abastible

Abril 2019

CULTURA NARANJA: VALORES MUY NUESTROS

Innovación
2 AÑOS i-NOW

Abastible en la Región
NUESTRA OPERACIÓN EN PERÚ

Abastible por dentro
GAS COMO MOTOR DE LA INDUSTRIA MARÍTIMA

Equipo

Seguridad

Pasión
clientes y servicio

Hacer las
cosas bien

NUESTRA RUTA ABASTIBLE

DESDE ARICA A COYHAIQUE

abastible

JOAQUÍN CRUZ
Gerente General

VALORES MUY NUESTROS

Este primer trimestre nos hemos enfocado en construir una base sólida para afrontar nuestra época más intensa de operación y servicio: la temporada de invierno, realizando acciones que potencian el ADN de la compañía. Es así como el lanzamiento de la campaña Cultura Naranja, marcó el primer hito comunicacional del año, potenciando la transmisión de nuestros "Valores Compañía": Seguridad; Pasión, Clientes y Servicio; Equipo; y Hacer las Cosas Bien como pilares de los objetivos estratégicos que nos hemos propuesto cumplir.

La agenda ha estado marcada también por temas tan diversos como importantes, y que forman parte de esta edición. La inclusión femenina se ha convertido en un tema central para Abastible. Con la idea de dar visibilidad a los desafíos que tenemos como país y como empresa en estas materias, organizamos el conversatorio "Liderazgo Femenino", donde pudimos conocer más a fondo a nuestras profesionales líderes, compartiendo sus experiencias y la forma como ellas han sabido compatibilizar su vida laboral, familiar y personal.

En ese contexto, explicitamos cómo nuestra compañía está abordando dichos retos y algunos de los planes que tenemos para dar un paso más allá en inclusión y diversidad, en pos de construir una organización donde la equidad de género sea una de las bases de su crecimiento.

Desde otro frente, contarles que ya se cumplen dos años de trabajo cumplidos en Perú y Ecuador, a través de Solgas y Duragas, respectivamente. En esta edición, abordaremos los años de operación en Perú, donde Solgas es la compañía más importante de GLP en ese país. Ha sido un período de desafíos, de construir equipos, y de pensar la forma de consolidar el crecimiento. Por otra parte, aquí en Chile, cabe destacar que nuestro exitoso programa I-NOW cumple dos años, siendo parte de uno de los principales objetivos de nuestra compañía, dando valor y potenciando una cultura de innovación.

Los invito a vivir la Cultura Naranja como propia, porque representa lo necesario para contribuir al éxito de Abastible. De esta forma, podremos enfrentar el futuro siendo consistentes entre lo que somos como compañía y todas las acciones que llevamos a cabo.

Editora General: Francisca Veth R.
Coordinadora General: Pilar Sierra M.
Agencia Cienpiés.

PEFC Certificado
Este producto proviene de bosques manejados de manera sustentable y fuentes controladas.
www.pefc.org
PEFC
PEFC/24-31-300

ÍNDICE

pág. 04/05
En todo Chile

pág. 12/15
Reportaje Central

pág. 16/17
Abastible por dentro
Nautigas

pág. 24/25
Tips

pág. 26
Te presento a mi familia

pág. 28/33
Vida Social

pág.6 INNOVACIÓN: 2 AÑOS i-NOW

pág.12 CULTURA NARANJA

pág.8 ENTREVISTA A PATRICIA VERA

pág.18 PRIMER CONVERSATORIO

pág.10 LANZAMIENTO SITIO WEB

pág.22 ABASTIBLE EN PERÚ

Abastible participa en la fiesta costumbrista de Pitrufquén

Una entretenida jornada se vivió durante la decimosexta edición de la tradicional Gran Truchada, la fiesta costumbrista de Pitrufquén. El evento, organizado por el Club de Pesca River Toltén y patrocinado por la Municipalidad, reunió a exponentes de la pesca deportiva, la gastronomía local y diversas expresiones culturales de la comuna.

La participación de Abastible incluyó apoyo a los equipos de pesca y en su stand compartió "La energía de vivir" con los asistentes. Fue así como la ocasión creó una instancia en armonía con el cuidado del entorno y la protección de las especies.

Cristián Barrera, jefe de Envasado de la IX Región, explicó que la importancia de este evento fue "apoyar a las comunidades donde estamos presentes, acompañándolas en sus tradiciones, como es el caso de la celebración de esta gran fiesta de Pitrufquén".

Wheel the World realiza Trekking inclusivo con Abastible

En el marco del programa de Inclusión y Diversidad, la Subgerencia de Calidad de Vida lideró el segundo trekking inclusivo de la compañía, en conjunto con un grupo de colaboradores de Abastible y la Fundación Wheel the World, fomentando así la inclusión, el trabajo en equipo, la pasión y la vida sana entre los trabajadores de la empresa.

Según Claudia Marchant, consultora de Clima Organizacional, la actividad permitió "la valoración del trabajo en equipo y promovió la inclusión, así como la relación entre áreas, al demostrar que no existen barreras", convirtiéndose en una ocasión valiosa para todos los presentes.

La Fundación Wheel the World, que impulsa la generación de experiencias de deporte y turismo inclusivo, participó durante toda la jornada, entregando orientación y apoyo para una iniciativa exitosa.

Planta Lenga: "A trabajar con los papás"

El programa "A trabajar con los papás" ha sido todo un éxito. Con actividades a lo largo de todo Chile, las niñas y niños se han visto encantados por poder participar durante un día del trabajo de sus padres y jugar a ser "miembros" de Abastible, generando así una instancia especial para los colaboradores y sus familias.

Durante estas jornadas, las instalaciones de la compañía, tanto en oficinas como en plantas, se contagian con la alegría de los más pequeños que disfrutan de lúdicas actividades, recorridos por puntos clave del negocio y las destrezas de las brigadas de emergencias.

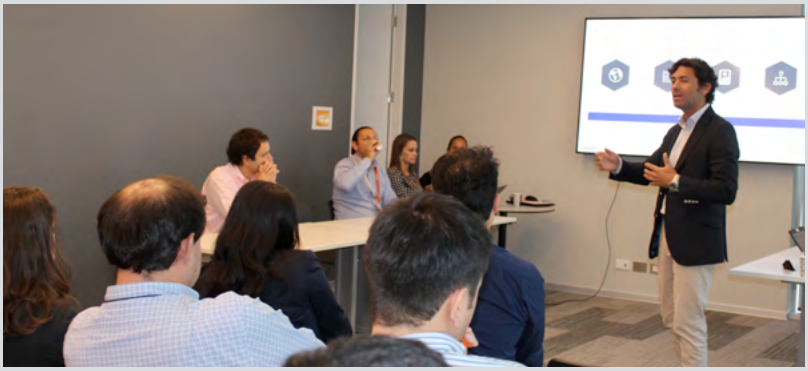
“Reto de Seguridad” en Planta Maipú

Con gran éxito se desarrolló el concurso “Reto de Seguridad”, liderado por la Gerencia de Operaciones y la Gerencia de Riesgos Operacionales, para el equipo de fletes de Planta Maipú, grupo fundamental en la cadena de producción de la compañía.

