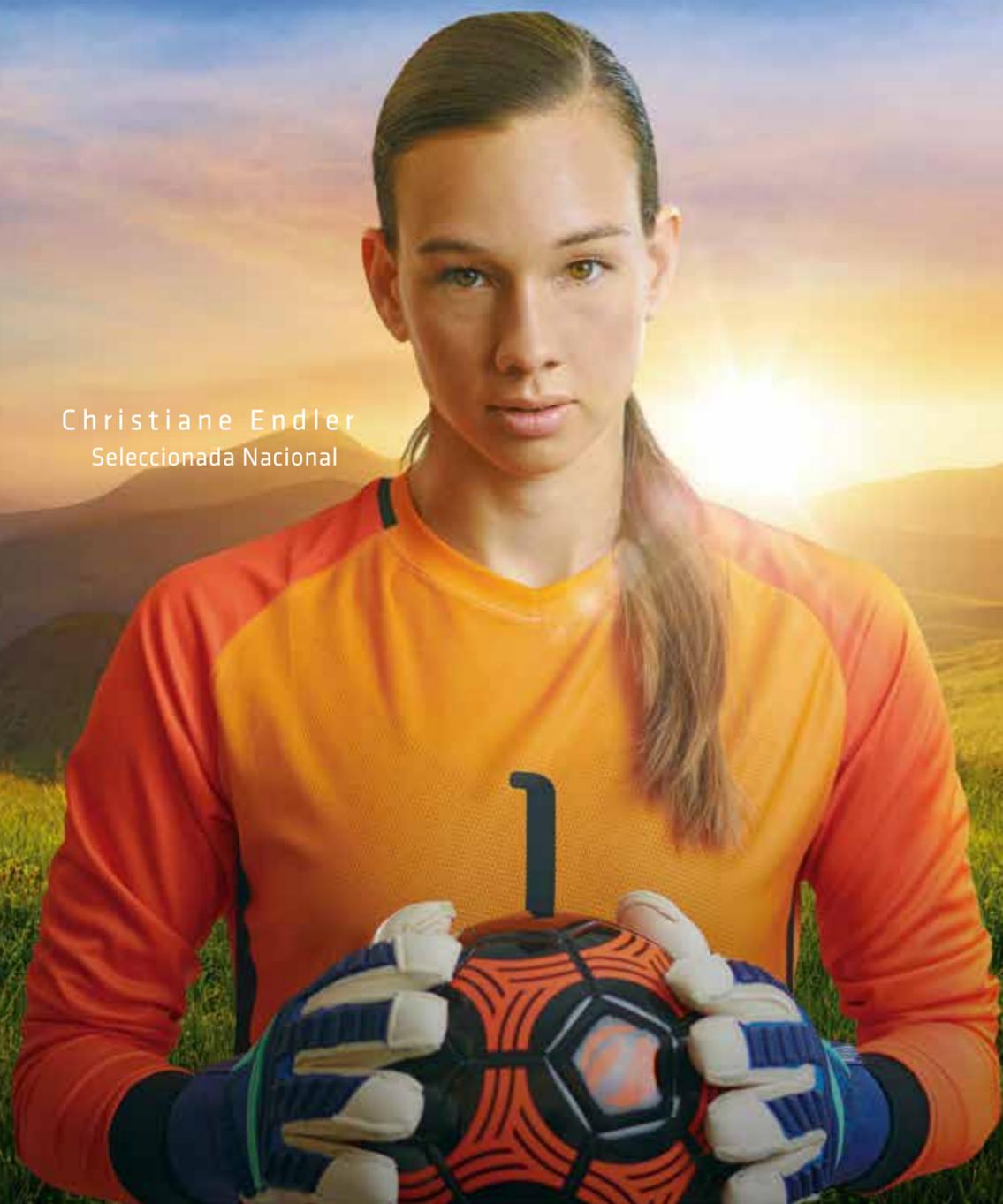


**Mujer,**  
nunca antes tu corazón  
tuvo tanta energía.

 **abastible** La energía de vivir

Christiane Endler  
Seleccionada Nacional



Julio 2018

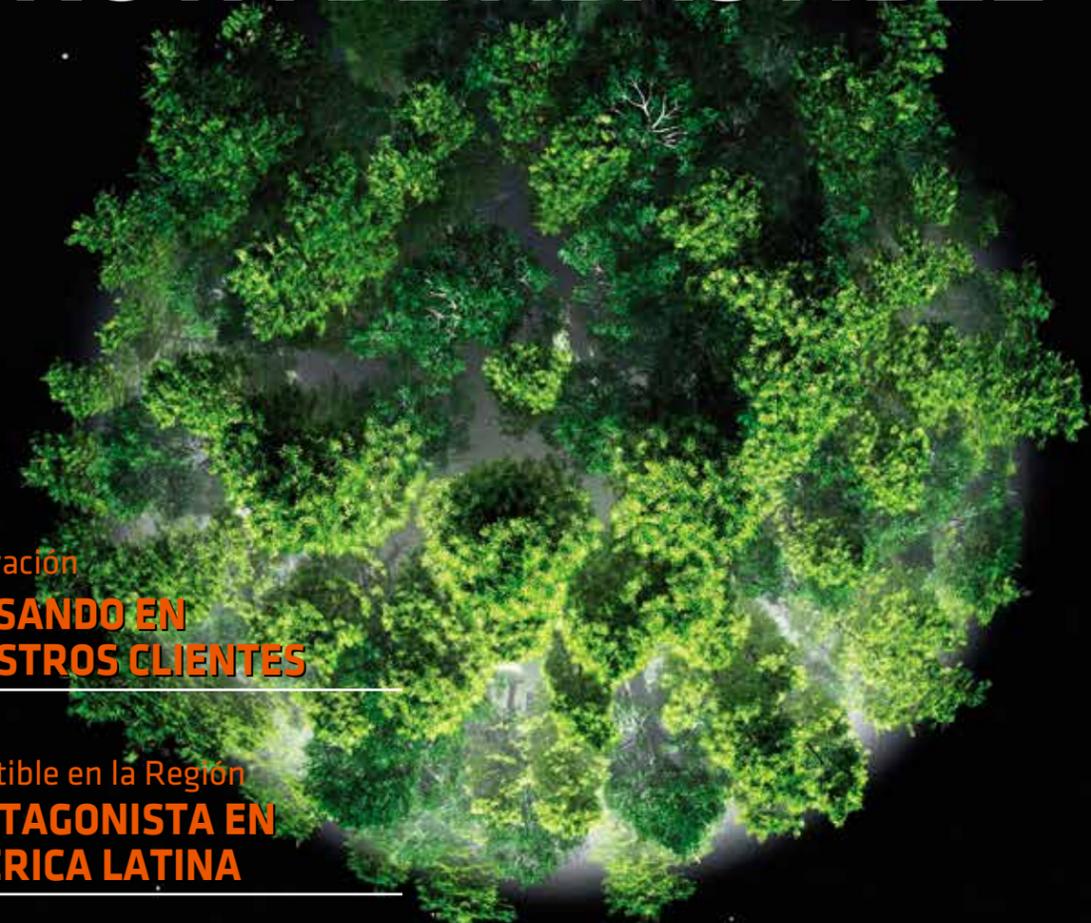
**abastible**  
la energía de vivir

**LA NUEVA HOJA DE  
RUTA DE ABASTIBLE**

Innovación  
**PENSANDO EN  
NUESTROS CLIENTES**

Abastible en la Región  
**PROTAGONISTA EN  
AMÉRICA LATINA**

Abastible por dentro  
**PLANTA COYHAIQUE**



# Nuevamente nos llenan de orgullo



Gracias por preferir nuestra energía y otorgarnos por segundo año el premio a la compañía con mejor reputación corporativa en la categoría Energía, de acuerdo con la medición RepTrak de este año. Nos sentimos orgullosos de compartir la energía de vivir junto a ustedes.

**Abastible, La energía de vivir**

**Ri** Reputation Institute

**triangular**  
INTEGRACIÓN ESTRATÉGICA



**abastible**



**JOAQUÍN CRUZ**  
Gerente General

Director: Ángel Carabias J.  
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

## INDICE

pág. 04/05  
**En todo Chile**

pág. 12/13  
**Nuestro negocio:  
Abastible Autogas  
lanza nueva tecnología**

pág. 16/17  
**Abastible por dentro:  
Planta de Coyhaique**

pág. 20/21  
**Nuestra cultura:  
Vive la seguridad**

pág. 24/25  
**Tips**



pág.6

**INNOVACIÓN**



pág.14

**LA NUEVA  
HOJA DE RUTA  
DE ABASTIBLE**



pág.8

**ENTREVISTA  
FELIPE CELIS**



pág.18

**HACER LAS  
COSAS BIEN**



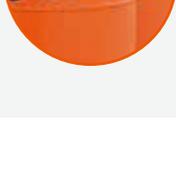
pág.10

**LA CADENA  
PRODUCTIVA  
DE ABASTIBLE**



pág.22

**PRESENCIA  
REGIONAL DE  
ABASTIBLE**



## Abastible en dos ruedas

Una gran idea tuvo nuestro colaborador Danilo Álvarez, operador Medidores de Pudahuel, quien junto a un grupo de compañeros de trabajo presentaron un proyecto a los Fondos Concursables que ofrecemos en la compañía.

La idea -“Abastible en dos ruedas”- consistió en la compra de 6 bicicletas desarmables que permiten a los trabajadores de Medidores Pudahuel trasladarse de un lugar a otro -para tomar

lecturas y repartir boletas-, acortando tiempos de distancia y costos de transporte. “Es una buena forma de hacer ejercicio y descongestionar la ciudad”, comenta con entusiasmo Danilo.

Lo mejor del proyecto presentado es que mejora la calidad de vida de los colaboradores de la empresa en temas que ellos mismos consideran importantes a través de iniciativas propias y con excelentes resultados.



