

Informe de Comunicaciones

Agosto de 2026
**Coordinación de Transparencia y
Divulgación Estratégica**

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.
- Desarrollo del taller sobre clima laboral y bienestar al grupo de colaboradores de la oficina.
- Entrega del informe sobre satisfacción del taller sobre clima laboral y bienestar tras encuesta realizada.
- 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.
- Divulgación diaria y semanal de las noticias del sector.

- 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).

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 Soldicom, 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.



Del medidor al surtidor: la última milla de la energía en Colombia

conversación entre ANDESCO y SOMOS UNO



Camilo Sánchez Ortega
Presidente de la Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos y Comunicaciones (ANDESCO)



David Jiménez Mejía
Vocero Gremial Nacional de "Somos Uno" unión gremial de Fendipetróleo y COMCE

SEPTIEMBRE 2
9:00AM

en nuestro canal de **youtube**



SOMOS UNO | Unión Gremial Estaciones de Servicio
COMCE | FENDIPETROLEO NACIONAL

Administrador de:
SOLDICOM
FONDO DE PROTECCIÓN SOLIDARIA

- Divulgación en redes de la columna permanente de 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.

-
- Difusión y publicación en medios como: Surtidores LATAM, BLU Radio, La FM y HOY (Magdalena) sobre el apoyo de la unión gremial a la ministra designada.
- 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 .
- Planeación, organización y seguimiento en vivo de la segunda Charla EDS Online titulada La gestión ambiental desde la oficina de Somos Uno.
- Redacción de piezas para redes sociales donde se felicita a los doctores Juan Espinal y Julio Roberto Salazar como nuevos presidentes de las Comisiones Quintas en el Congreso.
- Se difundió por redes y distintos medios el boletín sobre el informe semestral del comportamiento de las ventas de combustibles líquidos en Colombia.
- Acompañamiento al vocero nacional de Somos Uno en las respectivas entrevistas a propósito de la presentación del informe semestral.
- Difusión de la advertencia hecha por la unión gremial acerca del impacto que tendría la reforma tributaria sobre el precio de la gasolina.
- Gestión para entrevistas y notas publicadas en medios escritos a propósito de la advertencia sobre la reforma tributaria en medios como Revista Semana (impresa y web), El Colombiano y Vanguardia.
- Grabación de vídeo y gestión para entrevistas y notas publicadas en medios audiovisuales a propósito de la advertencia sobre la reforma tributaria en medios como Red+ Noticias, Noticentro 1, City Noticias, Caracol, DITU Negocios.
- Agenda de entrevista en Caracol Radio – La W sobre el impacto a las Estaciones de Servicio de la nueva jornada laboral.
- Recordación en canales de difusión institucionales sobre la última fecha para la renovación de la póliza de Responsabilidad Civil Extracontractual (RCE).
- Supervisión de las noticias publicadas en distintos medios de comunicación sobre las

actividades y novedad presentadas en la Unión gremial Somos Uno.

- Gestión para invitación al Dr. Frank Pearl para el Foro Regional de SODICOM.
- Gestión con el Dr. Camilo Sánchez de ANDESCO y el Dr. Luis Fernando Mejía de LÚMEN, para los próximos CANOPY.
- Recopilación de las diferentes piezas publicadas en medios escritos, audiovisuales y de Internet que relacionan la actividad de la unión gremial.
- Realización de la pieza para promocionar la columna del vocero de la unión gremial en el diario económico Portafolio.

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 las diferentes redes una pieza a propósito del Día de la Independencia.
- 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 13 y 20 de julio).
- Durante los cuatro jueves de julio se publicaron cuatro videos del Surtidor, donde se resalta la importancia de las estaciones de servicio y la labor de quienes trabajan en estos lugares, sin dejar a un lado el concepto de la unión gremial.
- 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. Pearl como de la Charla EDS.
- Promoción y difusión de la columna del Dr. David Jiménez en el diario económico Portafolio.



- Publicación, edición y captura de los instantes más importantes del Seminario Online sobre Cumplimiento normativo y futuro laboral en el sector de la distribución de combustibles con el fin de captar *shorts* con la redacción del respectivo copy.
- Promociones de los especiales como Canopy y charlas Meet para causar expectativa entre la audiencia.

