

ESTACIONES DE SERVICIO LA REVISTA DE LOS EMPRESARIOS DE COMBUSTIBLES Y ENERGÉTICOS DE COLOMBIA

PREMIUM

NOVIEMBRE 2020

EDICIÓN 37



SOSTENIBILIDAD

MOVILIDAD SOSTENIBLE
¿QUÉ OPINAN LOS USUARIOS?

LA CARA SOCIAL DE LAS EDS



FECEC

Federación de Estaciones de Combustibles
y Energéticas de Colombia

ISSN 19092482

PORTADA

**'HOY LOS CONSUMIDORES
DEMANDAN A LAS MARCAS
UN ROL MAS SOCIAL'**

COMCE, UNA NUEVA OPCIÓN PARA LOS DISTRIBUIDORES MINORISTAS DE COLOMBIA



No todos tus trabajadores necesitan lo mismo de su Administradora de Riesgos Laborales.

En **Colmena Seguros** somos un equipo dedicado a conocer a fondo tu empresa y a tus trabajadores. Ofrecemos soluciones de aseguramiento que atienden las verdaderas necesidades para lograr una gestión efectiva del riesgo.

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA Colmena Seguros S.A.



Síguenos en:

Más información Línea Efectiva:
Bogotá / 401 0447
Otras ciudades / 01 8000-9-19667
www.colmenaseguros.com



Colmena
Seguros



t84
uniformes

www.uniformest84.com

LinkedIn
Confecciones Taller84



Instagram
Confecciones84



Calidad y compromiso

Uniformes, calzado y seguridad industrial.



E-mail
oficina@taller84.com

Pbx
(57+1) 430 5498

Móvil
(57+1) 315 2618932

Carrera 73A N° 70-42 · Bogotá D.C · Colombia.



PORTADA

6 LA 'CARA SOCIAL' DE LAS EDS

SOSTENIBILIDAD

MOVILIDAD SOSTENIBLE
¿QUÉ DICEN LOS USUARIOS?

12

NUESTRO GREMIO

¿LO QUE TIENE QUE HACER COMCE
ES REPRESENTAR Y VELAR POR LOS...?

23

MEDIO AMBIENTE

¿PIENSE Y ACTÚE
RESPONSABLEMENTE!

26



NUESTRO GREMIO

COMCE, UNA NUEVA OPCIÓN
PARA LOS DISTRIBUIDORES
MINORISTAS DE COLOMBIA

20



PORTADA

10 'HOY LOS CONSUMIDORES DEMANDAN A LAS MARCAS UN ROL MÁS SOCIAL'

MERCADEO

'EL CLIENTE TIENE
LA PALABRA'

30

PANORAMA

¿ES EL FINAL DE LA
ERA DEL PETRÓLEO?

33

MERCADOS

¿QUÉ PASÓ CON
EXXONMOBIL?

37

OPINIÓN

'YO SOY FECEC'

42

PREMIUM ISSN 19092482

Director

Alejandro Ribero Rueda
directorfendibogota@gmail.com

Editor

Mauricio Veloza Posada
mauricio.veloza@gmail.com

Comité Editorial

Johan Efraín Mejía Mejía
Alejandro Ribero Rueda
Mauricio Veloza Posada
Ivonne Angarita T

Colaboradores

John Montenegro
Daniel Perea
Yuri Proaño
Sandra Awacón
Juan Fernando Prieto
María Eugenia Martínez
Juan Pablo Fernández
Francisco Navas
Mario Linares
Mauricio Ferro
Mauricio Guzmán
Mayerlin Olivera
Ángela Rodríguez
Leonardo Rondón
Esmeralda Valero Eslava

BBC Mundo
The Economist

Arte, Diseño y Diagramación

David Galvis Veloza

Fotografía

David Galvis Veloza
Terpel
Primax
Emobi Carsharing Bogotá
Exxon Movil
Francisco Navas
Mario Linares
Mauricio Ferro

Publicidad y Ventas

Ivonne Angarita T
ivonneangarita@gmail.com
57 (1) 316 3904051

Impreso en COLOMBIA

Imageprinting

La revista Estaciones de Servicio **PREMIUM** es editada por la Federación de Estaciones de Combustibles y Energéticos de Colombia - **FECEC**, una asociación de derecho civil con carácter gremial sin ánimo de lucro, compuesta por los distribuidores minoristas de combustibles. **FECEC** es una entidad que se encarga de representar los intereses gremiales en el ámbito nacional y ante las autoridades y entes de control.



Dirección

Cra. 16A N° 78-75 Oficina 601
Bogotá D.C. Colombia

Teléfonos

57 (1) 7649500
57 (1) 7968516

Los conceptos emitidos en cada artículo son responsabilidad de su autor y no comprometen el pensamiento ni la opinión de Estaciones de Servicio **PREMIUM**, ni de las directivas de la Federación de Estaciones de Combustibles y Energéticos de Colombia - **FECEC**. Prohibida su reproducción total o parcial sin autorización por escrito, © Todos los Derechos Reservados.

Escribanos sus aportes, comentarios y sugerencias a: revistaedspremium@gmail.com

¿UN AÑO PARA OLVIDAR?

A pesar de las dificultades económicas que generó la pandemia para nuestro sector, el 2020 representó grandes aprendizajes para hacer más creativo e innovador el negocio de la distribución de combustibles en nuestras EDS.

Por: **Alejandro Ribero Rueda**

Director Ejecutivo FECEC

Federación de Estaciones de Combustibles y Energéticos de Colombia

2020 pasará a la historia del Planeta como el año de la pandemia, el año en que el mundo paró, en que las UCI colapsaron y en el que no nos pudimos despedir de nuestros muertos.

Este año representó un desafío adicional para todos los distribuidores de combustibles y energéticos del país. Enfrentar un fuerte bajonazo en las ventas por varios meses, mostrar nuestra solidaridad con otros que antes veíamos como competidores y 'repensar' el negocio, tarea nada fácil en un contexto donde teníamos todo en contra.

“

Aunque el 2020 es un año para olvidar, fue también un año de importantes aprendizajes, que seguro redundarán en la sostenibilidad de nuestros negocios.”

Como lo dijimos en nuestra edición pasada, dedicada en su totalidad a mostrar cómo nuestro sector enfrentó el Covid-19, el sector le cumplió al país, pues a pesar de no generar ingresos con las ventas durante el periodo de crisis, los empresarios minoristas de combustibles se preocuparon por sus empleados y sus familias e hicieron uso de todas las medidas legales señaladas por el Gobierno Nacional para mantener los empleos y preservar los puestos de trabajo de sus colaboradores.

La pandemia mostró de qué estamos hechos y nos dio la oportunidad para ser más creativos, más innovadores, más organizados y más arriesgados. De eso finalmente se trata la vida, de definir prioridades y de trabajar con plena convicción por lograr los objetivos.

En esta última edición de un año, que seguro marcará nuestras vidas, quisimos resaltar una práctica empresarial que cada día viene ganando más terreno y se impone hoy en las grandes empresas con un gran impacto social: el valor compartido.

Ya compañías como la Organización Tergel y Primax vienen desarrollando algunas estrategias en este sentido y generando valor en su operación de distribución de combustibles.

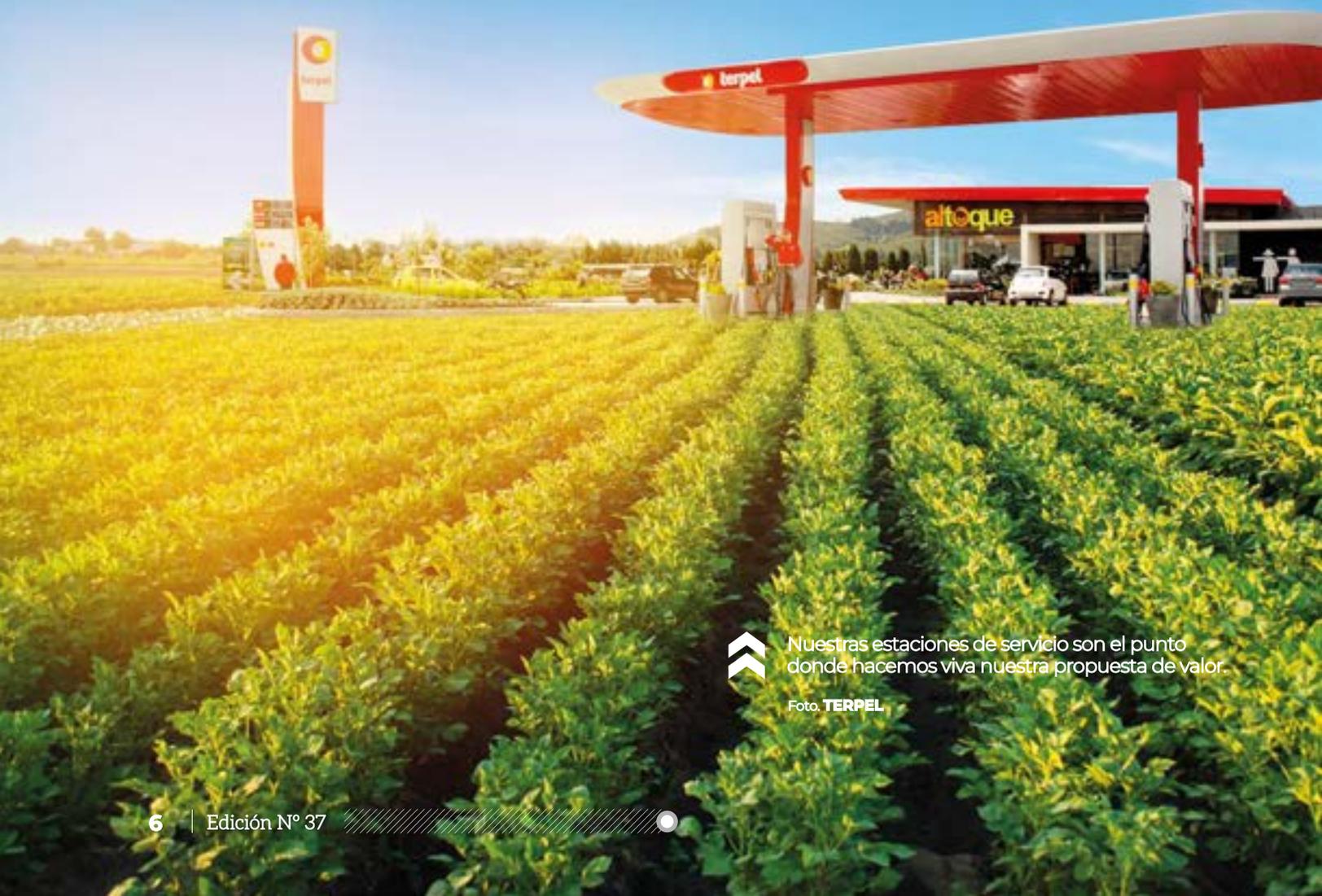
Otro tema que quisimos resaltar en esta edición es el de los usuarios de vehículos híbridos y eléctricos, un mercado que crece con el paso de los días y que representa un reto adicional para las estaciones de servicio del país. Recientemente, el Ministerio de Minas y Energía socializó un proyecto de resolución que habilita a las EDS para instalar terminales de carga eléctrica y ofrecer este servicio a los consumidores finales. Esa es una tarea que tenemos pendiente y que ya se nos vino encima.

En este sentido, incluimos también dos artículos muy interesantes sobre el futuro de los combustibles fósiles en el mundo y la situación que hoy enfrenta el gigante Exxon-Mobil en los Estados Unidos. Y también una nota sobre lo que quiere el consumidor hoy en día, que bien puede generarnos importantes reflexiones de cara a lo que venimos haciendo en nuestras estaciones.

Al final queda una reflexión clara: aunque el 2020 es un año para olvidar, fue también un año de importantes aprendizajes, que seguro redundarán en la sostenibilidad de nuestros negocios. A todos nuestros lectores les deseamos un 2021 lleno de buena energía y de buenas ideas. ¡Eso hará la diferencia! ○

LA CARA SOCIAL DE LAS EDS

En un mercado cada vez más competido, la creación de valor compartido llega a las estaciones de servicio como parte de su estrategia gana-gana frente a los consumidores. Algunos ejemplos de lo que vienen haciendo las EDS en diferentes regiones del país, a propósito de una pandemia que las puso a prueba.



