

5002-1063

Bogotá D.C., 26 de mayo de 2023

Doctor

Eric David Padilla Ramírez

Director de Proyecto

CONSORCIO JUEGOS 2020

Ciudad

Asunto: Contrato 1725 producto SUPER astro - Cumplimiento cláusula sexta, numeral 58, literal a.

GERMAN ALBERTO SEGURA VASQUEZ, mayor de edad, domiciliado en Bogotá D.C., identificado con cédula de ciudadanía No 79.602.841 de Bogotá D.C., actuando en calidad de Representante Legal de CORREDOR EMPRESARIAL S.A. con NIT 900.243.000-8, en cumplimiento a la obligación mencionada en el asunto la cual contempla:

"(...) a. Plan de mercadeo y publicidad que se empleará para la ejecución de como mínimo el 2.5% de los ingresos brutos mensuales del juego, el cual contendrá como mínimo los siguientes aspectos:

- a) Diagnóstico de la situación del juego*
- b) Objetivos generales y específicos*
- c) Plan de acción y presupuesto con sus respectivos indicadores*
- d) Cronograma de actividades*
- e) Seguimiento y evaluación".*

Remitimos lo pertinente en formato PDF.

Cordialmente,



GERMAN ALBERTO SEGURA VASQUEZ

Representante Legal

CORREDOR EMPRESARIAL S.A.

C.C. Yuberson Bravo Daza

Gerente de Fiscalización

Coljuegos

Elaboró: Dilia Granados Gómez - Directora Comercial

Revisó: María Elena Ospino - Gerente Comercial

Vo/Bo.: Evelyn Organista - Coordinación Jurídica de Producto

PLAN DE **MERCADEO**

Del 28 de mayo al 27 de noviembre de 2023



+18

JUGAR SIN CONTROL CAUSA ADICCIÓN. EL JUEGO ES ENTRETENIMIENTO.
JUEGA CON MODERACIÓN. PROHIBIDA LA VENTA A MENORES DE EDAD.

Autoriza
Coljuegos

DIAGNÓSTICO DE LA **SITUACIÓN DEL JUEGO**



+18

JUGAR SIN CONTROL CAUSA ADICCIÓN. EL JUEGO ES ENTRETENIMIENTO.
JUEGA CON MODERACIÓN. PROHIBIDA LA VENTA A MENORES DE EDAD.

Autoriza
Coljuegos

TENDENCIAS DEL MERCADO

TENDENCIAS DEL MERCADO

El desarrollo de tecnologías sigue impactando las empresas y en este caso, a la categoría de juegos de suerte y azar. La realidad virtual y aumentada, los e-sports, la inteligencia artificial, entre otras, van a ser las principales tendencias para este sector.

A continuación, se exponen algunas de estas tendencias y el impacto que tienen en las organizaciones:

- **Realidad virtual y aumentada:** para SUPER astro, esto podría significar el uso de la RV para crear experiencias inmersivas para los clientes en eventos BTL o el uso de la RA para proporcionar información e instrucciones en tiempo real a sus clientes.
- **eSports:** debido al crecimiento y potencial de este sector, Super astro tiene la oportunidad de crear estrategias cruzadas con marcas de apuestas deportivas, como BetPlay, para brindar experiencias para este nicho y trabajar de la mano con influenciadores o poder patrocinar equipos o competencias.
- **Servicios de streaming:** los servicios de streaming son contenidos que sin necesidad de tener que comprar un hardware nos permiten acceder a una forma de entretenimiento rápida y a la medida, la gente puede ver lo que sea de su preferencia. En este caso SUPER astro tiene una oportunidad para empezar a darle más fuerza a estos canales digitales con la transmisión de contenidos en vivo, bien sean acciones que impulsen el awareness o actividades de promoción que impulsen la venta.

TENDENCIAS DEL MERCADO

- **Pagos con criptomonedas:** en la actualidad, Colombia cuenta con diferentes plataformas y alianzas que ofrecen servicios con criptomonedas, lo cual es una oportunidad para SUPER astro de poder crear alianzas con estas empresas. Cada vez son más las personas que ingresan a este mercado y las utilizan como su medio de pago preferido, la razón es la privacidad que tienen los usuarios al realizar sus operaciones con criptomonedas y que la seguridad es mucho mayor.
- **Juego en vivo:** de la mano del servicio de streaming y la realidad aumentada, SUPER astro tiene la oportunidad de crear diferentes alternativas para utilizar esta herramienta. Desde nuevos juegos inmersivos, actividades en eventos BTL, actividades en vivo en la página web o en las redes sociales y mejoras en el servicio, proporcionando información y ayuda al usuario.