El objetivo de esta actividad fue incentivar los procedimientos claves de seguridad, tanto en manejo de cilindros, desplazamiento y uso de EPP, parámetros que fueron evaluados para determinar a los ganadores.

Tras las pruebas, el equipo triunfador fue el Camión EN4337 Flota Luis Recabal, integrado por el conductor Rodrigo Cancino, y los ayudantes Jacinto Cancino y Pascual Murillo.

Cada uno de ellos recibió una gift card por $50.000 como reconocimiento, en una ceremonia de premiación a la que asistieron parte de los equipos de Distribución, Riesgo Operacional y Comunicaciones, junto a los gerentes Luis Donoso y Sebastián Montero.



Proyecto MAS: Digitalizando a Abastible

El Proyecto MAS, conocido como “Make Abastible Smarter”, es el nuevo programa de la Subgerencia de Tecnologías de la Información cuyo objetivo es implementar una nueva forma de gestionar los datos de la compañía, que ayudará a administrar indicadores e información relevante para el negocio, donde el cliente estará en el centro de las decisiones.

Dirigido a gerentes, subgerentes, jefes de áreas, analistas y vendedores de Abastible, MAS “consiste en acercar los datos, información y capacidad de análisis a las distintas áreas de la organización, de manera que puedan tomar decisiones basadas en datos de manera ágil y mejorar la gestión y rendimiento del negocio”, explica José Miguel Castro, subgerente de Tecnologías de la Información.

El proyecto nació de la necesidad de acelerar la digitalización de la compañía, desde lo que se venía haciendo, y mejorar la capacidad de servicio de Abastible. Esto significa una gestión oportuna, autoservicio y usuarios empoderados para tomar mejores decisiones respecto al negocio. “Con esta nueva herramienta, buscamos la autogestión y la democratización de la información, soportando muchos más usuarios para que cada uno de ellos pueda desarrollar sus propios reportes de manera fácil y ágil”, concluye Castro.

Primer Encuentro Nacional de la Gerencia de Operaciones

Una productiva jornada se llevó a cabo en el Primer Encuentro Nacional de la Gerencia de Operaciones, unidad creada en octubre de 2018 a partir de la fusión de las áreas de Abastecimiento, Producción, Distribución y la creación del área de Optimización Operacional, que nace junto con la nueva Gerencia, ante “la necesidad de alinear la estrategia de la gerencia y avanzar en la creación de una identidad común”, explica Sebastián Montero, gerente de Operaciones.

Y es que la nueva Gerencia está alineando su estructura y procesos con la estrategia de mediano y largo plazo de Abastible, buscando alcanzar la excelencia operacional a partir de los pilares de servicio y eficiencia en toda la cadena de la operación.

El encuentro convocó por primera vez a los cerca de 60 representantes de todas las subgerencias y áreas que conforman la Gerencia, buscando aprovechar las sinergias propias de los procesos y fortalecer el desarrollo de las personas del equipo.

2 AÑOS i-NOW: EL LLAMADO DE LA INNOVACIÓN

Por estos días, i-NOW está cumpliendo dos años de vida y, según Diego García, jefe de Desarrollo e Innovación, en este tiempo se han cumplido las expectativas que tenían cuando empezó el programa. Por una parte, generar una cultura de innovación, enseñar distintas metodologías para abordar proyectos/problemas, potenciar una red de embajadores, y lograr que las personas participen de talleres, charlas y desafíos masivos.

Por otro lado, "el segundo foco era poder crear y operar una incubadora de ideas con visión en la innovación", meta que se da por cumplida con éxito, "ya que hoy tenemos proyectos digitales, nuevos modelos de negocio, mejoras operacionales y de procesos", explica.

Y es que i-NOW no es un simple buzón de ideas, sino un programa que busca incorporar la innovación en el ADN de la compañía. De hecho, en estos dos años ha desarrollado una serie de acciones clave, llegando a todas las oficinas y plantas de la compañía y logrando una importante participación en los desafíos masivos que organiza.

Justamente, los tres desafíos masivos realizados hasta ahora han contado con más de 900 participantes y 719 ideas, destacando entre ellas a 16 proyectos que ya se han implementado y que apuntan a solucionar distintas problemáticas de la compañía y de nuestros clientes. Entre ellas, por ejemplo, se encuentran iniciativas para potenciar la camaradería y trabajo en equipo, como también nuevos servicios y productos para nuestros clientes, como el servicio de telemetría, Medidor Abastible, biometría dactilar para la entrega de descuentos, tracking de pedido granel, entre otros.

Además, el programa ha logrado crear una red de aproximadamente 50 embajadores voluntarios a nivel nacional, cuya labor

Innovar junto a sus colaboradores es uno de los ejes centrales de la estrategia de negocios de Abastible y es un factor clave para seguir creciendo y construyendo una compañía líder en la región con la ayuda de todos sus miembros.

es clave para promover una cultura de innovación en todas las plantas y oficinas del país.

Otro avance importante de estos dos años de trabajo es que se ha logrado que, a lo largo del proceso de incubación los autores pueden conocer el avance de sus propuestas y si éstas van superando los filtros de selección. Para ello, los participantes deben tener en cuenta que sólo algunas de las ideas subidas a la plataforma podrán ser implementadas y las otras serían reevaluadas en el futuro. El objetivo es que las buenas ideas de los colaboradores se transformen en proyectos valiosos para la empresa.

Hacia el futuro, el jefe de Desarrollo e Innovación cuenta que entre los nuevos desafíos de i-NOW destacan dos. Por parte de la incubadora de i-NOW, se requiere "seguir generando proyectos con foco en mejora de procesos y la experiencia de nuestros clientes, como también en transformación digital".

Por el lado de la cultura, en tanto, el reto está en "seguir preparando y educando a nuestros colaboradores, entregándoles capacidades digitales para los cambios que se vienen".

Patricia Vera, jefe Zonal de Distribución Zona Centro Norte:

"MÁS ALLÁ DE COMPAÑEROS DE TRABAJO, TENGO BELLOS AMIGOS Y ESO ES IMPAGABLE"

Amante del "sur de Chile", nacida y criada en Puerto Montt junto a tres hermanos y unos "padres maravillosos", siendo ella la menor del clan, Patricia Vera llegó a Santiago a los 17 años para entrar a la Universidad y se quedó en la gran ciudad, donde formó una "linda familia" junto a su marido, su pequeño, su perrita Lola y su nana, quien cuida a la "dulzura de hijo que tenemos, Panchito".

