



COMUNICACION IN PROGRESS

INFORME PACTO MUNDIAL

IPKON

2016-17

Derechos humanos, protección medio ambiente servicio a la ciudadanía y transparencia son los ejes rectores de IPKON S.A. DE C.V.

1. Diferenciación en la forma de hacer negocios de IPKON.

IPKON, es una empresa 100% mexicana que nace como una respuesta al Programa de Reordenamiento del Gobierno del Distrito Federal, con el objetivo de apoyar el rescate de espacios urbanos y equilibrar las reglas del juego en cuanto a publicidad exterior, por ello la empresa reconoce que su responsabilidad va más allá de generar utilidades para sus accionistas. Es consciente de que sus actividades tienen un impacto en la calidad de vida de sus empleados y de su entorno, hecho por el cual ha recibido el distintivo ESR desde el 2013, que la reconoce como una Empresa Socialmente Responsable, por lo que esta empresa nace con un compromiso con sus clientes, empleados y su propia comunidad.

Recuperamos espacios y comercializamos con transparencia en todos nuestros acuerdos comerciales.

Nuestra filosofía:

INTEGRIDAD. Impulsa nuestro compromiso en proporcionar servicios de calidad y excelencia y mantener una relación respetuosa y honesta con nuestros grupos de interés.

RESPONSABILIDAD, Excelencia en lo que hacemos y cumplir con las expectativas de nuestros clientes, enfocando nuestras tareas para mantener la confianza y la relación justa entre el inversionista y la comunidad de interés.

RESPECTO, Proveer de prácticas laborales éticas y mantener un buen ambiente de trabajo. Mantener una comunicación interna y respetar la diversidad.

TRANSPARENCIA, Mantener nuestra imagen como empresa transparente y ética.

COMPROMISO, Implementar y llevar a cabo medidas de apoyo a la comunidad y medio ambiente donde opera.

a. ¿Cómo aporta IPKON a sus ejes rectores?

La empresa ha apoyado el rescate de 92,262 m2 de espacios en la Ciudad de México. Espacios que ahora son zonas de parque y túneles remodelados iluminados que mejoran nuestra ciudad.

La innovación es una de las ventajas competitivas del grupo, las tendencias en publicidad exterior, el uso de datos móviles y la recuperación de espacios con sentido. Las normas internas de ética en nuestros mensajes y marcas hacen que exista un Comité que evalúa el mensaje y la marca antes de cerrar con el cliente la comercialización de los espacios.

La empresa respeta los derechos humanos dentro y fuera con sus grupos de interés, también comunica este mensaje afuera de la organización, expresando mensajes de interés social y campañas que tienen un impacto positivo en la sociedad.

Nuestros clientes reconocen en IPKON un aliado para sus negocios y además de anunciarse estamos recuperando espacios.

En IPKON se han implementado políticas de Responsabilidad Social, procedimientos, cuenta con un Código de Ética, que protegen los derechos Humanos, la dignidad de la persona, la equidad de género, la prohibición del trabajo infantil y forzado tanto en su Código Interno como en el Código de Proveedores.

Desde el año 2013 es una Empresa Socialmente Responsable, distintivo que otorga el Centro Mexicano para la filantropía.