Nuestras estaciones de servicio son el punto donde hacemos viva nuestra propuesta de valor.

Foto. TERPEL

Al valor compartido se le considera una fresca y nueva visión empresarial que promete catapultar a las organizaciones en los mercados y la economía. Hoy en día, en un mercado globalizado, una empresa debe buscar fortalecer su economía transformando y modernizando la forma de hacer negocios.

Esa relación gana-gana es la que vienen implementando varias empresas en el país, que han mostrado esa 'cara social' más allá de su interés económico y de su afán a veces desesperado de obtener rentabilidades a toda costa.

El valor compartido, término acuñado por el economista norteamericano Michael Porter, es una práctica empresarial que llegó también a las estaciones de servicio y hoy deja ver sus beneficios para toda su cadena de valor.

"Nuestras estaciones de servicio, además de ser el canal de contacto con nuestros consumidores, son el punto donde hacemos viva nuestra propuesta de valor y nuestro propósito de ser un AliadoPaís. Bajo esta visión, impulsamos una serie de iniciativas que nos permiten ser parte de la solución a los problemas desatados por el covid-19 en Colombia", sostiene Daniel Perea, Vicepresidente de Asuntos Corporativos de la Organización Terpel, una de las primeras compañías en impulsar este concepto empresarial en la práctica.

“

Unirse es un principio; mantenerse juntos es progreso; trabajar juntos es éxito”

Henry Ford (1863 - 1947) Fundador de la compañía **Ford Motor Company**

A través de sus estaciones han entregado el combustible necesario para que el Banco de Alimentos de Colombia movilice mercados a todos los rincones del país durante la pandemia. También sus estaciones en Bogotá y el departamento del Huila se han convertido en espacios seguros para las mujeres víctimas de la violencia y otros puntos de venta en Funza, Tenjo y Medellín han abierto sus puertas a los mercados campesinos, para evitar que productores locales pierdan sus cosechas.

DEL CAMPO A LA EDS

El proyecto de mercados campesinos lo han trabajado de la mano de las alcaldías locales para gestionar el contacto con cooperativas de pequeños productores. La



MICHAEL PORTER

EL VALOR COMPARTIDO Y LA RSE

La creación de valor compartido (CVC) debería reemplazar a la responsabilidad social empresarial (RSE) como guía de las inversiones de las empresas en sus comunidades. Los programas de RSE se enfocan principalmente en la reputación y sólo tienen una conexión limitada con el negocio, haciendo que sean difíciles de justificar y mantener en el largo plazo.

En cambio, la CVC es parte integral de la rentabilidad y la posición competitiva de una empresa. Aprovecha la experticia y los recursos únicos de una empresa para crear valor económico mediante la creación de valor social. ●



Esta iniciativa brinda la posibilidad de comercializar en algunas EDS, flores, frutas y verduras para maximizar sus ingresos.



Alcaldía se encarga de coordinar su participación y rotación en los mercados Altoque. Dado el conocimiento que tienen acerca de las necesidades de sus territorios, contar con su apoyo en la estructuración de esta propuesta ha sido relevante.

“Hemos tenido una buena acogida por parte de los consumidores y los vecinos del entorno quienes, a través de sus

compras, han manifestado su interés por ayudar a los pequeños productores y por adquirir productos frescos y naturales”, asegura Perea.

Esta iniciativa de apoyo a los campesinos colombianos les brinda la posibilidad de comercializar en algunas estaciones de servicio, directamente y sin intermediarios de ningún tipo, sus flo-

res, frutas y verduras para maximizar sus ingresos.

“El proyecto trasciende al concepto de valor compartido, dado que responde a la estrategia de relacionamiento de la organización y a la promesa de ejecutar programas con un enfoque de desarrollo sostenible y crecimiento de país. En Terpel somos AliadoPaís, lo que significa enmarcar nuestra actividad en un propósito superior e ir más allá de la distribución y comercialización de productos”, afirma Perea.

La oferta social que la organización Terpel incluye también la implementación de proyectos productivos liderados por reintegrados y víctimas, por medio de su programa ‘Restaurando Sueños’.

VALOR COMPARTIDO

RSE

- Valor: hacer el bien
- Ciudadanía, filantropía, sustentabilidad
- Discrecional o en respuesta a la presión externa
- Ajena a la maximización de utilidades
- La agenda es determinada por los reportes hacia afuera y las preferencias personales
- Impacto limitado por la huella de la empresa y el presupuesto RSC

CVC

- Valor: beneficios económicos y sociales en relación a los costos
- Creación conjunta de valor entre la empresa y la comunidad
- Parte integral de las competencias
- La agenda es determinada por los reportes hacia afuera y las preferencias personales
- La agenda es específica de la empresa y se genera internamente
- Alinear de nuevo todo el presupuesto de la empresa

EL CUMPLIMIENTO DE LA LEY, LOS PRINCIPIOS ÉTICOS Y LA REDUCCIÓN DE LA HUELLA ECOLÓGICA CAUSADA POR LA ACTIVIDAD ECONÓMICA SE PRESENTA EN AMBOS CASOS

ALIADOS CONTRA EL MALTRATO

La violencia de género trae consecuencias físicas y psicológicas, muchas veces mortales para sus víctimas. Por eso, Terpel se unió a la Secretaría de la Mujer de Bogotá, para brindar una red de espacios seguros y confiables. “En las estaciones de servicio determinadas para ello, las mujeres violentadas podrán ponerse a salvo en caso de necesidad, gestionar sus





Foto. TERPEL

denuncias y recibir información que les permita acceder a ayuda por parte de las autoridades competentes, para garantizar su protección”, señala el vicepresidente de Asuntos Corporativos.

En estos casos, la mujer llega a la estación de servicio Terpel o a la tienda Altoque, contacta a la persona a cargo, quien le planteará dos opciones: 1) Si la mujer necesita poner a salvo su vida, el encargado llamará a la Policía del cuadrante para que la proteja y se active la Ruta de Atención, e informará a la Secretaría de la Mujer para hacer el seguimiento al caso. 2) Si la mujer solo quiere información para saber cómo recibir atención de su caso, el encargado le brindará una información básica y tomará su nombre y teléfono para reportarlo a la Secretaría de la Mujer, que se encargará de contactarla.

La Secretaría de la Mujer de Bogotá recibirá el reporte directamente de la estación de servicio Terpel e inmediatamente lo direccionará a su equipo de psicólogas y abogadas para brindar atención desde las Casas de Igualdad de Oportunidades, las Casas de Justicia, los Centros de Atención de la Fiscalía o desde la Línea Púrpura.

Así mismo, de la mano de la Gobernación del Huila, Terpel se unió a la campaña ‘Huila crece sin miedo ni violencia’, que busca proteger a mujeres víctimas de violencia de género y orientarlas para que denuncien a sus agresores.

“Estas estrategias son la muestra de un trabajo conjunto y corresponsable para garantizar a las mujeres su derecho a una vida libre de violencias. Además, evidencia la importancia y la necesidad de que distintos actores sociales aporten a desnaturalizarla, prevenirla y atenderla”, dice Perea.

Para Terpel, su compromiso va más allá de una estrategia de valor compartido, pues como organización tomó la decisión de contribuir al país, generando crecimiento económico, social y ambiental en todos los territorios en donde está presentes.

“Las actividades que desarrollamos involucran el manejo de los diferentes grupos de interés, respondiendo a sus necesidades y expectativas, alineados siempre con los compromisos que como compañía incluimos en nuestra gestión sostenible”, concluye Perea. ○

EL VALOR COMPARTIDO, SEGÚN MICHAEL PORTER

Michael Porter es considerado el fundador de la novedosa estrategia llamada valor compartido. El profesor de la Universidad de Harvard concibe el valor compartido como la herramienta empresarial que permite la búsqueda constante de valor, en beneficio de otros agentes de la economía; se trata de un compromiso con la sociedad que lo rodea para alcanzar un crecimiento.

El valor compartido se considera como una nueva versión de negocios que refresca el mundo empresarial y hace conscientes a las organizaciones que deben contribuir al progreso general, y no al propio únicamente, principalmente para reinventar la imagen de las empresas, a las cuales la sociedad considera materialistas, aprovechándose de las necesidades de la población y de los empleados.

No se trata de hacer obras de caridad, tampoco se habla de un estilo de vida, más bien se hace referencia al cambio en la mentalidad de los dirigentes de las empresas; dejando atrás la idea absoluta de la obtención de utilidades que enturbia la imagen de las organizaciones, pues ante los ojos de la sociedad buscan enriquecerse a costa de lo que sea y de quien sea.

Es por esta tendencia capitalista, que el profesor Michael Porter propone la posibilidad de retribuirle a la sociedad de alguna manera los beneficios que recibe de ella en la búsqueda de sus objetivos empresariales. Valor compartido es claramente una nueva forma de plantear oportunidades de negocios, dejando atrás el antagonismo de las organizaciones ante la sociedad.

Es aquí donde se considera la relación Ganar-Ganar, en la que las partes relacionadas en la compra, venta o prestación de un servicio reciben y se comparten, de ahí el nombre de “valor compartido”. ●

‘HOY LOS CONSUMIDORES DEMANDAN A LAS MARCAS UN ROL MÁS SOCIAL’

Primax es otra de las compañías del sector de la distribución de combustibles que viene incursionando en la experiencia del valor compartido y en mostrar una cara más cercana y amable a sus consumidores.

Fotos. **PRIMAX**



« Nuestro principal objetivo ha sido trabajar para dar Siempre Más a todos los colombianos

“ Desde que la pandemia del Covid-19 llegó a Colombia, hemos venido trabajando incansablemente para reforzar nuestra estrategia de negocio, y a su vez, mitigar las afectaciones que han tenido tanto nuestras comunidades, como la gran mayoría de los colombianos. Hoy los consumidores demandan a las marcas líderes que tengamos un rol más social y menos comercial, nos

piden un mayor involucramiento con la sociedad”, señala Yuri Proaño, Presidente de Primax.

Por eso, desde septiembre pasado se vinculó al programa ‘Comparto mi Energía’ del Ministerio de Minas y Energía, iniciativa que busca pagar el servicio público de energía de las familias más necesitadas en el país.

"Comparto mi energía", tiene el propósito de recibir los aportes voluntarios de los colombianos para el pago de la factura de energía eléctrica de un hogar que lo esté necesitando. >>



“Desde Primax sabemos que la energía es uno de los recursos más esenciales para hacer nuestras labores diarias. Hoy en día, acceder al servicio de energía significa tener la posibilidad de cocinar, refrigerar alimentos, estudiar, trabajar desde casa, y muchas otras cosas que se traducen en calidad de vida. En este contexto, quisimos aportar a la calidad de vida de más de 25.000 familias en todo el

país, al unirnos a la iniciativa “Comparto mi energía” promovida por el Ministerio de Minas y Energía”, explica Proaño.

El programa inició a finales de septiembre y tendrá una duración de dos meses y medio. Las estaciones de servicio Primax que se vinculen a esta iniciativa en todo el territorio nacional donarán \$12 por cada galón que vendan de cualquier tipo de combustible. \$10 pesos son donados directamente por la compañía y \$2 por cada distribuidor vinculado al programa.

“La iniciativa tiene una duración de dos meses y medio. Nuestra principal meta es aportar al pago de la factura de energía de más de 25.000 familias de estratos 1 y 2, que se traducen en 100.000 usuarios, aproximadamente. Con esta son ya cinco iniciativas sociales que hemos desarrollado durante este año en torno a la pandemia del covid-19”, dice el presidente de Primax.

Pero, ¿por qué apostarle a temas sociales como parte de la oferta de servicios en la estación de servicio?

“Desde que llegamos al país, nuestro principal objetivo ha sido trabajar para dar Siempre Más a todos los colombianos, basados en el trabajo en equipo y el espíritu de servicio como dos valores institucionales que se ven reflejados en nuestra cultura corporativa”, sostiene Proaño.