## Abastible apoya a Red de Alimentos



Porque en nuestra compañía la labor social es importante, hemos realizado, como parte de la alianza con Red de Alimentos, la primera campaña de recolección interna. Se incentivó a los colaboradores de oficina Apoquindo a cooperar con kilos de arroz para sumarlos a la cadena de distribución de alimentos que realiza la Red a instituciones, centros

de rehabilitación, comedores abiertos, hogares de acogida, entre otros.

Constancia, responsabilidad social y compromiso son valores fundamentales para el desarrollo de la empresa y el poder acercarnos a las personas a través de Red de Alimentos es una experiencia gratificante para Abastible y sus colaboradores.

**Esta campaña se realizará durante todo el año.**

## Planta Concón: Conduce a la defensiva

Sesenta colaboradores fueron capacitados en un curso de Conducción a la Defensiva, impartido por la Mutual de Seguridad, que incluyó a contratistas de Distribución, Envasado, tripulaciones de Granel, técnicos de emergencias, personal de medidores de Viña del Mar y ejecutivos a cargo de vehículos.

Los objetivos fueron crear conciencia de la importancia de la conducción a la defensiva y mostrar los riesgos aparejados a la conducción bajo los efectos del alcohol y al uso del celular.



## Trekking y descenso en Cascada



Cascada de Puerto Varas. La experiencia de caminatas bajo la lluvia y descenso vertical de la cascada (35 metros de altura) concluyó con una cena de camaradería para los 17 senderistas.

La oficina de Distribución de Puerto Montt ganó un Fondo Concursable y realizó la actividad "Caminando Juntos" el 19 de mayo en el sector

Conexión interpersonal y con la naturaleza, comunicación, confianza y trabajo en equipo fueron las ganancias de una actividad que todos quieren que se repita.



## Caminata del Deportivo Lengua



La actividad convocó a una veintena de personas, entre trabajadores y sus familias, y tuvo actividades deportivas y botánica, ya que un guía les fue ilustrando acerca de las características de los árboles del "bosque valdiviano", escenario de la caminata.

Un recorrido de dos horas por el bosque nativo del Parque Jorge Alessandri realizaron los integrantes del Deportivo Planta Lengua en Talcahuano.

Ahora la idea es realizar una segunda jornada, pero nocturna.

## Acuerdos regionales buscan mejorar el servicio

En Concepción se llevó a cabo un encuentro tripartito entre las áreas de Producción, Distribución y Ventas de la VIII y IX Regiones. El objetivo de esta actividad es levantar las necesidades de cada área con la finalidad de tomar acuerdos para ser más eficientes y eficaces.

También se busca promover una cultura de trabajo en equipo entre las áreas, cumplir las expectativas comerciales e impactar de forma positiva en el servicio que entregamos a los clientes.

Durante la actividad se tomaron 18 acuerdos de servicios enfocados a mejorar los procesos internos de cada área.



# Abastible La innovación como eje de nuestra cultura

Potenciar la innovación, situándola en el centro del negocio e insertándola en la cultura de la empresa, es uno de los objetivos estratégicos de Abastible.

**C**uando Abastible comenzó su proceso de internacionalización, decidió ser una empresa de clase mundial, lo que implica operar bajo los más altos estándares de eficiencia y calidad.

Una de las aristas fundamentales para avanzar en este camino es generar una cultura orientada a la innovación, no sólo en lo tecnológico, sino en la manera de mirar el negocio y de buscar nuevas formas de agregarle valor.

Por ello se definió que la innovación es uno de los ejes centrales de la estrategia del negocio y un factor clave para seguir creciendo y construyendo, con la ayuda de todos los colaboradores, una compañía líder en la Región. Por ejemplo, implementando soluciones que contribuyan a fortalecer la experiencia de los clientes y potenciando el desarrollo de competencias de innovación en los colaboradores.

En definitiva, se busca potenciar la innovación para construir una compañía que esté a la vanguardia tecnológica, que sea cada vez más ágil, moderna y competitiva en el largo plazo. Una empresa que se anticipe a las tendencias y cambios de la industria y del mercado y que sea capaz de aprovechar las oportunidades que ofrece la revolución digital.

## **i-NOW el programa de innovación**

La creación de una gerencia especialmente dedicada es un aporte fundamental para enfrentar el desafío. Para esto se creó i-NOW, el programa a través del cual se busca darle estructura y sistematización a la innovación en la compañía.

A través de i-NOW se busca aprovechar el enorme potencial de innovación que existe en los trabajadores pero también en los

distribuidores, clientes y proveedores. A través de i-NOW se ponen a disposición de la organización una serie de herramientas, canales de participación, actividades formativas, metodologías, talleres y un equipo dedicado a fortalecer la gestión de la innovación en la compañía.

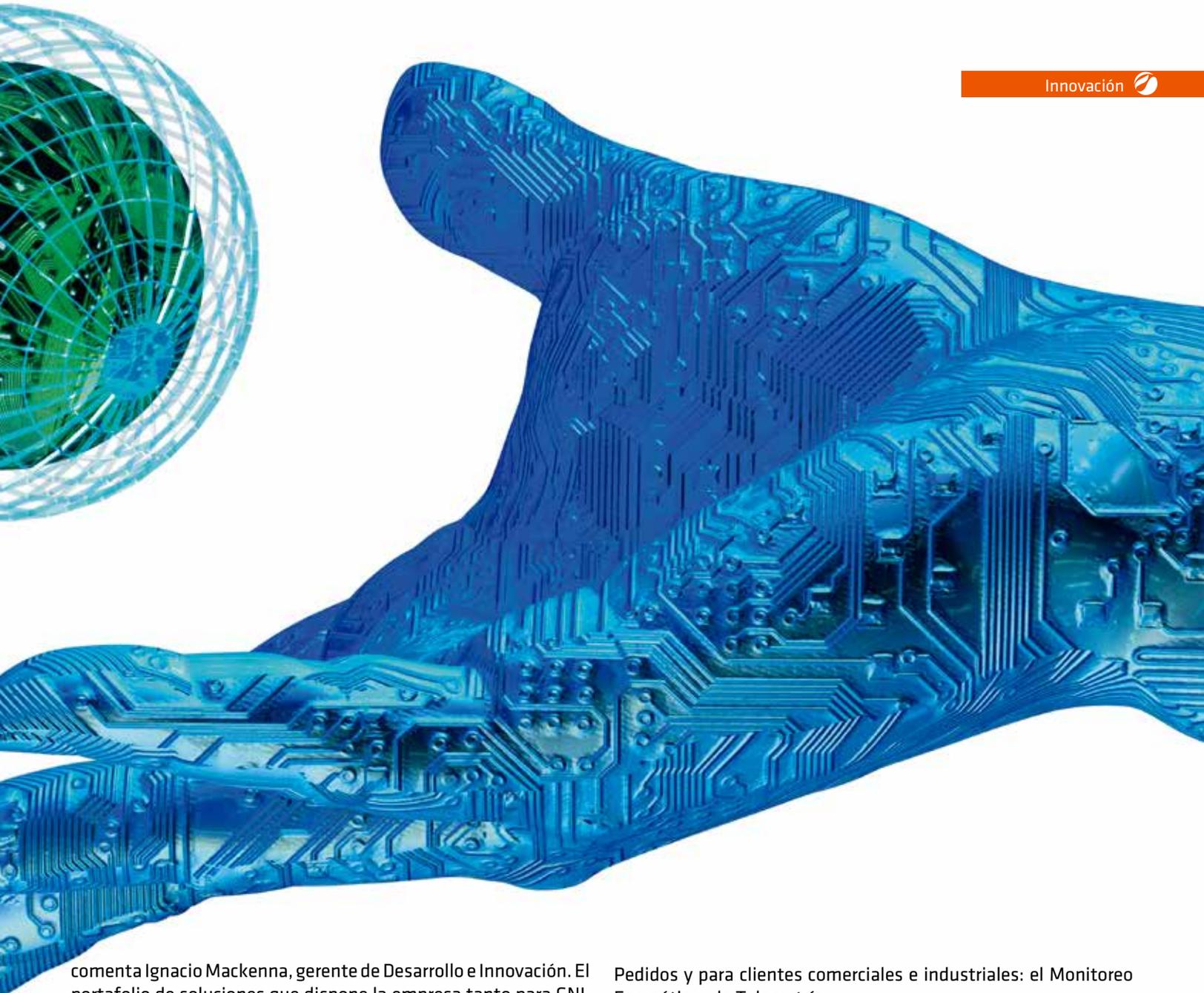
## **Cultura para Innovar**

Un principio básico del Programa i-NOW es construir una cultura organizacional en la que se fomente abiertamente la innovación a través de la participación colaborativa de todos los trabajadores. Cada uno de ellos, dentro de su propio rol en la empresa, es invitado a vencer la rutina diaria y a usar su creatividad, conocimiento y entusiasmo para proponer ideas que le permitan a la compañía seguir mejorando.

Este año se lanzará una nueva iniciativa llamada “i-NOW para todos”, consistente en aplicar metodologías y desarrollar competencias de innovación para resolver desafíos específicos en los equipos de trabajo. De esta forma, cada equipo que participa, identifica, desarrolla e implementa soluciones para sus propios retos, que le terminan aportando valor al negocio.

## **Experiencia del cliente con valor agregado**

La venta y distribución de GLP es un commodity con poco espacio de diferenciación. Sin embargo, “estamos muy optimistas respecto al futuro. Para clientes industriales y comerciales, existe un enorme potencial de crecimiento si consideramos que Abastible puede ofrecerles a nuestros clientes soluciones o servicios energéticos con valor agregado que nos permitan diferenciarnos y mantener nuestro liderazgo en cada mercado”



comenta Ignacio Mackenna, gerente de Desarrollo e Innovación. El portafolio de soluciones que dispone la empresa tanto para GNL como para GLP, incluye: generación, cogeneración, trigeneración, soluciones solares y fotovoltaicas, bombas de calor, optimización calderas de vapor, suministro de energía eléctrica, centrales ultra eficientes, entre otros.

