



Mendoza, 24 de Septiembre de 2007

Ban Ki-moon
Secretary General
United Nations
New York, NY 100117
USA

De mi mayor consideración,

Por medio de la presente reafirmo el apoyo de nuestra compañía al Pacto Mundial y los principios que este promueve.

Publicidad Sarmiento S.A ha adherido al Pacto Mundial con el firme compromiso de desarrollar sus actividades en el marco ético que esta iniciativa promueve. Por tal motivo, desde la firma del mismo, hemos llevado a cabo acciones que son desarrolladas en la Comunicación sobre el Progreso que se adjunta.

Somos concientes de la función económica y social que las empresas cumplen, y es por esto que seguiremos colaborando, desde nuestro lugar, con el desarrollo sostenible de nuestra sociedad mediante el cumplimiento de los principios del Pacto Mundial.

Atentamente,

Introducción

Desde su creación Publicidad Sarmiento S.A. ha llevado adelante diversas acciones de índole social. Si bien el concepto de Responsabilidad Social Empresaria es novedoso en los últimos años, nuestra empresa, desde sus inicios ha llevado a cabo acciones tendientes al cumplimiento de la misma.

Actualmente estamos implementando la política de RSE, la que supone una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente, materializándose a través del desarrollo de acciones y programas relacionados con la geografía y la comunidad en la que se encuentra inserta la empresa.

Publicidad Sarmiento S.A. entiende que la RSE es una actividad que la empresa realiza hacia sus partes interesadas, trabajadores, clientes, accionistas y la comunidad en general. La misma permite el crecimiento de los involucrados de manera armónica al tiempo que crece la empresa.

Nuestra empresa trabaja para ser un buen proveedor, un buen cliente, un buen empleador, con políticas de venta, de compra y manejo de recursos humanos acordes con los principios de RSE.

Publicidad Sarmiento SA ha elegido la promoción, el desarrollo humano, el desarrollo cultural y cuidado del medio ambiente como las áreas en la que la empresa tiene mayor potencial de influir y en las cuales puede colaborar para producir un cambio positivo en la comunidad.

La decisión de hacer negocios de manera responsable y trasladar a toda la organización los criterios de Responsabilidad Social Empresaria, está inserta en la visión y misión empresarial y las estrategias y tácticas de la empresa.

Misión:

Ser líderes en la comunicación publicitaria en vía pública, con innovación, creatividad y cuidado de la estética urbana.

Visión:

Trascender como la compañía líder de Latinoamérica en comunicación en vía pública, superando las expectativas de nuestros clientes, en un ambiente de realización personal de nuestra gente y desarrollo de relaciones sustentables con nuestros proveedores.

Filosofía:

Propósitos de la empresa y ámbito del negocio

El propósito de la empresa es buscar en forma permanente oportunidades de comunicar y prestar un servicio a la comunidad embelleciendo las ciudades a través del desarrollo de cuidados elementos que se integren y contribuyan con el orden estético y confort de las ciudades. Al hacer esto la empresa se esfuerza por ser la solución comunicacional a los anunciantes brindando el mejor servicio y la mejor calidad en todos los soportes disponibles.

La principal actividad de Sarmiento es ofrecer espacios publicitarios en la vía pública mediante elementos diseñados especialmente para cada ciudad y país; ubicados estratégicamente en lugares de privilegio.

Los clientes están compuestos por anunciantes directos, agencias de publicidad, centrales de medios, presupuestos del Estado y partidos políticos.

Es el mercado de anunciantes en todas las categorías y actividades que utilizan el medio de vía pública, como empresas de productos de consumo masivo, alimentos, electrodomésticos, servicios, automotrices, centros de recreación y consumo, eventos, espectáculos, etc.

Valores:

- Innovación permanente:

Porque valoramos la diferencia, adaptamos tecnologías, lanzamos productos y creativas formas de exhibición publicitaria.

