

PLAN DE MERCADEO

IMPRETICS 2023

Comercial y Producción

Versión 01

	Plan de Mercadeo	200.27.14
		Versión 1
		enero 2023
		Página 2 de 10

Contenido

INTRODUCCIÓN	3
SOBRE IMPRETICS E.I.C.E.	3
Misión.....	3
Visión	3
Objetivos Estratégicos 2020 - 2023	4
Sobre el portafolio de productos y servicios.....	4
¿Quiénes son los clientes de IMPRETICS E.I.C.E.?	4
Sobre la competencia de IMPRETICS en el mercado	5
Contexto del entorno	6
OBJETIVOS Y ACCIONES	6
Objetivo General	6
Objetivos Específicos	6
Estrategias	7
Metas	8
TABLA DE CONTROL DE MODIFICACIONES.....	10
APROBACIÓN, SOCIALIZACIÓN Y PUBLICACIÓN DEL PLAN.....	10

INTRODUCCIÓN

Dadas las condiciones socioeconómicas actuales de nuestro entorno, las cuáles se han visto afectadas desde el 2020 por la pandemia del covid-19, así como las afectaciones del 2021 por temas de las protestas sociales e incertidumbre macroeconómica desde el 2022 por la inflación generada por la guerra en Ucrania, entre otras situaciones que obligan a la entidad ha tomar medidas que le permitan adaptarse con el fin de garantizar su sostenibilidad financiera e institucional y por qué no, desde el planteamiento de un plan de mercadeo eficiente, lograr el mejoramiento de los indicadores propuestos al inicio del periodo y, del mismo modo, acercar a la entidad y sus servicios, a un estado de fidelización con sus clientes.

SOBRE IMPRETICS E.I.C.E.

IMPRETICS E.I.C.E. es una empresa industrial y comercial del Estado, descentralizada de la Gobernación del Valle del Cauca que nació el 28 de febrero de 1928 como la “Imprenta Departamental”. Desde su fundación se ha dedicado a la producción y comercialización de impresos, especialmente la reconocida Gaceta Departamental. Con el paso de los años, la entidad se ha adaptado a los cambios del mercado, entre ellos, y gracias a la Ley Antitrámites, la disminución de sus ingresos por la reducción de la demanda de la gaceta oficial, reestructuró su portafolio de servicios y se convirtió en una empresa integradora de servicios TIC con oferta en todo el territorio nacional.

Misión

Somos una Empresa Industrial y Comercial del Estado, operadora y proveedora de soluciones integrales de logística, comunicaciones, informática, material gráfico; ofreciendo productos y servicios con estándares de calidad, respaldo y oportunidad al sector público y privado.

Visión

Ser al 2023 la E.I.C.E. líder en el mercado de soluciones integrales al sector público como privado, convirtiéndonos en el aliado e integrador estratégico del Estado para el suministro de productos y servicios.

	Plan de Mercadeo	200.27.14
		Versión 1
		enero 2023
		Página 4 de 10

Objetivos Estratégicos 2020 - 2023

1. Crecer en forma sostenida y rentable, para contribuir al fortalecimiento institucional, basados en la calidad y confianza de nuestros productos y servicios.
2. Establecer una estructura de costos y gastos eficiente y austera.
3. Fortalecer la gestión de la Entidad y su autosostenibilidad, a través de reingeniería e innovación en sus procesos.
4. Mejorar la gestión de IMPRETICS; que permita la integración de los procesos para una oportuna prestación de los servicios y la sostenibilidad en el tiempo.

Sobre el portafolio de productos y servicios

Producto / Servicio	Naturaleza	Mercado Objetivo	Referencia Clientes
Impresos / POP	Propia	Local / Regional	Secretarías departamentales y municipales, alcaldías, ETC
Gestión Documental	Propia	Nacional	Gobernación del Chocó
Plan de Medios	Propia	Local / Regional	Secretarías departamentales y municipales, alcaldías, ETC
Ciudades Inteligentes	Integración	Nacional	Gobernación San Andrés - Alcaldía Yumbo
Regalías	Institucional	Nacional	Gobernación Valle, Chocó, Nariño
Catastro Multipropósito	Integración	Nacional	
Suministro de Oficina	Integración	Local / Regional	Secretarías departamentales y municipales, alcaldías, ETC

¿Quiénes son los clientes de IMPRETICS E.I.C.E.?

