

ECONOMÍA Y NEGOCIOS

SANTIAGO DE CHILE, SÁBADO 26 DE DICIEMBRE DE 2020

LAS SEÑALES DE UN EVENTUAL REBROTE CAUSAN PREOCUPACIÓN EN EL SECTOR:

Mineras se preparan para eventual segunda ola de covid-19 y refuerzan la prevención

El trabajo a distancia, el aumento de testeos y mantener el virus lejos de las faenas son los ejes de las estrategias de la industria, sumando planes de seguimiento para los afectados.

TOMÁS VERGARA P.

La industria de la gran minería está logrando sortear sin mayores efectos a la pandemia del coronavirus, manteniendo el nivel de contagios bajo control y extremando medidas de seguridad para conservar la continuidad operacional de las faenas, con lo que se ha logrado llegar a una producción prácticamente similar a la del año pasado y que incluso se espera pueda crecer levemente.

No obstante, las señales de un eventual rebrote de la pan-

do el sector a las golpadas arcaicas fiscales.

Según cuentan las empresas mineras, las medidas se han mantenido sin alteraciones desde marzo, e incluso se han profundizado, dentro de las que se incluye el aumento de los testeos, la generación de estrictos protocolos, vuelos privados para los trabajadores, además de un sistema de trazabilidad y construcción de nueva infraestructura para mantener la distancia social.

Desde la minera estatal, CODELCO, cuentan que la estrategia de prevención que han adoptado tiene como

EN CODELCO, LA ESTRATEGIA DE PREVENCIÓN QUE HAN ADOPTADO TIENE COMO OBJETIVO PRINCIPAL IMPEDIR LA LLEGADA DEL VIRUS A LA FAENA, CON PROCEDIMIENTOS QUE INCLUYEN EL TESTEO CON ANTÍGENOS AL INICIO Y FINAL DE CADA TURNO.

objetivo principal impedir la llegada del virus a la faena, con procedimientos que incluyen el testeo con antígenos al inicio y final de cada turno, la segregación de medios de transporte, la modificación de los turnos, entre otros.

“Nuestra estrategia de testeo ha sido clave y nos ha permitido ser muy efectivos en la detección de contagios, con una tasa de aislamiento entre los casos detectados que supera el 60%”, explica Renato Fernández, vicepresidente de Asuntos Corporativos y Sustentabilidad de la minera.

Situación similar reflejan desde Colchagua, quienes apuntan a que no han recibido ninguna de sus medidas, y a la fecha ya se han realizado más de 180 mil pruebas a personal propio y tercero, entre testeados, de antigénos y PCR.

“No hemos disminuido el nivel de alerta frente a esta enfermedad y no lo vamos a hacer hasta que no exista un número importante de trabajadores vacunados”, aseguran desde la minera.

A la fecha, las operaciones del grupo Amsa cuentan con, aproximadamente, un 70% de la faena ubicada en la Región de Tarapacá.

En Antofagasta Minera, brazo minero del grupo Latsis, reconocen que tendrán que seguir conviviendo con la enfermedad gran parte del 2021, por lo que se han mantenido fuera de las faenas al personal en grupos de riesgo y han potenciado el trabajo a distancia.

“No hemos disminuido el nivel de alerta frente a esta enfermedad y no lo vamos a hacer hasta que no exista un número importante de trabajadores vacunados”, aseguran desde la minera.

A la fecha, las operaciones del grupo Amsa cuentan con, aproximadamente, un 70% de la faena ubicada en la Región de Tarapacá.

En Antofagasta Minera, brazo minero del grupo Latsis, reconocen que tendrán que seguir conviviendo con la enfermedad gran parte del 2021, por lo que se han mantenido fuera de las faenas al personal en grupos de riesgo y han potenciado el trabajo a distancia.

“No hemos disminuido el nivel de alerta frente a esta enfermedad y no lo vamos a hacer hasta que no exista un número importante de trabajadores vacunados”, aseguran desde la minera.

En Antofagasta Minera, brazo minero del grupo Latsis, reconocen que tendrán que seguir conviviendo con la enfermedad gran parte del 2021, por lo que se han mantenido fuera de las faenas al personal en grupos de riesgo y han potenciado el trabajo a distancia.

“No hemos disminuido el nivel de alerta frente a esta enfermedad y no lo vamos a hacer hasta que no exista un número importante de trabajadores vacunados”, aseguran desde la minera.

A la fecha, las operaciones del grupo Amsa cuentan con, aproximadamente, un 70% de la faena ubicada en la Región de Tarapacá.

En Antofagasta Minera, brazo minero del grupo Latsis, reconocen que tendrán que seguir conviviendo con la enfermedad gran parte del 2021, por lo que se han mantenido fuera de las faenas al personal en grupos de riesgo y han potenciado el trabajo a distancia.

“No hemos disminuido el nivel de alerta frente a esta enfermedad y no lo vamos a hacer hasta que no exista un número importante de trabajadores vacunados”, aseguran desde la minera.