- Calidad técnica:

Porque nos comprometemos con la excelencia seleccionamos cuidadosamente el material de cada uno de nuestros soportes, supervisamos con minuciosidad su diseño, fabricación, instalación y en especial su mantenimiento.

- Compromiso de trabajo con personas íntegras:

Porque creemos que las personas son el activo más importante de nuestra organización, trabajamos día a día para construir una empresa que prioriza la realización personal con sus empleados. Así, brindamos capacitación, en un ambiente de trabajo cordial y saludable, y a través de la 'comunicación en cascada' transmitimos información institucional y de cada departamento, canalizando inquietudes para obtener feed-back.

Desarrollo de los 10 Principios Básicos

Principio 1: *Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos reconocidos a nivel internacional.*

- Protección de los derechos humanos y laborales

En Publicidad Sarmiento S.A. promovemos un ambiente de trabajo basado en el respeto, creando condiciones de seguridad, dignidad y equidad para que todos nuestros empleados puedan desarrollarse efectivamente.

La compañía tiene como política no discriminar a ninguna persona por razones de edad, raza, religión, color, sexo, discapacidad, nacionalidad, estado civil u orientación sexual. Esto sucede porque consideramos que un equipo de trabajo compuesto por personas diversas tendrá mayores probabilidades de encontrar las soluciones más adecuadas para el mundo globalizado en el que vivimos.

Publicidad Sarmiento S.A. brinda amplias oportunidades de desarrollo profesional, optimizando las competencias, capacidades y formación de sus colaboradores. El desarrollo profesional depende en gran medida del autodesarrollo, es decir, potencialidades y desempeño individuales inclinados hacia la organización y el crecimiento del negocio.

- Relaciones con la comunidad

Publicidad Sarmiento S.A. ha apoyado con aportes directos económicos, con pensamientos e ideas y ha consolidado una relación de larga data con muchas cámaras comerciales e industriales, ONGs, universidades e institutos de tecnología e investigación.

Los vínculos establecidos con esos organismos representan la materialización de un plan de negocios orientado hacia la sociedad, que ostenta la calidad de vida y el desarrollo sustentable como su columna vertebral.

Se trabaja para contribuir a la comunidad a través de la colocación de elementos publicitarios y de mobiliario urbano que se integren con el ambiente. Ello se logra con el constante trabajo de profesionales, arquitectos, diseñadores e ingenieros del Departamento de Investigación y Desarrollo que están en una permanente búsqueda de elementos de calidad y belleza que armonicen con cada una de las ciudades donde se instalan.

Asumimos la educación de nuestros colaboradores como un proceso constante dirigido a formar valores, actitudes y conductas tendientes a estimular la creatividad, la innovación, la responsabilidad y el compromiso.

Publicidad Sarmiento es parte y brinda apoyo a distintas entidades

CARITAS

Busca las alternativas que les permitan a las comunidades más pobres acceder a las condiciones de subsistencia y de trabajo fortaleciendo su dignidad como personas y ciudadanos. Durante Agosto / Septiembre 2005 y Agosto / Septiembre 2006 Publicidad Sarmiento S.A. promocionó a través de sus medios (carteleros y carapantallas) la colecta "MAS POR MENOS" en las provincias de Córdoba, Mar del Plata, Mendoza, Rosario y Tucumán. A partir de Octubre del 2006 nuestra empresa colabora mensualmente con el aporte de \$200 a favor de la colecta "MAS POR MENOS".

FUNDACIÓN FAVALORO

Dedicada a la docencia, investigación y asistencia orientada a brindar prestaciones médicas de excelencia basadas en la tecnología de avanzada al servicio humanístico médico. Publicidad Sarmiento colaboró en la difusión de campañas institucionales de la fundación durante los años 2005 y 2006 en Capital Federal.

FUNDAVITA

La misión de esta institución sin fines de lucro es apoyar íntegramente al paciente oncológico y su entorno, como así también promover y realizar aportes a la investigación científica de enfermedades oncológicas. Fue creada en 1995 por Eduardo Terranova, actual presidente de la compañía y uno de sus dueños.