Los clientes de Impretics EICE son principalmente empresas y entidades de naturaleza pública a nivel local, regional y nacional. Dada la facilidad para la contratación directa entre nuestra entidad y sus clientes de este sector como entes territoriales como alcaldías y gobernaciones, corporaciones públicas como los concejos municipales y las asambleas departamentales, secretarías y ordenadores del gasto de los diferentes entes, organizaciones descentralizadas de distinto orden, así como entidades del orden nacional, Impretics EICE se convierte en un proveedor atractivo en el mercado.

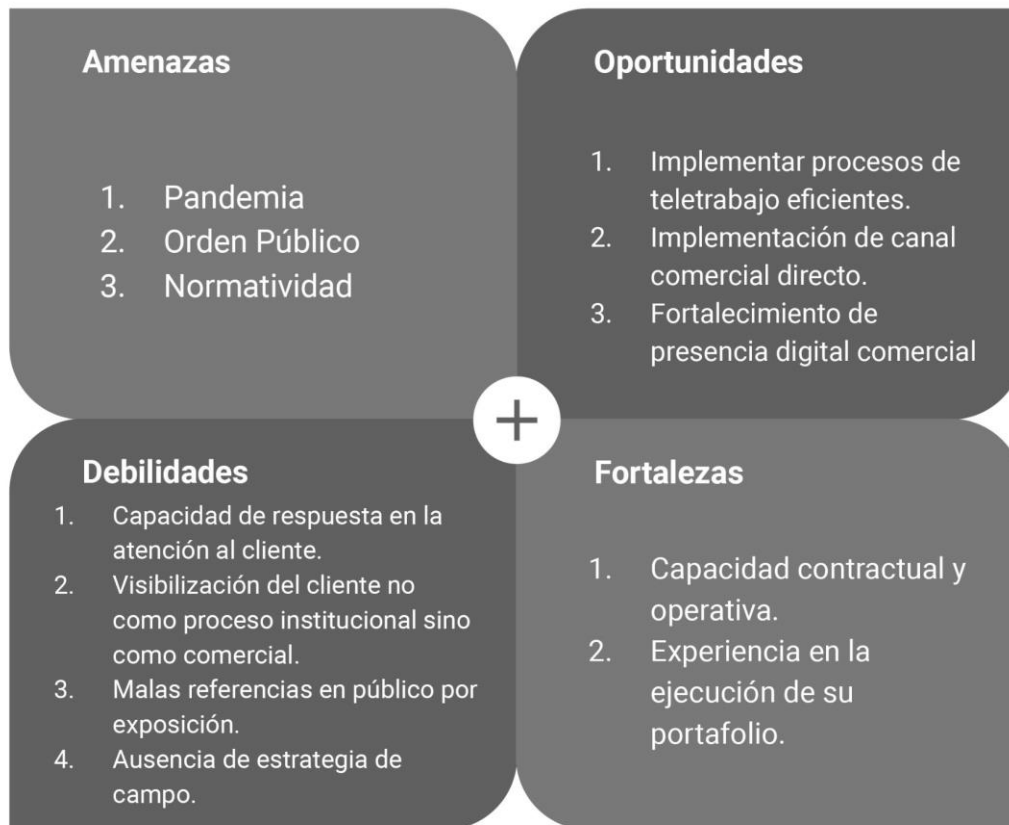
	Plan de Mercadeo	200.27.14
		Versión 1
		enero 2023
		Página 5 de 10

Sobre la competencia de IMPRETICS en el mercado

Dada la diversidad de productos y servicios en el portafolio de la entidad, señalamos a través de cada ítem, una referencia de competencia según su oferta.

