

abastible

agosto 2020



Innovación

**ID NARANJA, LA APP QUE MEJORA
LA TRAZABILIDAD ANTE EL COVID-19**

Nuestro negocio

**UNA MARCA CIUDADANA Y
CONECTADA CON LA SOCIEDAD**

Nuestra cultura

**A PASO FIRME AVANZA
IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO OIEM**

**Abastible
solidario**

Programa de Beneficios Abastible

Hoy más que nunca, mantengamos la energía en alto

Por eso te apoyamos con estas iniciativas, a ti y a quienes más lo necesitan:



Beneficio para quienes perdieron su trabajo



Apoyo a la red de atención primaria de salud



Beneficio para PYMES Granel



Ayuda a hogares de adulto mayor



Beneficio Clientes Medidor



Aportes a la red de albergues

Conoce el detalle de nuestras **iniciativas y beneficios** en **abastible.cl**

NUESTRO SELLO SOLIDARIO



JOAQUÍN CRUZ, Gerente General

Han pasado casi seis meses desde que la crisis sanitaria mundial nos hizo replantearnos cómo enfrentar nuestra operación, poniendo la seguridad de las personas y nuestros clientes en primer lugar, ajustando nuestra brújula como compañía en este nuevo escenario.

Si repasamos estos meses, tanto el compromiso de nuestras personas como la adaptabilidad de nuestro negocio, nos permitió sortear exitosamente este proceso, considerando que la entrega de nuestro servicio y producto son esenciales para la comunidad.

Mientras los ajustes eran diarios y la adaptabilidad permanente, debíamos movilizar, asimismo, nuestra solidaridad con miles de chilenos que están viviendo una cruda realidad este especial invierno.

Hemos ejecutado diversas acciones para ayudar y aportar en concordancia con nuestra Política de Sostenibilidad, la que expresa nuestro propósito de crecer y movilizar para ser un aporte en el desarrollo de la sociedad y de las personas.

Ante las consecuencias económicas y sociales provocadas por la pandemia, presentamos un Programa de Beneficios para clientes y otro de Aportes a la Comunidad, para apoyar a miles de familias que viven en situación de vulnerabilidad. Ejemplo de ello, fueron las donaciones en conjunto con el Ministerio de Desarrollo Social y Familia, con la red de hogares que administra el Servicio Nacional del Adulto Mayor y con la atención primaria de los Centros de Salud Familiar y postas rurales. Asimismo, implementamos una carpa comedor modular de 375 metros cuadrados en la Posta Central que permitió que los funcionarios aplicaran el distanciamiento físico necesario para lugares de reunión, disminuyendo las probabilidades de contagio por COVID-19. En las entregas a nivel nacional contamos con el apoyo incondicional de nuestra red de Distribuidores, protagonistas claves en esta misión.

En esta búsqueda surgió también la iniciativa de la alianza con Techo, creando en conjunto la campaña "Chile Comparte Calor" para llevar gas licuado a familias vulnerables que viven en campamentos y que contó también con el apoyo de nuestros colaboradores.

Todas estas acciones me llenan de orgullo, reflejan nuestro espíritu solidario y nos invitan a seguir construyendo una compañía sostenible capaz de enfrentar crisis y trascender más allá de nuestro ámbito laboral y social.

Directora: Paula Jervis.
Editora General: Pilar Sierra.
Comité Editorial: Pilar Sierra, Javiera Rodríguez y Catalina Nazal.
Producción: Sánchez y Barceló, Periodismo y Comunicaciones.

ÍNDICE

6 Entrevista
Alejandro San Martín,
subgerente de Producción

8 Nuestro negocio
Tomar el control, es hacer
las cosas bien en tiempos de crisis

16 Nuestra cultura
Colaboradores comparten
su opinión sobre el teletrabajo

20 Abastible en la región
Comunicar en
tiempos de COVID-19

22 Te presento a mi familia
Eduardo Roldán,
ayudante Granel, Planta Maipú

23 Abastible solidario
Una sola gran
energía a lo largo de Chile




Abastible, respetuosa del medio ambiente, ha optado por una faja de papel reciclado Environment Natural Smooth de 118 gramos, para la presentación de la revista.



DESARROLLADA POR ABASTIBLE:

ID Naranja, la aplicación móvil para hacer frente al COVID-19

Desde que comenzó la contingencia sanitaria, ha sido primordial para la Compañía implementar acciones que garanticen la salud y seguridad de las personas.

En un trabajo conjunto entre las gerencias de Desarrollo e Innovación y Operaciones, se implementó a principios de junio la aplicación móvil ID Naranja, en Planta Maipú. Su uso significa un gran cambio en la forma de gestionar la información sobre controles sanitarios y sanitización de instalaciones, ya que ahora es digital, en reemplazo del registro manual que se llevaba hasta entonces. El objetivo es utilizarla también, en las otras plantas de la Compañía.

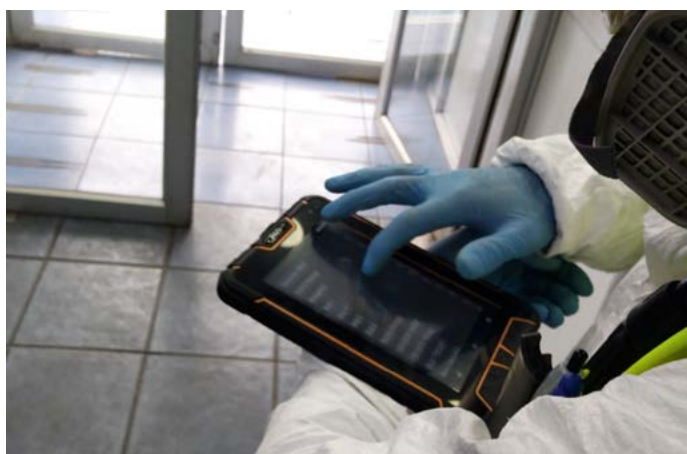
Uno de sus usuarios es Alfonso Barros, jefe de Procesos de Producción, quien comenta que “es una herramienta que tiene muchos beneficios. El principal es que permite realizar una trazabilidad sanitaria en el menor tiempo posible, siendo capaz de reaccionar y tomar todas las medidas sanitarias frente a un caso positivo”. Esto es fundamental para activar el protocolo de acompañamiento de la persona contagiada y proteger al personal de planta que con compromiso y esfuerzo permite la continuidad operacional.

Asimismo, explica que ha tenido una gran aceptación entre los monitores sanitarios, que vieron sus beneficios y potencialidades. Detalla que la puesta en marcha fue más rápida de lo esperado y que durante el proceso, las personas han ido sugiriendo modificaciones.

Ello ha sido esencial, ya que ID Naranja se elaboró en base a metodologías ágiles, para actuar con rapidez y flexibilidad. Paula Frigerio, gerente de Desarrollo e Innovación, explica que “es un proceso iterativo: generamos un primer producto y después, al tener retroalimentación de los usuarios, vamos calibrando su uso y haciendo mejoras”. Bajo ese esquema, la versión inicial se activó en una semana y luego, se continuó en base a las necesidades que se iban detectando y requerimientos del negocio.

El subgerente de Producción, Alejandro San Martín, destaca que se haya logrado digitalizar todo el sistema de trazabilidad, ya que cuando existe un potencial caso de contagio “vamos a esta herramienta para gestionar los contactos estrechos y tenemos la garantía de que tendremos todos los registros”. Agrega que en la planta las personas agradecen su uso y que “lo más importante es que creen en el sistema y eso se ve diariamente, porque los colaboradores nos dicen que seguimos innovando para mejorar nuestros procesos, nuestros protocolos. Ha sido súper positivo”.

Y es que tal y como dice Alfredo Sandoval, jefe de Transformación Digital e Innovación, la tecnología es un importante aliado en el combate contra el COVID-19 y al respecto, asevera que “lo importante es entender lo que se necesita, eso facilita su implementación”.



