

Programa de Fortalecimiento de Proveedores de CMPC concluye su cuarta edición con la participación de 127 empresas de Chile y Latinoamérica

En esta versión fueron capacitados más de 250 ejecutivos, quienes valoraron el impacto de lo aprendido: "Había herramientas nuevas que nosotros no teníamos, y el programa recordó y reforzó muchas cosas", dijo Benjamín Gajardo, gerente comercial de Primser.

Este miércoles, en el edificio corporativo de CMPC en Los Ángeles, se vivió la ceremonia de cierre del Programa de Fortalecimiento de Proveedores que impulsó la compañía, en la cual se reconoció el esfuerzo y participación de las más de 250 personas que fueron parte de esta iniciativa de apoyo y fortalecimiento a empresas que son parte de la cadena productiva de CMPC.

En su cuarto año consecutivo, el programa ha logrado un alcance a nivel nacional e internacional, llegando a empresas de Brasil, México, Argentina y Perú. El énfasis ha estado en aportar al crecimiento y desarrollo compartido de proveedores locales Mi-Pyme de los negocios de Celulosa y Biopackaging, a través de la instalación de capacidades que permitan aumentar su participación competitiva en cadenas de suministro de otras empresas (incluyendo a la propia CMPC).

"Es un privilegio ser parte de este proyecto, porque cuando uno le pone corazón, les da vida a las empresas de menor tamaño mediante la capacitación y

estrategias de marketing", destacó Héctor Ormeño, director de Hor Capacitación, quien fue participante durante los seis meses de extensión del cuarto año del programa.

Desde su puesta en marcha, la iniciativa ha experimentado un crecimiento sostenido con resultados que saltan a la vista, pues lo que comenzó como un piloto con 14 empresas en 2021, hoy alcanza una red de proveedores en expansión. Santiago Marín, gerente de Relacionamiento con Proveedores de CMPC, destacó que "esta cuarta versión congregó a más de 127 empresas, con más de 250 participantes, quienes accedieron a conocimientos clave para operar de manera segura y sostenible, aumentando su participación en cadenas de suministro".

Apoyo transversal

Desde septiembre de 2021, bajo la búsqueda constante de ser un aporte real al desarrollo socioeconómico sostenible de las comunidades de su entorno, y bajo un modelo de gestión basado en la creación de valor compartido, CMPC ha llegado cada vez a



más empresas.

"Este es el cuarto año que tenemos este programa, expandiendo su alcance a nivel nacional e internacional, sumando a Brasil en nuestras gestiones, por lo que hemos relevado la importancia del programa para generar valor compartido con los proveedores de CMPC", destacó Fernando Hasenberg, gerente de Administración y Finanzas CMPC.

Por su parte, empresas como Servicios de Ingeniería Barra y Muñoz LTDA (Siamec), presente en las plantas de CMPC en Santa Fe, Laja y Pacífico, destacaron el impacto del programa en la mejora de sus servicios de ingeniería, automatización y mante-

nimiento industrial. "Fue un desafío para nosotros, porque esto engloba distintas ramas dentro del servicio, áreas que pudimos fortalecer y potenciar para ofrecer un mejor servicio a la industria", explicó Nadia Medina, subgerente de Operaciones.

En el mismo sentido, Benjamín Gajardo, gerente comercial de Primser, empresa con más de 20 años de vínculo con CMPC, valoró la importancia de participar en esta iniciativa, debido a que "había herramientas nuevas que nosotros no teníamos, y el programa recordó y reforzó muchas cosas como finanzas, marketing y estrategias que pueden ayudar a crecer como empresa".

Metodología que trasciende

En cuanto a la metodología, ésta consistió en etapas

de diagnóstico, identificación de oportunidades de mejora, fortalecimiento mediante talleres de formación y acompañamiento a través de mentorías personalizadas que abrió nuevos horizontes a sus participantes, para finalmente llegar a la etapa de evaluación de resultados e impacto, donde se aplicaban nuevamente los instrumentos de diagnóstico, para ser comparados con los resultados finales.

DESTACADO

La historia del programa comenzó con un "piloto" en 2021 con 14 empresas, una versión transversal en 2022 con 100 empresas adicionales; una versión transversal Latam en 2023 con 130 empresas, donde participaron empresas de Chile, Argentina, Perú y México; y la cuarta de este último año con 127.

