



Administrador de:

SOLDICOM
FONDO DE PROTECCIÓN SOLIDARIA

Informe de Comunicaciones

Agosto de 2026

Coordinación de Transparencia y
Divulgación Estratégica

Dirección: Calle 93 # 11 – 26 Bogotá D.C.

Teléfono: 316-5257770

Correo Electrónico: contacto@fondosoldicom.com www.fondosoldicom.com

Plan de Comunicación Interna

- **Objetivo:** Fortalecer el clima organizacional de la Unión Gremial Somos Uno, como administradora de los recursos parafiscales del Fondo Soldicom, y contribuir al desarrollo y consolidación de las diferentes áreas de trabajo de la organización.
- **Actividades realizadas:** Apoyo y acompañamiento a los colaboradores con la generación y desarrollo de acciones orientadas a garantizar su comodidad, adaptación y apropiación de los nuevos espacios de trabajo, fortaleciendo al mismo tiempo el bienestar y la cultura organizacional.
- Se dio continuidad al proceso de producción y grabación de las presentaciones de los asesores regionales y jurídicos, con el propósito de darlos a conocer a los aportantes para generarles cercanía y confianza a la hora de consultarlos; además, fortalecer los contenidos institucionales que son publicados en la página web y en las redes sociales.
- Actualización del contenido de la página web del Fondo Soldicom.
- Divulgación diaria y semanal de las noticias del sector.
- El 12 de agosto se realizó el taller de Convivencia y Bienestar, un espacio enfocado en resaltar el autocuidado, la imagen gremial y el impacto de un entorno armónico en el desempeño laboral. Tras la actividad, se evaluó el nivel de satisfacción de los colaboradores mediante una encuesta.
- Entrega del informe sobre satisfacción del taller sobre clima laboral y bienestar tras la tabulación de las 12 preguntas dentro de la encuesta realizada.
- Dentro de las observaciones que se hicieron, los encuestados consideran conveniente ofrecer más información en temas como higiene y salud. Se diseñó un decálogo que resume los puntos principales del taller.

Pregunta 1. ¿Cómo calificas la utilidad general del taller para mejorar la convivencia diaria en la oficina?

Opción / Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
☐ Excelente – Muy útil y aplicable	7	58,33%
☐ Buena – Aportó ideas valiosas	5	41,67%
☐ Regular – Pocas ideas aplicables		
☐ Deficiente – No aportó valor		
TOTAL RESPUESTAS	---	100%

Pregunta 2. Respecto a los acuerdos de higiene, vestimenta (Smart Casual) y cuidado de detalles, ¿qué tan claros y pertinentes resultaron los contenidos?

Opción / Respuesta	Frecuencia (N)	Porcentaje (%)
☐ Totalmente claros y muy acordes al entorno	10	83,33%
☐ Claros, aunque requirieron mayor contexto	2	16,67%
☐ Poco claros o difíciles de aplicar		
☐ Nada pertinentes para nuestra rutina		
TOTAL RESPUESTAS	---	100%

- Organización de reuniones entre el equipo de comunicaciones de la Unión Gremial Somos Uno, como administradora de los recursos parafiscales del Fondo Soldicom, con el fin de planear las distintas labores durante el mes.
- Redacción del informe mensual correspondiente a julio de 2026.
- Elaboración del calendario de actividades para septiembre y lo que resta de 2026.
- Participación en las distintas reuniones pactadas por los directivos de la Unión Gremial Somos Uno, como administradora de los recursos parafiscales del Fondo Soldicom.

- Proceso de supervisión de la reinstalación de las piezas de branding en la oficina, idea generada desde el área de comunicaciones.
- Encuentro del equipo de comunicaciones con la agencia DYD Partners Co., con el objetivo de revisar las piezas de la campaña con mensaje institucional para fortalecer la Unión gremial SOMOS UNO, idea propuesta desde el área de comunicaciones.
- Se continúa con la promoción para el Congreso Nacional de EDS a través de redes sociales institucionales.
- Creación de pieza institucional a propósito del 7 de agosto (Batalla de Boyacá).
- Organización, promoción e invitación a distintas personalidades al evento donde se lanzó el libro *La distribución minorista de combustibles desde la óptica de la competencia económica en Colombia*, en la Universidad Externado.
- Luego del movimiento sísmico del pasado 10 de agosto se diseñó un checklist para seguir la revisión de los daños de la Estación de servicio.
- Se diseñó una infografía para explicar de manera gráfica los cinco pasos que se deben seguir después de enfrentar este tipo de emergencias.
- A través de nuestros canales de comunicación se brindó apoyo a las diferentes estaciones de Servicio que fueron afectadas por el movimiento sísmico a través de una línea de asistencia.
- Distintos propietarios de Estaciones de servicio reportaron los daños que tuvieron sus establecimientos y mandaron sus fotos y videos a los medios propuestos por Somos UNO.
- Se realizó el inventario de los diferentes reportes y se recopilaron en un archivo Word y Excel. Se dejaron las evidencias en un drive del correo institucional.
- Así mismo, se publicó una alerta a través de las diferentes redes de unión gremial para indicar las acciones que se deben seguir después de un movimiento sísmico en una Estación de servicio.

Plan de Comunicación Externa y RR.PP.

Objetivo: Dar a conocer a los diferentes públicos de interés los programas y proyectos de la Unión Gremial Somos Uno, como administradora de los recursos parafiscales del Fondo Sódico, de manera creativa, oportuna y eficiente, a través de los diferentes canales de

comunicación.

Durante agosto se gestionaron las siguientes tareas para divulgar las actividades de la unión gremial.

- Se actualizaron las noticias de interés reciente en la página web.
- Gestión para invitación al Dr. Camilo Sánchez de la Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos y Comunicaciones en Colombia (Andesco) para CANOPY
- Planeación, producción y emisión del segundo Canopy con el presidente de Andesco Camilo Sánchez.