Las claves para entender por qué mejora la trazabilidad

Registro digital



Los monitores sanitarios, personas encargadas de supervisar la aplicación de las medidas preventivas, cuentan con una tablet en la que se ha instalado la aplicación ID Naranja. En ella ingresan los datos relativos a controles sanitarios a colaboradores y sanitización de instalaciones.

Información en la nube



Los datos son almacenados en una plataforma web, que permite visualizarlos de forma ordenada, sencilla y segura, para una rápida y oportuna toma de decisiones.

- Casos activos
- Respuestas a encuesta del Minsal
- Cuarentenas
- Test PCR
- Altas médicas
- Asignación de móviles para traslado
- Hora y lugar de sanitizaciones (puestos de trabajo y áreas comunes)
- Controles aleatorios
- Histograma de temperatura

Lo más valorado



Con la tablet, los monitores sanitarios pueden escanear el código QR de la cédula de identidad. El colaborador acepta el tratamiento de sus datos personales según el protocolo y se le envía un correo electrónico que confirma su autorización. Al reemplazar la firma en papel, se evita un posible foco de contagio.

Cámaras termográficas



Para fortalecer aún más la trazabilidad, se instalaron cámaras termográficas al ingreso de la planta y del casino que, además de medir la temperatura, detectan si la persona está utilizando mascarilla o no.

ALEJANDRO SAN MARTÍN, SUBGERENTE DE PRODUCCIÓN:

“Me gusta Operaciones porque puedo impactar positivamente a muchas personas”

Dice que es importante trabajar por un propósito y que siempre se puede mejorar la forma de hacer las cosas.



En febrero de 2019 Alejandro San Martín se integró a la Compañía como subgerente de Producción. Al llegar, lo primero que hizo fue un diagnóstico sobre lo que requería el área para alcanzar la clase mundial, a través de la incorporación de rutinas laborales que fomentan un cambio cultural en las personas, y que por lo mismo, no requieren grandes inversiones. Y lo hizo a partir de su experiencia y trayectoria.

Estudió Ingeniería Industrial en la Universidad de Santiago. Hizo la práctica en CCU y entre risas recuerda que “se extendió por 10 años”. Comenzó como operador y fue también, técnico, mecánico, jefe de turno, jefe de línea, jefe de proceso y jefe de producción en la planta de cervezas. Fue en este período que se capacitó en metodologías de clase mundial, las cuales continuó aplicando durante los 19 años que estuvo en la industria alimentaria, en distintas empresas.

Una vez instalado en su oficina en Planta Maipú, se dedicó a armar un equipo de trabajo y elaborar una metodología que permitiera iniciar el camino hacia la excelencia operacional. “Soy de esas personas que piensa que las cosas se deben hacer bien a la primera, y que siempre se pueden hacer mejor”, asevera.

Fue así como surgió el proyecto Rubik, cuya implementación comenzó en abril de 2019. Desde entonces, se han gestado importantes cambios en la forma de trabajar, como la realización de las Reuniones Operativas Diarias; el uso de Tarjetas Amarillas, Azules y Rojas para la identificación de anomalías e inconvenientes en las plantas; y la Mejora Continua.

Revela que su puesta en marcha fue un desafío profesional que se convirtió en personal, cuando comprendió el rol de Abastible como proveedor de un bien de primera necesidad: “Como empresa, y como industria, no podemos fallar. Eso le da un propósito a lo que hacemos día a día”.

Está contento con los avances del proyecto y destaca que es gracias al esfuerzo y dedicación de todo el equipo. “Me gusta

Operaciones porque puedo impactar positivamente a muchas personas. Cuando la gente entiende y cree en un proceso puede hacer cosas significativas, un bien mayor. Lo importante es que haya confianza en lo que estamos haciendo. Todavía falta para llegar donde queremos estar, pero la gente ya reconoce los avances”.

ANTE EL COVID-19

De la Compañía, lo que más valora es su constante preocupación por el bienestar de las personas. Al respecto recalca todas las medidas implementadas en el ámbito de la prevención, en el acompañamiento a colaboradores y sus familias en caso de contagio y en la etapa de reintegrar a quienes ya pueden volver a sus labores.

Dice que esta última etapa “ha sido un bonito proceso”. Comenta que la reintegración del primer grupo fue simbólica, con aplausos, que se han ido replicando en los distintos puntos de trabajo. Destaca los requerimientos establecidos por Abastible para que un colaborador retome sus funciones, una vez que le dan el alta médica. Se realiza un examen para saber si logró inmunidad ante el virus y se evalúa el estado de salud de su entorno social.



“La idea es que vuelva enfocado y no con la cabeza en su casa. Es importante también, para que los otros colaboradores entiendan que cada vez que alguien se reintegra, no hay posibilidad de contagio hacia ellos. Nos cuidamos entre todos y entre todos le vamos ganando a esta pandemia”, acota San Martín.



Fanático de su familia, los amigos y el fútbol

Hace cinco años está casado con Tamara y tienen tres hijos: Antonia, León y Josefina. Junto a los dos mayores pasa horas armando figuras con bloques de construcción y espera que pronto se sume el más pequeño. Cuenta que no tiene televisor en la pieza, por lo que entre todos se ponen de acuerdo para decidir lo que verán.

A la “Tamy” la describe como una excelente amiga, comprometida, querendona y de buenos valores. “Es mi complemento perfecto y creo que nadie podría hablar mal de ella”. Les gusta la música y revela que ella es la “DJ de la casa” porque tiene un gusto musical más amplio que el suyo, que se inclina por bandas como The Verve y Coldplay. “Siempre me invita a conciertos porque sabe que la apañó”.

Practica deportes colectivos, principalmente fútbol. Otro de sus pasatiempos es disfrutar de la naturaleza, con preferencia por los paisajes del sur. Una de las cosas que más extraña debido a la pandemia es salir con amigos o familiares, instancia que cambiaron por asados virtuales. “Es tratar de emular lo que uno hacía antes”.

Tomar el control, es hacer las cosas bien en tiempos de crisis

Adoptar las decisiones correctas es fundamental. La gerencia de Control Interno destaca la importancia de que las personas a todo nivel de la Compañía controlen adecuadamente sus actividades, basado en la tríada Proceso, Riesgo y Auditoría.

Hacer las cosas bien en Abastible significa trabajar incansablemente, siempre buscando ir más lejos para cumplir con los compromisos de calidad, seguridad y plazos determinados por estándares y protocolos de la empresa. Es uno de los cuatro Valores Compañía y expresa un llamado a alcanzar metas y objetivos de forma sobresaliente.

De lo anterior se desprende la importancia de la tríada Proceso, Riesgo y Auditoría, fundamental en el trabajo diario de quienes se desempeñan en la organización, con el propósito de asegurar que las cosas se realicen de forma correcta y acorde a las normativas vigentes, tanto internas como externas.

En ese contexto, la gerencia de Control Interno lanzó la campaña "Toma el control". El objetivo es concientizar a los colaboradores sobre la responsabilidad que cada uno de ellos tiene en controlar los procesos que realizan; en gestionar el riesgo asociado a esa tarea; y auto auditar la forma en que actúan.

"A eso le llamamos control interno", detalla Álvaro Gallegos, gerente del área. Agrega que los colaboradores deben tomar los resguardos necesarios, acordes a la tarea que desarrollan, para evitar situaciones irregulares al interior de la empresa como delitos y fraudes tales como hurto de cilindros y gas, y conflictos de interés, entre otros. "Consiste en hacer lo correcto incluso cuando nadie está viendo", enfatiza el ejecutivo.

Esta forma de actuar es parte de la cultura organizacional de Abastible y por lo tanto, debe regir en todo momento, incluso en situaciones complejas o de crisis como la contingencia sanitaria a causa del COVID-19. El mensaje de Gallegos es claro: "Si una persona tiene dudas sobre la labor que debe realizar, que pregunte. Y una vez que ya lo sabe, debe cumplir con su trabajo de forma sobresaliente".