Con respecto al negocio de envasado, también existe un enorme potencial para agregar valor a nuestros clientes, en la medida que Abastible se adapte exitosamente a la revolución digital, aplicando y adaptando nuevas tecnologías que apunten a fortalecer el servicio y la experiencia de consumo.

Una vez situado el cliente al centro del negocio, la compañía ha desarrollado i-NOW Lab, una incubadora de soluciones innovadoras que busca sistematizar y acelerar la innovación fortaleciendo la experiencia de los clientes y buscando diferenciación en el mercado.

A través de i-NOW Lab Abastible ha llevado a cabo algunos proyectos de transformación digital que han sido exitosos. Para clientes residenciales: el Medidor Abastible y el Botón de

Pedidos y para clientes comerciales e industriales: el Monitoreo Energético y la Telemetría.

## Estrategia Digital

Con el objetivo de estar a la altura de las expectativas de sus clientes, Abastible está trabajando en una estrategia digital que incluya IoT (tecnologías de internet de las cosas), robótica en las plantas, big data e inteligencia artificial asociada a ruteos y al conocimiento del cliente del siglo XXI. Éste, cada vez más exigente, informado y consciente de sus derechos, quiere hacer todo en forma rápida, simple e inmediata, con toda la información disponible en tiempo real y sin tener que esperar en un call center.

Por eso, la digitalización de la experiencia del cliente es parte fundamental de la estrategia para fortalecer el servicio y facilitarle la vida a las personas. Para ellos, se debe comenzar por tener mapeados todos los puntos de contacto, desde lo que llamamos la inspiración, que es cuando una persona piensa a quién va a llamar para pedir gas, pasando por el proceso de compra, instalación si lo requiere, despacho, pago, hasta la posventa.

Entrevista a Felipe Celis, gerente comercial:

# “Este es un mundo nuevo y desafiante”

En julio cumple un año en la compañía. Está contento, y se le nota. Siente orgullo de aportar a la empresa líder en Chile en GLP y quiere que ésta se transforme cada día más en “la marca que los consumidores desean”.

**T**engo a mi cargo el Área Comercial, que la componen Ventas, Marketing, Experiencia de Clientes e Integridad de Instalaciones, y nuestro mayor objetivo es muy claro: aumentar la participación de mercado, porque queremos y debemos seguir siendo líderes”, dice el ingeniero comercial Felipe Celis Montt, desde hace un año gerente comercial de Abastible, y con vasta trayectoria en empresas de consumo masivo (13 años en Procter & Gamble y 8 en Beiersdorf). “De vender detergentes o cremas a supermercados y farmacias, me cambié a vender gas a distribuidores y cliente final. Es un mundo totalmente nuevo y lo encuentro desafiante”.

“Actualmente somos líderes en venta total, en Envasado y Autogas -afirma Felipe Celis-, pero aún somos segundos en granel. Entonces, es aquí donde tenemos un gran desafío. Para aumentar la participación de mercado, estamos desarrollando estrategias de ventas enfocadas en los clientes, a través de una correcta segmentación que nos permita captación de nuevos clientes y retención de los actuales. Asimismo, hemos lanzado innovaciones para nuestros consumidores, como la aplicación para celulares (tenemos la app más exitosa, con más de 170 mil descargas); el Botón Abastible, que el cliente pulsa y puede realizar su pedido específico, y el Medidor Abastible, que se instala en el cilindro y avisa en el celular cuánto gas le va quedando”.

## ¿Y en lo referido a marketing?

El año pasado lanzamos un programa de cinco años que busca que nuestra marca sea percibida, por lejos, como la mejor marca de GLP; que sea una marca ciudadana y deseada por los consumidores.

## Plan Invierno

“Todas las áreas de la empresa nos hemos unido alrededor del Plan Invierno, un plan que nace con el fin de asegurar, en primer lugar, que tenemos el stock necesario para satisfacer la demanda en el momento de mayor consumo del año. Una vez asegurado el stock, estamos coordinados con Distribución para llegar a tiempo a todos los clientes según sus requerimientos. Debemos evitar a toda costa que un problema de capacidad nuestro afecte negativamente nuestra participación de mercado. Entonces, nos ocupamos de tener sistemas y procesos eficientes para que nadie se quede sin Abastible”, señala el ejecutivo.

## ¿Cómo se puede hacer crecer el mercado de GLP?

Las fuentes de crecimiento son básicamente dos: el aumento natural de la población (y de casas) y la sustitución de energías. En este último punto, por ejemplo, si toda la gente que hoy utiliza leña se pasara a gas, significaría aumentar al doble el actual mercado nacional de GLP. ¡Es gigante! Además, la industria tiene cada vez más restricciones a energías contaminantes y, como nosotros ofrecemos energía limpia, tenemos una gran oportunidad para seguir creciendo.

## Equipo de trabajo

Felipe Celis destaca que “Abastible es una gran compañía con más de 61 años de trayectoria exitosa. Somos líderes, tenemos una capacidad de reacción impresionante y hoy estamos viviendo un proceso de cambio, de adaptarnos a nuevos estándares de categoría mundial en distintos aspectos, como de seguridad, normativos, de procesos, servicios y productos. Detrás de este desafío, que permitirá seguir consolidando el liderazgo de Abastible para los próximos 60 años, estamos todos: tanto



aquellos trabajadores que tienen mucha experiencia en la compañía como aquellos que hemos llegado en el último tiempo. El ambiente en la empresa es extraordinario y el trabajo es entretenido. Lo paso muy bien en Abastible”.

### “Familiaro” y deportista aficionado

Casado, padre de cinco hijos (3 mujeres y 2 hombres) de entre 13 y 6 años, Felipe se define como “muy familiaro”. “Mi mujer y yo somos de familias numerosas, de ocho hermanos cada una, así que nunca faltan actividades... Nos encanta ir al campo a nuestra casa en Catapilco y también a Viña, a visitar a mis padres”.

Aficionado al trote y empezando con el nado, deportes que le gustan especialmente “porque me dan energía y me despejan; me ayudan a ordenar las ideas, a pensar, a enfocarme y eso es muy bueno”.

### Con trote y nado, sólo le falta subirse a la bicicleta para practicar triatlón...

¡No, nada más lejos de eso! Soy apenas un deportista en formación, que está incorporando algunas actividades para vivir mejor.

### ¿Algún otro hobby?

Me gusta mucho Netflix, sobre todo las series de televisión, pero que ojalá sean de capítulos cortos y no de tantas temporadas.

### Recomiende algunas.

Me gustan mucho las series inglesas de época, como The Crown o Downton Abbey, pero también las de acción como Vikingos y 24, y las de misterio y suspenso. Ahora estamos viendo una francesa, Le Chalet, que nos tiene atrapados.

El año pasado lanzamos un programa de cinco años que busca que nuestra marca sea percibida, por lejos, como la mejor marca de GLP; que sea una marca ciudadana y deseada por los consumidores.





# LA CADENA PRODUCTIVA DE ABASTIBLE

El proceso de producción del gas licuado tiene diferentes etapas. La adecuada realización de cada una de ellas es clave para obtener un producto de óptima calidad con los mayores estándares de seguridad del mercado.

**E**l proceso productivo de Abastible se inicia con el abastecimiento de gas licuado de petróleo (GLP), que puede provenir de tres vías distintas:

- Producción nacional: de la Empresa Nacional de Petróleo (ENAP).
- Mayoristas: por compra a empresas mayoristas que previamente han importado grandes lotes de GLP, el que llega por barco y es almacenado en sus instalaciones en estanques. Un ejemplo de ello es Gasmar, que en su terminal de Quintero cuenta con una capacidad de almacenamiento de 145 mil metros cúbicos de GLP.
- Importación terrestre: mediante adquisición de GLP proveniente de Argentina, transportado en camiones de gran capacidad.

### Recepción y almacenamiento

Luego de la compra del producto, este es transportado en estado líquido a las plantas de Abastible, principalmente a través de gasoductos o en camiones de 20 toneladas y, al llegar a destino, el GLP se almacena en baterías de tanques de 50 toneladas.

Allí, en la planta de Abastible, personal capacitado controla la densidad y temperatura del GLP y toma muestras para analizar la calidad del producto. Posteriormente, el gas licuado pasa por dos líneas de distribución: Envasado (cilindros) y Granel (camiones).

### Envasado cilindros

En otro lugar de la planta se inspecciona la calidad de los cilindros vacíos que estén aptos para ser envasados, revisando la fecha de cumplimiento normativo y daños superficiales del cilindro como también en su válvula. Los que cumplen con el estándar, pasan a llenado, el que se realiza mediante un carrusel automático o básculas estáticas. Finalizado este proceso, se efectúa un control de contenido neto y de detección de fugas, donde se verifica el correcto cierre de las válvulas. Por último, se coloca un sello que asegura la calidad y contenido del balón.

Abastible vende principalmente cilindros para uso doméstico o comercial de distintos pesos y tamaños (5, 11, 15, VM y 45 kilos), Los cilindros VM se usan principalmente para grúas horquillas. Y lo hace a través de sus distribuidores o de Reparto Servicio Hogar.