- Divulgación en redes de la columna del Dr. David Jiménez, vocero de la Unión Temporal Somos Uno, como administradora de los recursos parafiscales del Fondo Soldicom, en el diario económico Portafolio.
- Publicación del Newsletter bimensual con las principales noticias originadas desde la Unión Temporal Somos Uno.
- Campaña y diseño de la expectativa de la tercera Charla EDS Online titulada El paso a paso para el desmantelamiento seguro de una Estación de servicio.
- Se dio a conocer el comunicado donde el gremio expresó su rechazo por el

ataque a la estación de servicio San José en El Copey (Cesar).

- La divulgación de esta noticia se presentó a través de medios regionales como La Voz de Guatapurí y La Gran Noticia.
- Se publicó un comunicado donde la Unión Gremial, Somos Uno, a través de su vocero David Jiménez Mejía, expresó su solidaridad y su compromiso con las regiones afectadas e invitó a los empresarios del sector a sumarse a las iniciativas de ayuda humanitaria.
- Diferentes medios como Infobae, Pantallazos y Surtidores Latam difundieron el boletín de solidaridad expedido por Somos Uno.
- Se promulgaron a través de redes dos columnas de opinión de David Jiménez, vocero de la Unión Temporal Somos Uno, como administradora de los recursos parafiscales del Fondo Soldicom, en el diario económico Portafolio.
- Acompañamiento al vocero nacional de Somos Uno en las respectivas entrevistas agendadas durante el mes.
- Difusión por redes sociales de cuatro piezas del Surtidor.
- Subir a redes la pieza del surtidor relacionada con ¿Qué pasa si tiembla mientras cargas combustibles?
- De igual forma, se subieron dos mensajes de Somos Uno en Tu Ruta durante los dos puentes festivos que se presentaron en agosto
- Preparación, organización y transmisión del primer Facebook Live con Óscar Alberto Domínguez, empresario del sector y gerente de la empresa Dewar.
- Entrevista publicada en Valora Analitik titulada El Fondo de Estabilización de Precios de los Combustibles no cumplió con su meta.
- Publicación de los resultados sobre reunión con en el Ministerio de Justicia por las demoras del CCITE y el riesgo de bloqueo en SICOM.
- Recordatorio del último plazo sobre solicitudes radicadas por la unión gremial

Somos Uno en el Ministerio de Justicia y del Derecho, concerniente a los CCITE.

- Promoción de JetSMART, como la aerolínea oficial del evento del Congreso Nacional de Estaciones de Servicio SOMOS UNO.
- Subir a las redes las expectativas y shorts posteriores del Canopy con Camilo Sánchez de Andesco
- Redacción del boletín anterior y posterior del lanzamiento del libro *La distribución minorista de combustibles desde la óptica de la competencia económica en Colombia*. Así cómo subir la difusión que se hizo del evento en la página de la misma página de la Universidad Externado, Surtidores Latam, Portafolio y Diario Libertad.
- Recopilación de las diferentes piezas publicadas en medios escritos, audiovisuales y de Internet que relacionan la actividad de la unión gremial.
- Supervisión de la entrevista en directo al Dr. David Jiménez en DITU.

REDES SOCIALES

En las redes sociales se ejecutaron las siguientes actividades.

- Se publicaron en las distintas redes y aplicaciones (Facebook, X, Instagram, LinkedIn, Tik Tok, YouTube y Whatsapp las noticias relacionadas con la Unión Temporal Somos Uno, así como las entrevistas en radio, televisión, impresos y medios web donde participó el vocero gremial.
- Se subió a YouTube la entrevista del Dr. Jiménez en Ditu sobre los precios de los combustibles en Colombia.
- A través de las redes sociales se recuerda con frecuencia la presentación de los asesores que se encuentran en el territorio nacional dispuestos a ofrecer ayuda y orientación cuando se necesite. Así mismo, se distribuyen piezas que recuerdan las direcciones de la unión gremial en las distintas redes. Así mismo, en la víspera de cada día festivo, se subió la pieza de la campaña SOMOS UNO EN TU RUTA (festivos del 7 y 17 de agosto).

- Promoción, seguimiento en vivo y subida de material en tiempo real de la Charla Meet sobre la Gestión Ambiental.
- Divulgación y edición de varios shorts extraídos tanto del Canopy con el Dr. Camilo Sánchez como del Canopy.
- Promoción de la columna del Dr. David Jiménez en el diario económico Portafolio
- Transmisión del Facebook Live que alcanzó 690 visualizaciones.

☐	Vista previa ↓	Visualizaciones	Espectadores
☐	 Un espacio para conocer ex... Publicada • 19 de ago. a las 8:59 a....	690	263

- Promociones de los especiales como Canopy y charlas Meet para causar expectativa entre la audiencia.

Mediciones de Facebook

Durante el mes de agosto, la página de Facebook registró una actividad constante con un total de 25 publicaciones, las cuales alcanzaron 5.896 visualizaciones, con un total de 1.560 seguidores, en total, durante agosto se alcanzaron 383 interacciones.



Mediciones en Instagram

Durante el periodo analizado, la cuenta de Instagram publicó 25 contenidos, alcanzando un total de 12.600 impresiones, 445 interacciones y un crecimiento de 12 nuevos seguidores. El mejor desempeño se registró el 27 y 28 de julio, semana en la que se registraron las publicaciones del lanzamiento del estudio realizado con la Universidad Externado de Colombia. En términos generales, las métricas reflejan un desempeño sólido de la cuenta, demostrando que una estrategia de contenidos constante y relevante contribuye significativamente al incremento del alcance, la interacción y el crecimiento sostenido de la comunidad en Instagram.

