

RELACIONES CON GRUPOS DE INTERÉS

La compañía respeta y reconoce la necesidad de los consumidores de contar con información precisa y creíble en relación al producto que reciben de la empresa. En este contexto, el proveer información transparente, oportuna y precisa a los consumidores, es crucial para satisfacer sus expectativas y desarrollar relaciones de colaboración mutua con ellos. En un marco más amplio, la compañía busca construir relaciones de confianza y transparencia con todos los grupos de interés.

ADASA realizó un proceso de identificación de grupos de interés, analizando, entre otros, su grado de involucramiento, análisis de riesgo y flujos de información. Los principales grupos de interés identificados por la compañía corresponden a los clientes, las comunidades, los trabajadores y contratistas, y las autoridades nacionales y regionales.

Clientes

Uno de los focos de atención y preocupación por parte de ADASA son sus más de 133 mil clientes, los cuales se separan en dos categorías:

- Clientes regulados, constituidos por los consumidores domésticos ubicados en las zonas de concesión de Antofagasta, Calama, Tocopilla, Mejillones y Taltal.
- Clientes no regulados, principalmente industriales, tales como Mantos Blancos, Minera Spence S.A., Rayrock, SQM Nitratos y Sierra Miranda.

ADASA cuenta con más de
133.000
clientes

Gestión de la relación con los clientes

Resaltando la importancia de mejorar la calidad de vida de los clientes residenciales y la eficiencia en los sistemas de suministro para los clientes industriales, en noviembre de 2007 ADASA inició el proyecto "Relación con Clientes" con el objetivo de mejorar la relación de los clientes con la compañía, consolidar su imagen y avanzar en el desafío de transformarse en un referente de la industria.

Comunicación abierta

La compañía cuenta con canales de comunicación abierta con sus clientes, como el sitio www.aguasantofagasta.cl, donde se encuentra información actualizada acerca de la empresa, oficinas comerciales, tarifas y consultas en línea. El mismo sitio web ofrece la posibilidad a los usuarios de expresar sus inquietudes

o formalizar reclamos a la compañía.

Transparencia en el cobro



En búsqueda de mejorar el servicio al cliente, y de promover una mayor transparencia en el cobro, ADASA es la única empresa sanitaria que factura en el mismo acto que toma la

medición, imprimiendo su boleta en el domicilio, luego de verificar el consumo de agua en el medidor.

Atención y satisfacción del cliente

Para promover una atención rápida y eficiente, la compañía ha implementado un sistema de atención telefónica, llamado Fono Clientes, mediante el cual se ha logrado disminuir los tiempos y mejorar la atención de los clientes.

En el sitio web de la compañía se ha desarrollado una plataforma en línea de atención al cliente, que le permite realizar los pagos de su cuenta de agua, informarse acerca de las

últimas modificaciones en el estado del servicio, cortes programados, reposición del suministro, y otros temas. Sumado a lo anterior, la compañía ha incorporado un Sistema de Atención Integral de Clientes (SAIC), el cual registra computacionalmente cada solicitud, el motivo que la genera y la solución adoptada. Esto le permite a ADASA mejorar la atención al cliente y ofrecer soluciones eficientes y en menor tiempo. Durante 2007 se disminuyó un 9,6% la cantidad de reclamos con respecto al año anterior.



■ Trabajadores a diciembre 2007



Relación con los trabajadores

ADASA cuenta con un total de 263 trabajadores propios de los cuales 257 tienen contrato indefinido y seis contrato a plazo fijo.

Dentro de su modelo de gestión para alcanzar la excelencia en sus servicios, ADASA busca promover el bienestar y compromiso de sus trabajadores a través de actividades deportivas y culturales, así como capacitaciones permanentes en distintas áreas.

Si bien la compañía no posee políticas específicas de contratación de trabajadores o proveedores locales, el total de sus trabajadores propios pertenece a la Región de Antofagasta. En el caso de la compra de insumos y servicios, existen proveedores tanto locales como otros a nivel nacional.

Salud y seguridad ocupacional

En la actualidad la compañía desarrolla programas de salud y seguridad ocupacional que le permitan mantener altos estándares de desempeño en estas materias.

La compañía, a través del Departamento de Gestión de Riesgos, cuenta con un plan de salud ocupacional y vigilancia, cuya finalidad es detectar y/o controlar oportunamente las enfermedades profesionales relacionadas con los riesgos y la exposición, según sus procesos y tareas operacionales.

Adicionalmente, buscando la mejora continua en materia de salud y seguridad ocupacional, la compañía ha desarrollado planes de evaluaciones cuantitativas y cualitativas de riesgos y prevención de enfermedades profesionales y accidentes del trabajo.

Durante 2007 se desarrollaron diversos programas de capacitación y difusión en relación a los riesgos de enfermedades y efectos sobre la salud, resultantes de los agentes físicos, químicos y biológicos

derivados de las operaciones y tareas en las que se ocupan los trabajadores.

