



Atacama S.A. de Publicidad

Pacto Global de Naciones Unidas para
la Responsabilidad Social Empresaria

**COMUNICACIÓN SOBRE EL PROGRESO
2013**

Buenos Aires, octubre de 2014

www.atacamapublicidad.com.ar

Malabia 1754 | C1414DMJ | CABA, Argentina

info@atacamapublicidad.com.ar

3	Carta del Presidente
5	Breve descripción de la empresa
6	Principios del Pacto Global
7	Derechos Humanos
12	Estándares Laborales
17	Medio Ambiente
20	Anticorrupción
23	Conclusiones



Sr. Ban Ki Moon
Secretario General
Organización de las Naciones Unidas
1st Ave & E 44th St, New York, NY 10017
USA

Sr. Secretario General,

Tengo el agrado de dirigirme a Usted nuevamente a los fines de presentarle la Comunicación Sobre el Progreso en 2013 de la empresa argentina Atacama S.A. de Publicidad.

Desde el 2004, Atacama respalda en forma comprometida e ininterrumpida al Pacto Global de Naciones Unidas. Como es de su conocimiento, somos miembros activos de la Mesa Directiva de la Red Argentina, y hemos participado tanto en los encuentros internacionales (España y Ginebra) así como en los nacionales del Pacto Mundial. Nuestro compromiso con la difusión y promoción de los 10 Principios de la iniciativa se fortalece año tras año, adquiriendo cada vez más desafíos en pos del bienestar de nuestra sociedad.

Continuamos generando alianzas estratégicas y vínculos con Instituciones del Estado local, Organizaciones de la Sociedad Civil e Instituciones Educativas que nos permiten crear sinergia, articulando acciones tendientes al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, y ahora cada vez mas cerca, a los de Desarrollo Sostenible. Confiamos en que el networking es fundamental para trascender la Responsabilidad Social de una empresa en sí misma, llegando a conformar una verdadera red de trabajo multi-stakeholder. Creemos que en bloque es posible lograr más y mejores contribuciones a nuestra comunidad.

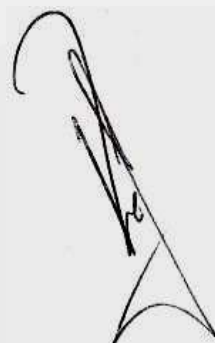


Los grupos de interés se encuentran cada vez mas informados y exigentes, situación que nos reta a redoblar los esfuerzos para seguir ofreciendo acciones socialmente responsables. Las limitaciones propias de una empresa pequeña van disminuyendo a medida que nos capacitamos y comprendemos que estas no significan imposibilidad de mejorar y superarnos.

Resulta para nosotros muy reconfortante que se haya reconocido a la Red Argentina dentro de las diez mejores Redes Locales. El trabajo en equipo y su constancia a lo largo de esta primera década, rinde sus frutos. Nos motiva a renovar con entusiasmo la responsabilidad que, como representantes de la Mesa Directiva, asumimos como propia.

Deseamos una vez mas compartir esta presentación para comunicar nuestros avances y objetivos a futuro, a la par de afianzar nuestro compromiso continuo con la mayor iniciativa global de Responsabilidad Social Empresaria, y contagiar a pequeñas y medianas empresas a asumir el reto de ser socialmente responsables.

Sin más, saludo a Usted muy atentamente.







Raúl Enrique Robino del Valle Martínez
Presidente Atacama S.A. de Publicidad



Breve descripción de la empresa

Atacama es una empresa fundada en 1949, líder en publicidad en vía pública, dedicada a brindar servicios integrales de comunicación publicitaria.

Actividades principales:

-  Fabricación, instalación, habilitación, comercialización y mantenimiento de soportes para anuncios publicitarios en todo el país (carteles espectaculares, grandes formatos, columnas publicitarias, medianeras y megasix).
-  Desarrollo de soportes para publicidad y promoción con nuevas tecnologías: pantallas LED fijas y móviles.
-  Arquitectura publicitaria: servicios y productos dedicados al diseño y construcción de stands; desarrollo de puntos de venta y carteles de obra.
-  Servicio integral para todos los aspectos referidos a la comunicación publicitaria, de marketing promocional, ferias, exposiciones, congresos y eventos de cualquier tipo.