Publicidad Sarmiento S.A. apoya en forma permanente a esta institución no sólo con donaciones monetarias, sino también a través de la difusión en la vía pública de todos los eventos que la misma realiza para recaudar fondos.

Así mismo Publicidad Sarmiento S.A. colabora activamente con Fundavita en la comunicación a la comunidad general de todos los proyectos y gestiones logradas a través del tiempo desde su creación.

MACMA

Difusión de las campañas de apoyo a MACMA para ayudar a concienciar a las mujeres sobre el cáncer de mama. La misma fue exhibida en transiluminados en Capital Federal, Mar del Plata, Rosario y Tucumán.

FUNDACIÓN LEER

Difusión en las plazas de Mar del Plata, Tucumán, Rosario, Mendoza, Necochea de la "Maratón Nacional de lectura 2006", donde la fundación propone acercar a los niños y a las comunidades de todo el país a los libros para que disfruten de experiencias positivas en torno a la lectura, desarrollando actividades relacionadas con la lectura en un ambiente festivo y propicio para inculcar el amor a los libros y estrechar lazos con la comunidad.

FAVIM

A través del Sr. Orlando Terranova, Publicidad Sarmiento S.A. ha participado como miembro del jurado en la elección de los ganadores del premio “Ciudadanía Favin 2005/2006”.

PORTAL DE BELÉN

Auspicio a la caminata en la ciudad de Córdoba a través de carteleras.

AVOME

Asociación Voluntarios de Mendoza Niñez y Familia, la misión de esta asociación es acompañar a niños, adolescentes y familias para que desde su capacidad y potencial creativo superen la situación de pobreza y eviten la exclusión social. Publicidad Sarmiento S.A. además colabora con un aporte mensual de \$100 también colabora con la difusión de la “Muestra de Arte y Decoración” que AVOME realiza anualmente hace ya 9 años.

JUNIOR ACHIEVEMENT MENDOZA

Es una organización internacional sin fines de lucro. Su principal objetivo es educar e inspirar a los jóvenes a valorar y defender el sistema de libre empresa, ayudarlos a comprender la economía y el mundo de los negocios y contribuir a facilitarles su ingreso al mundo laboral.

Posee una amplia variedad de programas que abarcan desde Jardín de Infantes hasta el Primer año de la Universidad.

Nuestra empresa colaboró en la difusión de sus programas, foros y forma parte del grupo de empresas en la que los jóvenes pueden desarrollar el programa educativo “Socios por un día”.

PATROCINIO DEPORTIVO

Publicidad Sarmiento S.A. ha tomado el compromiso de acompañar a deportistas del remo argentino para la obtención de logros deportivos y el mejoramiento de las condiciones prácticas de este deporte a nivel nacional. Nuestra empresa ha realizado aporte material, adquiriendo botes de primera calidad y pasajes para traslados, y gestión a nivel institucional.

El patrocinio deportivo de Publicidad Sarmiento ha contribuido a que el remero mendocino Horacio Sicilia haya obtenido triunfos tanto a nivel nacional como internacional y la tan ansiada inclusión en la Selección Argentina de Remo, donde fue nombrado capitán del equipo argentino que compitió en los últimos juegos ODESUR, consiguiendo para la Argentina una medalla dorada en la especialidad 4 sin timonel, junto a los remeros del Club Regatas y un remero del Club Náutico de Zárate.

CONSEJO EMPRESARIO MENDOCINO (CEM)

Es una entidad que nuclea a empresarios cuyo interés es el de realizar propuestas que posibiliten el mejoramiento de la vida de la sociedad mendocina en su conjunto. Su acción está orientada a que los beneficios del desarrollo económico alcancen a toda la población.

Publicidad Sarmiento S.A. a través de su director, Orlando R. Terranova es socio fundador del Consejo Empresario Mendocino y presidente durante el período 2000/2003.

