Informe sobre la percepción del producto durante la ejecución del contrato

Durante la ejecución del contrato se logró identificar diversos factores que influían en la decisión de algunos clientes de no adquirir la Lotería de Bogotá.

En primer lugar, se evidenció que una parte de los usuarios evitaba la compra debido al desconocimiento del producto. En varios casos, manifestaron que era la primera vez que tenían contacto con la lotería o que anteriormente no habían mostrado interés en este tipo de productos, lo que generaba dudas frente a su funcionamiento, beneficios y mecanismos de participación.

Ante esta situación, el equipo comercial asumió como parte fundamental de su labor brindar información clara y pedagógica sobre el producto, explicando en qué consiste la Lotería de Bogotá, su funcionamiento, legalidad, dinámica de juego y características principales, con el fin de promover una decisión de compra informada.

Adicionalmente, se identificó que algunos potenciales compradores se abstuvieron de adquirir la lotería por motivos religiosos o creencias personales, al considerar que los juegos de azar no son apropiados o no se alinean con sus principios.

Asimismo, se evidenció un nivel de desconfianza hacia el producto asociado a la percepción de que la lotería no paga premios. Esta percepción se origina principalmente en información obtenida a través de noticias o comentarios de terceros, así como en el hecho de no conocer personalmente a ganadores, lo cual influye en la credibilidad del juego.

En conclusión, el desarrollo de las actividades permitió no solo la promoción del producto, sino también la identificación de barreras culturales, informativas y de percepción que afectan la intención de compra, proporcionando información valiosa para fortalecer futuras estrategias comerciales y pedagógicas orientadas a mejorar el conocimiento y la confianza del público frente a la Lotería de Bogotá.