Ha adherido en 2004 al Pacto Global de Naciones Unidas y se mantiene como miembro activo de la Red Argentina desde entonces, ocupando cargos en la Mesa Directiva.

Actualmente emplea un total de 24 colaboradores entre las oficinas centrales y el taller.

Para mayor información visitar www.atacamapublicidad.com.ar y www.facebook.com/publicidadviapublica

1
2

DERECHOS HUMANOS

Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.

Principio 2: Las Empresas deben asegurarse de no ser cómplice de la vulneración de los derechos humanos.

3
4
5
6

ESTÁNDARES LABORALES

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

Principio 4: Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

Principio 5: Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

7
8
9

MEDIO AMBIENTE

Principio 7: Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

Principio 9: Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

10

ANTICORRUPCIÓN

Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.





Compromiso

Atacama apoya, respeta y protege los Derechos Humanos y basa la totalidad de sus decisiones en que esto sea garantizado en el ámbito de influencia que le compete.

Rechaza todo tipo de acción contraria a lo que defiende la Declaración Universal y lucha por trasladar esta manera de actuar hacia sus grupos de interés.

Articula acciones internamente y también con la comunidad en la que desarrolla sus actividades para garantizar su defensa y fomento.



Sistemas

Entre los procesos relevantes tendientes a fortalecer los derechos humanos en el ámbito de influencia podemos destacar:

✓ Participación activa en iniciativas voluntarias: Una de las acciones de Responsabilidad Social de Atacama es participar de grupos de trabajo en red, como la Red de Empresas contra el Trabajo Infantil, la Red Argentina del Pacto Global y la Oficina de Asesoramiento sobre Violencia Laboral. Es reconfortante la idea de que al generar sinergia es mas sencillo transitar el camino hacia la búsqueda de una mejor sociedad, participativa y conciente.

✓ Alianzas por el Bien Público: Atacama utiliza sus recursos publicitarios para difundir campañas y promover valores y derechos a través de la generación de coaliciones con Organizaciones no Gubernamentales, Intergubernamentales y de la Sociedad Civil.

✓ Fundación Golden Brain Atacama: Su propósito es poner en valor a creativos, educadores y estudiantes de carreras afines a la publicidad. Los homenajeados son personas del medio con gran trayectoria (Golden Brain) y a alumnos (Promise Brain). El jurado está compuesto por ganadores de ediciones anteriores. El reconocimiento se entrega en un evento anual en el que participa gran variedad de público.





En relación al ámbito de influencia, se desarrolló lo siguiente:

- La participación en la Red de Empresas contra el Trabajo Infantil continúa siendo una de las actividades más prioritarias, así como lo es la intervención en la Red Argentina del Pacto Global. Esto incluye reuniones plenarias, de subcomisión, mesa directiva y eventos complementarios. No ha sido activo de igual forma el involucramiento en la Oficina de Asesoramiento sobre Violencia Laboral.
- Se han cedido espacios en la pantalla de leds de Av. 9 de Julio para la difusión de los siguientes spots: Un Sol para los Chicos (UNICEF); Colecta Nacional Más por Menos; Colecta Doná (TECHO); Campaña Nacional contra la Tortura y Día Nacional de la Lucha contra la Corrupción (PNUD); Caminata Alrededor del Mundo contra el Cáncer de Mama (FUNDACION AVON); Día Mundial contra el Trabajo Infantil (OIT); 2° Carrera por una Niñez sin Trabajo Infantil (CONAETI); 19° Aniversario del Atentado (AMIA); Premios Obrar (CONSEJO PUBLICITARIO ARGENTINO); Chicos perdidos de Argentina (MISSING CHILDREN). Además, se suben los spot a la web y al Facebook de la empresa, reforzando su difusión en dicha red social. En algunos casos la colaboración se extiende a exhibición de afiches e impresión de lonas.