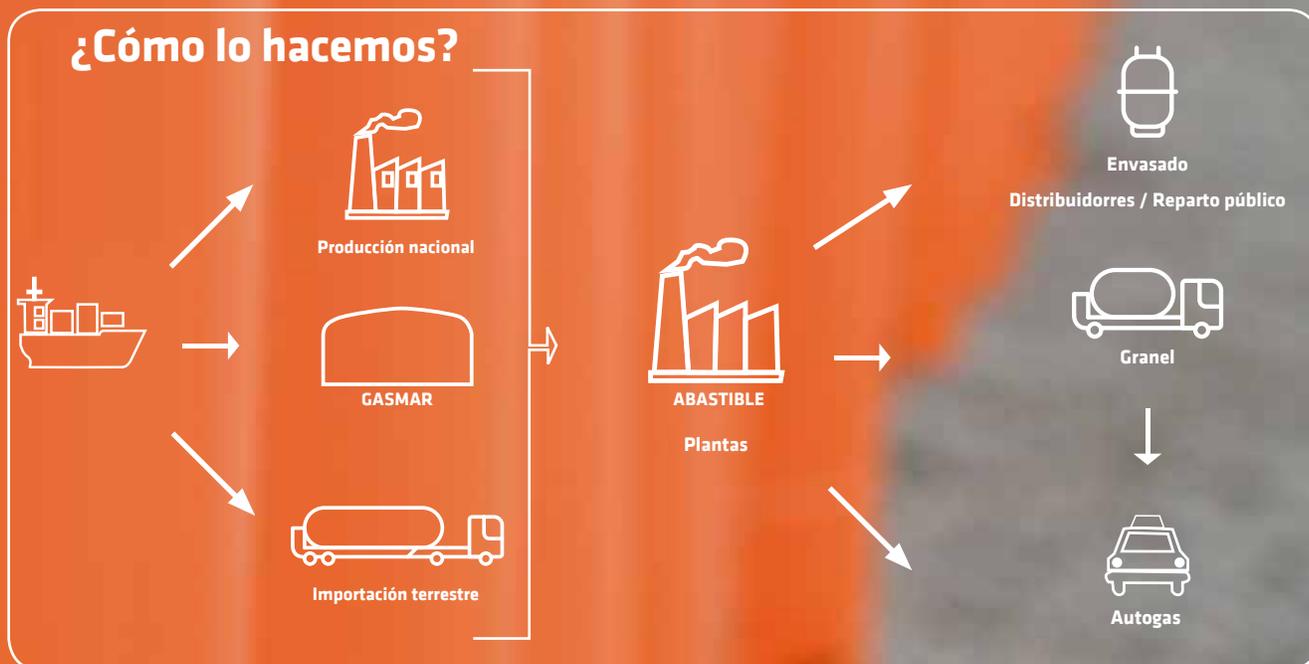
### Granel

Es la otra modalidad que tiene la empresa para la venta del GLP, la que se realiza a través de modernos camiones que abastecen tanques que pueden tener diferentes capacidades, las que van desde el Súper Balón de 300 litros hasta tanques domiciliarios de 4.000 litros.

El sistema de reparto a granel de Abastible es integral y tiene como clientes a conjuntos residenciales que cuentan con los referidos tanques domiciliarios, los que pueden ser subterráneos o estar en la superficie. En caso de edificios o condominios opera el Servicio de Medidores, unidad encargada de la lectura y generación de boletas de consumo de estos clientes.

También compran GLP granel diversas industrias (forestal, frutícola, vitivinícola y tabacalera, entre otras), a las cuales Abastible entrega un Servicio Industrial especializado en la mantención periódica de sus equipos, con eficiencia y calidad, para los procesos productivos que, dada su estacionalidad, requieren mayor atención.

Finalmente, el reparto a granel también se realiza a las estaciones surtidoras de Abastible Autogas.



# Abastible Autogas lanza nueva tecnología de conversión a GLP vehicular

Hoy en Chile hay al menos 20.000 taxis y colectivos a GLP, ya que les permite ahorrar al menos un 30% en combustible.

**A**lrededor de 200 kilómetros diarios recorren taxis y colectivos en Santiago, distancia que considera un gasto significativo en combustible. Esto, sumado al alto precio que han experimentado las bencinas durante el último tiempo, ha impulsado el mercado del gas vehicular, demostrando ser la mejor alternativa para combatir este gasto. De hecho, de acuerdo con cifras del Centro de Control y Certificación Vehicular, la cantidad de taxis, taxis colectivos y taxis de turismo ya alcanza el 25% de la flota total de taxis del país.

Según el subgerente de Abastible Autogas, Álvaro Jara, el aumento de la flota de autos a GLP se explica por el importante ahorro que genera al compararse con las gasolinas tradicionales. “Hoy un taxista puede llegar a gastar hasta 30% menos en un mes si decide utilizar GLP en vez de una gasolina como la de 95 octanos”, explica el ejecutivo.

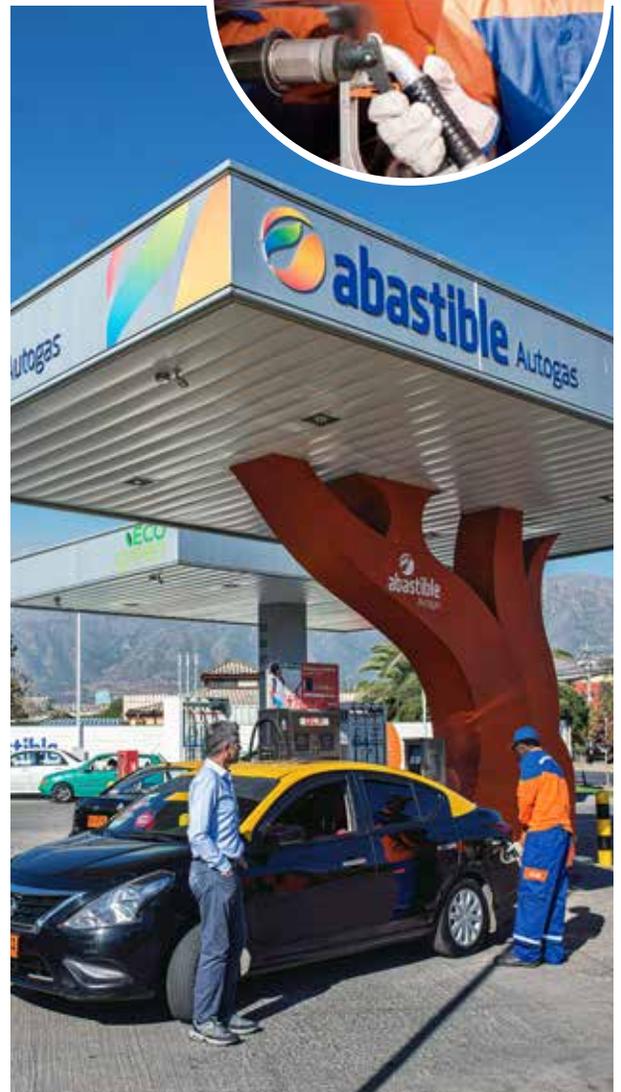
Pero sus beneficios no sólo son económicos. Los taxis y colectivos son de uso intensivo y representan un porcentaje importante del tráfico, por ello contribuyen en gran medida a la emisión de partículas en suspensión. El uso del GLP

permite reducir considerablemente los niveles de contaminación atmosférica al emitir 14% menos de CO2 que un vehículo que utiliza gasolina tradicional y un 24% menos que uno a diésel.

Hasta hoy solo se podían convertir a GLP taxis y colectivos a través del modo inyección gaseosa. A partir de este año, Abastible Autogas lanzó la nueva tecnología de Inyección Líquida, una evolución que mantiene las prestaciones del vehículo y no requiere de mantenciones.

Jara, explica que “los vehículos a GLP aumentan su autonomía en un 80%, ya que son duales (se pueden usar con GLP o gasolina) siendo superior a la de los vehículos a gasolina, a la de los a gas natural y mucho mayor que la de los vehículos eléctricos. Con la idea de estar siempre a la vanguardia y anticiparnos a los cambios en la industria automotriz, en Abastible Autogas presentamos este nuevo Kit de Inyección Líquida GLP para taxis y colectivos, ya que mantiene la potencia del motor y permite un ahorro importante”.

Los vehículos convertidos pueden abastecerse de GLP en 55 estaciones de servicio de Abastible Autogas y Copec adheridas, disponibles desde Arica a Puerto Montt.



“Hoy un taxista puede llegar a ahorrar hasta 30% en un mes”

# Ventajas del GLP para sustituir la calefacción a leña

Estudio de la Universidad de Chile compara combustibles para generar calefacción limpia y accesible.

**E**l gas licuado de petróleo (GLP) es el combustible más conveniente para sustituir masivamente los sistemas de calefacción a leña por sistemas que utilicen otros combustibles. Ello, tanto por su menor costo como por su menor impacto en la salud de las personas.

Lo anterior se desprende de un estudio realizado por la Facultad de Economía

y Negocios de la Universidad de Chile -que Abastible pidió realizar- en las ciudades de Talca, Chillán, Los Ángeles, Temuco y Padre Las Casas, fundado en la preocupación de que -según el Reporte 2018 de Calidad de Aire Urbano de la Organización Mundial de la Salud (OMS)- seis urbes chilenas están entre las 20 más contaminadas de Latinoamérica, fundamentalmente por polución con material particulado grueso (MP10) y fino (MP2.5) generada

por leña (la que calefacciona a un 40% de los hogares de las ciudades analizadas), con su consiguiente perjuicio para la salud.

El estudio de la FEN de la Universidad de Chile comparó al GLP con el gas natural, la parafina y el pellet, resultando el gas licuado el más barato en términos de costo social (costo adicional más beneficio social del reemplazo) y el menos cotaminante.



# LA NUEVA HOJA DE RUTA DE ABASTIBLE

**C**on más de un 37% del mercado, Abastible es la empresa líder del rubro del gas licuado en Chile. Este éxito, sin embargo, no sería posible sin metas claras que alcanzar. Pero estos “sueños” -como los llama su gerente general, Joaquín Cruz, cuando le habla a los colaboradores- no podrían ser realidad sino se manejan conceptos claros dentro de la compañía.

Es por eso, que este año se lanzaron la nueva visión, misión y valores de la empresa. “Queremos transmitir el camino de lo que queremos hacer, tenemos una misión y visión actualizada, con nuevos objetivos de una empresa más grande, de una empresa regional con presencia en cuatro países y en un contexto más complejo, con clientes más empoderados”, explicó el gerente general.