Canal de denuncia: anónimo y confidencial

"Si un colaborador ve una situación irregular, es importante que entregue los antecedentes para que sea investigado", explica el gerente de Control Interno, Álvaro Gallegos. Para ello, está habilitado el correo electrónico **denuncias@contraloria-abastible.cl**, el cual es anónimo y confidencial. También, pueden escribir quienes tengan dudas sobre una situación que creen podría considerarse como irregular.



PUBLICIDAD EN TIEMPOS DE PANDEMIA:

Mantener la energía en alto

La actual campaña muestra el apoyo que Abastible entrega a los clientes y a la sociedad en general, posicionándose como una marca ciudadana y solidaria.



A fines del año pasado Abastible había comenzado a planear la campaña publicitaria para este invierno. Pero ante la contingencia sanitaria decidió modificarla, con el propósito de enviar un mensaje de ayuda y optimismo a la sociedad, que ha ido adecuando a medida que se desarrolla la crisis y se manifiestan sus consecuencias. Está siendo difundida a nivel nacional en radio, televisión y medios digitales con el hashtag **#MantengamosLaEnergíaEnAlto**.

En ese contexto, durante las primeras semanas de pandemia en el país, el foco estuvo puesto en decir a los clientes que no debían preocuparse del gas, porque Abastible cuenta con la red de Distribuidores más grande de Chile, con un protocolo de atención seguro y horario extendido. Pero a medida que transcurría el tiempo, se hizo evidente el impacto económico y social que la lucha contra el COVID-19 estaba provocando en la población.

Entonces, la decisión fue generar una segunda bajada comunicacional. “Nos dimos cuenta de que las consecuencias iban a prolongarse más allá de lo que durara el aislamiento y la cuarentena; y por eso, decidimos incluir en la campaña las opciones de ayuda que estamos dando a nuestros clientes”, explica el subgerente de

Marketing, Cristóbal Bariggi. Se refiere al Programa de Beneficios, orientado a quienes perdieron su trabajo; a las pymes que vieron disminuidos sus ingresos; y a la población más vulnerable en el ámbito de clientes medidor.

Una tercera bajada comunicacional ha sido visibilizar la ayuda que la Compañía ha entregado para colaborar en el combate contra el COVID-19 y en el bienestar de quienes más lo necesitan. Ello se ha traducido en aportar calefacción a la red de atención primaria y al Hospital de Urgencia Asistencia Pública; y a organizaciones sociales como albergues y hogares de adulto mayor, entre otros.

“En resumen, mostramos cómo la marca se hace cargo de ir en ayuda de los clientes y de la comunidad”, asevera Bariggi.

En todo este despliegue solidario destaca el rol de los Distribuidores, el cual califica de esencial: “Todo aporte que realicemos se traduce en un camión que va a dejar cilindros de gas. Por lo tanto, como siempre lo hemos dicho y considerado, son nuestros socios estratégicos. Son vitales para nuestra operación porque a través de ellos llegamos a la comunidad”.

Grabación del comercial en tiempo récord



“Nos dormimos un día y despertamos en otro mundo”. Con esa frase comienza el comercial de Abastible para la actual campaña de invierno, uno que responde a la realidad que afecta el país y que por lo mismo, fue grabado bajo estrictas medidas sanitarias. Una de ellas tiene relación con la elección de los actores: el casting se enfocó en una familia completa, a diferencia del proceso normal en este tipo de producciones que implica buscar a cada integrante por separado y luego, reunirlos en escena. Se grabó en abril y todas las tomas se realizaron en un solo día. Para prevenir riesgos de contagio asistió un reducido número de personas, con los elementos de protección personal requeridos. Además, las reuniones de pre y posproducción se desarrollaron por videoconferencia.

“Estamos muy contentos con el rendimiento de esta pieza publicitaria. La evaluación realizada demuestra que la audiencia se conectó emocionalmente con el comercial y con nuestros mensajes comunicacionales, lo que se traduce en una mayor afinidad emocional y diferenciación de nuestra marca”, comenta el subgerente de marketing.



EN EL COMBATE CONTRA EL COVID-19:

Abastible solidario



Con distintas acciones, la Compañía se ha posicionado como un actor social relevante durante la contingencia sanitaria. Lo hace desde su convicción de querer ayudar al país en momentos de crisis.

Las consecuencias económicas y sociales producidas por el COVID-19 han golpeado a amplios sectores de la población, y desde que sus efectos comenzaron a ser visibles, la decisión al interior de Abastible fue unánime: había que tomar cartas en el asunto. En ese contexto se generó un Programa de Beneficios para clientes; otro de apoyo a contratistas; y adicionalmente, uno de aportes a organizaciones sociales, para apoyar a miles de familias que viven en situación de vulnerabilidad.

“Somos una empresa que provee un servicio esencial y es nuestro deber ayudar a quienes lo necesiten, porque esta crisis impacta la capacidad de las personas de generar ingresos, modifica sus hábitos de vida y expone a mayores condiciones de riesgo a los sectores más vulnerables de la población”, dice Julio Vidal, gerente Corporativo de Marketing y Clientes.

Sofía Carrasco, jefe de Sostenibilidad, añade que el gas licuado es parte de la canasta básica de todas las familias chilenas. Destaca la convicción de Abastible de estar presente cuando la disponibilidad de ese bien está en riesgo. “Es un foco de ayuda que siempre hemos desarrollado, pero en comunidades cercanas a nuestras operaciones. La diferencia ahora es que lo estamos abordando a nivel país, dentro de las posibilidades de la Compañía”.

Toda esa labor se desarrolla en el ámbito de la sostenibilidad, modelo de gestión empresarial que considera equilibrar los siguientes ámbitos: resultados económicos, impacto medioambiental y relacionamiento con la comunidad. “Para Abastible es

una forma de crecer y de enfrentar los desafíos del día a día y transformarlos en acciones concretas”, explica Carrasco.

Siguiendo esa convicción, se ha generado una amplia red de solidaridad. “Todos los días se hace un esfuerzo extra para llevar calor a quienes más lo necesitan”, enfatiza Vidal. Y en esta afirmación destaca el rol de los colaboradores en las plantas de producción para asegurar la disponibilidad de gas licuado. También, el de los Distribuidores, quienes en coordinación con los jefes de Venta han hecho entrega de estufas y cilindros de gas a albergues y hogares de adulto mayor.

PLANES DE ACCIÓN

El Programa de Beneficios para clientes fue la primera iniciativa que se gestó, cuando los efectos de la pandemia recién comenzaban a visualizarse. Luego, cuando era evidente que sus consecuencias se extenderían más allá de la cuarentena obligatoria y período de aislamiento, fue necesario sumar otros planes de acción.

Contratistas y proveedores de Abastible también sufrieron impactos en sus negocios, ante la paralización de proyectos y los estados de cuarentena. Conscientes de esta situación, y en el marco de la sostenibilidad que considera la cadena de valor de la empresa, se realizaron consultas a todas las gerencias para identificar aquellos contratistas con mayor nivel de riesgo. Se definieron tres grupos y se les brindó apoyo económico para ayudarlos a sortear este difícil periodo.



Por otra parte, y considerando la necesidad social en el país, se determinaron grupos de alta vulnerabilidad ante la llegada del invierno, como personas en situación de calle, adultos mayores y familias de escasos recursos.

Abastible ya había colaborado el año pasado con el Ministerio de Desarrollo Social y Familia en el Plan de Invierno y Código Azul, llegando a 86 albergues en todo el territorio nacional. Esta vez, ese apoyo se amplió a 215. Además, se incorporó la red de hogares que administra el Servicio Nacional del Adulto Mayor (Senama).

