



EL CLUB DE LA
COPA AMÉRICA
USA 2024

¡GANAMOS TODOS!



Durante un mes, el Club de la Copa América se convirtió en el espacio preferido por los socios, sus familiares e invitados para disfrutar de los partidos de la Selección Colombia, que hizo una gran campaña. El Campeste se puso la camiseta en cada una de sus áreas y la felicidad abrazó a todos los que siguieron por pantallas gigantes a la Tricolor. Los invitamos a disfrutar de esta separata con detalles e imágenes de un evento inolvidable.



El Club de

A pesar de la derrota de Colombia en la final, los socios del Club de la Copa América fue un gran ambiente.

El silencio se apoderó del Club de la Copa América una vez terminó el juego de la final entre Colombia y Argentina, pasadas las 11:00 de la noche, pero nadie abandonó derrotado La Terraza del Autoservicio, la Pizzería & Sushi Bar o el Hoyo 19, donde al menos dos mil personas pudieron presenciar el partido, el domingo 14 de julio.

A pesar de la derrota 1-0, los socios, familiares y amigos se fueron con un buen sabor de boca, no solo por la gran campaña de la Selección, sino porque a lo largo de un mes el Club de la Copa América se convirtió en el mejor espacio para ellos disfrutar de los partidos con pantallas gigantes, buena comida, deliciosas bebidas, el juego de la tradi-



Desde muy temprano, familias enteras y amigos ocuparon las mesas de los restaurantes para ver los partidos.



La Terraza y la Pizzería estuvieron colmadas durante los juegos de Colombia.



Las mujeres alentaron siempre.



La 'piel amarilla' era obligatoria en cada juego.

cional polla futbolera, música, rifas y concursos.

Cada jornada fue amenizada por la papayera La Cheverísima y la de la final no podía ser la excepción. De hecho, a la banda se unieron bailarines de Salsa Viva y Tango Vivo, quienes se encargaron de hacerles el recibimiento a los asistentes al Club, en una jornada dominical que tuvo acción desde muy temprano.

El día de la gran final La Terraza, la Pizzería y el Hoyo 19 tuvieron comensales desde las horas de la mañana, para presenciar en las pantallas gigantes la final del Abierto de Wimbledon, que fue ganado por el español Carlos Alcaraz. A las 2:00 de la tarde siguieron conectados con la final de la Euro entre España e Inglaterra, en la que se impu-

la felicidad

asistentes se fueron con un buen sabor de boca. El
rión para ver los partidos de la Selección.



En esta mesa no faltaron la alegría y unas buenas bebidas para animar.



La camiseta nueva de Colombia predominó entre los socios.



Hubo tiempo para cantar goles y, por supuesto, posar para las fotos.

Qué mejor que ver un partido de Colombia en familia.



Estos socios, seguramente, fueron de los que más gritaron goles.

so una espléndida selección Roja, y en la noche, aunque con una hora y media de retraso por desmanes en el estadio Hard Rock de Miami, llegó el momento esperado: la final de la Copa América.

A esa hora no cabía un aficionado más en los espacios dispuestos para ver el partido entre Colombia y Argentina en el Club. El ambiente fue único, como cada vez que jugó Colombia: todos los asistentes ataviados con camisetas amarillas, algunos con la bandera de Colombia pintada en su rostro y otros con cornetas o las llamadas vuvuzelas animando a la Selección.

Antes del juego, los socios, familiares y amigos disfrutaron de las distintas actividades que programó el Club para la gran final.

La polla futbolera alcanzó un premio récord,

cercano a los diez millones de pesos. Niños y niñas participaron en el concurso Métele el Gol a Humberto, en el que hubo varios ganadores que reclamaron bonos de la Pizzería & Sushi Bar. Y los adultos no se quisieron quedar por fuera, y también se atrevieron a vencer la valla del coordinador de Deportes, Humberto Vera. Y en el juego de Una Treinta y Una, una chica y un joven descrestaron: ella, Celeste Ramírez, hizo 162 toques; y él, Samuel Martínez, 339.