Ver www.atacamapublicidad.com.ar/empresa/rol-social/ y www.facebook.com/publicidadviapublica

- El premio Golden Brain se ha llevado a cabo por 10° vez, y el Concurso Promise Brain por 6° vez. El evento tuvo lugar en el Auditorio Mayor de la UB (Universidad de Belgrano) el 12 de noviembre.
- Promise Brain, el concurso de creatividad en vía pública, orientado a estudiantes de carreras de Publicidad, Comunicación, Diseño y afines, consiste en la presentación de un afiche publicitario para vía pública sobre una temática con fines sociales. Ésta varía en cada edición, siempre guardando cierta relación con la agenda del Pacto Mundial.



- Atacama se presenta a una serie de certámenes nacionales e internacionales con el Concurso Promise Brian, mostrándolo como un caso de éxito en materia de Responsabilidad Social en el ámbito educativo.
- Se realizan visitas a Universidades e Instituciones de Educación Terciaria, y se recibe en las oficinas a alumnos y profesores de la carrera de Publicidad. La iniciativa de vinculación con el sector académico nace por el hecho de que en los planes de estudio no se incluye como materia la publicidad en vía pública. De esta forma, se promueve el desarrollo de la especialidad, a través de charlas y presentaciones interactivas.
- Se sponsorean medallas a los mejores promedios de algunas Instituciones y los directivos concurren a los actos de colación de grado para hacer entrega de las mismas a los estudiantes que las obtienen.



Resultados

- ☐ Se ha logrado formar parte de la Mesa Directiva la Red Argentina del Pacto Global como miembro titular mediante la votación de los colegas. La presencia en la Red de Empresas contra el Trabajo Infantil continua siendo óptima. No hemos podido obtener nivel de participación en la Oficina de Asesoramiento sobre Violencia Laboral, aunque esperamos poder mejorarlo para el próximo año.
- ☐ Se reciben numerosas cartas de agradecimiento, menciones e invitaciones a eventos como consecuencia de la difusión de las campañas en la pantalla de led, redes sociales y web. A su vez la comunicación de estas acciones genera una importante repercusión en nuestra red social de Facebook.
- ☐ La Legislatura Porteña Declara de Interés Cultural y Social al Golden y Promise Brain 2013.



❑ Golden y Promise Brain resultan nuevamente auspiciados por el Ministerio de Cultura del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y por diferentes Cámaras, Asociaciones e Instituciones Educativas relacionadas con la Publicidad, que apoyan la iniciativa edición tras edición. En el evento de 2013 concurrieron 300 personas.

❑ El Concurso Promise Brain se ha convertido en un trabajo práctico más a cumplir dentro del plan de estudio de varias Instituciones Educativas. La temática desarrollada en 2013 fue “Cooperación en la Esfera del Agua”.

En la edición 2013 se han relevado:

- ✓ 224 Trabajos presentados
- ✓ 416 Estudiantes participantes
- ✓ 9 Universidades e Instituciones de Educación Superior participantes
- ✓ 16 Finalistas
- ✓ Target alcanzado: público joven y jóvenes adultos (18 a 40 años)
- ✓ Zona: CABA y GBA
- ✓ 400 likes en página de Facebook

❑ Atacama obtiene la Distinción RSC (Responsabilidad Social Comunicativa) de *Caso Emblemático de la Década*, por la presentación del “Promise Brain, Concurso de Creatividad en Vía Pública”.