A la fecha, las operaciones del grupo Amsa cuentan con, aproximadamente, un 70% de la faena ubicada en la Región de Tarapacá.

En Antofagasta Minera, brazo minero del grupo Latsis, reconocen que tendrán que seguir conviviendo con la enfermedad gran parte del 2021, por lo que se han mantenido fuera de las faenas al personal en grupos de riesgo y han potenciado el trabajo a distancia.

“No hemos disminuido el nivel de alerta frente a esta enfermedad y no lo vamos a hacer hasta que no exista un número importante de trabajadores vacunados”, aseguran desde la minera.

A la fecha, las operaciones del grupo Amsa cuentan con, aproximadamente, un 70% de la faena ubicada en la Región de Tarapacá.

En Antofagasta Minera, brazo minero del grupo Latsis, reconocen que tendrán que seguir conviviendo con la enfermedad gran parte del 2021, por lo que se han mantenido fuera de las faenas al personal en grupos de riesgo y han potenciado el trabajo a distancia.

“No hemos disminuido el nivel de alerta frente a esta enfermedad y no lo vamos a hacer hasta que no exista un número importante de trabajadores vacunados”, aseguran desde la minera.



Las medidas de prevención han aumentado en las faenas, con la desinfección de las zonas por donde transitan los trabajadores, camión a las faenas de producción.

la dotación total con trabajo presencial en turnos y un 30% en modalidad teletrabajo, y los planes apuntan a que será una práctica que se va a mantener en el tiempo en todos los casos que sea posible, incluso más allá de la emergencia.

Y es que el trabajo a distancia ha ganado mucho terreno con la pandemia, como sucede también en BHP, cuyas operaciones en Chile cuentan con un 14,18% (844 personas de 5953) en teletrabajo y un 85,8% en el sitio de la faena, mientras que en las oficinas centrales, hasta el 63% de los trabajadores está en modalidad de teletrabajo y un 39% se mantiene presencial.

Refuerzo

Con todo y pese a los robustos planes de protección, las compañías de la gran minería buscan sumar nuevas precauciones. Como el caso de Anglo American, que se prepara para enfrentar el periodo de vacaciones, por lo que reforzará el testeo de casos asintomáticos con PCR, aumentando la capacidad de testeo en más de un 100% en todas las operaciones, a lo que se suma que todos los trabajadores que regresen luego de 7 o más días de ausencia por vacaciones, deberán someterse a un test PCR.

“Nuestro plan de control de riesgos contempla el reforzamiento de las medidas de control implementadas desde marzo, y que va son parte de la operación habitual”, se mantienen las funciones de teletrabajo, los empleados con condiciones de

vulnerabilidad en cargos de alto riesgo se mantienen trabajando a distancia si es posible o bien se mantienen en casa, la dotación en trabajo presencial se mantiene segregada estrictamente en equipos y se organizaron turnos”, sostienen desde Anglo American.

A esto, la compañía operadora de Los Breñcos sumó un novedoso Programa de seguimiento llamado “Long Covid”, que son aquellas personas que mantienen la sintomatología cardiorrespiratoria, neuropsiquiátrica o musculoesquelética luego de tres semanas postrecuperación del episodio agudo de covid, a quienes se acompaña con personal médico.

En la estatal CODELCO, donde mantienen al 14% de la dotación en teletrabajo, han reforzado los campamentos de información enfocados en el autocuidado de sus trabajadores propios, pero también de terceros, para lo cual, esta semana, el presidente de la compañía, Octavio Aranda, acompañado por dos médicos especialistas de la Universidad Católica, realizó una reflexión de seguridad inédita con los representantes de las empresas contratistas —que contó con más de 200 firmas participativas— en la que les llamó a aumentar las fiscalizaciones en terreno del cumplimiento de las medidas de prevención.

“Seguimos siendo asesorados por médicos de la UC. Por esto, tenemos conciencia de esta eventual segunda ola y, responsablemente, nos hemos bajado la guardia en nuestro compromiso con la seguridad y la salud de nuestras personas”, explican desde la corporación.

Según cuentan las empresas, las medidas se implementaron en marzo y se han profundizado.

ESTÁ APUNTANDO A FACTURAR HASTA US\$ 90 MILLONES EN 2021:

Proveedor de restaurantes Bidfood se reinventa por pandemia y ampliará su infraestructura

RODRIGO DELVARES

Pese al impacto de la pandemia en hoteles, casinos y restaurantes, uno de los principales proveedores de alimentos y otros insumos de este canal, Bidfood, debió reinventar su negocio para enfrentar el freno en su funcionamiento.

Según Gabriel Abramovicz, director ejecutivo de Bidfood Chile, la apuesta de esta empresa —que suministra a grandes cadenas como Unifood (Padu, Juan y Diego, Pollo Stop, XS y Savory) y G&N Brands (Doggis, Juan Maestro, Tommy Beans, entre otros)— fue diversificarse hacia el “B2C” —atención directa al consumidor.

