5002-2802

Bogotá D.C., 27 de diciembre de 2023

Doctor:
PAOLA DEBS
Directora de Proyecto
CONSORCIO JUEGOS 2020
Ciudad

Asunto: Respuesta comunicado 2023-12-06_CJ2020_ 2659 Respuesta a PLAN DE MERCADEO SEMESTRAL - PMS VIII.

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, Respuesta comunicado 2023-12-06_CJ2020_ 2659 Respuesta a PLAN DE MERCADEO SEMESTRAL - PMS VIII, damos respuesta al comunicado mencionado en el asunto, así:

En primer lugar, se resalta desde ya, la esencia de la obligación contenida en el literal a. del numeral 58 de la cláusula sexta del contrato de concesión 1725, en la cual se establece lo siguiente:

> *"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.*

Por lo anterior, Corredor Empresaria S.A. el día 10 de noviembre de 2023, en reunión a virtual través de la plataforma "*Teams*", en el horario de 2:30 a 3:30 p.m., presentó lo que se denomina "plan de mercadeo semestral" con vigencia del 29 de noviembre de 2023 al 28 de mayo de 2024 de manera completa, clara y ceñido a lo establecido en la obligación contractual contenida en el literal a., numeral 58 de la cláusula sexta, la cual se encuentra completamente cubierta y el plan de mercadeo presentado, en ejecución.

Considerando que el plan de mercadeo se encuentra en proceso de implementación, las observaciones presentadas en su comunicado serán evaluadas para determinar su pertinencia y viabilidad. En caso de considerarse pertinentes, dichas observaciones se reflejarán en los informes de seguimiento y control. No obstante, es importante destacar que el documento actualmente registrado no sufrirá modificaciones.

Cabe señalar que el plan de mercadeo se concibe como un mapa o guía sujeto a ajustes, aciertos y desaciertos que se van identificando durante la ejecución de las estrategias propuestas basadas en la experiencia del concesionario. En ningún caso se requiere aprobación adicional para llevar a cabo dicha ejecución. Desde Corredor Empresarial S.A., expresamos nuestro agradecimiento por el esfuerzo, la dedicación y la atención prestada a las observaciones, tanto por parte de la interventoría como de Coljuegos y otras entidades. Este constante intercambio nos permite realizar mejoras y actualizaciones continuas en nuestros procesos. Sin embargo, reiteramos que el plan de mercadeo no está sujeto a aprobación externa.

La Interventoría Informa:

> ***"(…) 1. En el diagnóstico del juego:*** *En el histórico de ventas, se le solicita incluya la correspondencia de los años y verifique el último mes informado - noviembre, del que se supone corresponde al año 2022, para verificar la coincidencia de la información, (tenga presente la fecha para entregar datos actualizados). Adicional la relevancia de las fechas actuales si se pretende mostrar un comparativo de ventas según se observa en el slide # 18 de la presentación.*
>
> *En el slide # 20 se observa una conclusión de crecimiento de mercado, siendo un indicador positivo para amplificar el foco hacia audiencias, se sugiere colocar el valor numérico y al periodo que hace referencia el indicador de crecimiento.*

Respuesta del Operador:

En cuanto a los datos numéricos proporcionados en el PMS, como las cifras de ventas, inversiones y proyecciones, se incorporan de manera específica debido a una solicitud de contexto por parte de la interventoría. No obstante, es crucial señalar que estos datos no se utilizan como elementos determinantes para la formulación de tácticas o estrategias en el ámbito de la publicidad y el mercadeo del producto.

Es importante recordar que para este efecto, contamos con un estudio de mercado anual orientado al análisis numérico, comparativo y de tendencias, sin embargo, la información presentada en el plan corresponde a la misma temporalidad (noviembre a mayo) del año inmediatamente anterior, y se limita exclusivamente a una estimación de inversión para cumplir con el requisito obligatorio del 2.5%.