Para el próximo año

- De cara al próximo año, se espera progresar en la participación en OAVL, ya que aún no se encuentra avanzada en el mismo grado que las otras.
- Seguiremos cediendo espacios publicitarios a las entidades que lo soliciten, siempre que difundan un mensaje de interés social y bien público. Se buscará ampliar los soportes destinados a la cesión de espacios.
- Se continuará con la organización del evento Golden Brain como todos los años, la próxima será 11° edición. Para 2014 se espera recibir 400 asistentes, y poder renovar la Declaración de Interés Social y Cultural por parte de la Legislatura Porteña.
- En futuras ediciones del concurso Promise Brain se continuará, como siempre, apelando a temas de interés social y medioambiental para difundir concientización. Se espera además de sumar cantidad de trabajos, que estos mejoren su calidad y nivel.
- Con respecto a las invitaciones a postular nuestro caso en distinciones, continuaremos participando, siempre y cuando aporten valor a la iniciativa.
- Las visitas de y a instituciones educativas será también en el próximo período algo primordial en la agenda. Buscaremos llegar a un mayor número de alumnos, no solo en Capital Federal, sino también en el interior del país.





Compromiso

Gran parte de nuestros colaboradores nos acompaña hace varios años. Con muchos de ellos y entre ellos se ha generado una relación de aprecio mutuo y confianza.

Nuestro pensamiento es que durante las horas que se trabajan, el ambiente laboral sea ameno, armonioso y lo mas acorde posible a las expectativas de los empleados.

Se busca que disfruten de la actividad que realizan y que exista una excelente relación interpersonal. Además, que puedan desarrollarse profesional y personalmente dentro de nuestra compañía.



Sistemas

Entre los procesos tendientes al logro del compromiso asumido destacamos:

✓ Desarrollo de carrera: A la hora de cubrir un puesto de trabajo en cualquiera de los niveles, el proceso de selección de personal comienza por dentro. Se consideran factores tales como habilidades, responsabilidad, experiencia y antigüedad de los colaboradores. La igualdad de oportunidades es fundamental en este punto. Atacama considera que sus empleados son quienes mejor conocen las necesidades de los puestos, ya que ningún área funciona como un compartimento estanco y siempre existe interacción entre todas. De no poder cubrir el puesto con una búsqueda interna, se procede a consultar también al personal si desea sugerir o recomendar a alguien conocido que pueda cumplir con las expectativas requeridas. Si aún así no es posible, allí es cuando se procede a la búsqueda externa.



- ✓ Posibilidad de capacitación: Cualquier empleado, sea cual fuere su puesto o nivel jerárquico tiene la oportunidad de elegir y solicitar asistir a cursos de capacitación en lo relacionado a su actividad dentro de la compañía. El costo de los mismos corre por cuenta y cargo de Atacama. Durante la cursada, se realiza un seguimiento mediante charlas descontracturadas para conocer la satisfacción de la persona con respecto a sus expectativas y al finalizar, se le solicita que elabore un informe de los conocimientos incorporados.
- ✓ Beneficios extra salariales: Atacama costea los seguros de automotor de niveles gerenciales, fuerza de ventas, y ahora también producción y locaciones, quienes emplean sus vehículos como recurso de trabajo. Además, se continua aplicando un beneficio mensual con el recibo de sueldo por concepto de “desgaste de automóviles” que constituye un incentivo para la renovación de la flota. Por otro lado, obsequia mensualmente a todos sus colaboradores por igual entradas para espectáculos teatrales, recitales y vouchers para canjear productos.
- ✓ Promoción de hábitos saludables: Se alienta a que los colaboradores participen de actividades deportivas, como por ejemplo la Carrera por una Niñez sin Trabajo Infantil, organizada por La Red de Empresas contra el Trabajo Infantil, de la cual Atacama forma parte. Si alguno desea participar, se le costea el pago de la inscripción. Además, se fomentan actividades grupales al aire libre.
- ✓ Aumento de participación y comunicación: Dado que en evaluaciones de anteriores Comunicaciones sobre el Progreso se ha observado que las acciones de Responsabilidad Social se encuentran en cierta forma limitadas a los directivos, se decide abrir el juego a los colaboradores.