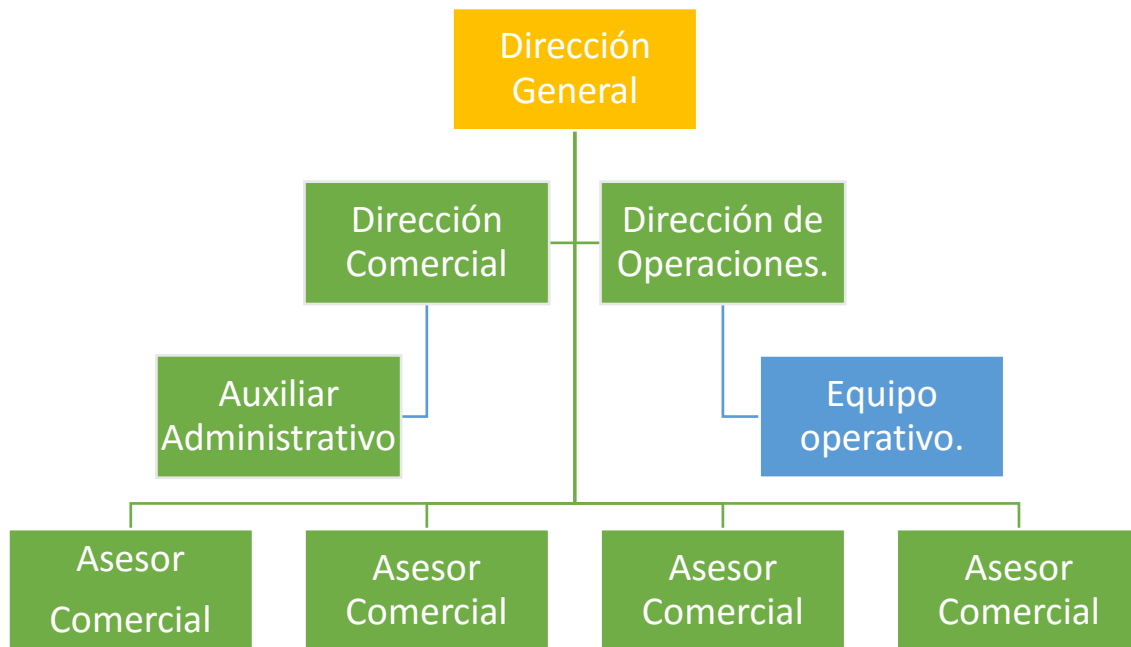
Misión

Empresa que ofrece espacios publicitarios exteriores innovadores creando un valor para el cliente incluyendo una Estrategia de Responsabilidad Social hacia ambas partes ya que vincula la publicidad exterior con la mejora, rescate y protección de espacios públicos hacia una Publicidad Exterior Sustentable que apoya a la comunidad y el medio ambiente en el que opera.

Visión

Ser una empresa Líder en Publicidad Exterior Sustentable en México.

b. Organigrama de IPKON.



2. Nuestros servicios son:

- 🌿 Diseño de una campaña acorde a las necesidades de nuestros clientes, innovación creativa de espacios con valor.
- 🌿 Publicidad en Túneles ubicaciones en las principales vialidades de la Ciudad de México, incluyendo espacios comunes, áreas verdes e iluminación de última generación, para convertirlos en un escaparate urbano de alto impacto que permite exponer todo tipo de marcas y productos, con mensajes socialmente responsables.
- 🌿 Publicidad en Puentes Peatonales Espacios de gran visibilidad para peatones y vehículos que circulan en carriles centrales y laterales, por lo que se realizó una importante inversión para su rescate arquitectónico y estructural en las vías rápidas más importantes del Estado de México. Estos espacios además de ser una cartelera ideal, constituyen una mejora en la seguridad para la gente de la zona.
- 🌿 Espacios publicitarios dentro de plazas comerciales como: Forum by the Sea, Forum Buenavista, La Isla Acapulco, La Isla Cancún, Plaza Outlet Lerma y Lago de Guadalupe, los cuales son espacios comerciales de gran impacto visual, para promocionar productos bajo el mismo techo en el que se encuentran disponibles y con un *target* en situación de compra.

3. Nuestro Compromiso en IPKON

En la empresa se respetan los derechos humanos, la equidad de género, no hay distinción entre personas, se respeta el Código de Ética y existen políticas y procedimientos para respaldar estas acciones, así mismo hay un Comité de ética que revisa y supervisa el comportamiento ético a todos los niveles.

Existe la libertad de asociación, está respaldado por una política que así lo establece, los canales de comunicación informal se respetan en la organización.

En los procedimientos de inducción y en el Código de Ética se prohíbe el trabajo infantil así como en el Código de ética de los Proveedores, existen políticas al respecto y en ambos documentos también se prohíbe el trabajo forzado u obligatorio.

La empresa apoya la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación, en IPKON se promueve la igualdad de trato y la equidad de género.

El compromiso con el medio ambiente va más allá de prevenir sino que es un activismo corporativo en el que IPKON se da a la tarea de rescatar espacios que mejoran la seguridad y embellecen la ciudad, además de tener políticas y procedimientos de cuidado del medio ambiente, campañas internas y externas y cuidado de la biodiversidad y reciclado de materiales, contando con campañas de sensibilización hacia sus colaboradores que han tenido como resultado el ahorro de energía e insumos.

IPKON lleva a cabo campañas externas que fomentan la iniciativa de respeto y protección al medio ambiente, por medio de mensajes que sensibilizan a la población sobre acciones que minimizan la contaminación, mejoran el ahorro de recursos no renovables y evitan el incremento de emisiones de CO2. Algunas campañas son: “Sin moño y sin bolsita”, “Usa la bicicleta”, “Cuida el agua” y otras.

La empresa promueve con sus acciones el desarrollo de tecnologías respetuosas con el medio ambiente, siendo un proyecto innovador de rescate y comercialización de espacios publicitarios.

