



COMUNICACIÓN EN PROGRESO. ISA CORPORATIVO.



01/12/2019

Informe Avances Pacto
Mundial.



Isa Corporativo reitera su compromiso con los principios del Pacto Mundial y da a conocer la segunda Comunicación de Progreso (COP por sus siglas en inglés), el cual incluye los avances del compromiso de ISA Corporativo con los principios del Pacto Mundial y así mismo el compromiso con nuestros Grupos de Interés.

Este documento, exponemos los avances obtenidos en la aplicación de los 10 Principios del Pacto Mundial, de esta manera damos cumplimiento de manera voluntaria al compromiso de informar de manera transparente nuestro desempeño considerando las dimensiones económica, social y ambiental.

Alcance del informe de progreso y sus posibles limitaciones, si existen: México.

Informe Pacto Mundial.

Perfil de la entidad: Isa Corporativo S.A. de C.V
web: www.isa.com.mx
Alto cargo: Lic. Hugo Camou Rodríguez (presidente)
Fecha de adhesión: 29/11/2010
Número de empleados: 359
Sector: Publicidad en Medios de Transporte.
Ventas: \$ 500,000,000 MM
Ayudas financieras significativas recibidas del gobierno: No recibimos ayudas del gobierno.
Desglose de grupos de interés: Clientes, empleados, proveedores.
Desglose de otros grupos de interés: Gobierno corporativo, Medio Ambiente, Autoridades Locales/Nacionales, Sociedad.
Criterios de elección de los grupos de interés: Decisión del Consejo de Administración basada en lo que nos demandan nuestros clientes.
Países en los que está presente: México

¿Cómo ha establecido la materialidad o definido los asuntos más significativos a incluir en el informe de progreso? Los asuntos que más interés suscitan a nuestros grupos de interés teniendo en cuenta la filosofía corporativa de ISA Corporativo es una estrecha relación basada en la ética, transparencia, respeto a los derechos humanos y laborales y al medio ambiente.

Forma de difusión del informe de progreso: A través de la página web corporativa la correspondiente al Pacto Mundial y las redes sociales (Twitter, LinkedIn, Google)

Período cubierto por la información contenida en la memoria: 2015-16 Ciclo de presentación informe de Progreso: Anual.

Estrategia y gobierno y el Modelo RSC.

ISA Corporativo busca contribuir a la generación de comunidades sostenibles para lograr una transformación óptima que permita hacer frente a los retos de nuestro entorno y la gestión de nuestros grupos de interés.



La entidad incorpora las sugerencias de los grupos de interés en su estrategia y sus procesos de decisión:

Trabajadores: existencia de un buzón anónimo de sugerencias con el objetivo de hacer la convivencia más fácil y crear un ambiente de trabajo óptimo.

Clientes: existe una atención y trato exclusivo con cada cliente buscando siempre su total satisfacción con nuestros trabajos, un call center para atender las quejas y sugerencias de nuestros clientes.

Proveedores: sugerencias recogidas por los responsables técnicos conforme a los estándares de calidad implementados en la empresa. Cartas de adhesión de Proveedores al Código de Ética.

Isa Corporativo se encuentra en el 1.49% de las empresas de Publicidad que han obtenido el distintivo de empresa socialmente responsable, ha sido reconocida dentro de las Mejores Empresas Mexicanas y dentro de las Super Empresas desde hace seis años.

Comité de RSE.

Isa Corporativo cuenta con un Comité de Responsabilidad Social cuyas funciones y organigrama son:

Se analizan programas por parte Comité

Se dividen por áreas y cada área revisa sus programas

Se analizan resultados y material probatorio

Se revisan los grupos de interés y que se está llevando a cabo con cada uno

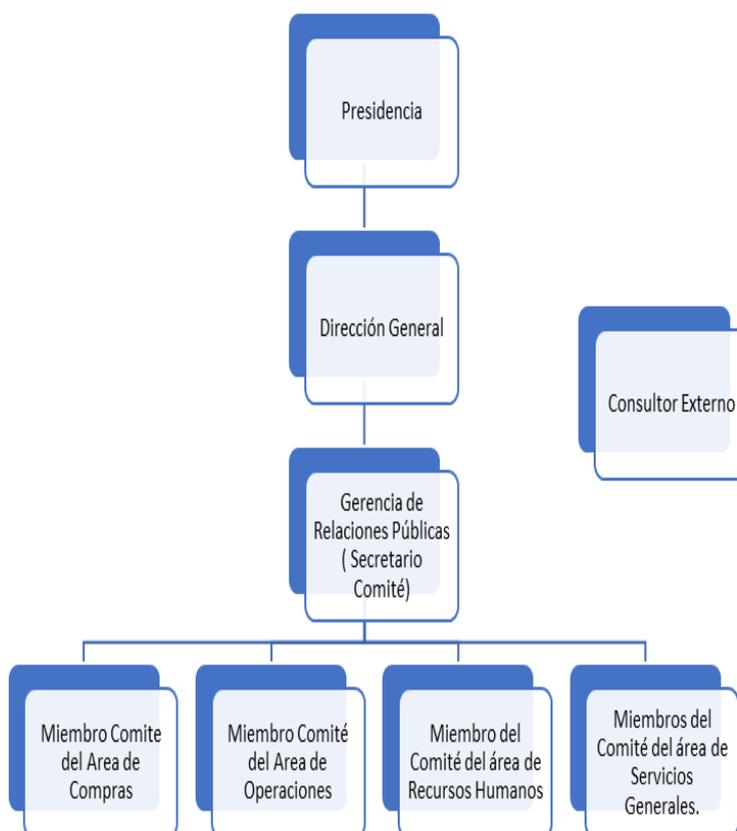
Se analiza el costo beneficio.

