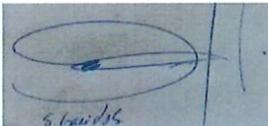


Política:

## POLITICAS COMERCIALES FG LOGÍSTICA

Fecha	:	13 de septiembre de 2022
Versión	:	1.0
Código	:	PLT_001_G_LOGISTICA- COMERCIALES
Elaborado por	:	Juan Farías – Gerente Logística, división FG Logística
Aprobado por	:	Daniel Calvo P.
Vigencia	:	1 año a contar de la publicación

Elaborado por	Revisado por	Aprobado por
 Juan Farías <hr/> Gerente División Logística	 Sebastian Garrido <hr/> Contraloría	 Daniel Calvo P. <hr/> Director Empresas FG

## 1. Control de Cambios

---

Versión	Punto	Cambio	Fecha	Responsable
V1	Publicación	N/A	14/09/2022	Juan Farias

## 2. Objetivo de la Política

---

El objetivo de la política es proporcionar las normas del área Comercial de FG Logística de manera de estandarizar la metodología y minimizar riesgos asociados a la actividad.

## 3. Alcance / Tipo de Política

---

El alcance de esta política es aplicable a todas las áreas de servicios, clientes y proveedores, que se encuentren bajo la operación en FG Logística

## 4. Gobernabilidad

---

La política será monitoreada, en su correcta ejecución, así como en su cumplimiento por el Departamento de Contraloría.

## 5. Política

---

### 5.1 POLÍTICAS GENERALES

#### 5.1.1 Visitas al terminal

- o Esta política aplicará para todos aquellos que no son de planta en FG Logística, cuyo sentido es tener registro de todas las visitas que ingresen al terminal, desde nuevos clientes, clientes actuales, proveedores, personal del holding Empresas FG, entre otros; para controlar actividades a desarrollarse dentro del terminal Antofagasta

#### 5.1.2 Horarios de atención Terminal Antofagasta

- o El horario operativo en el terminal Antofagasta para todos los clientes es de lunes a viernes desde las 08:30 am hasta las 18:00 hrs. En el caso de que la operación del cliente requiera operar fuera del

horario establecido, se hará cobro por concepto "habilitación terminal", cuyo monto dependerá de la cantidad de personas, horarios extras operativos y recursos, entre otros que necesite la operación para definir costo, y sobre aquello marginar hasta un 30%, dependiendo de cada caso.

## 5.2 Objetivos Comerciales

### 5.2.1 Segmento de mercado

La presente política tiene como objetivo enfatizar el desarrollo comercial y dar soluciones logísticas a la minería en general de la región de Antofagasta y proveedores de la minería, relacionados en almacenamiento, logística de contenedores y cargas de proyecto

### 5.2.2 Objetivo de venta

Continuar trabajando para convertirnos en la mayor empresa diversificada en soluciones logísticas en la ciudad de Antofagasta, desde almacenamiento de productos mineros y suministros, y sus logísticas derivadas; una vez BBNN conceda terrenos para ampliación

## 5.3 Condiciones de venta

### 5.3.1 Sobreestadias de camiones

- Para servicios de camiones está configurada una sobreestadia en caso de que camión espere, en cada punta, más de 4 horas.
- Según las condiciones particulares del contrato, cada valor de sobreestadia está estipulada, la que en general es de \$15.000.-/hora
- Excepciones
  - Que la sobreestadia sea por condiciones climáticas y por gestión de área de operaciones de FG Logística

### 5.3.2 Falso Flete o falsa nombrada

- Este concepto, va enfocado a la realización del servicio (postura de camión en origen) pero por situaciones ajenas a FG Logística camión no fue cargado y tuvo que devolverse a terminal Antofagasta
- Este cobro depende de cada situación y gestión, cuyo valor aplicable, si es que corresponde, va de entre 50% y 100% de valor de tarifa de venta

### 5.3.3 Lucro Cesante

- Para servicios de operativos en terminal tales como: Desconsolidación, consolidación, recepción de carga Break Bulk, si cliente no cumple con la tasa operativa de carga; se incurrirá en extensión de hrs/días operaciones
- Esta extensión tiene costos asociados de personal, por lo que se define cobro de lucro cesante cuando personal está ocioso y eso conlleva a extensión de labores, cuyo cobro a cliente depende 100% de la cantidad de personas y equipos que estén en dicha operación