Todas las anteriores, se entienden como grandes oportunidades para que el producto SUPER astro, conecte con su audiencia, reforzando su posicionamiento en el nicho cautivo, además de brindarle a los usuarios nuevas experiencias de juego. También se entiende como la oportunidad de abrir nuevos canales de comunicación y servicios para clientes no cautivos, pero que son potenciales para el producto y receptivos a nuevas formas de conectar con nuestros productos, mediante tecnologías y acciones novedosas.

Colombia

Coljuegos apuesta por un 2023 exitoso

- Según el organismo, el panorama favorable de 2022 se mantendrá este 2023, gracias al gran rendimiento de los juegos novedosos en el país, en sintonía con el buen momento que atraviesan los juegos presenciales.
- Esto se debe a la creciente incorporación de usuarios al sistema, quienes apuestan más dinero con mayor frecuencia, tanto en las propuestas de los juegos localizados como en las de los novedosos.
- Una muestra de esta tendencia es el Baloto Revancha, que recolectó \$53.639 millones, mientras que Super astro recaudó \$120.298 millones y los juegos promocionales alcanzaron \$4.741 millones.
- Además, los juegos localizados registraron apuestas por \$40.283 millones al cierre del año 2022, lo que representa un crecimiento del 11% frente al mismo período del año pasado, y el juego online reportó apuestas por \$26.880 millones, un avance del 67%.

Colombia

Coljuegos apuesta por un 2023 exitoso

- Los juegos territoriales (chance, lotería y Raspa y Listo) alcanzaron \$3.429.396 millones durante todo el año, lo que significó un crecimiento del 22% con respecto al mismo periodo del año anterior. De este total, el chance aportó \$2.246.965 millones, mientras que las loterías aportaron \$745.791 millones y el raspa y listo \$436.640 millones.
- Cabe señalar que la modalidad de juego Raspa y Listo, incentivo con cobro de premio inmediato, superó las proyecciones de ventas en 150% y se convirtió en uno de los juegos más queridos por los colombianos.
- En el mes de enero de 2023, los juegos localizados aportaron a la salud (donde están casinos y bingos) \$30.615 millones de pesos, los juegos operados por Internet, \$28.803 millones de pesos; el Baloto Revancha, \$4.231 millones de pesos; Super astro \$11.783 millones de pesos y los juegos promocionales \$263 millones de pesos.

VENTAS PRESUPUESTADAS 2023

2022

Mes OK	Venta sin IVA
mayo > 28	\$3.712.353.549
junio	\$49.883.319.574
julio	\$53.426.300.892
agosto	\$55.978.482.745
septiembre	\$54.596.017.141
octubre	\$55.786.113.603
noviembre < 27	\$47.902.402.723
	\$321.284.990.226

PROYECCIÓN 2023

Mes OK	Venta sin IVA
mayo > 28	\$3.712.353.549
junio	\$53.536.378.581
julio	\$57.424.745.672
agosto	\$58.214.946.834
septiembre	\$57.979.610.278
octubre	\$58.342.201.487
noviembre < 27	\$52.959.380.542
	\$342.169.616.941

ANÁLISIS DE LA **COMPETENCIA**

LOTÉRICOS

LOTERÍA DE BOGOTÁ

Fortalezas

- Se identifica como un juego tradicional
- Servicio personalizado a través de su página web
- Incentivan la compra a través de su página web
- Ofrece incentivos y promocionales para motivar la re compra
- Cuenta con un contenido educativo, que le permite al usuario entender el juego y sus términos



LOTERÍA DE MEDELLÍN

Fortalezas

- Incentiva la compra del producto como una acción de rutina en la vida de los usuarios
- Hacen un esfuerzo en su comunicación, sus billetes tienen diseño, esto les da un diferencial frente a las otras loterías
- En sus redes resaltan el capital humano; vendedores, mostrando cercanía con el usuario y generando confianza en el juego
- Ofrece incentivos y promocionales para motivar la recompra



JUEGOS NOVEDOSOS

BALOTO

Fortalezas

- El lenguaje de comunicación de la marca es aspiracional, está enfocado en mostrar un vida multimillonaria, el lujo, la comodidad y sueños exuberantes.
- Actualmente está trabajando en desarrollos tecnológicos que le permitan acercarse al usuario a través de herramientas digitales: enviar los resultados y si acertaron en tiempo real.
- Actualización de activos digitales: página web.



APUESTAS ONLINE

Fortalezas

- Ofrecen un amplio portafolio de juegos, incluyendo deportes, casino y juegos tradicionales como el bingo, atrayendo diferentes públicos.
- Tiene una amplia plataforma de pagos; tarjetas de crédito, débito, billeteras digitales, efectivo, etc.
- Actualmente cuenta con 16 operadores autorizados por Coljuegos y, con corte a diciembre de 2022 se tiene un reporte de 8.059.313 cuentas activas.