Mediciones en LinkedIn

Durante agosto, la página de LinkedIn evidenció un crecimiento sostenido en el rendimiento de su contenido, alcanzando un total de 4.813 impresiones sobre 1.622 impresiones de julio. De esta manera el contenido fue ganando visibilidad de manera progresiva a lo largo del mes. También se contabilizaron 217 interacciones sociales, entre 203 reacciones, 10 veces compartido y 3 comentarios.

La publicación con mayor rendimiento fue la invitación al Facebook Live con Óscar Alberto Domínguez, gerente de la empresa Dewar, el pasado 19 de agosto.

Mediciones en X

Durante el mes de agosto, la estrategia de comunicación en X (antes Twitter) mantuvo una presencia constante, fortaleciendo la visibilidad de los contenidos institucionales y el posicionamiento de los principales acontecimientos del gremio. Hubo 25 publicaciones, la de mejor desempeño se registró el 10 de agosto, correspondiente al comunicado oficial de "Somos Uno" en solidaridad con las regiones afectadas por el terremoto de magnitud 7.4 de hoy en Colombia la cual alcanzó 733 impresiones.

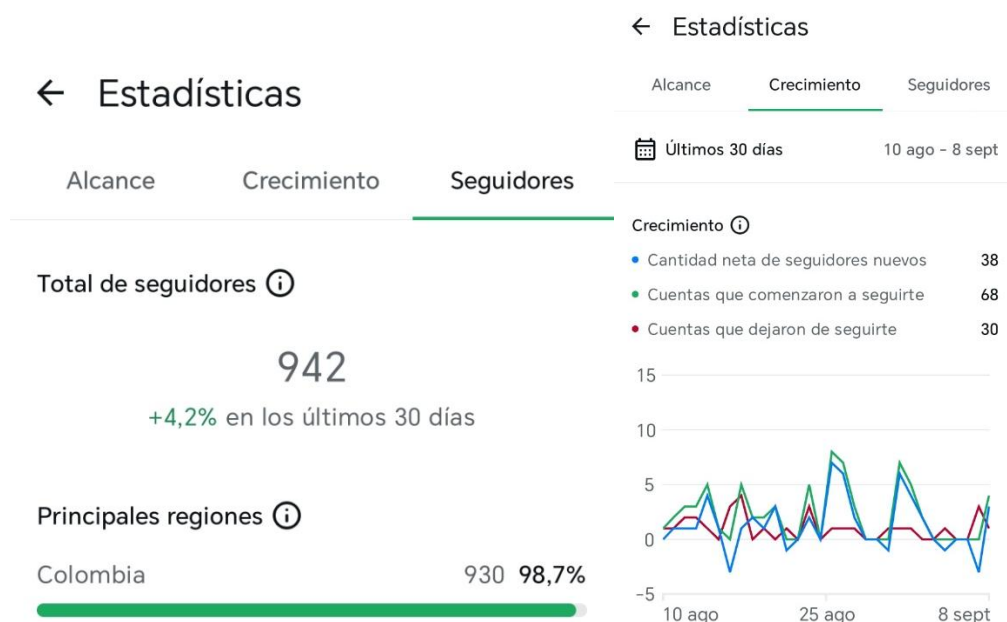


Mediciones en Tik Tok

Durante agosto, TikTok alcanzó 5.100 visualizaciones, manteniendo la tendencia de crecimiento de la plataforma. Los contenidos publicados generaron 81 Me gusta, 3 comentarios y 2 compartidos. Estos resultados evidencian un incremento en la visibilidad de los contenidos y un mayor potencial de interacción, consolidando a TikTok como un canal estratégico para ampliar el alcance institucional y conectar con nuevas audiencias.

- Canal de WhatsApp

Durante agosto de 2026, el canal de WhatsApp de Somos Uno consolidó un crecimiento sostenido de su comunidad, alcanzando un total de 942 seguidores, lo que representa un incremento del 4,2 % frente al periodo anterior. En este lapso, 68 usuarios comenzaron a seguir el canal y 30 dejaron de hacerlo, obteniendo un crecimiento neto de 38 nuevos seguidores, reflejo del interés que generan los contenidos compartidos. Adicionalmente, el canal registró un alcance de 737 seguidores, evidenciando una alta capacidad para difundir información relevante entre su audiencia. La comunidad está conformada en un 98,7 % por usuarios en Colombia, lo que confirma la pertinencia de este canal como un medio estratégico para fortalecer la comunicación directa, oportuna y efectiva con los afiliados y demás públicos de interés del gremio.



← Estadísticas

Alcance

Crecimiento

Seguidores



Últimos 30 días

10 ago – 8 sept

Cuentas alcanzadas ⓘ

737



• Seguidores

510 69,2%

• No seguidores

227 30,8%

Principales regiones ⓘ

Colombia

728 98,8%



MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Durante el mes de agosto de 2026, el equipo de Comunicaciones desarrolló una estrategia de divulgación orientada a posicionar los principales temas de interés para el sector de la distribución minorista de combustibles. A través de boletines, comunicados y acciones de relacionamiento con medios, se difundieron las siguientes noticias originadas por la Unión Gremial Somos Uno:

- La Unión Gremial Somos Uno, se solidariza y muestra su compromiso con las acciones

gubernamentales para auxiliar a las regiones afectadas por sismo en Colombia.

- Somos uno radica dos solicitudes ante MinJusticia por el CCITE.
- Sector de distribuidores de combustibles presenta un diagnóstico de este sector único en el país.