UNIVERSIDAD DE CONGRESO

La Universidad de Congreso realiza tareas de docencia, investigación y extensión, proporcionando formación científica, profesional, humanística y técnica en el más alto nivel para contribuir al desarrollo socio-político, cultural y espiritual de la comunidad argentina.

Atento al hecho de que en el año 1998 esta a punto de desaparecer el Instituto Universitario, Publicidad Sarmiento S.A., a través de su Director Orlando Terranova y miembro fundador del Consejo Empresarios Mendocinos, fue el impulsor principal junto a otros empresarios de la provincia en las gestiones institucionales, legales y en el apoyo financiero-económico para evitar el cierre de dicha institución.

PASANTÍAS

La empresa, en post de fomentar el intercambio con la comunidad, provee de espacios para el desarrollo de pasantías destinadas a jóvenes estudiantes. El objetivo principal de las mismas, consiste en completar la formación del alumno brindándole la oportunidad de adquirir experiencia dentro de la compañía, facilitando su futura inserción en el ámbito laboral.

Nuestra compañía, considera que las pasantías universitarias son una fuente importante para el desarrollo, que permiten formar futuros empleados en las diferentes áreas de la empresa y a su vez fortalecer a la empleabilidad futura de los jóvenes. El sistema de pasantías permite que el joven se inserte paulatinamente en el ámbito laboral. Para ello, Publicidad Sarmiento S.A. ha firmado convenios con prestigiosas universidades públicas y privadas.

Hoy la empresa cuenta con un importante número de profesionales que nacieron de estos programas.

Principio 2: *Las empresas deben asegurarse de no ser cómplices de abusos a los derechos humanos.*

Publicidad Sarmiento S.A. tiene a su personal contratado dentro del marco legal, siendo parte del compromiso de salud y bienestar del personal. La empresa además de las evaluaciones requeridas por ley lleva adelante diversas campañas de seguridad laboral.

La prevención de accidentes y enfermedades del trabajo es una acción con implicancias socioeconómicas, por lo que ocupa sin duda, un lugar preponderante para todos los componentes de Publicidad Sarmiento S.A..

Para Publicidad Sarmiento, la higiene y seguridad en el trabajo comprende las normas, técnicas y medidas sanitarias precautorias o de tutela que tienen por objeto:

- Proteger la vida, preservar y mantener la integridad psicofísica de los trabajadores y bienes de la Empresa.
- Prevenir, reducir, eliminar o aislar los Riesgos de los distintos puestos de trabajo.
- Estimular y desarrollar una actitud positiva respecto de la prevención de los accidentes o enfermedades que puedan derivarse de la actividad laboral.
- Hacer de la seguridad parte de las exigencias de cada puesto de trabajo.

Complementariamente llevamos a cabo diversas charlas de concientización y prevención sobre los riesgos propios de nuestro entorno laboral, derechos y obligaciones de las partes, prevención de lesiones, etc.

Es parte de las políticas adoptadas por la empresa preservar la integridad psicofísica de los trabajadores, mantener la actualización constante en lo referente a sistemas de salud ocupacional y proceder con el trabajo en la implementación del sistema de gestión en seguridad e Higiene Normas OHSAS 18001/99.

La capacitación se encuentra en el centro de nuestra estrategia corporativa. Los programas están fuertemente orientados a apalancar los conocimientos y el desarrollo de habilidades

necesarios para el desarrollo del negocio. Se llevan a cabo distintas actividades con capacitadores internos y externos.

Es importante mantener un permanente diálogo con los niveles superiores, medios e inferiores, a fin de que en todos los sectores y en cada persona en particular se tome conciencia de la necesidad de observar y cumplir con las normas de Higiene y Seguridad para el beneficio buscado.

Se busca, a través de las inspecciones técnicas de control a los frentes de trabajo, que los trabajadores cumplan con el uso de equipos protectores y que sus actitudes hacia el trabajo sean positivas y de aporte para mejorar las condiciones de trabajo. Así como también, se califica a los proveedores para la compra de elementos de protección personal.

