, que aseguren la sostenibilidad de la entidad.

9. ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

1. Posicionamiento de INFIVALLE como banca de desarrollo competitiva y socialmente responsable en el Valle del Cauca y otros departamentos de la Región Pacífico con acciones para mejorar la imagen corporativa y la responsabilidad social empresarial

2. Incremento de la capacidad instalada en el área comercial del Instituto Financiero para el Desarrollo del Valle del Cauca

De las dos alternativas anteriores la entidad selecciono desarrollar la alternativa solución denominada Posicionamiento de INFIVALLE como banca de desarrollo competitiva y socialmente responsable en el Valle del Cauca y otros departamentos de la Región Pacífico con acciones para mejorar la imagen corporativa y la responsabilidad social empresarial , debido a las siguientes apreciaciones:

Es necesario que INFIVALLE fortalezca el posicionamiento asociado al concepto de “Banca Pública de Fomento de la Región” dado que este se encuentra alineado con el quehacer de

la entidad, con su naturaleza, y con los objetivos de gobierno tanto nacional como departamental.

Dicho posicionamiento al igual que el reconocimiento de la marca en el Valle del Cauca son importantes por la madurez que se tiene en este mercado, sin embargo, no sucede lo mismo en los departamentos de Cauca, Nariño y Chocó debido a que el plan de expansión para la introducción en dichos mercados se encuentra en desarrollo debido a la cantidad de municipios a impactar, situación que permite atender de manera más efectiva con la alternativa mencionada que utilizando un Incremento de la capacidad instalada en el área comercial para penetrar la marca y el reconocimiento en estos mercados.

Mediante el proyecto **IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA FORTALECER EL POSICIONAMIENTO CORPORATIVO DE INFIVALLE COMO BANCA DE DESARROLLO COMPETITIVA Y SOCIALMENTE RESPONSABLE EN VALLE DEL CAUCA, CHOCÓ, CAUCA, NARIÑO**, se busca además desarrollar estrategias de marketing con el fin de promocionar la marca, aumentar el alcance de su comunicación y ampliar sus oportunidades de negocio.

Algunas de estas estrategias pueden ser ⁷:

- Marketing Funcional: alinear las áreas funcionales de INFIVALLE a la cadena de valor con la visión estratégica con el fin de alcanzar sus objetivos. La implementación de este tipo de estrategia implica considerar las cuatro grandes variables controlables de una empresa: producto, precio, punto de venta (o distribución) y promoción, se espera que estas capacidades funcionales constituyan a obtener una ventaja competitiva.

⁷ <https://facs.ort.edu.uy/blog/estrategias-de-marketing#:~:text=Estrategias%20de%20marketing%20funcional,fin%20de%20alcanzar%20sus%20objetivos.>

- **Marketing de Branding:** De esta forma se busca que los productos y servicios de INFIVALLE sean percibidos e identificados con las características y valores que se hayan definido para consolidar el posicionamiento de marca.
- **Marketing Comprometido: (RSC):** Crear compromiso mutuo con los clientes lo que provoca un impacto social. Estas acciones buscan que INFIVALLE sea socialmente responsable de forma que las acciones estratégicas de promoción y ventas de INFIVALLE tengan un doble propósito: aumentar la rentabilidad y aportar al mejoramiento continuo de las condiciones socioeconómicas de la comunidad en la región Pacífico.
- **Marketing Digital:** Impulsar la marca INFIVALLE en internet y en los ecosistemas digitales, para lo cual se deben implementar diversos enfoques estratégicos, tendientes a: i) incrementar ventas, ii) atraer potenciales clientes, iii) retener el interés de los clientes en una marca, iv) posicionar a la marca en los motores de búsqueda de forma orgánica, v) aumentar la visibilidad de una marca sin ser intrusivos, vi) solucionar problemas y dudas habituales de una audiencia, vii) comunicar valores de la marca, viii) Brindar información relevante a un público objetivo, ix) educar a una audiencia sobre un sector determinado, x) fidelizar comunidades, xi) publicar tendencias sobre una industria, xii) consolidar a una marca como un referente en su rubro, xiii) estrategias de marketing para redes sociales

En conclusión, a través de este proyecto se ejecutarán estrategias de marketing y del programa de responsabilidad social empresarial RSE que aunadas impactan significativamente clientes activos y potenciales, comunidad en general y funcionarios, contribuyendo a:

- Fortalecer y consolidar el posicionamiento institucional como un activo estratégico para el éxito, sustentabilidad y sostenibilidad del Instituto en el mercado local, departamental, regional, nacional e internacional, consiguiendo que los productos y servicios de INFIVALLE sean percibidos e identificados con las características y valores establecidos.
- Lograr un equilibrio entre los imperativos económicos, medioambientales y sociales. Para ello INFIVALLE debe continuar siendo financieramente estable, para poder minimizar, o idealmente eliminar, los impactos ambientales o sociales negativos y actuar de conformidad con las expectativas de la sociedad.