Con relación a los estándares de trabajo, se desarrollaron las siguientes acciones:

- Se han podido cubrir dos puestos mediante la rotación de personal interno. La recepcionista fue promovida a asistente de dirección, y una colaboradora del departamento de administración fue ascendida a jefa del sector.
- Se ha capacitado a dos colaboradoras. La responsable del área de Relaciones Institucionales ha completado el Diplomado de Estudios Avanzados en Responsabilidad Social Empresaria, dictado en la Universidad Nacional de San Martín. La coordinadora del Departamento de Ventas ha asistido a un curso de Estrategias y Planeamiento de Medios en la Universidad Argentina De La Empresa.
- El 100% de los colaboradores ha asistido a al menos dos espectáculos teatrales y/o musicales cuyas entradas fueron obsequiadas por Atacama. La totalidad de los empleados ha canjeado un voucher por productos durante el año.
- 6 empleados han aceptado el desafío de correr en la maratón 2° Carrera por una Niñez sin Trabajo Infantil. Se ha planteado una nueva actividad social, compartir un día de juegos y deporte al aire libre entre directivos y empleados.
- Se continua ininterrumpidamente el newsletter interno vía mail con frecuencia quincenal. Todas las áreas de la empresa aportan sus novedades para su confección del mismo.





- ❑ Gracias al crecimiento profesional de nuestros colaboradores dentro de la compañía se mantiene estable el nivel de permanencia. Consideramos que otorgar a los empleados que nos acompañan desde hace tiempo mayores responsabilidades y confianza fortalece su capacidad y autoestima, lo cual se ve reflejado directamente en el cumplimiento de los objetivos.
- ❑ La ventaja de contar con personal capacitado se aprecia en la evolución del nivel de los trabajos que desarrollan aplicando los conocimientos incorporados. El 100% de los empleados que se capacitaron permanecen en la empresa.
- ❑ La satisfacción por los beneficios extra salariales otorgados al personal es mutua. Contribuye a que la empresa tenga una imagen y una reputación positivas tanto hacia dentro como hacia fuera.
- ❑ La participación de los empleados en la maratón contribuyó no solo a su salud sino también a socializar y divulgar la actividad para contagiar a otros a querer sumarse. Fue muy positivo en todo aspecto, incluso en la difusión por Facebook. La participación del día al aire libre fue del 90% de los colaboradores. Los mismos afirmaron que lo repetirían al menos dos veces por año.
- ❑ Se ha detectado mediante monitoreo de Facebook y encuesta interna sobre el newsletter que las novedades que generan mayor interés y difusión continúan siendo las de RSE, y las que involucran al personal. Para el final del año se compaginaron los hechos mas relevantes y se confeccionó un video que compartimos al momento del brindis. Fue realmente muy emotivo y gracioso para todos.





Para el próximo año

- Se espera que para la próxima edición de la Carrera por una Niñez sin Trabajo Infantil, la cantidad de colaboradores participantes aumente.
- Se busca mantener la inversión en capacitación para el próximo año.
- Se espera poder continuar con el sistema de obsequios a empleados e incluso ampliarlo.
- Se programaran dos días al aire libre por año, uno en otoño - invierno y otro en primavera - verano.
- Se repetirá el formato del video de fin de año con el objetivo de institucionalizarlo.





Compromiso

Entendemos que nuestra responsabilidad como actor corporativo en la sociedad es muy importante en materia de medio ambiente, ya que generamos gran cantidad de desechos y consumimos una alta cuota de energía.

Tanto con el núcleo del negocio como con las actividades generales diarias nos proponemos lograr un cambio que sea paulatinamente mas abarcativo.

Creemos que el desafío es romper con el paradigma de que ya es tarde para promover un cambio efectivo y cooperar desde una PYME para la sustentabilidad del planeta.