Principio 3: *Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y sindicato y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.*

Publicidad Sarmiento S.A. mantiene una fluida relación con el Sindicato Único de la Publicidad (SUP) en todos los aspectos laborales y sociales y un estricto respeto de los derechos a la libre asociación, al diálogo y a la petición individual o colectiva. Todo esto se materializa en conductas concretas.

Su relación está regida por el Convenio Colectivo de Trabajo que define aspectos fundamentales de la actividad del personal como condiciones de trabajo, salarios, cargas sociales, beneficios, representación gremial y sistema de reclamos.

Gran parte del personal está afiliado a dicho gremio y los Delegados son elegidos por ellos de acuerdo a la legislación vigente, quienes gozan de los derechos y la estabilidad establecidas en la Ley y el Convenio Colectivo de Trabajo.

El Delegado tiene como función representar al personal de su sector ante las autoridades de la empresa, cada vez que las circunstancias lo requieran

Principio 4: *Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso u obligatorio.*

La capacitación y el entrenamiento aseguran la formación de mejores ideas del personal y el éxito de los equipos de trabajo. Publicidad Sarmiento S.A., con dichas prácticas, tiene la idea de fomentar la creatividad y la innovación para la búsqueda de la mejora continua.

Recursos Humanos junto con la dirección de cada oficina da igualdad de oportunidades al personal en el desarrollo de sus carreras, brindando espacio para su contribución en un ambiente de trabajo participativo y seguro.

Los expuesto anteriormente demuestra la base del buen trato que la empresa practica con su personal, respetando su valor humano y los derechos internacionales.

En cuanto a la preservación de la Salud del personal, Publicidad Sarmiento S.A. se orienta a la promoción de mejores condiciones de vida para los trabajadores y a la prevención de problemas de salud relacionados con el estilo de vida y el desenvolvimiento laboral de las personas.

Principio 5: *Las empresas deben apoyar la abolición efectiva del trabajo infantil.*

Publicidad Sarmiento S.A. históricamente no contrata a menores de 18 años. No existe en Publicidad Sarmiento S.A. el trabajo infantil y por el contrario se apoya a los estudiantes jóvenes a través de programas de pasantías, por medio de las cuales los estudiantes desarrollan tareas en diferentes áreas de la empresa y se forman en las mismas. Nuestra propuesta para trabajar, es continuar en la tarea de ayudar a la erradicación del trabajo de menores.

En lo concerniente a proveedores, tenemos una política de contratación, en la cual difundimos las políticas del pacto global, el cumplimiento de estándares de calidad y de buenas prácticas en general.

Se debe condenar la utilización del trabajo forzoso y el empleo de mano de obra infantil; darle valor al respeto por la libertad de asociación de los empleados y el derecho de negociación colectiva; apoyar y colocar en práctica acciones de motivación en contra de todas las formas de discriminación. Además, contar con un sistema de gestión que asegure el cumplimiento de lo enunciado.

Principio 6: *Las empresas deben apoyar la eliminación de la discriminación en materia de empleo y ocupación.*

Nuestro compromiso de empleabilidad local se ajusta al marco regulatorio y las normativas nacionales e internacionales establecidas para el empleo de personas con el objeto de garantizar una gestión humana eficiente, el bienestar interno y externo adecuado para la empresa, el respeto a la diversidad, oportunidades claras de plan de carrera y buenas relaciones con la comunidad.

Garantizamos una estructura salarial justa conforme a criterios de fácil comprensión y comunicación con el objeto de facilitar una retribución participativa de acuerdo a las funciones, niveles de responsabilidad y su desempeño.

Promovemos el desarrollo integral del talento humano en sus ámbitos de trabajo con lo cual aseguramos el crecimiento del negocio y su rentabilidad en el largo plazo.