En el Club de la Copa América todos ganaron. Ganó el amor por la Selección Colombia. Ganó la unión de los socios. Ganó el Campestre con la atención a los socios, como se lo merecen. Y ganó la alegría, a pesar de la derrota. Bien lo dijo alguna vez Pacho Maturana: "perder es ganar".



El pabellón tricolor no se quedó en casa, anduvo siempre por el Club.



Los niños evidenciaron su amor por la Selección Colombia en cada partido.



En el Salón del Lago C fue acondicionado un lugar especial para los niños.



La papayera La Cheverísima se ganó el cariño de todos los asistentes.



'Fiebre a

No menos de 1500 socios, familiares o invitados a Colombia apostados frente a dos gigantescas p

Durante un mes, una 'fiebre amarilla' se propagó por todo el Club, se incubó particularmente en La Terraza del Autoservicio y la Pizzería & Sushi Bar, y no hubo antídoto que la detuviera. Al contrario, cada que la Selección Colombia jugaba, la temperatura subía y contagiaba a más y más gente.

Nadie quería escapar del 'virus', porque desde Estados Unidos, donde se jugó la Copa América, soplaban buenos vientos hasta Colombia, y el Club, por supuesto, no podía ser ajeno a ese sentimiento que producían el técnico Néstor Lorenzo, más colombiano que argentino ahora, y un puñado de jugadores humildes y valientes, encabezados por el liderazgo de James Rodríguez, que cobró revancha con dulzura.

La 'fiebre amarilla' tuvo su

punto más alto el domingo 14 de julio, en la gran final entre Colombia y Argentina, pero se siguió propagando, con un día cívico en medio del jolgorio, y la convicción que la Selección tricolor puede sentarse en la misma mesa con los grandes equipos del mundo.

El Club de la Copa América, como se denominó este 'virus' que contagió a todos, fue algo así como un oasis donde solo cabían las ilusiones, la alegría, el sufrimiento que también hubo y esa fe que nunca se perdió.

Allí hubo dos pantallas gigantes que encandilaron a no menos de 1500 socios, familiares o invitados vestidos de amarillo en cada partido de la Selección, que vibraron con los triunfos de Colombia apostados en sus mesas o las graderías que fueron instaladas al estilo de un estadio.



amarilla'

Los socios vibraron en cada partido de la Selección Colombia en las pantallas, en el Club de la Copa América. Crónica.

La papayera La Cheverísima estuvo siempre atenta, en la jugada, como se dice en el fútbol, para acompañar con canciones netamente colombianas la euforia de los hinchas.

Todo el personal administrativo del Club, en particular el de Alimentos & Bebidas, que jugó siempre de local, se puso la camiseta y deleitó a los asistentes con platos típicos y atractivas promociones en bebidas y cocteles, es decir, un plato futbolero para nada despreciable.

“Jamás habíamos tenido tanta gente y tanta felicidad en La Terraza y la Pizzería con los partidos de Colombia”, se escuchaba decir entre los directivos, tan plétóricos como sus visitantes.

Las marcas patrocinadoras del Club de la Copa América también se lucieron y acompañaron con obsequios todas las

actividades de entretenimiento que fueron implementadas para el deleite de los aficionados, como la tradicional polla futbolera.

Y ni hablar de los espacios de entretenimiento para los niños, que midieron su talento metiéndole goles a Humberto Vera, el coordinador de Deportes, o derrochando su alegría en el Salón del Lago C, donde tuvieron su propia pantalla, al tiempo que jugaron con los recreacionistas encargados de alegrarlos.

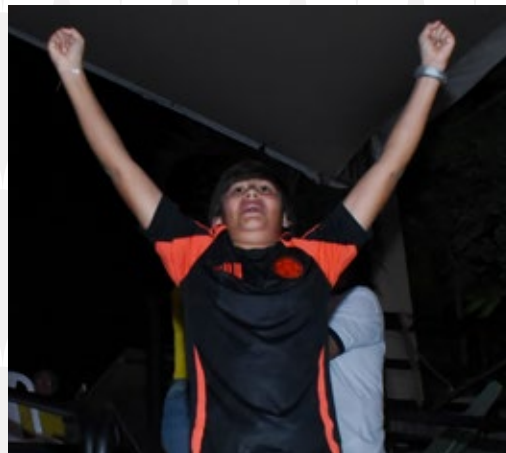
La ‘fiebre amarilla’ contagió a todos, sin duda, y volverá con otra oleada, seguramente, por allá en septiembre, cuando se reanuden las eliminatorias del Mundial de Norteamérica 2026, con una Colombia con el pecho hinchado de alegría, así como lo tuvieron los socios del Campestre en el Club de la Copa América.