### 5.3.4 Precio

- La estructura tarifaria es definida por el Gerente General de FG Logística (FGL), dependiendo del tipo de negocio/proyecto que se esté negociando
- Para un nuevo negocio, Control de gestión estudiará costos asociados al proyecto a evaluar. Definidos los costos, presenta una propuesta de venta a Gerente General FGL, donde este último definirá tarifa a ofertar.
- Como política general, según negocio, los márgenes sobre los costos serán entre 10% y 30%. Sin embargo, dependerá todo del tipo de proyecto que se deba evaluar.

### 5.3.5 Condiciones Crédito

- Está asociada a la evaluación técnico-financiera al momento de generarse un nuevo cliente. Esto, según monto de contrato, será aplicable según criterio de MCA.

## 5.4 Segmentación de Mercado

### 5.4.1 Cliente directo

- Clientes cuyo servicio es entregado directamente al foco que es Minería y proveedores de la minería, cuyo servicio tiene intención de llevar un contrato con las especificaciones de condiciones y responsabilidades con cada cliente

### 5.4.2 Bróker

- Clientes que están tercerizando servicios para sus clientes, entre ellos encontramos a Freight Forwarders u otro operador logístico, que mueven carga para clientes de minería y proveedores a la minería

### 5.4.3 Servicios Spot

- Clientes cuya operación es particular y definida, tratándose se operaciones de apoyo a un servicio general. Esto está conformado especialmente por acuerdo comercial, correo u orden de compra.

## 5.5 Canales de Venta

### • Directos

- Relación directa de FG Logística con empresas mineras y proveedoras de la minería

### • Indirectos

- a través de algún gestor comercial externo, por tener redes de contactos claves, poder generar un negocio logístico

formas de comercialización y Marketing:

Si bien el rubro requiere mucho lobby comercial presencial con contactos claves, para lograr algún negocio, también el foco es ser reconocidos en la región y esto a través de:

- **WEB: Sitio Web de FG Logística**  
Plataforma que describe detalladamente el *core business* de FG Logística y servicios adicionales, donde además hay un “cotizador” donde potencial cliente describe el servicio requerido para que luego sea formalmente cotizado a través de correo electrónico
- **Redes Sociales**  
Redes de apoyo a exposición de trabajos realizados y servicios que presta FG Logística

## 5.6 Fidelización de Clientes

### 5.6.1 Programa de nivel de servicio

- para conocer de manera más personal el nivel de servicio que se está prestando, el Gerente General invita a cenar a clientes para hablar de los servicios prestados y mejoras que puedan realizarse entre ambas partes
- el resultado de la reunión hace hincapié que FG Logística siempre trabajará en pos de las necesidades del cliente, incluso cambiando la forma original del servicio siempre y cuando éste no sea vea afectado en los costos a FG Logística

### 5.6.2 Obsequios y otros

- A modo de reconocer nuestra relación comercial a nuestros clientes, se hace llegar un obsequio (fin de año) a nuestros clientes, amparados por política de obsequios de nuestra área de contraloría (código de ética)
- Además, se organizan Happy Hours o cenas, para invitar a grupos de clientes y dar a conocer los servicios de FG Logística y fidelizar a los clientes.

## 5.7 Estado del Mercado

### 5.7.1 FODA

- Fortalezas
  - Ubicación y conexión a los principales puertos de la región (ATI – PAG)
  - Único operador logístico que tiene espacio (hasta 9 hectáreas) y recursos (2 grúas stacker) para realizar operaciones masivas de contenedores
  - Satisfacción y fidelidad de los visitantes en cuanto a la infraestructura del terminal Antofagasta
- Oportunidades
  - Llegar a tener 9 hectáreas propias para operaciones e inversión en bodegas
  - Ser el operador logístico con un mayor centro de operación en la región
- Debilidades
  - No contar con 6 hectáreas por no respuesta de BBNN
  - No ser reconocidos en el mercado por años de actividad
- Amenazas
  - Pandemia y sus consecuencias en el mundo operativo marítimo
  - Competencia muy competitiva en experiencia y tarifas
  - Competencia con bajas tarifas
  - Competidores enfocados a negocio dentro de los puertos de la región