Sistemas

Entre los procesos tendientes al logro del compromiso asumido podemos identificar:

- ✓ Aplicación de “las tres R” en la oficina: Reducir, reutilizar y reciclar. Se identifican los elementos susceptibles a la aplicación de esta regla para la oficina.
- ✓ Recuperación de elementos directamente relacionados con el negocio: Se retiran lonas publicitarias de anuncios que caducan y se donan a ONGs o Cooperativas que las convierten en objetos funcionales generando además trabajo. También se recuperan hierros de estructuras que Atacama recupera y pone apunto para construir nuevas.
- ✓ Uso de nuevas tecnologías en la actividad: Se continúan desarrollando dispositivos y soportes con tecnologías amigables con el medio ambiente.





Con relación al medio ambiente, se llevaron adelante las siguientes acciones:

- Reducción del consumo de energía eléctrica mediante lámparas de bajo consumo y apagado total de las computadoras e impresoras. Reducción en el uso de cartuchos de impresión a través del control de las impresiones color por un responsable designado por área. Re-utilización de bolsas de supermercado, sobre todo en el ámbito del comedor de la empresa por el cocinero. Incentivo a todos los colaboradores para re-usar sobres y papel de la otra cara para comunicaciones e impresiones de circulación interna. Se ha colocado un grupo de tachos señalizados para residuos en diferentes sectores de la empresa. El propósito de la implementación de los cestos es la separación de residuos en origen para enviar luego a reciclar. Más allá de los insumos, se ha buscado fomentar el uso de la bicicleta como medio de transporte para concurrir a trabajar.
- Hemos donado lonas publicitarias en desuso a la Agencia de Protección Ambiental del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires para que ONGs las reutilicen y fabriquen elementos que se comercializan luego en la Feria Diagonal S. El objetivo de esta Feria es generar en la Ciudad un espacio donde promover el consumo responsable y comprometido con el sector social y ambiental.
- Se ha continuado con la renovación de tecnologías de iluminación en los dispositivos propios para reducir el consumo de energía de los mismos.
- Atacama continua adhiriendo a *La Hora del Planeta*, como siempre en el mes de marzo. Consiste en apagar las luces durante una hora y difundir el mensaje en nuestros canales de comunicación.





Resultados

- ❑ Hemos logrado mantener bajo el nivel del consumo de energía eléctrica de la oficina. Además, se continua observando un moderado gasto en insumos como resmas de hojas para impresión, reciclado y compra de cartuchos color, sobres y bolsas de supermercado. Sigue siendo complicado el uso de los tachos diferenciados, cuesta contar con la colaboración de los empleados en el uso de los mismos. Cuatro empleados suelen concurrir al trabajo en bicicleta, dependiendo por supuesto de las inclemencias del tiempo.
- ❑ Hemos recibido otro reconocimiento formal por parte del Gobierno de la Ciudad en agradecimiento a la donación de lonas publicitarias.
- ❑ Se ha logrado suplantar la iluminación convencional de con la tecnología led en un 90% de nuestros dispositivos.



Para el próximo año

- Se considerará la opción de duplicar los grupos de tacho por sector. Se deberá resolver de manera totalmente correcta el destino final de los residuos separados. Se colocará un soporte para estacionar bicicletas en la puerta de la empresa.
- Seguiremos donando el material publicitario de descarte para contribuir a la reducción de residuos y de paso generar trabajo.
- Se espera poder reemplazar al 100% la iluminación convencional de la cartelería con bajo consumo.
- La adhesión a *La Hora del Planeta* se repetirá como en los últimos años.
- El proyecto del cartel alimentado por energía solar ha sido nuevamente postergado por motivos de reestructuración en planificación.





Compromiso

La reputación de una empresa no tiene precio. La imagen positiva que se construye día a día puede perderse de un momento a otro y recuperarla es lo más difícil.

Si todo el ámbito empresario pudiera seguir una línea de transparencia y apertura, tendríamos competencia leal en el mercado, confianza total de los stakeholders, e incluso se reducirían los gastos “extras”.

Nuestra empresa cree en la justicia y si es necesario denuncia irregularidades del rubro para combatir la corrupción.