Pero esta pandemia ha implicado un esfuerzo cada vez mayor; y por eso, el gerente Corporativo de Marketing y Clientes destaca que la Compañía ha sido capaz de atender las necesidades del país, creando soluciones que fortalecen el combate contra el COVID-19. Ejemplo de ello es el aporte a la calefacción de Centros de Salud Familiar (Cesfam) y postas rurales de las zonas centro y sur del país.



“Nos hemos esforzado en llevar calor a quienes más lo necesitan. Ha sido la consigna de Abastible durante la pandemia. Se ha formado una red de solidaridad que nos llena de orgullo, que involucra a colaboradores, a la red de Distribuidores y a distintos actores de la sociedad”.

JULIO VIDAL, GERENTE CORPORATIVO DE MARKETING Y CLIENTES.

Continúa en la página 17. ➔

Aportes a la comunidad

Apoyo a la red de atención primaria de salud, para proveer de calefacción a los Cesfam y postas rurales de la zona centro y sur del país.

- 8.040 cargas de gas licuado.
- 670 estufas y sus respectivos cilindros con carga.

Implementación de una carpa comedor calefaccionada de 375 metros cuadrados en el Hospital de Urgencia Asistencia Pública, que permite al personal de salud cumplir con el distanciamiento social de a lo menos un metro de distancia.



Alianza con Techo y creación de la campaña "Chile Comparte Calor", con el objetivo de recaudar fondos para entregar cargas de gas licuado a familias que viven en campamentos. En una primera etapa, Abastible se comprometió con la entrega de las primeras 4.500 recargas. Además, desarrolló una campaña interna para que participen los colaboradores.

Ayuda a hogares dependientes del Senama, que cuenta con 108 centros a lo largo del país, que acogen a más de 2.800 adultos mayores.

- 3.736 cargas de gas licuado de 15 kilos.
- 372 cargas de gas licuado de 45 kilos.
- 271 estufas rodantes y sus respectivos cilindros con carga.

Ayuda a la red nacional de albergues del Ministerio de Desarrollo Social y Familia, que cuenta con 215 albergues que atienden a diario a más de 4.500 personas en situación de calle en todo Chile.

- 3.600 cargas de gas licuado de 15 kilos.
- 44 estufas rodantes y sus respectivos cilindros con carga.

Ayuda a la Fundación Nuestros Hijos, entidad que acoge a niños con cáncer y a sus familias para entregarles apoyo.

- 1.500 cargas de gas.
- 257 estufas y sus respectivos cilindros con carga.

Donación de 300 mil dólares a la Confederación de la Producción y del Comercio, destinados al Fondo Privado de Emergencia para la Salud de Chile que administra el gremio empresarial.

Apoyo a Red de Alimentos en la logística para la entrega de cajas de alimentos, como parte de la campaña nacional "Chile Comparte".

Apoyo a iniciativas de ayuda propuestas por Distribuidores en sus respectivos territorios. Se duplicó su alcance.

Viene de la página 16.

Se suma la instalación de una carpa comedor calefaccionada de 375 metros cuadrados en el antiguo estacionamiento del Hospital de Urgencia Asistencia Pública, Posta Central, en donde se reubicó el casino. Desde el área de Sostenibilidad detallan que este aporte ha sido fundamental ya que permitió aumentar la capacidad de camas críticas y más aún, en la práctica desapareció el contagio entre el personal del centro asistencial.

De lo anterior se gestó una segunda derivada, que fue la necesidad de calefaccionar un área que estaba cerrada y así, seguir ampliando los sectores para atención de pacientes. En ese caso se desarrolló una solución energética de alta complejidad, al instalar dos equipos de cogeneración, que aportan electricidad para el funcionamiento de calefactores ubicados en zonas donde no se puede utilizar aire acondicionado.

Otra iniciativa innovadora fue el plan de apoyo a Distribuidores, que de manera espontánea realizaron aportes en sus comunidades locales. Con la ayuda de sus respectivos equipos de ventas, se canalizaron recursos para duplicar su alcance.

Como otro ejemplo de esta búsqueda por seguir generando instancias de colaboración, surgió la idea de acercarse a Techo y en conjunto fue creada la campaña "Chile Comparte Calor". Esta iniciativa significó implementar un espacio de ayuda que hasta ahora no existía, para llevar gas licuado a miles de familias que viven en campamentos y que ante la contingencia sanitaria, se agudiza su situación de riesgo.

La Compañía inició esta alianza, que perdurará después de la pandemia, con un aporte de 4.500 cargas de gas para ayudar, al comienzo, a un tercio de las familias en campamentos que atiende Techo. Luego, se generó una campaña de recaudación en la sociedad; y se realizó, por primera vez, una campaña interna de recolección de fondos. Han participado directores, colaboradores y sindicatos, quienes han hecho su mejor esfuerzo para aportar recursos. "Los resultados a la fecha de cierre de esta edición son bastante auspiciosos, en relación a llegar al total de las 15.000 familias que tanto necesitan calor en este frío invierno", dice Vidal.

"Hay situaciones en que los expertos deben estar presentes, porque si no lo están se genera un impacto mayor. Nuestra convicción como empresa es que queremos estar ahí cuando esa disponibilidad se pone en riesgo e impacta la calidad de vida".

SOFÍA CARRASCO, JEFE DE SOSTENIBILIDAD.

Por todo lo anterior, Julio Vidal afirma que "estamos orgullosos de lo que hemos logrado y de cómo la empresa ha actuado frente a esta contingencia sanitaria. Abastible está conectada con la realidad del país y ante situaciones de crisis, aportamos con energía y nuestro total compromiso".



Programa de Beneficios para clientes

Beneficio para personas que quedaron sin trabajo a partir del 31 de marzo de 2020, para acceder a descuentos en las cargas de gas.

Beneficio para pymes que permite pagar las cuentas de mayo y junio hasta en seis cuotas sin interés.

Beneficio para clientes medidor que pertenecen al 40 por ciento más vulnerable de la población (del Registro Social de Hogares), cesantes y adultos mayores. Consiste en postergar el pago de la cuenta de los meses de abril, mayo y junio para pagar en 12 cuotas sin reajustes ni interés.

EXPERIENCIAS QUE NUTREN:

Colaboradores comparten su opinión sobre el teletrabajo

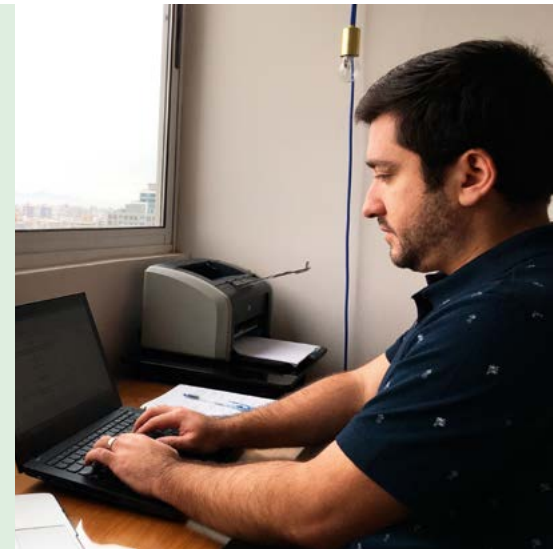
A cinco meses de iniciado el confinamiento social, es momento de hacer evaluaciones.

En marzo, Abastible implementó el teletrabajo para los colaboradores que, conforme a la naturaleza de sus funciones, pueden realizarlas de forma remota debido a que el confinamiento social es una de las opciones para mitigar el riesgo de contagio por COVID-19 y su propagación.

Lorena Álvarez, subgerente de Desarrollo Organizacional, explica que han realizado encuestas y la evaluación es positiva. Al respecto detalla que “luego de una primera etapa de adaptación, las personas han

logrado hacer su trabajo con relativa normalidad y coordinarse de forma efectiva con sus jefaturas”.

Sin embargo, dice que se trata de una circunstancia especial de teletrabajo, ya que implica un mayor esfuerzo para conciliar temas del hogar o la familia con lo laboral. “En ese contexto el reconocimiento al compromiso de los colaboradores es aún mayor, pues ha permitido que la empresa siga funcionando y operando al cien por ciento”.