“Entramos al canal hogar a través de Bidfood Hogar”. Después de una caída muy fuerte en el mes de abril en nuestras ventas, dado que por la pandemia se cerraron restaurantes y se paralizó cada instancia de consumo fuera del hogar. Por lo tanto, sacamos toda una línea de productos mediante una plataforma de comercio electrónico para hogar, la cual está funcionando desde junio”, indicó el ejecutivo.

Por otro lado, la empresa se asoció con Minerva, principal empresa en producción y comercialización de carne de la región: “Nos traspasó parte de su

Desarrolló un e-commerce con que atiende directamente a consumidores, y se asoció con la firma de carne Minerva para prestarle servicios de distribución. A ello se suma su nueva línea de atención a almacenes y minimarket.

operación en Chile. Era un negocio que cerramos en febrero, y coincidió con que empezamos a distribuir en camionetas”, dijo de manera muy estisa, y por lo tanto, comenzamos con una fuerte importación de carne de vacuno que empezamos a distribuir en camionetas”.

Por último, Bidfood comenzó a pilotear un proyecto en el canal tradicional de almacenes y minimarket en la Octava Región: “Ya tenemos una base de 500 clientes activos, y que a partir de esta experiencia vamos a expandirlo a todo Chile”, dijo Abramovicz. Si bien para esta empresa el

canal horeca siempre ha sido su principal negocio, el ejecutivo está apostando por que “a lo largo del próximo año los nuevos negocios representen alrededor de un 30% de nuestras ventas”.

De hecho, Bidfood se encuentra trabajando con dos escenarios de proyecciones, que dependerán estrechamente de la recuperación de los restaurantes.

“Debido a que nuestras ventas cayeron muy fuerte el primer semestre, creemos que este año cerrarán en US\$ 50 millones. Para el próximo año, si proyectamos ahora los siguientes doce meses, esperamos facturar unos US\$ 70 millones. Pero si el canal horeca se recupera a sus niveles prepandemia, tenemos potencial para llegar a los US\$ 90 millones”, aseguró Abramovicz.

Abramovicz recordó que Bidfood comenzó como un emprendimiento de él con otros socios —que luego vendieron su participación—, y que en 2012 captó el interés de Bidfood, gigante con presencia en 50 países. Mediante un aumento de capital, Bidfood se hizo con una participación controladora que permitió a la empresa tener recursos para acelerar su expansión.

Hoy trabajan con proveedores de peso como Unilever, Nestlé, Carozzi, Coca-Cola, e importan también productos que representan un tercio de su oferta.

Inversiones

Bidfood actualmente tiene seis centros de distribución donde operan sus socios nacionales e importados —con capacidad para almacenar en distintas temperaturas que requieren el alimento— y cuentan con una flota de aproximadamente 80 camiones. Sus planes para el próximo año se enfocarán en aumentar aún más esa capacidad, asegura Gabriel Abramovicz.

En un primer frente, aseguró que “estamos haciendo un *up grade* de todos los centros de distribución (CD) a nivel nacional, y vamos a triplicar sus metros cuadrados y las capacidades de frío de cada uno de ellos. Nuestro mayor *partner* en regiones es Megacentro. Estamos hablando de CD en regiones de 4 mil m² cada uno en promedio. Todas estas construcciones deberían estar inauguradas hacia fin de 2021. De esta forma, de donde estamos, nos vamos a mudar en cada una de las regiones a los nuevos CD que esperamos empezar a construir en los próximos meses, e inaugurar hacia fin de 2021”.

En el marco de este proyecto, reveló que se encuentran en negociaciones para adquirir un centro de distribución en La Serena, negocios que esperan completar en 2021.



Gabriel Abramovicz, director ejecutivo de Bidfood Chile, afirma que la apuesta de la empresa fue diversificarse hacia el “B2C” —atención directa al consumidor.

“Considerando dicha compra, que sería el séptimo CD, nuestras ubicaciones serían Antofagasta, próximamente La Serena, Viña del Mar, Santiago, Concepción, Temuco y Puerto Montt. Y con todos estos CD, cubrimos el 90% de nuestro potencial mercado”.

Como segundo frente, tienen que desarrollar el e-commerce de la empresa. “Ya tenemos dos plataformas, una que la sacamos para Bidfood Hogar, que es B2C, y la segunda es una *app* del grupo a nivel mundial que introducimos hace dos años (llamada ‘Mybidfood’), que es la única que está ocupando un 25% de su capacidad en Chile y de manera est-

esta. Esta la fortalecimos este año, y ya está pasando un 30% de nuestras transacciones por esa plataforma para clientes horeca B2B (o atención de empresa a empresa)”.

El ejecutivo aseguró que estos planes se dan en un escenario especialmente positivo para la empresa: “Ya no estamos solo al nivel de venta del año pasado, sino que estamos mostrando crecimiento. De hecho, diciembre muestra un 10% de crecimiento respecto a diciembre del año pasado”.

De hecho, Abramovicz aseguró que, luego de reducir cerca de un 25% su planilla, esperan recuperarla en marzo.