Cuando llegó a la capital no tenía claro qué quería estudiar, sentía que era "muy niña para escoger qué haría para toda la vida". Pero se decidió y entró a Ingeniería Ambiental. Pese a que a los dos años se dio cuenta de que no era lo que quería, terminó la carrera y empezó a trabajar en Hilti. Fue ahí que comprendió que Ingeniería Industrial era lo que le permitiría "abordar distintas áreas del quehacer empresarial", así que comenzó a estudiar nuevamente.

Sin embargo, el 27F cambió el rumbo de su vida, como el de muchas otras personas. Dejó su antiguo trabajo y decidió empezar un nuevo camino. De esta manera, la contactaron de una consultora e ingresó a trabajar a Abastible como jefa de Post Venta de Autogas. Y luego llegó a trabajar en la Subgerencia de Distribución de esa compañía, lugar donde se sintió "feliz y realizada profesionalmente. Tras desempeñarse en distintas áreas de la compañía, el año pasado llegó a ser la jefe Zonal de Distribución Zona Centro Norte, cargo que ocupa hasta hoy.

De personalidad "inquieta, con ganas de aprender y de formar equipos que sean capaces de autogestionarse", Patricia cuenta que adora trabajar en Abastible porque se relaciona con un

grupo humano con el que puede compartir experiencias y acompañarse en cada uno de los desafíos laborales, tanto propios como colectivos. Incluso, tiene la suerte de decir que, "más allá de compañeros de trabajo, tengo bellos amigos y eso es impagable".

Patricia comenta que en la empresa ha podido desarrollarse tanto profesional como personalmente, está "orgullosa de pertenecer a esta gran familia naranja" y trabaja fuertemente en temas relacionados a la mejora continua en cada una de las operaciones, aspecto que considera fundamental para "tener equipos de trabajo de alto desempeño, lo que aporta gran valor a la compañía".

Entre sus desafíos más importantes, menciona uno que sucedió en el invierno de 2017. "Tuvimos una crisis en el Servicio de Granel y, mirando con perspectiva, puedo rescatar que en equipo pudimos revertir esta situación. La colaboración entre áreas fue máxima", recuerda, y destaca que una característica que define a Abastible es el trabajo conjunto

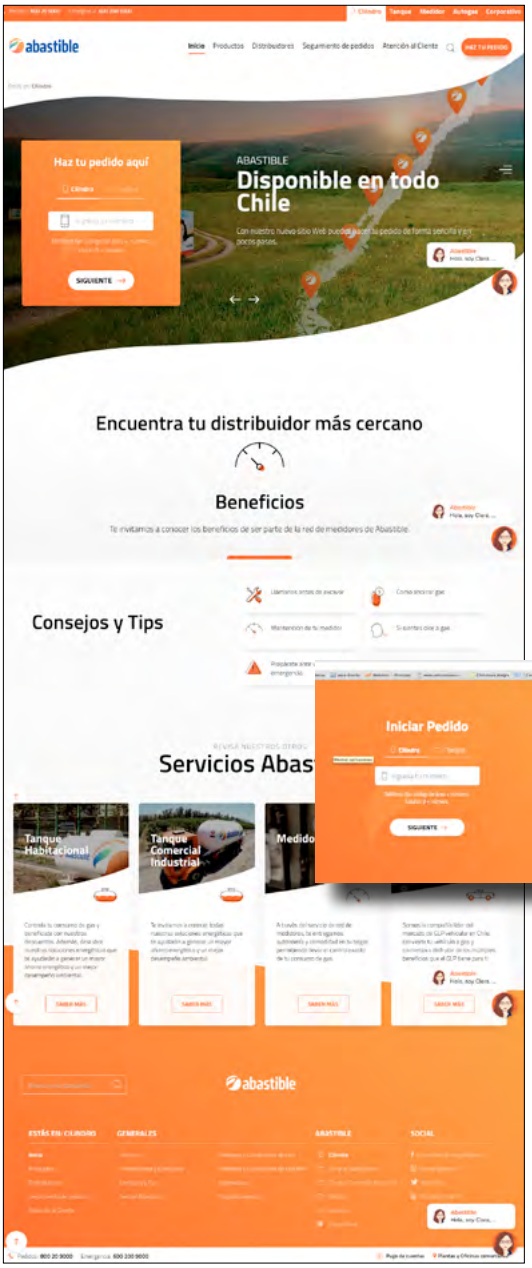
entre sus miembros ante cualquier adversidad.

Otro gran desafío fue cuando asumió el cargo de jefe Zonal, en el que pasó de un trabajo marcado por el análisis a una función predominantemente operativa, aparte de ocupar un cargo que históricamente había sido liderado por hombres. En este sentido, Patricia Vera valora que la compañía esté trabajando en eliminar las diferencias de género, "situación que se ha demostrado en los últimos años".

LANZAMIENTO
NUEVO SITIO WEB

visítanos en:

Abastible.cl



LA NUEVA CARA WEB DE ABASTIBLE

La nueva página web de Abastible se creó con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes actuales, "quienes buscan facilidad de uso y navegación", explica Macarena Vega, jefa de Marketing Digital. Por eso, la nueva imagen fresca y renovada de la marca facilita el proceso de toma de pedidos a través de un llamado explícito, como lo es "Haz tu pedido" y un paso a paso simple y claro.

Además, el nuevo sitio permite que el usuario reciba información relevante de su interés y navegue en base a sus necesidades, dada su nueva estructura. Por otra parte, al ser una web *responsive*, es posible verla desde cualquier dispositivo móvil, sin afectar su usabilidad, pudiendo así realizar el pedido donde quiera que uno esté. Incluso, para su creación se utilizaron nuevas tecnologías que "permiten entregarle una mayor velocidad al sitio", explica Macarena Vega.

Según la jefa de Marketing Digital de la compañía, "el objetivo principal del nuevo Abastible.cl es aumentar la cantidad de pedidos realizados por este canal, tanto de envasado como de granel". Asimismo, se busca incrementar la cantidad de visitas al sitio "con el fin de que las personas conozcan más sobre Abastible y los distintos productos y servicios que ofrecemos".

Una de las nuevas funciones que entrega el sitio es que el cliente podrá realizar el seguimiento de su pedido, a través del número de pedido que le es enviado por correo electrónico. También se incorporaron las soluciones energéticas, categorizadas por industria, con el fin que los clientes granel conozcan las diferentes alternativas que Abastible les puede ofrecer para ser eficientes en sus procesos productivos.

Aunque todavía no se tiene información cualitativa respecto a la apreciación que tienen los clientes en relación a la nueva web, Macarena detalla que durante el mes de su implementación, los pedidos aumentaron por Abastible.cl en un 78%, en relación a febrero 2018. Al mismo tiempo, no se han recibido mayores observaciones respecto a la nueva web a través de "atención al cliente" de la misma página y call center, por lo que la innovadora plataforma se asume como un éxito.