Producto / Servicio	Competencia Directa	Sector	Mercado	Cualidades
Impresos / POP	Imprentas de San Nicolás	Privado	Local / Regional	Menores costos de producción, menor precio de venta, Oferta directa
Gestión Documental	Banco Popular (AlArchivo)	Público	Nacional	Oferta Directa
	Carvajal Soluciones	Privado	Nacional	Oferta Directa
Plan de Medios	El País Cali	Privado	Regional - Nacional	Oferta Directa
	Periodistas independientes	Privado	Regional - Nacional	Oferta Directa
Ciudades Inteligentes	ERT	Público	Regional - Nacional	Institucional
	INFITULUÁ	Público	Regional - Nacional	Institucional
Regalías	ERT	Público	Regional - Nacional	Institucional
Catastro Multipropósito	No identificado	-	-	-
Suministro de Oficina	Distribuidores y papelerías	Privado	Local / Regional	Menores precios de venta

Contexto del entorno



OBJETIVOS Y ACCIONES

Objetivo General

Implementar Plan de Mercadeo para el periodo institucional 2021 – 2023

Objetivos Específicos

1. Posicionar la marca IMPRETICS E.I.C.E. en el mercado regional a través del plan de comunicaciones y marketing digital.
2. Incrementar el nivel de satisfacción de los clientes de la entidad a través de la excelente prestación de servicios por parte de la entidad.
3. Incrementar la fidelización de clientes de la entidad a través de acciones positivas que vinculen emocionalmente al ordenador del gasto con nuestro portafolio y/o servicio.

Estrategias

Objetivo Especifico 1	Acciones
Posicionar la marca Impretics EICE en el mercado regional a través del plan de comunicaciones y marketing digital	1 Ejecución de Plan de Comunicaciones
	2 Actividades que favorezcan el engagement de los perfiles digitales de la entidad.
	3 Diversificación de clientes de la entidad en el mercado nacional

Objetivo Especifico 2	Acciones
Incrementar el nivel de satisfacción de los clientes de la entidad a través de la excelente prestación de servicios por parte de la entidad.	1 Capacitación y formación del personal de la entidad que directa o indirectamente tenga que ver con el proceso comercial
	2 Implementación de acciones que verifiquen estado del servicio por parte de todos los actores del proceso

Objetivo Especifico 3	Acciones
Incrementar la fidelización de clientes de la entidad a través de acciones positivas que vinculen emocionalmente al ordenador del gasto con nuestro portafolio y/o servicio.	1 Visita periódica a las secretarías, jefes y personal de apoyo (con los que haya contrato) para afianzar relaciones, llevar refrigerio y generar evidencia para postear
	2 Desayuno o mesa de trabajo conjunta entre jefes y equipos de apoyo donde se enseñe la oferta de servicios recurrente y potencial
	3 Campaña "Ven con nosotros hacia el centenario" campaña participativa "Impretics-clientes-Impretics"

	Plan de Mercadeo	200.27.14
		Versión 1
		enero 2023
		Página 8 de 10

Metas

Teniendo en cuenta los objetivos establecidos para el periodo 2021 – 2023, se establecen las siguientes metas para el periodo 2023 de acuerdo con cada acción establecida para cada uno de los objetivos plantados.

- **Objetivo 1:** Posicionar la marca Impretics EICE en el mercado regional a través del plan de comunicaciones y marketing digital

	Acciones	Requerimientos	Indicador	Meta
1	Ejecución de plan de comunicaciones	Implementación de estrategia RRSS	• Mínimo una publicación diaria durante los días hábiles.	273
		Política de promoción RRSS	• Cantidad de piezas promocionadas Alcance y crecimiento del mercado digital	6
		Implementación Free Press	• Número de entrevistas y/o páginas en medios	2
2	Actividades que favorezcan el engagement de los perfiles digitales de la entidad.	Disposición de material POP, definición de amplificación	<ul style="list-style-type: none"> • Número de nuevos seguidores y/o número de interacciones 	<ul style="list-style-type: none"> • 1000 Facebook • 1500 Instagram • 1500 Twitter
3	Diversificación de clientes de la entidad en el mercado nacional	Gestión comercial enfocada al lobby y visibilización entre potenciales clientes del orden nacional	<ul style="list-style-type: none"> • Número de eventos realizados • Número de usuarios contactados • Número de souvenirs entregados • Porcentaje de seguimiento aumentado • Porcentaje de alcance aumentado 	300

- **Objetivo 2:** Incrementar el nivel de satisfacción de los clientes de la entidad a través de la excelente prestación de servicios por parte de la entidad.