Sistemas

Entre los procesos para lograr este compromiso destacamos:

- ✓ Asociación Argentina de Empresas de Publicidad Exterior: Atacama ocupa la presidencia de esta entidad. A través de la misma, promulga la formalidad dentro de la informalidad que existe en el medio.
- ✓ Sensibilización de colaboradores: Se fomenta la práctica de “tolerancia 0” mediante la sensibilización y el diálogo con los empleados.
- ✓ Respeto por las normas de competencia leal: El desarrollo, evolución y crecimiento del mercado conviene a todas las empresas del rubro. Atacama busca la unión con los colegas y no la división.





Actividades

En este aspecto, se observan las siguientes acciones:

- Desde APE se informa, actualiza y capacita a los miembros de la asociación en lo que respecta a las normas y leyes necesarias para estar en regla. En caso que se detecte algún incumplimiento por parte de organismos gubernamentales, se emiten comunicados a autoridades de las distintas jurisdicciones con el objetivo de denunciar cualquier caso irregular.
- Se concientiza al empleado sobre la importancia de la transparencia en los procesos de compra y de comercialización. Se busca que sea parte de la cultura organizacional mediante el diálogo. Es importante que ellos mismos sean quienes manifiesten situaciones corruptas para colaborar con las buenas prácticas de toda la compañía.
- En los casos que involucran a nuestros colegas, como por ejemplo procesos licitatorios o reuniones con entidades del gobierno a nivel de cámara empresaria, se fomenta el respeto y la sana competencia. Una lucha justa es posible si se consensúa respetarse mutuamente.



Resultados

- ☐ Se ha logrado un incremento en la formalidad de procedimientos en nuestro rubro con respecto a otros países de América del sur.
- ☐ No se ha generado ninguna denuncia sobre casos poco transparentes por parte de los colaboradores. Sin embargo se ha detectado un fuerte compromiso por parte de los mismos con la temática.
- ☐ Una importante cantidad de acuerdos con los organismos fueron realizados en bloque para el beneficio común del sector.





Para el próximo año

- El propósito será acercarnos lo máximo posible a la formalidad del rubro en el que estamos inmersos. Trataremos de estar a la par de las empresas del exterior.
- Continuaremos con la política interna de diálogo y denuncia.
- También seguiremos con la convicción de que si todos colaboramos y trabajamos en conjunto se puede lograr un mundo empresarial abierto y equitativo.





Reflexión

Al presentar una nueva Comunicación de Progreso, nos autoevaluamos sobre, justamente, la evolución con respecto al año pasado. El resultado puede ser alentador o bien dejar la sensación de no haber podido dar grandes pasos. Pero en definitiva lo que rescatamos de este ejercicio, por llamarlo de alguna manera, es la seguridad de que realmente estamos haciendo algo en concreto.

Luego de 9 años de formar parte de esta iniciativa tan importante a nivel global, podemos reflexionar sobre el avance que nuestra compañía ha tenido hasta el momento en varios aspectos, al aplicar los 10 Principios.

Creemos que ha fortalecido los vínculos con todos los stakeholders, en especial con los recursos humanos, que son uno de los más importantes según nuestro punto de vista. Cabe destacar que en nuestra condición de PYME, y a pesar del complejo contexto socio-económico actual, hemos logrado mantener todas las fuentes de trabajo.

Anteriormente, quién iba a percatarse de la relación de nuestra compañía con el medioambiente, o con los derechos de los niños, por ejemplo. Pero trabajando en aspectos a veces impensados, es como se llega a concluir que somos parte de un sistema y que todo se relaciona con todo. El camino que elijamos para jugar nuestro papel resultará fundamental para un mundo sostenible.

Este documento está orientado a todos nuestros grupos de interés, para que puedan conocer lo que Atacama ha aprendido gracias a haber puesto en práctica un conjunto de preceptos elaborados para que las empresas de cualquier envergadura puedan contribuir a la construcción de un mundo sustentable para las generaciones venideras.

Agradecemos su lectura y esperamos que resulte de su interés.