Se analiza el material probatorio, resultados e indicadores

Se someten a votación mejoras o nuevos programas de RSE

Se elabora una estrategia de RSE.

Se aprueba la estrategia por parte de DG y Presidencia.



ISA Corporativo-Comprometida con el Pacto Mundial.

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 call center 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, se imparten cursos de prevención de riesgos laborales, se entregan reglamentos de operación, se establecen horarios en los que nos hay tráfico en los medios de transporte y se controla el uso de las protecciones, uso de chaleco.

Capacitación en reglamentos, normas, zonas de riesgo.

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 conocen el Código de ética.
- 1.3.3. Para ISA Corporativo 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. El número de horas anuales en formación en materia de seguridad y entrenamiento en operaciones asciende en promedio a 80 horas.
- 1.3.5. 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.
- 1.3.6. Cinco de nuestros principales proveedores cuenta con la norma ISO 9000 y con el distintivo de ESR. (Mextran S.A. de C.V., General Motors de México, Imagen Soluciones Integrales, Officemax, S. DE R.L. DE C.V. Y Atención Corporativa de México.

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 ISA Corporativo 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 una nueva legislación del país o para mejorar o aclarar ciertos criterios, en estas reuniones se evalúa y en las reuniones extemporáneas se analizan los casos de no cumplimiento al código y las medidas correctivas a implementar.

Se revisan en promedio, 2 casos al año de incumplimiento.

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 ISA Corporativo, 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 ISA se ha comprometido firmemente y con el Código de ética de Proveedores, podrán tener relación comercial directa.

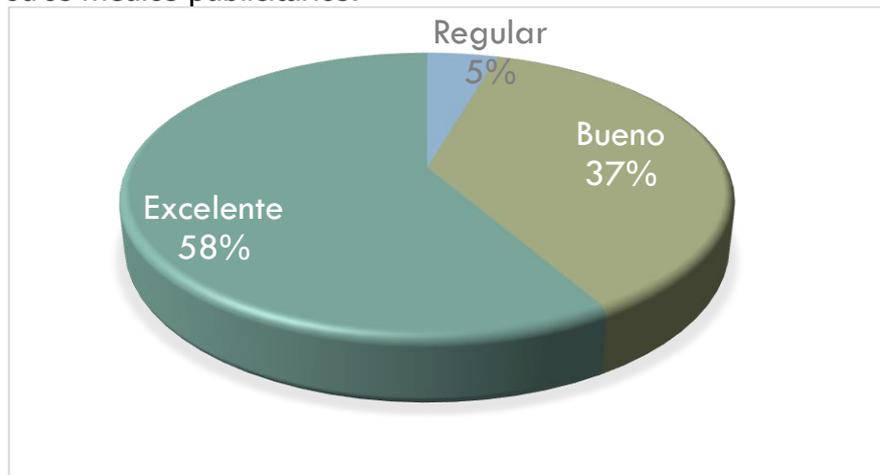
2.4. *Acciones*

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.

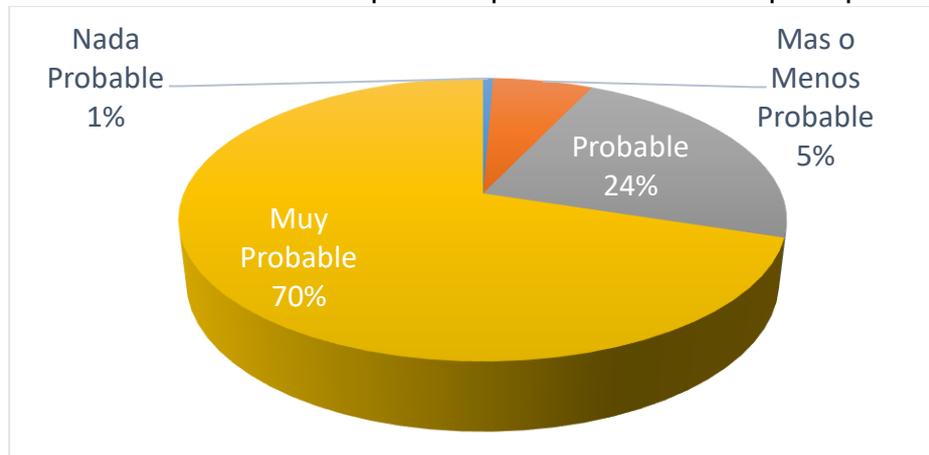
2.5. *Seguimiento y Medición de Impacto.*

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 producción, 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.