La Interventoría Informa:

> ***"2. Objetivos***
> *• De acuerdo a lo observado desde la presentación se le solicita precisión en el objetivo general, a la vez que no es claro lo que se propone como meta y alcance".*

Respuesta del Operador:

Con el fin de dar contexto a este punto, es necesario advertir que, en el PMS, remitido a la Interventoría como a Coljuegos se definió como objetivo general lo siguiente:

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

Por lo cual, para Corredor Empresarial S.A., es claro que la acción de "*EXPANDIR*"[1] es nuestra meta, entendiendo que, como un producto con madurez en el mercado y trayectoria, necesitamos crecer para mantener e incrementar nuestras ventas. El alcance que se está planteando es claramente establecido hacia los nuevos grupos generacionales, descritos en el cuerpo del plan como Generación Z o Centennials a través de la red digital.

En el caso de Corredor Empresarial S.A., resulta evidente que nuestra principal aspiración es la "EXPANSIÓN". Reconocemos que, siendo un producto con presencia consolidada en el mercado y una trayectoria sólida, es imperativo ampliar nuestras operaciones para conservar y aumentar nuestras cifras de ventas. La perspectiva de crecimiento que estamos contemplando se enfoca de manera precisa en los nuevos segmentos generacionales, identificados en el documento como la Generación Z o Centennials, mediante estrategias específicas implementadas en el ámbito digital.

La Interventoría Informa:

> *"(…) • Respecto al objetivo específico 3, si bien es claro que se propone un posicionamiento digital y ampliación de la cobertura de los canales digitales, faltaría su alcance y el indicador de cumplimiento en redes sociales, para que el objetivo pueda definirse si fue cumplido".*

Respuesta del Operador:

Una vez más con el fin de dar contexto a este punto, es necesario advertir que, en el PMS, remitido a la Interventoría como a Coljuegos se definió como objetivos específicos, entre otros el siguiente:

> *"(…)* ***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"*

Por lo cual se establece en las estrategias diapositivas 50 y 51, que su efectividad será evaluada a través de los algoritmos que ofrecen las plataformas digitales, entendiendo como punto de partida, los seguidores y su interacción a partir del 29 de noviembre de 2023 y con cierre para verificar su efectividad, hasta el 28 de mayo de 2024. Por otra parte, el alcance está definido desde el objetivo general, estableciendo a la generación Z como el enfoque principal del plan.

La Interventoría Informa:

> *"(…) • Se indica que verifique cada indicador propuesto, dado que no son medibles cuantitativamente".*

[1] En este punto además es importante señalar lo contemplado en la RAE en cuanto a la definición de la palabra expandir: 1. tr. Dilatar algo o hacer que aumente de tamaño. 2. tr. Difundir o propagar algo, como una noticia o una idea. 3. tr. Extender algo, o hacer que ocupe más espacio. Con el fin de entender que para Corredor Empresarial S.A., dicha acepción es suficientemente clara.

Respuesta del Operador:

La medición cuantitativa siempre será posible, a través de los indicadores arrojados por los algoritmos de los activos digitales, incremento en las ventas e informes especializados por plataformas como IBOPE, por lo cual para Corredor Empresarial estos objetivos SI son medibles.

La Interventoría Informa:

> *"3. Plan de acción y presupuesto con sus respectivos indicadores.*
>
> *Teniendo en cuenta el objetivo general y lo que se menciona anteriormente en el objetivo específico 2, se sugiere evaluar la oportunidad de redireccionar el presupuesto de fidelización hacia el cumplimiento del objetivo general".*

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

Respuesta del Operador:

Las sugerencias de inversión siempre estarán sujetas a la venta y la obligación del 2.5% de contrato 1725, así como a las acciones que en la marcha de la ejecución del plan de mercadeo, se vayan visualizando.

Los rubros establecidos en el plan son genéricos y pertenecen al cumplimiento de las estrategias plateadas en el mismo, que a su vez están alineadas de manera específica, en la consecución de las metas planteadas, pero no configuran camisas de fuerza que eviten, en caso de ser necesario, movilizar inversiones según las necesidades.

La Interventoría Informa:

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.

	Tácticas	Entregable	Indicador	Periodicidad	Clasificación de la inversión	% de Inversión	Inversión
Estrategia de Comunicación	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

> *"En la línea tres, es claro de dónde se obtendría la información, aun así, se le solicita especifique la variable a medir en el contenido de RRSS".*

Respuesta del Operador:

Se harán mediciones a través de los algoritmos de RRSS para validar la aceptación del Key visual de las piezas propuestas, insistimos que esto va anclado al nicho de mercado ya definido (Generación Z).

