

● FASE 0 · PROPUESTA

Consultoría de retail media CC San Silvestre

Diagnóstico técnico, arquitectura de red y validación de demanda para convertir las pantallas actuales del centro comercial en una sola red publicitaria vendible.

PARA: CC SAN SILVESTRE DE: DEALTUNNEL × VMC CLOUD FECHA: AGOSTO 2026

VIGENCIA: 5 SEP 2026

INVERSIÓN \$8.900.000 COP más IVA. Acreditable 100% a Fase 1.	DURACIÓN 3 semanas Entregable parcial al cierre de cada semana.	ALCANCE 15 → 17 Caras digitales auditadas, incluidos los 2 tótems.
--	--	---

Señores Centro Comercial San Silvestre:

Walter nos contó cómo se actualiza hoy la pantalla del muro de ascensores: hay que bajar al sótano y conectar un cable al rack. Los seis monitores de las cabinas y los pisos se manejan con memorias USB que el área de monitoreo reconecta a mano todas las mañanas. Solo los ocho monitores de la plazoleta se programan desde la nube, y por eso son los que Walter termina regalando: no porque sean los menos importantes, sino porque son los más fáciles de actualizar.

A finales de este mes llegan dos tótems nuevos, ya comprados, sin sistema asignado. Si se instalan con el software que traen de fábrica, sin decidir antes cómo se van a conectar y programar, San Silvestre suma un sistema más a los que ya tiene.

Les proponemos una Fase 0 de tres semanas: un diagnóstico técnico completo de las pantallas actuales, la arquitectura para conectarlas bajo un solo sistema, y algo que hoy nadie en el centro comercial tiene: conversaciones reales con posibles anunciantes, incluido un comprador que creemos que nadie ha buscado todavía. Al final entregamos el manual de implementación y el plan del piloto.

Esta propuesta está vigente hasta el 5 de septiembre: la fecha límite para decidir el sistema de los tótems antes de que se instalen, no antes de que lleguen. Necesitamos un sí o un no antes de esa fecha, para que la decisión sobre ellos no se tome por omisión.

Nicolás Calderón, DealTunnel

Vicente Meneses, VMC Cloud

Lo que encontramos

San Silvestre programa hoy sus pantallas con tres sistemas que no se hablan entre sí. La pantalla gigante del muro de ascensores corre con vFlex y se actualiza bajando al sótano y conectando un cable al rack. Los ocho monitores de plazoleta se manejan en la nube con LG SuperSign, con programación remota. Los seis monitores de los ascensores se programan a mano, con memorias USB que el área de monitoreo reconecta cada día a las 8 de la mañana.

Ningún tarifario, ningún reporte y ninguna medición conecta a los tres.

Y a finales de agosto llegan dos tótems más, ya comprados, sin sistema asignado. Si se instalan como vienen de fábrica, el centro comercial pasa de tres sistemas fragmentados a cuatro.

El inventario real

Esto es lo que levantamos con Walter, activo por activo.

ACTIVO	CANT.	SISTEMA ACTUAL	EL PROBLEMA
Pantalla LED gigante	1	vFlex, carga offline con cable en el sótano	"Para mí la pantalla gigante es la que más me vende, ahí no soy tan regalado", dijo Walter. La más difícil de actualizar.
Monitores 55" Plazoleta y zonas comunes	8	LG SuperSign, nube, programación remota	El sistema más fácil de operar, y por eso mismo el que Walter regala como cortesía.
Monitores 32" Ascensores	6	USB manual, reconexión diaria a las 8am	"Ahí sí hay un trabajo manual un poco engorroso", dijo Walter. Por eso casi no se comercializa.
Tótems digitales	2	Sin definir, llegan finalizando agosto	Ventana abierta: nadie les ha asignado sistema ni ubicación final.

En total son **15 caras digitales activas hoy** (1 pantalla gigante, 8 monitores de 55 pulgadas y 6 en ascensores), **17 cuando lleguen los tótems**. A eso se suman las pantallas de la talanquera del parqueadero, que sirven para fidelizar al sector automotriz, no para vender pauta. Fuera de alcance: no dependen de Walter ni de mercadeo.