10. PRODUCTO Y COMPONENTES DE LA INVERSIÓN

a. Indicadores de producto

NOMBRE DEL PRODUCTO	CODIGO DE INDICADOR	NOMBRE INDICADOR	META 2023	UNIDAD DE MEDIDA
1. Servicio de apoyo financiero para el mejoramiento de productos o procesos	350200404	Proyectos de mejoramiento de procesos cofinanciados	1	NUMERO
2. Servicio de apoyo para la modernización y fomento de la innovación empresarial.	35020100	Proyectos de innovación cofinanciados	1	NUMERO

b. Actividades (indicadores de gestión)

1.1 Actualizar el plan de marketing de INFIVALLE 2021 - 2023 a las nuevas condiciones del mercado.

1.2. Realizar campañas de reconcomiendo y posicionamiento de la imagen de la entidad en la Región Pacífico.

1.3 Efectuar eventos de marketing orientados a potencializar la marca de la entidad en la Región Pacífico.

2.1 Formular iniciativas de responsabilidad social en la región Pacífico

2.2. Ejecutar las iniciativas de responsabilidad social y ambiental formuladas para mantener la buena relación con los clientes y la comunidad.

2.3. Suscribir alianzas interinstitucionales que permitan implementar iniciativas de responsabilidad social.

Nombre indicador gestión	Meta 2023	Unidad de medida
Plan de mercadeo actualizado-9900G132	1	Numero
Informes de avances en la implementación del Plan de Mercadeo de la entidad realizados.- 2200G005	2	Numero
Estrategias Para Organizar Y Fortalecer Los Procesos Sociales, Comunitarios Implementados-1000G113	1	Numero

11. PRESUPUESTO GENERAL Y DETALLADO

IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA FORTALECER EL POSICIONAMIENTO CORPORATIVO DE INFIVALLE COMO BANCA DE DESARROLLO COMPETITIVA Y SOCIALMENTE RESPONSABLE EN VALLE DEL CAUCA, CHOCÓ, CAUCA, NARIÑO										
NOMBRE DEL PROYECTO										
OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECIFICOS	NOMBRE DEL COMPONENTE/ACTIVIDAD	RUBRO	SUBCLASE	FUENTE	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR TOTAL 2023	CANTIDAD 2024	VALOR TOTAL 2024
Fortalecer el posicionamiento corporativo de INFIVALLE como banca de desarrollo competitiva y socialmente responsable en el Valle del Cauca y otros departamentos de la Región Pacífico.	1. Impulsar la imagen corporativa de InfiValle en el mercado financiero de la región pacífica.	1.1 Actualizar el plan de marketing de INFIVALLE 2021 - 2023 a la nuevas condiciones del mercado	2.3.2.02.02.008-Servicios prestados a las empresas y servicios de producción	83611-servicios integrales de publicidad	Recursos propios	1	NUMERO	\$ 200.000.000,00	1	\$ 250.000.000,00
		1.2. Realizar campañas de reconocimiento y posicionamiento de la imagen de la entidad en la Región Pacífico.	2.3.2.02.02.008-Servicios prestados a las empresas y servicios de producción	83611-servicios integrales de publicidad	Recursos propios	1	NUMERO	\$ 1.750.000.000,00	1	\$ 1.790.000.000,00
		1.3 Efectuar eventos de marketing orientados a potencializar la marca de la entidad en la Region Pacífico.	2.3.2.02.02.008-Servicios prestados a las empresas y servicios de producción	83611-servicios integrales de publicidad	Recursos propios	1	NUMERO	\$ 600.000.000,00	1	\$ 640.000.000,00
	2. Desarrollar iniciativas de responsabilidad social en la región pacífica	2.1 Formular iniciativas de responsabilidad social en la región Pacífico	2.3.2.02.02.008-Servicios prestados a las empresas y servicios de producción	83990 - Otros servicios profesionales, técnicos y empresariales	Recursos propios	1	NUMERO	\$ 150.000.000,00	1	\$ 190.000.000,00
		2.2. Ejecutar las iniciativas de responsabilidad social y ambiental formuladas para mantener la buena relación con los clientes y la comunidad.	2.3.2.02.02.008-Servicios prestados a las empresas y servicios de producción	83990 - Otros servicios profesionales, técnicos y empresariales	Recursos propios	1	NUMERO	\$ 1.350.000.000,00	1	\$ 1.400.000.000,00
		2.3. Suscribir alianzas interinstitucionales que permitan implementar iniciativas de responsabilidad social.	2.3.2.02.02.008-Servicios prestados a las empresas y servicios de producción	83990 - Otros servicios profesionales, técnicos y empresariales	Recursos propios	1	NUMERO	\$ 500.000.000,00	1	\$ 600.000.000,00
								\$ 4.550.000.000		\$ 4.870.000.000,00
									TOTAL PROYECTO	\$ 9.420.000.000

12. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

No.	Actividad	Periodos								
		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9
1.1.	Actualizar el plan de marketing de INFIVALLE 2021 - 2023 a la nueva condición del mercado									
1.2.	Realizar campañas de reconcomiendo y posicionamiento de la imagen de la entidad en la Región Pacífico.									
1.3.	Efectuar eventos de marketing orientados a potencializar la marca de la entidad en la Región Pacífico.									
2.1.	Formular iniciativas de responsabilidad social en la región Pacífico									
2.2.	Ejecutar las iniciativas de responsabilidad social y ambiental formuladas para mantener la buena relación con los clientes y la comunidad.									
2.3.	Suscribir alianzas interinstitucionales que permitan implementar iniciativas de responsabilidad social.									
3	Cierre y liquidación del Proyecto									

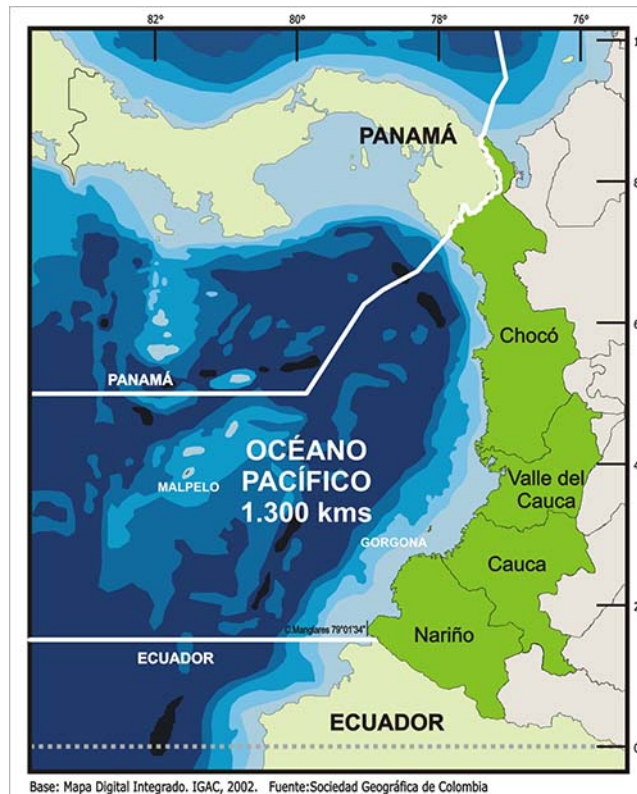
13. FUENTES DE FINANCIACION

Entidad	VIGENCIA 2023	Total
Aporte Nación	N.A	N.A
Aporte Departamento	N.A	N.A
Aporte Municipio	N.A	N.A
Aporte INFIVALLE	\$4.550.000.000	\$4.550.000.000
Otros	N.A	N.A
TOTAL	\$4.550.000.000	\$4.550.000.000

14. PLANO DE LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA DEL PROYECTO

El proyecto será ejecutado en la Región Pacífico, es decir en los departamentos de Valle del Cauca, Cauca, Chocó y Nariño, manteniendo su interacción con actividades del PLAN ESTRATEGICO INSTITUCIONAL y del proyecto de fortalecimiento institucional relacionadas con el proceso de expansión comercial, generando un reconocimiento que lo inserte permanentemente en el soporte de las políticas públicas de las entidades territoriales, entidades descentralizadas de todo orden y entidades comprometidas con el desarrollo de la región; así mismo su alcance podrá extenderse a otras regiones donde se presenten oportunidades de negocio para el Instituto.



15. MARCO LEGAL

El tenor del artículo 10 de la Ley 1474 de 2011 es el siguiente:

ARTÍCULO 10. PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD. Los recursos que destinen las entidades públicas y las empresas y sociedades con participación mayoritaria del Estado del orden nacional y territorial, en la divulgación de los programas y políticas que realicen, a través de publicidad oficial o de cualquier otro medio o mecanismo similar que implique utilización de dineros del Estado, deben buscar el cumplimiento de la finalidad de la respectiva entidad y garantizar el derecho a la información de los ciudadanos. En esta publicidad oficial se procurará la mayor limitación, entre otros, en cuanto a contenido, extensión, tamaño y medios de comunicación, de manera tal que se logre la mayor austeridad en el gasto y la reducción real de costos.

16. Bibliografía

Proyecto de Fortalecimiento institucional vigencia 2018

- Proyecto de fortalecimiento institucional vigencia 2021-2023
- Proyecciones de población DANE

Documentos Anexos

- Acuerdo de consejo directivo 01 del 20 de enero de 2023.
- Certificación Representante legal – Acuerdo de Consejo Directivo.
- Presupuesto detallado.

RESPONSABLE



Giovanny Ramírez Cabrera
Gerente - InfiValle
Tel.:6080035 - Ext. 211
Santiago de Cali, Valle del Cauca

Redactó: Claudia Cecilia Herrera- Profesional Especializado de Mercadeo
Redactó: Julio Cesar Cerón– Contratista Subgerente Gestión Integral de Proyectos
Revisó: Redactó: Claudia Lorena Murillo- Subgerente Gestión Integral de Proyectos
Revisó: Sandra Patricia Ospina- Secretaria General
Aprobó: Giovanni Ramírez Cabrera- Gerente