GAS LICUADO LLEGA A LOS COLEGIOS DE AYSÉN GRACIAS A UN ACUERDO CON ABASTIBLE

A fines del año pasado, el jefe de Ventas de Abastible en la XI Región, Carlos Rubilar, firmó un convenio de suministro de GLP con el Alcalde de la Ilustre Municipalidad de Aysén, Oscar Catalán, a través del que se comprometió que los recintos educacionales de la zona no gastarán más recursos en combustible al migrar a este tipo de energía.

El acuerdo, efectuado en el marco del compromiso que tiene Abastible con la sustentabilidad ambiental, beneficia a más de 2.500 alumnos, personal docente y administrativo de siete colegios, además del Polideportivo de Aysén. Esta medida permitirá dejar atrás la leña como medio de calefacción a gas, evitando así más contaminación atmosférica en la zona.

Rubilar destaca que "de los siete establecimientos educacionales comprometidos a fines del año pasado hay tres que ya comenzaron a funcionar con un nuevo sistema de calefacción". Se trata de la Escuela Litoral Austral, el Liceo Politécnico A1 y el Liceo Raúl Boussain. Además, agrega que durante abril "debería comenzar a funcionar la piscina semi olímpica temperada del Polideportivo de Aysén".

Esta alianza, explica el jefe de Ventas en Aysén, "otorga bienestar a niños y jóvenes de la comuna, quienes podrán estudiar en mejores condiciones y, por supuesto, es un aporte a toda la comunidad, al contribuir en la mejora de la calidad del aire de la zona".

En línea con la sustentabilidad ambiental y con el objetivo de ayudar a mejorar la vida de las personas de las distintas comunidades donde está presente, Abastible ha desarrollado un trabajo constante para masificar y hacer accesible el uso de la energía limpia del GLP en diferentes zonas del país.

El ejecutivo de Abastible también comenta que "la iniciativa impulsada en Aysén fue imitada por dos jardines infantiles de Coyhaique, que por estos días trabajan en la instalación de un nuevo sistema de calefacción central que las próximas semanas permitirá la utilización de GLP".

Equipo
•
Pasión
clientes y servicio
•
Hacer las cosas bien
•
Seguridad

CULTURA NARANJA: VALORES MUY NUESTROS

Encabezado por la figura del periodista y aventurero Luis Andaur, se realizó el lanzamiento de la "Campaña Cultura Naranja", iniciativa que tiene por objetivo promover los pilares fundamentales de la compañía, sus valores: Seguridad; Pasión, Clientes y Servicio; Trabajo en Equipo, y Hacer las Cosas Bien. En palabras de Osvaldo Acuña, gerente de Personas de la empresa, "estos valores reflejan el quehacer diario de todas sus áreas y no son sólo una declaración: muestran el deseo de la propia compañía de apoyarse en estos conceptos para lograr sus objetivos estratégicos".

En un recorrido en bicicleta por las diversas áreas que componen la empresa, Andaur visitó a los colaboradores en Oficina Central y Planta Maipú, reconociendo las particularidades de esta Cultura Naranja y cómo se identifica con ella desde el trabajo que realiza pedaleando por el mundo.

"Hay muchas cosas que me representan respecto a la mirada de Abastible. Para mí el sol representa el valor, es lo que me guía y me lleva. El naranja son las dunas, el desierto y el sol. Las energías son algo que tenemos que cuidar mucho", dijo Andaur.

"Estos cuatro valores de Abastible son clave también para mí: obviamente necesito de la Seguridad, mi trabajo es Pasión y Trabajo en Equipo y esto se traduce en Hacer las Cosas Bien, lo que es fundamental para lo que le muestro a la gente en televisión", agregó el periodista, a la vez que manifestó ante los colaboradores el privilegio que siente al representar un proyecto que se levanta en pro de las energías limpias.

Bajo el eslogan "Valores muy Nuestros", Osvaldo Acuña señaló que la Campaña Cultura Naranja cuenta además con una secuencia de talleres denominados "Nuestra Ruta Abastible", pensados para realizarse

Valores **muy nuestros**

durante todo el año a nivel nacional, con el fin de permear a todos los colaboradores con el espíritu de la campaña y el apoyo de los ejecutivos participando directamente en este objetivo.

SENTIDO DE PERTENENCIA

Los talleres comenzaron en marzo y están invitados a participar en ellos "todos los colaboradores de Abastible desde Arica a Coyhaique, para conocer y vivenciar nuestra nueva visión, misión y valores corporativos renovados", explicó Carolina González, analista de Desarrollo Organizacional. "Estas actividades están enfocadas en la experiencia y se desarrollan a partir de una serie de dinámicas que facilitan la reflexión e integración de los conceptos como pilares de la cultura organizacional".

En esa línea, los talleres de "Nuestra Ruta Abastible" fueron programados para que cada valor se trabaje de forma separada, comenzando por el lanzamiento de la campaña, cuyo foco fue el valor: Trabajo en Equipo. Según Sebastián Montero, gerente de Operaciones, "lo que queremos es crear sentido de pertenencia y acercar más la labor de oficina y la de planta. Trabajando en equipo la gente se siente parte, es por eso que estamos con mucha presencia de gerentes y jefes en planta. Con lo que hicimos el año pasado ya pudimos ver resultados concretos en términos de clima y ambiente y eso es la base y el resultado de esto que estamos haciendo".

En referencia a ello, el gerente de Personas agregó que "el trabajo planificado y coordinado es un compromiso permanente para los ejecutivos, porque con ello obtenemos diferentes miradas y soluciones. Estamos en una compañía de energía, el gas es nuestro corazón y estamos abriéndonos a otras energías, y ahí la seguridad y el resto de los valores son elementos clave para llegar a los clientes".

Por su parte, desde la Gerencia Comercial, Felipe Celis agregó que "el gran desafío de promover la nueva cultura naranja no sólo requiere un cambio de mentalidad que se refleje en acciones positivas para nuestros clientes, sino también adaptar nuestros sistemas y procesos para sostener estos cambios de forma efectiva".

Lo anterior aplica a todas las áreas de la compañía. Por eso, la idea es ofrecer respuestas ágiles, rápidas y de calidad a las necesidades de los clientes, un requisito fundamental para proyectar una imagen positiva de la empresa. Respecto a ello, Janislav Marinovic, gerente de Administración y Finanzas, detalló que "ya partimos en un camino muy claro sobre la forma en que queremos trabajar y eso es algo que podemos ver en los distintos equipos de trabajo".

Cultura naranja

LA RUTA EN BICI

Para reconocer el compromiso de los colaboradores e incentivarlos al uso de un medio de transporte limpio, los gerentes presentes junto a Andaur sortearon al término de la jornada una bicicleta Oxford Orión 3. Se trata del mismo modelo con que el periodista recorrió Uganda, Egipto, Etiopía, Kenia y Tanzania, el que se regalará también en todas las plantas a nivel nacional.