La Interventoría Informa:

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.

	Tácticas	Entregable	Indicador	Periocidad	Clasificación de la inversión	% de Inversión	Inversión
Estrategia de Frecuencia	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

"En la línea dos, es claro de dónde se obtendría la información, aun así, se le solicita especifique la variable a medir en el contenido de RRSS".

Respuesta del Operador:

Es el mismo caso, de la observación anterior. Se harán mediciones a través de los algoritmos de RRSS para validar la aceptación del Key visual de las piezas propuestas, insistimos que esto va anclado al nicho de mercado ya definido (Generación Z).

La Interventoría Informa:

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	Periocidad	Clasificación de la inversión	% de Inversión	Inversión
Estrategia de 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/auditoría 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

"En la línea tres, nos muestra que las fotografías y evidencia de material elaborado no es un indicador, se sugiere nuevamente replantear este objetivo específico 2, teniendo en cuenta el objetivo general".

Respuesta del Operador:

El indicador está orientado al reconocimiento de la marca SUPER astro que en marketing se conoce como “alcance”, como está planteado desde su origen en el objetivo. En este caso, la estrategia es presencia de marca a través de elementos de mercadeo, sin embargo, hablar de una medición del impacto de la marca en merchandising, es complejo. Lo sugerido en la columna entonces, son los entregables o evidencia de su ejecución.

La Interventoría Informa:

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	Periocidad	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

“En la línea dos y tres, nos muestra que el porcentaje de inversión está por encima del porcentaje de inversión del objetivo específico 1, en donde proponen un indicador de performance de contenido en RRSS, se sugiere nuevamente replantear este objetivo, teniendo en cuenta el objetivo general”.

Respuesta del Operador:

Las inversiones son supuestas, y en cualquiera de los casos, los objetivos específicos, todos se encuentran alineados con la operación y con el objetivo principal.

La Interventoría Informa:

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	Periocidad	Clasificación de la inversión	% de Inversión	Inversión
Estrategia de Comunicación (Engagement)	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 segun KPI de conversión que se defina.	Informe de RRSS en donde se evidencien impactos, alcance e interacciones.	Trimestral	MD (Medios Digitales)	17%	$1.547.412.756

“En la línea tres, es claro de dónde se obtendría la información, se le solicita especifique la variable a medir”.

Respuesta del Operador:

La intención está descrita desde la estrategia “leads y transacciones a través de los canales digitales”.

La Interventoría Informa:

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	Periocidad	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

“Los indicadores propuestos para medir el objetivo 3, son precisos, sin embargo, recuerde, que al objetivo 3 le falta acotar su alcance”.

Respuesta del Operador:

Como fue manifestado anteriormente, el alcance es claro para este objetivo.

La Interventoría Informa:

“4. Seguimiento y evaluación:
** Interventoría y Coljuegos se encuentra a fin, pero con alcance e indicador para su análisis”.*

Respuesta del Operador:

Este entregable se deriva de la finalización del ejercicio de la ejecución del plan, así como de los análisis posteriores.

La Interventoría Informa:

“Adjuntar la evaluación financiera en Excel asociado a la obligación, tener en cuenta que se debe evaluar el 2,5% de la venta”.

Respuesta del Operador:

Se manejan cifras supuestas ya que no podemos definir crecimiento en ventas, por lo tanto, no hay cómo garantizar proyecciones. Para el caso de la inversión se realizan monitoreos mensuales al cerrar cada mes y se van ejecutando. Es importante establecer que la obligación 2.5% es anual y no semestral, lo que significa que ya tenemos para este periodo una inversión anticipada.

La Interventoría Informa:

- *En seguimiento y control no hay descripción, por favor radicar documentos al final del periodo especificando fechas y evaluación de los documentos entregados para cumplir con esa obligación*

Respuesta del Operador:

Estos documentos siempre han estado a disposición de la interventoría y Coljuegos en la medida de sus requerimientos, pero no hacen parte de la obligación, por esta razón no son radicados.