Calificación de los servicios de ISA. El 95% de los clientes encuestados consideran que la relación Costo Beneficio es de Bueno a Excelente a diferencia de otros medios publicitarios.



El 94 % de los clientes consideran de Probable a Muy Probable la contratación de los servicios de ISA Corporativo para una nueva campaña publicitaria.



Existe un Comité de Revisión de Contenidos, La empresa recibe un Permiso de Administración Temporal Revocable, el cual es un documento público en el que consta el acto administrativo por el cual la Secretaría, o en su caso las Delegaciones, permiten a una persona moral la instalación de anuncios de propaganda en tapiales, y en su caso, la instalación de información cívica o cultural, de conformidad con lo dispuesto por en la Ley de Publicidad Exterior.

El Comité de Revisión de Contenidos y los colaboradores del área comercial, deben conocer esta ley con el propósito de informar a sus clientes sobre las disposiciones marcadas en dicha ley que afecten directamente al anunciante.



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 ISA Corporativo se apoya la libertad de afiliación y el derecho a la negociación colectiva de sus trabajadores, existiendo un miembro del área de recursos humanos que realiza una función de intermediario entre ambas partes, siendo un mediador paliando posibles conflictos y buscando una solución que satisfaga a toda persona implicada. 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.

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

3.3. *Seguimiento y Medición de Impacto.*

El 53% de los encuestados consideran que existe una paga justa en la empresa. El 81 % tiene confianza en sus gerentes, Con una calificación de 7.1 de 10, la consideran una buena organización para trabajar y con un 8.4. Califican que les da orgullo laborar en la empresa.

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 ISA Corporativo, 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 está de acuerdo en respetar lo establecido por la OIT en su artículo octavo.

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.*

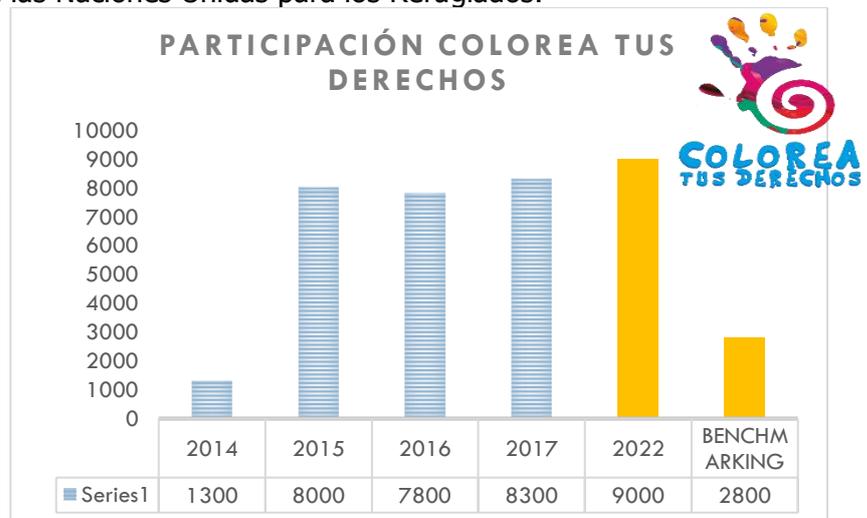
21. Prohibición del uso del trabajo infantil en todas sus formas, inclusive en su cadena de valor. La empresa prohíbe el trabajo infantil en todas sus formas y se compromete a tratarlo de evitar hacia su cadena de valor y a las empresas, subcontratas se les exige el mismo proceso y para verificarlo es requisito indispensable el control de cada trabajador que pueda acceder a nuestros centros de trabajo abiertos, conforme a la OIT.

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. Desde hace tres años ha sido promotora de la Campaña "Colorea tus Derechos"

5.4. *Seguimiento y Medición de Impacto.*

5.5. Buscando favorecer los derechos de los niños ISA Corporativo está en alianza con UNICEF y el CINU en la Campaña Colorea Tus Derechos, en tres años han participado 34,400 niños con sus dibujos, además de llevar esta difusión también se ha unido a una campaña a favor de los refugiados con La Agencia de la Organización de las Naciones Unidas para los Refugiados.