Al ser una empresa que ha formulado un Código de Ética para la empresa, para proveedores, un Manual de Gobierno Corporativo, 47 políticas de Responsabilidad Social Corporativa, 37 Procedimientos, existe un Comité de Ética, todos los colaboradores han firmado la carta de compromiso del Código de Ética y existe la Política anticorrupción, es una forma de comunicar dentro y fuera de la empresa que estamos comprometidos con la lucha contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

4. El decálogo de RSE en IPKON.

4.1. Promueve e impulsa una cultura **de competitividad responsable** que busca las metas y el éxito de IPKON, contribuyendo al mismo tiempo al bienestar de la sociedad.

4.2. Hace públicos sus valores, combate **interna y externamente prácticas de corrupción** y se desempeña con base en un código de ética.

4.3. Vive esquemas de liderazgo participativo, solidaridad, servicio y de **respeto a los derechos humanos** y a la dignidad humana.

4.4. Promueve **condiciones laborales favorables para la calidad de vida**, el desarrollo humano y profesional de toda su comunidad (empleados, familiares, accionistas y proveedores).

4.5. Aplica una **filosofía incluyente en su vida laboral**, respeto de los diversos grupos que conforman su entorno social, bajo la premisa de igualdad de oportunidades para el desarrollo profesional y personal como derecho de todo ser humano.

4.6. Respeta el entorno ecológico en todos y cada uno de los procesos de operación y comercialización, además de **contribuir a la preservación del medio ambiente**.

4.7. Identifica las necesidades y **apoya causas sociales** del entorno en que opera como parte de su estrategia de acción empresarial, impulsando el desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida.

4.8. Invierte tiempo, talento y recursos en el **desarrollo de las comunidades en las que opera**.

4.9. Participa, mediante **alianzas intersectoriales** con otras empresas, organizaciones de la sociedad civil, cámaras, agrupaciones y/o gobierno, en la discusión, propuestas y atención de temas sociales de interés público.

4.10. Toma en cuenta e **involucra a su personal, accionistas y proveedores** en sus programas de inversión y desarrollo social.

5. El modelo de RSE.

	<p>Valores Corporativos y Transparencia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fomentar la Transparencia, el respeto a los valores y actuar conforme a las leyes. • Creación de Servicios sustentables y sinergias con los grupos de interés. • Toma de decisiones estratégicas y éticas de contenidos de impacto sustentable.
	<p>Desarrollar el Capital Humano</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación • Colaboración • Consideración
	<p>Cultura Ambiental</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cultura hacia la ecoeficiencia en la recuperación de espacios. • Minimizar emisiones, residuos y optimizar el uso de recursos no renovables. • Promover activamente la conciencia ambiental en la sociedad.
	<p>Impulsar el Valor Social</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño de campañas y promoción de causas sociales. • Promoción de la cultura, artes, educación y cuidado del entorno a través del apoyo a los organismos de la sociedad civil con Campañas No Lucrativas que fomentan la convivencia social.

6. Nuestro Compromiso con los grupos de Interés.

Grupo de Interés	Acciones
COMUNIDAD	<p>Materiales amigables, limpieza productos biodegradables, los anuncios cumplen con los permisos y la seguridad dictaminada por las autoridades y las leyes y reglamentos.</p> <p>Se revisan los contenidos de los anuncios y se supervisa la seguridad en la instalación de la publicidad.</p>

ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL	Se les apoya con campañas No lucrativas, para dar a conocer sus acciones y motivar su crecimiento y expansión para que sus programas beneficien a un mayor número de personas.
CLIENTES	Seguimiento y atención al cliente Privacidad Información del cliente. Material amigable medio ambiente cumplimiento de normas y reglamentos.
COLABORADORES	Conocer las opiniones sobre el voluntariado en IPKON y apoyar la campaña de juguetes para niños de escasos recursos
DUEÑOS Y ACCIONISTAS	Gran compromiso con el activismo corporativo u, la ética la transparencia y la vinculación con la comunidad.
PROVEEDORES	Compromiso con el medio ambiente y buscar que respeten los derechos humanos y no al trabajo infantil y forzado y obligatorios, sensibilizar de las acciones sociales y buscar proveedores locales y su desarrollo como parte de la empresa. Sensibilizar de las acciones de voluntariado de la empresa
ORGANIZACIONES EN EL RAMO	Promover la legalidad y tramitación de permisos por parte agencias, así como la seguridad en la instalación de la publicidad.
COMPETENCIA	Promover la competencia ética y la legalidad en la autorización de permisos para colocar la publicidad.