El objetivo de Primax al finalizar este año es contar con 500 estaciones de servicio identificadas con su marca en todo el país. En este sentido, la empresa contempla una inversión de cerca de US\$40 millones para continuar ampliando la presencia de la marca Primax en el país. ○

LA INICIATIVA DE MINENERGÍA

La energía eléctrica es un servicio público esencial en la vida diaria de todos los colombianos, pero la contingencia que estamos viviendo por la pandemia del covid-19 ha dejado a muchos afectados, sin trabajo y en dificultades económicas.

Por eso, el Ministerio de Minas y Energía lanzó la iniciativa "Comparto mi energía", con el propósito de recibir los aportes voluntarios de los colombianos para el pago de la factura de energía eléctrica de un hogar que lo esté necesitando. Cualquier ciudadano puede realizar aportes voluntarios en línea desde \$10.000 en adelante.

Las familias de estratos 1, 2, 3 o 4 que necesiten esta ayuda económica para realizar el pago del recibo de energía eléctrica también pueden registrar sus datos y los de su factura en la opción 'Comparto mi historia', que se encuentra en la página web: www.compartomienergia.minenergia.gov.co para inscribirse como potencial beneficiario.

Con las donaciones recibidas, 'Comparto mi energía' buscará cubrir el mayor número posible de facturas de energía eléctrica de las familias que se han visto afectadas económicamente por la emergencia del covid-19. ●



MOVILIDAD SOSTENIBLE

¿QUÉ DICEN LOS USUARIOS?

Ya son cerca de 8.000 usuarios de vehículos híbridos o eléctricos en el país. ¿Cómo avanza la movilidad eléctrica? ¿Qué piensan los usuarios de estos vehículos y su impacto en la vida cotidiana?

California prohibirá la venta de automóviles a gasolina a partir de 2035. El reciente anuncio hace parte de las medidas reales y medibles en la lucha contra el cambio climático de uno de los estados más importantes de Estados Unidos.

La decisión servirá para promover y aumentar la venta de vehículos híbridos y eléctricos, un compromiso similar al que han adoptado varios países europeos, y reducir más del 35% de las emisiones de gases con efecto invernadero y un 80% de óxidos de nitrógeno.

En Colombia, cada vez con un mayor ímpetu, los carros eléctricos e híbridos vienen ganando un terreno importante. Según cifras de la Asociación Nacional de Movilidad Sostenible (Andemos), sólo hasta agosto de este año ya se han vendido más de 2.500 unidades, 80% más de lo que se vendió en 2019 en el mismo período. En los últimos 10 años ya se han comercializado

más de 7.600 vehículos de este tipo en el país y, especialmente en los últimos dos años, el mercado de vehículos eléctricos ha alcanzado una dinámica creciente, que sobre todo agradece el medio ambiente en las principales ciudades.

El buen desempeño de este grupo de vehículos obedece a los incentivos tributarios que reciben del Gobierno Nacional. El beneficio del 5% a los vehículos eléctricos e híbridos, incluyendo motos y bicicletas es uno de ellos. Además, los vehículos eléctricos están completamente desgravados, y los híbridos tienen una tarifa temporal del 5% sujeto a contingentes hasta el año 2027.

“Las medidas de orden tributario y arancelario dispuestas por el Gobierno Nacional, sumado a las medidas que se están tomando en las ciudades, le permitirán al país consolidarse como líder de la región en materia de movilidad sostenible”, señaló en su momento el viceministro de Transporte, Juan Camilo Ostos.

SOSTENIBILIDAD

particulares, motocicletas, bicicletas y patinetas.

La capital antioqueña se ha propuesto incentivar este tipo de movilidad para generar un aporte significativo a la disminución de la emisión de gases contaminantes.

A la par de las iniciativas públicas, el mercado de vehículos eléctricos e híbridos también crece, dado que ya se cuenta con la presencia de reconocidas marcas como KIA, BMW, Renault, Mercedes Benz, Toyota, Audi, Nissan, Mini, Hyundai, BYD, entre otras.

Para corresponder a la demanda generada hacia la movilidad sostenible, en la región se han instalado estaciones especiales que suplen las necesidades de los usuarios de este tipo de vehículos. Por ejemplo, la multinacional Celsia cuenta con un total de 17

estaciones de carga distribuidas en Bogotá, Medellín, Cali y Cartagena.

Por su parte, EPM, otro de los promotores de este tipo de estaciones, completó una veintena de estaciones de carga pública para los usuarios de vehículos eléctricos e híbridos conectables, ubicadas en puntos estratégicos del Valle de Aburrá y Oriente. Para acceder a estas estaciones, el usuario debe estar inscrito en el servicio de carga pública de vehículos eléctricos de la entidad. Las recargas se hacen mediante una tarjeta de identificación entregada por la empresa.

Muchas de las empresas que le han apostado a este tipo de vehículos trabajan en proyectos para la creación de sus propias redes de abastecimiento, las cuales le permitan a su personal contar con sus propias estaciones y centros especializados.



El orgullo de don **Mario Linares** es su nueva camioneta Ford Escape híbrida (no enchufable)



ASÍ AVANZA LA MOVILIDAD ELÉCTRICA EN COLOMBIA

TECNOLOGÍA	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	TOTAL GENERAL	MARKET SHARE
Total HEV		2		220	69	51	6	268	1.769	1.714	4.099	53,6%
Total BEV	1	28	49	18	191	202	136	390	923	543	2.481	32,4%
Total PHEV		5	1		3	25	54	274	442	264	1.068	14,0%
Total GENERAL	1	35	50	238	263	278	196	932	3.134	2.521	7.648	100,0%

Fuente: ANDEMOS Asociación Nacional de Movilidad Sostenible

HEV: Autos híbridos convencionales no enchufables.

BEV: Autos eléctricos puros.

PHEV: Autos híbridos enchufables.

‘ES UN PLACER NO CONTAMINAR A LOS DEMÁS’

Mauricio Ferro tiene un BMW I3 eléctrico hace año y medio, y su experiencia en movilidad eléctrica ha sido muy positiva.

“Muchas cosas me motivaron a comprar un carro eléctrico: primero el aspecto ecológico, llegó un momento en que me molestaba mucho el humo de los carros, y realmente es un placer no contaminar a los demás. Segundo, el tema de pico y placa. Antes tenía dos vehículos, ahora solo uno, pago un solo Soat, un solo seguro, un solo pago de impuestos; además hay unas reducciones de impuestos interesantes para vehículos eléctricos. Tercero, que el BMW I3 es un vehículo supremamente ágil, innovador en todo sentido, por eso me encantó”, asegura.

El carro de Mauricio tiene una autonomía de 300 kilómetros con la carga full y lo puede cargar en su casa. “Tiene un su propia EDS en la casa”, dice. El vehículo

“Volvería a comprar eléctrico. El impulso de este mercado tiene que venir de la mano de nuevas políticas públicas.”

tiene un cable opcional, que permite conectarse a cualquier toma corriente, aunque es una carga más lenta que la carga normal y puede durar hasta 8 horas.

“El carro le avisa a uno cuanta carga le va quedando. Eso sí hay que estar pilas y no estar lejos de la casa cuando se va agotando la carga. Aún no he usado carga fuera de la casa, siempre he planificado mis viajes. Con la autonomía que tiene es suficiente para lo que uno tiene que hacer en el día”, señala Mauricio.

Con la carga full, el BMW puede durar hasta 4 días, dependiendo de los desplazamientos. La limitación sigue siendo los desplazamientos fuera de la ciudad. “Hasta ahora algunas EDS empiezan a tener la carga eléctrica. Sería importante sobre todo para desplazamientos fuera de la ciudad, contar con estaciones en carretera que tuvieran carga eléctrica. Lo más lejos que he ido es hasta Fusa. El comportamiento en carretera del carro es extraordinario; tiene más torque que cualquier vehículo y en las curvas se tiene extraordinariamente”, sostiene convencido.

Aunque había otras opciones de carros eléctricos, finalmente se decidió por el BMW por equipamiento, acabados, calidad y precio. Además, pasó de dos vehículos a uno, y eso representó un ahorro importante.

“Volvería a comprar eléctrico. El impulso de este mercado tiene que venir de la mano de nuevas políticas públicas. En Bogotá apenas se les ocurrió exención de vehículos eléctricos e híbridos en el pico y placa, lo que hubiera tenido que ocurrir hace 10 años. Esa medida va a impulsar el mercado. Debería haber más promoción y más incentivos para que la gente deje de contaminar, sobre todo en el servicio público”, anota.

“A mis amigos y familiares les encanta, como camina y como acelera. Varios se han motivado a cambiarse a vehículos eléctricos. Aún son costosos, pero hay que tener en cuenta el ahorro que generan. El recibo de la energía apenas se me incrementó en \$22 mil al mes. En gasolina reduje \$500 mil. Además, el mantenimiento es muy fácil”, concluye Mauricio.



Mauricio Ferro tiene un BMW I3 eléctrico

LOS HÍBRIDOS Y ELÉCTRICOS MÁS VENDIDOS EN COLOMBIA

Colombia es el país en el que más se venden carros híbridos y eléctricos en Sudamérica. De acuerdo con Andemos, el segmento de propulsiones alternativas presentó una variante positiva del 80,6%, comparado con agosto de 2019. En total, el número de vehículos híbridos y eléctricos que se han vendido en Colombia de enero a agosto es de 2.521 unidades.

Esta es la lista de los 10 autos híbridos y eléctricos más vendidos en Colombia, publicada por El Espectador, para que haga sus análisis y compare precios.



TOYOTA COROLLA HÍBRIDO



KIA SUV HÍBRIDA



KIA NIRO



MERCEDES BENZ GLS 450 4 MATIC



FORD SUV HÍBRIDA

Cabe resaltar que la marca Porsche dentro de

Francisco Navas compró una camioneta Kia Sportage híbrida 1.600 turbo



‘AÚN NO LE HE VISTO MUCHOS BENEFICIOS AL HÍBRIDO’

Francisco Navas compró una camioneta Kia Sportage híbrida 1.600 turbo, al tiempo que una Toyota. “Nos convenció la posibilidad de tener un auto más económico y más cómodo. Tiene más fuerza y velocidad que la Toyota. En el consumo me di cuenta que con la Toyota rinde más el combustible. La tanqueada de la Kia da para 600 kms”, asegura.

En sus recorridos entre Villavicencio y Granada ha probado más la eficiencia del vehículo a gasolina, aunque apenas comienza a probar las bondades del híbrido. “Aún no le he visto muchos bene-



ficios al híbrido. No he hecho el intento de dejarla sin gasolina a ver si solo funciona solo con la carga eléctrica. La camioneta es autrecargable, no necesita enchufarla y funciona con combustible diésel. Es bueno para la parte ecológica”, dice.

En cuanto al precio, las dos camionetas le costaron casi lo mismo. En esta región

del país aún se mantiene el escepticismo por este tipo de vehículos híbridos y eléctricos; los usuarios prefieren los motores a gasolina o diésel. “Todavía el mercado no está preparado para soportar este tipo de vehículos híbridos o eléctricos. Quisimos experimentar con la camioneta híbrida, no es que nos haya ido mal, pero si tenía expectativas superiores”, concluye Francisco.

Es el rey en ventas en este tipo de vehículos.
Precio: Desde \$80.300.000 en la versión XE-i Hybrid.

La KIA SUV híbrida.
Precio: Desde \$104.990.000.

Es el tercer auto híbrido más vendido del país.
Precio: Desde \$102.490.000.

Es la camioneta ecológica más vendida de la marca.
Precio: Desde \$293.900.000.

Promete dar la pelea entre los más vendidos en los que queda de 2020.
Precio: Desde \$149.990.000 la versión Titanium.



**ORANSH
M2 HIGH SPEED**

Este pequeño compacto es un pequeño carro eléctrico cuya flota se pondrá al servicio de alquiler por parte de algunas empresas del sector privado en el país.



**BMW
13**

Es el carro 100% eléctrico más vendido en Colombia, aunque sus ventas han caído en este 2020.



**BMW
330E**

Este sedán híbrido enchufable de BMW ha tenido un importante aumento en las ventas en este año.
Precio: Desde \$159.900.000.



**RENAULT
TWIZY**

ha vendido 57 unidades en 2020 y fue el pionero de los eléctricos en el mercado colombiano.
Precio: Desde \$149.990.000 la versión Titanium.



