

5002-2489

Bogotá D.C., 28 de noviembre de 2023

Doctor
Eric David Padilla Ramírez
Director de Proyecto
CONSORCIO JUEGOS 2020
Ciudad

Asunto: Cumplimiento obligación 58 numeral a) contrato de concesión 1725.

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 su calidad de Representante Legal de CORREDOR EMPRESARIAL S.A. con NIT 900.243.000-8, dando cumplimiento a la obligación del contrato del contrato 1725 Cláusula sexta Obligaciones de la Etapa Operativa numeral 58 a) que cita:

58. Presentar semestralmente a la Interventoría lo siguiente:

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.*

Nos permitimos anexar a esta comunicación el plan de mercadeo presentado para la vigencia de 29 de noviembre 2023 hasta el 28 de mayo 2024 en formato PDF.

Cordialmente,



GERMAN ALBERTO SEGURA VASQUEZ
Representante Legal
CORREDOR EMPRESARIAL S.A.

C.C. CLAUDIA YAMILE CASTIBLANCO ARÉVALO
Gerente de Fiscalización
Coljuegos

Elaboró: Dilia Helena Granados Gómez – Dir. Comercial
Revisó: María Elena Ospina- Gerente comercial
Vo/Bo.: Gerencia Jurídica



PLAN DE **MERCADEO**





DIAGNÓSTICO

SITUACIÓN DEL JUEGO

PLAN DE MERCADÉO





PLAN DE MERCADEO



TENDENCIAS **DEL** MERCADO



Responsabilidad social

El consumidor contemporáneo apoya a las marcas que se comprometen con causas sociales y medioambientales. Esperan que se involucren activamente y que tomen medidas para hacer del mundo un lugar mejor.



Diversidad e inclusión:

La diversidad e inclusión son temas importantes para esta generación. Las marcas que promueven la igualdad de oportunidades suelen ser bien recibidas por los consumidores más jóvenes.



Innovación & experiencia de usuario:

El 29% de la población ha crecido en un mundo digital y esperan una experiencia de usuario excepcional tanto en tiendas físicas como en línea. Valoran la comodidad, la rapidez y la facilidad de uso.



Personalización:

Las marcas utilizan datos para diseñar productos y servicios a la medida de las necesidades individuales y grupales del consumidor, lo que también les permite entregar ofertas personalizadas.



Comunicación a través de medios digitales:

El consumidor contemporáneo pasa mucho tiempo en línea. Por ello, se conectan con marcas que utilizan plataformas digitales, siendo esta una estrategia efectiva para relacionarse en los momentos de verdad.

El contenido digital es su lenguaje nativo, la forma en la que comunican sus ideales y el lugar de donde obtienen información y entretenimiento.



Colaboraciones:

Aprecian las colaboraciones entre marcas que les ofrezcan novedades bajo la estrategia de co-branding.



DIAGNÓSTICO SITUACIÓN DEL JUEGO SUPER ASTRO



TENDENCIAS ANCLADAS **AL NUEVO GRUPO** GENERACIONAL



Los Centennials, también conocidos como Generación Z, son el grupo demográfico nacido entre el 2001 hasta el 2005.

Tienen características y preferencias únicas cuando se trata de marcas. Algunas de las cosas que suelen consumir incluyen discursos como:





Aspectos clave para conectarse con las nuevas generaciones:

Grupo referencial

Amigos principales referentes para adquirir gustos, actitudes y opiniones.

Su vida, su statement

Construyen una imagen personal y una marca propia.

Influencers

Las figuras públicas o famosos son su ejemplo a seguir.

Sentido de pertenencia

Pertenecen a un grupo social.

Altamente estéticos

Transforman y redefinen su imagen constantemente.

Aprobación online

Validan su imagen en redes sociales.