FREE PRESS

Gracias a la gestión estratégica y al trabajo articulado de la Coordinación de Transparencia y Divulgación Estratégica, se obtuvo un ahorro estimado en free press de **\$ 700.000.000**, como resultado del posicionamiento de la Unión Gremial Somos Uno en medios de comunicación de alta audiencia y credibilidad, sin requerir inversión en pauta publicitaria. Este resultado fue posible gracias a la generación de contenidos de valor, la difusión oportuna de información sectorial y el relacionamiento permanente con periodistas y medios de alcance nacional y regional. Como resultado, la organización logró una amplia visibilidad en espacios como Semana (edición impresa y digital), Portafolio, El Tiempo, El Espectador, La República, Infobae, Yahoo News, La FM, W Radio, CityTV, El Colombiano, Valora Analitik, Data IFX, Red+ Noticias, Primera Página, Pulzo, El País, Vanguardia, El Nuevo Siglo, HOY Diario del Magdalena, La Libertad, Premium, Noticentro 1, Ditu Negocios, Pantallazos, Surtidores Latam, entre otros, fortaleciendo el posicionamiento institucional y amplificando el alcance de los mensajes estratégicos del gremio a nivel nacional.

RELACIONAMIENTO INSTITUCIONAL

El 20 de agosto, Somos Uno, a través de su vocero oficial, Dr. David Jiménez, se reunió en la sede Ministerio de Justicia, con el actual ministro de Justicia Iván Alfonso Cancino, debido a las demoras del CCITE y el riesgo de bloqueo en SICOM, donde se lograron los siguientes resultados:

1. Medidas inmediatas por el ataque informático. Se entregó personalmente una primera comunicación pidiendo la prórroga de los certificados en curso o próximos a vencer por el ransomware que afectó al Ministerio el 3 de agosto, la expedición masiva y sin costo de autorizaciones extraordinarias, la suspensión de términos para que no se cancelen solicitudes por fallas del sistema, un canal de trazabilidad y la coordinación con MinMinas para evitar bloqueos en SICOM.

2. La solución de fondo: CCITE cada 3 años. El Ministerio nos pidió la sustentación jurídica y ya quedó radicada: La ley permite hasta 5 años según el perfil de riesgo. Desde el gremio, se consideraron que los certificados trienales no debilitan el control, sino que los racionaliza.
3. Solicitamos además que el CCITE deje de ser requisito habilitante de operación, con mesa de trabajo junto a MinMinas y MinTrabajo.
4. Recolección y consolidación de información sobre las EDS afectadas por el terremoto.
5. Acompañamiento a la estrategia de divulgación y comunicación del Congreso de EDS.
6. Gestión de relacionamiento institucional para promover la participación del Dr. David Jiménez en la Cumbre de EDS en República Dominicana.

ACTUALIZACIÓN PÁGINA WEB DEL FONDO SOLDICOM

Con el propósito de mantener un sitio web actualizado, funcional y alineado con la identidad institucional del Fondo SOLDICOM, se implementaron una serie de mejoras orientadas a fortalecer la comunicación con los afiliados y optimizar la experiencia de navegación de los usuarios. Entre las principales acciones desarrolladas se encuentran:

- Publicación de los videos institucionales de los Asesores Regionales y del evento Canopy, realizado en el mes de julio, fortaleciendo la difusión de las actividades y contenidos de interés para el sector.
- Actualización permanente del Home de la página web del Fondo Soldicom.

Estas acciones hacen parte del proceso de mejora continua del portal web del Fondo SOLDICOM, orientado a ofrecer una plataforma más dinámica, accesible y actualizada, que fortalezca el relacionamiento con los afiliados y facilite el acceso oportuno a la información institucional.

Elaboró:

ANDRÉS ESTEBAN GÓMEZ GALIANO
PROFESIONAL DE APOYO A LA COORDINACIÓN DE TRANSPARENCIA Y DIVULGACIÓN ESTRATÉGICA.

Revisó:

VIVIAN ROCÍO DÍAZ RIOS
COORDINADORA DE TRANSPARENCIA Y DIVULGACIÓN ESTRATÉGICA



INFORME DE GESTIÓN

CONTRATO 2026-014

MES DE AGOSTO

Agosto 2026

Elaborado por: DYD Partners CO SAS
Presentado a: Fondo Soldicom — Somos Uno

1. RELATO "ESO QUE NOS UNE"

Durante el mes de agosto, DYD Partners CO SAS dio inicio a la preproducción de la campaña "Eso que nos une", entregando al equipo de comunicaciones de Somos Uno toda la idea conceptual, la parte visual, la parrilla de contenidos y la landing page. Este es el primer paso del proceso, en el que se desglosa la campaña y se define cómo se irá mostrando dentro de redes sociales, dando valor a la propuesta y aterrizando las ideas trabajadas.

Como punto de partida se construyó el relato narrativo de la campaña, un documento que plantea la problemática de la diversidad colombiana, el papel del combustible como elemento conector del territorio y la conclusión de que, gracias a esa conexión, Colombia se reconoce como un solo país. Este relato es la base conceptual sobre la cual se desarrollan todas las piezas de comunicación.

Fragmento del relato:

Quizás la única palabra que hace justicia para definir nuestro país es diversidad, que significa diferencia pero también unión, armonía e interacción. Justamente ahí es donde nace la magia colombiana, porque sin importar nuestras diferencias, siempre encontramos eso que nos une. [...] Por la labor que hoy en día hace SOMOS UNO y todas las estaciones vinculadas, podemos hacer referencia a la palabra colombianos para definirnos como uno. Para eso fue que llegó el combustible. Para darnos la posibilidad de interactuar, porque cuando podemos estar conectados, somos uno. Eso que nos une. Somos uno.