Lo que cuesta seguir así

En San Silvestre el tarifario no lo decide el tráfico de cada pantalla. Lo decide qué tan fácil es actualizarla.

La pantalla gigante, la que más vende según Walter, es también la más difícil de programar. Los monitores de plazoleta, los más fáciles de actualizar con un clic desde la nube, se regalan como cortesía pese a estar en la zona de mayor permanencia. Los ascensores casi no se comercializan, no por falta de tráfico, sino porque conectarlos hoy significa reconectar USBs a mano.

Eso tiene un costo mensual concreto, aunque hoy nadie lo mida así. Si Walter y el área de monitoreo dedican, de forma conservadora, entre 12 y 15 horas al mes a bajar al sótano, reconectar USBs y armar los videos de los ascensores, a razón de \$55.000 COP la hora, como estimación, son entre **\$660.000 y \$825.000 COP al mes** solo en horas hombre.

A eso se suma lo que no se cobra. Si apenas dos de los ocho monitores de plazoleta que hoy se regalan como cortesía cobraran una tarifa modesta de espacio secundario (estimamos entre \$150.000 y \$200.000 COP por pantalla al mes), son entre **\$300.000 y \$400.000 COP mensuales adicionales** que hoy se regalan por costumbre, no por decisión comercial.

Sumado, seguir operando como hoy le cuesta a San Silvestre **cerca de \$1 millón de pesos al mes** (entre \$960.000 y \$1,2 millones) que no aparecen en ningún estado de resultados, sin contar lo que los ascensores podrían cobrar si se comercializaran en serio.

El techo de esta red

San Silvestre no factura hoy lo que esta red puede producir. Estimamos la facturación actual de pauta digital entre **\$2 y \$5 millones de pesos al mes**, según cobros esporádicos por la pantalla gigante y algún patrocinio puntual, sin tarifario formal.

El techo es otro. Con tarifas regionales para pantallas interiores en ciudades intermedias (\$700.000 a \$1.300.000 COP al mes por monitor de 55 pulgadas o de ascensor, \$2.000.000 a \$4.500.000 por la pantalla gigante, y \$1.200.000 a \$2.200.000 por tótem), la red se mueve en tres escenarios según cuántas caras se vendan:

\$6,9 M	CONSERVADOR La pantalla gigante a \$2,0 millones más 7 de los 14 monitores a \$700.000 cada uno. 8 caras vendidas de 15.
\$15,0 M	BASE La pantalla gigante a \$3,0 millones, 10 de los 14 monitores a \$900.000 cada uno, y los 2 tótems a \$1,5 millones cada uno. 13 caras vendidas de 17.
\$26,4 M	OPTIMISTA La pantalla gigante a \$4,5 millones, los 14 monitores a \$1,25 millones cada uno y los 2 tótems a \$2,2 millones. La red llena, 17 de 17, con el comprador del bloque siguiente pagando más por ser visto como buen empleador.

Contra el escenario base, San Silvestre factura hoy entre el **13% y el 33%** de lo que su red ya instalada puede producir: hace falta conectarla y venderla como una sola red.

05 EL HALLAZGO

El comprador que nadie ha buscado

Barrancabermeja no es una ciudad intermedia cualquiera. Ahí está la refinería más grande de Ecopetrol: **252.000 barriles día, el 85% de los combustibles refinados del país**. Alrededor de esa refinería rotan más de 46 empresas contratistas, con contratos de mantenimiento de cientos de millones de dólares.

Esas empresas no compiten por vender más gasolina, compiten por retener mano de obra calificada, en una ciudad con 25,2% de desempleo, donde ser buen empleador vale tanto como cualquier campaña de consumo. No compran pauta para vender un producto: compran visibilidad para reclutar y quedar bien con la comunidad donde operan.

No aparecen en el portafolio ni hay tarifa pensada para ellos: nada indica que se les haya ofrecido pauta como categoría. Hasta donde sabemos, ningún operador nacional se ha instalado en una ciudad de este tamaño a buscarlos. **Existe, tiene presupuesto, y nadie los ha llamado.**

06 ENTREGABLES

Qué entrega la Fase 0

La Fase 0 es trabajo de campo, no un informe de escritorio, entregado en cuatro módulos.