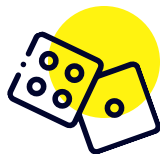


DIAGNÓSTICO SITUACIÓN DEL JUEGO SUPER ASTRO



TENDENCIAS DE USO Y PRÁCTICAS EN LOS JUEGOS DE AZAR

Tendencias de uso y prácticas asociadas al juego



Juegos de azar en línea:

La disponibilidad de plataformas digitales ha llevado a un aumento significativo en los juegos de azar en línea en dispositivos móviles.

La conveniencia de poder jugar desde cualquier lugar ha atraído a un gran número de jugadores.



Realidad virtual (RV) y realidad aumentada (RA):

Ofrece experiencias de juego más inmersivas y realistas. Esto podría cambiar la forma en que las personas juegan y se relacionan con los juegos de azar.



Responsabilidad social:

Existe una creciente conciencia sobre la importancia del juego responsable.

Las empresas de juegos de azar están implementando medidas para ayudar a los jugadores a controlar sus hábitos y evitar problemas de ludopatía.

Tendencias de uso y prácticas asociadas al juego



Juegos basados en habilidades:

Ampliar el portafolio con más juegos de azar que combinen elementos de habilidad con suerte. Esto puede atraer a jugadores que disfrutan de desafíos mentales y estratégicos.



Inteligencia artificial y análisis de datos:

Usarlos para personalizar las experiencias de juego y anticipar las necesidades y preferencias de los jugadores.



Servicios de streaming:

Darles más fuerza a los canales digitales con la transmisión de contenidos en vivo para impulsar el awareness de la marca y actividades de promoción que muevan la caja registradora.

Tendencias de uso y prácticas asociadas al juego



Planes de fidelización, recompensa y referidos:

Para que el usuario perciba que recibe beneficios gracias a sus apuestas y a su interacción regular con la marca.



E-sports y apuestas en E-sports:

Los deportes electrónicos han ganado una gran audiencia en todo el mundo, y junto con ellos han surgido oportunidades de apuestas. Se pueden realizar apuestas entre equipos y jugadores de forma similar a como se hacen con los deportes tradicionales.



Influencer Marketing:

Identificar influenciadores afines a la esencia de la marca para amplificar las iniciativas en comunicación y llegar a más audiencias.



COLOMBIA

- Coljuegos, señaló que el panorama favorable de 2022 se mantendrá este 2023 y alcanzará el 2024, 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.

<https://g-mnews.com/es/colombia-tras-los-recor-ds-recaudatorios-de-2022-coljuegos-apuesta-por-un-2023-en-la-misma-tendencia/>





DIAGNÓSTICO SITUACIÓN DEL JUEGO SUPER ASTRO

Juegos Territoriales (Chance, Lotería, Raspa y Gana) alcanzaron

\$3.429.396 MM

Crecimiento del 22%

(Respecto al periodo del año anterior)

Chance aportó

\$2.246.965 MM

Loterías aportaron

\$745.791 MM

Raspa y Listo aportó

\$436.640 MM

*Cifras expresadas en miles de millones



DIAGNÓSTICO SITUACIÓN DEL JUEGO SUPER ASTRO

Raspa y listo

Superó proyecciones
de ventas en **150%**

Convirtiéndose en
uno de los juegos más queridos
por los colombianos



Juegos Operados Internet
Aportaron **\$28.803 MM**

Baloto Revancha
Aportó **\$4.231 MM**

Juegos Localizados
Aportaron **\$30.615 MM**

Juegos Promocionales
Aportaron **\$263 M**

Super Astro
Aportó **\$11.783 MM**

*Enero 2023 | Aportes a la salud

*Cifras expresadas en miles de millones



MUESTRA DE TENDENCIAS



Recaudó
\$120.298 MM



Recaudó
\$53.639 MM

*Cifras expresadas en miles de millones



VENTAS

JUEGOS DE SUERTE Y AZAR

Juegos Localizados

Registraron apuestas por

\$40.283 MM



Crecimiento del **11%**

Juego Online

Reportó apuestas por

\$26.880 MM



Avance del **67%**

*Apuestas registradas al cierre 2022

*Cifras expresadas en miles de millones



CONCLUSIONES

◆ Tendencias emergentes:

La inteligencia artificial en la optimización de las probabilidades marca un referente en los juegos de azar en línea de ahora en adelante.