2. BRIEF DE LA CAMPAÑA

Se construyó el brief estratégico de la campaña 360°, vigente de septiembre a diciembre de 2026, que define paso a paso cómo se desarrollará la campaña: sus pilares, los puntos que se abordarán y la forma en que se mostrará al público. El documento contempla:

- **Propósito:** acercar a Somos Uno a los colombianos desde un lenguaje humano y cotidiano.
- **Concepto central:** Colombia no es una pieza sólida, es la suma de regiones, culturas y maneras de vivir.
- **Idea estratégica:** celebrar las diferencias para descubrir todo aquello que conecta al país.
- **El papel de Somos Uno:** representar la unión de un gremio de estaciones diversas en un país conectado.
- **El papel de las estaciones:** mucho más que tanquear — punto de encuentro, descanso, orientación e historias.
- **Territorios de contenido:** diversidad, conexión, estaciones, cultura del combustible, gremio/Somos Uno y economía en movimiento.
- **Regiones que representan la campaña:** Caribe, Pacífica, Andina, Orinoquía, Amazónica e Insular, mostradas a través de seis filmmakers regionales.



Brief estratégico — Campaña 360° "Eso que nos une" (septiembre-diciembre 2026)

3. TONO DE VOZ DE LA CAMPAÑA

Se entregó el manual de estilo comunicacional que define cómo habla la campaña: la personalidad de marca, el tono, el vocabulario y las reglas de redacción aplicables a copys, guiones, captions y cualquier pieza escrita o hablada.

La campaña se comunica siendo humana, colombiana, curiosa, cercana, emotiva (sin caer en lo cursi) y provocadora, buscando generar conversación. Se definieron también los desvíos de tono que deben evitarse siempre: lo excesivamente corporativo, el patriotismo artificial, lo publicitario evidente, lo condescendiente, lo estereotipado y lo político.

Se estableció además un vocabulario ancla (unir, conectar, encontrarnos, región, cruzar, parada, camino, destino, diferencias, historias, Colombia, estaciones, gremio, Somos Uno) y un corcho de frases propietarias reutilizables en las piezas, como "Eso que nos une. Somos uno." y "Distintos. Uno.". Finalmente, se definió la regla narrativa para hablar de las regiones — cediendo la palabra a los protagonistas locales en lugar de hablar por ellos— y el rol narrativo del combustible dentro de las piezas: protagonista, facilitador o presencia invisible.

4. LÍNEA GRÁFICA

Se presentó la línea gráfica que regirá todas las piezas de la campaña, bajo una estética editorial tipo collage: fotografía en duotono, texturas de papel rasgado tipo cinta, tipografías combinadas (una principal de trazo limpio y una manuscrita/serif para las frases ancla), y una paleta de color inspirada en el verde, azul y beige, junto con elementos ilustrados de las regiones de Colombia.



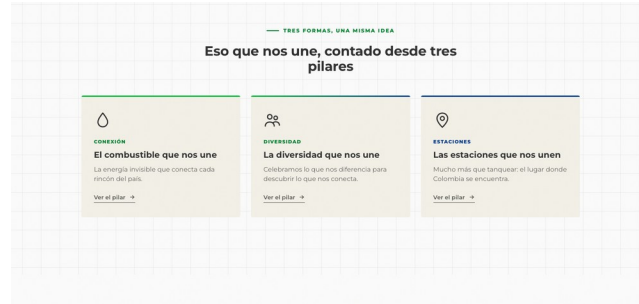
Pieza de muestra — Línea gráfica "Eso que nos une"

5. LANDING PAGE

Se diseñó y construyó la landing page oficial de la campaña, donde queda soportado todo el contenido: no solo se publicará en redes sociales, sino que este sitio reunirá los relatos de cada pilar (combustible, diversidad y estaciones), la línea gráfica, las piezas reales de la campaña y la presentación del gremio detrás de la iniciativa.



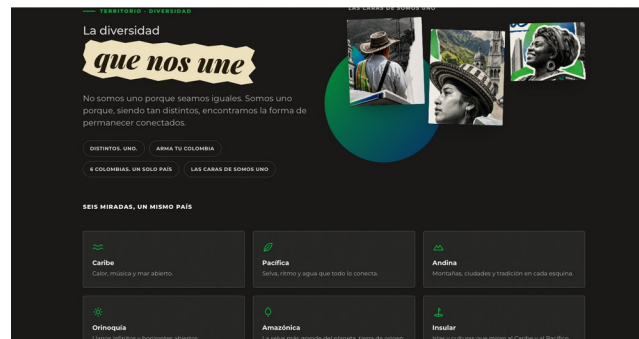
Landing page — Página de inicio



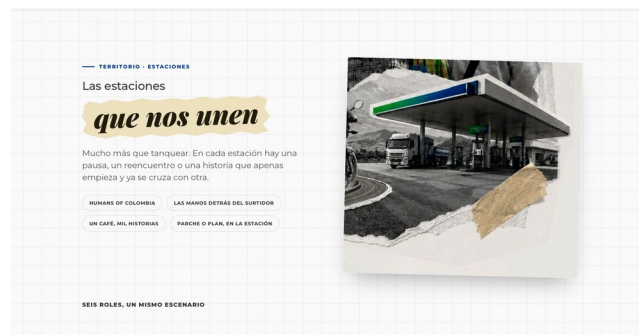
Landing page — Los tres pilares: conexión, diversidad y estaciones



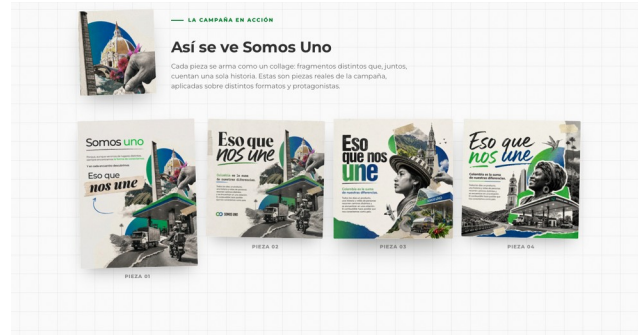
Landing page — Pilar Conexión: "El combustible que nos une"