MÓDULO A

Auditoría técnica de campo

Por cada grupo de activos: especificaciones de cada monitor, cobertura de red en cada punto, y si puede recibir un reproductor de contenido (un dispositivo pequeño, tipo caja Android, que lo conecta a internet) sin cambiar el monitor.

MÓDULO B

Arquitectura y decisión de software

Comparamos tres sistemas de gestión de contenido, el software que programa qué se ve en cada pantalla y cuándo (Xibo, LG SuperSign y Broadsign), y entregamos recomendación firmada: el registro de reproducción (prueba de qué se mostró y cuándo, sin la cual no se le puede cobrar en serio a una marca) y el protocolo de conectividad de cada activo, incluidos los ascensores.

MÓDULO C

Validación de demanda

Cinco a siete conversaciones reales con anunciantes potenciales: contratistas de Ecopetrol, marcas nacionales con operación local y locatarios ancla del centro comercial. El entregable es una lista con nombres: quién dijo que sí, a qué precio y en qué formato.

MÓDULO D

Tarifario y plan del piloto

Tarifario por zona y por tipo de activo, criterios para elegir qué pantallas entran al piloto, indicadores de éxito, cronograma y presupuesto de la siguiente fase.

Lo que esta Fase 0 no incluye: compra de equipos, instalación física, migración de contenido, contratos con proveedores de ad-server (la plataforma que vende y factura la pauta de forma automática) ni el piloto en vivo. Eso es Fase 1, cotizada aparte con el diagnóstico ya en la mano.

Los dos tótems

Los dos tótems que San Silvestre ya compró llegan a finales de este mes, sin ubicación definitiva. **"Todavía no sabemos dónde los vamos a ubicar"**, nos dijo Walter.

El Módulo B de esta Fase 0 entrega la decisión de sistema y conectividad antes de que se instalen, no antes de que lleguen las cajas.

Cronograma y equipo

Tres semanas, con entregable parcial al cierre de cada una.

SEMANA	TRABAJO	ENTREGABLE
01	Auditoría técnica de campo (Módulo A) y arranque de las conversaciones con anunciantes (Módulo C)	Mapa completo de los activos con especificaciones
02	Arquitectura y decisión de software (Módulo B) y continuación de Módulo C	Recomendación de sistema y protocolo de conectividad, con ascensores
03	Cierre de Módulo C, tarifario y plan del piloto (Módulo D)	Manual de implementación completo

Nicolás Calderón · DEALTUNNEL

Estrategia de monetización y comercialización, incluida la validación de demanda con anunciantes.

Vicente Meneses · VMC CLOUD

Arquitectura técnica e infraestructura, incluida la auditoría de campo y la decisión de sistema.

Inversión

FASE 0 · 3 SEMANAS

\$8.900.000 COP + IVA

Forma de pago. 50% al inicio, para arrancar el levantamiento de campo. 50% contra entrega del manual final.

Acreditable a Fase 1. Si San Silvestre contrata el piloto dentro de los 60 días siguientes a la entrega de esta Fase 0, el 100% de esta inversión se acredita como abono a esa fase. En la práctica, si el diagnóstico confirma que hay negocio, esta Fase 0 no cuesta nada: es el primer pago del piloto. Si el diagnóstico dice que no hay negocio suficiente, San Silvestre lo sabe por \$8,9 millones, no por una inversión varias veces mayor.

Vigencia: 5 de septiembre de 2026. La fecha límite para decidir el sistema de los tótems antes de que se instalen.

Siguiente paso

Necesitamos dos cosas para empezar, tal como se acordó en la llamada con Walter:

- | | |
|----|--|
| 01 | El plano del centro comercial. |
| 02 | Acceso para hacer el levantamiento técnico en sitio. |

Con eso confirmado, arrancamos la semana siguiente y, tres semanas después, San Silvestre tiene el manual para conectar su red y la lista de quién está dispuesto a pagar.

Quedamos atentos a su confirmación antes del 5 de septiembre.