En esta oportunidad, la bici quedó en manos de Richard Durán (46), operador de la Planta Maipú que ingresó a la empresa por medio de un programa de reinserción laboral de la Fundación Emplea. "Me gustaría agradecer la oportunidad haciendo honor a los valores de la compañía", dijo Durán, quien durante cuatro meses se preparó para ocupar su cargo.

Tras la actividad, que marcó el puntapié inicial de toda una serie de acciones en las que equipos y gerencias trabajarán codo a codo, Osvaldo Acuña destacó que la finalidad de "Nuestra Ruta Abastible" y de la Campaña Cultura Naranja es, justamente, "estar coordinados entre las áreas, lo que implica un mayor trabajo en equipo y parte de un compromiso muy desde arriba. Yo creo que eso es muy novedoso".

Finalmente, el ejecutivo comparó lo que sucede en las compañías, en las que muchas veces se puede ver que hablan de equipo, "pero yo creo que acá realmente esto se vive", concluyó el gerente de Personas.

Nautigas:

CONSOLIDANDO AL GAS COMO MOTOR DE LA INDUSTRIA MARÍTIMA

A través del mar y los canales del sur, Abastible traslada todos los días GLP a lugares apartados. Creado hace algunos años, Nautigas es un segmento de la compañía que se enfoca en entregar soluciones de energía sustentable a las industrias salmoneras y náuticas, con una operación casi totalmente centrada entre las regiones IX y XII.

El trabajo de esta área está dedicado a satisfacer las necesidades de la industria acuícola, especialmente en términos de eficiencia energética, reducción de costos y seguridad con el medio ambiente. Para eso, Nautigas ha desarrollado una serie de servicios, los que incluyen la conversión de motores fuera de borda, pasando desde el uso de bencina a gas licuado; generación eléctrica en lugares aislados; calentamiento de agua en pisciculturas, que permiten la crianza de peces en estanques en tierra; generación de vapor para plantas de productos del mar; conversión de motores estacionarios como generadores, hidrolavadoras o motobombas; surtidores de gas para embarcaciones en tierra y mar; incineradores de residuos sólidos sobre artefactos navales, además de las soluciones tradicionales que ofrece Abastible.

Esta propuesta integral elimina los derrames de combustibles líquidos al mar, lagos y ríos, y también minimiza las emisiones en zonas consideradas reservas o de naturaleza virgen. La compañía incluso es capaz de abastecer a empresas que cuentan con instalaciones en el mar, para lo que se embarcan en barcazas habilitadas por el cliente, en los puertos que ellos definen. La barcaza se desplaza hasta los diferentes puntos del usuario en el mar y el personal granel realiza los abastecimientos solicitados.

- NAUTIGAS ENTREGA SERVICIOS ACTUALMENTE A MÁS DE 25 COMUNAS ENTRE LAS REGIONES IX Y XII.
- EL SECTOR SALMONERO ES EL PRINCIPAL CLIENTE DE ESTE SEGMENTO, CON UN MARCADO TRABAJO EN EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE.
- NAUTIGAS FUE EL PRIMER SEGMENTO DE ABASTIBLE QUE LLEGÓ A LA REGIÓN DE MAGALLANES, RESOLVIENDO COMPLEJIDADES LOGÍSTICAS DEBIDO A LA DISTANCIA Y LAS CONDICIONES CLIMÁTICAS.

EL ROL DE LA MUJER EN ABASTIBLE

La equidad de género es hoy un tema prioritario para todas las compañías. Para Abastible esto ya es una realidad y así lo abordó el Primer Conversatorio de Liderazgo Femenino, realizado en el marco del Día Internacional de la Mujer, donde Joaquín Cruz remarcó que esta integración es clave para "cumplir el gran objetivo de ser una Empresa Regional de Clase Mundial".

Analizar la importancia que tiene la mujer en el desarrollo de Abastible y los pasos que la compañía sigue en el camino de la equidad de género fueron parte de los objetivos del Primer Conversatorio de Liderazgo Femenino, evento realizado en el Hotel Best Western Premier Marina y que congregó a una gran cantidad de mujeres que forman parte de la Cultura Naranja.

A cargo de tres mujeres líderes de la empresa, el conversatorio estuvo marcado por un ambiente distendido y cómodo que les permitió compartir experiencias de su vida laboral y personal, además de los periplos que ha significado ser mujeres inteligentes y capaces en un mundo que, en general, está liderado por hombres. Las oradoras fueron Ximena Alzérreca, única mujer miembro del Directorio de la empresa, Paula Jervis, gerenta Legal, y Paula Frigerio, la nueva gerenta de Desarrollo e Innovación. La conversación fue moderada por Francisca Veth, directora de Comunicaciones y Asuntos Públicos de Abastible.

El evento fue iniciado por Joaquín Cruz, gerente General, quien explicó que con la información que hoy existe y con una serie de casos que se han podido analizar, "la equidad de género ayuda a las agrupaciones o a las compañías a ser mejores" y, en concreto, a obtener "mejores resultados". Para Abastible, esto va incluso más allá: la equidad de género, dijo, "es parte central de la compañía, es una palanca y una herramienta que nos ayuda a cumplir el gran objetivo de ser una Empresa Regional de Clase Mundial".

DERRIBANDO MUROS

Desde la perspectiva de Ximena Alzérreca, la única mujer miembro del Directorio de la empresa, en Abastible las cosas se

hacen bien. “Veo que hay un compromiso súper honesto y fuerte con respecto a jugársela por la equidad de género y creo que eso se tiene que concretar en políticas: en la búsqueda de talento, contratación, desarrollo de carrera y acompañamiento durante todos los desafíos que enfrentamos como mujeres en nuestra vida profesional”.

Paula Jervis, gerente Legal, comentó que “hubo una muy buena audiencia, siento que la gente recibió bien el mensaje. Además, creo que es un excelente primer evento para dar pie a este programa que se ha desarrollado en Abastible”. Para ella, la “equidad de género produce un círculo virtuoso que genera beneficios, tanto para los hombres como para las mujeres que trabajan en la empresa, lo que redunda en un beneficio para la compañía”.

Paula Frigerio, quien hoy lidera la gerencia de Desarrollo e Innovación, en su relato recordó que, cuando entró a estudiar Ingeniería Civil Industrial, era una de las pocas mujeres de su curso. Fue uno de sus compañeros de aquella época quien, a diferencia de sus actuales pares, enfrentó a Paula a una situación de discriminación. Se acercó a ella y le reclamó haber ocupado el puesto de un hombre, siendo que lo más probable era que ella desertara. Antes que terminara el año, él abandonó la carrera, mientras que Paula terminó sus estudios y ha forjado una exitosa vida laboral.

Abastible hoy experimenta una “situación promedio dentro de las empresas en Chile”, indicó Cruz, por lo que el objetivo es evolucionar a una que promueva y desarrolle la equidad de género con actividades concretas. Para ello, se considera trabajar la inclusión, diversidad y ofrecer una ponderación equilibrada entre la vida personal y la vida laboral, donde el liderazgo femenino cumpla un rol importante dentro de la compañía”, concluyó el gerente general.