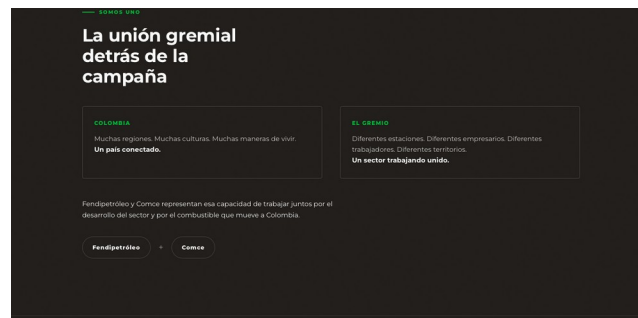
Landing page — Pilar Diversidad: "La diversidad que nos une"



Landing page — Pilar Estaciones: "Las estaciones que nos unen"



Landing page — "Así se ve Somos Uno": piezas reales de la campaña



Landing page — La unión gremial detrás de la campaña: Fendipetróleo y Comce

6. INTEGRACIÓN DE META PARA PAUTA DIGITAL

Se realizó la integración de los activos digitales de Somos Uno con Meta (Facebook e Instagram), con el fin de administrar de manera centralizada la pauta publicitaria que se ejecutará durante la campaña, dejando la estructura lista para el seguimiento de clics, gasto, CPC, CTR, impresiones, alcance y conversiones.

Informe de anuncios de Facebook Total de clics 0 CPC \$0 CTR 0%	Tendencia de visualizaciones de anuncios No se han encontrado datos
Total gastado \$0	
Clics en anuncios de Meta 0	Impresiones de anuncios 0
Alcance 0	Conversiones 0
Correos electrónicos aceptados 30.61K	Correos electrónicos entregados 30.11K

Integración de cuentas — Panel de anuncios de Meta

7. CREACIÓN DEL TABLERO DE MÉTRICAS

Se construyó un tablero centralizado de métricas para hacer seguimiento al desempeño de la campaña en sus distintos canales: correos electrónicos (aceptados, entregados, abiertos,

contestados, pulsados y rebotados) y redes sociales (publicaciones, impresiones, seguidores, "me gusta", comentarios y compartidos).

Correos electrónicos abiertos			Correos electrónicos contestados		
11.26K			11		
Correos electrónicos pulsados			Correos electrónicos rebotados		
609			492		
Total de publicaciones	Impresiones totales	Seguidores	Total de vistas pagadas	Total de comentarios	Total de comparticiones
68	16.6K	61	417	43	114

Tablero de métricas — Email marketing y redes sociales

8. PARRILLA DE POST Y ENTREGABLES

Se entregó al equipo de comunicaciones la parrilla de contenidos de la campaña "Eso que nos une", donde se define la cantidad de piezas por plataforma y formato: 8 posts feed e Instagram (mix de pilares), 4 Reels semanales, 8 Stories, 8 posts para Facebook (piezas adaptadas), 4 videos cortos para TikTok y 1 video manifiesto para YouTube (lanzamiento en el congreso de noviembre). La parrilla incluye, para cada pieza, el pilar de contenido, la red social, el formato, la descripción y el caption correspondiente.

Daniel Osorno Munera

Representante legal

C.C. 1.017.225.773

DYD Partners CO SAS



INFORME DE GESTIÓN

CONTRATO 2026-004

MES DE AGOSTO

Agosto 2026

Elaborado por: DYD Partners CO SAS
Presentado a: Fondo Soldicom — Somos Uno

1. CREACIÓN DE PLANTILLAS PARA EMAIL MARKETING

Desde DYD Partners CO SAS se realizó el diseño de 10 plantillas de email marketing solicitadas por el área de comunicaciones de Somos Uno, para los diferentes temas a tratar durante el mes:

Campaña	Fecha
Descarga RCE	1 de agosto
Newsletter	5 de agosto
Movimiento sísmico — Protocolo de reactivación segura	10 de agosto
Evento académico	11 de agosto
Acompañamiento EDS afectadas	13 de agosto
El gerente exitoso de la EDS	14 de agosto
I Foro Regional Santander	19 de agosto
Charla EDS: Cerrar bien	20 de agosto
Agenda Externado	21 de agosto
Canopy 2 sep	26 de agosto



¿QUÉ HACER DESPUÉS DE UN MOVIMIENTO SÍSMICO EN UNA EDS?

Desde Somos Uno somos conscientes de que la seguridad de su equipo y de sus clientes es la prioridad número uno tras un sismo.

Ante cualquier movimiento telúrico, la rapidez en la respuesta reduce al mínimo los riesgos de incidentes con combustibles.

Por ello, les recordamos y compartimos el **protocolo oficial de reactivación segura** para que lo repase, lo socialice con sus prestadores de servicio y lo mantenga visible en su estación.

Descargue el documento adjunto aquí.

[DESCARGAR PROTOCOLO](#)

fondosoldicom.com

SOMOS UNO
Calle 93 # 11 - 26, Oficina 404, Bogotá, Colombia
contacto@fondosoldicom.com | 311 604 8376
Instagram: @somosunoo1



CHARLA EDS
Cerrar bien:
El paso a paso para el Desmantelamiento Seguro y Responsable de una Estación de Servicio

STEFANY VENCE M.
Abogada – Especialista en Derecho Administrativo y Ambiental

KATHERINE PABA C.
Directora Jurídica del Fondo Solidicom

MÉRCULES 26 AGO 9:00 AM

CHARLA ONLINE

INGRESA EN: WWW.SOLDICOMLIVE

Apreciados empresarios,

¿Conocen el paso a paso para el desmantelamiento seguro y responsable de una Estación de Servicio?