En materia de seguridad, se realizaron diversas evaluaciones en 2007, entre las cuales se cuentan:

- Auditorías internas de control de riesgos, que permiten el control y evaluación de los elementos que componen la gestión de riesgos operacionales y las actividades de seguridad a cargo de los supervisores de áreas.
- Auditoría realizada por la Mutual de Seguridad, como parte del desarrollo del programa PEC (Programa Empresa Competitiva).

■ Estadísticas de seguridad

	Total
Con tiempo perdido ⁽¹⁾	8,6
Sin tiempo perdido ⁽²⁾	28,7
Índice de gravedad	80
N° fatalidades	0

⁽¹⁾ Cantidad de accidentes con tiempo perdido, en el año, por millones de horas trabajadas.

⁽²⁾ Cantidad de accidentes con y sin tiempo perdido, en el año, por millones de horas trabajadas.

⁽³⁾ Cantidad de días perdidos en el año, por millones de horas trabajadas. (Una fatalidad equivale a 6.000 días perdidos).

- Auditoría de control anual, para realizar la revisión y actualización de los mapas de riesgos de la compañía.

Capacitación

En búsqueda de mantener una fuerza laboral motivada y comprometida, se desarrollaron diversas actividades de capacitación en 2007. La más destacada es el Primer Juego de la Innovación, donde se conformaron equipos de distintos trabajadores de la compañía para resolver diferentes problemas que enfrenta la empresa. Con ello se logró el aumento de habilidades de innovación, escucha de preocupaciones y articulación de soluciones en más de 45 trabajadores.

Acompañando a este programa se implementó una serie de talleres especiales de desarrollo de habilidades directivas para jefes de departamentos y profesionales, buscando la creación de comunidades colaborativas al interior de la compañía, fomentando el liderazgo, negociación, trabajo en equipo, la creatividad y la comunicación.

La compañía recibió el año 2006, por medio del Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE), el reconocimiento e-Sello que acredita a ADASA como una empresa libre de brechas digitales.

En el año 2007 se invirtieron aproximadamente US\$ 72.000 para la capacitación del personal, de los cuales US\$ 44.000 fueron aportados directamente por la empresa y US\$ 28.000 por SENCE. El número de trabajadores beneficiados con estas actividades fue de 217 personas. El promedio de horas de formación al año, por empleado, fue de 23,28.

Otras instancias de colaboración fuera del trabajo se dan en el Club Social y Deportivo de ADASA, que fortalece el compañerismo entre trabajadores y fomenta la vida sana. También existe una agrupación folclórica formada por los trabajadores de la compañía.

ADASA mantiene dos contratos colectivos, con los dos sindicatos de la compañía, que agrupan a 139 trabajadores

y 37 trabajadores respectivamente, es decir, cubren un 67% del personal. Las buenas relaciones con los trabajadores se ven reflejadas en la baja tasa de rotación, que fue de 1,20% en 2007.

Comunidad

Entendiendo que ADASA es parte integrante de la comunidad, la compañía ha establecido un programa permanente para difundir



sus valores: La Cultura por la Vida en el Desierto. El programa busca motivar la vocación de servicio de los trabajadores y colaboradores de la compañía, resaltando el rol de cada uno de ellos, y transmitiendo el concepto de que el recurso obtenido y utilizado no es sólo agua, sino vida.

Lo que nació como una iniciativa individual de la compañía se convirtió en una campaña a la que hoy se han sumado 16 organismos del área educación, autoridades de salud, municipalidades y la Comisión Nacional de Medio Ambiente (CONAMA).

Entre las actividades desarrolladas con la comunidad en 2007 se destacan:

- Visita a todos los establecimientos educacionales de las ciudades atendidas por ADASA, presentando una muestra itinerante y entregando material audiovisual y gráfico a 128.000 estudiantes de entre 4 y 17 años.
- Creación de una comunidad virtual (www.nuestronorte.cl) como lugar para desarrollar proyectos

de emprendimiento regionales de tipo social, cultural o económico.

- Visitas con los voluntariados corporativos de cada ciudad, integrados por trabajadores y prestadores de servicios, a organismos sociales apadrinados.
- La compañía desarrolló un convenio de cooperación con la Universidad Católica del Norte y la Universidad de Antofagasta para fortalecer la innovación y el desarrollo de capacidades técnicas de los alumnos.
- Entrega de donaciones para su equipamiento y operaciones al Cuerpo Regional de Bomberos de las cinco ciudades atendidas.
- Encuentros anuales con urbanizadores e inmobiliarias de la región, para coordinar acciones que permitan mejorar la calidad del servicio a los futuros clientes.

Autoridades

Al ser una empresa de servicios, ADASA trabaja directamente con todas las autoridades políticas, ambientales, sanitarias y fiscalizadoras competentes en la materia, logrando transparencia y rapidez en la información analizada y atendiendo cada una de las consultas que surjan por parte de las autoridades.