APUESTAS PERMANENTES

CHANCE

Fortalezas

- Fidelización, es un juego muy tradicional y tiene muy buena acogida por los colombianos.
- Es un juego fácil y asequible, dándole la posibilidad a las personas de apostar desde pequeñas cantidades.
- Tiene el propósito de entretener, brindar esperanza y sacar de un apuro a la persona que lo juega.
- Actualmente ofrece diferentes alternativas de juegos y premios.



MECÁNICAS COMPLEMENTARIAS

KASH

Fortalezas

- Se caracteriza por ser fácil, asequible, entretenido e inmediato.
- Ofrece 10 modalidades de incentivos y se puede jugar cada 5 minutos, diariamente. En total habrá 168 jugadas diarias.
- Es una mecánica complementaria anclada al Chance, que da la oportunidad al usuario de tener una alternativa de juego adicional.



RASPA Y LISTO

Fortalezas

- Esta modalidad de juego brinda un premio al instante, lo que lo hace interesante y rápido.
- Existen diferentes modalidades de juego, con diferentes reglas y premios, haciendo que no sea un juego monótono.
- Tiene la ventaja de ser un juego promocional que utiliza las loterías y las redes multiservicios, llegando a diferentes zonas y una gran variedad de personas.



JUEGOS LOCALIZADOS

CASINO

Fortalezas

- Estos espacios ofrecen un ambiente de diversión, espectáculo, emoción y glamour, lo que genera un gran interés para las personas que prefieren compartir y asistir a estos lugares como parte de su hobby, distracción del día a día o, simplemente, para probar su suerte.
- También tienen la ventaja de ofrecer un amplio portafolio de juegos como tragamonedas, blackjack, ruletas, etc., incentivando al usuario a probar sus diferentes productos.



LÍNEA GRÁFICA

Lotería de Bogotá



Lotería de Medellín



Super Astro



Apuestas online (Wplay/Betplay)



Baloto



Super Astro



Kash



Raspa Todo



Super Astro



Conclusiones

1. Teniendo en cuenta las tendencias globales y el diagnóstico de la categoría de los juegos de suerte y azar en Colombia, podemos observar que la categoría sigue mostrando importantes avances en términos de desarrollo tecnológico, en estructura de marca y por ende se traduce en incremento en sus ventas. Esto significa una gran oportunidad para Super astro, no sólo para empezar a implementar algunas tecnologías en el producto , sino para impulsar la marca y llegar a nuevos mercados apalancados en una imagen más moderna, acorde a los cambios generacionales.
2. Actualmente, Super astro se diferencia por su mecánica novedosa y su personalidad de marca, enfocada en la astrología, ofreciendo a los usuarios una temática única y muchas oportunidades de ganar. También, se caracteriza por ser un juego fácil, económico, y con un plan de premios atractivo, con disponibilidad de jugarlo dos veces al día y de manera online.
3. Super astro tiene oportunidades de mejorar su comunicación de marca, implementando sus atributos y resaltando su territorio de marca: astrología, suerte y los astros, creando contenidos más interactivos que nos permiten alcanzar un mayor grado de engagement con los usuarios y, sobre todo, credibilidad y conexión hacia la marca. En cuanto a su imagen gráfica se recomienda empezar a implementar un lenguaje de marca más acorde a los cambios generacionales que nos permitan mantenernos vigentes frente a los otros juegos.
4. El evidente crecimiento de la categoría y la importante evolución de las marcas, traducen en la importancia de implementar para el producto Super astro un nuevo lenguaje de comunicación, que permita conectar con las nuevas audiencias. Se sugiere renovar colores, formas, elementos que ayuden a darle un refresh visual a la marca.

FODA

FORTALEZAS

- Amplia cobertura a nivel nacional a través de la red más grande del país.
- Amplitud de los horarios de atención a usuarios en la red comercial.
- Reputación de marca generado por la opinión de los ganadores.
- Reconocimiento en el mercado por parte de población mayor.
- Plan de premios reconocido dentro del público objetivo como atractivo y logable, sumado a tener más opciones de ganar debido a las variables y periodicidad en el día.
- Seguridad y respaldo generado por la red comercial (SURED y SUGIROS).
- Marca confiable dentro del marco legal.
- Lenguaje de marca y atributos: astros, suerte y astrología.