Publicidad Sarmiento S.A. reconoce a la Diversidad como un activo valioso dentro de la fuerza de trabajo ya que impulsándola se crea un ambiente de trabajo donde se respetan las diferentes ideas, opiniones y creencias; así se abren las puertas de la empresa a personas de orígenes diversos con la convicción de que el éxito de sus operaciones depende de la calidad de las relaciones interpersonales dentro de un ambiente de trabajo en equipo.

Un ejemplo de aplicación de este concepto ha sido una política que se ha ido implementando, que apunta a la integración del sexo femenino haciendo ingresar más personal femenino. Hoy en día alrededor de un 35% de los puestos gerenciales son ocupados por mujeres.

La no discriminación y política de puertas abiertas rige las relaciones de trabajo con respecto a la raza, el color, la religión, la edad, el género, orientación sexual, nacionalidad y discapacidad. De esta manera se garantiza la existencia de un ambiente de trabajo libre de acoso o intimidación que brinda al personal la posibilidad de resolver temas relacionados con el trabajo de una forma franca y abierta.

Principio 7: *Las empresas deberán apoyar un enfoque preventivo frente a los retos medioambientales.*

- Medio Ambiente

Con el objetivo de promover el desarrollo de ambientes saludables para alcanzar una mejor calidad de vida y teniendo en cuenta que el tabaquismo constituye una de las causas más importantes de riesgo cardiovascular y cancerígeno, Publicidad Sarmiento S.A. ha encaminado sus acciones para ser una institución libre de humo de tabaco. Con esta medida, la empresa aspira a mejorar el entorno laboral y a sensibilizar sobre el cuidado del medio ambiente y la salud.

La finalidad de una política de empresa, con relación al tabaquismo tiene diversos motivos de implementación:

- Evidencia de los riesgos sanitarios asociados al consumo involuntario de tabaco.
- Asociados con aspectos de promoción y protección de la salud de los trabajadores, independientemente de su conducta con relación al tabaco.
- Reducir el impacto del uso de tabaco en la salud de los empleados, sean fumadores o no.
- Proporcionar un medio ambiente laboral saludable.
- Prevenir el conflicto, la necesidad de promover el respeto mutuo, la convivencia laboral, entre fumadores y no fumadores.
- Atención del derecho de los no fumadores a respirar aire libre de humo de tabaco.

Políticas:

Operaciones: Los materiales que se utilizan para la construcción de mobiliario urbano son todos reciclables. El papel sobrante sin utilizar se vende para reciclaje; el utilizado es depositado en contenedores para su posterior retiro por parte de una empresa sujeta a las normas de la Subsecretaría de Política Ambiental.

División Gráfica: En la planta industrial ubicada en provincia de Buenos Aires, se desarrollan los procesos productivos gráficos, desde la recepción de las materias primas hasta el despacho de los productos gráficos terminados.

La estructura edilicia, sanitaria y eléctrica, se proyecta y construye de acuerdo a las normas que el Estudio de Impacto Ambiental describe en su minucioso análisis. La evaluación realizada en el año 2004 confirma los índices buscados y se continúa en el perfeccionamiento de los objetivos de seguridad industrial, impacto ambiental y calidad de vida del personal que allí se desempeña.

Cabe agregar que la propuesta del Servicio de Calidad, Higiene, Seguridad y Medioambiente laboral es la implementación de un sistema integrado de gestión que permita determinar los indicadores de rendimiento de la Empresa en dichos temas.

Principio 8: *Las empresas deben comprometerse en iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad medioambiental.*

- Proveedores

Respeto, compromiso y beneficio mutuo. Sobre estos pilares se asienta la Relación de Publicidad Sarmiento S.A., por lo que trabaja en forma conjunta con sus proveedores. Para garantizarlos gestionamos nuestras compras a través de procesos transparentes y criterios

objetivos, que aseguran estándares elevados en nuestra cadena de valor, llevando a cabo una calificación de proveedores a la hora de la selección de los mismos.