Cuánta alegría desbordaron los socios con los goles de Colombia.



La 'locura' se apoderó de los aficionados con cada triunfo de la Selección.



Un gol de Colombia era alegría pura en el Club.



Los niños disfrutaron los partidos de la Selección Colombia al lado de sus padres.

El otro gran partido que se jugó en el Club

La final de la Copa América implicó un desafío enorme para los colaboradores de la institución, que desde horas antes hicieron parte de una logística que permitió a los socios disfrutar de una jornada inolvidable.

Varias horas antes de que las selecciones de Colombia y Argentina saltaran a la cancha del Hard Rock Stadium de Miami para disputar la gran final de la Copa América, el pasado domingo 14 de julio, los diferentes colaboradores del Club se la jugaron toda para poner a punto las instalaciones y atender a cerca de dos mil personas, entre socios e invitados, que arribaron a la institución para ver el partido en pantallas gigantes.

“Las estadísticas nos permitieron prever una mayor asistencia de socios conforme se acercaba la final de la Copa América, así que para el domingo aumentamos nuestra capacidad instalada en cuanto a montaje, personal de servicio y cocina, entre otros”, indicó Tatiana Benavides, jefe de Eventos y Banquetes.

Según Kénder Escorcía, director de Alimentos y Bebidas (A&B), fue preciso instalar 2300 puestos que se distribuyeron en la zona del Autoservicio, el Hoyo 19, la Taberna Pepe, La Terraza, la Pizzería & Sushi Bar, los salones del Lago A y B, y el Lago C, el cual se acondicionó para que los niños pudieran divertirse mientras los padres veían el partido.

Aforo gigante

Hacia las 5:00 de la tarde, dos horas antes del momento previsto inicialmente para el comienzo del partido, se con-



Cincuenta personas trabajaron en la cocina del Club junto con 80 meseros para atender la jornada de la Copa América, el pasado domingo 14 de julio.

tabilizaron en el Club 2000 asistentes, un aforo que el departamento de A&B calculó previamente y para lo cual comenzó a trabajar desde el sábado a las 6:00 de la tarde en la logística del evento.

“Para atender la alta demanda se dispuso de 80 meseros y 50 personas más en cocina, al tiempo que contamos con personal externo al Club que suele colaborar los fines de semana en diferentes eventos, como bodas”, indicó Kénder.

Los alimentos más demandados por los socios e invitados fueron chicharrones en lonjitas, empanadas y marrañitas, mientras que la cerveza y el aguardiente lideraron las ventas de licores frente al vino proseco, que algunos asistentes bebieron para hacerle frente al calor.

“Para la primera parte de la jornada se surtieron 750 botellas de cerveza Stella Artois y 1200 de Poker, las cuales comenzaron a ser consumidas por los socios alrededor del mediodía. Sin embargo, cerca del final de la tarde fue necesario traer más existencias del almacén debido a la alta demanda”, comentó, entre tanto, Iván Andrade, sommelier del Club.

Imagen y sonido a todo dar

La parte técnica para garantizar que la imagen y el sonido de la transmisión fueran fiables constituyó otro reto, pues aparte de las dos pantallas gigantes que durante toda la Copa América permanecieron en la zona del Autoservicio y La Terraza, en la mañana del domingo fue necesario instalar otra más en el Hoyo 19 ante la

50 %

de las mesas fueron ocupadas desde las 7:00 de la mañana por los socios e invitados que arribaron al Club para observar la final de la Copa América. Alrededor de las 10:00 de la mañana el 80 % de las mesas ya estaba ocupado.

cantidad de espectadores prevista.