**NISSAN
LEAF**

A pesar de que este año ha sido difícil, el Nissan Leaf ha reportado un buen crecimiento, pues este 2020 ya se han comercializado 49 unidades.

Los nuevos modelos de vehículos eléctricos (BEV) trajeron el modelo Taycan Turbo y se resalta el ingreso al mercado de la marca Oransh, proveniente de China, en el segmento de eléctricos.

Los precios van desde \$365 el minuto, \$22.000 la hora y \$87.900 un día en un Twizy.



‘HACEMOS UN APORTE AL MEDIO AMBIENTE DE NUESTRAS CIUDADES’

A comienzos de 2017, al terminar un MBE en Estados Unidos y con el auge de las aplicaciones en todo el mundo, Mauricio Guzmán desarrolló un modelo de arriendo de vehículos eléctricos a través de una aplicación en Colombia que se llama Emobi Carsharing Bogotá.

Se trata de una aplicación en la que las personas se registran con sus documentos y una vez activa, la persona ubica en un mapa los sitios autorizados donde puede arrendar el vehículo e identifica los que hay disponibles. En la aplicación se hace la reserva y tiene 15 minutos para recoger el carro. Hay tarifas por horas o por días.

“Estamos muy alineados con la intención de generar un beneficio medio ambiental a la sociedad. Tenemos esta problemática de la calidad del aire en nuestras ciudades, por eso consideramos que entregar una nueva alternativa de movilidad utilizando energías limpias y de nuevas tecnologías es un gran aporte”, asegura Mauricio.

Hasta ahora los usuarios más frecuentes de estos vehículos son personas jóvenes,

entre 18 y 35 años, pero también tenemos clientes de hasta 45 o 50 años. Según Guzmán, las mujeres encuentran mayor seguridad al conducir un vehículo eléctrico y hay mucha gente interesada en utilizar este sistema”.

“Arrancamos con un modelo de flota tercerizada, pero ya estamos trabajando en proceso de inversión para tener una flota privada. Tenemos 19 carros, por la pandemia habilitamos 12 carros y próximamente entrará una flota de carros de 5 pasajeros. Hasta ahora solo habíamos manejado modelos Renault Twizy para dos pasajeros”, sostiene.

Los precios van desde \$365 el minuto, \$22.000 la hora y \$87.900 un día en un Twizy; si son más días la tarifa disminuye. Los vehículos solo están disponibles

para la ciudad y tienen autonomías entre 70 y 100 kilómetros. Con los Nissan Leaf ya se puede llegar hasta 200 kilómetros de autonomía.

Aunque tienen estaciones de carga propias, las estaciones de carga pública aún son una limitante. “A medida que vayan saliendo más estaciones de carga, la gente va a ir tomando más confianza. Medellín tiene 25 estaciones, Cali va en ese proceso, Bogotá con Enel está habilitando más de 20 estaciones y Terpel ha iniciado un piloto de estaciones hasta Medellín. Eso genera más confianza en el mercado. Ese es un punto que las empresas de energía tienen que trabajar fuertemente”, dice Mauricio.

En su opinión, hay muchas razones por las cuales la gente podría preferir el carro eléctrico: menores costos de mantenimiento, las preferencias del pico y placa, la conciencia ambiental... Hay que cambiar el modo de moverse en la ciudad.

“En comparación con otros países de Europa, el avance de los carros eléctricos siempre es un poco lento, pero ya salieron algunos decretos para poner estaciones de carga públicas y ya hay una oferta interesante en materia de vehículos; falta más en temas de preferencias, los vehículos siguen siendo costosos, aún hay mucho trabajo por hacer”, explica Guzmán. ○



Arrancamos con un modelo de flota tercerizada, pero ya estamos trabajando en proceso de inversión para tener una flota privada.”

Mauricio Guzmán



LA ESTRATEGIA IDEAL ES SABER MARCAR UN DIFERENCIAL POSITIVO'

Lega con el propósito de trabajar con el cliente, con el buen servicio y con gestión clara para ofrecer un diferencial en el sector.

¿Hacia dónde se dirige la compañía en el largo plazo?

Tenemos un plan de expansión para los próximos cinco años, con presencia en las principales ciudades de Cundinamarca, Boyacá, Meta, Casanare, Guaviare y en Bogotá.

En cuanto a nuestra oferta de valor, debemos entender que esta nueva normalidad nos lleva a enfrentar una nueva dinámica de reactivación y recuperación gradual para un servicio esencial.

Estamos construyendo un modelo de negocio que incremente un mayor beneficio económico, a través de alianzas con terceros que nos acompañen en generar mayor ingreso y ventas cruzadas para los diferentes negocios establecidos en nuestra red de Estaciones de Servicio.

¿Cuáles son los principales retos de la compañía?

En primer lugar, vemos con optimismo el 2021, ante la recuperación que hemos tenido en tan corto tiempo de nuestros volúmenes de venta. Pero es importante atender los nuevos hábitos que implica-

Para **Mauricio Ocampo** Gerente General de **Octano de Colombia S.A.S**, este año fué de retos a su llegada ante la coyuntura actual del país. Está optimista al recibir un nuevo desafío profesional y personal en una empresa 100% colombiana que mueve un país.



Respeto el pasado, creo en el presente y sueño con el futuro

rará estos cambios al mundo digital y, por ello, los modelos deben ser equitativos y buscar el mejor aprovechamiento de

cada metro cuadrado, con un diferencial de manera innovadora y rentable.

¿Qué es lo que más valora de este nuevo desafío?

El respeto por nuestros clientes y de nuestros colaboradores. Creemos en un país que tiene muchas oportunidades de crecimiento y queremos ser parte de ello. Creemos que con la pasión que colocamos a nuestra labor diaria, podemos aportar con excelencia al crecimiento de la compañía y de nuestros clientes.

¿Cómo define su estilo gerencial?

Trabajo con el empoderamiento y talento de mis colaboradores y el diálogo honesto y proactivo de nuestros aliados estratégicos, con el fin de encontrar los puntos de convergencia que nos lleven a alcanzar el éxito y las metas propuestas.

Tengo como principio los valores corporativos para alcanzar las metas propuestas y lidero con el ejemplo y la pasión por mi trabajo. ○



« **COMCE** surge a la vida jurídica como una alternativa fresca que pretende cambiar el sentido de la comunicación y el diálogo con los entes con los cuales interactuamos.

La “transformación del sector”, esa fue la idea que estaba en la mente de los líderes gremiales que conformaron la Confederación de Distribuidores Minoristas de Combustibles y Energéticos (COMCE) en agosto de 2019, la misma que los unió y que hoy les permite contar con una nueva opción para los distribuidores minoristas de combustibles del país.

Asociados Estaciones de Servicio (AES Colombia); Asociación de Estaciones de Servicio de Norte de Santander (ASSESNORT); Asociación de Estaciones de Servicio del Oriente Colombiano (ESOCOL COLOMBIA); Federación de Empresarios de Biocombustibles y Energéticos de Colombia (FEBECOL); Federación de Estaciones de Combustibles y Energéticos de Colombia (FECEC); y Asociación de Distribuidores de Gasolina y Otros Derivados del Petróleo (SODI-COM) conforman hoy COMCE.



corriente, 42% para diésel y 89% para jet fuel. Si bien se ha registrado un repunte de la demanda entre los meses de mayo y septiembre, la situación del sector sigue siendo crítica.

“Frente a este panorama, el rol de COMCE será de crucial importancia, y esto en dos líneas estratégicas: por un lado, la labor de interlocución y gestión ante las entidades de gobierno es un frente de acción que ha permitido y permitirá consolidar canales de comunicación y definir estrategias de carácter gremial para abordar las principales problemáticas del sector. Por otro lado, tendremos el reto interno de diseñar estrategias que permitan entender las transformaciones del sector e implementar acciones de carácter educativo para adaptarse al cambio”, asegura Awacon.

Por su parte, María Eugenia Martínez, Directora Ejecutiva de la Asociación de Estaciones de Servicio de Norte de San-

“

Es claro que aún falta un largo camino por recorrer, pero estamos seguros que la unión y el trabajo en equipo de estas asociaciones será determinante en la consecución de todos los objetivos”

Sandra Awacon,
Directora Ejecutiva de **SODICOM**

tander (Asesnort), destaca los aportes y beneficios de la nueva agremiación.

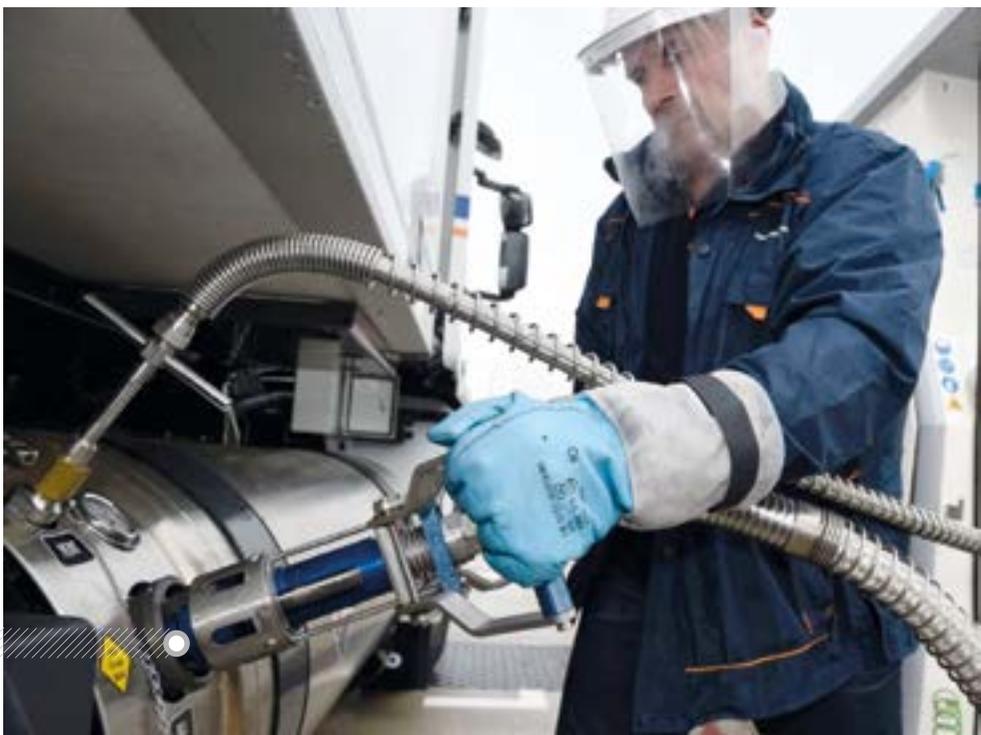
“COMCE en sus pocos meses de vida ha demostrado un alto grado de responsabilidad, respeto en las decisiones de sus confederados, los demás gremios del sector y de las entidades que rigen la distribución minorista de combustibles y energéticos, en un ambiente de diálogo apegados a la constitución y la ley, en busca de mejores oportunidades para la distribución minorista de combustibles, de los consumidores

y de toda la sociedad, pensando siempre en la paz y el progreso del país”, señala.

En el mismo sentido, Juan Fernando Prieto Vanegas, Presidente Ejecutivo de AES Colombia, señala la importancia del nuevo gremio. “Hoy COMCE surge a la vida jurídica como una alternativa fresca que pretende cambiar el sentido de la comunicación y el diálogo con los entes con los cuales interactuamos. Reconocemos la importancia y el trabajo que hacen todos los distribuidores minoristas del país para mantenerse en el medio como una actividad que genera energía para todos y somos conscientes de las dificultades que esta actividad genera día a día, en distintos asuntos sobre los cuales abordaremos toda nuestra capacidad para su cumplimiento”, sostiene.

Los gremios que hoy conforman COMCE se encuentran ubicados geográficamente en la zona andina desde el Cauca, Amazonas y Putumayo hasta el Norte de Santander, pasando por Bogotá y los Llanos Orientales y hoy representan a distribuidores minoristas que venden el 60% del combustible que se distribuye en el país.