7. Nuestra Estrategia.

Buscamos avanzar hacia una estrategia de Responsabilidad Social, en la que la transparencia en nuestras negociaciones y el ir más allá que la venta de un espacio comercial, ha mejorado los impactos positivos en el medio ambiente y en la sociedad y esto ha fortalecido nuestra reputación corporativa.



PACTO MUNDIAL

4 de marzo 2015.

Por medio de la presente, en IPKON, estamos comprometidos en renovar el compromiso adquirido en abril del 2015, con la iniciativa del Pacto Mundial de las Naciones Unidas referente a los diez principios que abarcan los derechos humanos, derechos laborales, respeto del medio ambiente y la lucha contra la corrupción.

IPKON, es una empresa de publicidad exterior que tiene una concesión por parte de las autoridades de la Ciudad de México para rescatar espacios y comercializarlos. IPKON cuidadosa del medio ambiente, con el firme compromiso de restaurar estos espacios y convertirlos no sólo en espacios alternativos para la publicidad de importantes marcas, sino en espacios que a través de mensajes socialmente responsables generen orgullo en los ciudadanos e identidad en nuestra ciudad, para ayudar a transformarla en una de las capitales más atractivas del mundo.

En IPKON, esta iniciativa de adoptar los 10 principios está inmersa en su estrategia de responsabilidad social, con la cual opera esta empresa de publicidad al utilizar tecnologías amigables con el medio ambiente y recuperar espacios para el bienestar de sus ciudadanos, comprometida con el respeto de los derechos humanos hacia sus colaboradores, accionistas, clientes, proveedores, instancias gubernamentales y beneficiarios de los proyectos, buscando mejorar la calidad de vida dentro de la empresa, protegiendo al medio ambiente, llevando campañas que apoyan acciones sociales a las organizaciones no lucrativas y siendo una empresa transparente y ética.

IPKON, está comprometido con los 10 principios del Pacto Mundial y anexo a esta carta se entrega el informe de actividades.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "G. Acosta", is written over a horizontal line.

Lic. Guillermo Acosta Esparza.

Director General.

IPKON.

Juventino Rosas No. 70, Desp. 502, Col. Guadalupe Inn, Del. Álvaro Obregón, México, D.F. 01020.
Tel.: 5661-4852

1. Principio 1 “Las entidades deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia”.

Contamos con una política de igualdad de oportunidades y conciliación de la vida profesional, personal y familiar. Firme compromiso con el medio ambiente con unas prácticas respetuosas con el mismo y una gestión eficiente tanto de los residuos como de los materiales.

1.1. *Diagnostico.*

Tratándose de una compañía que respeta los Derechos Humanos y la legislación mexicana, no existe riesgo de vulnerar los Derechos Humanos. Aun así se ha realizado un diagnóstico exhaustivo examinando la relación con nuestros grupos de interés tratando de localizar esos riesgos:

El riesgo para nuestro cliente es inexistente ya que el trato es personal buscando en todo momento su plena satisfacción con el resultado final, además de contar con un canal directo de comunicación con Presidencia, que atiende sus quejas y sugerencias.

Podemos afirmar que el riesgo para los empleados de accidente laboral es mínimo ya que exigimos que estén al día con sus reconocimientos médicos y se imparten cursos de prevención de riesgos laborales.

No se reportaron accidentes laborales por baja médica.

Inexistencia de algún tipo de acoso ya que no se discrimina ni por edad, sexo, raza o religión.

Los empleados están plenamente integrados en la empresa, respetan el código de ética.

Proveedores.

-Nuestro compromiso con nuestros proveedores es facilitarles su trabajo y premiar su esfuerzo garantizando el pago de la forma más rápida y segura posible.

La política es no hacer distinciones entre proveedores con una dilatada experiencia a nuestro lado o los más recientes. En nuestra relación comercial con nuestros proveedores siempre intentamos acercar posturas que sean beneficiosas para ambas partes, por lo que el trato no es estrictamente comercial sino más cercano y directo.

1.2. *Políticas.*

Existen políticas escritas sobre el trato a los clientes, proveedores, accionistas y empleados y el compromiso de estos con nuestros principios de Responsabilidad Corporativa.

1.-Política Anticorrupción

2.-Declaración de RSE.

3.-Medidas de protección a clientes

4.- Expectativas y valores de los grupos de las comunidades donde opera.

5.-Compromiso de Directores y ejecutivos con RSE

6.-Respeto al Código de ética de la Empresa y de los Proveedores

7.- Política de revisión de acciones y su impacto- económico- ambiental y social

8.- Identificación de acciones relevantes de RSE

9.-Presupuesto de acciones Sociales y Ambientales

10.- Respeto a los derechos humanos

11.-Reclutamiento varias fuentes.