“Iniciamos el montaje de la tercera pantalla alrededor de las 4:00 de la mañana, luego de desmontarla en la madrugada de otro evento externo al Club”, comentó Soraya Girón, directora comercial de 360 Group, compañía que desde hace once años provee al Campesre de equipos de audio y video para eventos.

En total, tres pantallas de gran formato fueron habilitadas, tres videobeam se usaron en los salones del Lago y cinco televisores se instalaron en la zona de Casa Club, cada uno de ellos con el audio sincronizado para que los espectadores pudieran escuchar tanto la narración de la transmisión televisiva, como la música y anuncios internos.

“En todo este proceso trabajó el equipo de Tecnología, que también debió instalar dos computadores más en el Autoservicio y La Terraza, y una impresora en la cocina para agilizar el servicio”, explicó William Bolaños, jefe de Tecnología.

“

Durante el tiempo que duró la Copa América, la decoración en el Club siempre fue alusiva a Colombia. De hecho, el día de la final, unas horas antes de que comenzara el partido, hubo una presentación musical a cargo de la agrupación Salsa Viva, Tango Vivo y, luego, se presentó una papayera con música folclórica”.

TATIANA BENAVIDES
JEFA DE EVENTOS Y BANQUETES



Las hamburguesas, junto con las empanadas y los chicharrones en lonjitas, fueron algunos de los alimentos más solicitados.



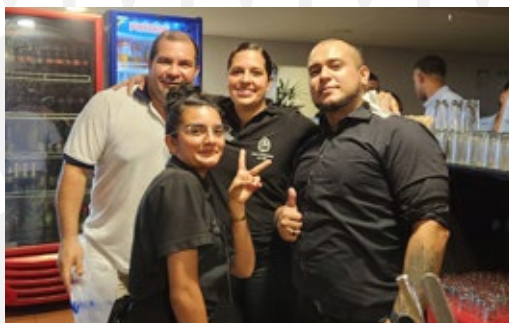
En la cocina hubo trabajo cada minuto, pero todos se esforzaron con alegría para prestar el mejor servicio en el Club de la Copa América.



El sushi fue uno de los platos más solicitados en la Pizzería, donde el personal se lució con todos los detalles.



La buena atención fue uno de los puntos altos del personal de Alimentos y Bebidas, como lo destacaron todos los asistentes.



La alegría también reinó entre el personal de servicio en La Terraza y la Pizzería, porque la Selección Colombia contagió a todos en el Club Campestre de Cali.



Las jornadas de trabajo fueron largas y agotadoras, pero nunca faltó la buena disposición de quienes atendieron las necesidades de los socios.

Seguridad y salud en la final

A su turno, el departamento de Gestión Humana se encargó de coordinar la logística del parqueo de vehículos y de disponer de una ambulancia y de una cuadrilla de paramédicos ante eventuales emergencias, las cuales, según los organizadores del evento, no se presentaron debido al buen comportamiento de los asistentes.

“Desde las 6:00 de la mañana del domingo nos preparamos con siete logísticos para ayudar en el proceso de parqueo hasta las 7:00 de la noche, mientras que se dispuso de una ambulancia medicalizada para toda la jornada y se contó con la presencia de un médico y cinco paramédicos, dos de ellos de la institución”, comentó Liliana Vergara, jefe de Gestión Humana.

En materia de seguridad, cuatro personas del Club y ocho guardas de la empresa Fortox se encargaron de garantizar la integridad de los socios e invitados a lo largo del día y de habilitar nuevos espacios para el estacionamiento de vehículos, pues los 360 puestos disponibles fueron ocupados rápidamente y se debieron disponer de 200 más en diferentes zonas de la institución.

“El parqueadero se llenó y tuvimos que usar la vía a la cancha de Polo, el arenal y la zona de Mantenimiento para que todos los asistentes pudieran estar cómodos durante su ingreso al Club”, subrayó Ernesto Monsalve, jefe de Seguridad.

El equipo de Mercadeo y Comunicaciones también se puso la camiseta para conseguir los patrocinios, y amenizar cada jornada con juegos, concursos, danzas y papayera.