RODRIGO CORTÉS, abogado, gerencia Legal y Asuntos Corporativos.

“ Mis compañeros y jefatura han ayudado mucho a que este proceso (de integrarme a la Compañía) sea una experiencia positiva y enriquecedora. El hecho de ingresar en modalidad de teletrabajo lo convierte en un desafío para ellos también. Lo cierto es que la relación, aunque por vía remota, se siente muy cercana.

Lo más difícil del teletrabajo ha sido encontrar un espacio en la casa, que a lo mejor antes lo destinabas para actividades recreativas, y transformarlo en tu nueva 'oficina'. Afortunadamente, con el paso de los días se hace cada vez más fácil. Para esto es vital respetar la desconexión y crear rutinas saludables fuera del horario de trabajo. Lo que más me ha gustado es la sensación de seguridad en casa, teniendo en cuenta la situación en la que estamos por el COVID-19”.

JUAN PABLO ÁLVAREZ, analista de Formación, gerencia de Personas.



“ Cuando ingresé a Abastible el equipo me dio una bienvenida increíble. Todos han dedicado tiempo para que tenga claridad de cómo funcionan las cosas. Ya estaba acostumbrado a trabajar de forma remota, pero es extraño no conocerlos físicamente. Este modo de comunicación permite que podamos conocer aspectos de cada uno que no hubiéramos podido en una situación normal. Es diferente, estás en tu casa y por lo mismo, compartes cosas más personales.

Del teletrabajo, lo que más me ha gustado es ahorrar tiempo en el trayecto al trabajo. Y lo que menos me ha gustado es no poder conocer las plantas. Pero ese no es problema del teletrabajo, es problema de la cuarentena”.



PIERO ORELLANA, ejecutivo de Gestión de Clientes, gerencia Comercial.

“ Ingresar a la Compañía en modalidad de teletrabajo ha sido una buena experiencia. Cuento con el apoyo del equipo para enseñarme a distancia y resolver las dudas que puedan surgir. Es un grupo muy ameno. A algunos los alcancé a conocer antes de que empezáramos con el teletrabajo.

Lo más difícil del teletrabajo es que en la casa a menudo te distraen o conversan. Lo mejor es que uno se ahorra el tiempo de viaje a la oficina”.



PAULINA SMITH, jefe de Administración y Gestión Zona Sur.

“ En condiciones normales podría tener una evaluación muy positiva, considerando que los niños estarían en el colegio o en el jardín. Hoy es distinto a esa realidad. En lo personal, debo dividir mis tiempos entre clases, pruebas, disertaciones, almuerzo y trabajo. Más aún, tengo una chiquita de dos años que es totalmente dependiente. Mi esposo trabaja fuera por lo que no me puede ayudar con esas labores.

Lo positivo es que puedo saber lo que sienten día a día mis pequeños. Veo sus avances y comparto sus inquietudes. En el trabajo, lo que más me gusta es ver

que cuando alguien tiene una duda, todos intentan ayudar para darle solución o facilitar su gestión (en un grupo de WhatsApp que tengo con mi equipo). Al menos una vez a la semana les pregunto por ellos, por sus familias. Es importante saber que pueden contar con alguien en este periodo y más aún darles contención si así lo requieren.

Son tiempos difíciles, pero estamos en una empresa que nos ha dado todo el apoyo. Desde el día uno nos dio la posibilidad de trabajar en nuestras casas para evitar contagios. Ánimo a todos. #JuntosLoEstamosLogrando”.

PAULINNA NASI, jefe de Administración y Gestión Zona Centro Norte.

“ Lo importante es respetar los horarios de trabajo y conversarlo con la familia, para que ellos hagan lo mismo. Tengo un hijo de nueve años y lo ayudo en sus clases; y al mayor, lo superviso.

Lo positivo es tener más tiempo y que puedo organizar mejor mis responsabilidades familiares. Poder compartir más tiempo con mis hijos. Lo negativo ha sido perder la relación cara a cara con mis compañeros, aunque hemos aprendido a comunicarnos mejor y más eficientemente. A través de las videoconferencias podemos ver las expresiones de los demás, lo que facilita reunirse, hablar y hacer compromisos.

He visto todos los materiales que la empresa ha enviado sobre liderazgo y herramientas para sobrellevar este período. Busco estar pendiente de cómo está cada uno y sus familias, saber cómo se sienten, si necesitan algo y transmitirles que lo más importante es el cuidado. Ha sido un periodo de aprendizaje para todos.

Abastible es una muy buena empresa y en este tiempo difícil para todos nos ha cuidado mucho, demostrándonos preocupación por nosotros y nuestras familias”.



El modelo OIEM se vive día a día en Abastible

Conlleva un cambio cultural en la forma de hacer las cosas, que garantiza indicadores de clase mundial en el ámbito de la prevención y la seguridad.

De forma gradual y sostenida sigue avanzando la implementación del Modelo de Excelencia e Integridad Operacional (OIEM), clave en la hoja de ruta que Abastible sigue para ser una Empresa Regional de Clase Mundial. Y es que como su nombre lo indica, se trata de un sistema de gestión de seguridad de procesos que estandariza procesos críticos, estableciendo estándares internacionales en materia de seguridad y prevención de riesgos. Porque para Abastible, la seguridad es la base de todas las operaciones y constituye como tal uno de sus Valores Compañía.

En una primera etapa de diagnóstico, en 2017, se determinaron los riesgos operativos que podrían impactar en los colaboradores, en el negocio y en la reputación de la empresa. En base a ese resultado, se establecieron 12 Elementos y 20 Prácticas Críticas, cuya puesta en marcha comenzó en el área de Operaciones. A la fecha registra importantes avances y una positiva evaluación.

El jefe de Integridad Operacional, Alejandro Fernández, explica que los buenos resultados se traducen en un cambio cultural, que impacta la forma de hacer las cosas. “Todos trabajamos para construir un mejor estándar de seguridad. Hay empoderamiento de parte de los colaboradores. Exigen y hacen cumplir medidas de seguridad para ejecutar sus labores. Se sienten parte importante de la gestión de seguridad de procesos”, asevera.

El empoderamiento es un elemento clave en el modelo OIEM. El jefe de proyecto profundiza en este concepto y explica que cada colaborador es responsable de ejecutar determinadas acciones como parte de su labor, para lo cual requiere conocimientos técnicos, pero también, otro tipo de competencias, como ser capaz de discernir si está haciendo las cosas de forma correcta o no.

EXPANSIÓN A OTRAS ÁREAS

Si bien la etapa de implementación comenzó en Operaciones por ser un área crítica en la Compañía, las buenas prácticas se han ido extendiendo a otras áreas. De hecho, desde el año pasado todas las iniciativas desarrolladas por la subgerencia de Proyectos e Instalaciones en plantas y oficinas de distribución, se ejecutan bajo estándares de integridad y seguridad contenidos en OIEM.

Fernández destaca el trabajo realizado en Patagoniafresh, de Empresas Lansa, planta dedicada a la elaboración de jugos concen-



trados, pulpas de frutas y pasta de tomate. Allí fue instalada una central de gas con dos tanques de 113 metros cúbicos cada uno, sistema de trasvase y descarga de camiones para abastecimiento. Uno de los hitos que relata el experto, es que el proceso culminó con la Práctica Crítica Revisión Previa a la Puesta en Marcha, una instancia que da garantías sobre el correcto funcionamiento de la nueva infraestructura.

“El modelo define criterios de riesgo y en base a ellos se pueden establecer también, los planes de mantenimiento para el año. Es una metodología efectiva, que ayuda a asignar de forma eficiente los recursos”, detalla el jefe de Integridad Operacional.