DEBILIDADES

- Comercialización de productos que podrían canibalizar mi producto.
- Amplitud del portafolio que ofrecen las asesoras no permite en ocasiones una venta más personalizada.
- Alta rotación de la fuerza de ventas en la red física.
- Se percibe un grado de dificultad para ganar con el signo.
- Awareness de la marca en poblaciones más jóvenes es muy bajo.
- Reforzar la comunicación y re plantear la inversión para un plan de medios que permita dar mayor visibilidad al canal digital – SUPER astroWeb.
- Presupuesto de inversión para la pauta digital

OPORTUNIDADES

- Consolidar el canal de ventas digital que permite llegar a nuevos segmentos potenciales identificados y afianzar la venta en los segmentos cautivos dando una alternativa novedosa y segura para la compra de nuestro producto.
- Mejorar el servicio al cliente e implementar un plan de fidelización para las asesoras.
- Incrementar la venta en los estratos 4.
- Poner en marcha la estrategia digital planteada para fidelizar a la comunidad y subir los índices de engagement en las diferentes RRSS.
- Evidenciar más y profundizar la comunicación respecto al compromiso que tiene la marca con el juego responsable.
- Revitalizar la marca para conectarse con nuevas audiencias.
- Crear nuevas mecánicas de juego e incentivos que permitan diversificar la oferta.
- Destinar recursos para visibilizar y posicionar el nuevo canal – SUPER astroWeb en los grupos objetivos.
- Explorar alternativas de incursionar en nuevas tecnologías para mejorar la experiencia del cliente (Realidad Aumentada – Realidad Virtual).

AMENAZAS

- La venta de juegos de suerte y azar ilegales.
- La restricción en el gasto de los hogares (pérdida de ingresos, otras prioridades) etc.
- El auge de los juegos en línea: casinos, e-Sports, apuestas deportivas en línea, entre otras opciones de entretenimiento sin salir de casa debido a las nuevas tendencias de consumo de la categoría.
- Creencias religiosas, morales o extremistas en contra de los juegos de azar.
- La fuerte atracción del segmento más joven hacia las apuestas virtuales.
- El apostador habitual de la categoría se está envejeciendo.
- La falta de estandarización en la experiencia en PDV y lo obsoleto que podría llegarse a percibir, lo cual iría en contravía del objetivo de revitalizar la marca.
- El desconocimiento por parte de las personas que hay de la categoría frente a los impuestos que deben pagar las personas debido a la ganancia ocasional.



OBJETIVO GENERAL

OBJETIVO GENERAL

Incrementar las ventas del producto SUPER astro en un 5% como mínimo para el periodo de ejecución del plan de mercadeo.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Llegar a nuevos mercados potenciales, personas entre los 22 y 44 años.
- Fortalecer la actividad de fidelización y endomarketing, enfocado en el cliente interno, con el fin de garantizar el incremento en las ventas desde la red comercial.
- Fortalecer la estrategia de comunicación, apalancándonos en los activos digitales de la marca, garantizando un incremento en interacciones y alcance de al menos un 3%.

PLAN DE ACCIÓN Y PRESUPUESTO

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

PERIODO	VENTA	ITEM	PORCENTAJE	VALOR ESTIMADO
DEL 28 DE MAYO 2023	\$ 3.712.353.549	ELABORACION PIEZAS PUBLICIDAD	3,88%	\$ 331.731.144
JUNIO	\$ 53.536.378.581	FIDELIZACION	3,23%	\$ 276.442.620
JULIO	\$ 57.424.745.672	ACTIVACIONES BTL	23,99%	\$ 2.052.310.009
AGOSTO	\$ 58.214.946.834	MEDIOS DIGITALES	1,94%	\$ 165.865.572
SEPTIEMBRE	\$ 57.979.610.278	CAMPAÑA DE SENSIBILIZACION	1,29%	\$ 110.577.048
OCTUBRE	\$ 58.342.201.487	ACTIVIDADES DIGITALES	1,68%	\$ 143.750.162
NOVIEMBRE DEL 1 AL 27	\$ 52.959.380.542	INCENTIVOS Y MECANICAS COMPLEMENTARIAS	0,65%	\$ 55.288.524
		MERCHANDISING	12,93%	\$ 1.105.770.479
TOTAL VENTA	\$ 342.169.616.941	INVERSION ATL	50,41%	\$ 4.312.504.867
2,5% VENTA	\$ 8.554.240.424	TOTAL	100,00%	\$ 8.554.240.424

Objetivo específico 1

Llegar a nuevos mercados potenciales personas entre los 22 y 44 años.