Agradecemos la atención prestada y reiteramos nuestro compromiso con el cumplimiento de las obligaciones contractuales, conforme a los términos allí indicados. No es superfluo señalar que Corredor Empresarial S.A., es un operador destacado en el cumplimiento de las normas de los juegos de suerte y azar.

Cordialmente,

GERMAN ALBERTO SEGURA VÁSQUEZ
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.: Evelyn Organista- Coordinador Jurídica de Producto

RV: 5002-2802. Respuesta comunicado 2023-12-06_CJ2020_ 2659 Respuesta a PLAN DE MERCADEO SEMESTRAL - PMS VIII

Evelyn Organista <juridicoproducto@cempresarial.co>

Mar 2/01/2024 2:09 PM

Para:Sady Maritza Mendez Moreno <asistentegerencia@cempresarial.co>;DreamTeam_Juridico <controljuridico@cempresarial.co>;Dilia Helena Granados Gómez <direccioncomercial@cempresarial.co>;Maria Elena Ospina <gerentecomercial@cempresarial.co>;Ricardo Lopez Gusti <coordinadoropcomercial@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
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."

De: Contactenos Coljuegos <contactenos@coljuegos.gov.co>
Enviado: martes, 2 de enero de 2024 13:11
Para: Evelyn Organista <juridicoproducto@cempresarial.co>
Asunto: Re: 5002-2802. Respuesta comunicado 2023-12-06_CJ2020_ 2659 Respuesta a PLAN DE MERCADEO SEMESTRAL - PMS VIII

Buen día

Apreciado (S) Señor (es):

CORREDOR EMPRESARIAL

Atendiendo su correo electrónico nos permitimos informarle que este fue radicado bajo el No. 20242600000702 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 jue, 28 dic 2023 a las 16:42, Evelyn Organista (<juridicoproducto@cempresarial.co>) escribió:

5002-2802

Bogotá D.C., 27 de diciembre de 2023

Doctor:
PAOLA DEBS
Directora de Proyecto
CONSORCIO JUEGOS 2020
Ciudad

Asunto: Respuesta comunicado 2023-12-06_CJ2020_ 2659 Respuesta a PLAN DE MERCADEO SEMESTRAL - PMS VIII.

Consecutivo Interventoría: 2023-12-28_CJ2020_2690

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."

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.

RV: 5002-2802. Respuesta comunicado 2023-12-06_CJ2020_ 2659 Respuesta a PLAN DE MERCADEO SEMESTRAL - PMS VIII

Evelyn Organista <juridicoproducto@cempresarial.co>

Mar 2/01/2024 2:09 PM

Para:Sady Maritza Mendez Moreno <asistentegerencia@cempresarial.co>;DreamTeam_Juridico <controljuridico@cempresarial.co>;Dilia Helena Granados Gómez <direccioncomercial@cempresarial.co>;Maria Elena Ospina <gerentecomercial@cempresarial.co>;Ricardo Lopez Gusti <coordinadoropcomercial@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
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."

De: Contactenos Coljuegos <contactenos@coljuegos.gov.co>
Enviado: martes, 2 de enero de 2024 13:11
Para: Evelyn Organista <juridicoproducto@cempresarial.co>
Asunto: Re: 5002-2802. Respuesta comunicado 2023-12-06_CJ2020_ 2659 Respuesta a PLAN DE MERCADEO SEMESTRAL - PMS VIII

Buen día

Apreciado (S) Señor (es):

CORREDOR EMPRESARIAL

Atendiendo su correo electrónico nos permitimos informarle que este fue radicado bajo el No. 20242600000702 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 jue, 28 dic 2023 a las 16:42, Evelyn Organista (<juridicoproducto@cempresarial.co>) escribió:

5002-2802

Bogotá D.C., 27 de diciembre de 2023

Doctor:
PAOLA DEBS
Directora de Proyecto
CONSORCIO JUEGOS 2020
Ciudad

Asunto: Respuesta comunicado 2023-12-06_CJ2020_ 2659 Respuesta a PLAN DE MERCADEO SEMESTRAL - PMS VIII.

Consecutivo Interventoría: 2023-12-28_CJ2020_2690

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."

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.