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 ISA Corporativo 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 ISA Corporativo, 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 recluta 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.* Las cifras de apoyo al estudio son las siguientes:

6.4.1. El 79% de los empleados son hombres () y un 21% mujeres (78), en el 2018

6.4.2. Más allá de sus acciones internas, ISA Corporativo ha ingresado el sistema Brille en el metro para los usuarios. Apoyo a personas con movilidad en los medios masivos de transporte.

Cumplimiento de la capacitación	
2016	92%
2017	90%
2018	94%
2019	94%



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, en el Código de Ética en el punto 8.3 de Responsabilidad Ambiental, se establece "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 Biodiversidad e Impactos, Manejo de desecho y reciclado de materiales, Reciclado de basura tecnológica, Procedimiento de Campaña de "Uso de Testigos Electrónicos" , Campaña de Uso de Productos Biodegradables y reciclado de materiales, el de Educación Ambiental, Mantenimiento de Vehículos 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, correos y en el pizarrón de avisos.

Así mismo se lleva un coteo de impresiones en el que existe un tope de impresión y deben justificar las impresiones que se lleven a cabo cada empelado con su respectiva clave.

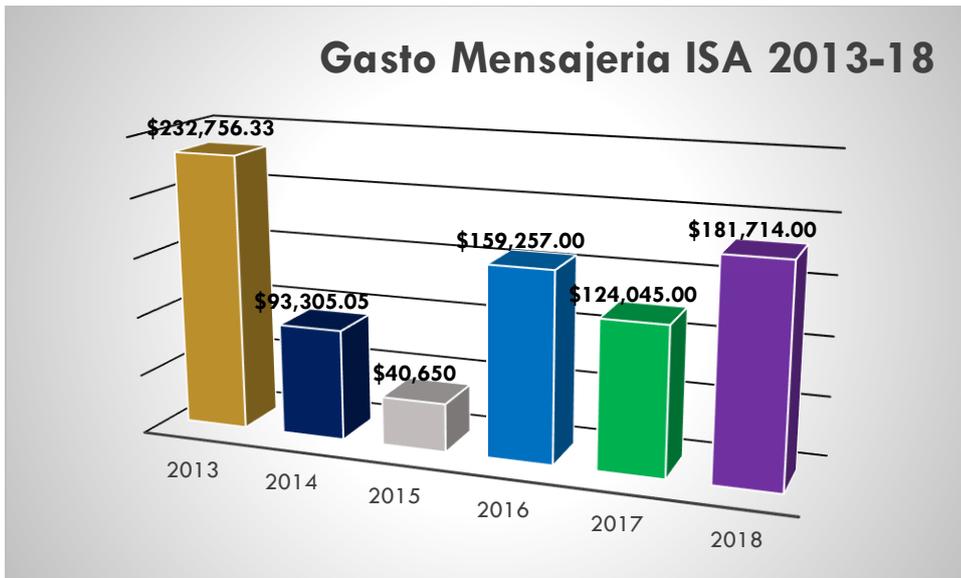
7.4. *Seguimiento y Medición de Impacto.*

7.4.1. Resultado de las campañas de uso responsable de recursos han apoyado en obtener ahorros acumulados de 2012-2018 , luz en un 29%, agua en un 142% y papelería un 34%.

7.4.2. El Gasto en Mensajería se incrementó pero también las ventas y el envío de "testigos" a los clientes. del 2015 al 16 aumento un 29.17% , de 2016 a 2017 disminuye el consumo en un 22.11 % y hacia el 2018 aumenta un 45.4%.

AHORROS ACUMULADOS
2012-18

- Luz 29%
- Agua 142%
- Papelería 34%



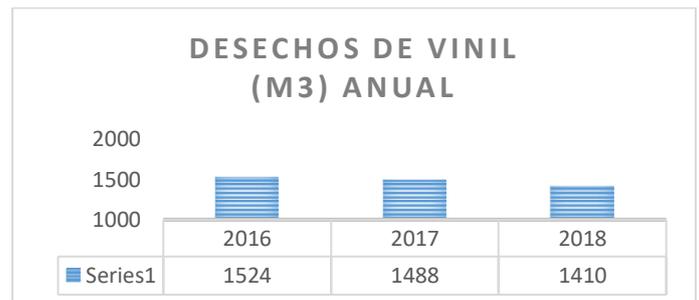
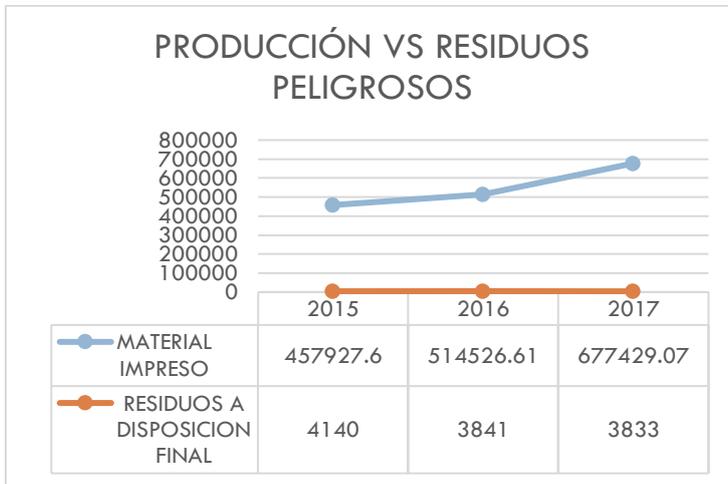
7.4.3. Se cuida el camellón de las oficinas de ISA corporativo y se apoya la fundación el Nido que es un santuario de aves.