ESTRATEGIAS	TÁCTICAS	PERIODICIDAD	CLASIFICACIÓN DE LA INVERSIÓN	PORCENTAJE DE INVERSIÓN	INVERSIÓN
COMUNICACIÓN	Hacer el lanzamiento del canal SUPER astro Web a través del ecosistema digital de la marca y los PDV a nivel nacional, complementado con activaciones en la red comercial, enfocado en audiencias de 25-44 años	Semestral	MD (Medios digitales)	1.94%	\$165.865.572
	Generar una dinámica con creadores de contenido o microinfluenciadores, desde el territorio de la marca que es suerte y astrología para tener una conversión en digital y PDV	Trimestral	MD (Medios digitales)	1.94%	\$165.865.572
	Tener un always on en comunicación explicando la mecánica del juego en PDV y digital	Mensual	AB (Activaciones BTL)	23.99%	\$2.052.310.009
COMUNICACIÓN	Implementar una campaña en medio ATL; TV, radio.	Mensual	MA (Campañas ATL)		
FRECUENCIA	Fortalecer la ventaja competitiva de la marca SUPER astro y su plan de premios, enfatizando que se tienen más oportunidades de ganar, mas veces al día. Se recomienda implementar en los días con menos ventas	Mensual	MCH (Merchandising)	12.93%	\$1.105.770.479
CONVERSIÓN	Realizar un concurso en donde se capten leads y se incentive a realizar transacciones en el canal digital.	Mensual	AD (Activaciones Digitales)	1.68%	\$143.150.162

Objetivo específico 2

Garantizar el incremento en las ventas desde la red comercial, fortaleciendo la actividad de fidelización y endomarketing enfocada al cliente interno.

ESTRATEGIAS	TÁCTICAS	PERIODICIDAD	CLASIFICACIÓN DE LA INVERSIÓN	PORCENTAJE DE INVERSIÓN	INVERSIÓN
COMUNICACIÓN	Generar campañas de sensibilización, destacando los valores necesarios para la optima atención al cliente, las ventajas en ingresos de los incrementos de la venta y todas las campañas de fidelización (promocionales) que están generados para la FDV.	Semestral	FD (Fidelización)	3.23%	\$276.442.620
	Tener un landing page en donde se pueda interactuar con la FDV a través de la publicación de noticias relevantes, información del juego, técnicas de ventas, promocionales activos y demás temas que se consideren necesarios para la fidelización.	Mensual	PP (Piezas Publicitarias)	3.88%	\$331.731.144
	Elaborar material de merchandising, POP y OOH de la marca para su exhibición en puntos de venta, los asesores deben poder vestir/ usar algunas de estas piezas	Mensual	MCH (Merchandising)	12.93%	\$1.105.770.479
FIDELIZACIÓN	Crear un canal de comunicación o punto de contacto digital - landing, para que los asesores dejen sus sugerencias o comentarios e interacciones.	Por demanda	ATL (Medios masivos)	50.41%	\$4.312.504.867
PROMOCIÓN	Crear un evento virtual periódico en donde se hable de las tácticas definidas para vender el producto Super astro en los PDV. Reconocer el vendedor destacado del mes/ periodo.	Mensual o por tendencia	FD (Fidelización)	3.23%	\$276.442.620

Objetivo específico 3

Fortalecer la estrategia de comunicación, apalancados en los activos digitales de la marca, garantizando un incremento en interacciones y alcance de al menos un 5%.

ESTRATEGIAS	TÁCTICAS	PERIODICIDAD	CLASIFICACIÓN DE LA INVERSIÓN	PORCENTAJE DE INVERSIÓN	INVERSIÓN
COMUNICACIÓN	Hacer un mapeo del ecosistema digital de Super astro para designar roles de comunicación a cada canal.	Semestral	MD (Medios digitales)	1.94%	\$165.865.172
	Revisar las tendencias visuales a nivel mundial para entender los nuevos lenguajes y formatos del territorio de marca (astrología) en digital y poder aplicarlo en el contenido.	Mensual	PP (Piezas Publicitarias)	3.88%	\$331.731.144
	Refrescar los ejes temáticos que respalden las acciones durante el semestre y dinamicen los contenidos en digital.	Semestral	PP (Piezas Publicitarias)	3.88%	\$331.731.144
	Revisar los Kpis actuales para enfocarlos en las nuevas métricas que se tienen en cuenta en RRSS.	Semestral	MD (Medios digitales)	1.94%	\$165.865.172
FIDELIZACIÓN	Crear un concurso en RRSS que apunte a mantener a la comunidad cautiva.	Trimestral	AD (Activaciones Digitales)	1.68%	\$143.750.162
	Buscar creadores de contenido (micro y macro influenciadores) relacionados con personalidad de la marca, y vincularlos a través de formatos live.	Bimestral	MD (Medios digitales)	1.94%	\$165.865.172



CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Objetivos	Estrategia	Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre			
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Objetivo 1	Comunicación																								
	Frecuencia																								
	Conversión																								
Objetivo 2	Comunicación																								
	Fidelización																								
	Promoción																								
Objetivo 3	Comunicación																								
	Fidelización																								

Ver anexo 1

SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

Objetivo específico 1

Llegar a nuevos mercados potenciales personas entre los 22 y 44 años.