“Bienvenido COMCE al sector, bienvenidas todas sus actividades para propender la sostenibilidad de todas las estaciones de servicio ubicadas a lo largo y ancho del país. Bienvenidos quienes estén interesados en formar parte de esta Confederación. Seremos abiertos, democráticos y comprometidos en los distintos propósitos institucionales que motivaron la creación de esta entidad”, concluye Prieto. ○



OPTIMICE SU INVERSIÓN A TRAVÉS DE UNA SELECCIÓN ADECUADA DE EQUIPOS



En Franklin Fueling Systems, líder mundial en la fabricación de equipos para estaciones de servicio de combustibles líquidos, nos planteamos el reto de mejorar la experiencia del usuario final y como resultado, los propietarios incrementen sus utilidades.

La expectativa cuando una persona llena el tanque de su vehículo es recibir el producto correcto en el menor tiempo posible. El propietario espera que más vehículos ingresen, que sus equipos operen segura y correctamente, tener la disponibilidad de inventario suficiente, tener la información adecuada para tomar las mejores decisiones y como resultado, optimizar sus márgenes de operación. Allí es donde nuestros equipos juegan un papel importante.

Hemos encontrado que en algunas ocasiones se pasa por alto que en una operación de márgenes bajos el flujo de caja es fundamental. Por ende, además de los costos iniciales de inversión (CAPEX), los gastos de operación (OPEX), como los servicios públicos, el mantenimiento y la eficiencia de los equipos, entre otros, impactan los resultados del negocio.

Las bombas sumergibles son el corazón de una estación de servicio. Por eso, una selección, instalación y operación correcta permitirán, entre otras: disminuir los costos de energía eléctrica, incrementar los requerimientos de flujo durante el despacho de combustible, optimizar las intervenciones de mantenimiento en actividades de pintura y cambio de filtros en los dispensadores y proteger los equipos evitando fallas prematuras.

Por ejemplo, hoy en día existe la posibilidad de monitorear en línea las condiciones de operación de los motores de las bombas, así como los flujos generados en cada punto de despacho, a través de las consolas de medición de inventarios. Esto permitirá disminuir los gastos de mantenimiento e incrementar la velocidad de las ventas.

En general, entre un 20% y un 50% de los gastos de operación asociados al funcionamiento de una bomba sumergible puede ser optimizado. Por tal motivo, en Franklin Fueling Systems, junto con nuestros distribuidores autorizados, estaremos dispuestos a brindarles nuestra asesoría y acompañamiento, para que nuestros clientes tomen la mejor decisión de inversión.

JAIME ANDRÉS TRIANA
Gerente Andino y Centroamérica
jaime.triana@franklinfueling.com
+57 318 336 6258

JAVIER QUIROGA
Ingeniero Técnico Latinoamérica
quiroga@franklinfueling.com
+52 181 8252 3559

ALEJANDRO TENORIO
Gerente Latinoamérica
tenorio@franklinfueling.com
+1 608 335 9328



‘LO QUE TENEMOS QUE HACER ES VELAR POR LOS INTERESES DE LOS MINORISTAS’

Juan Pablo Fernández, presidente ejecutivo de la Confederación de Distribuidores Minoristas de Combustibles y Energéticos (COMCE), presenta las líneas generales de acción del nuevo gremio que representa seis grandes y tradicionales gremios de EDS en el país.

Juan Pablo Fernández, economista de la Universidad Libre de Pereira, con experiencia de más de 10 años en análisis e influencia de políticas públicas, tanto en el sector público como en el privado, es desde el 15 de octubre pasado el presidente ejecutivo de COMCE. Esta es su perspectiva de la nueva agremiación, que representa los intereses de más de 1.500 Estaciones de Servicio en todo el país.

¿Era necesario un nuevo gremio para el sector? ¿Por qué durante los últimos años se ha intensificado la fragmentación de los gremios en nuestro sector?

Los cambios crean oportunidades. Y hay momentos en que las organizaciones exigen caminar mejores rumbos, oír a las necesidades regionales, adaptarse para transformar el entorno y plantear uniones acordes con visiones alejadas de discusiones que anclan al pasado. Esa es la lógica bajo la cual surge COMCE. El gremio que con una mezcla de tradición e innovación unirá a los distribuidores para ser la voz de una fuerza diversa.

¿Por qué utilizar la figura de la confederación?

1.500

Estaciones de Servicio en todo el país agrupados en seis gremios que ‘tanquean’ de buena energía a Colombia, hacen parte de COMCE.

Es una figura que permite la ley. La confederación aglutina y potencia a las fuerzas de los asociados. COMCE es un gremio de gremios. Somos seis gremios que agrupan unas 1.500 Estaciones de Servicio que ‘tanquean’ de buena energía a Colombia.

¿Qué se pretende con esta confederación de empresarios del sector y qué beneficios traerá a sus afiliados?

En el corto plazo hacerse un espacio que construya un diálogo fluido, respetuoso y técnico con las autoridades nacionales.

Una base que le permitirá al gremio impulsar la concepción e implementación de disposiciones regulatorias y políticas públicas que promuevan el crecimiento de la cadena beneficiando a todos los empresarios sin exclusiones.

¿Cuáles son esos temas prioritarios en la agenda de COMCE?

El primero es consolidar la recuperación de las ventas del sector de la distribución minorista de combustibles. El segundo, poder definir una nueva visión sobre las políticas públicas de competencia que, entre otros asuntos, consideren al consumidor y también al distribuidor. La tercera es buscar mayor calidad de los combustibles y estabilidad para los minoristas. También revisaremos las discusiones ambientales.

Otra tarea importante es buscar permanencia y avance en el sector, porque la gran mayoría de EDS sintetizan lustros de tradición al servicio del desarrollo regional. Que se den regulaciones justas y equitativas para toda la cadena. Y que el ejercicio de este servicio público siga dando oportunidades de vida para quienes invierten y trabajan en la actividad.

¡PIENSE Y ACTÚE RESPONSABLEMENTE!

La responsabilidad social y ambiental dejó de ser una moda y hoy en día es un imperativo para cualquier empresa, mucho más para una EDS, que debe adelantar una operación 'limpia' y responsable con el medio ambiente. Aquí le contamos cómo lo puede hacer.

Por: **Ángela Rodríguez, Leonardo Rondón, Mayerlin Olivera Camero** y **Esmeralda Valero** Asesores ambientales y HSE

RESPONSABILIDAD SOCIAL AMBIENTAL

La responsabilidad ambiental y social dentro de las empresas es un aspecto al cual pocos le dan la importancia necesaria. Pero la degradación de la calidad ambiental, el efecto invernadero, el calentamiento global, entre otros factores, son una realidad evidente.

Por eso dentro de nuestra organización y de manera voluntaria podemos realizar pequeñas acciones para contribuir con la conservación del medio ambiente y así lograr que los indicadores ambientales mejoren. Todo esto lo podemos implementar en nuestro día a día y así generar hábitos que podamos transmitir a nuestros clientes, proveedores y familia.

En la actividad de venta y distribución de combustibles podemos contribuir con proyectos ambientales que mitiguen los impactos que generamos y que en la mayoría de los casos son supervisados o aprobados por las autori-

dades ambientales. Aunque siempre podemos contribuir un poco más, pensando en el legado que podemos dejar a las futuras generaciones y en la protección de los recursos como parte de nuestra responsabilidad ambiental y social.

¿Qué caracteriza a una empresa social y ambientalmente responsable?

Todas las empresas generan un gran impacto en su entorno, sin embargo, este impacto puede llegar a ser positivo o negativo, todo depende del nivel de responsabilidad que adquiera cada negocio a nivel social y ambiental.

Cuando una empresa es socialmente responsable es porque ha incorporado en su organización acciones que van más allá de sus obligaciones y que influyen de manera positiva en sus trabajadores, en el medio ambiente y en la comunidad de la que forma parte.

La responsabilidad social es una visión de negocio que integra el respeto por las personas,



Las Empresas son Ambientalmente Responsables, no sólo por cumplir normas jurídicas, sino por la conciencia de mejorar las actividades productivas, buscando alternativas donde el impacto ambiental sea reducido a su mínima expresión, incentivando el mejoramiento de la calidad ambiental de la región y de la calidad de vida de sus habitantes.

La responsabilidad social empresarial también es un instrumento importante para la reducción de riesgos dentro de las empresas, lo cual genera la garantía de una operación segura a largo plazo. Aunque la Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) se ha centrado en el impacto de los procesos de producción y operación en los trabajadores, aquellas empresas que integran de manera adecuada la SST con la responsabilidad social empresarial fomentan una imagen de buen empresario, mejorando el posicionamiento de la empresa en el mercado y haciéndola más atractiva para sus clientes.

¿Cómo puedo encaminar a mi EDS hacia la responsabilidad social y ambiental?

El deterioro y agotamiento de recursos naturales generado por los diferentes proyectos, obras o actividades antrópicas, pueden ser mitigados por medio de diferentes iniciativas de compensación ambiental o aportes en actividades que minimicen el impacto ambiental generado en dichos proyectos.

“

Las Empresas son Ambientalmente Responsables, no sólo por cumplir normas jurídicas, sino por la conciencia de mejorar las actividades productivas, buscando alternativas donde el impacto ambiental sea reducido a su mínima expresión”

Por lo tanto, es posible evaluar las diferentes alternativas, con el fin de visualizar opciones que se pueden implementar para quienes estén interesados en iniciar

su aporte de responsabilidad socio-ambiental. Estos son algunos ejemplos:

- Bienestar Empresarial: Programas deportivos, recreativos, culturales, artísticos, programas de prevención de la salud, programas de vivienda y calidad de vida laboral, los cuales están orientados a mejorar el desarrollo integral de los empleados de una empresa, el mejoramiento de su nivel de vida y el de su familia, generando un aumento de satisfacción laboral.
- Recirculación de agua: Recolección de aguas lluvias en tanques para lavaderos, procesos de limpieza o lavado de islas o su reutilización en cualquier proceso.
- Reciclaje: Separación en la fuente de los desechos generados en la EDS para su aprovechamiento o venta.
- Uso eficiente y ahorro de agua y energía: Programas establecidos en el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, donde se minimiza el consumo de agua y energía en la EDS.
- Siembra de árboles: Proyectos de corredores ecológicos o paisajísticos, recuperación de espacios con árboles que mini-

‘EL CLIENTE TIENE LA PALABRA’

John Montenegro, Director de Mercadeo, Publicidad y Experiencia de la Bolsa de Valores de Colombia, nos da su perspectiva de lo que debe ser hoy en día la experiencia del cliente, muy útil sobre todo en el negocio de las EDS.

Qué piensa el cliente que visita nuestros negocios cada día y que lo hace convencido de lograr la mejor experiencia de su vida. ¿Será que logramos cautivarlo con un excelente servicio y un inmejorable producto?

Esta es la perspectiva que nos propone precisamente John Montenegro, Director de Mercadeo, Publicidad y Experiencia de la Bolsa de Valores de Colombia, para quien hay que estudiar seriamente a nuestro consumidor, si es que de verdad queremos cautivarlo y lograr su atención, más allá de un precio atractivo.

Para Montenegro, “estamos en la era de la antropoceno. Es el momento donde el individuo cobra mayor relevancia y queda por encima del consumidor. El ser humano tiene una serie de aristas, no solo está diseñado para consumir. El consumidor y el ser humano son la misma persona y es algo que una marca debe tener presente”.

Por eso, para él, el valor no está en el precio; debería estar en otras aristas enmarcadas más en lo emocional del individuo. De allí nacen cinco pautas o recomendaciones, que bien pueden aplicar para nuestros negocios en cada Estación de Servicio.

1. Hay que estudiar al consumidor con todos los momentos que vive, desde que se levanta hasta que sea acuesta.

Si yo logro entender que lo más relevante es el individuo, el siguiente paso debería ser conocer la fuente primaria de información para poder conocer al individuo.

La estrategia no es la tecnología sino entender que las personas necesitan tiempo



y comodidad. No nos debemos fiar por los grandes datos demográficos, eso no me va a servir de mucho si no tengo la capacidad para observar y ver lo que pasa con ese individuo. Solo en ese momento entraremos realmente en la experiencia del cliente.

Por qué no empezamos a pensar distinto. Terpel ha hecho unos esfuerzos interesantes desde la estética para cambiar la experiencia del usuario y eso es un pri-

“

el valor no está en el precio; debería estar en otras aristas enmarcadas más en lo emocional del individuo.”

