

Bogotá D.C., 18 de mayo de 2020

Doctor
JOSE MAURICIO VEGA LOPERA
Gerente de Fiscalización
COLJUEGOS EICE
Ciudad

Asunto: Respuesta al radicado número 2020540010298 referencia al numeral 37 de la cláusula sexta, del contrato 1725 de 2019 –Super Astro-

Respetado Doctor,

GERMAN ALBERTO SEGURA VÁSQUEZ, mayor de edad, identificado con la Cédula de Ciudadanía No.79.602.841 de Bogotá D.C., domiciliado en la ciudad de Bogotá D.C., quien actúa en su calidad de Representante Legal de **CORREDOR EMPRESARIAL S.A.**, atendiendo a la comunicación del asunto, informamos que por medio del presente emitimos respuesta al radicado número 2020540010298 en cumplimiento al numeral 37 de la cláusula sexta, del contrato 1725 en el cual se establece:

“Diseñar e implementar las estrategias y acciones necesarias para promover el juego responsable conforme a las directrices que imparta Coljuegos, que permitan gestionar buenas practicas orientadas a la prevención y protección de los jugadores y de la ciudadanía en general.”

Cumpliendo con lo solicitado por la Gerencia de Fiscalización, *“tener en cuenta los parámetros en el diseño de las estrategias y acciones encaminadas al cumplimiento de la obligación de la referencia”*, a continuación damos a conocer el análisis realizado encaminado a incluir la frase *“Juega bien. Ser responsable es parte del juego”*, como un lineamiento impartido por Coljuegos como estrategia y acción necesaria para promover el juego responsable, el cual se implementará por parte del operador, previo a las siguientes consideraciones:

Siempre que se establece el mapa o ruta de ejecución de la estrategia comunicativa de la marca SUPER astro (PM) que además se hace de manera semestral, se

desarrolla con base en 3 variables o frentes que son los que respaldan el éxito de la comunicación del producto.

1. **LA PROMESA DE VALOR:** está asociado al plan de premios, al goodwill de la marca, recordación (Top of Heart) consolidación en sector de Juegos de suerte y azar, en la categoría de Juegos novedosos .
2. **CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO:** En este campo, siempre se tienen en cuenta las características diferenciales del producto, el territorio de marca, su personalidad, sus diferenciales y sobretodo ventajas frente a la competencia, aspiraciones y las oportunidades frente a otros productos o sustitutos.
3. **CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO:** En este frente, tenemos en cuenta la situación externa, las tendencias, avances y consolidaciones a nivel social y cultural, así como también, las variables en los nichos por abordar, fortalezas, avances en innovación, tecnología, y nuevas oportunidades de expansión y canales de comunicación.

Una vez consolida y contextualiza, todo lo mencionado, procedemos a establecer objetivos para la planeación estratégica de la marca. Esta planeación también tiene frentes que establecen y tipifican acciones estratégicas para el crecimiento y fortalecimiento de la imagen de la marca, tomando como método de identificación, el análisis FODA, con insumos por lo general, del Estudio de mercado.

Las actividades que se realizan a lo largo del semestre, se conciben desde diferentes perspectivas, para garantizar la cobertura necesaria para que las tácticas y estrategias definidas, nos apalanquen el éxito de la comunicación. Esta clasificación es una estrategia interna que también nos permite tener indicadores de éxito claros, que son comparables cualitativa y cuantitativamente, con las expectativas de crecimiento del producto que a su vez se hace evidente, en el crecimiento del mismo.

Las actividades son:

1. **PROMOCIONALES:** Son las actividades de promoción concebidas para el producto. En este ITEM se tienen en cuenta eventos masivos, medios ATL, BTL.
2. **BRANDING:** Presencia de marca en diferentes escenarios, por lo general, están acompañados de producción de elementos de apoyo (Merchandising y P.O.P)

3. **DIGITAL:** Son todas las actividades relacionadas con redes sociales y medios digitales.
4. **FIDELIZACION:** Actividades dispuestas para atraer y mantener a clientes y FDV.
5. **INSTITUCIONAL:** Son promociones y comunicaciones en los canales dispuestos para el desarrollo del juego (Sorteo e instalaciones).

Teniendo todo esto claro, procederemos entonces a integrar progresivamente la frase *“Juega bien. Ser responsable es parte del juego”* en algunos de los frentes ya mencionados porque debemos tener en cuenta que no se puede implementar en la totalidad de elementos porque ya hay una campaña activa *“Jugar Legal es apostarle a la salud”* y que además comparte para efectos de aplicación según manual de marca, espacios dentro de la diagramación de los diferentes diseños de piezas promocionales y otras aplicaciones, que además son obligatorios. Así las cosas, podemos incurrir en contaminación visual si no se da el manejo necesario a la visualización de la frase alusiva en cuestión.

Es relevante también mencionar que esta frase podrá ser aplicada de manera inmediata, una vez se dé inicio al contrato de concesión, y en algunas piezas es necesario esperar su nueva producción, que por lo general es cada 12 meses o mas.

Se establece además que Corredor Empresarial S.A. adoptará la frase textual remitida por Coljuegos, pero utilizara una fuente tipográfica, así como una paleta cromática, caja de texto y construcción de bloque de texto, según su disposición y diseño in house, ya que no contamos con un manual de marca o logotipo, imagotipo o cualquier otro elemento gráfico, que este registrado a asociado al manejo de la campaña. Solicitamos además que de ser desarrollado este material, sea suministrado para hacer los ajustes respectivos.

PIEZAS EN PROMOCIONALES: Se puede manejar la frase en Dummis, inflables, pantallas LED, Flayers, programas de conciertos y demás piezas y espacios que permitan que la frase se pueda imprimir a más de 20 Pts, garantizando su legibilidad.

BRANDING: Se tendrá en cuenta la frase, siempre y cuando la superficie a brandear permita más de 15 Pts de marca y que además se esté manejando la marca como campaña, es decir, cuando es solo la marca SUPER astro, solo ira acompañado de los sellos actualmente vigentes, pero cuando se trate de volantes, información más

completa, promoción del plan de premios o alguna característica especial de la marca.

DIGITAL: Se manejarán Historias, captions y hasta podemos promover en nuestras redes contenidos exclusivos a la campaña. Se manejará también emergente en la página Web, App y demás herramientas digitales de contenido.

FIDELIZACION: Para la FDV se incluirá en todos los contenidos de capacitación y seguimiento, para que las promotoras y promotores conozcan y socialicen la iniciativa. A los clientes se les comunicará a través de canales digitales y ATL.

INSTITUCIONAL: Se incluirá en la transmisión del sorteo la frase alusiva, a cargo de la presentadora o como mosca o zócalo en las emisiones. En los promocionales de la marca, que se transmitan en medios masivos, se hará el mismo ajuste. En las pautas radiales, se incluirá en el discurso, al finalizar la pauta.

Esta ejecución será incluida en el desarrollo del primer Plan de Mercadeo, dando continuidad a las actividades antes mencionadas.

En adición a lo antes descrito, es preciso indicar que como operador del juego Super Astro estamos atentos a los lineamientos y políticas en materia de juego responsable que la entidad expida, con el objetivo de integrarlos al desarrollo de la operación y promover el juego responsable conforme a las directrices que imparta Coljuegos, que permitan gestionar buenas prácticas orientadas a la prevención y protección de los jugadores y de la ciudadanía en general.

Agradecemos la atención.

Atentamente,



GERMAN ALBERTO SEGURA VÁSQUEZ

Representante Legal

CORREDOR EMPRESARIAL S.A.