De esta manera, tanto socios como colaboradores se anotaron un golazo durante la final de la Copa América y demostraron por qué esta es la gran familia Campestre.

La al abrazó

Polla futbolera, rifas, **Métale el Gol** a Humberto y en
los rincones del Club de la Copa América, m



La papayera La Cheverísima se lució con lo mejor de su repertorio.



Frente a las pantallas gigantes que se instalaron en el Club, los socios, sus familias y sus amigos disfrutaron.



Las apuestas y la polla futbolera no podían faltar en cada partido de Colombia.

Si la Selección Colombia les dio alegría a los socios, sus familiares e invitados con los triunfos en la Copa América, el Club también aportó con su creatividad a la felicidad de los aficionados.

La tradicional polla futbolera puso una nota alta en el entretenimiento de los asistentes al Club de la Copa América. Cientos de personas jugaron tratando de acertar los marcadores de Colombia en cada uno de sus partidos y, por supuesto, hubo más de

un ganador, pero, sobre todo, mucha diversión.

“Quién más va a jugar la polla”, se escuchaba decir a Luz Dary Zúñiga, la gran promotora del juego, y a sus ayudantes para llenar las planillas con las apuestas.

“Mi hijo está en Europa y desde allá me escribe para que le juegue la polla. Esa es la fiebre que despierta la Selección”, atinó a decir el socio Felipe Lloreda, ataviado con la camiseta de Colombia, el día en que la Tricolor dejó a Uruguay en el camino. Jugó cinco marcadores distintos.

egría a todos

erto, papayera... la felicidad apareció por todos
ás allá de la que entregó la Selección Colombia.



utaron de la de la Copa América, en la que la Selección Colombia fue finalista.

Los socios, además, pudieron participar en las rifas de anquetas de Tecnoquímicas y Colombina, así como las ollas freidoras y botellas de vino entregadas por BetPlay-Gane.

Hubo, también, un gran ganador que hoy no se cambia por nadie. Se trata del socio que llevó la camiseta oficial de Adidas de la Selección Colombia, Daniel Pardo, firmada por los jugadores en Estados Unidos, donde tuvo lugar la Copa América.

Claro que los demás no se pueden quejar. A cada uno de los socios registrados le fue

entregado un bono con el 30 % de descuento en productos Adidas.

Paralelamente con los partidos, los niños pudieron medir su destreza y talento marcándole goles de penal a Humberto Vera, formador de arqueros y coordinador de la Academia de Fútbol del Campestre. Pizzas de todos los sabores y tamaños fueron los premios.

“Mi diversión es verlos a ellos divertirse, y la pasamos muy bien. Los niños hicieron todo lo posible por meterme goles y lo lograron”, expresó Vera.



Las graderías fueron ocupadas particularmente por los niños y jóvenes.



El entretenimiento se paseó por cada rincón de El Club de la Copa América.



Métale el Gol a Humberto, el concurso que atrapó a los niños.

Las cifras que dejó la Copa América en el Campestre

Desde rifas hasta pollas, pasando por el consumo de alimentos y bebidas hasta la cantidad impresionante de personas que asistieron al Club para ver el torneo, las cifras son tan curiosas como llamativas. Radiografía de cuánto se ganó y se consumió.

La celebración de la Copa América en el Club no solo movió las pasiones futboleras de los socios, sino también rifas, apuestas, regalos y una serie de datos más que hoy, a la luz de la finalización del torneo, resultan tan curiosos como llamativos de conocer.

En total, durante 24 días funcionó el Club de la Copa América, un espacio habilitado en La Terraza y la Pizzería del Campestre para que los socios, sus familias y amigos disfrutaran del torneo en pantalla gigante con comidas y actividades lúdicas programadas para ellos.

Al inicio de la Copa solo se dispusieron 500 sillas para los asistentes al primer encuentro de Colombia frente a Paraguay, pero durante la gran final Colombia-Argentina, el domingo 14 de julio, fue necesario instalar 2300 sillas para atender el aforo, que sumó alrededor de 1500 asistentes en promedio.