◆ Perspectivas futuras:

Sigue siendo un desafío el crecimiento de la categoría de apuestas deportivas , SUPER astro puede adaptarse y prosperar en este entorno cambiante.



CONCLUSIONES

◆ Crecimiento del mercado:

El crecimiento constante de la industria de los juegos de azar en términos de ingresos, participación de mercado o expansión geográfica. Es un indicador positivo para amplificar el foco hacia audiencias antes no exploradas.

◆ Tendencias demográficas:

La creciente aceptación de los juegos de azar por parte de los Millennials y Centennials frente a la evolución de las preferencias de juego de diferentes grupos de edad, comienzan a influir en la industria.

◆ Digitalización y tecnología:

Sin duda la digitalización y la tecnología están cambiando la forma en que se juegan los juegos de azar, la proliferación de lugares para jugar en línea, aplicaciones móviles continúan dirigiendo a la categoría hacia el mundo digital.

◆ Responsabilidad social y regulación ética:

La industria de los juegos de azar está abordando la responsabilidad social y la regulación ética, especialmente en relación con la promoción de un juego seguro y responsable.



PLAN DE MERCADEO



ANÁLISIS **DE LA** COMPETENCIA



BetPlay

Apuéstale a tu pasión

SPORTIUM

RUSHBET.CO

codere

betsson

wplay.co

Apuestas Deportivas



Capitalizan la data que tienen de los usuarios a partir de un CMR táctico, inteligente que le permite a la marca nutrirse de insights a partir de la información recolectada



Ofrecen un amplio portafolio de apuestas deportivas, casino y juegos tradicionales como el bingo, atrayendo diferentes públicos.



Tiene una amplia plataforma de pagos; tarjetas de crédito, débito, billeteras digitales, efectivo, etc.



Diversificación de los contenidos para conectar con sus audiencias .



La omnicanalidad como punto de partida, MiLoto desarrolló el mismo en nivel de relevancia para el establecimiento de los canales físicos, así como de su canal digital .



Una nueva dinámica dirigida a una audiencia más joven.



Página web con colores y códigos juveniles.



Contenidos, gráficas y mensajes aspiracionales.



Modalidades de juego automática y manual.



Venta a través del Canal Digital.



La que más billete da



Contenidos asociados a fechas
y tendencias locales y globales.



Venta a través de la página web.



El lenguaje de comunicación de la marca es aspiracional, está enfocado en mostrar una 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.



Venta a través de la página web.



Hace parte de la canasta familiar.



Es un juego fácil y asequible, dándole la posibilidad a las personas de apostar con valores pequeños.



Actualmente ofrece diferentes alternativas de juegos y premios.



Fácil, asequible, entretenido e inmediato.



Factura y pago ganador.



Conecta con sus audiencias desde el entretenimiento.



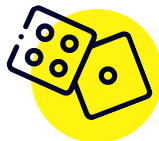
Premio al instante lo que lo hace interesante y rápido.



Juego promocional que utiliza las loterías y las redes multiservicios, llegando a diferentes zonas y a una gran variedad de personas.



Estos espacios ofrecen un ambiente de diversión, espectáculo y emoción, 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 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.