El trabajo realizado al interior de la empresa durante los últimos años, busca no solo obtener grandes resultados en términos de cifras, sino también definir el sueño que queremos cumplir y el camino que buscamos transitar para poder lograrlo.

## **Nuestra visión: ser los mejores**

“Nuestra visión es simple, clara y fácil de entender: Ser los mejores en gas licuado y otras energías limpias, preferidos por cada vez más personas en todos los territorios donde operemos”. En esta sencilla definición están los 4 pilares claves de la visión de Abastible, cuenta Joaquín Cruz.

Ser los mejores. Eso es consistente con lo que se habla dentro de la compañía desde hace un par de años donde se definió que se busca ser una empresa regional de clase mundial que aspira a hacer las cosas bien.

Desarrollar negocios con GLP y otras energías. Se menciona explícitamente el GLP porque hoy la compañía es mayoritariamente eso y sus trabajadores están orgullosos de serlo. Pero, también está la puerta abierta para invertir, trabajar y poder entrar en otras energías limpias. Para lograrlo hay que invertir esfuerzo, recursos y trabajo para lograr con otras energías limpias lo que existe con el gas licuado.

Preferidos por cada vez más personas. Ahí está la vocación comercial, la vocación de

vender, de atender y captar cada vez más clientes, en resumen de ganar participación de mercado.

Presencia Regional. Se busca tener presencia en todos los territorios en los cuales se opere. Ahí está la visión de crecer, de formar una compañía capaz de adaptarse en otros territorios que el mercado ofrezca. Ser una empresa Regional tiene por objetivo implementar todo el conocimiento del negocio en otro país.

## **Nuestra misión: trabajar con pasión**

La misión, por otra parte, es cómo vamos a lograr este sueño, destaca el gerente general: “Somos un equipo apasionado que, en conjunto con una red de distribución, trabaja para entregar un servicio innovador, seguro y de excelencia, que facilita y mejora la vida de nuestros clientes”. Cada uno de estos puntos mencionados, es clave para la compañía y sus objetivos.

Ser un equipo apasionado. La empresa tiene “muy buenos jugadores de fútbol”.

Una nueva misión, visión y valores se lanzaron dentro de la compañía. El objetivo principal de estos renovados principios es marcar el camino por donde transitará la compañía los próximos años. La meta es convertirnos en una empresa Regional de clase mundial.

Hay talento, experiencia, juventud, conocimiento, pero una cosa muy distinta es de verdad tener un equipo, que estos buenos jugadores funcionen como tal. Esto se construye y se trabaja, por eso es parte de la misión.

Tener una red de distribución. Esta es una empresa de distribución basada en la logística. Por eso, es clave la red de apoyo, los distribuidores, los equipos, las tripulaciones y la infraestructura.

Entregar un servicio innovador, seguro y de excelencia. Esto es consistente con la visión de ser los mejores. La innovación al centro de todo el trabajo. Ser una empresa segura va a permitir estar en este negocio por décadas.

Facilitarles la vida a los clientes. Se busca mejorar la vida de las personas.

### **Nuestros valores: vivirlos día a día**

También son claves dentro de esta nueva visión de la compañía los valores que la rigen, destaca el gerente general. "Estos constituyen los principios que como organización aspiramos a vivir y a convertir

en una experiencia de relacionamiento con nuestros diferentes públicos".

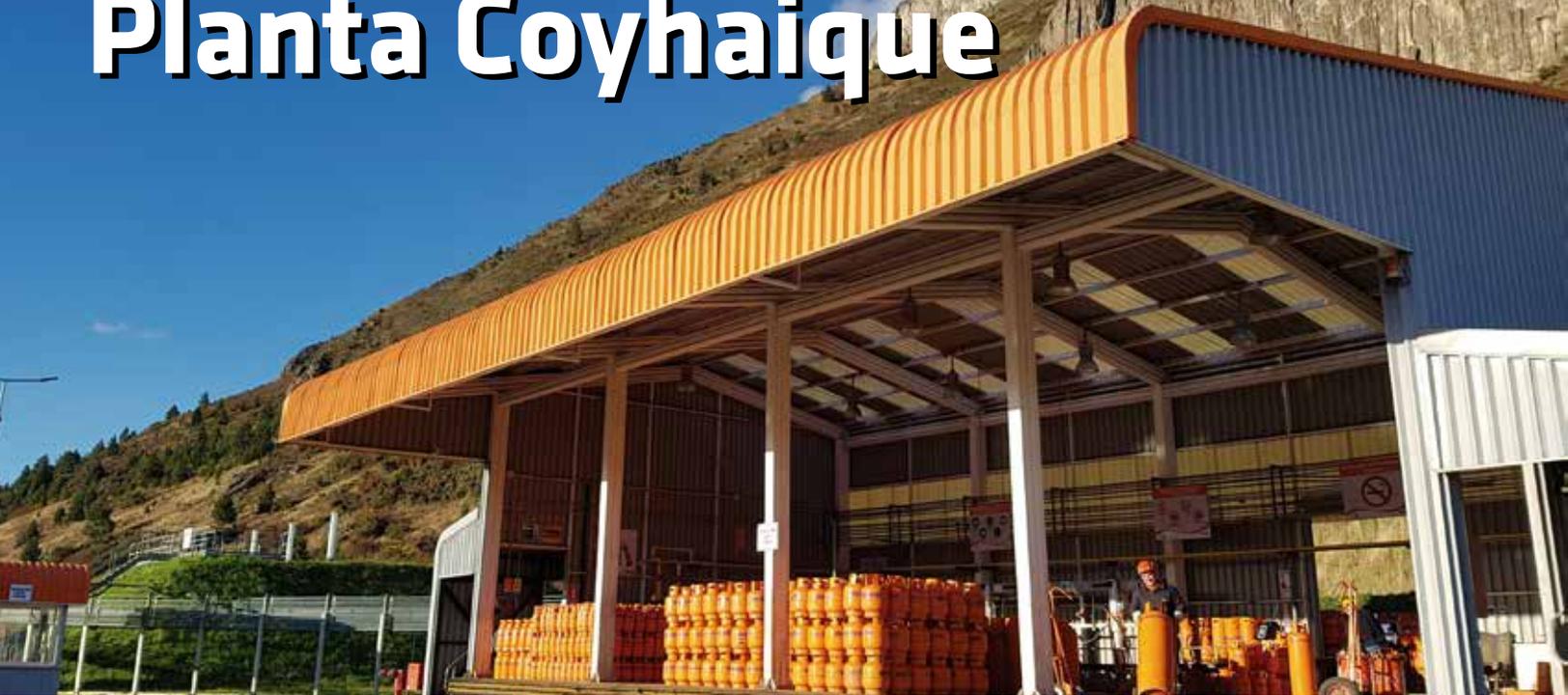
**Seguridad.** Se busca poner siempre la persona al centro y la compañía coloca toda su energía para garantizar su integridad física, psicológica, su bienestar y sus anhelos de alcanzar la felicidad.

**Pasión, clientes y servicio.** Se hace visible la fuerza interna y el entusiasmo que moviliza a quienes trabajan en Abastible para ir siempre más lejos viviendo el servicio como un elemento fundamental y esencial de la relación con los clientes.

**Hacer las cosas bien.** Se trabaja incansablemente y siempre se busca ir más lejos para cumplir los compromisos de calidad, seguridad y plazos que determinan los estándares y protocolos buscando no conformarse nunca con las metas y desafíos ya alcanzados.

**Equipo.** Se fomenta la colaboración como fuente de creación de valor donde el trabajo conjunto, permite y facilita hacer las cosas bien y llegar más lejos.

# Gran labor en la Planta Coyhaique



La Planta Coyhaique entrega gas envasado y granel en una extensa zona geográfica, desde Chaitén (Región de Los Lagos) por el norte, hasta Cochrane (Región de Aysén) por el sur, ubicadas a más de 750 kilómetros una de la otra.

**F**rancisco Villarroel, jefe de Planta Coyhaique, señala que “tenemos una capacidad de almacenaje de 150 toneladas de GLP, que provienen principalmente de ENAP en Punta Arenas. Contamos con tres tanques de 50 toneladas cada uno. Nuestra mesa de llenado cuenta con seis básculas manuales y puede atender los diferentes formatos, desde cilindros de 5 kilos hasta cilindros VMA de 15 kilos, utilizados principalmente por empresas salmoneras. Tenemos todos los componentes necesarios para asegurar la seguridad y calidad de las operaciones y del producto final”.

Operativa desde el año 2005, la Planta Coyhaique -ubicada en la entrada sur de la ciudad, junto al Cerro Mackay- cuenta con tres camiones de granel (dos de 10.400 litros y uno de 36.000 litros), además de un semirremolque de 24.000 litros, que funciona con una caja de gas que se traslada de manera independiente cada vez que se requiera (carro skit).



Héctor Santos operador de campo es la persona más antigua de la planta.



**Tenemos todos los componentes necesarios para asegurar la seguridad y calidad de las operaciones y del producto final.**

“Actualmente -dice Jorge Navarro- nuestro equipo de Distribución Granel cuenta con tres tripulaciones compuestas cada una por un chofer y un ayudante, quienes realizan los abastecimientos a los distintos clientes de la zona”, entre los que se incluyen centros de cultivos ubicados en canales y fiordos. “Nuestro servicio es entregar GLP a los pontones y surtidores, que son usados para cargar las lanchas que realizan los traslados a los distintos centros”, agrega.

### Extensa geografía

Por el sur, Cochrane es atendida con abastecimientos cada 12 a 15 días, pasando por las localidades de Puerto Río Tranquilo y Puerto Guadal. Hacia el lado norte de la Carretera Austral están las ciudades de Puerto Aysén (a una hora y media de Coyhaique) y Puerto Chacabuco (a dos horas desde donde se realizan los embarques a cliente Cupquellan), y siguiendo por la ruta 7

Norte se encuentra Villa Mañihuales, donde el principal cliente es la Minera El Toqui. Más allá está la comuna de Puerto Cisnes, donde se realizan embarques a los centros de cultivos de salmoneras de la región. Pasando por el Parque Nacional Queulat se llega a Puyuhuapi y más al norte se encuentran las localidades de La Junta y Villa Santa Lucía (que fue arrasada por un aluvión en 2017), luego Futaleufú y Palena, y finalmente Chaitén, a 440 kilómetros de Coyhaique, última localidad abastecida por la planta.