	Acciones	Requerimientos	Indicador	Meta
1	Capacitación y formación del personal de la entidad que directa	Taller de lenguaje y comunicación óptima	<ul style="list-style-type: none"> • Número de personas capacitadas • Número de horas cursadas 	4

	o indirectamente tenga que ver con el proceso comercial	Taller sobre tendencias del servicio al cliente	<ul style="list-style-type: none"> Número de personas capacitadas Número de horas cursadas 	4
2	Implementación de acciones que verifiquen estado del servicio por parte de todos los actores del proceso	Enviar al 100% de los clientes al cierre del proceso la encuesta de satisfacción	<ul style="list-style-type: none"> Número de cierres comerciales, igual número de encuestas 	100%
		Llamar al 100% de los clientes al cierre del proceso para establecer percepción del servicio.	<ul style="list-style-type: none"> Número de cierres comerciales, igual número de llamadas 	100%

- **Objetivo 3:** Incrementar la fidelización de clientes de la entidad a través de acciones positivas que vinculen emocionalmente al ordenador del gasto con nuestro portafolio y/o servicio.

	Acciones	Requerimientos	Indicador	Meta
1	Visita periódica a las secretarías, jefes y personal de apoyo (con los que haya contrato) para afianzar relaciones, llevar refrigerio y generar evidencia para postear	Definir agenda mensual y número de clientes a visitar	<ul style="list-style-type: none"> Número de visitas realizadas. 	2
2	Desayuno o mesa de trabajo conjunta entre jefes y equipos de apoyo donde se enseñe la oferta de servicios recurrente y potencial	Definir agenda mensual y número de clientes a visitar	<ul style="list-style-type: none"> Número de mesas de trabajo. 	3
3	Campaña "Ven con nosotros hacia el centenario" campaña participativa "Impretics-clientes-Impretics"	Generación de contenido gráfico y publicitario anunciando nuestro proceso en procesos de entregas, facturación y visitas.	<ul style="list-style-type: none"> Número de piezas entregadas. 	100

Nota: Se anexa cuadro detallado con los objetivos y acciones planteadas para el Plan de Mercadeo 2023.

	Plan de Mercadeo	200.27.14
		Versión 1
		enero 2023
		Página 10 de 10

TABLA DE CONTROL DE MODIFICACIONES

Cuando un documento cambie de versión debe ser identificado con un sello de documento obsoleto.

REV.	APARTADO MODIFICADO	DESCRIPCIÓN	FECHA
001	Todas las páginas	Creación y aprobación del documento	enero 2023

APROBACIÓN, SOCIALIZACIÓN Y PUBLICACIÓN DEL PLAN

El Plan de Mercadeo 2023 fue aprobado por unanimidad en el Comité Institucional de Gestión y Desempeño tal como reposa en el Acta No. 001 de reunión del Comité realizada el 23 de enero del 2023. IMPRETICS E.I.C.E. divulgará y publicará el presente plan para conocimiento de todas las dependencias de la entidad y demás usuarios interesados.