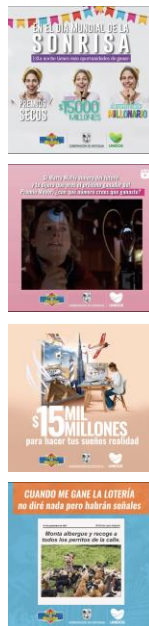
LÍNEA GRÁFICA

PLAN DE MERCADEO

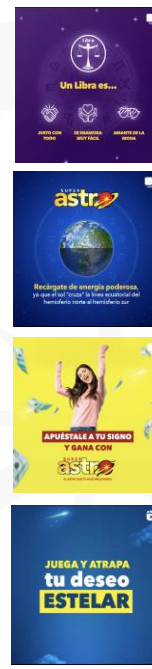
Lotería de Bogotá



Lotería de Medellín



SUPER astro



Kash



Raspa Todo



SUPER astro





CONCLUSIONES

Línea gráfica

- ◆ Las marcas en general han consolidado elementos gráficos diferenciales, apalancándose en los colores de las marcas.
- ◆ Se encuentra en general una coherencia en el manejo de la marca y se evidencian plantillas para generar contenidos organizados y categorizados por colores y tipos de gráfica según la temática.
- ◆ Existe una marcada tendencia en usar memes, contenidos coyunturales y testimoniales para llamar la atención de los usuarios e interactuar con ellos.
- ◆ Creación de personajes para interactuar con sus audiencias.



CONCLUSIONES

Línea gráfica

- ◆ Planificación de contenidos y temáticas asociadas al juego como la libertad, la alegría y la posibilidad de alcanzar los sueños como transversales a la categoría.
- ◆ En general las piezas están saturadas de información.

- ◆ Toda la categoría ha afinado sus elementos visuales en ese sentido y SUPER astro es un referente pues es una marca con una presencia visual coherente expresada en colores y formas que la caracterizan y la diferencian, pero sobre todo que marcan una línea Vs. los competidores.



FODA

PLAN DE MERCADEO



FORTALEZAS

- Seguridad y respaldo generado por la red comercial (SURED y SUPERGIROS).
- Amplia cobertura a nivel nacional a través de la red más grande del país.
- Lenguaje de marca y atributos: astros, suerte y astrología.
- Amplitud de los horarios de atención a usuarios en la red comercial.
- Reputación de marca generada 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 logvable, sumado a tener más opciones de ganar debido a las variables y periodicidad en el día.
- Marca confiable dentro del marco legal.



OPORTUNIDADES



◆ Activos de la marca

- Consolidar el canal de ventas digital para llegar a nuevos segmentos y fidelizar a la comunidad desde el engagement en las diferentes RRSS.
- Destinar recursos para visibilizar y posicionar el nuevo canal – SUPER astro Web en los grupos objetivos.
- Revitalizar la marca a través de un lifting, para conectarse con nuevas audiencias y nuevos NSE.

◆ Equipo interno

- Mejorar el servicio al cliente e implementar un plan de fidelización para las asesoras.

◆ Consumidor

- Desarrollar un programa de fidelización.
- Evidenciar y profundizar la comunicación respecto al compromiso que tiene la marca con el juego responsable.

◆ Innovación

- Crear nuevas mecánicas de juego e incentivos que permitan diversificar la oferta.
- Explorar alternativas de incursionar en nuevas tecnologías para mejorar la experiencia del cliente (Realidad Aumentada – Realidad Virtual).

DEBILIDADES



- Comercialización de productos que podrían canibalizar a SUPER astro.
- SuperChance, deportivas, ganancia instantánea, premio inmediato.
- Se percibe un grado de dificultad para ganar con el orden fijo de los números.
- 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.
- El awareness de la marca es muy bajo en poblaciones jóvenes.

AMENAZAS



- 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.
- Desarrollo de los ecosistemas digitales de los competidores.
- Internacionalización de las marcas Colombianas, así como la inclusión de casas de apuestas.
- 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.
- La restricción en el gasto de los hogares (pérdida de ingresos, otras prioridades) etc.
- La venta de juegos de azar ilegales.
- Creencias religiosas, morales o extremistas en contra de los juegos de azar.



OBJETIVO GENERAL

"Expandir y diversificar nuestro nicho de mercado a través del canal de comercialización digital para atraer y retener nuevos grupos generacionales"





OBJETIVOS **ESPECÍFICOS**

1

Cautivar un nuevo nicho de audiencia, optimizando la propuesta visual y la comunicación de la marca, para hacerla más fresca, moderna y que resuene con los valores y preferencias de las generaciones más jóvenes, incluyendo a nuestro consumidor habitual.

