



FENDIPETROLEO
NACIONAL

¡Somos uno!

Administrador de:

SOLDICOM

FONDO DE PROTECCIÓN SOLIDARIA

Informe Comunicaciones

Abril 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

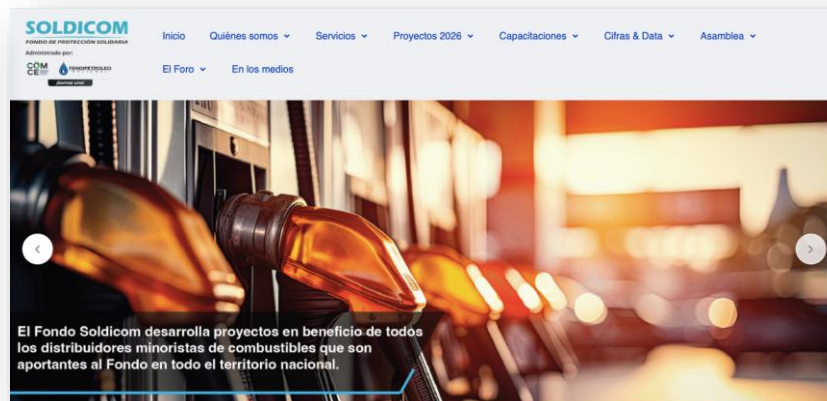
Objetivo: Fortalecer el clima organizacional del equipo de comunicaciones SOMOS UNO y contribuir al desarrollo y consolidación de las diferentes áreas de trabajo de la organización.

Actividades realizadas: Apoyo en la ejecución de las actividades de comunicación interna asociadas al traslado a la nueva sede de Somos Uno, mediante acompañamiento a los colaboradores durante el proceso de transición 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.

Plan de Comunicación Externa

Objetivo: Dar a conocer a los diferentes públicos de interés los programas y proyectos de SOMOS UNO de manera creativa, oportuna y eficiente, a través de los diferentes canales de comunicación.

PÁGINA WEB / www.fondosoldicom.com



Durante el mes de abril se llevaron a cabo cambios y actualizaciones en nuestro sitio web.

En las actualizaciones de la página se realiza lo siguiente:

- Se ajustó la nueva imagen de la página web.
- Se actualizan noticias de interés recientes en la página web.
- Barrido de notas desde el 31 de marzo de 2026.
- Creación de cuentas de nuevos correos electrónicos corporativos, no solo para el equipo de comunicaciones sino para todos los asesores de Somos Uno.
- Actualización de la base de datos de los medios y periodistas que cubren la información relacionada con el sector de los combustibles e hidrocarburos en Colombia.

REDES SOCIALES

En las redes sociales se ejecutaron las siguientes actividades.



¡Somos uno!

Administrador de:

SOLDICOM
FONDO DE PROTECCIÓN SOLIDARIA



- Se actualizaron redes y contraseñas, incluida la foto de perfil, de SOMOS UNO en Facebook, X, Instagram, Tik Tok, YouTube y LinkedIn.
- Se subieron las noticias relacionadas con Somos Uno, así como las entrevistas en radio, televisión, impresos y medios web donde participó el vocero gremial.
- Se realizó la primera publicación de Somos Uno en Tu Ruta, con el fin de crear un espacio pedagógico para los conductores de vehículos que salen fuera de la ciudad durante los puentes festivos.
- Así mismo, se subieron a todas estas redes los contenidos propios de secciones como “Somos Uno en Tu Ruta” y Surtifull.
- Se difundió por redes y distintos medios el informe trimestral del comportamiento de las ventas de combustibles líquidos en Colombia.

- Revisión del Manual de Marca y del Buen Gobierno de Somos Uno.
- Se realizó la pieza gráfica de todas las redes sociales del Fondo Soldicom para envío masivo.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Durante el mes el equipo de comunicaciones estuvo con el vocero de Somos Uno en diferentes compromisos periodísticos y cumplió con las siguientes funciones.

- Acompañamiento al vocero David Jiménez, a distintos medios de comunicación para entrevistas sobre la posición de Somos Uno a propósito de la situación de orden público en la Vía Panamericana en el suroccidente del país y en Tibú (Norte de Santander).
- Monitoreo y grabación de las participaciones del vocero David Jiménez y menciones acerca de Somos Uno en diversos medios de comunicación.
- Redacción de los respectivos boletines sobre el informe trimestral y de la posición de Somos Uno acerca de la situación de orden público que afectó varias estaciones de servicio en varios puntos del país y envió a los diferentes medios.
- Actualización de la base de datos de los medios y periodistas que cubren la información relacionada con el sector de los combustibles e hidrocarburos en Colombia.
- Participación en las distintas reuniones pactadas por los directivos de Somos Uno.

Estas piezas gráficas presentan variaciones en sus tamaños para poder publicarlas en nuestros diferentes canales digitales.

FREE PRESS

Gracias a la gestión estratégica y al trabajo articulado de la Coordinación de Transparencia y Divulgación Estratégica, se logró un ahorro en free press equivalente a **183 millones de pesos**, resultado de la generación de **22 impactos en medios de comunicación** y del posicionamiento de marca a través de publicaciones y apariciones en medios de alto impacto como Noticias Caracol, Caracol Radio, La FM, Surtidores LATAM y El Universal, entre otros, permitiendo amplificar el alcance institucional sin incurrir en inversión publicitaria directa.

RELACIONAMIENTO INSTITUCIONAL

En el marco de la coyuntura de orden público derivada de la ola terrorista registrada en el sur occidente del país y en Norte de Santander, se generaron espacios de articulación e interacción institucional con el Ministerio de Defensa, orientados al seguimiento de la situación y al fortalecimiento de acciones coordinadas frente a los impactos en el sector. De igual manera, se sostuvo una reunión con el Ministerio de Justicia, en la que se abordó el tema relacionado con los certificados de carencia, con el propósito de revisar aspectos asociados a su gestión y alcance.

Elaboró:

ANDRÉS ESTEBAN GÓMEZ GALIANO

PROFESIONAL DE APOYO A LA COORDINACIÓN DE TRANSPARENCIA Y DIVULGACIÓN ESTRATÉGICA.

Revisó:

VIVIAN ROCÍO DÍAZ RÍOS

COORDINADORA DE TRANSPARENCIA Y DIVULGACIÓN ESTRATÉGICA.