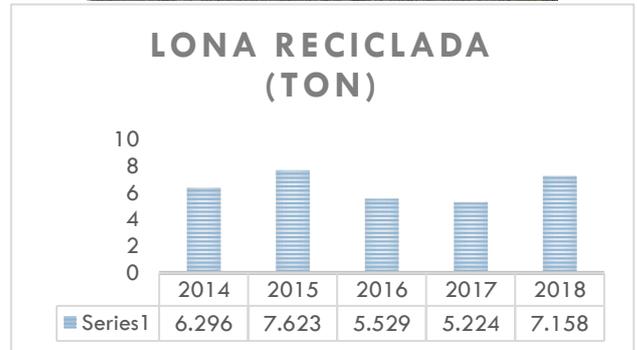
7.4.4. Se maneja el reciclado de materiales:

7.4.4.1. Digitalización de los testimoniales a clientes

7.4.4.2. Control en las fotocopiadoras por código de acceso

7.4.4.3. Al hacer la transición a medios digitales se reducen los metros cuadrados de impresión de lonas y vinyl.





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, internamente en: manejo de residuos, capacitación, reciclado de materiales y cuidado de impresiones de papel. Externamente con campañas a los usuarios de los medios de Transporte., por lo menos una temporada al año se suben campañas de concientización ambiental a la población en general.

- 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 ha tenido especial cuidado en informar más detenidamente a aquellos empleados que tienen una mayor responsabilidad dentro de la gestión de los residuos peligrosos. Se sigue un estricto proceso de reciclaje de todo residuo generado por la empresa, tanto en obra como en las oficinas; separando por papel y cartón, plásticos, destinando los equipos informáticos obsoletos a puntos limpios para su posterior gestión.

8.4. *Seguimiento y Medición de Impacto.*

8.4.1. Ahorro de Co2 por la reducción de mensajería, así como el gasto de mensajería que ha disminuido en un 72% del 2013 a la fecha.

8.4.2. Ahorro de Co2 por el cuidado de la flotilla de automóviles, su mantenimiento y verificación. Ahorro de Emisiones de CO2 del 2011 al 2012 por flotilla menos contaminante = 11.7 Toneladas de CO2. Disminuyó un 14.88%, 2012 al 2013 disminuyó un 30.60%, 2013 AL 2014 9.2% y 2014 al 2015 disminuyó en un 19.9%, hacia 2016 aumento un 36.9% y para el 2017 aumenta nuevamente un .04% y en el 2018 215 Tn de Co2

DISMINUCION ACUMULADA DE CO2

39.4%

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 favor desarrollo de los lugares donde opera ya que apoya mediante campañas a las fundaciones, así como en efectivo y especie a causas como: educación, niños y niñas en situación de riesgo, salud en apoyo a personas con cáncer y educación, promoción de los derechos humanos.

En cuanto a difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente:

- Procesos con Tecnología Limpia.
- Ahorro de energía en anuncios con Tecnología LED.
- Ahorro de Energía lámparas ahorradoras de energía en las oficinas.