2

Desarrollar e implementar planes de fidelización y asesoría mediante estrategias de endo-marketing enfocadas en la fuerza de venta con el fin de que conozcan la marca, sientan afinidad por ella, generen una interacción y frecuencia de compra y venta.

3

Fortalecer canales digitales de comercialización (pág. web, app) desde el entendimiento de las plataformas y canales preferidos por los nuevos grupos generacionales, incorporando elementos de marketing digital y redes sociales, apuntando al posicionamiento digital y ampliando la cobertura de los canales digitales.



PRESUPUESTO

2023/2024

Item	Part.	Nov 29-30	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo (1-28)	Total
ATL	25%	\$23.333.333	\$350.000.000	\$375.000.000	\$375.000.000	\$375.000.000	\$375.000.000	\$350.000.000	\$2.223.333.333
BTL	20%	\$18.707.020	\$309.982.736	\$292.557.091	\$295.108.142	\$299.590.263	\$291.486.638	\$288.161.485	\$1.795.593.376
Fidelización	20%	\$18.707.020	\$309.982.736	\$292.557.091	\$295.108.142	\$299.590.263	\$291.486.638	\$288.161.485	\$1.795.593.376
Presencia de Marca	18%	\$16.836.318	\$278.984.463	\$263.301.382	\$265.597.328	\$269.631.236	\$262.337.975	\$259.345.337	\$1.616.034.038
Digital	17%	\$16.121.401	\$267.138.010	\$252.120.875	\$254.319.330	\$258.181.947	\$251.198.377	\$248.332.815	\$1.547.412.756
Total	100%	\$93.705.093	\$1.516.087.945	\$1.475.536.438	\$1.485.132.943	\$1.501.993.709	\$1.471.509.629	\$1.434.001.122	\$8.977.966.878
Presupuesto									\$8.977.966.878



PLAN DE MERCADEO



CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Objetivo específico 1

Cautivar un nuevo nicho de audiencia, optimizando la propuesta visual y la comunicación de la marca, para hacerla más fresca, moderna y que resuene con los valores y preferencias de las generaciones más jóvenes, en particular de los Millennials y Centennials.

Estrategia de Comunicación	Tácticas	Entregable	Indicador	Periodicidad	Clasificación de la inversión	% de Inversión	Inversión
	Hacer un mapeo del ecosistema digital de Super Astro para asignar roles de comunicación a cada canal.	Informe de interacciones de contenido. Medición de performance. Seguimiento de estrategia digital y posicionamiento de marca.	Alcance y engagement del contenido arrojado por el algoritmo de RRSS.	Semestral	MD (Medios Digitales)	17%	\$1.547.412.756
	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.	Social listening monitoriza lo que las personas hablan sobre tu marca en diversos espacios online.	Resultados del AVB test dentro de las RRSS.	Mensual	PP (Piezas Publicitarias)	17%	\$1.547.412.756
	Refrescar los ejes temáticos que respalden las acciones durante el semestre y dinamicen los contenidos en digital.	Creación de estrategias digitales	Performance del contenido en RRSS.	Semestral	PP (Piezas Publicitarias)	17%	\$1.547.412.756

*Cifras sujetas a variación según la venta

Objetivo específico 1

Cautivar un nuevo nicho de audiencia, optimizando la propuesta visual y la comunicación de la marca, para hacerla más fresca, moderna y que resuene con los valores y preferencias de las generaciones más jóvenes, en particular de los Millennials y Centennials.