En Publicidad Sarmiento se impulsa la mejora de la calidad de vida de la población y el cuidado del medio ambiente en la Argentina. En los procesos de armado de estructuras, así como en la producción de afiches publicitarios, los materiales que utilizamos son reciclables y de primera calidad.

Es política de Publicidad Sarmiento S.A., preservar la imagen paisajística evitando la polución ambiental de los sectores de la vía pública donde se encuentran nuestros puntos publicitarios. Para llevar adelante esta política, toda vez que se gana una licitación en espacios públicos a cubrir, ya sea con refugios, pantallas u otro tipo mobiliarios, no se recarga el ambiente, preservando las características del entorno, brindando además seguridad a la comunidad, evitando distracciones que puedan llevar a que se produzcan accidentes de terceros o transeúntes del lugar.

El papel utilizado y descartado durante el proceso de mantenimiento es depositado en contenedores para su posterior retiro por parte de una empresa sujeta a las normas de la Subsecretaría de Política Ambiental.

Se llevan a cabo programas de reciclado, donde los residuos son recolectados por la empresa Recovering S.A. emitiendo el Certificado De Tratamiento de Residuos para luego llevarlos a las plantas de tratamiento autorizadas por la Secretaría de Política Ambiental del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires.

La estructura edilicia, sanitaria, eléctrica, de incendio, se proyecta y construye de acuerdo a las normas que el Estudio de Impacto Ambiental describe en su minucioso análisis. La evaluación realizada en el año 2004 confirma los índices buscados y se continúa en el perfeccionamiento de los objetivos de seguridad industrial, impacto ambiental y calidad de vida del personal que allí se desempeña.

Las Tintas, rubro principal en los desechos gráficos, son libres de NVP (N-Vinil Pirolidona), cumpliendo con el acuerdo de Montreal.

En el sistema sanitario se cuenta con piletas de decantamiento, en las que se separan residuos sólidos de líquidos; los primeros se recolectan en tambores metálicos para llevarlos a las plantas de tratamiento autorizadas por la Secretaría de Política Ambiental del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires. Los residuos líquidos, son tratados en nuestra planta, de acuerdo a las fórmulas que los técnicos determinan.

Además, periódicamente, como lo establece el Manual de Impacto Global, se realizan controles de nivel sonoro, iluminación, ventilación y residuos.

Principio 9: *Las empresas deben alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente.*

Acorde a la misión de Publicidad Sarmiento S.A. se impulsa la mejora de la calidad de vida de la población y el cuidado del medio ambiente en la Argentina, buscando la mejor tecnología que no incida negativamente en el Medio Ambiente, y para que esta tarea cumpla su cometido, seleccionamos a conciencia nuestros proveedores.

Es importante destacar que los productos que se emplean en limpieza, pintura y mantenimiento del mobiliario de vía pública cumple con los estándares permitidos de ley evitando trastornos en los trabajadores que utilizan estos insumos, tanto en lo referente a higiene y seguridad para evitar problemas en la salud de los trabajadores, como para el empleo sin influir al medio ambiente. También podemos destacar que los residuos producto de la actividad son tratados conforme lo exigen las normativas vigentes, por lo que no afectan al medio ambiente.

Por otro lado, Publicidad Sarmiento S.A. a través de la Universidad de Congreso promueve la carrera "Licenciatura en Gestión Ambiental".

La empresa ayuda al desarrollo de actividades a través del premio Jóvenes mendocinos destacados. El ganador del premio 2007 fue el Subsecretario de Medio Ambiente de la provincia de Mendoza, Gustavo Morgani, a quien se decidió darle este reconocimiento por su labor institucional y política desarrollada en la Subsecretaría de Medio Ambiente de la Provincia.

Principio 10: *Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.*

Publicidad Sarmiento S.A. contrata la colocación de mobiliario urbano a través licitaciones públicas y abiertas. Este tipo de licitaciones está regulado por estrictas normas y reglamentaciones que garantizan un transparente proceso de adjudicación.