La Planta Coyhaique está conformada por 21 personas, distribuidas en tres áreas: Producción (9 trabajadores), Distribución (10) y Ventas (2).

“El clima laboral es muy bueno, de mucha cooperación entre las diferentes áreas y apoyo mutuo en las actividades transversales que nos corresponden realizar. El ambiente en el día a día es

distendido, independientemente de la carga que haya. Podemos trabajar mucho pero alegremente”, dice Francisco Villarroel.

### ¿Y cómo le va a la Planta?

Cada año hemos tenido un crecimiento en granel y en envasado, los cuales aquí inciden casi en la misma proporción: 50 y 50. Tenemos buenas proyecciones de crecimiento en granel, abordando el segmento fiscal y comercial, y también Nautigas, que está creciendo año a año con diferentes proyectos, principalmente en centros de cultivos que están en el mar, lo que significa una logística importante (embarque de camiones). En envasado podemos crecer con proyectos que reemplazan la calefacción a leña, asociados a los planes de descontaminación impulsados por el Ministerio de Medio Ambiente, y también con proyectos abordados de forma directa por nosotros.

# Hacer las Cosas Bien En busca de la excelencia

Uno de los cuatro valores claves de nuestra compañía es “Hacer las cosas bien” cuya finalidad no sólo es cumplir con las metas y objetivos de la empresa sino que hacerlo de forma sobresaliente.

**E**ste valor constituye uno de los principios que como organización, Abastible espera vivir y convertir en una experiencia de relacionamiento con sus diferentes públicos.

La descripción de este valor organizacional señala que sus colaboradores trabajan incansablemente y se exigen siempre ir más lejos para cumplir sus compromisos de calidad, seguridad y plazos que determinan sus estándares y protocolos. No se conforman nunca con las metas y desafíos ya alcanzados.

Por eso, el reto, para todos los trabajadores de la compañía tanto en Chile como a nivel Regional, es buscar la excelencia

en el desempeño y el compromiso total con el trabajo que realizan. Esto, nos ayudará a llegar más alto y nos abrirá las puertas para ser una empresa de clase mundial.

Para lograr el objetivo de “Hacer las cosas bien” se lanzó una campaña en todos los países donde Abastible tiene presencia, Chile, Perú, Colombia y Ecuador. La finalidad es potenciar este valor corporativo a nivel Regional en 4 áreas claves de la compañía.

En cada una de ellas, se busca a nivel nacional y regional, crear y proteger el valor en la compañía para el cumplimiento de los objetivos y la mejora continua de la organización. Cada una de las áreas entrega una propuesta de valor diferente.



Melany Araya – Gestión de Riesgos.



Tomás Ros – Gestión de Seguridad de la Información.



Carla Bascuñán – Comunidad de Buenas Prácticas en Sucursales.



Gloria Bravo- Gestión de Procesos.

## 1. Gestión de Procesos

Gloria Bravo, Jefe de Gestión de Procesos, Gerencia de Control Interno.

“Buscamos como compañía aumentar la productividad, a través de la identificación y gestión sistemática de los procesos. Siempre con foco en agregar valor al cliente final”.

## 2. Comunidad de Buenas Prácticas en Sucursales

Carla Bascuñán, Jefe de Auditoría Interna, Gerencia de Control Interno.

“Creamos y protegemos el valor en Abastible para el cumplimiento de los objetivos y la mejora continua de la organización, a través de análisis y revisiones a los controles de procesos y actividades; aportando recomendaciones eficientes y eficaces en áreas y sucursales”.

## 3. Gestión de Seguridad de la Información

Tomás Ros, Jefe de Auditoría TI y Oficial de Seguridad de la Información.

“El objetivo es impulsar una cultura de la seguridad, disminuyendo la exposición a los riesgos de seguridad de la información, a través de la operación de un Sistema de Gestión de Seguridad de la Información, el control de accesos y las auditorías a los procesos tecnológicos”.

## 4. Gestión de Riesgos

Melany Araya, Jefe de Gestión de Riesgo, Gerencia Control Interno

“Creamos y protegemos el valor en Abastible para el cumplimiento de los objetivos y la mejora continua de la organización, permitiendo establecer una cultura de riesgos y aplicando los medios para prevenir o reducir la ocurrencia de incidencias y a identificar los riesgos y oportunidades”.



# VIVE LA SEGURIDAD

Nuestra compañía ha creado una alianza con una importante consultora internacional para desarrollar estándares superiores en seguridad operacional. El resultado es un proyecto a dos años que busca agregar excelencia operacional a los procesos internos y crear una cultura de seguridad dentro de Abastible.

**E**n Abastible hemos declarado la intención de “ser una empresa Regional de clase mundial”, un desafío que requiere el compromiso de toda la organización. Eso significa apuntar a estándares globales en los diferentes aspectos de la gestión empresarial, tales como comercialización, producción y recursos humanos, pero, en primer término -antes que todo- en materia de seguridad de procesos y seguridad de personas.

Para la compañía la seguridad es la base de todas las operaciones y, como tal, hay que vivirla con pasión, compromiso y responsabilidad.

Y es que, en el camino de convertir a Abastible en una empresa de clase mundial, “debemos ser los mejores y trabajar con los mejores”, señala Luis Donoso, gerente de Control de Riesgos y Medio Ambiente.

¿Y cómo ser los mejores? Con foco en los valores de nuestra empresa, y entre ellos -uno de los más importantes- la seguridad.

### Nuestro modelo

La alianza de Abastible con la consultora AON, especialista en riesgos de nivel mundial, ha sido fructífera y ha permitido desarrollar un Modelo de Excelencia e Integridad Operacionales (OIEM, por su sigla en inglés), con el que hemos llegado al estadio y saltamos a la cancha donde se juega -y se vive- el partido de la seguridad.

Este modelo aborda los riesgos

operativos de la empresa que podrían impactar en su negocio, reputación y personal. En una primera etapa se hizo un diagnóstico que detectó 20 prácticas críticas que trabajaremos el 2018 para luego, en un plazo de dos años, desarrollar y mejorar los 12 elementos del modelo, este es un proceso gradual y sostenido, no exento de problemas, pero que en el largo plazo nos ayudará a ser una empresa de clase mundial.

### Los doce elementos del modelo son:

1. Liderazgo, compromiso y responsabilidad.
2. Evaluación y gestión del riesgo.
3. Diseño y construcción de las instalaciones.
4. Información y documentación.
5. Competencia y capacitación del personal.
6. Operaciones.
7. Mantenimiento.
8. Gestión del cambio.
9. Servicios de terceros.
10. Investigación y análisis de incidentes.
11. Sensibilización de la comunidad y preparación de emergencias.
12. Evaluación y mejora de la integridad de las operaciones.

## Con la camiseta puesta Temporada de invierno

En las dependencias de Planta Maipú se llevó a cabo el lanzamiento de esta campaña donde se realizó un evento basado en el fútbol. El lugar estuvo ambientado como estadio con vendedores con sus carritos, canchas de fútbol y arcos.

El objetivo de este encuentro fue dar a conocer a toda la organización la alianza Abastible- AON, el modelo OIEM. Además, potenciar nuestra cultura en torno a la seguridad, haciéndola parte del ADN de la empresa.

En el marco de este evento fue la oportunidad de presentar la campaña “Más del 100%” promovida por la Gerencia de Logística y Abastecimiento, que tuvo como objetivo motivar para conseguir la eficiencia en su máxima expresión a los colaboradores frente a la temporada alta; junto con la campaña “Satisfaction” de la Gerencia Comercial orientada a mejorar la experiencia del cliente con el slogan “El servicio es de todos”.



Presencia Regional de Abastible:

# Más que simple actor, protagonista en América Latina

El libreto dado por el director es elocuente: "A fines de 2016 definimos un plan estratégico que tiene como objetivo central transformar Abastible en una empresa Regional y de clase mundial", ha dicho Joaquín Cruz, gerente general de la compañía. Y, desde antes de ello, se ha actuado en esa línea.



## Primer acto: Colombia

Un paso cuantitativo y cualitativo en la internacionalización de Abastible se dio en 2011, con el ingreso al mercado de Colombia, a través de la adquisición del 51% de participación de la empresa líder en GLP del país cafetero: Inversiones del Nordeste S.A.

La compra supuso una inversión de 76 millones de dólares y fue punto de partida para que, en los siguientes siete años, Abastible trabajara en mejorar su competitividad y eficiencia. Ello, a través de una serie de iniciativas como, por ejemplo, el desarrollo de un mapa interactivo de ventas que ha permitido identificar (y ver gráficamente) la participación de mercado propia y de la competencia, y reconocer los distintos territorios según su potencial de venta, para abordarlos de manera adecuada.

También se clasificó a 8.000 intermediarios, permitiendo precisar funciones y requisitos de los canales en la cadena de comercialización. Otras medidas fueron el posicionamiento de marca, basado en el concepto de seguridad; una buena gestión de personas que -en 2017- llevó a cabo 67 planes de trabajo para mejorar el clima laboral; el fortalecimiento de las competencias del recurso humano por medio de la capacitación; el inicio de la implementación del sistema SAP, y avances operacionales para garantizar la disponibilidad de producto, como la construcción -en conjunto con otros operadores colombianos- de un tanque de gran capacidad de almacenamiento en el terminal marítimo de Okianus, en Cartagena de Indias.

## Segundo acto: Perú



En 2016 Abastible volvió a destacar en el escenario, con la compra de operaciones de Repsol en Perú (Solgas) y Ecuador (Duragas), la que involucró una inversión total de 300 millones de dólares.