ESTRATEGIAS	TÁCTICAS	ENTREGABLE	INDICADOR
COMUNICACIÓN	Hacer el lanzamiento del canal SUPER astro Web a través del ecosistema digital de la marca y los PDV a nivel nacional, complementado con activaciones en la red comercial, enfocado en audiencias de 25-44 años	Campaña de lanzamiento nuevo canal digital de marca	Tráfico al sitio web Ventas registradas a través del canal web.
	Generar una dinámica con creadores de contenido o micro influencers, desde el territorio de la marca que es suerte y astrología para tener una conversión en digital y PDV	Campaña con creadores de contenido afines con la marca según el Kpi de conversión que se define	Informe de RRSS en donde se evidencien impactos, alcance e interacciones.
	Tener un always on en comunicación explicando la mecánica del juego en PDV y digital	Campaña educativa con bajada a digital y físico	Evaluación periódica a través de las RRSS de la información dada. Estudio de mercado anual. Encuesta de satisfacción del cliente.
FRECUENCIA	Fortalecer la ventaja competitiva de la marca SUPER astro y su plan de premios, enfatizando que se tienen más oportunidades de ganar, mas veces al día. Se recomienda implementar en los días con menos ventas	Toolkit con piezas P.O.P. y OOH para bajar a PDV y piezas para push en los puntos de contacto digitales definidos.	Visitas a PDV para evaluar implementación de P.O.P. y ventas. Fotografías y evidencias remitidas por la red comercial.
CONVERSIÓN	Realizar un concurso en donde se capten leads y se incentive a realizar transacciones en el canal digital.	Mecánica de las actividades en redes	Leads y transacciones, algoritmos de RRSS.

Objetivo específico 2

Garantizar el incremento en las ventas desde la red comercial, fortaleciendo la actividad de fidelización y endomarketing enfocada al cliente interno.

ESTRATEGIAS	TÁCTICAS	ENTREGABLE	INDICADOR
COMUNICACIÓN	Generar campañas de sensibilización, destacando los valores necesarios para la óptima atención al cliente, las ventajas en ingresos de los incrementos de la venta y todas las campañas de fidelización (promocionales) que están generados para la FDV.	Campaña dirigida a los asesores en PDV con foco en asesores comerciales.	Incremento en ventas, Visitas de pre/auditoria, visitas de capacitación.
	Tener un landing page en donde se pueda interactuar con la FDV a través de la publicación de noticias relevantes, información del juego, técnicas de ventas, promocionales activos y demás temas que se consideren necesarios para la fidelización.	Desarrollo de Activo digital con estructura de contenido según diseño	Tráfico a la landing page. Algoritmos de RRSS
	Elaborar material de merchandising, POP y OOH de la marca para su exhibición en puntos de venta, los asesores deben poder vestir/ usar algunas de estas piezas.	Material desarrollado o impreso	Fotografías y evidencias del material elaborado.
FIDELIZACIÓN	Hacer una escucha en el punto de contacto digital - landing para que los asesores dejen sus sugerencias o comentarios acerca de las mecánicas de fidelización.	Cuestionario para ser implementado en el activo digital desarrollado	Análisis de resultados cualitativo, arrojado por el algoritmo de la landig.
PROMOCIÓN	Crear un evento virtual periódico en donde se hable de las tácticas para vender SuperAstro en los PDV apoyado por el vendedor destacado del mes/ periodo.	Diseño de experiencia	Tráfico a la landing/ RRSS

Objetivo específico 3

Fortalecer la estrategia de comunicación, apalancados en los activos digitales de la marca, garantizando un incremento en interacciones y alcance de al menos un 5%.

ESTRATEGIAS	TÁCTICAS	ENTREGABLE	INDICADOR
COMUNICACIÓN	Hacer un mapeo del ecosistema digital de Super astro para designar unos roles de comunicación a cada canal.	Análisis del ecosistema digital - Informe de RRSS	Alcance y engagement del contenido arrojado por el algoritmo de RRSS.t
	Revisar las tendencias visuales a nivel mundial para entender los nuevos lenguajes y formatos del territorio de marca (astrología) en digital y poder aplicarlo en el contenido.	Análisis de las tendencias con insights que se puedan aplicar en la comunicación	Resultados del A/B test dentro de las RRSS
	Refrescar los ejes temáticos que respalden las acciones durante el semestre y dinamicen los contenidos en digital.	Mapa de operaciones de contenido para la marca en digital - Informe de RRSS	Performance del contenido en RRSS
FIDELIZACIÓN	Revisar los Kpis actuales para enfocarlos en las nuevas métricas que se tienen en cuenta en RRSS.	Diseño de la dinámica	Número de followers, alcance e interacciones
	Crear un concurso en RRSS que apunte a mantener a la comunidad cautiva.	Propuesta de creadores de contenido y temáticas live - Informe de RRSS	Número de conectados e interacciones
COMUNICACIÓN	Buscar creadores de contenido (micro y macro influenciadores) relacionados con personalidad de la marca, y vincularlos a través de formatos live.	Elaboración de contenido en formatos de actualidad permitidos para RRSS	Alcance, interacción y seguidores, click de compartir.