John Montenegro
Director de Mercadeo, Publicidad de la Bolsa de Valores de Colombia

mer paso. Sus estaciones están pensadas para atender sus necesidades, incluso las más básicas como entrar a un baño

2. ¿Cuento con el talento apropiado para llegar a una verdadera transformación digital?

Pero, ¿qué es transformación digital? En Amazon, una de las compañías líderes en Internet, la tecnología está puesta al servicio de las expectativas del usuario. La gente quiere tener su producto para verlo bonito en su casa. Esos son los retos que estamos enfrentado hoy en las grandes industrias, cómo sorprender a la gente a partir de la experiencia. Eso no tiene reversa. Es un deber ser.

3. Si bien esto no tiene vuelta atrás, ¿qué tanto las compañías están preparadas para adaptarse al cambio?



FLUIDOS, EQUIPOS, INTERVENTORIAS, TECNOLOGÍAS, CONOCIMIENTO



DISPENSADORES Y SURTIDORES HONG YANG MÁS DE 13 AÑOS GENERANDO CRECIMIENTO EN NUESTROS CLIENTES

DESDE
1983

SIN
INVESTIGACIONES
NI
SANCIONES

- ✓ Equipos inscritos en el **SIMEL** de la Superindustria con **ID**, y certificados internacionalmente cumpliendo con las normas de calidad resolución **77507** de **2016** y **67760** de **2018**.
- ✓ **CPU** por producto, con módulos independientes, tanques e impresoras por todas sus mangueras al tiempo.
- ✓ Prestación de mejora continua de calidad con altos estándares en seguridad operacional.
- ✓ Ventas e inventarios es nuestra preparación de la tecnología de punta nuestro soporte
- ✓ El desempeño alto y bajo costo son nuestra prioridad.
- ✓ Calibración garantizada en cualquier medida (5 y 1/2 galones etc.)
- ✓ Cubrimiento nivel nacional con garantías y repuestos, ampliamos y generamos la capacidad de utilidad y crecimiento de nuestros clientes gracias a nuestros productos y servicios!

MÓVIL (57 1)

313 2090187



CALLE 96 # 10-29 OF 203
BOGOTÁ D.C.



fluequitec.ltda@gmail.com

Las contradicciones de la experiencia del usuario están entre lo digital y lo análogo. No nos podemos enfocar en un solo tipo de consumidor. Hay que ver las generaciones y las características propias de cada uno de ellos. La pregunta es: ¿Cómo adapto mi modelo de negocio a los intereses de estas nuevas generaciones?

Hay que entender lo diferencial con los contenidos para las distintas generaciones. Las necesidades siguen siendo las mismas, solo cambian los canales y el lenguaje.

La transformación digital va más desde el punto de vista cultural. Digital es la forma de pensar y ejecutar rápido en función de alguien; es romper procesos y cambiar paradigmas.

4. Definitivamente hay que romper los paradigmas.

La tecnología es conocimiento. La tecnología va primero que la ley, como en el caso de Uber, que replanteó el modelo de negocio para atender las necesidades de sus usuarios.

La tecnología siempre va a estar por delante de la regulación. La pregunta es: ¿qué tanto el empresario está pensando digitalmente para ir avanzando en este camino cuando la legislación esté lista?

Una cosa es clara: el usuario siempre estará por encima de la tecnología.

Hoy en día los jóvenes siguen propósitos, no siguen marcas, no siguen compañías, sino lo que hay detrás. Uno debe ayudar a que la organización logre conexión emocional con las personas, no con el consumidor, cómo entenderlas. Si uno es coherente con su propósito, la gente se va a dar cuenta, incluso en el corto plazo. Lo que digo yo lo hago y eso se nota.

El tema de la sostenibilidad y de la responsabilidad ambiental debe verse, no quedarse meramente en la estética. Tengo que ser coherente, debo mostrar que mi estación es diferente a las demás, que



Qué está haciendo la industria del combustible, no para alterar su negocio, sino para lograr representar la sostenibilidad, para que la gente le crea.



“

Estamos en la era de la antropoceno. Es el momento donde el individuo cobra mayor relevancia y queda por encima del consumidor.”

trabajo coherentemente en temas de sostenibilidad. Sólo así puedo ser creíble. Las EDS tienen un reto muy importante: cómo exigirle a la marca un enfoque de sostenibilidad para poder acercarse a los usuarios. Aquí de lo que menos se debe hablar es de precio.

La responsabilidad está en conectarme con el propósito del individuo, que me crea

y no que me consuma, que realmente disfrute lo que yo le propongo. Ya la propuesta de valor cambió. Qué está haciendo la industria del combustible, no para alterar su negocio, sino para lograr representar la sostenibilidad, para que la gente le crea. ¿Qué va a pasar cuando crezcan los automóviles eléctricos y las patinetas? En su debilidad pueden encontrar su mayor fortaleza, esa es la vuelta que hay que hacer. Hay cosas buenas por decir...

5. Pequeños cambios van a hacer la diferencia. No puedo flaquear, debo ser consistente.

No se trata de cambiar de negocio sino de ver cómo lo hago de manera más eficiente, cambiar mi modelo de negocio. La mística de esto es darle la vuelta al negocio sin cambiar su razón de ser. Hay que entender lo que la gente compra: comodidad, tiempo y eso qué representa para el individuo.

¿La industria del combustible qué vende? Uno no vende el producto, uno vende lo que la gente quiere comprar. Debemos convertir la EDS en un centro de movilidad urbana. ○



¿ES EL FINAL DE LA ERA DEL PETRÓLEO?

En este interesante artículo, publicado por la revista inglesa, se pone en entredicho la continuidad de los combustibles fósiles como fuente de energía en el mundo. La transición hacia nuevas fuentes de energía limpias y verdes ya se hace necesaria y urgente, pero aún tiene mucho camino por recorrer. No será fácil.

The Economist

El petróleo alimentó el siglo XX: sus automóviles, sus guerras, su economía y su geopolítica. Ahora el mundo se encuentra en medio de un choque energético que está acelerando el cambio hacia un nuevo orden. Cuando el covid-19 golpeó la economía mundial a principios de este año, la demanda de petróleo se redujo en más de una quinta parte y los precios colapsaron. Desde entonces ha habido una recuperación nerviosa, pero es poco probable que regrese al viejo mundo.

Los productores de combustibles fósiles se ven obligados a afrontar sus vulnerabilidades. ExxonMobil ha sido expulsado del Dow Jones Industrial Average, habiendo sido miembro desde 1928. Petro-estados como Arabia Saudita necesitan un precio del petróleo de US\$70-80 el barril para equilibrar sus presupuestos. Hoy cuesta solo US\$40.

Ha habido caídas de petróleo antes, pero esta es diferente. A medida que el públi-

co, los gobiernos y los inversores se dan cuenta del cambio climático, la industria de la energía limpia está ganando impulso. Los mercados de capital han cambiado: las acciones de energía limpia aumentaron un 45% este año.

Con tasas de interés cercanas a cero, los políticos están respaldando planes de infraestructura verde. El contendiente presidencial demócrata de Estados Unidos, Joe Biden, quiere gastar US\$2 billones en descarbonizar la economía de Estados

Unidos. La Unión Europea ha destinado el 30% de su plan de recuperación de Covid-19 de US\$880 mil millones para medidas climáticas, y la presidenta de la Comisión Europea, Ursula von der Leyen, usó su discurso sobre el estado de la unión para confirmar que la UE quiere reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en un 55% con respecto a los niveles de 1990 en la próxima década.

El sistema energético del siglo XXI promete ser mejor que la era del petróleo: mejor para la salud humana, más estable políticamente y menos volátil económicamente. El cambio implica grandes riesgos. Si es desordenado, podría aumentar la inestabilidad política y económica en los petro-estados y concentrar el control de la cadena de suministro verde en China. Aún más peligroso, podría suceder demasiado lento.

85%

de la energía hoy en día, proviene de los combustibles fósiles como la principal fuente.

Hoy en día, los combustibles fósiles son la principal fuente del 85% de la energía. Pero este sistema está sucio. La energía representa dos tercios de las emisiones de gases de efecto invernadero; la contaminación de la quema de combustibles fósiles mata a más de 4 millones de personas



« El sistema energético del siglo XXI promete ser mejor que la era del petróleo: mejor para la salud humana

al año, principalmente en las megaciudades del mundo emergente.

El petróleo también ha creado inestabilidad política. Durante décadas, petro-estados como Venezuela y Arabia Saudita, con pocos incentivos para desarrollar sus economías, se han visto empantanados en la política de limosnas y amiguismo. En un esfuerzo por garantizar suministros seguros, las grandes potencias del mundo han competido por influir en estos estados, sobre todo en el Medio Oriente, donde Estados Unidos tiene aproximadamente 60.000 soldados.

Los combustibles fósiles también causan volatilidad económica. Los mercados pe-

troleros son golpeados por un cartel errático. La concentración de las reservas mundiales de petróleo hace que la oferta sea vulnerable a los shocks geopolíticos. No es de extrañar que el precio haya oscilado más del 30% en un período de seis meses desde 1970.

Está surgiendo una imagen del nuevo sistema energético. Con una acción audaz, la electricidad renovable como la energía solar y eólica podría aumentar del 5% del suministro actual al 25% en 2035 y casi el 50% para 2050. El uso de petróleo y carbón disminuirá, aunque el gas natural más limpio seguirá siendo central. Esta arquitectura finalmente traerá enormes beneficios.

“ la inversión anual en capacidad eólica y solar debe ser de aproximadamente US\$750 mil millones, el triple de los niveles recientes. ”

Más importante aún, la descarbonización de la energía evitará el caos del cambio climático desenfrenado, incluidas las devastadoras sequías, hambrunas, inundaciones y desplazamientos masivos. Una vez madura, también debería ser más estable políticamente, porque la oferta se diversificará geográfica y tecnológicamente.

Los petro-estados tendrán que intentar reformarse a sí mismos y, a medida que sus gobiernos comiencen a depender de gravar a sus propios ciudadanos, algunos se volverán más representativos. Países consumidores, que alguna vez buscaron la seguridad energética al entrometerse en la política de los productores de petróleo, buscarán en cambio una regulación sensata de su propia industria energética.

El sistema del siglo XXI también debería ser menos volátil económicamente. Los precios de la electricidad no serán determinados por unos pocos actores importantes, sino por la competencia y las ganancias graduales de eficiencia.

Sin embargo, incluso cuando surge un mejor sistema energético, se cierne la amenaza de una transición mal gestionada. Destacan dos riesgos. La China autocrática podría ganar temporalmente influen-

Tecnologías sensibles de nivel optimizan gestión de inventario y almacenamiento de combustible



Rendimiento que genera valor

- Conocimiento avanzado de posibles fugas en tanques
- Administre de manera confiable el índice de rotación de inventario
- Concilie con precisión el inventario y la colocación de pedidos
- Menor costo logístico mediante la optimización de la planificación y la programación
- Prevención de derrames y sobrellenado
- Cálculos de nivel y volumétricos como estándar
- Precisión superior sobre las mediciones tradicionales de "tubos de plástico"

Tecnologías que impulsan la rentabilidad

- Radar de onda guiada y soluciones de nivel continuo magnetorrestrictivas
- Pantalla gráfica LCD de fácil lectura
- Logre la precisión especificada sin calibración in sitio
- Precisión: $\pm 1,3$ a $\pm 2,5$ mm
- Protección contra daños por intrusión de humedad
- No se ve afectado por los cambios en el espacio de vapor
- Diagnóstico avanzado con guía de solución de problemas a bordo
- Sensores de nivel de flotador económicos para alarmas altas / bajas también disponibles

ECLIPSE®
700GWR

JUPITER® Model JM4



REPRESENTADA POR AUTOMATIZACIÓN S.A.

Contáctanos en magnetrol@automatizacion.com.co

57 años de experiencia en instrumentación y control industrial en Colombia



automatizacion.com.co



El uso de petróleo y carbón disminuirá, aunque el gas natural más limpio seguirá siendo central.