Contingencia y uso de tecnología

La crisis sanitaria por COVID-19 modificó el calendario de trabajo para este año, que contemplaba continuar la implementación de las Prácticas Críticas y las últimas dos etapas que establece el modelo.

Ante ese escenario surgieron otras alternativas, que consideran el uso de herramientas tecnológicas para mantener una comunicación constante con las jefaturas, compartir información y continuar reforzando las directrices de OIEM. A través de Aula, la plataforma de e-learning y formación de la Compañía, están difundiendo contenidos de capacitación; y en Teams crearon el grupo “Transferencia de información” donde está presente Operaciones, Mantenimiento, Distribución y Producción.

Un paso importante, a pesar de la contingencia, es que se dio inicio a la fase de auditoría. Es un hito, ya que consiste en verificar que el proceso de implementación se esté realizando de forma correcta. “Además, nos permite hacer los ajustes necesarios para garantizar que cumplimos con los estándares de clase mundial”, afirma Daniela Mendoza, jefe de Gestión y Mejora Continua. El objetivo es llevarla a cabo de forma remota y luego, poder comenzar con la quinta y última etapa del modelo, la de mejora continua.

Comunicar en tiempos de COVID-19

A través de redes sociales y medios masivos como radio y televisión, las filiales de la Compañía se conectan con sus clientes y la sociedad, para transmitir mensajes de seguridad, continuidad del negocio, optimismo y esperanza.



NORGAS



“Con cada comunicación que publicamos, buscamos llegar a la mente de nuestros clientes y generar un sentimiento de autorresponsabilidad y responsabilidad colectiva por un bien común”.

CHRISTIAN BARRERA,
COORDINADOR DE MARKETING.

Desde Colombia, destacan que la emergencia sanitaria ha sido una oportunidad para trabajar en nuevas iniciativas, para que los clientes sientan el apoyo y respaldo de la empresa durante la contingencia. La estrategia se ha centrado en el desarrollo de contenidos con un fuerte enfoque social y mensajes que transmitan un sentimiento de cuidado, bienestar, experiencia, respaldo y liderazgo.



Con esa misión en mente, hacen un llamado a los clientes a quedarse en casa y solicitar el producto por canales digitales y call center. Para el Día de la Madre se desarrolló una campaña con la cual se entregaron mascarillas, un producto de primera necesidad en estos momentos y se potenció con una actividad en redes sociales, que tenía como propósito integrar a la familia y a su vez premiar la creatividad de los usuarios.

A lo anterior, se suma la firma de una alianza con Fundación Éxito, a través de la cual donaron alimentos con un alto contenido nutricional a más de cuatro mil familias, a lo largo y ancho del territorio nacional.





DURAGAS

“En los momentos más críticos, la comunicación efectiva y la resiliencia son sumamente relevantes, porque impulsan a seguir adelante a pesar de cualquier adversidad, dando lo mejor de cada uno para hacer que las cosas sucedan”.

ERICK BANO,
GERENTE DE SERVICIOS COMERCIALES.

En opinión del equipo de Ecuador, la crisis sanitaria ha exigido resiliencia para encontrar el equilibrio adecuado que ayude a generar los mensajes correctos. Con cada frase que publican, buscan transmitir optimismo, esperanza y que trabajan con la mejor energía para contribuir al país y ser parte de la solución. “Energía siempre contigo” y “Juntos saldremos adelante”

transmiten el propósito de la marca y se unen al sentir nacional.

Uno de los principales enfoques ha sido la continuidad de servicio y la implementación de todas las medidas de seguridad en centros de trabajo y red de Distribuidores. Junto con lo anterior, han potenciado los canales digitales y call center para que los clientes realicen sus pedidos de gas.

Asimismo, han reforzado su compromiso con las comunidades donde operan, realizando actividades de apoyo como desinfección, donación de víveres y dotación de elementos de bioseguridad. También, fortalecieron los convenios de cooperación con instituciones locales y cuerpo de bomberos como parte del Plan de Sostenibilidad.



SOLGAS



“La pandemia nos impulsa a reinventar nuestra forma de comunicar y acercarnos al cliente. La estrategia que las marcas implementen durante la crisis, y su coherencia con su posicionamiento, definirá su sostenibilidad en el tiempo”.

RODRIGO DE MADALENGOITIA,
SUBGERENTE DE MARKETING.

Desde Perú, detallan que para lograr una comunicación efectiva se deben conjugar dos elementos: el racional y el emocional. En cuanto al primero, destacan los principales atributos de la marca; es decir, seguridad, rendimiento y cobertura. Respecto a lo emocional, buscan situaciones que reflejen los distintos roles que cumplen los integrantes de una familia, fomentando la empatía y cercanía con la comunidad.

En ese contexto, se han centrado en informar sobre protocolos de desinfección, recomendaciones para prevenir el contagio por COVID-19 y celebrar fechas importantes como el Día de la Madre y el Día del Padre. Además, otorgaron ayuda a sus

clientes mediante charlas informativas, para brindarles recomendaciones sobre cómo adaptar sus negocios en la coyuntura actual. Fueron realizadas con la ayuda de un consultor externo.

También, para apoyar la labor y seguridad del Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú, donaron guantes, mascarillas y alcohol de 96° a las compañías que se encuentran cercanas a las plantas.



EDUARDO ROLDÁN, AYUDANTE GRANEL, PLANTA MAIPÚ:

“La empresa ha hecho cosas muy importantes en esta pandemia”



Día a día Eduardo Roldán sale a las calles de Santiago para abastecer a los clientes de gas granel, una importante labor que incluye recorridos fuera de la Región Metropolitana y que lo han llevado a localidades como Los Andes, San Felipe, Graneros, San Fernando y Rancagua. Eso es lo que más disfruta de su labor en Abastible.

“Me gusta estar en terreno porque cada día es diferente. Sales de la planta y todo es distinto, el tránsito, los clientes, la ruta”, dice.

De la empresa destaca la estabilidad y seguridad que otorga, además de los beneficios, premios y becas que tiene disponibles para los colaboradores y sus familias. En estos momentos de contingencia sanitaria por el COVID-19, valora la permanente preocupación por la salud de las personas.

“En mi ámbito de trabajo nos entregan guantes, protector facial, mascarillas, alcohol gel, trajes de protección para atender clientes o acudir a sectores de alto riesgo. Contamos con los implementos para pasar esta pandemia”.

EL VALOR DE LA FAMILIA

Está casado hace 27 años con María Ubilla. Su hijo Eduardo tiene 22 años. Está profundamente orgulloso por sus logros. Es estudiante de kinesiología y ganador de una de las becas de educación superior que entrega la Compañía. Cursa quinto año en la Universidad de Los Andes y cuenta con una beca de estudios gracias a su excelente rendimiento académico.

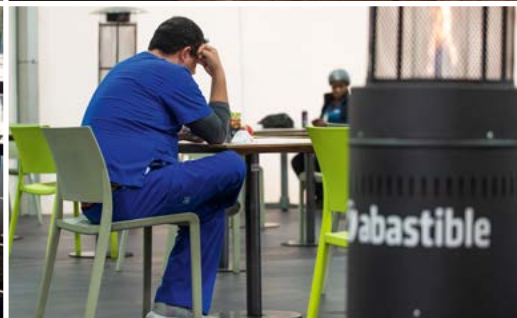
“Le fascina kinesiología y eso me tiene súper tranquilo. Es impagable levantarse en la mañana e ir a un trabajo que a uno le gusta”. Añade que una de las enseñanzas que junto a “Mary” le han inculcado es aprender a elegir, siempre apoyándolo y guiándolo hacia las buenas decisiones. También, lo han educado en base a valores esenciales como el respeto, la responsabilidad, el ser justo con las demás personas y siempre ir con la verdad por delante.





Instalación de una carpa comedor calefaccionada

Permite a los funcionarios del Hospital de Urgencia Asistencia Pública, Posta Central, aplicar el distanciamiento físico necesario en lugares de reunión. Además, se implementó una solución energética de alta complejidad para calefaccionar un área que estaba cerrada y ampliar la capacidad de camas críticas.