Generemos confianza:

COMUNIDAD DE BUENAS PRÁCTICAS

Por segundo año consecutivo se realizó el Encuentro Nacional de la Comunidad de Buenas Prácticas, instancia que nació buscando aumentar la colaboración para mejorar los resultados de las auditorías internas, y que ya ha dado importantes frutos.

"Para las buenas prácticas hay que tener buen ánimo", fue una de las primeras frases descriptivas que se escucharon en el segundo Encuentro Nacional de la Comunidad de Buenas Prácticas. Porque no sólo es necesario un óptimo seguimiento, mejoramiento continuo e innovación, sino que depende de cada uno de los miembros de la comunidad "ocuparlas" y retroalimentarse gracias a ellas.

Álvaro Gallegos, gerente de Control Interno, señala que esta comunidad se originó porque notaron que los resultados de las auditorías eran tan negativos que, de no hacer algo proactivo para apoyar a la gente, no iba a lograrse una mejora en el desempeño de los trabajadores. De ahí surgió la idea con un problema claro a resolver: muchos no sabían hacer su trabajo a cabalidad y no se atrevían a pedir ayuda para no quedar en evidencia.

La pregunta clave fue cómo eliminar ese temor a preguntar, hasta que alguien dio con la solución. Había muchos colaboradores que hacían bien su trabajo y, si lograban contactarlos con sus pares -no necesariamente con la jefatura-, podrían ayudarse mutuamente y "traspasar el conocimiento". Fue así como nació la Comunidad de Buenas Prácticas, con el "objetivo de apoyar a las personas que están siendo auditadas para que mejoren la forma en la que están haciendo las cosas", explica Gallegos

El valor central que motiva a la comunidad es "Hacer las cosas bien", uno de los pilares de Abastible y que se relaciona con que las personas trabajen "de acuerdo a cómo fueron definidos los procesos que ellos ejecutan en cada una de sus instalaciones". Es así como los jefes de las oficinas de Distribución, Comerciales, Producción y ahora los administrativos, son evaluados con una calificación que luego es publicada para toda la comunidad. Y hay notas rojas, aunque la mayoría son azules.

Renato Lathrop, jefe de Ventas de la VIII y XVI región, trabaja desde hace más de 30 años en la empresa y en esta oportunidad fue uno de los premiados con distinción máxima dentro de la comunidad. Reconoce ser "disciplinado, persistente, meticuloso y ordenado", y anota todo para no olvidar nada. Cree que todos pueden equivocarse, entonces si no sabe, no tiene miedo de preguntar.

Lathrop considera fundamental para este logro la "buena comunicación con sus pares y el contacto con otras áreas". Al igual que Alejandra Guilli, la otra mejor evaluada de este año y de quien Renato fuera mentor por casi 18 años, piensa que es esencial "tener conciencia de que este trabajo se hace día a día, que no puedes dejar cosas pendientes cuando son importantes, sobre todo si son temas auditables".

Tanto para Lathrop como para Guilli fue fundamental "el orden" para lograr el máximo reconocimiento en su trabajo. Hoy el desafío es otro, poder mantener su evaluación. "Es una tarea difícil porque mantenerse a veces cuesta. Hay disciplina, pero quizás no el conocimiento, aunque trabajaremos para eso", dice Alejandra.

Gracias a las auditorías, ambos supieron qué debían mejorar. Ahora no les queda más que seguir su metodología de "orden, disciplina y trabajo" y aprovechar las instancias de esparcimiento, debate y confianza que les entrega la Comunidad de Buenas Prácticas.

ABASTIBLE CUMPLE DOS AÑOS EN PERÚ Y MIRA AL FUTURO

En un mercado desafiante, Solgas está mostrando avances que la han llevado a consolidarse como líder de GLP en ese país, en lo que el equipo humano y la especialización del área gerencial han sido claves.

Con una demanda de GLP que se ha quintuplicado en los últimos 20 años, llegando a 1.9 millones de toneladas en 2018, parecía natural que Abastible buscara establecerse en el mercado peruano, tal como lo hizo también hace dos años, ingresando a Ecuador, operando a través de Duragas. En Perú, la decisión se concretó en 2016, con la compra de Solgas, una sociedad anónima adquirida a Repsol, con una inversión cercana a los US$300 millones, lo que selló la entrada de la compañía a un país que sólo en los últimos cinco años ha aumentado en 5% la demanda de gas licuado al año, movida especialmente por el sector de automoción.

Solgas es actualmente la empresa comercializadora y distribuidora líder del mercado de GLP en Perú, con el mayor número de inversiones en tanques estacionarios y cilindros de GLP. Cuenta con ocho plantas envasadoras y una de abastecimiento, desde donde se suministra y distribuye el GLP en las modalidades de envasado y granel a nivel nacional. Además, es propietaria de Solgas Amazonía SAC, empresa que opera en los departamentos bajo el régimen de la Ley de la Amazonía, que promueve las inversiones en la zona.

A dos años de ese importante hito, las cuentas son alegres. Y no se trata sólo de los resultados en un activo mercado que alcanza a más de seis millones de hogares en todo el país: durante 2018 se consolidó el equipo gerencial de la compañía, que cumplió un año de trabajo conjunto y que tuvo a su cargo la reestructuración organizacional de la empresa, cuyo objetivo principal, fue la búsqueda de eficiencias y perfiles adecuados a las nuevas necesidades de la firma.

Además, explica Peter Hartmann, gerente general de Solgas, a nivel de cobertura se potenció la red de distribución en más de 75%, a través del ingreso de 168 nuevos distribuidores respecto al año anterior, incremento que busca llegar más directamente al cliente final al incorporar 68 camiones y 101 motos al sistema de reparto. Estos esfuerzos también rindieron frutos a nivel comercial. En cuanto a ventas, se destaca el mantenimiento de los volúmenes, pese a los diversos factores externos como la férrea competencia, y aumento del costo de la materia prima.

En este prometedor panorama, los planes hacia el futuro apuntan a seguir invirtiendo para crecer. Solgas está trabajando actualmente en ampliar su terminal en un 50%, desarrollando también una nueva esfera de almacenamiento de GLP que se está ejecutando según tiempos y presupuestos establecidos, cuenta Hartmann.

Pero lo esencial en estos dos años de trabajo en Perú, dice, ha sido el equipo humano, que se ha consolidado en todas sus líneas y ha logrado fusionar la cultura anterior con la cultura de Abastible como compañía regional de clase mundial. Esto se suma a que "la primera línea gerencial se ha consolidado con gerencias expertas en sus temas, que permiten ir descubriendo las oportunidades tanto para empujar la venta como para reducir nuestros costos y riesgos", concluye.