9.2. *Políticas.*

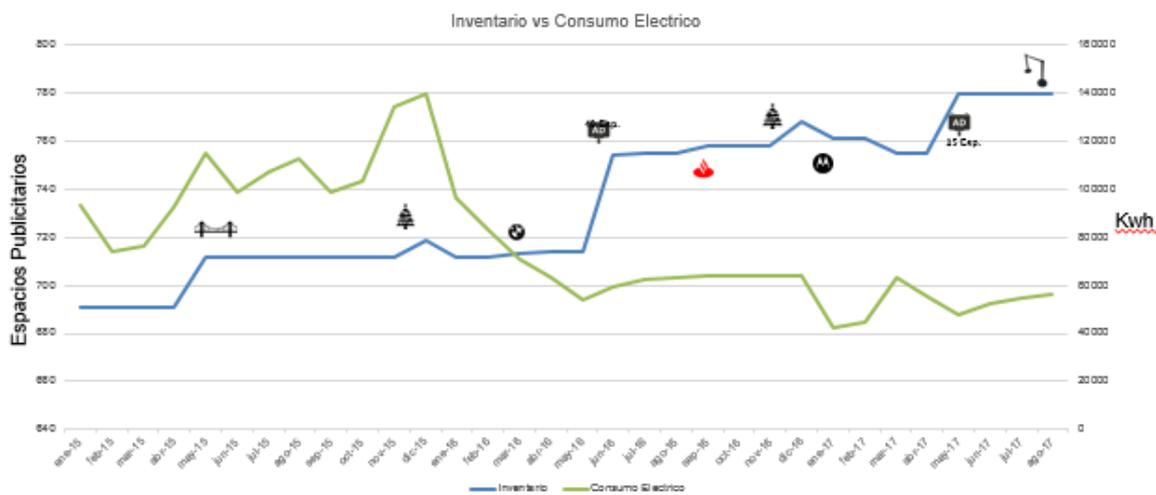
Se están desarrollando las políticas al respecto sin embargo se han establecido medidas preventivas en el área de operaciones en el uso de equipo ahorrador de energía y máquinas de impresión que minimizan la polución hacia el medio ambiente.

9.3. *Acciones.*

9.3.1. Tenemos un sistema de iluminación de lámparas fluorescente T8, consideradas como ahorradores de energía, y se contempla incluir lámparas tipo T8 de LEDS las cuales como principal ventaja está la reducción de hasta el 50% de consumo en la energía eléctrica: una lámpara T8 F32T8-G13 consume de 32W y una de LEDS de las mismas características 16W. Dentro de los beneficios adicionales es el sistema de encendido y conexión la cual no requiere de balastos electrónicos minimizado el uso de cable en la instalación eléctrica.

- 9.3.2. La fabricación de anuncios publicitarios luminoso (cajas de luz) en base a paneles ensamblables de LEDs tiene la ventaja de reducir hasta el 50% de consumo en la energía eléctrica y el sistema de paneles permite que el interior del anuncio esté libre de cables ahorrando recursos. Adicionalmente los beneficios de ésta tecnología es que permite manufacturar modelos con 9 cm de espesor a diferencia de los convencionales de 28 cm facilitando el transporte, instalación y la fabricación
- 9.3.3. Acciones apoyo social han beneficiado a más de un millón de personas, en campañas sociales para fundaciones que apoyan niños y jóvenes en situación de riesgo, educación, promoción de valores, salud, promoción de la cultura y cuidado del medio ambiente.

Estamos migrando a tecnologías limpias para el ahorro en el consumo de energía eléctrica. El aumento en los índices varía dependiendo del nivel de ocupación.



9.4. *Seguimiento y Medición de Impacto.*

- 9.4.1. *Impacto Social*, más de un millón de beneficiarios y un promedio de 31 fundaciones de salud, educación, respeto a derechos humanos, niños o jóvenes con riesgo de calle, de capacidades diferentes, 10 museos y dos fundaciones de protección al medio ambiente que se han apoyado a través de campañas sociales no lucrativas, donativos a 3 fundaciones en programas educativos, de apoyo a niños y niñas con riesgo de calle y salud.
- 9.4.2. *Resultados de impacto ambiental*, utilizar vehículos con menores emisiones se ha obtenido una disminución acumulada de 7% de CO2.. Las campañas de uso responsable de recursos han apoyado en obtener un ahorro en obtener ahorros acumulados de 2012-2016, luz en un 29%, agua en un 142% y papelería un 34%.



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 ISA Corporativo 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. ISA Corporativo, 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. 18 políticas que promueven la ética y transparencia.
 - 10.4.1.2.1. PO-ISA-2.-Declaración de RSE.
 - 10.4.1.2.2. PO-ISA-3.-Medidas de protección a clientes
 - 10.4.1.2.3. PO-ISA-4.- Expectativas y valores de los grupos de las comunidades donde opera.
 - 10.4.1.2.4. PO-ISA-5.-Compromiso de Directores y ejecutivos con RSE
 - 10.4.1.2.5. PO-ISA-6.-Respeto al Código de ética de la Empresa y de los Proveedores
 - 10.4.1.2.6. PO-ISA-7.- Política de revisión de acciones y su impacto- ambiental y social