Calefacción para hogares dependientes del Servicio Nacional del Adulto Mayor



Hogar San José, Cabildo.



Hogar Villa Nazareth, Tomé.



Hogar Don Orión, Antofagasta.



Hogar Unión Árabe, San Miguel.



Hogar San Francisco de Asís, Castro.



Hogar Hermano Mayor, Peñaflores.



Hogar Lizandro de La Fuente, Ñiquén.



Hogar Julio Navarro, Antofagasta.



Hogar San José de Ñipas, Ranquil.



Albergue Hogar de Cristo, Coyhaique.



Puerto Montt.



Albergue Cofeduc, Arica.



Albergue Casa Nazareth, Puerto Montt.

Calefacción para albergues administrados por el Ministerio de Desarrollo Social y Familia



Albergue Tabor, Antofagasta.



Albergue Mission Golden, Región Metropolitana.



Albergue Municipalidad de Coquimbo.



Albergue Sempiterno, Concepción.



Abastible solidario

Alto Hospicio.



Renca.

Campaña "Chile Comparte Calor"

Abastible y la organización social Techo formaron una alianza para ayudar a miles de familias que viven en campamentos.



Renca.



Alto Hospicio.



Renca.



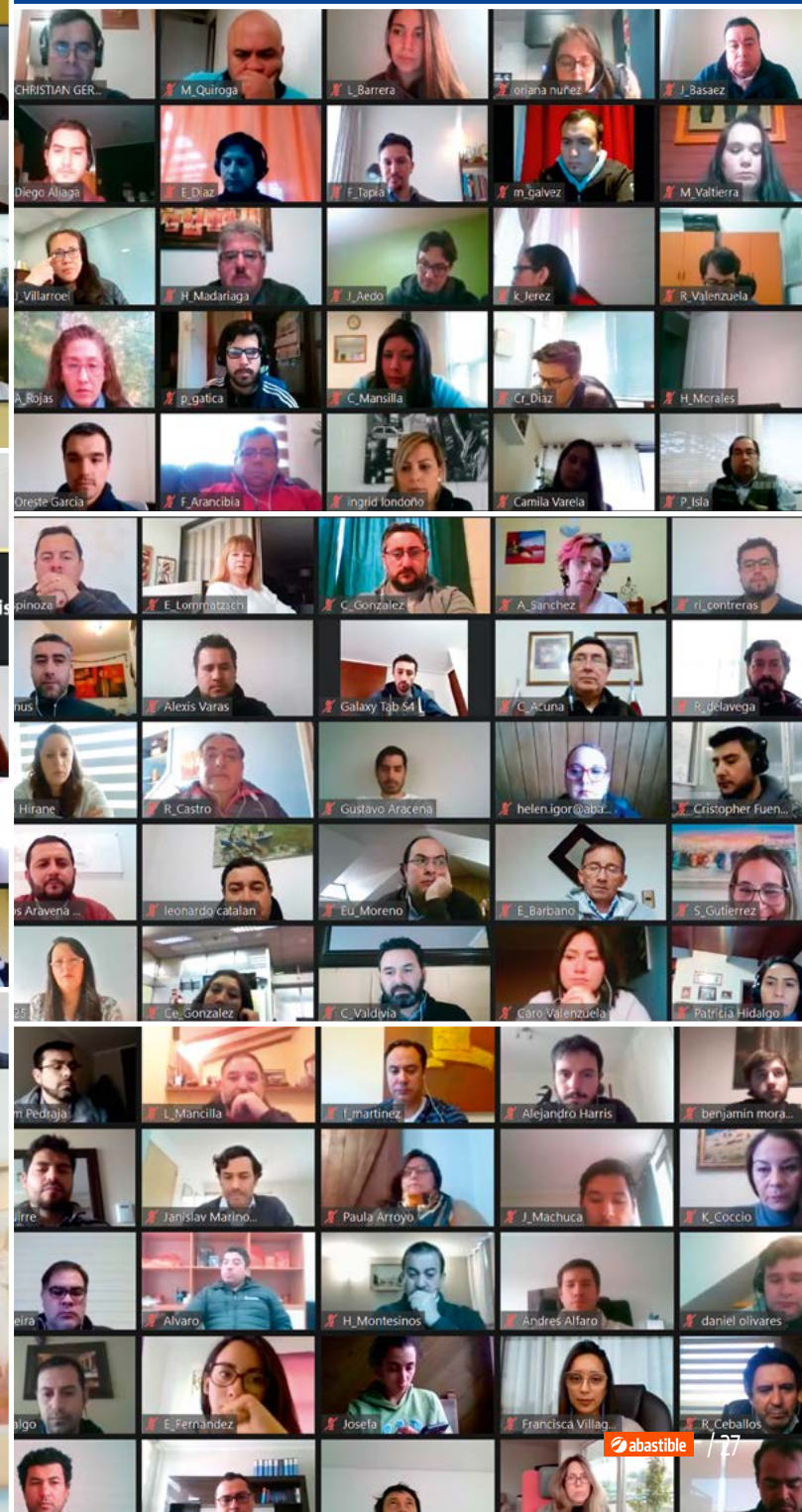
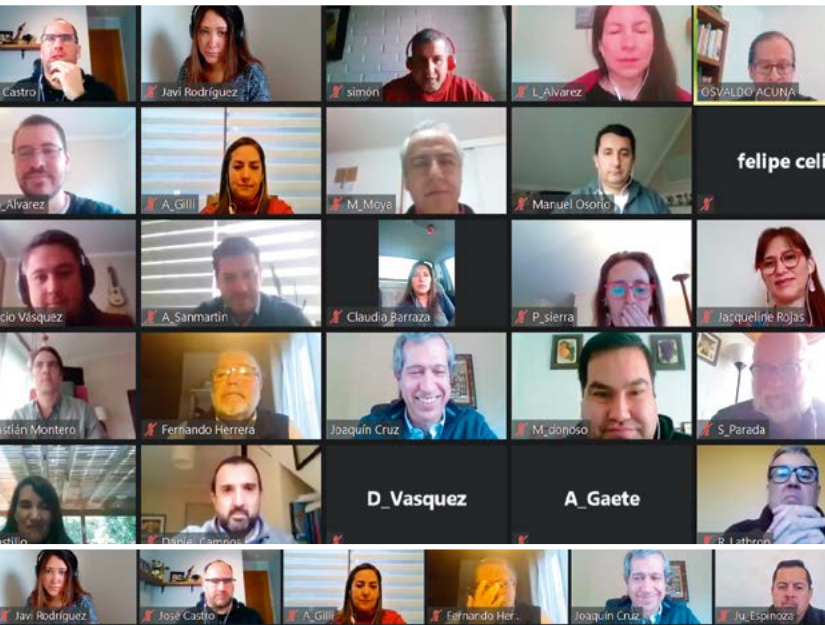
Alto Hospicio.



Alto Hospicio.

Conversatorio con Joaquín Cruz, Gerente General

El propósito de esta instancia fue dar continuidad al Plan de Comunicación de Abastible. Participaron 550 colaboradores, todos en modalidad de teletrabajo. Se abordaron distintas temáticas como trazabilidad de casos COVID-19, medidas sanitarias en plantas y oficinas de distribución y transformación digital.





i-NOW TALKS junto a Federico Sánchez

En julio se desarrolló una nueva versión de este ciclo de charlas sobre innovación, en la que participó el destacado arquitecto, académico, conductor de televisión y radio e impulsor de tendencias en base a la creatividad. Conversó con los colaboradores sobre "La cultura como antídoto del aburrimiento".