CHARLA EDS
Cerrar bien: El paso a paso para el Desmantelamiento Seguro y Responsable de una Estación de Servicio

PONENTE
Dra. Stefany Vence M.
Abogada – Especialista en Derecho Administrativo y Ambiental

MODERADORA
Dra. Katherine Paba C.
Directora Jurídica del Fondo Solidicom

FECHA
Miércoles, 26 de agosto

HORA
9:00 a. m.

MODALIDAD
Virtual

Conéctese el miércoles 26 de agosto a las 9:00 a. m.

[INGRESAR A LA CHARLA](#)

Plantillas: Movimiento sísmico — Protocolo de reactivación y Charla EDS "Cerrar bien"



Plantilla: I Foro Regional Santander

2. ESTADÍSTICAS DE LAS CAMPAÑAS DE EMAIL MARKETING

Resultados de interacción de las campañas enviadas durante el mes de agosto:

Campaña	Entregado	Abierto	Clics	Rebote duro	Cancelaciones	Omitido
Evento académico	3309	893	21	57	0	88
Movimiento sísmico	3309	1360	307	53	1	92
Acompañamiento EDS afectadas	3307	1489	7	53	0	94
El gerente exitoso de la EDS	3307	1318	45	52	0	96
Una razón para encontrarnos	3306	1060	30	51	0	94
I Foro Regional Santander	150	54	1	1	0	7
Charla EDS: Cerrar bien	3300	1478	41	55	0	99
Agenda Externado	3348	1309	49	51	0	103
Canopy 2 sep	3345	1363	26	54	1	104

5. CREACIÓN DE GUIONES PARA "SOMOS UNO EN TU RUTA"

Guion 1:

Un grupo de amigos o una familia se prepara para salir de viaje. Unos ya están en una estación de servicio mientras esperan al último integrante. Hay algo que pasa en casi todos los viajes... Siempre hay alguien que dice: "Nos vemos en la estación de servicio... yo ya voy llegando." Y mientras llega el último del grupo, hay unos minutos que vale la pena aprovechar. Revisa la presión de las llantas, limpia el parabrisas y verifica que las luces funcionen correctamente. Son detalles que toman poco tiempo, pero hacen que el viaje sea mucho más seguro. Porque las estaciones de servicio no solo son el punto de encuentro para comenzar la aventura... también son el mejor lugar para empezar el camino con tranquilidad. Porque en cada kilómetro, en cada región y en cada estación, SOMOS UNO, la unión gremial que agrupa y representa a las estaciones de servicios confiables que acompañan tu viaje.

Guion 2:

En SOMOS UNO desvirtuaremos un mito de algo que pasa cuando salimos a carretera. Las ciudades quedan atrás. Empiezan las montañas. Las rectas largas. La música. Los paisajes. Y en algún momento del viaje... muchos terminamos pensando lo mismo: ¿Será idea mía... o aquí la gasolina sí dura más? Y aunque no siempre depende únicamente de una cosa... sí existe una razón por la que muchas veces sentimos eso. Cuando el vehículo puede mantener velocidades más constantes... sin tantos arranques, frenadas o cambios continuos... muchas veces puede consumir combustible de forma más eficiente. Por eso el mismo carro a veces parece comportarse diferente cuando sale a carretera. Y es justamente en esos trayectos largos donde las estaciones de servicio toman protagonismo acompañando el camino; conectando regiones; conectando personas... y haciendo posible continuar el viaje. Porque en cada kilómetro, en cada región y en cada estación, SOMOS UNO EN TU RUTA, la unión gremial que agrupa y representa a las estaciones de servicios confiables que acompañan tu viaje.

6. PRODUCCIÓN DE VIDEOS "SOMOS UNO EN TU RUTA"

Se produjeron los videos correspondientes a los guiones aprobados, publicados en redes sociales:

- [instagram.com/reel/Dbt95CoRRp2](https://www.instagram.com/reel/Dbt95CoRRp2)
- [instagram.com/reel/DcCLJivP4nj](https://www.instagram.com/reel/DcCLJivP4nj)

7. CREACIÓN DE GUIONES PARA SURTIDOR

Guion 1:

*(Una cadena de acero cuelga de una grúa. EL SURTIDOR sostiene uno de sus eslabones.)
Dicen que una cadena... es tan fuerte como su eslabón más débil. (La cámara muestra distintos*

eslabones. Cada uno se transforma en una estación de servicio: una en una ciudad, otra en una carretera, otra en la costa Pacífica, otra en los Llanos.) En Colombia, cada estación es un eslabón. Algunas están en grandes ciudades. Otras... donde el mapa parece terminar. (Los eslabones se unen formando una sola cadena.) Pero ninguna sostiene al país por sí sola. Es cuando permanecen unidas... que nada detiene su fuerza. En SOMOS UNO, hacemos que la unión siempre sea nuestro objetivo principal. Las mejores historias... casi siempre pasan al lado de un surtidor. Nos vemos en otra estación de servicio para contarte la próxima.

Guion 2:

[ESCENA 1 — ESTACIÓN DE SERVICIO] EL SURTIDOR cobra vida, parpadea y saluda a cámara. De fondo, una estación en funcionamiento. EL SURTIDOR: ¡Hola! Hoy quiero contarte algo importante: ¿qué pasa si la tierra tiembla mientras estás cargando combustible? [ESCENA 2 — SE SIENTE EL SISMO] La estación comienza a vibrar. EL SURTIDOR hace un gesto de calma. EL SURTIDOR: Primero: calma. Nuestros proveedores de servicio reciben capacitación permanente en seguridad y salud en el trabajo. [ESCENA 3 — ACTIVACIÓN DEL PROTOCOLO] El operador detiene el despacho y activa la parada de emergencia. EL SURTIDOR: Si el sismo es fuerte, se detiene el suministro y se guía a los clientes hacia una zona segura, lejos de tanques y estructuras. [ESCENA 4 — CLIENTE QUE ESTÁ LLEGANDO] Un vehículo se aproxima. El conductor se detiene y apaga el motor. EL SURTIDOR: ¿Vienes llegando? Detente, apaga el motor, no fumes, no enciendas fuego y aléjate de las islas hacia una zona segura. [ESCENA 5 — VERIFICACIÓN] Se muestran técnicos inspeccionando surtidores, tanques y tuberías. EL SURTIDOR: Y algo muy importante: después de un sismo, no se reanuda la operación hasta verificar que no existan fugas, daños o riesgos. [CIERRE] EL SURTIDOR guiña un ojo y levanta el pulgar. TEXTO EN PANTALLA: LA PREVENCIÓN SALVA VIDAS. EL SURTIDOR — VOZ EN OFF: En nuestras estaciones, tu seguridad siempre fluye primero. SOMOS UNO. Las mejores historias... casi siempre pasan al lado del surtidor. Síguenos y descubre más historias.