ANEXOS

Objetivos	Estrategia	Táctica	Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre			
			S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Objetivo 1	Comunicación	Lanzamiento canal SuperAstro																								
		Dinámica con creadores de contenido/micoinfluencers																								
		Always on explicando la mecánica																								
		Campaña ATL																								
	Frecuencia	Fortalecer la ventaja competitiva en días con menos ventas																								
	Conversión	Concurso para captar leads																								
Objetivo 2	Comunicación	Generar campañas de sensibilización para cliente interno																								
		Tener un landing page para la FDV																								
		Elaborar material P.O.P.																								
	Fidelización	Incentivar la interacción con el landing (POR DEMANDA)																								
	Promoción	Crear evento virtual periódico																								
Objetivo 3	Comunicación	Hacer mapeo del ecosistema digital																								
		Revisar tendencias visuales																								
		Refrescar ejes de contenido																								
		Revisar KPIs																								
	Fidelización	Crear concurso en RRSS																								
		Buscar creadores de contenido																								

PLAN DE MERCADEO

29 de mayo - 28 de noviembre 2023



JUGAR SIN CONTROL CAUSA ADICCIÓN. EL JUEGO ES ENTRETENIMIENTO,
JUEGA CON MODERACIÓN. PROHIBIDA LA VENTA A MENORES DE EDAD.

Autoriza
Coljuegos

RV: Contrato 1725 producto SUPER astro - Cumplimiento cláusula sexta, numeral 58, literal a.

Evelyn Organista <juridicoproducto@cempresarial.co>

Mar 30/05/2023 9:38 AM

Para:Sady Maritza Mendez Moreno <asistentegerencia@cempresarial.co>

CC:DreamTeam_Juridico <controljuridico@cempresarial.co>;Equipo Comercial CE <EquipoComercialCE@cempresarial.co>

PSI

Cordialmente,

Evelyn Organista.

Coordinadora Jurídica Producto.

Tel:(1) 5190395

Corredor Empresarial S.A.

Av Calle 26 N° 69 D 91 Oficina 802 Torre 2 Centro Empresarial Arrecife

Línea gratuita: 01 8000 112188



"La información contenida en este correo y sus Anexos es confidencial y solo puede ser utilizada por la persona o empresa a la cual está dirigida. Si usted no es el receptor autorizado, cualquier retención, difusión, distribución o copia de este correo es prohibida y sancionada por la ley. Si por error recibe este correo, por favor reenviarlo al remitente de CORREDOR EMPRESARIAL S.A. y/o borrar el correo inmediatamente. Esta información es propiedad de CORREDOR EMPRESARIAL S.A. toda distribución o copia de este documento sin la autorización expresa de CORREDOR EMPRESARIAL S.A. es prohibida y sancionada por la ley."

De: Contactenos Coljuegos <contactenos@coljuegos.gov.co>

Enviado: martes, 30 de mayo de 2023 9:35

Para: Evelyn Organista <juridicoproducto@cempresarial.co>

Asunto: Re: Contrato 1725 producto SUPER astro - Cumplimiento cláusula sexta, numeral 58, literal a.

Buen día

Apreciado (S) Señor (es):

CORREDOR EMPRESARIAL

Atendiendo su correo electrónico nos permitimos informarle que este fue radicado bajo el No. '20231030181832 y será escalado al área correspondiente para la emisión de una respuesta formal.

Cualquier inquietud o información adicional que necesite no dude en contactarnos en nuestra línea de Servicio al Cliente en Bogotá (601)7420698 – 018000182888 a nivel nacional ó a través de nuestro correo electrónico contactenos@coljuegos.gov.co.



