

Terremoto en Rusia y alerta de tsunami genera “réplica” en evento de la firma saudí Aramco en Chile

En medio de la celebración por el lanzamiento de su nueva aplicación móvil, ejecutivos de la empresa estuvieron atentos a las consecuencias del sismo en algunas de sus operaciones mar afuera.

N. BIRCHMEIER

La multinacional de origen saudí, Aramco, dio paso a una nueva etapa en el país. La firma, que compró 300 gasolineras y tiendas de conveniencia a Southern Cross —que antes operaban bajo la marca Petrobras en Chile—, presentó su nueva jugada para salir a competir en el mercado de estaciones de servicio contra Copec (Angelini) y Shell (Luksic).

El lugar elegido para el anuncio fue el centro de eventos Entremuros (Huechuraba). En un ambiente distendido, se reunieron ejecutivos y colaboradores de la firma saudí en Chile.

El plato principal fue el lanzamiento de su aplicación móvil “Aramco Estaciones”, para afianzar su alianza con Latam y Walmart, que les permite a los clientes acumular puntos de fidelización. No hubo contratiempos durante el desarrollo del evento, aunque sí un tenso momento entre varios de sus asistentes por una noticia lejana.

En las conversaciones entre los invitados comenzó a circular la noticia del terremoto ocurrido en Rusia, cuya magnitud fue de 8,8, con epicentro a 134 kilómetros al sureste de Petropavlovsk de Kamchatka.

Si bien más de 15.000 kilómetros separan a Santiago de la locación rusa, ejecutivos de Aramco comenzaron a comunicarse entre sí por la alerta de tsunami que se generó tras el terremoto.

Un grupo conformado por algunos gerentes se reunió para ponerse al tanto de la



Carolina de Moras y Carlos Larraín (CEO de Esmax) fueron los presentadores y anfitriones del evento.

situación y monitorear los posibles efectos en ciertas operaciones (*off shore*) de Aramco en el océano Pacífico. De todos modos, conocedores del tema manifestaron que no se generaron mayores inconvenientes en materia de abastecimiento para la empresa.

“Seguiremos invirtiendo”

Tras el primer año de Aramco operando en el país, Carlos Larraín, CEO de Esmax, señaló que un 80% de sus estaciones ya funcionan bajo la marca, y que un 75% de sus locales de conveniencia tienen el nombre Aramco Stop. El ejecutivo señaló que a fines de este año pre-

vén completar el cambio de marca en todas sus estaciones y tiendas.

En tanto, Ziyad Aljuraifani, presidente de Esmax, señaló que el lanzamiento de su plataforma digital es parte de las nuevas inversiones que realizarán en el país. “Seguiremos invirtiendo en Chile (...). Hay muchas cosas que queremos hacer aquí. Es un gran mercado”, dijo.

Aljuraifani también destacó que Aramco será uno de los auspiciadores del próximo Mundial de Fútbol Sub-20, que se celebrará en Chile, y del torneo de adultos 2026, que se producirá en Estados Unidos, México y Canadá. “No estoy seguro de si Chile estará ahí”, bromeó el directivo.