12.-Privacidad de datos e información

13.- Comunicación Interna de Acciones de RSE.

1.3. *Acciones.*

- 1.3.1. Comunicamos a todos los nuevos empleados la política de calidad y responsabilidad ética establecida.
- 1.3.2. Con respecto a los empleados existentes se les mantiene informados mediante hojas informativas y publicaciones internas tanto en el tablón de anuncios y a través del correo electrónico recordando los valores expuestos en la política corporativa y el Código de ética. El 100 % de los empleados conoce el Código de ética.
- 1.3.3. Para IPKON la seguridad tanto de sus trabajadores como de la de los subcontratistas es primordial por lo que es necesaria formación en materia de prevención de riesgos laborales, asistiendo los trabajadores a cursos de reciclaje periódicamente y estando siempre al día con los reconocimientos médicos. Esta política es aplicable a su vez a los nuevos empleados.
- 1.3.4. Control de nuestros proveedores. El porcentaje de control de las empresas proveedores asciende al 100%, es imprescindible para toda empresa subcontratada que lea el Código de ética de Proveedores.

1.4. *Seguimiento y Medición de Impacto.*

Desde su implementación se realiza una serie de controles y un seguimiento periódico, con el objetivo de verificar que el compromiso adoptado por la Presidencia de IPKON, con la ética en el trabajo y la defensa de los derechos humanos fundamentales se traslade a todos los niveles y a todos nuestros grupos de interés.

Tanto en las oficinas centrales como en los centros de trabajo abiertos se realizan estos controles de manera exhaustiva y periódica reiterando el compromiso firme de la dirección para hacerlos cumplir, cada año se reúne el Comité de ética para revisar el Código añadir o corregir algunos puntos, algunas veces por algún cambio que afecte nuestro código de conducta, en las reuniones extemporáneas se analizan los casos de no cumplimiento al código y las medidas correctivas a implementar.

No se han presentado casos de incumplimiento al Código de Ética.

2. *Principio 2. "Las entidades deben asegurarse de que sus entidades no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos".*

2.1. *Diagnostico.*

Se realiza un seguimiento de los trabajadores de los proveedores con el fin de comprobar el cumplimiento de las obligaciones legales con respecto a su personal, puesto que el total de nuestros proveedores operan con IPKON, se aplica el marco normativo en México, lo que supone un respeto por los derechos humanos. Internamente se dispone de un Código de ética para Proveedores y de un procedimiento compuesto por una serie de controles de calidad y responsabilidad social anteriormente mencionados con los que se está en poder de verificar que el 100% de nuestros proveedores y empleados respetan la normativa vigente.

2.2. *Riesgos*

Haciendo un análisis más profundo podemos encontrar el siguiente riesgo: Compra de materiales a proveedores cuya cadena de suministro incumpla los Derechos Humanos.

2.3. *Políticas.*

Nuestro sistema de calidad establece un procedimiento sobre nuestros proveedores, con el cual solo aquellos que cumplan con los diez principios con

los que IPKON se ha comprometido firmemente y con el Código de ética de Proveedores, podrán tener relación comercial directa. Todos los proveedores que trabajan con la compañía deben someterse a un proceso de homologación para verificar que cumplen los valores que promueve el Pacto Mundial.

2.4. *Acciones*

Difundimos entre nuestros proveedores la política RSE a través de la página web corporativa, nuestras redes sociales y de una manera más directa si se encuentran irregularidades se procede a corregirlas y sancionar esas acciones si fuese necesario.

2.5. *Seguimiento y Medición de Impacto.*

El estar comprometido con el del pacto mundial no se reduce a una mínima implicación y esfuerzo, sino que nuestro compromiso es total y firme, garantizando así el cumplimiento de los valores del pacto mundial creando pautas para generar una RSC seria no solo en el ámbito interno de la propia compañía, sino que se pueda transmitir a todos nuestros grupos de interés. Esta tarea comienza desde la dirección hasta el último eslabón de la cadena de colaboradores, implica un esfuerzo considerable, tanto en el tiempo dedicado a ello como en términos económicos, parte del personal se debe dedicar a ello, siendo el principal objetivo construir un mercado laboral, financiero y social más equitativo y con una total aceptación de la normativa internacional de los derechos humanos.

3. *Principio 3. “Las entidades deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva”.*

3.1. *Diagnostico.*

En IPKON se apoya la libertad de afiliación y el derecho a la negociación colectiva de sus trabajadores.

El riesgo en este aspecto es mínimo ya que se respetan todos los derechos del trabajador, tanto el derecho a convocar una huelga, negociación salarial o periodo vacacional entre otras.