Tras la compra de Solgas, esta compañía relanzó su marca con el triple propósito de consolidar la preferencia de los consumidores peruanos, de mejorar la calidad de su servicio y de optimizar el nivel de satisfacción de sus clientes. Asimismo, la empresa anunció la ejecución de un plan de inversión destinado a potenciar su marca; fortalecer su gestión en seguridad a lo largo de toda la cadena productiva y de distribución. Además, aumentó su capacidad de almacenamiento, lo que empezó a gestarse en diciembre de 2017, con el inicio de la construcción de la tercera esfera en el terminal de Ventanilla (provincia del Callao). Otra iniciativa ha sido la creación de Solgaspro, una división encargada de generar soluciones energéticas para empresas, industrias y edificios comerciales que cuentan con tanques de almacenamiento de GLP, para su distribución a granel.

## Tercer acto: Ecuador

En Ecuador, por su parte, los esfuerzos comerciales apuntan a convertir a la firma en líder absoluto en los segmentos de envasado (Duragas) y granel (Duragas Pro), para lo cual se han ejecutado planes comerciales que han permitido aumentar de manera importante la participación de mercado. Por otra parte, se ha trabajado en la reducción de costos operacionales, a través de la internalización de los procesos de mantenimiento de centros de trabajo y de elementos de transporte. En materia de control de riesgos, en 2017 se realizaron dos estudios destinados a fortalecer la seguridad de las instalaciones y su mejora continua en la administración de los riesgos. Adicionalmente, se realizó la actualización del Sistema de Gestión Ambiental bajo la norma ISO 14001, para todos los centros de trabajo de la compañía.



## Cuarto acto: Más crecimiento



Los actos antes señalados y el buen trabajo puesto en escena han permitido a Abastible triplicar su volumen de ventas y, junto con ello, transformarse en la tercera compañía más relevante de la industria del gas licuado en América Latina.

Ya se obtuvo el papel de protagonista, pero no hay que dormirse sobre los laureles. Al

contrario, y como ha dicho el gerente general Joaquín Cruz, la nueva hoja de ruta de Abastible es seguir creciendo en la región.

Para eso se ha reforzado la línea ejecutiva corporativa y se han orientado las comunicaciones con una perspectiva regional, unificando mensajes, lineamientos, estrategias y planes de acción. Y para eso se trabaja en evaluar activos internacionales que -por su volumen y su valor- puedan interesar a fin de ser incorporados en el futuro.

Así, antes de que caiga el telón, Abastible será una empresa de clase mundial y líder en América Latina en el negocio del GLP y las energías limpias.

# Tips un poco de todo

En esta sección te entregamos datos útiles sobre temas de actualidad y de siempre.

## ¿Cómo organizar el presupuesto familiar?

Anota en una columna los ingresos familiares mensuales, incluyendo tanto los fijos (sueldo, rentas) como los variables (comisiones, devolución de impuestos).

Luego, haz otra columna con los gastos familiares mensuales, divididos en categorías:

**Gastos obligatorios:** son aquellos que representan un importe mensual fijo, como pago de arriendo, mensualidad escolar y pago de préstamos.

**Gastos necesarios:** son esos costos que se pueden reducir, pero no eliminar, como gastos en alimentación, cuentas de servicios (luz, agua, gas), transporte o combustible.

**Gastos variables:** son los "imprevistos", como pagos de prestaciones de salud.

**Gastos ocasionales:** son los "extras", como vacaciones, regalos y diversión.

Posteriormente, al lado de cada categoría anota la cantidad que planeas gastar en ella en el mes presupuestado.

Finalmente, suma la cantidad total de ingresos y réstale la totalidad de los gastos. Si el balance es negativo, deberás hacer un recorte en gastos variables y ocasionales (o reducir los necesarios). ¡O aumentar tus ingresos!

Si el balance es positivo, puedes destinar el dinero restante al ahorro, a inversiones o a un fondo de emergencia.



## LAS VENTAJAS DE SER VEGANO

Los veganos son aquellas personas que por decisión propia no ingieren productos de origen animal como carne, huevos, leche, mantequilla, crema, yogurt e incluso miel. Se alimentan exclusivamente de frutas, verduras, granos, frutos secos, semillas y todo alimento que provenga del reino vegetal.

1

La primera y más importante ventaja para ellos es que cada año salvan de la muerte a más de 20 animales de granja.

2

Estudios que respaldan esta filosofía aseguran que quienes la practican viven más años y con mejor salud teniendo índices más bajos de diabetes y problemas cardíacos.

3

Se protege el medio ambiente ya que la industria alimentaria es una de las grandes contaminantes mundiales generando desechos al medio ambiente.

4

Genera un descenso de las alergias a los alimentos ya que la mayoría de estas son generadas por alimentos de origen animal, como el huevo, la leche y los mariscos, entre otros.

5

Al consumir altos niveles de frutas y verduras es más fácil mantener un peso estable a lo largo de la vida.

# Cuatro ventajas de tener una mascota...

## 1

### Favorece la actividad física:

Una mascota (especialmente un perro) es una motivación para salir a dar paseos con más frecuencia, lo que ayuda a las personas con poca voluntad a moverse, disminuyendo su vida sedentaria.



## 2

### Disminuye el sentimiento de soledad:

Sin duda, una mascota en casa es una compañía que estimula el contacto físico y la comunicación. Permite al ser humano sentirse más protegido y seguro de sí mismo, reduciendo la soledad e, incluso, ayudando en caso de depresiones.

## 3

### Fortalece el sistema inmunológico:

Estudios demuestran que convivir con mascotas desde temprana edad reduce los riesgos de desarrollar alergias y enfermedades respiratorias, entre otras patologías.

## 4

### Reduce la depresión:

Hay investigaciones que revelan que acariciar frecuentemente a una mascota estimula la liberación de oxitocina, hormona relacionada con la vinculación emocional que reduce los síntomas de ansiedad y estrés.

Fanático de las mascotas es nuestro compañero de trabajo Lawrence Espinoza, encargado administrativo de la Planta Concón. A él le encantan los animales y en la foto posa feliz con su perro bóxer Flaco, de 12 años de edad. "Con él salimos a caminar juntos y le gusta que le lancen pelotas de goma para jugar, el Flaco es súper regalón y se porta de maravillas", cuenta Lawrence. Además en su casa tiene 3 mascotas más que le alegran la vida: el gato Carlitos y las gatitas Rubí y Rafaela.



## SALVEMOS AL PLANETA

Organizaciones no gubernamentales alertan del aumento del nivel de basura generado por cada persona en Chile, que ronda los 456 kilogramos por año, y que nos sitúa como el país que más residuos per cápita genera en la región. Por eso, una buena alternativa es reciclar.

Qué podemos reciclar:

- Plástico.
- Papel y cartón.
- Bolsas de plástico.
- Latas de aluminio.
- Madera.
- Recipientes de vidrio.
- Desechos orgánicos.
- Pilas y baterías.
- Desechos orgánicos.

Lo primero que hay que hacer es separar los distintos elementos y cada dos o tres semanas llevarlos a los puntos limpios de tu ciudad para el reciclaje. En el caso de los desechos orgánicos se puede hacer compost en el jardín. En internet hay diversas páginas que explican cómo hacerlo <https://es.wikihow.com/hacer-composta>

Aunque en nuestro país aún no existe una cultura del reciclaje, el Ministerio del Medio Ambiente tiene dos páginas web: [www.chilerecicla.gob.cl](http://www.chilerecicla.gob.cl) [www.santiagorecicla.cl](http://www.santiagorecicla.cl) Aquí podrás encontrar información sobre puntos de reciclaje, qué es y cómo reciclar y noticias sobre el tema.

**Reciclar tiene múltiples beneficios:**

- Se protege el medio ambiente.
- Se preservan los recursos naturales.
- Se ahorra energía.
- Se ahorra petróleo.
- Se ahorra dinero.



# ¿Cómo vencer el estrés?

Conoce aquí algunas técnicas para superar este “trastorno de los tiempos modernos”, que puede afectar el rendimiento laboral y las relaciones familiares.

El estrés es la sensación de estar bajo mucha presión emocional o mental. Sus síntomas más comunes pueden ser ansiedad, problemas de sueño, intolerancia, pensamiento inquietante, sudoración excesiva, pérdida de apetito y dificultad para concentrarse, entre otros.

Si has detectado en ti (o en un ser querido) algunos de estos síntomas, vale la pena tomarse un tiempo para aprender algunas técnicas que pueden ayudar a controlar y superar el estrés antes de que impacten gravemente en el bienestar físico, mental y familiar.

## Priorizar

Cuando te sientas abrumado, date un tiempo para organizarte. Haz una lista con tus tareas pendientes y luego ordénalas de acuerdo a su prioridad. Aun cuando la lista parezca inmensa y desalentadora, al menos tendrás todo lo que necesitas escrito en un papel, frente a ti y en el orden correcto. Ya le asignarás su tiempo de realización y podrás sacarlo de tu cabeza.

## Respiración profunda

Simplemente aléjate un momento de lo que estás haciendo y tómate un par de minutos para respirar profundamente. Una serie de respiraciones profundas, con los ojos cerrados, llevarán a que tu mente se aquiete. Este tipo de inhalaciones y exhalaciones estimula la producción de endorfinas (hormonas que generan bienestar) y ayudarán a cambiar tus pensamientos y a mejorar tus perspectivas.

## Alimentación sana y nutritiva

Una dieta balanceada es fundamental. Bajo condiciones de estrés, la mayoría de las personas tienen antojos de alimentos procesados y altos en azúcares, los que pueden llevarlas a sentirse bien y con más energía por un par de horas. Luego, esa sensación desaparece y vuelve el estrés. En cambio, los alimentos altos en vitamina B, calcio, magnesio y omega 3 (salmón, verduras verdes, nueces, proteínas, aceite de oliva o de coco y palta) ayudan más definitivamente a mejorar el estado de ánimo, eliminar la ansiedad y mejorar la concentración. Cuando tengas síntomas de estrés, evita los productos estimulantes como el alcohol y el café.