Atención al Ciudadano

contactenos@coljuegos.gov.co

Teléfono: (601) 7420698

Cra 11 No 93A - 85, Bogotá, Colombia

www.coljuegos.gov.co

[Conoce aquí cómo aporta Coljuegos a la salud de los colombianos](#)

La información contenida en este correo y sus anexos es confidencial y sólo puede ser utilizada por la persona o empresa a la cual está dirigida. Si Usted no es el receptor autorizado, cualquier retención, difusión, distribución o copia de este correo es prohibida y sancionada por la ley. Si por error recibe este correo, por favor reenviarlo al remitente de Coljuegos y/o borrar el correo inmediatamente. Esta información es propiedad de Coljuegos toda distribución o copia de este documento sin la autorización expresa de Coljuegos es prohibida y sancionada por la ley.

El lun, 29 may 2023 a las 15:17, Evelyn Organista (<juridicoproducto@compresarial.co>) escribió:

5002-1063

Bogotá D.C., 26 de mayo de 2023

Doctor

Eric David Padilla Ramírez

Director de Proyecto

CONSORCIO JUEGOS 2020

Ciudad

Asunto: Contrato 1725 producto SUPER astro - Cumplimiento cláusula sexta, numeral 58, literal a.

Consecutivo Interventoría es: 2023-05-29_CJ2020_2352

Cordialmente,

Evelyn Organista.

Coordinadora Jurídica Producto.

Tel:(1) 5190395

Corredor Empresarial S.A.

Av Calle 26 N° 69 D 91 Oficina 802 Torre 2 Centro Empresarial Arrecife

Línea gratuita: 01 8000 112188



"La información contenida en este correo y sus Anexos es confidencial y solo puede ser utilizada por la persona o empresa a la cual está dirigida. Si usted no es el receptor autorizado, cualquier retención, difusión, distribución o copia de este correo es prohibida y sancionada por la ley. Si por error recibe este correo, por favor reenviarlo al remitente de CORREDOR EMPRESARIAL S.A. y/o borrar el correo inmediatamente. Esta información es propiedad de CORREDOR EMPRESARIAL S. A. toda distribución o copia de este documento sin la autorización expresa de CORREDOR EMPRESARIAL S.A. es prohibida y sancionada por la ley."

La información contenida en este correo y sus anexos es confidencial y sólo puede ser utilizada por la persona o empresa a la cual está dirigida. Si Usted no es el receptor autorizado, cualquier retención, difusión, distribución o copia de este correo es prohibida y sancionada por la ley. Si por error recibe este correo, por favor reenviarlo al remitente de Coljuegos y/o borrar el correo inmediatamente. Esta información es propiedad de Coljuegos toda distribución o copia de este documento sin la autorización expresa de Coljuegos es prohibida y sancionada por la ley.

Contrato 1725 producto SUPER astro - Cumplimiento cláusula sexta, numeral 58, literal a.

Evelyn Organista <juridicoproducto@cempresarial.co>

Lun 29/05/2023 3:17 PM

Para:contactenos <contactenos@coljuegos.gov.co>;consorciojuegos2020@googlegroups.com
<consorciojuegos2020@googlegroups.com>CC:JHON FREDY ACEVEDO CATAÑO <administracion@consorciojuegos2020.com>;DreamTeam_Juridico
<controljuridico@cempresarial.co>;Sady Maritza Mendez Moreno <asistentegerencia@cempresarial.co> 2 archivos adjuntos (3 MB)

CUMPLIMIENTO NUMERAL 58 LITERAL A PLAN DE MERCADEO.pdf; PLAN DE MERCADEO SUPER astro 29 MAY - 28 NOV .pdf;

5002-1063

Bogotá D.C., 26 de mayo de 2023

Doctor

Eric David Padilla Ramírez

Director de Proyecto

CONSORCIO JUEGOS 2020

Ciudad

Asunto: Contrato 1725 producto SUPER astro - Cumplimiento cláusula sexta, numeral 58, literal a.**Consecutivo Interventoría es: 2023-05-29_CJ2020_2352**

Cordialmente,

Evelyn Organista.

Coordinadora Jurídica Producto.

Tel:(1) 5190395

Corredor Empresarial S.A.

Av Calle 26 N° 69 D 91 Oficina 802 Torre 2 Centro Empresarial Arrecife

Linea gratuita: 01 8000 112188



"La información contenida en este correo y sus Anexos es confidencial y solo puede ser utilizada por la persona o empresa a la cual está dirigida. Si usted no es el receptor autorizado, cualquier retención, difusión, distribución o copia de este correo es prohibida y sancionada por la ley. Si por error recibe este correo, por favor reenviarlo al remitente de CORREDOR EMPRESARIAL S.A. y/o borrar el correo inmediatamente. Esta información es propiedad de CORREDOR EMPRESARIAL S. A. toda distribución o copia de este documento sin la autorización expresa de CORREDOR EMPRESARIAL S.A. es prohibida y sancionada por la ley."