La línea a seguir es fomentar una situación en la que el trabajador, no se sienta ningún riesgo y se esté totalmente integrado en la entidad siendo sus derechos totalmente reconocidos.

3.2. *Políticas.*

Existe una política que apoya la negociación colectiva.

La empresa da cumplimiento a la Organización Internacional del Trabajo OIT Y promueve y respeta la libertad de asociación, para que den cumplimiento a los principios y derechos de libertad de asociación y sindical, y de negociación colectiva.

La empresa promueve que se organicen los trabajadores en pos de la justicia social, respeta las leyes y busca mejorar la calidad de vida de sus empleados.

De conformidad con la declaración de la OIT, la empresa favorece y preserva los siguientes derechos laborales: la libertad de asociación y la libertad sindical y el reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva; la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio; la abolición efectiva del trabajo infantil, y la eliminación de la discriminación en materia de empleo y ocupación.

La organización promueve la libertad debe manifestarse entonces en dos planos: como autoafirmación inicial de los individuos y como reconocimiento posterior entre ellos mismos a partir de la propia mecánica democrática, en tanto que esta última significa la mejor forma

disponible para la realización personal y la obtención de apoyos mutuos.

3.3. *Acciones.*

Existen encuestas de satisfacción laboral y además se respeta el derecho de afiliación.

3.4. *Seguimiento y Medición de Impacto.*

El de los encuestados consideran que existe una paga justa en la empresa. El 82.5% en la encuesta de clima laboral , los colaboradores tienen satisfacción por su trabajo.

4. *Principio 4. “Las entidades deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción”.*

4.1. *Diagnostico.*

Este principio está establecido en el Código de ética de IPKON, en el Código de ética de Proveedores y en sus políticas donde se elimina toda clase de trabajo forzoso

4.2. *Políticas.*

20. Prohibición del trabajo forzado u obligatorio.

Este principio está incluido en los Códigos y en una política que establece que está prohibido el trabajo o servicio exigido a un individuo bajo la amenaza de una pena cualquiera y para el cual dicho individuo no se ofrece voluntariamente”.

La empresa esta acuerdo en respetar lo establecido por la OIT en su artículo 8:

- Nadie estará sometido a esclavitud. La esclavitud y la trata de esclavos estarán prohibidas en todas sus formas.
- Nadie estará sometido a servidumbre.
- Nadie será constreñido a ejecutar un trabajo forzoso u obligatorio;
- El inciso precedente no podrá ser interpretado en el sentido de que prohíbe, en los países en los cuales ciertos delitos pueden ser castigados con la pena de prisión acompañada de trabajos forzados, el cumplimiento de una pena de trabajos forzados impuesta por un tribunal competente;
- No se considerarán como “trabajo forzoso u obligatorio”, a los efectos de este párrafo: i) Los trabajos o servicios que, aparte de los mencionados en el inciso se exijan normalmente de una persona presa en virtud de una decisión judicial legalmente dictada, o de una persona que habiendo sido presa en virtud de tal decisión se encuentre en libertad condicional;
- El servicio de carácter militar y, en los países donde se admite la exención por razones de conciencia, el servicio nacional que deben prestar conforme a la ley quienes se opongan al servicio militar por razones de conciencia.
- El servicio impuesto en casos de peligro o calamidad que amenace la vida o el bienestar de la comunidad;
- El trabajo o servicio que forme parte de las obligaciones cívicas normales.
- Todos los empelados que sean testigos de los casos de trabajo forzoso, deberán informar de ello a las autoridades competentes sin poner en peligro a las víctimas.

- Está prohibido utilizar redes informales de fuentes de empleo, deben estar legalmente constituidas.

4.3. *Acciones.*

La empresa respetando el libre trabajo y oponiéndose a cualquier forma de explotación o coacción.

4.4. *Seguimiento y Medición de Impacto.*

Constantemente se revisa que no existan casos de explotación en su cadena de valor ya que los Códigos y normas lo establecen.

En las reuniones del Comité de ética y a través del buzón se mantiene un seguimiento a las quejas de cualquier maltrato dentro de la empresa.

5. *Principio 5. “Las entidades deben apoyar la erradicación del trabajo infantil”.*

5.1. *Diagnostico.*

El trabajo infantil no es un factor de riesgo. No se contratan trabajadores con edad inferior a la legalmente establecida para trabajar.

Esta establecida esta prohibición en el Código de ética, en el de Proveedores, en el Manual de Gobierno Corporativo y por supuesto existe una política al respecto.