## Actividad física

El ejercicio es el campeón reductor del estrés. Sin duda, mejor que cualquier droga o suplemento que se encuentre en el mercado, ya que tiene efectos positivos en el ritmo cardiaco, en el sistema inmune, en el cerebro y en tu nivel de ansiedad. Si puedes, practica algún deporte (al menos dos veces a la semana); si no tienes ese tiempo, simplemente sal a la calle o a un parque y dedica media hora diaria a caminar, con paso firme y sostenido, inhalando y exhalando. Así, despejarás tu mente y te sentirás más tranquilo y dispuesto a emprender proyectos. ¡A caminar y respirar!



Mauricio Moreno, guardia en Planta Concón:

# “Con Gladys nos unimos por lo que nos resta de vida”

Técnico en Prevención y Rehabilitación de Personas con Dependencia a las Drogas, de la Facultad de Ciencias Médicas de la Universidad de Santiago, es Mauricio Moreno, quien desde hace 9 años se desempeña como guardia en la Planta Concón de Abastible. “Llevo tres años en la compañía, pero seis más aquí ya que antes trabajé en empresas externas como BM y Guard Service”, dice.

Si bien es soltero y sin hijos, Mauricio Moreno (51 años) tiene una familia con nombre propio: Gladys. “Ella fue compañera de mi hermana menor. Nos conocemos desde los 15 años y, después de muchos años sin vernos, nos reencontramos y decidimos unirnos por lo que nos resta de vida”.

La casa de Mauricio y Gladys (quien tiene tres hijos ya grandes, universitarios) se encuentra ubicada en la parte alta de Viña del Mar, y no estaría completa, perdería movimiento y alegría, sin la presencia de sus tres mascotas: dos perritas que se llaman Martina y Luna, y Mufin, un cuy.

“Soy de una familia de 14 hermanos -cuenta Mauricio-, nueve varones y cinco mujeres”, y se emociona al mencionar a su madre, “quien a sus 87 años está muy bien, activa y autovalente”.

A Mauricio le gusta viajar. Ha ido al Amazonas y a la Triple Frontera (Argentina, Brasil y Paraguay), también a Perú (Puno, Cusco y Machu Picchu) y a Bolivia, en la zona del lago Titicaca. “No hay cosa más linda que viajar. Así, cuando uno se vaya, se irá tranquilo por lo que conoció en esta vida”.

## Planta Concón

“El trabajo es entretenido; me gusta. Harto movimiento de camiones, se recibe gente y siempre pasan cosas simpáticas”, dice. “En los alrededores de la Planta hay muchos animales silvestres; he visto cururos, que es el topo chileno, lechuzas y otros. También dicen que penan, pero nunca he visto nada de eso”.

Quizás su antídoto contra las “penaduras” sea la religión: “Soy mormón. Hace 35 años me bauticé y sirvo como maestro de la clase Principios del Evangelio, en el sector de Gómez Carreño. He dejado los pies en la calle y, al servicio de la iglesia, también me ha tocado viajar, especialmente por el sur de Chile”.



# NACIMIENTOS

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

**ISIDORA IGNACIA CIRANO GONZÁLEZ**  
El 7 de marzo nació la hija de nuestra compañera Claudia González, comercial Ventas Autogas.



**ELENA ISIDORA TORRES APARICIO**  
El 23 de marzo nació la hija de nuestro compañero Justo Torres, ingeniero de Proyectos de Distribución.



**ABRAHAM ELÍAS CASTILLO ARANEDA**  
El 23 de abril nació el hijo de nuestro compañero Cristián Castillo, operador Mantenedor Terminal San Vicente.



**SAÚL JOSÉ CORTES VILLACURA**  
El 1 de mayo nació el hijo de nuestro compañero Saúl Cortés de Planta Antofagasta.



**AMY AGUSTINA SANDOVAL VEGA**  
El 1 de junio nació la hija de nuestro compañero Kevin Sandoval, operario Planta Maipú.



**JOSEFA ESPERANZA MIRALLES VILLEGAS**

El 23 de octubre de 2017 nació la hija de nuestro compañero Roemin Miralles, asistente de Ventas Envasado Planta Arica.



**MARÍA GRACIA SANDOVAL MARTÍNEZ**

El 15 de febrero nació la hija de nuestro compañero Alfredo Sandoval, jefe de Innovación.



**JAVIERA BELÉN HUENTULLE FUENTES**

El 17 de marzo nació la hija de nuestro compañero Alex Huentulle, supervisor Autogas.



**JOSÉ TOMÁS HERRERA OCARANZA**

El 27 de marzo nació el hijo de nuestra compañera Pamela Ocaranza, administrativa Instalaciones, y nuestro compañero Mauricio Herrera, inspector Instalaciones.



**ANTONIA ANAHIS MONTALBA FUENTES**

El 27 de abril nació la hija de nuestro compañero Ricardo Montalba de Planta Lengua.



**LUCIANO LEÓN MORENO AUILAR**

El 5 de mayo nació el hijo de nuestro compañero Raúl Moreno del área Transporte Envasado Maipú.



**SOFÍA PASCALLE MILAGROS ESPINOZA FLORES**

El 24 de agosto de 2017 nació la hija de nuestra compañera Katherine Flores, administrativa Planta Arica.





# CASCADA COMUNICACIONAL A COLABORADORES EN TODO CHILE



**BRÚJULA 2018**  
*Un gran futuro*





# INICIO TEMPORADA INVIERNO 2018







CONVENCIÓN DE VENTAS  
**VAMOS TODOS**  
CON TODO  
JUNIO 2018





**TENEMOS  
NUEVA  
INTRANET MÁS  
INTERACTIVA**



**LANZAMIENTO  
COMERCIAL  
DE INVIERNO**



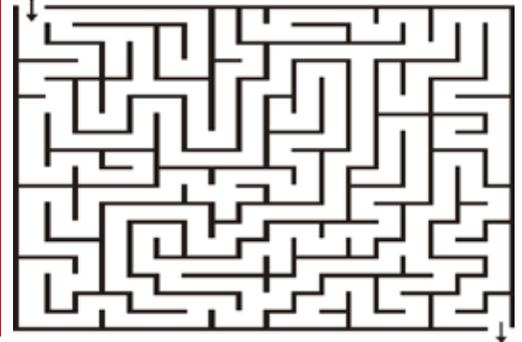
# Abastible, TE DESAFIA



			9		2	
	8	4	7		1	
7	4	2	1			
	7	5	3	6		
		8		1	3	
					7	
4	8	2	6			1
	9		3	2	6	8
6					9	4

resultado

2	4	6	8	5	1	3	7	9
7	8	9	2	4	3	1	6	5
1	5	3	6	7	9	2	8	4
9	7	4	1	2	6	5	3	8
5	3	1	4	8	7	6	9	2
8	6	2	6	3	5	7	4	1
6	9	8	3	1	2	4	5	7
3	1	3	4	6	7	8	2	9
7	2	4	9	5	8	1	6	3



N	A	S	G	Y	Ñ	O	E	L	O	R	T	E	P	J	K	P	H	G	F
J	V	A	R	R	O	D	A	R	E	N	E	G	V	E	S	A	P	I	Z
L	A	D	U	M	R	Y	O	O	Z	Z	P	D	V	F	O	P	S	J	G
O	N	A	E	I	S	P	V	Ñ	E	J	G	F	L	O	J	E	I	T	A
Q	C	Ñ	L	L	E	K	I	F	S	W	X	V	T	D	Z	L	S	K	S
H	E	E	V	S	N	H	T	A	A	V	P	A	E	A	Z	E	T	M	N
G	T	S	H	A	O	F	A	I	V	C	O	I	C	Z	B	R	E	N	A
R	E	I	R	T	I	G	R	R	I	X	W	R	N	N	O	A	M	K	T
A	C	D	O	E	C	L	E	A	T	D	E	O	O	A	T	D	A	E	U
Y	N	E	D	Ñ	P	I	P	N	I	T	R	T	L	V	Ó	E	S	N	R
O	O	R	A	I	O	T	O	I	S	D	P	A	O	A	N	R	L	E	A
D	L	P	T	V	E	Á	A	U	O	Q	O	T	G	D	O	E	S	R	L
Ñ	Ó	S	U	Z	D	T	M	Q	P	K	I	I	Í	R	F	C	R	G	O
G	G	E	P	B	A	R	E	A	A	I	N	V	A	O	F	I	A	Í	P
U	I	N	M	B	T	O	T	M	I	O	T	A	L	W	I	C	T	A	E
Y	C	E	O	A	N	P	S	K	D	P	A	R	A	L	C	L	Ó	S	J
A	O	G	C	F	I	T	I	Y	V	I	I	G	A	M	E	A	N	O	C
G	V	Á	N	Z	C	V	S	V	K	U	K	U	I	G	Z	J	N	L	S
B	U	M	C	H	V	I	T	N	P	Q	N	U	P	M	J	E	P	A	B
A	E	I	C	W	P	H	O	W	L	E	G	O	O	M	R	P	P	R	Ñ

- AVANCE TECNOLÓGICO
- BOTÓN OFFICE
- CINTA DE OPCIONES
- COMPUTADOR
- DIAPOSITIVAS
- ENERGÍA SOLAR
- EQUIPO
- GAS NATURAL
- GENERADOR
- GRAVITATORIA
- IMÁGENES PREDISEÑADAS
- MAQUINARIA
- PAPELERA DE RECICLAJE
- PETRÓLEO
- PORTÁTIL
- POWER POINT
- RATÓN
- RAYO
- SISTEMA OPERATIVO
- SISTEMAS
- TECNOLOGÍA
- VIÑETAS
- WORD AVANZADO