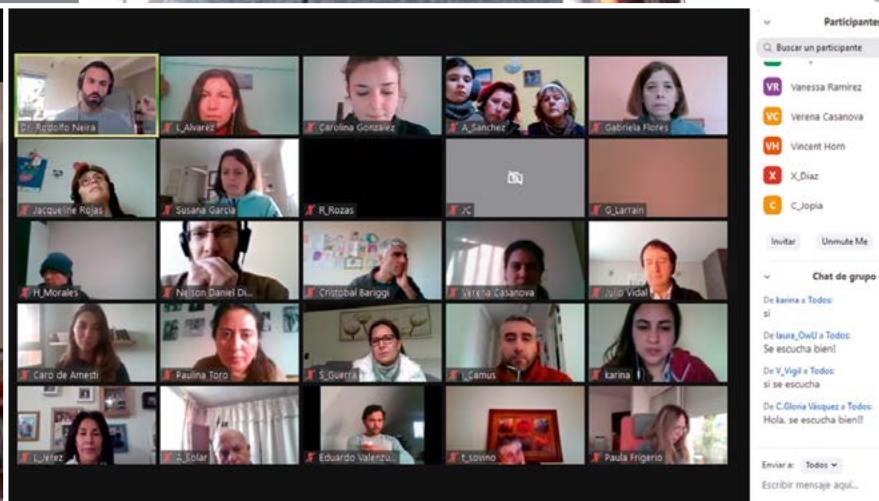


Vincent Horn

Subgerente de Laboratorio de Innovación y Cultura

Charla con el doctor Rodolfo Neira

El tema central fue el "Sistema inmune: más allá del COVID-19", instancia en la que motivó y entregó consejos a los colaboradores para que adopten un estilo de vida saludable, que fortalezca su salud. Además, se refirió a la contingencia sanitaria.



Renato Javier Villar González,
hijo de Luz González, jefe de Control de Gestión de Marketing.

13-01-2020

Trinidad Azócar Sanfuentes,
hija de Carlos Azócar, ingeniero de Procesos.

20-01-2020

Farah Chávez Garcete,
hijo de Elías Chávez, operador Funcional, Planta Iquique.

25-01-2020

Florencia Ignacia Herrera Miranda,
hija de Diego Herrera, coordinador de Servicio Técnico.

06-02-2020

Issabela Antonia Tito Bordonas,
hija de Emerson Tito, operador de Medidores La Serena.

10-02-2020

Matilda Apollonia Urra Vásquez,
hija de José Urra, analista de Contabilidad.

18-02-2020

Sofía Antonia Volke Contreras,
hija de Alexander Volke, administrativo de Finanzas.

02-03-2020

Isidora Ignacia Henríquez Vargas,
hija de Daniela Vargas, analista de Contabilidad.

13-03-2020

Isabella Valentina Aponte Vásquez,
hija de Pauling Aponte, inspector de Instalaciones.

01-04-2020

Skyla Daenerirys Ramos,
hija de Félix Ramos, operario, Planta Maipú.

04-04-2020

Fiorella de los Ángeles Bonett Tirado,
hija de Robinson Bonett, encargado administrativo, Oficina de Distribución Iquique RG.

09-04-2020

Simón Fuentes Gallardo,
hijo de Cristián Fuentes, Bodeguero.

09-04-2020

Emilio Jamal Jiménez Villarroel,
hijo de Malcom Jiménez, gestor de Proveedores.

09-04-2020

Valentina Isabella Sánchez Carrillo,
hija de María Gabriela Carrillo, administrativo Medidores V Región.

15-04-2020

Julieta Araya Cisterna,
hija de Christian Araya, administrativo, Planta El Peñón.

15-04-2020

Alonso León Ojeda Ochoa,
hijo de Marco Ojeda, controlador de Cilindros y Bodega, Planta Coyhaique.

05-05-2020

Emiliano Valentín Carrasco Oyarzo,
hijo de Alex Carrasco, operador Zona de Tanques, Planta Osorno.

11-05-2020

Lucas Rojas Errázuriz,
hijo de Benito Rojas, jefe de Mejora Continua.

13-05-2020

Adiens Emmanuel Arsene Savilon,
hijo de Orvilus Arsene, operario, Planta Maipú.

21-05-2020

Maximiliano Alexis Umaña Soto,
hijo de Lorena Soto, administrativo cobranzas VII Región.

28-05-2020

Vicente Javier Meneses Ramírez,
hijo de Guillermo Meneses, encargado de Flota Zona Norte.

01-06-2020

Laura Sofía Collao Santos,
hija de Lorena Santos, secretaria, Planta Concón.

09-06-2020

Nathaniel Enrique Leal Reyes,
hijo de Daniela Reyes, comprador.

09-06-2020

Baltazar Jesús García Díaz,
hijo de Freddy García, jefe de Ventas, VI Región.

24-07-2020

ABASTIBLE TE DESAFÍA

UNE LAS SÍLABAS Y ENCUENTRA LAS PALABRAS

Reflejan el actuar de Abastible.

► Se asocian a solidaridad

Bien	yo
Bene	ciudad
Apor	tecer
So	ficios
Com	estar
Voca	tar
Apo	ción
Abas	promiso

- Bienestar
- Beneficios
- Aportar
- Sociedad
- Vocación
- Compromiso
- Apoyo
- Abastecer

SOLUCIÓN

► Se asocian a sostenibilidad

Comu	ciones
Per	ambiental
Solu	ciencia
Desa	nidad
Efi	sidad
Segu	sonas
Medio	ridad
Diver	rolo

- Comunidad
- Personas
- Soluciones
- Desarrollo
- Eficiencia
- Seguridad
- Medioambiental
- Diversidad

SOLUCIÓN

ANAGRAMAS

Descubre la palabra.
¿Una pista? Son animales.

1. Morceguila
2. Rubor
3. Atrapen
4. Presiente
5. Tribuno
6. Encojo
7. Almaceno
8. Neurálgica

1. Murciélago
2. Burro
3. Pantera
4. Serpiente
5. Tiburón
6. Conejo
7. Camaleón
8. Lucérnaga

SOLUCIÓN

¡ADIVINA BUEN ADIVINADOR!

En marcar está el comienzo
y en mentir está el final,
el final es el comienzo
y el comienzo es el final.
Soluciona este problema
y mi nombre acertarás.

Carmen

SOLUCIÓN

NUEVA NORMATIVA



Ahora todos pueden ahorrar con Abastible, el líder en gas licuado vehicular

Convierte tu auto particular con nosotros



Ahorra hasta un **46%*** en combustible.



Mayor Autonomía: dualidad Gasolina-GLP.



Kits GLP de última generación.



Amigable con el medio ambiente.



Amplia red de Estaciones de Servicio y Talleres de Conversión de Arica a Puerto Montt.



18 Años de experiencia en conversiones y venta de gas vehicular.



Llámanos al

800 208 800

o escríbenos al

+569 3384 4403



abastible.cl/autogas



[abastibleAutogas](https://www.facebook.com/abastibleAutogas)



[abastibleautogas](https://www.instagram.com/abastibleautogas)

Se pueden convertir todos aquellos modelos certificados que usen como combustible de fabricación gasolina, con máximo 5 años de antigüedad, sujeto a factibilidad técnica (revisión mecánica). Revise los modelos disponibles para conversión en nuestra página abastible.cl/autogas/cotiza-tu-kit.

*Ahorro basado en precios promedio a nivel nacional del primer trimestre 2020 (\$896 por litro de gasolina 95 octanos y \$390 por litro de GLP).

Calefacción para la Posta Central

"Cuando empezamos a usar la carpa calefaccionada los contagios prácticamente desaparecieron en nuestro personal".

Doctor Osvaldo Carrasco.
Director de la Posta Central.

Contribuimos a la Posta Central mediante la donación de una carpa casino calefaccionada de 375 m2 y la implementación de una de nuestras soluciones energéticas, con dos generadores eléctricos a gas, para calefaccionar otros 400 m2. Lo anterior permitió el distanciamiento social del personal y liberar espacio para la atención de pacientes UTI.

Más información en beneficios.abastible.cl



 **abastible**