- 10.4.1.2.7. PO-ISA-8.- Identificación de acciones relevantes de RSE
- 10.4.1.2.8. PO-ISA-10.- Respeto a los derechos humanos
- 10.4.1.2.9. PO-ISA-12.-Privacidad de datos e información
- 10.4.1.2.10. PO-ISA-13.- Comunicación Interna de Acciones de RSE.
- 10.4.1.2.11. ISA-PO-34-Adopción de buenas prácticas de gobierno corporativo,
- 10.4.1.2.12. ISA-PO-35. Política de autoridad, responsabilidad y capacidad de toma de decisiones
- 10.4.1.2.13. ISA-PO-37.-Comité de Compensaciones
- 10.4.1.2.14. ISA-PO-38.- Transparencia, Control Interno.
- 10.4.1.2.15. ISA-PO-39.- Difusión de la Información Financiera y Legal.
- 10.4.1.2.16. ISA-PO-40.- Promoción de la Integridad, legalidad y transparencia entre sus proveedores
- 10.4.1.2.17. ISA-PO-41.- Transparencia y ética comportamiento empleados.
- 10.4.1.2.18. ISA-PO-42.-Política de Negocios y Prácticas Comerciales Éticas.
- 10.4.1.3. 12 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.
 - 10.4.1.3.1. PO-AD-ISA-02 Procedimiento Selección y Evaluación de Proveedores
 - 10.4.1.3.2. PO-AD-ISA-05 Procedimiento de Quejas y Sugerencias de Empleados
 - 10.4.1.3.3. PO-AD-ISA-06 Procedimiento de Quejas y Sugerencias de Clientes
 - 10.4.1.3.4. PO-AD-ISA-09 Bajas de Empleados
 - 10.4.1.3.5. PO-AD-ISA-16 Conformación y Procesos del Comité de Ética.
 - 10.4.1.3.6. PO-AD-ISA-19 Manual de Inducción.

- 10.4.1.3.7. PO-AD-ISA-20 Selección y Contratación de Personal.
- 10.4.1.3.8. PO-AD-ISA-22 Aprobación Dumies y Contenidos Anuncios Exteriores
- 10.4.1.3.9. PO-AD-ISA-25 Manejo de Información Interna y Externa.
- 10.4.1.3.10. PO-AD-ISA-33 Procedimiento de acciones para ser miembro o socio de asociaciones en el Ramo
- 10.4.1.3.11. PO-AD-ISA-38 Procedimiento Practicas de Comercialización y Venta.
- 10.4.1.3.12. PO-AD-ISA-41 Procedimiento Comité De Responsabilidad Social.

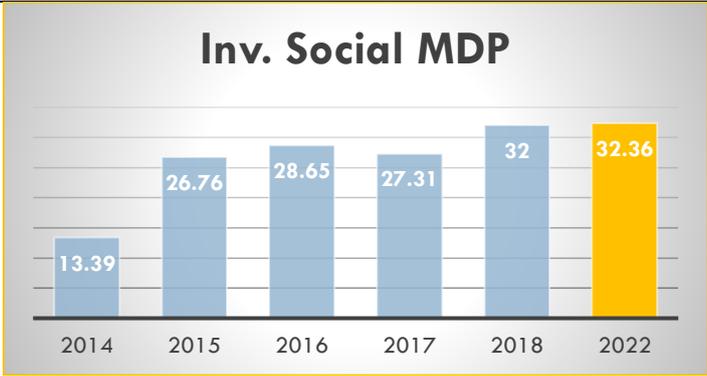
10.4.1.4. Un manual de Gobierno Corporativo.

ISA corporativo presente con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.



Comunicación en Progreso. ISA Corporativo.

OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE	PARTICIPACION ISA CORPORATIVO.
1. FIN DE LA POBREZA	En Isa Corporativo se ha apoyado a más de 50 organizaciones de la sociedad civil, alrededor de 10 museos, apoyando a más de un millón de beneficiarios, a través de la Fundación Profesora Eva Rodríguez de Camou, se apoya la educación y desarrollo de jóvenes con talento con Club de tareas y becas con un modelo de atención que busca apoyar la educación.

	
<p>2. HAMBRE CERO</p> 	<p>Cada año se apoya a la fundación Un Kilo de ayuda con la carrera anual en su promoción, promueve el combate a la desnutrición infantil, con la campaña de “Colorea tus Derechos” da a conocer el derecho de los niños de VII. Derecho a vivir en condiciones de bienestar y a un sano desarrollo integral.</p>
<p>3. SALUD Y BIENESTAR</p>	<p>Internamente funciona un comité de Higiene y Seguridad, se cuenta con un procedimiento y dos políticas, se lleva a cabo una semana anual de salud, campañas y consejos a los colaboradores sobre: consejos de salud, buena alimentación y fomento al deporte. Campañas externas a los usuarios de medios de transporte sobre localización de personas y consejos de buena alimentación.</p>
<p>4. EDUCACION DE CALIDAD.</p>	<p>La empresa tiene una Fundación cuyo modelo de atención es promover y apoyar la educación de calidad y la empresa ha llevado a cabo campañas externas para promover el buen uso de nuestro idioma en la campaña “escribir bien” en el metro.</p>
<p>5. IGUALDAD DE GÉNERO</p>	<p>El 20% de los empleados son mujeres, por la operación de la empresa, en esta área no existe un alto porcentaje de mujeres pero en el área administrativa representan casi el 60%, ha elaborado campañas de salud como “prevenir el cáncer de mama”, apoya a las madres de familia, campaña de promoción de la lactancia materna, el apoyo a los niños de los colaboradores con útiles escolares de primaria y secundaria.</p>
<p>6. AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO</p>	<p>la limpieza de las zonas se lleva a cabo con agua reciclada, constantemente hay campañas internas de ahorro de agua y externas para usuarios de medios de transporte.</p>
<p>7. ENERGIA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE</p>	<p>El uso de lámparas led ahorradoras de energía en los anuncios y tecnología de impresión de punta que minimiza la polución y contaminación de partículas de tinta.</p>