5%

del suministro actual de la electricidad renovable como la energía solar y eólica podría aumentar 25% en 2035 y casi el 50% para 2050. El uso de petróleo y carbón disminuirá, aunque el gas natural más limpio seguirá siendo central.

cia sobre el sistema energético mundial debido a su dominio en la fabricación de componentes clave y el desarrollo de nuevas tecnologías. Hoy en día, las empresas chinas producen el 72% de los módulos solares del mundo, el 69% de sus baterías de iones de litio y el 45% de sus turbinas eólicas. También controlan gran parte del refinado de minerales críticos para la energía limpia, como el cobalto y el litio.

En lugar de un petro-estado, la República Popular puede convertirse en un "electro-estado". En los últimos seis meses anunció inversiones en infraestructura y transmisión de automóviles eléctricos, probó una planta nuclear en Pakistán y consideró almacenar cobalto.

El apalancamiento de China depende de la rapidez con que se muevan otras economías. Europa es el hogar de desarrolladores gigantes de parques eólicos y solares: Orsted, Enel e Iberdrola están

construyendo este tipo de proyectos en todo el mundo. Las empresas europeas también están liderando la carrera para reducir sus propias emisiones.

La trayectoria de Estados Unidos se ha visto afectada por el aumento del petróleo y el gas de esquisto, que lo ha convertido en el mayor productor de petróleo del mundo, y por la resistencia republicana a las medidas de descarbonización. Si Estados Unidos actuara sobre el cambio climático -con, digamos, un impuesto al carbono y nueva infraestructura- sus mercados de capitales, laboratorios de energía nacionales y universidades lo convertirían en una formidable potencia verde.

El otro gran riesgo es la transición de petro-estados, que representan el 8% del PIB mundial y casi 900 millones de ciudadanos. A medida que disminuya la demanda de petróleo, se enfrentarán a una feroz lucha por la participación de mercado que ganarán los países con el crudo más barato y limpio. Incluso mientras lidia con la creciente urgencia de la reforma económica y política, los recursos públicos para pagarla pueden disminuir. Este año, los ingresos del gobierno de Arabia Saudita cayeron un 49% en el segundo trimestre. Nos esperan unas peligrosas décadas.

Frente a estos peligros, la tentación será facilitar el ajuste, tomando la transición más lentamente. Sin embargo, eso traería un conjunto diferente, incluso más desestabilizador, de consecuencias relacionadas con el clima.

En cambio, las inversiones que se contemplan son drásticamente inferiores a lo que se necesita para mantener las temperaturas dentro de los 2°C de los niveles preindustriales, por no hablar de los 1,5°C necesarios para limitar las condiciones ambientales, económicas y políticas. confusión del cambio climático.

Por ejemplo, la inversión anual en capacidad eólica y solar debe ser de aproximadamente US\$750 mil millones, el triple de los niveles recientes. Y si el cambio hacia la energía renovable libre de combustibles fósiles se acelera, como debe ser, provocará aún más turbulencias geopolíticas.

El paso a un nuevo orden energético es vital, pero será complicado. ○

Artículo tomado de la revista *The Economist*.





¿QUÉ PASÓ CON EXXONMOBIL?

La que fue la "empresa más grande" de Estados Unidos hace unos años, hoy ha perdido más del 60% de su valor. Durante casi un siglo cotizó en el Dow Jones Industrial Average, el índice más selectivo de todos los mercados, donde solo participan las 30 compañías industriales más importantes y representativas de la primera economía del mundo. Hoy, ya no hace parte de ese exclusivo club.

BBC MUNDO

Hace tan solo 7 años, la petrolera estadounidense Exxon-Mobil era la reina del mercado, la compañía más grande de Estados Unidos. Su capitalización era superior a la de Apple, pese a su enorme éxito ya, o incluso a la de compañías tan asentadas y presentes en la vida de los estadounidenses como Walmart o Microsoft.

La historia de ExxonMobil es la de un verdadero mastodonte empresarial, que comenzó cuando John D. Rockefeller y sus socios formaron la Standard Oil Company en 1870. Durante años registró beneficios récord, empleaba casi a 100.000 personas y extraía petróleo en docenas de países.

Su época dorada duró décadas y como tal, cotizó durante casi un siglo en el índice más top de todos los mercados: el Dow Jones Industrial Average. El más selectivo. Solo participan en él las 30 compañías industriales más importantes y representativas de la primera economía del mundo. Pero en 2013 las cosas empezaron a cambiar y hoy ExxonMobil encarna como nadie el auge y caída de la industria del petróleo en los últimos años. Sus acciones han retrocedido desde los US\$103 de julio de 2014 a tan solo US\$34 este mismo mes de 2020.

La multinacional ha perdido aproximadamente un 67% de su valor en bolsa. Una sangría para sus inversores. Ni siquiera en la Gran Crisis Financiera de 2008 su cotización llegó tan abajo. Tanto es así que a principios de septiembre fue expulsada del Dow Jones, un evento que dice mucho sobre el ocaso que vive esta empresa.

Exxon había pertenecido a este exclusivo club durante casi un siglo. Y recientemente, por primera vez en más de tres décadas, la petrolera registró pérdidas trimestrales. Hay que remontarse a 1988 para encontrar números rojos en el beneficio de la compañía.

LA CAÍDA DEL PRECIO

Los analistas citan varios factores, no solo el más obvio como puede ser la caída del precio del petróleo, para justificar este descalabro.

Es cierto, dicen, que la tecnología del "shale gas" procedente del "fracking" ha permitido inundar el mercado con petróleo barato durante años. Pero, recientemente, la sobredemanda ha vivido un nuevo capítulo con la guerra de precios entre Rusia y Arabia Saudita, dos de los principales productores del mundo, justo cuando parecía que la cotización volvía a recuperarse. Entre 2018 y 2019, el barril de petróleo volvió al entorno de los US\$65-US\$70. Y entonces llegó la pandemia del Covid-19 provocando un colapso histórico en los precios.

Solo el crudo que consumen las aerolíneas supone el 10% de la demanda mundial. Diversas estimaciones afirman que el consumo global está al 80% de los niveles normales.

"A corto plazo, estas compañías se han enfrentado a un doble golpe provocado por la menor demanda y por la caída de los precios. Además, las condiciones del

mercado han reducido los márgenes de beneficio de la refinación, la petroquímica y los combustibles", afirma Marlen Shokhitbayev, analista de Scope Ratings.

"La demanda tardará años en recuperarse por completo", afirma Mona Mahajan, estratega de inversión de renta variable americana de la firma Allianz Global Investors.

Pero además de la demanda y el Covid-19, a largo plazo el cambio climático está jugando un papel muy importante en la industria a la que pertenece Exxon.

El sector de la energía lleva años buscando estrategias para dar más peso en el negocio a las energías renovables, de forma que puedan recortarse el volumen de emisiones de dióxido de carbono producido por la quema de combustibles fósiles.

Y si durante años la energía solar y eólica acaparaban la discusión, en la última década ha empezado a hablarse de otras tecnologías en auge como el uso de hidrógeno, la captura de carbono o los biocombustibles.

EUROPA VS ESTADOS UNIDOS

"Estamos en medio de una transición energética que supone pasar de combustibles fósiles a energías renovables", explicó a BBC Mundo Mark Lacey, el responsable de materias primas de Schroders.

"La cuestión es que en Europa las compañías como Royal Dutch Shell, BP, Total, Eni y Repsol han invertido parte de sus recursos en expandirse hacia una producción de energía que relegue a segundo plano esos combustibles fósiles", dice. Sin embargo, las dos grandes petroleras de Estados Unidos, ExxonMobil y Chevron, han continuado el mismo camino que hace unos años. "Han sido extremadamente lentas en dar pasos hacia esta transición energética y han continuado con el negocio tradicional de extracción de petróleo y gas. Están muy retrasadas con respecto a sus homologas europeas", dice el analista.

Esto se debe probablemente a que la presión en Europa para cambiar el modelo de negocio y desarrollar las energías renovables ha sido mayor que en Estados

“

A corto plazo, estas compañías se han enfrentado a un doble golpe provocado por la menor demanda y por la caída de los precios”

Unidos. "Y esto es lo que ha llevado a los inversores a cambiar su visión a futuro sobre la compañía y a deshacerse de sus posiciones en la cotización", añade Lacey.

El mercado está premiando a las compañías petroleras que están gestionando de forma más eficaz la transición. Y en ese grupo no está ExxonMobile.

LA ERA DIGITAL

Pero si miramos atrás, no solo el futuro nos trae una pista de lo que le pasa a Exxon. El pasado también arroja luz sobre su pérdida de protagonismo en la economía estadounidense.

La década de 2010 trajo cambios en las industrias. Los avances, las mejoras y la adaptación a los cambios provocaron que algunas compañías desaparecieran y otras hayan despegado definitivamente.

Sin ir muy lejos, la compañía canadiense BlackBerry es un ejemplo de esto. Durante años el fabricante de celulares fue pionero en diseño y ventas. Pero, la llegada de las pantallas táctiles y del iPhone al mercado fueron robándole protagonismo. BlackBerry no supo adaptarse a las nuevas necesidades de sus clientes y sus acciones cayeron un 80% en 2011. Tanto es así que en 2016 dejó de fabricar los teléfonos inteligentes.

A Exxon la ha sustituido en el Dow Jones la empresa Salesforce, una compañía de software en la nube, lo que revela el cambio de ciclo que vive Estados Unidos. Las petroleras han ido perdiendo peso en la economía para dejar paso a otros negocios más innovadores.

"La eliminación de Exxon del Dow Jones es un momento histórico para el sector petrolero y un reflejo de la preferencia de los inversores hacia las nuevas tecnologías renovables", afirma Tal Lomnitzer, del equipo de Global Natural Resources de Janus Henderson.

Exxon parece ser una compañía que se ha adaptado poco a los cambios en un sector que necesita transformar su modelo de negocio. ○

Artículo tomado del portal BBC Mundo.





TRABAJAMOS PARA APOYAR SUS INICIATIVAS

¡NO SE DEJE ENGANAR!

Fendibogotá - Fendipetróleo Bogotá,
Cundinamarca y Llanos Orientales
ahora es La Federación de Estaciones
de Combustibles y Energéticos de
Colombia **FECEC**

FECEC SOLO HAY UNO!

FECEC ya no hace parte de Fendipetróleo
Nacional. **FECEC** es el gremio que por
años hemos construido entre todos y que
hoy estamos fortaleciendo aún más para
ofrecerles más y mejores servicios.

¡DEFENDAMOS NUESTRO GREMIO! ¡AHORA SOMOS FECEC!

FECEC es el gremio que desde hace más de 20 años viene trabajando de la mano de los distribuidores minoristas de la región, apoyando sus iniciativas y aportando todo su conocimiento para hacer más rentables sus negocios.

Si tiene dudas o inquietudes, comuníquese inmediatamente al celular: 315-8391655

 Agremiación Fecec

 @_fecec

 @agremiacionfecec



LOS GREMIOS DE LOS EMPRESARIOS DE LOS COMBUSTIBLES EN COLOMBIA



1. FECEC · BOGOTÁ D.C.

Carrera 16A N° 78-75 Oficina 601
Teléfono: (1) 7649500 / 3588747
Email: fendipetroleobta@gmail.com
www.fendibogota.com

Presidente
Juan Ricardo Fernández Russi
juanricardofernandezrussi@gmail.com

Vicepresidente
Miguel Omar Ramos Bustos
gasolinelta@gmail.com

Director Ejecutivo
Alejandro Ribero Rueda
directorfendibogota@gmail.com

Directora Ambiental
Mayerlin Olivera Camero
ambiental.fendib@gmail.com

Coordinadora Oficina Meta, Guaviare y Arauca
Yineth Alexandra González
asesor.metafendibogota@gmail.com

Secretaría
Aurora Soler Agudelo
secretariafendibogota@gmail.com

Auxiliar Administrativa Contable
Nidia Jeaneth Peña Herrera
fendipetroleobta@gmail.com

Auxiliar Oficina
Ligia Cifuentes González



2. FEDISPETROL · BOGOTÁ D.C.

Calle 55A N° 19-63
Teléfono: (1) 3466791
Email: fedispetrol@hotmail.com
www.fedispetrol.com

Presidente
Álvaro Ramón Younes Arboleda
alrayo1611@hotmail.com

Directora Operativa
Luz Myriam Hernández
fedispetrol.de@gmail.com



3. SOLDICOM · BOGOTÁ D.C.

El comité editorial de la revista **ESTACIONES DE SERVICIO PREMIUM** informa a sus respetados lectores que a partir de la fecha se eliminará la referencia de contacto de Fendipetróleo Nacional como administrador del **FONDO DE PROTECCIÓN SOLIDARIA SOLDICOM**, atendiendo a una solicitud expresa en dicho sentido elevada por el señor Jairo Gómez Fontalvo, en su condición de presidente de la Junta Directiva de dicho gremio.