La empresa es promotora y reconocida por la UNICEF como defensora de los Derechos del niño y el adolescente desde hace dos años.

5.2. *Políticas.*

21. Prohibición del uso del trabajo infantil en todas sus formas, inclusive en su cadena de valor. La empresa prohíbe el trabajo infantil en todas sus formas y se compromete a tratarlo de evitar hacia su cadena de valor, de acuerdo con la OIT , cuyos especialistas lo definen el trabajo infantil como “... el conjunto de actividades que implican, sea la participación de los niños (y niñas) en la producción y comercialización de los bienes no destinados al autoconsumo, sea la prestación de servicios por los niños a personas naturales o jurídicas”.

Existe un estricto cumplimiento de la legislación laboral (Ley Federal del Trabajo (artículos 22, 23, 173 a 180, 362, 372, 995, internamente todo empleado es mayor de edad y a su vez solo se gestionan las candidaturas de aquellos que cumplan con lo anterior. A las subcontratas se les exige el mismo proceso y para verificarlo es requisito indispensable el control de cada trabajador que pueda acceder a nuestros centros de trabajo abiertos.

5.3. *Acciones.*

Se respeta la legislación y al ser una empresa promotora de los derechos del niño y adolescente verifica y constata que no existan niños trabajando dentro de su cadena de valor.

5.4. *Seguimiento y Medición de Impacto.*

No se contratan menores de edad.

6. *Principio 6. “Las entidades deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación”.*

6.1. *Diagnostico.*

Las contrataciones en IPKON, provienen de diversas fuentes de reclutamiento, y todos los candidatos siguen el mismo proceso de selección, la composición de la plantilla de la empresa es muy diversa, existiendo personal de los distintos estratos de la sociedad.

Este principio está establecido en el Código de ética de IPKON, en el Código de ética de Proveedores y en sus políticas.

6.2. *Políticas.*

6.2.1. La empresa establece en su política, que promoverá siempre la igualdad de trato y la equidad en las oportunidades laborales, a igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, independientemente de su origen étnico, racial o nacional, sexo, género, edad, discapacidad, condición social o económica, condiciones de salud, embarazo, lengua, religión, opiniones, preferencia u orientación sexual, estado civil o cualquier otra característica o condición análoga.

6.2.2. La empresa respetará la norma mexicana NMX-R-025-SCFI-2009 que establece los requisitos para la certificación de las prácticas para la igualdad laboral entre mujeres y hombres.

6.3. *Acciones.*

La empresa busca reclutar en diferentes fuentes de empleo, se promueve la equidad e igualdad, y apoya a sus empleados en su formación y en su desarrollo interno.

6.4. *Seguimiento y Medición de Impacto.*

Empleados No. colaboradores:40	10% son mujeres 90% son hombres
Numero de colaboradores que asistieron a cursos:	10
Becas inglés colaboradores	40

7. *Principio 7 “Las entidades deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente”.*

7.1. *Diagnostico.*

Se han implementado una serie de campañas y procedimientos para el cuidado y protección del medio ambiente como.

Se establece en el Código de ética y en el Código de Proveedores Políticas de Cuidado Medio ambiente en desarrollo.

7.2. *Políticas.*

Se están diseñando políticas que apoyen este principio, pero está establecido en el Código de Ética en el punto 10 Compromiso con Nuestro Entorno, el promover prácticas de cuidado del medio ambiente, prevenir impactos ambientales derivados del servicio que ofrece la empresa, fomentar prácticas sustentables manejo de residuos, emisiones y reciclado, protección a la biodiversidad, implementación de tecnologías

7.3. *Acciones.*

Se han implementado los siguientes procedimientos: Procedimiento Seguridad, Salud- Higiene y Medio Ambiente, Manejo de Archivo Muerto e Inventarios, Procedimiento Envío de mensajería electrónica y Procedimiento de Cuidado a la Biodiversidad e Impactos.

Se han hecho campañas de cuidado de energía, de capacitación en cuidado medio ambiente, posters de promoción, vía electrónica.

7.4. *Seguimiento y Medición de Impacto.*

Ahorro en luz acumulado	2.81%
Metros rescatados en la ciudad de México	21,252 m2 en 2014
Túneles	75,000 m2

8. *Principio 8. "Las entidades deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental".*

8.1. *Diagnostico.*

La empresa lleva a cabo procedimientos y programas de cuidado ambiental, manejo de residuos, capacitación, reciclado de materiales y cuidado de impresiones de papel.