Mediciones de Facebook

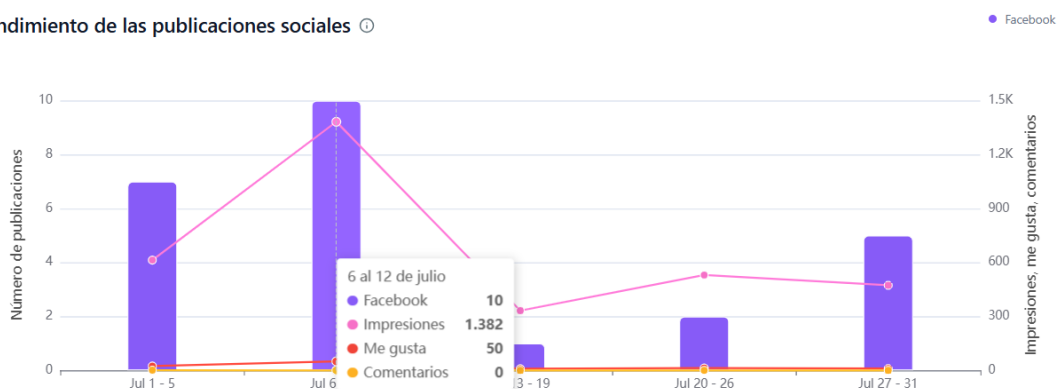
Durante el mes de julio, la página de Facebook registró una actividad constante con un total de 25

10

publicaciones, las cuales alcanzaron 3,33 mil impresiones, generaron 106 reacciones ("Me gusta"), 1 comentario y permitieron la incorporación de 5 nuevos seguidores. El mayor desempeño se presentó entre el 6 y el 12 de julio, semana en la que se publicaron 10 contenidos, logrando 1.382 impresiones y 50 reacciones, lo que evidencia una relación directa entre la frecuencia de publicación y el incremento del alcance e interacción. Aunque en las semanas posteriores disminuyó el volumen de publicaciones, la cuenta mantuvo una presencia estable y continuó generando visibilidad. En términos generales, las métricas reflejan que una estrategia de publicación consistente favorece el alcance orgánico de los contenidos y fortalece gradualmente el crecimiento de la comunidad digital.



Rendimiento de las publicaciones sociales ⓘ



Mediciones en Instagram

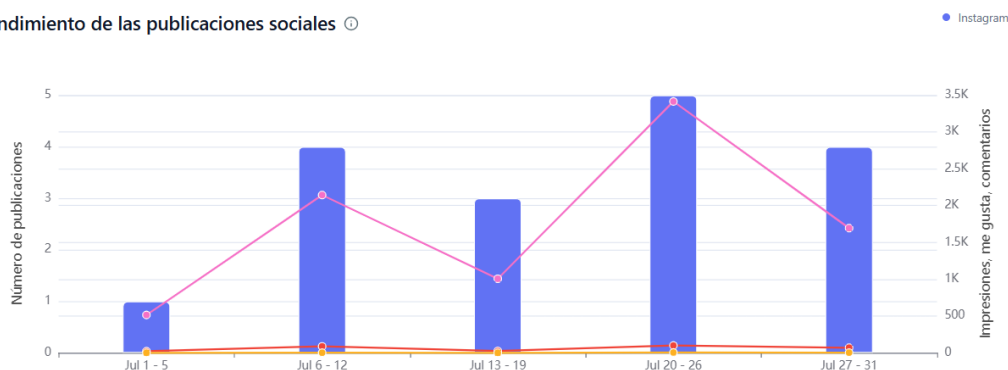
Durante el periodo analizado, la cuenta de Instagram publicó 17 contenidos, alcanzando un total de 8,77 mil impresiones, 300 "Me gusta", 7 comentarios y un crecimiento de 27 nuevos seguidores. El mejor desempeño se registró entre el 20 y el 26 de julio, semana en la que se realizaron 5 publicaciones,

10

las cuales generaron el mayor nivel de visibilidad del mes, superando las 3.000 impresiones, lo que evidencia un alto alcance e interés por parte de la audiencia. Asimismo, las semanas del 6 al 12 y del 27 al 31 de julio también mostraron resultados positivos, con un volumen importante de publicaciones y un comportamiento favorable en las interacciones. 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.

Número de publicaciones	Total de «Me gusta»	Total de seguidores	Impresiones totales	Total de comentarios
17	300	27	8,77 mil	7

Rendimiento de las publicaciones sociales



Mediciones en LinkedIn

Durante el periodo evaluado, la página de LinkedIn evidenció un crecimiento sostenido en el rendimiento de su contenido, alcanzando un total de 1.622 impresiones, lo que representa un incremento del 124 % frente a los siete días anteriores. La tendencia ascendente de la gráfica muestra que el contenido fue ganando visibilidad de

manera progresiva a lo largo de la semana, con un aumento especialmente significativo entre el 20 y el 22 de julio, cuando se registró el mayor volumen de alcance. Al cierre del periodo, el 22 de julio, las publicaciones acumularon 1.622 impresiones, un 12 % más que el total anterior, lo que refleja una mayor exposición del contenido ante la audiencia profesional de la plataforma. En conjunto, estas métricas evidencian una estrategia de publicación efectiva, con un crecimiento constante en el alcance orgánico y una mayor capacidad para posicionar los contenidos institucionales en LinkedIn.

