

OIL & GAS

**Entrevista a Guillermo Diez Barroso**

G500, aliado de los consumidores



#EstacionesDeServicio

# G500, aliado de los consumidores

**La estrategia de la marca es brindar una oferta completa mediante periféricos G5, para que los usuarios encuentren todo lo que buscan en el mismo lugar**

**POR ISRAEL GAMA**

israel.gama@capitalmedia.mx

A raíz de la reforma energética de 2013, que permitió a los particulares entrar al sector de la comercialización de combustibles, nació G500, la marca mexicana de estaciones de servicio que se caracteriza por jugar limpio, atendiendo a millones de consumidores a través de sus estaciones de servicio que se encuentran distribuidas en 21 Estados de la República mexicana con productos y servicios Top.

Todas sus gasolinas contienen aditivos GBoost, y tienen certificación Top Tier, que es una asociación conformado por las principales armadoras de automóviles, las cuales evalúan la calidad de los combustibles para que los vehículos funcionen de manera correcta.

“Nuestros servicios de excelencia, han permitido a G500 ser reconocidos como

aliado del consumidor en repetidas ocasiones, lo que nos llena de orgullo porque eso quiere decir que el cliente nos reconoce por nuestra calidad, confianza y seguridad, pero al mismo tiempo reafirma nuestro compromiso con el mercado y con el propio consumidor. Ante estos retos, seguimos trabajando para que los clientes se sientan contentos y nos visiten con frecuencia por todos estos elementos con los que buscamos mejorar la oferta de valor”, Guillermo Diez Barroso, Director General de G500 Network durante una entrevista con Martha Reyes para el noticiero de Indigo Energía.

La estrategia que implementa G500 en sus estaciones de servicio es brindar una oferta completa mediante una línea de periféricos G5, para que los usuarios encuentren todo lo que buscan en el mismo lugar. Asimismo, se han enfocado a transmitir valores, para lo cual se han acercado diversas instituciones estatales y naciona-

les. En este sentido, G500 se ha acercado al deporte con diversos patrocinios, como el que tiene con la Selección Mexicana de Fútbol o la Liga Mexicana de Beisbol a nivel nacional, y otros locales como los Leones



de Yucatán, los Saraperos de Saltillo y los Guerreros de Oaxaca, que en conjunto con otras iniciativas, ofrecen experiencias únicas a los clientes en cada una de las zonas donde tienen presencia.

### Despachadores, embajadores de G500

La cara de G500 en cada una de sus estaciones de servicio son los despachadores que atienden a los clientes, por ello, mediante un proceso denominado "Excelencia Operativa", la compañía capacita constantemente a cada uno de ellos, no solo para conocer a la perfección los elementos de la marca, sino para que también los puedan transmitir.

"Para esta formación de nuestros despachadores hicimos una alianza con el CONALEP, con la intención de que los estudios tengan una validez curricular, lo cual permite que desarrollen mucho mejor su trabajo, así como tener un crecimiento profesional y personal", destacó Diez Barroso.

### Transformación digital

En la industria de los combustibles, uno de los aspectos fundamentales es la digitalización del sector, tema en el que G500 ha apostado desde su fundación, lo que le permitió operar de manera correcta durante la pandemia de Covid-19, periodo en el que la mayoría de las compañías aceleraron sus procesos de digitalización para poder operar, tanto de manera presencial como remota.

"En G500 seguimos trabajando en distintos diferenciadores, y hoy en día estamos muy contentos porque lanzamos un pilar de nuestra transformación digital, que es Mi App G500, una aplicación para estar más cerca de nuestros consumidores a través de la herramienta que es un teléfono digital, para ofrecerles mayores beneficios", dijo el directivo.

Mi App G500 consiste en cuatro módulos: geolocalización, para localizar todas las estaciones de servicio y te redirija a la más cercana en relación a tu ubicación; facturación, para que a través del dispositivo móvil puedas obtener una factura electrónica y a puedas tener almacenada; una canal de comunicación directa con los clientes mediante un chat donde se comparten experiencias y nos brinden sugerencias; y finalmente, "Escudería G500", un programa de fidelización para todos los clientes, completamente digital que permite premiar a todos los clientes en cada una de sus recargas de combustible. Dicha aplicación ya se puede descargar gratuitamente en dispositivos IOS o Android.



FOTO: ARANZA BUSTAMANTE

Para ver la entrevista completa escanea el código QR