Y así como el favoritismo por la Selección Colombia fue 'in crescendo' conforme avanzaban las fechas del torneo y se estrechaba el cupo a la final, también se incrementó el número de apuestas entre los socios, quienes participaron en seis pollas organizadas por la institución, es decir, la misma cantidad de partidos que disputó el equipo colombiano.

Aunque el recaudo promedio de cada polla fue de alrededor de cinco millones de



Las empanadas y las lonjitas de chicharrón fueron algunos de los alimentos más consumidos en los seis partidos del combinado colombiano, según registros del Club.

pesos, en la gran final se recolectaron \$9,2 millones, los cuales se distribuyeron entre doce ganadores que atinaron al marcador 0-0 en el tiempo reglamentario.

Entre los datos más curiosos se encuentra el 5-0 que le propinó Colombia a Panamá en cuartos de final y que parecía prácticamente imposible de atinar en una polla futbolera. Aún así, esa polla fue ganada por ocho personas que acertaron en sus marcadores.

Sin embargo, los socios no

solo ganaron dinero con las pollas futboleras, sino también dos camisetas oficiales de la Selección Colombia – una de ellas con las firmas de los jugadores– que fueron entregadas por los patrocinadores, mientras que fueron rifadas un total de seis ollas freidoras, una por cada encuentro que disputó el combinado colombiano.

Por su parte, Adidas, uno de los patrocinadores del evento, entregó 1600 bonos –uno para cada socio– para adquirir productos en sus

tiendas oficiales de Cali con el 30% de descuento.

En lo que respecta al consumo de alimentos y bebidas, los registros son aún más dicentes y llamativos, pues los mismos dejan ver que las empanadas fueron el tentempié más consumido en los seis partidos disputados por Colombia, con un total de 7189 unidades vendidas, mientras que 476 porciones de lonjitas de chicharrón se consumieron en ese mismo periodo.

Otros de los platos más demandados durante aquellos seis partidos fueron las hamburguesas del Club, con 206 unidades vendidas, los mini aborrajados por tres unidades (148), la picada mixta para tres personas (141), y la pizza pepperoni personal (108).

Mientras, la cerveza Stella Artois fue la más consumida en los seis partidos de la Selección Colombia, con 2468 unidades vendidas, seguida de Club Colombia Dorada (676), Póker (455), Corona (243) y Águila Light (184).

Las promociones tampoco se quedaron atrás, y en materia de destilados 2x1 de whisky, tequila y ron se vendieron 162 promociones, es decir, 324 tragos individuales, mientras que 423 promociones de cocteles también fueron ordenadas por los socios, quienes junto a sus familias y amigos disfrutaron en el Club algunos de los momentos más emocionantes de la Copa América 2024.

¡Voces a grito de gol!

La final de la Copa América fue el pretexto ideal para que familias y amigos se reunieran en el Club, al que consideran su segundo hogar, y disfrutaran de un domingo emocionante.

Testimonios de socios de una jornada llena de alegría y espíritu futbolero.

“

El Club es el mejor sitio que hay en Cali para poder ver un partido de esta dimensión. Qué mejor que apoyar a la Selección Colombia desde este lugar, entre familia y amigos y, sobre todo, con tranquilidad, seguridad y con muy buen servicio y excelente comida. Además, el montaje está espectacular. Como siempre, el Club se luce con todos sus eventos”.

LILIANA ARISTIZÁBAL
SOCIA

“

La emoción de la final de la Copa América y el hecho de estar aquí con familiares y amigos ayuda a disfrutar de mejor manera este momento, da más espíritu. La verdad es que no asisto mucho a eventos deportivos de este tipo en el Club, sino más bien a conciertos, que son muy bacanos, pero esta final era imperdible”.

NICOLÁS ARANGO
SOCIO

“

El montaje para la transmisión de toda la Copa América, no solo para la final, estuvo de primera. Estar aquí vale la pena por el ambiente, por la gente, por todos los detalles que han tenido en cuenta para que los socios podamos disfrutar de este gran momento en compañía de la familia y los amigos. Como siempre, el Club termina luciéndose”.