Rendimiento del contenido ⓘ



Mediciones en X

Durante el mes de julio, 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. La publicación con mejor desempeño se registró el 15 de julio, correspondiente al mensaje de bienvenida a la ministra designada de Minas y Energía, María Nohemí Arboleda Arango, la cual alcanzó cerca de 3.000 vistas. Este resultado evidencia el interés de la

audiencia por los contenidos relacionados con la actualidad del sector y demuestra la efectividad de una estrategia enfocada en la difusión oportuna de información de alto valor e impacto para la comunidad digital.



Mediciones en Tik Tok

Durante el mes de julio, TikTok alcanzó 5.100 visualizaciones, lo que representa un crecimiento del 9,2 % frente al periodo anterior. Los contenidos generaron 87 "Me gusta", 1 comentario y 1 contenido

compartido, mientras que la gráfica evidencia un importante pico de alcance durante la última semana del mes. Estos resultados reflejan una mayor visibilidad de las publicaciones y consolidan el potencial de la plataforma para seguir ampliando el alcance y la interacción con nuevas audiencias.



- **Canal de WhatsApp**

Durante julio de 2026, el canal de WhatsApp de Somos Uno consolidó un crecimiento sostenido de su comunidad, alcanzando un total de 893 seguidores, lo que representa un

incremento del 9,8 % frente al periodo anterior. En este lapso, 105 usuarios comenzaron a seguir el canal y 25 dejaron de hacerlo, obteniendo un crecimiento neto de 80 nuevos seguidores, reflejo del interés que generan los contenidos compartidos. Adicionalmente, el canal registró un alcance de 739 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.

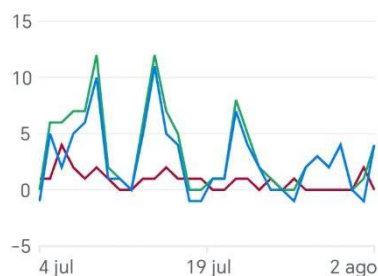
← Estadísticas

Alcance **Crecimiento** Seguidores

Últimos 30 días 4 jul - 2 ago

Crecimiento ⓘ

• Cantidad neta de seguidores nuevos	80
• Cuentas que comenzaron a seguirte	105
• Cuentas que dejaron de seguirte	25



← Estadísticas

Alcance Crecimiento **Seguidores**

Total de seguidores ⓘ

893

+9,8% en los últimos 30 días

Principales regiones ⓘ

Colombia 881 **98,7%**

← Estadísticas



MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Durante el mes de julio 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:

- SOLDICOM renovará automáticamente la póliza de Responsabilidad Civil Extracontractual (RCE) para las Estaciones de Servicio aportantes a partir del 1 de agosto.
- "Hay estaciones de servicio que dejaron de operar 24/7 por el aumento de costos": Somos Uno.
- Gremios de combustibles saludan a la nueva ministra de Minas y Energía y solicitan una política estable para el sector.
- La jornada laboral de 42 horas entra en vigor: retos para la productividad y preocupaciones del sector.
- Tributaria tardía: análisis sobre el impacto de la coyuntura fiscal.

- La Unión Gremial Somos Uno advierte que una reforma tributaria tendría un impacto directo sobre el precio de la gasolina y el ACPM.
- La venta de combustibles creció un 3,7 % durante el primer semestre del año, alcanzando su mejor desempeño en los últimos cinco años.
- El nuevo Gobierno heredará un billonario déficit asociado a los subsidios al diésel.

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 **\$ 858.000.000**, 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 29 de julio, la unión gremial Somos Uno participó en la conmemoración del décimo aniversario de Fedetranscarga, un espacio en el que se destacó la trayectoria y el liderazgo de su presidente, Arnulfo Cuervo, como reconocimiento a su aporte al fortalecimiento del sector transporte en Colombia. Asimismo, se inició la consolidación de una base de datos con los integrantes de las Comisiones Quintas del Congreso de la República y se establecieron los primeros acercamientos con la próxima ministra de Minas y Energía, con el propósito de extenderles una invitación a las próximas ediciones de Canopy. De manera complementaria, se gestionó la participación de Frank Pearl en el Foro de Soldicom que se llevará a cabo en el Valle del Cauca.

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:

- Creación de la sección Comunicaciones, incorporando los accesos a Informes y En los medios, con el fin de centralizar la información institucional y las publicaciones de interés.
- Actualización de los banners relacionados con la Póliza de Responsabilidad Civil Extracontractual (RCE), incluyendo botones de descarga para facilitar el acceso a la documentación por parte de los aportantes.
- 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.

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