Cra. 18 N° 78-40 Oficina 402
Teléfono: (1) 6218275
Email: informacion@fondosoldicom.org
www.fondosoldicom.org



4. ESOCOL COLOMBIA · TUNJA.

Carrera 1F N° 40-145 Oficina 320
Edificio Enterprise Tower
Teléfono: (8) 742 0529 / 317-5009083 / 317-5003919
Email: asociacionessedorientecolombiano@gmail.com

Presidente
Hector Yesid Martínez Ávila
gerencia@cootransvalle.com.co

Directora Ejecutiva
Ingrid Alexandra Cárdenas



5. ASESNORT · CÚCUTA.

Centro Comercial Bolívar
Local H5-2
Teléfono: (7) 5762788
Email: asoestacionesdeservicios@gmail.com

Presidente
Próspero Ribera León

Directora Ejecutiva
María Eugenia Martínez
mariaeu03@yahoo.es



6. AES COLOMBIA · MEDELLÍN.

Calle 34 N° 65-139
Barrio Conquistadores
Teléfono: (4) 3202350
Email: aes@aescolombia.com.co
www.aescolombia.com.co

Presidente Ejecutivo
Juan Fernando Prieto Vanegas
presidenteejecutivo@aescolombia.com.co

Directora Administrativa - Contable
María Isabel Restrepo Restrepo
administrativa@aescolombia.com.co



Estos son los gremios que representan los intereses de los distribuidores minoristas de combustibles en las diferentes regiones del país y defienden el patrimonio e independencia de miles de familias dedicadas a esta actividad, fundamental para el desarrollo y prosperidad de la Nación.



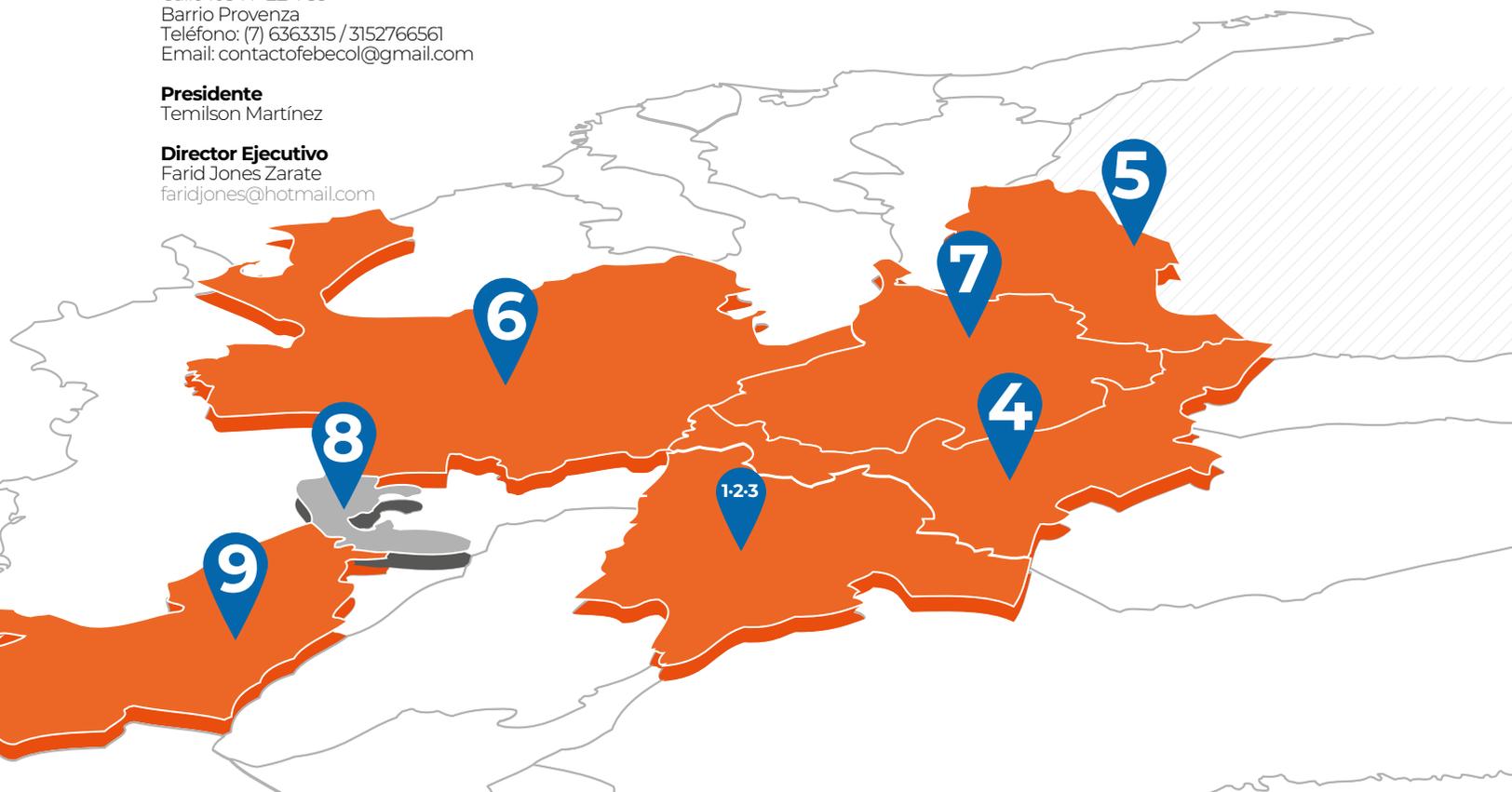
7. FEBECOL · BUCARAMANGA.



Calle 109 N° 22A-85
Barrio Provenza
Teléfono: (7) 6363315 / 3152766561
Email: contactofebecol@gmail.com

Presidente
Temilson Martínez

Director Ejecutivo
Farid Jones Zarate
faridjones@hotmail.com



8. IMZACOM · PEREIRA.



Carrera 7 N° 43-224
Oficina 402
Edificio Codegar
Teléfono: (6) 3293984 / 3293985

Presidente Ejecutivo
José Alberto Arias Tabares
imzacom.dca@gmail.com



9. SODICOM · CALI.



Calle 4ª N° 35-62
Barrio San Fernando
Teléfono: (2) 5584890 / 5584891
Email: sodicom@sodicom.com.co
www.sodicom.com.co

Presidente
Óscar Rojas Rojas
oscarrojas@oplttda.com.co

Directora Ejecutiva
Sandra Cecilia Awakon Ramos
direccionejecutiva@sodicom.com.co



10. ADICONAR · PASTO.



Carrera 33 N° 20-62
Urbanización La Riviera
Teléfono: (2) 7225073 / 318-5896142
Email: adiconarfendipetroleo@yahoo.es

Presidente
Luis Fernando Gámez Guerrero
dr.luisfer@gmail.com

Director Ejecutivo
César Riascos Bastidas
gerenciatotal@hotmail.com

‘YO SOY FECEC’

Alrededor de **FECEC**, nuestra nueva marca, podemos construir una verdadera comunidad de empresarios, unidos y convencidos, y marcar el derrotero a los demás distribuidores de combustibles y gremios del país.



Por: **Juan Ricardo Fernández Russi**
 Presidente Junta Directiva FECEC

El 2020 ya se termina y nos deja grandes lecciones para el aprendizaje. No solamente por una pandemia que afectó nuestros negocios y nuestras vidas, sino también porque este fue el año en que dimos el paso definitivo para consolidar un gremio distinto, que de verdad tenga en cuenta las necesidades de los distribuidores de combustibles del centro del país.

Por más de 20 años estuvimos patrocinando y promoviendo la unión gremial a través de Fendipetróleo Nacional, lamentablemente en los últimos años su esencia y propósito se desviaron matricialmente, lo que terminó definiendo el retiro de nuestra afiliación por una decisión de la asamblea de afiliados en 2018, ratificada en 2019.

De esta forma, y atendiendo el mandato de nuestros asambleístas, hoy seguimos trabajando por los intereses de nuestros más de 200 afiliados con participación, eficiencia y transparencia con un nombre diferente: Federación de Estaciones de Combustibles y Energéticos de Colombia, FECEC, pero que encarna una tradición de más de 20 años al servicio de los minoristas que prestamos este servicio público de la distribución de combustibles en el centro del país.

Entiendo que es difícil adoptar un nuevo nombre después de tantos años de llamarnos Fendipetróleo Bogotá, Cundinamarca y Llanos Orientales. Es algo así como cambiar el chip a una edad adulta. Pero este cambio va mucho más allá del nombre. Se trata de una oportunidad histórica, un momento de la vida, para replantear lo que venimos haciendo por años de la misma manera.

Y para hacerlo diferente, necesitamos pensar diferente. Esa es la invitación que quiero hacerles a todos ustedes, apreciados lectores de esta revista. Si somos realmente empresarios de los combustibles, ya sea por tradición familiar o por simple inversión, tenemos el deber y la obligación de hacer crecer nuestros negocios. Y la única forma de hacerlo es teniendo una visión empresarial de largo plazo.

Por eso este cambio llega en el momento indicado. El mercado de estaciones de servicio se sigue acomodando a cada instante, la integración vertical y horizontal es hoy una realidad y nosotros no podemos seguir siendo simples espectadores de lo que ocurre en nuestro entorno.

Alrededor de FECEC, nuestra nueva marca, podemos construir una verdadera comunidad de empresarios, unidos y convencidos, y marcar el derrotero a los demás distribuidores de combustibles y gremios del país. Debemos y tenemos que evolucionar, pensar diferente, ajustar nuestros negocios y nuestros presupuestos para ser más eficientes y más rentables.

Solo así habrá valido la pena dar este paso importante de la separación de Fendipetróleo y la consolidación de FECEC como nuestro gremio. Ahora, alrededor de la Confederación de Distribuidores Minoristas de Combustibles y Energéticos (COMCE), que reúne otros importantes gremios del país como AES Colombia, Sodicom, Febecol, Esocol y Asesnort, lograremos esa representación y unión gremial que siempre hemos anhelado.

Es cierto que tenemos que mejorar mucho, y estamos en esa tarea, pero sin el apoyo de todos será imposible empoderarnos y asumir ese liderazgo que hoy la vida nos permite construir. Amigo distribuidor: No tema decir con orgullo: ‘Yo soy FECEC.’



El mercado de estaciones de servicio se sigue acomodando a cada instante, la integración horizontal es hoy una realidad y nosotros no podemos seguir siendo simples espectadores de lo que ocurre en nuestro entorno.

ESTACIONES DE SERVICIO LA REVISTA DE LOS EMPRESARIOS DE COMBUSTIBLES Y ENERGÉTICOS DE COLOMBIA

PREMIUM

Nº

ESPERE LA EDICIÓN

EN MARZO DE 2021



RESERVE SU ESPACIO
PARA PAUTA PUBLICITARIA



FECEC Federación de Estaciones de Combustibles y Energéticos de Colombia

Publicidad y Ventas
Ivonne Angarita Torres
ivonneangarita@gmail.com

📍 Cra. 16A N° 78-75 Oficina 601
Bogotá D.C. COLOMBIA

☎ (57) (1) 316 3904051



**COM
CE** Confederación
de Distribuidores
Minoristas de
Combustibles
y Energéticos

¡Piensa diferente
para hacer las cosas **diferente!**



FECEC

Federación de Estaciones de Combustibles
y Energéticos de Colombia

Hace parte
de **COMCE**

COMCE agrupa hoy a seis agremiaciones a nivel nacional:



¡Defendamos nuestro nuevo gremio! ¡ahora somos **COMCE!**

Teléfonos
2568760 - 3148302437 BOGOTÁ D.C.
comce@comcecolombia.com
www.comcecolombia.com



ComceColombia



@ComceColombia