<p>8. TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>	<p>Año con año a empresa apoya a sus colaboradores, pero también a los proveedores locales y artistas mexicanos con la finalidad de generar empleos.</p>
<p>9. INDUSTRIA INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA.</p>	<p>sustituimos 4 impresoras: 1 de gran formato y 3 de mediano formato con tecnología de tintas eco-solvente por impresoras con tecnología latex. La principal ventaja es la utilización de tintas a base de agua la cual es inodoro y al cumplir con la norma de HAPs (Hazardous Air Pollutants per U.S. Enviromental Protection Agency Method 311) no requiere de ventilación especial y es libre de partículas que contaminan el medio ambiente. Como beneficios adicionales contamos que el consumo de energía eléctrica por impresora de gran formato es menor y por no requerir sistema de extracción de vapores nocivos.</p>
<p>10. REDUCCIÓN DE DESIGUALDADES</p>	<p>Con las campañas de “Colorea tus Derechos” apoyando a la difusión de los derechos de los niños, niñas y jóvenes de México, así como la alianza con la Agencia de las Naciones Unidas de los refugiados. ACNUR. Las acciones en los medios de transporte como los vehículos en el aeropuerto para apoyar a las personas con problemas de movilidad y los señalamientos en braille en el metro de la Ciudad de México.</p>
<p>11. COMUNIDADES SOSTENIBLES.</p>	<p>El apoyo constante a programas sociales por medio de campañas sin fines de lucro que la empresa apoya y dona sus espacios y el creativo para que den a conocer sus programas y sean apoyadas o a veces apoyan la difusión de sus campañas o eventos de recaudación esto apoya al desarrollo de comunidades sostenibles.</p>
<p>12. PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES.</p>	<p>Campañas externas como “sin moño y sin bolsita, el uso de bicicleta y la promoción de apoyo a la defensa del consumidor hacen que la empresa esté presente en el apoyo de la producción y consumo responsable por medio de la difusión de campañas de concientización a la ciudadanía. La promoción de ser una Publicidad Exterior que cumple con normas y leyes es parte de ser un servicio responsable.</p>
<p>13. ACCIÓN POR EL CLIMA</p>	<p>Los ahorros en emisiones al llevar los programas de mantenimiento de la flotilla de vehículos y la campaña de envió de testigos electrónicos que obtuvo como resultado un ahorro de 302.5 toneladas de CO2 y del gasto del 2012 a la fecha en un 72%. Muro Aero tren en el Aeropuerto, Consumo Energético Responsable Alimentado por fotoceldas de 200 watts en obtener ahorros acumulados de 2012-2018, luz en un 29%, agua en un 142% y papelería un 34%.</p>

<p>14. VIDA SUBMARINA.</p> 	<p>Campañas externas de concientización y cuidado de los animales del Zoológico de Chapultepec y de Discovery Channel a través de las pantallas de ISATV.</p>
<p>15. VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES.</p> 	<p>Campañas externas de concientización y cuidado de los animales del Zoológico de Chapultepec y de Discovery Channel a través de las pantallas de ISATV. El apoyo al ido es un aviario que protege a más de 300 especies de aves.</p>
<p>16. PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS.</p>	<p>Derechos Humanos: Alianza con la Comisión de Derechos Humanos, ACNUR, CINU Y UNICEF, Con organizaciones en el medio publicidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad. ➤ Confederación Mexicana de Publicidad Exterior. ➤ Asociación de Empresarios de Iztapalapa. ➤ Confederación de la Industria de la Comunicación. ➤ Consejo de Investigación de Medios. ➤ Consejo de la Comunicación. ➤ Red de Acción ética Política ➤ Asociación Mexicana de Mercadotecnia Directa
<p>17. ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS.</p>	<p>ISA Corporativo funciona a través de una concesión cuya figura jurídica es un Permiso de Administración Temporal Revocable con el gobierno de la Ciudad de México y requiere de estar cerca de las siguientes asociaciones del ramo mencionada en el punto anterior (16) también para apoyar sus acciones sociales con más de 50 organizaciones de la sociedad civil diez museos y dos organizaciones de apoyo al medio ambiente.</p>