Guion 3:

[ESCENA 1] Una EDS está funcionando normalmente. De repente, los surtidores dejan de despachar. Un conductor mira confundido. CONDUCTOR: ¿Y ahora qué pasó? ¿Se quedaron sin combustible? [EL SURTIDOR mira a cámara.] EL SURTIDOR: No siempre que una estación se detiene... es porque se quedó sin combustible. [ESCENA 2] Vemos al equipo de la estación revisar la operación, activar protocolos y hacer verificaciones. EL SURTIDOR: A veces se detiene porque algo necesita ser revisado. Porque la seguridad está primero. [ESCENA 3] Vemos diferentes situaciones posibles representadas rápidamente: una inspección, una alerta, una condición insegura, una revisión de equipos. EL SURTIDOR: Y aunque desde afuera parezca una demora... detrás puede haber una decisión que protege a cientos de personas. [ESCENA 4] La estación permanece detenida mientras se realiza la verificación. EL SURTIDOR: Porque volver a despachar rápido no siempre es lo más importante. Lo importante es volver a hacerlo cuando sea seguro. [CIERRE — EL SURTIDOR mira a cámara.] Hay decisiones que nadie aplaude... pero que todos agradecemos cuando realmente importan.

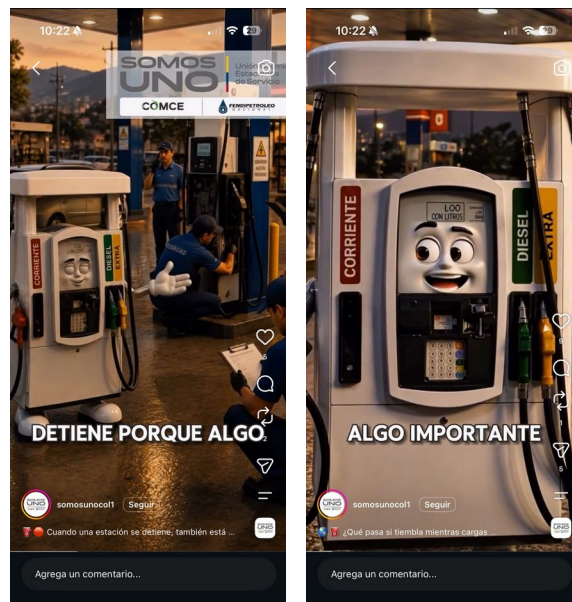
SOMOS UNO. Las mejores historias... casi siempre pasan al lado del surtidor. Nos vemos en otra estación de servicio para contarte la próxima.

Guion 4:

[ESCENA 1 — ESTACIÓN DE SERVICIO] Un vehículo está tanqueando. Se presenta un pequeño derrame. Un cliente mira sorprendido mientras el proveedor de servicios detiene inmediatamente el despacho. CLIENTE: ¿Pero por qué paran? ¡Si fue solo un poquito! [EL SURTIDOR aparece y mira a cámara.] EL SURTIDOR: Porque aquí, un poquito también importa. [ESCENA 2] El proveedor de servicios delimita el área y sigue el procedimiento establecido. EL SURTIDOR: Un derrame de combustible no se limpia como cualquier otro reguero. [ESCENA 3 — CAPACITACIÓN] Corte rápido a una capacitación del personal: reciben instrucciones, practican y conocen los procedimientos de respuesta. EL SURTIDOR: Por eso, nuestros proveedores de servicios reciben capacitación constantemente para saber cómo reaccionar ante situaciones como esta. [ESCENA 4 — RESPUESTA] El personal controla el derrame mientras los clientes permanecen alejados. EL SURTIDOR: No improvisan. Actúan. [ESCENA 5 — ESTACIÓN SEGURA] EL SURTIDOR: Porque lo que para alguien puede parecer un pequeño reguero... para quienes trabajan aquí es una situación que debe atenderse con toda la responsabilidad. CIERRE: La seguridad también está en saber reaccionar. Las mejores historias... casi siempre pasan al lado del surtidor. Nos vemos en otra estación de servicio para contarte la próxima.

8. PRODUCCIÓN DE LOS VIDEOS "SURTIDOR"

Se produjeron los 4 videos correspondientes a los guiones aprobados, publicados en redes sociales:



Escenas de los videos surtidor: "Detiene porque algo..." y "Algo importante"

- [instagram.com/reel/Dbs0BOQRwmE](https://www.instagram.com/reel/Dbs0BOQRwmE)
- [instagram.com/reel/Db_GPwnRxP4](https://www.instagram.com/reel/Db_GPwnRxP4)
- [instagram.com/reel/DcQ7ikVRYaQ](https://www.instagram.com/reel/DcQ7ikVRYaQ)
- [instagram.com/reel/DcJvUqWvOW_](https://www.instagram.com/reel/DcJvUqWvOW_)

Daniel Osorno Munera

Representante legal

C.C. 1.017.225.773

DYD Partners CO SAS