EL EJERCICIO COMO UN PILAR FUNDAMENTAL

El ejercicio es el hábito más valioso que puedes tener en tu vida y Kabir Sarricueta Díaz, trabajador de la planta de Abastible en Arica, lo sabe por experiencia propia. Hace cinco años que realiza MTB (ciclismo de montaña) y es un amante de la disciplina, ya que no sólo se ha hecho nuevos amigos, sino que además ha tenido múltiples beneficios para su vida. Es "como ir a una terapia", señala.
Los frutos que Kabir destaca de realizar deporte son:

• HACER MÁS Y NUEVOS AMIGOS
Te juntas a compartir en un espacio donde todos tienen un gusto en común y se ayudan mutuamente. Entonces "hacerse buenos amigos es más fácil y disfrutas hacer deporte con ellos. Yo he invitado a mis amigos a ir conmigo y les ha gustado mucho también".

• "REDUCIR EL ESTRÉS" Y LA ANSIEDAD
Según Kabir, hacer MTB "te desestresa y relaja". Esto se debe a que el ejercicio disminuye los niveles de la hormona del estrés, lo que permite un estado de mayor relajo ante la vida.

• TE HACE CONSTANTE Y DISCIPLINADO
El entrenamiento continuo te muestra que eso que costaba tanto, incluso no relacionado con el ejercicio, simplemente fluye. Además, "cuando te hace feliz es mucho más fácil mantener la constancia".

NO TODAS LAS GRASAS SON MALAS: CONSUME OMEGA 3, 6 Y 9

La importancia de las grasas en la alimentación está, entre otras cosas, en saber elegir cuáles son las que necesitamos consumir con más frecuencia y cuáles sólo de manera ocasional. Omega 3, 6 y 9 son algunas de las que no pueden faltar en nuestra alimentación. ¿Sabes por qué?

OMEGA 3

Las podemos encontrar especialmente en pescados grasos o "azules" y también en algas marinas. Entre sus beneficios se destacan que reducen el colesterol, son antiinflamatorias y ayudan a prevenir accidentes vasculares, entre otros.

OMEGA 6

Su principal fuente son los aceites vegetales, como maíz y soya. Es utilizado para reducir el riesgo de enfermedades cardíacas y los niveles de colesterol "malo". De todas maneras, deben consumirse con moderación.

OMEGA 9

Se encuentra principalmente en el aceite de oliva, almendras y paltas. Tiene grandes efectos beneficiosos para nuestra salud como: aumentar los niveles de colesterol bueno, disminuir el colesterol malo y contribuir a la prevención de enfermedades cardiovasculares.

LLEGÓ EL OTOÑO, ¡CUÍDATE DEL RESFRÍO!

Es inevitable. Con la llegada del frío y la humedad de los meses de otoño e invierno aumenta la probabilidad de sufrir un resfrío. Pese a que es imposible prevenirlos completamente, tener un sistema inmune fuerte y seguir un estilo de vida saludable puede ayudar a disminuir las probabilidades de contraer algún tipo de enfermedad y/o infección. Por lo mismo, te recomendamos tres alimentos ideales para reforzar las defensas y proteger al cuerpo de infecciones y/o enfermedades:

Miel: contiene antibióticos naturales y es una gran fuente de energía. Además, depura el organismo y posee propiedades antibacterianas.

Ajo y cebollas: estos alimentos contienen antisépticos naturales, sirven para aumentar las defensas del organismo y actúan como antigripales naturales.

Frutas cítricas: los resfriados de la gente que consume Vitamina C regularmente pueden durar menos tiempo y, además, sus síntomas suelen ser menos severos.

LA SEGURIDAD EN EL USO DE GLP

El GLP está compuesto por una mezcla de propano y butano que lo hace ser más pesado que el aire, por lo que en caso de fuga se acumula a nivel del suelo, desplazando al oxígeno y disipándose solamente con la circulación de aire. La mayor parte de los problemas relacionados con el GLP se derivan de una mala combustión; por ejemplo, por falta de oxígeno en el ambiente, incorrecta manipulación de los cilindros o mantención deficiente de los artefactos que se utilizan en el hogar. Por esta razón, en caso de sentir olor a gas, desde Abastible.cl te recomendamos:

- Primero, cortar el suministro de gas.
- Ventilar rápidamente la zona donde se perciba olor a gas, abriendo puertas y ventanas.
- No utilizar artefactos que puedan producir chispas, tales como celulares, aparatos eléctricos, timbres o interruptores eléctricos.
- No encender cigarrillos, fósforos ni encendedores.
- Hacer una mantención de los artefactos a gas al menos cada seis meses.

Federico Fontealba, encargado de Mantención de Planta de Osorno:

"MI TRABAJO ME DA LA POSIBILIDAD DE APRENDER COSAS NUEVAS DÍA A DÍA"

Gracias a la beca que otorga Abastible, Federico Fontealba, encargado de Mantención de Planta de Osorno, estudió Técnico en Mantención en Inacap por dos años y más adelante, retomó las aulas en la misma Universidad para titularse de Ingeniería Mecánica en Mantención Industrial.

En el año 2002, Fontealba entró a trabajar a Abastible como operario de Mesa de Llenado, donde estuvo alrededor de tres años. Luego trabajó por cerca de nueve años en la Zona Tanque y posteriormente se desempeñó como mecánico de carrusel. En la actualidad realiza sus labores en la sede de Abastible en Osorno, y dice con orgullo que puede "manejar la Planta en su totalidad en el aspecto productivo", debido a su trayectoria profesional en la compañía.

Su núcleo familiar lo componen Marcela, su futura esposa, y sus hijas Agustina, de 11 años, y Emilia, de 18. Fontealba cuenta que su clan es "una familia entretenida, divertida". El humor no falta en su hogar, donde se hacen chistes los unos a los otros sin parar y "nadie se puede enojar". Es parte de la tónica que los identifica y qué mejor que el humor para ser felices.

Su madre falleció hace unos años, pero tiene dos hermanas y a su padre, quien es su referente y de él heredó ejemplos como el esfuerzo, la constancia, la perseverancia y el empuje.

La ajetreada jornada de Federico comienza con una visita matutina a los mecánicos en el taller, siempre "acompañado de un buen café", donde aprovecha de dar las tareas diarias y revisar las ya encomendadas. A continuación, chequea órdenes de mantención, verifica solicitudes de orden de compra, envía y responde correos, corrobora el buen funcionamiento del carrusel, atiende a sus clientes internos de granel, visita a proveedores y compra materiales, entre otras actividades.

Federico Fontealba ama su trabajo y el lugar donde se desempeña, ya que le "da la posibilidad de aprender cosas nuevas día a día". Además, confiesa ser fanático de las capacitaciones y dice que, si hay alguna, él "ahí estará". Fuera de la vida laboral, cuenta que tiene amigos, con quienes de vez en cuando comparte "un buen asado y sus buenas bebidas light". Si de fútbol se trata, es hincha de la Católica, y en cuanto a la música, se queda con las baladas románticas, tanto en inglés como español.