Proyecto	Reviso	Aprobó
Jefferson Gutiérrez Romero Apoyo Comercial Armando Rodríguez Cuellar Planeación y Gestión MIPG	Luz Stella Betancourt Subgerente Comercial y Producción	Comité Institucional de Gestión y Desempeño Dr. Fernando Céspedes Martínez Presidente



PLAN DE MERCADEO 2023

Objetivo General	Objetivos Específicos	Acciones	Requerimientos	Proceso	AÑO 2023												Indicador	Meta	Responsable		
					E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D					
Implementar Plan de Mercadeo para el periodo institucional 2020 - 2023 a través de 08 acciones en la entidad,	Posicionar la marca Impretics EICE en el mercado regional a través del plan de comunicaciones y marketing digital	1 Ejecución de plan de comunicaciones	Implementación de estrategia RRSS														Mínimo una publicación diaria durante lo días hábiles.	273 publicaciones en redes sociales	Subgerente Comercial y Producción		
			Política de promoción RRSS															Cantidad de piezas promocionadas Alcance y crecimiento del mercado digital	6 piezas promocionadas en Facebook ads y Twitter ADS	Subgerente Comercial y Producción	
			Implementación Free Press																Número de entrevistas y/o páginas en medios	2 entrevistas en programas de tv regional	Subgerente Comercial y Producción
	2	Actividades que favorezcan el engagement de los perfiles digitales de la entidad. (Concursos, campañas amplificadas y convenios con terceros)	Disposición de material POP, definición de amplificación según presupuesto															Numero de nuevos seguidores y/o numero de interacciones	Alcanzar 1000 seguidores en Facebook, 1500 seguidores en Instagram y 1500 seguidores en Twitter	Subgerente Comercial y Producción	
		3	Diversificación de clientes de la entidad en el mercado nacional	Gestión comercial enfocada al lobby y visibilización entre potenciales clientes del orden nacional														Número de eventos realizados Número de usuarios contactados Número de souvenirs entregados Porcentaje de seguimiento aumentado Porcentaje de alcance aumentado	Entrega de 300 unidades de material POP	Subgerente Comercial y Producción	
	1	Incrementar el nivel de satisfacción de los clientes de la entidad a través de la excelente prestación de servicios por parte de la entidad.	Capacitación y formación del personal de la entidad que directa o indirectamente tenga que ver con el proceso comercial	Taller de lenguaje y comunicación óptima														Número de personas capacitadas Número de horas cursadas	4 personas capacitadas	Subgerente Comercial y Producción	
				Taller sobre tendencias del servicio al cliente	Establecimiento de proceso de servicio al cliente															Número de personas capacitadas Número de horas cursadas	4 personas capacitadas en dos talleres
		2	Implementación de acciones que verifiquen estado del servicio por parte de todos los actores del proceso	Enviar al 100% de los clientes al cierre del proceso la encuesta de satisfacción															Número de cierres comerciales, igual número de encuestas Número de cierres comerciales, igual número de llamadas	100%	Subgerente Comercial y Producción
				Llamar al 100% de los clientes al cierre del proceso para establecer percepción del servicio.																Número de cierres comerciales, igual número de encuestas Número de cierres comerciales, igual número de llamadas	100%
1	Incrementar la fidelización de	Visita periódica a las secretarías, jefes y personal de apoyo (con los que haya contrato) para afianzar relaciones, llevar refrigerio y generar evidencia para postear	Definir agenda mensual y número de clientes a visitar														Número de visitas realizadas. Número de publicaciones compartidas	2 visitas a clientes	Subgerente Comercial y Producción		



PLAN DE MERCADEO 2023

Objetivo General	Objetivos Específicos	Acciones	Requerimientos	Proceso	AÑO 2023												Indicador	Meta	Responsable
					E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D			
	Identificación de clientes de la entidad a través de acciones positivas que vinculen emocionalmente al ordenador del gasto con nuestro portafolio y/o servicio.	2 Desayuno o mesa de trabajo conjunta entre jefes y equipos de apoyo donde se enseñe la oferta de servicios recurrente y potencial	Definir agenda mensual y número de clientes a visitar														Número de mesas de trabajo	3 mesas de trabajo	Subgerente Comercial y Producción
		3 Campaña "Ven con nosotros hacia el centenario" campaña participativa "Impretics-clientes-Impretics"	Generación de contenido gráfico y publicitario anunciando nuestro proceso en procesos de entregas, facturación y visitas.														Número de piezas entregadas	100 piezas entregadas	Subgerente Comercial y Producción