MARTA OCHOA
SOCIA



El Club Campestre de Cali fue de nuevo epicentro del encuentro de familias y amigos que desde muy temprano llegaron a sus instalaciones para disfrutar hasta tarde en la noche de un domingo inolvidable en torno a la final de la Copa América, la cual se disputó entre las selecciones de Colombia y Argentina.

Niños, jóvenes y adultos se reunieron en las zonas del

“

A pesar de que se ve mucha gente, no deja de ser un lugar tranquilo y en el que se percibe mucha seguridad. Fui invitado por un amigo y su familia, y pienso que el Club es el lugar ideal para ver la final de un torneo tan importante como la Copa”.

DANIEL OTÁLORA
INVITADO

“

Vinimos al Club para respaldar a la Selección Colombia y la verdad es que la hemos pasado súper bien. El montaje ha sido algo impresionante, porque se pasó de unas 500 sillas en el comienzo del torneo a tener hoy, en la final, más de dos mil sillas. Sin duda, el Club es el mejor lugar para ver estos eventos, debido al buen servicio, seguridad, gastronomía y excelentes precios”

HÉCTOR FABIO SÁNCHEZ
SOCIO

“

A mí me encanta el Club y compartir con mi familia, así que estar hoy aquí ha sido espectacular. Sin embargo, pienso que todo habría sido mejor si hubieran habilitado la reserva de las mesas, porque cuando hay tanto aforo de gente es necesario llegar muy temprano y, cuando no puedes, te debes conformar con una ubicación que no es la mejor. Nosotros, por ejemplo, llegamos al mediodía y ya estaba todo lleno, pero, bueno, es el precio que se debe pagar por ser socio de un club tan bueno como este”.

CLAUDIA ESCOBAR
SOCIA

“

Venir al Club con la familia para ver la final de la Copa América fue el mejor plan que se pudo organizar, porque la atención ha estado muy buena y el espíritu de la Selección Colombia se siente en cada uno de nosotros. Estar acá es una experiencia muy distinta a ver el partido en la casa, porque se comparte la alegría con todos y se grita el gol en coro”.

JUAN MARTÍN LÓPEZ
SOCIO

A nuestros patrocinadores, ¡gracias!

Tecnoquímicas, Colombina, Volvo, Alianza, Fortox, Diageo, Betplay-Gane, 360 Group y Adidas estuvieron en el Club de la Copa América. Un apoyo invaluable en esta iniciativa.



El Club de la Copa América fue todo un éxito no solo por el trabajo del Gerente Rolando R. Rojas y el equipo de colaboradores, sino por el apoyo de las marcas patrocinadoras que se unieron a esta iniciativa durante un mes.

Tecnoquímicas fue una de las firmas que se pusieron la camiseta, con sus productos Crema No. 4, Minoxidil MK, CureBand, Gastrofast, Sal de Frutas LUA, Bonfiest, Ibuflash MK, Duraflex, Acetaminofén MK, Vita C MK, Biocalcium MK, Yodora, Winny, Content, Noraver e Hidraplus.

Los socios, familiares e invitados pudieron llevarse anchetas de TQ para sus casas durante cada partido de la Selección Colombia.

La marca Adidas, por su parte, entregó 1600 bonos a cada socio mediante un código alfa-numérico que le llegó a su celular. Cada bono tiene el 30 % de descuento

en tiendas de la ciudad y se puede hacer efectivo hasta el 31 de julio próximo.

Adicionalmente, Adidas regaló la camiseta de la Selección Colombia firmada por los jugadores en Estados Unidos, sede de la Copa América.

BetPlay-Gane, por su parte, entregó seis ollas freidoras, entre otros premios, y tuvo un centro de experiencia con actividades de entretenimiento para los niños.

Asimismo, Colombina entregó anchetas con sus distintos productos, entre ellos las salsas picantes Amazon.

Por otro lado, Volvo pudo exhibir su nueva camioneta EX30, mientras que las marcas Alianza, Fortox, 360 Group y Diageo, constantes patrocinadores del Club, fueron las otras firmas que hicieron presencia y apoyaron todas las actividades del Campestre. Las pantallas de 360 Group estuvieron a la altura del evento.



BetPlay

Apuéstale a tu pasión



V O L V O