- Ahorro de CO2
- Campañas de Ahorro de Agua y energía.
- Comprometidos con la Biodiversidad apoyo a acciones de cuidado y adopción de camellones

8.2. *Políticas.*

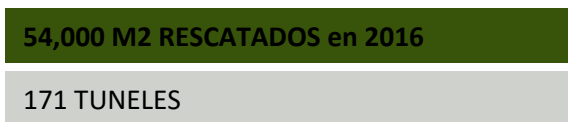
Se establece el principio de cuidado y preservación del medio ambiente en sus Códigos de ética, manuales de procedimientos y en el Manual de Gobierno Corporativo

8.3. *Acciones.*

Se han realizado acciones de sensibilización medioambiental. Se hizo campaña de envió electrónico de comunicados y se ahorraron aproximadamente 50 viajes de 100 km que equivale a 0.58 Toneladas de CO2.

8.4. *Seguimiento y Medición de Impacto.*

Campaña Ahorro en Mensajería del 2015 a la fecha	45.6%
--	-------



9. *Principio 9. "Las entidades deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente".*

9.1. *Diagnostico.*

La empresa busca apoyar por medio de una publicidad sustentable, al rescatar zonas en la ciudad y túneles con el objetivo de publicitar los espacios.

9.2. *Políticas.*

Se están desarrollando las políticas al respecto, respetando la legislación y el Permiso de Administración Temporal Revocable con el gobierno de la Ciudad de México.

9.3. *Acciones.*

9.3.1. Acciones apoyo social han beneficiado a 71,788 niños y niñas con el apoyo a la carrera de Un Kilo de Ayuda y Save the Children.

9.4. *Seguimiento y Medición de Impacto.*

9.4.1. *Impacto Social,*

Apoyo Campaña: Save the Children y Un Kilo de Ayuda apoyo carrera	71,788 niños y niñas
Comparte vida	12 jóvenes

9.4.2. *Resultados de impacto ambiental, utilizar menos mensajería ahorro un promedio de 50 viajes .*

*50 viajes promedio cada viaje 30 km=1500 km al mes
Cada 500 Km se contamina con 85.5 kilos de CO2.*

<i>Del 2015 a la fecha de han ahorrado</i>	<i>769.5 Kilos de CO2</i>
--	---------------------------

Ahorro de Emisiones de CO2 al utilizar vehículos Compactos: 27,560 KG de CO2

Ahorro del 2013-16:

71 Toneladas de CO2

9,970 TN de CO2 - en las supervisiones anuales, pero han incrementado los mantenimientos a zonas rescatadas.

Para la limpieza de puentes se usa el jabon biodegradable y agua reciclada.

10. *Principio 10. "Las entidades deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno".*

10.1. *Diagnostico.*

En el marco del Código de Buen Gobierno, la Política de Responsabilidad Corporativa, el Código de Ética y Conducta Corporativo y las políticas corporativas relacionadas, se establece la Política Antifraude y Anticorrupción para IPKON, a través de la cual se constituyen los elementos estructurales, operativos y de mantenimiento para prevenir, detectar, investigar y corregir eventos de fraude o corrupción. Así mismo se asignan los roles y responsabilidades en el proceso de identificación de riesgos; diseño, implementación y evaluación de controles y en la gestión de investigaciones relacionadas con eventos de fraude o corrupción.

10.2. *Políticas.*

10.2.1. IPKON, prohíbe el soborno y la corrupción en todas las relaciones comerciales que se establezcan en cualquier país. Esta política se aplica a todas las transacciones entre nuestra organización y cualquier otra, pública o

privada. Se aplican prohibiciones especialmente a las siguientes prácticas:

- 10.2.1.1. Malversación de activos.
- 10.2.1.2. Fraude Contable.
- 10.2.1.3. Corrupción.
- 10.2.1.4. Lavado de Dinero.
- 10.2.1.5. Infracción a la Propiedad Intelectual.

10.3. *Acciones.*

Existe un Comité de ética que le da seguimiento a las quejas y sugerencias, estas se analizan y son valoradas por el comité que a su vez entrega un resumen a los directivos y presidencia, para que en su caso se tomen las decisiones pertinentes.

Existe un Manual de Gobierno Corporativo, una Política anticorrupción el Código de ética y una Política Anticorrupción.

10.4. *Seguimiento y Medición de Impacto.*

- 10.4.1.1. Dos Códigos de ética el de la empresa y el de Proveedores.
- 10.4.1.2. 15 políticas que promueven la ética y transparencia.
- 10.4.1.3. 5 procedimientos de ética y transparencia, del Comité, de las quejas de clientes y empleados, de manejo de la información y el de Comunicación externa hacia los stakeholders de acciones de RSE.
- 10.4.1.4. Un manual de Gobierno Corporativo.