Le gustan la vida al aire libre, la pesca deportiva, el camping e ir al campo. "No hay nada más hermoso que escuchar las aves silvestres y sentir la brisa del viento y el olor a pasto húmedo", concluye.

NACIMIENTOS

Muchas felicidades a nuestros colaboradores que están recibiendo la llegada de un nuevo integrante a su familia.

DANIEL ELÍAS FUENTES ROJAS
El 13 de mayo de 2018 nació el hijo de nuestra compañera Romina Rojas, analista Contable.

SÉFORA RAQUEL OJEDA FIGUEROA
El 8 de junio de 2018 nació la hija de nuestra compañera Raquel Figueroa, asistente Cobranzas.

EVOLET GABRIELA ROJAS GUERRA
El 24 de diciembre de 2018 nació la hija de nuestro compañero Gabriel Rojas, operario Planta El Peñón.

EMMA MARTINA GUTIERREZ LUNA
El 14 de enero de 2019 nació la hija de nuestro compañero Christián Gutiérrez, jefe Área.

LUCAS FACUNDO TORRES VALENZUELA
El 17 de enero de 2019 nació el hijo de nuestro compañero Cristián Torres, operario Planta Maipú.

ADRIAN APOLO CRISOSTO RADOVI
El 22 de enero de 2019 nació el hijo de nuestro compañero Andrés Crisosto, jefe Soluciones Habitacionales.

MAITE ANAÍS CARREÑO PARRA
El 22 de enero de 2019 nació la hija de nuestra compañera Lisbet Parra, administrativo Of. Dist. Talca.

PASCUAL ANTONIA CASTRO CASTRO
El 28 de enero de 2019 nació la hija de nuestra compañera Isamara Castro, administrativo Of. Distr. Talca.

JOSEFINA LEONOR SAN MARTÍN PIÑA
El 28 de febrero de 2019 nació la hija de nuestro compañero Alejandro San Martín, subgerente de Producción.

PASCUALA IGNACIA SILVA ÁLVAREZ
El 6 de marzo de 2019 nació la hija de nuestro compañero José Silva, asistente Ventas Nautigas.

Categoría Selfie:
Ana Sepúlveda

Categoría Selfie: Carlos Aguila

CONCURSO FOTOGRÁFICO DE VERANO

Categoría Grupales: Carolina Muñoz

Categoría Grupales: Gustavo Olivares

CONVERSATORIO DE LIDERAZGO FEMENINO

COMUNIDAD DE BUENAS PRÁCTICAS

CUMBRE PERSONAS

Cultura naranja

Cultura naranja

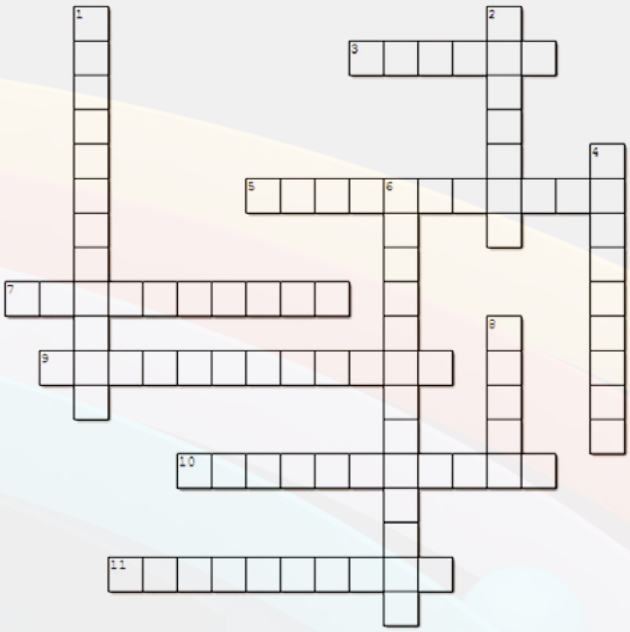
RUTA ABASTIBLE

WORKSHOP OIEM

DIPLOMADO UC

i-NOW TALKS REGIONES

Abastible TE DESAFÍA



HORIZONTAL

3. Unidad de medida de temperatura
5. Que recibe calor
7. Una forma de transferir energía
9. Padre de la termodinámaica
10. Propiedad física
11. Que produce calor

VERTICAL

1. Movimiento de energía
2. Medio donde se estudia la materia
4. Energía expulsada en micropartículas
6. Rama de la física
8. Energía Térmica

1.Cinco hermanos muy unidos que no se pueden mirar, cuando pelean aunque quieras no los puedes separar.

2. Soy animal en el campo, soy pintura en la ciudad y mi nombre como dice Braulio en esta calle está.

3.- Si me nombras desaparezco, ¿quién soy?

Soluciones: 1: Los dedos / 2: El paso de cebra / 3: El silencio

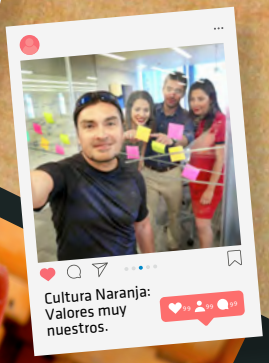
CREATIVAS
INTELIGENTES
PROACTIVAS
AMABLES
MOTIVADAS
FUERTES
TRABAJADORAS
JUGADAS
LÍDERES
CAPACES
COMPROMETIDAS
LUCHADORAS
SOLIDARIAS
INDEPENDIENTES
JUGADAS
LÍDERES
CAPACES
COMPROMETIDAS
LUCHADORAS
SOLIDARIAS
INDEPENDIENTES

Atributos
tienen de sobra

abastible

Cultura naranja

Estamos abriéndonos a otras energías, y ahí la seguridad y el resto de los valores son elementos clave para llegar a los clientes.



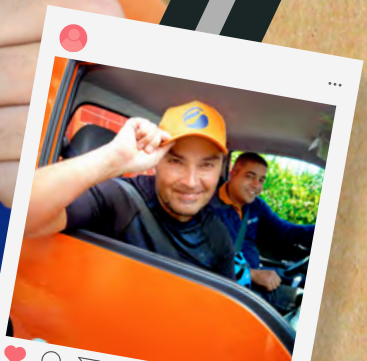
Cultura Naranja: Valores muy nuestros.

Hay muchas cosas que me representan respecto a la mirada de Abastible.

362 likes

"Estos cuatro valores de Abastible son clave también para mí: obviamente necesito de la Seguridad, mi trabajo es Pasión y Trabajo en Equipo y esto se traduce en Hacer las Cosas Bien".

Estamos en una compañía de energía, el gas es nuestro corazón.



"Campaña Cultura Naranja", iniciativa que tiene por objetivo promover los pilares fundamentales de la compañía, sus valores: Seguridad; Pasión, Clientes y Servicio; Trabajo en Equipo, y Hacer las Cosas Bien.

Valores **muy nuestros**

abastible