Estrategia de Frecuencia	Tácticas	Entregable	Indicador	Periodicidad	Clasificación de la inversión	% de Inversión	Inversión
	Implementar una campaña en medios ATL (TV, RADIO).	Campaña de comunicación.	Performance medios.	Mensual	MA (Campaña ATL)	25%	\$2.223.333.333
	Fortalecer la ventaja competitiva de la marca Super Astro y su plan de premios, enfatizando que se tiene más oportunidad de ganar, más veces al día. Se recomienda implementar en los días con menos ventas.	Toolkit con pieza P.O.P y OOH para bajar a PDV y piezas para push en los puntos de contacto digitales definidos.	Performance del contenido en RRSS.	Mensual	MCH (Piezas Publicitarias)	18%	\$1.616.034.038

*Cifras sujetas a variación según la venta

Objetivo específico 2

Desarrollar e implementar planes de fidelización y asesoría mediante estrategias de endo-marketing enfocadas en la fuerza de venta con el fin de que conozcan la marca, sientan afinidad por ella, generen una interacción y frecuencia de compra y venta.

Estrategia de Comunicación	Tácticas	Entregable	Indicador	Periodicidad	Clasificación de la inversión	% de Inversión	Inversión
	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 y visitas de capacitación.	Semestral	FD (Fidelización)	20%	\$1.795.593.376
	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. Algoritmo de RRSS.	Mensual	PP (Piezas Publicitarias)	17%	\$1.547.412.756
	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.	Mensual	MCH (Merchandising)	20%	\$1.795.593.376

*Cifras sujetas a variación según la venta

Objetivo específico 2

Desarrollar e implementar planes de fidelización y asesoría mediante estrategias de endo-marketing enfocadas en la fuerza de venta con el fin de que conozcan la marca, sientan afinidad por ella, generen una interacción y frecuencia de compra y venta.

		Tácticas	Entregable	Indicador	Periodicidad	Clasificación de la inversión	% de Inversión	Inversión
Estrategia de Fidelización		Crear un canal de comunicación o punto de contacto digital - landing, para que los asesores dejen sus sugerencias o comentarios e interacciones.	Cuestionario para ser implementado en el activo digital desarrollado.	Análisis de resultados cualitativo arrojado por el algoritmo de la landing.	Por demanda	ATL (Medios Masivos)	25%	\$2.223.333.333
		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.	Diseño de experiencia.	Tráfico a la landing/RRSS	Mensual o por tendencia	FD (Fidelización)	20%	\$1.795.593.376

*Cifras sujetas a variación según la venta

Objetivo específico 3

Fortalecer canales digitales de comercialización (pag web, app) desde el entendimiento de las plataformas y canales preferidos por los nuevos grupos generacionales, incorporando elementos de marketing digital y redes sociales, apuntando al posicionamiento digital y ampliando la cobertura de los canales digitales.

Estrategia de Comunicación (Engagement)

Tácticas	Entregable	Indicador	Periodicidad	Clasificación de la inversión	% de Inversión	Inversión
Revisar los KPI'S actuales para enfocarlos en las nuevas métricas que se tienen en cuenta en RRSS.	Diseño de la dinámica.	Número de followers, alcance e interacciones.	Semestral	MD (Medios Digitales)	17%	\$1.547.412.756
Hacer el lanzamiento del canal SUPER astro Web a través del ecosistema digital de la marca y los PDV a nivel nacional, complementando 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.	Semestral	MD (Medios Digitales)	17%	\$1.547.412.756
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.	Campaña con creadores de contenido afines con la marca según KPI de conversión que se define.	Informe de RRSS en donde se evidencien impactos, alcance e interacciones.	Trimestral	MD (Medios Digitales)	17%	\$1.547.412.756

*Cifras sujetas a variación según la venta

Objetivo específico 3

Fortalecer canales digitales de comercialización (pag web, app) desde el entendimiento de las plataformas y canales preferidos por los nuevos grupos generacionales, incorporando elementos de marketing digital y redes sociales, apuntando al posicionamiento digital y ampliando la cobertura de los canales digitales.

	Tácticas	Entregable	Indicador	Periodicidad	Clasificación de la inversión	% de Inversión	Inversión
Estrategia de Fidelización	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.	Trimestral	AD (Activaciones Digitales)	17%	\$1.547.412.756
	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 la actualidad permitidos para RRSS.	Alcance, interacción y seguidores, click de compartir.	Bimestral	MD (Medios Digitales)	17%	\$1.547.412.756
Conversión	Realizar un concurso en donde se capten leads y se incentive a realizar transacciones en el canal digital.	Mécanica de las actividades en redes.	Leads y transacciones, algoritmos de RRSS.	Mensual	AD (Activaciones Digitales)	17%	\$1.547.412.756

*Cifras sujetas a variación según la venta



			Nov	Diciembre					Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo			
Objetivo	Estrategia	Táctica	S4	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	Asignar roles de comunicación a cada canal.																										
		Nuevos lenguajes y formatos del territorio de marca (astrología) en digital y poder aplicarlo en el contenido.																										
		Refrescar los ejes temáticos para dinamizar los contenidos en digitales.																										
	Frecuencia	Campaña ATL.																										
		Fortalecer la ventaja competitiva en días con menos ventas.																										

[illegible]

[illegible]



SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

Periodo 2023/2024



EL ASTRO QUE TE HACE MILLONARIO

RV: 5002-2489. Cumplimiento obligación 58 numeral a) contrato de concesión 1725.

Evelyn Organista <juridicoproducto@cempresarial.co>

Mié 29/11/2023 10:44 AM

Para: Sady Maritza Mendez Moreno <asistentegerencia@cempresarial.co>; Maria Elena Ospina <gerentecomercial@cempresarial.co>; Dilia Helena Granados Gómez <direccioncomercial@cempresarial.co>
CC: DreamTeam_Juridico <controljuridico@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: miércoles, 29 de noviembre de 2023 10:41

Para: Evelyn Organista <juridicoproducto@cempresarial.co>

Asunto: Re: 5002-2489. Cumplimiento obligación 58 numeral a) contrato de concesión 1725.

Buen día

Apreciado (S) Señor (es):

CORREDOR EMPRESARIAL

Atendiendo su correo electrónico nos permitimos informarle que este fue radicado bajo el No. 20231030373192 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 mar, 28 nov 2023 a las 15:44, Evelyn Organista (<juridicoproducto@cempresarial.co>) escribió:

5002-2489

Bogotá D.C., 28 de noviembre de 2023

Doctor

Eric David Padilla Ramírez

Director de Proyecto

CONSORCIO JUEGOS 2020

Ciudad

Asunto: Cumplimiento obligación 58 numeral a) contrato de concesión 1725.

Consecutivo Interventoría es: 2023-11-28_CJ2020_2643

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.

5002-2489. Cumplimiento obligación 58 numeral a) contrato de concesión 1725.

Evelyn Organista <juridicoproducto@compresarial.co>

Mar 28/11/2023 3:44 PM

Para:contactenos <contactenos@coljuegos.gov.co>

CC:Sady Maritza Mendez Moreno <asistentegerencia@compresarial.co>;Maria Elena Ospina <gerentecomercial@compresarial.co>;Dilia Helena Granados Gómez <direccioncomercial@compresarial.co>;Giovanny Acuña Reyes <coordinadorcomercial@compresarial.co>;Eric David Padilla Ramírez <ericpadilla2709@gmail.com>;consorciojuegos2020@googlegroups.com <consorciojuegos2020@googlegroups.com>

 2 archivos adjuntos (8 MB)

5002-2489. Cumplimiento obligación 58 numeral a) contrato de concesión 1725..pdf; PLAN DE MERCADEO SUPER astro 2024 Version final.pdf;

5002-2489

Bogotá D.C., 28 de noviembre de 2023

Doctor

Eric David Padilla Ramírez

Director de Proyecto

CONSORCIO JUEGOS 2020

Ciudad

Asunto: Cumplimiento obligación 58 numeral a) contrato de concesión 1725.

Consecutivo Interventoría es: 2023-11-28_CJ2020_2643

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."