

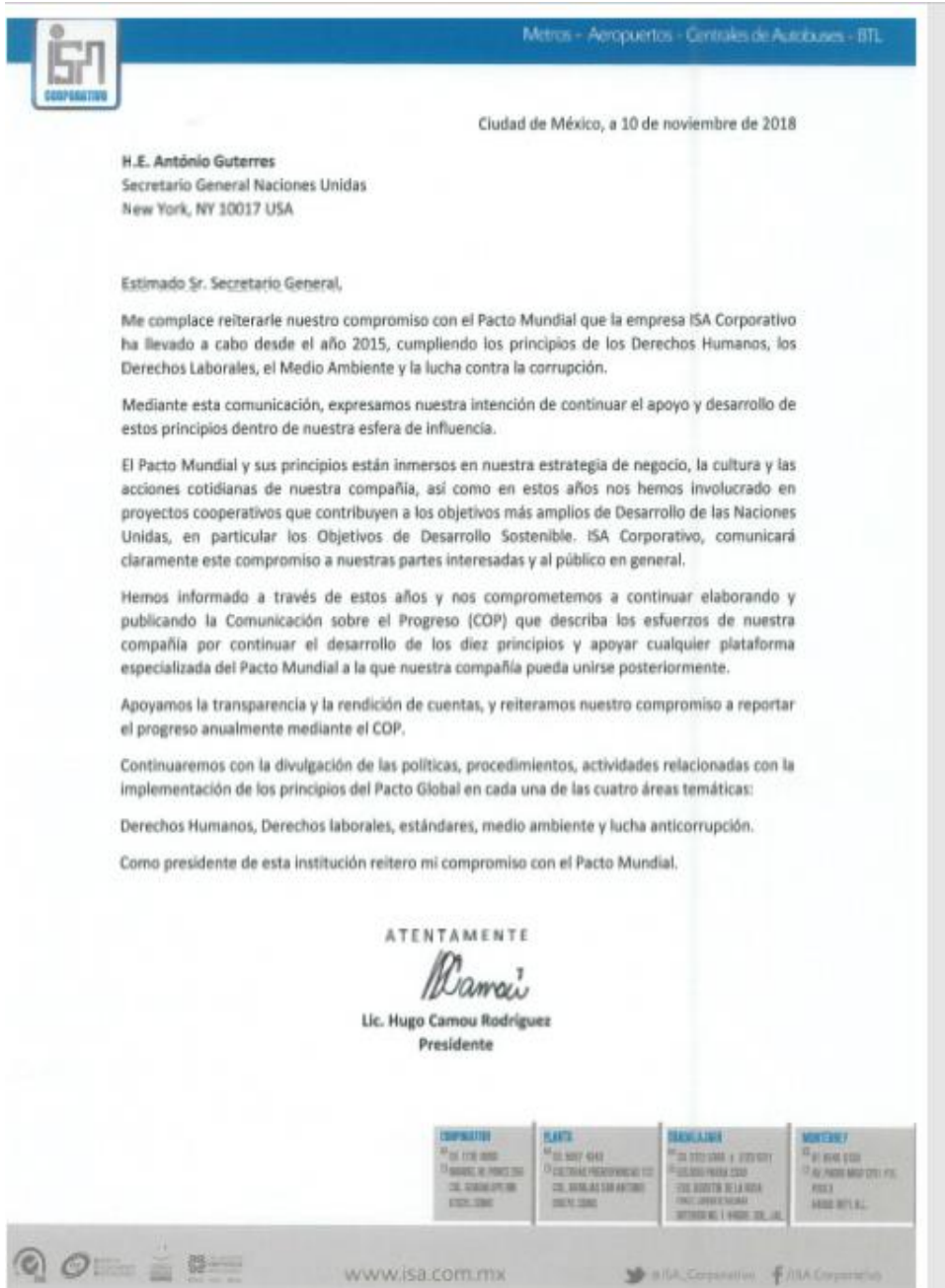


Comunicación en Progreso. ISA Corporativo.



22/07/2022

Informe Avances Pacto Mundial.



Isa Corporativo reitera su compromiso con los principios del Pacto Mundial y da a conocer la 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, además de los compromisos de la empresa con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 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: 223
 Sector: Publicidad en Medios de Transporte.
 Ventas: \$ 700,000,000
 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? Mediante un análisis de nuestros grupos de interés sus prioridades, teniendo en cuenta la filosofía 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, e Instagram)

Período cubierto por la información contenida en la memoria: 2021-2022 Ciclo de presentación informe de Progreso: Anual.

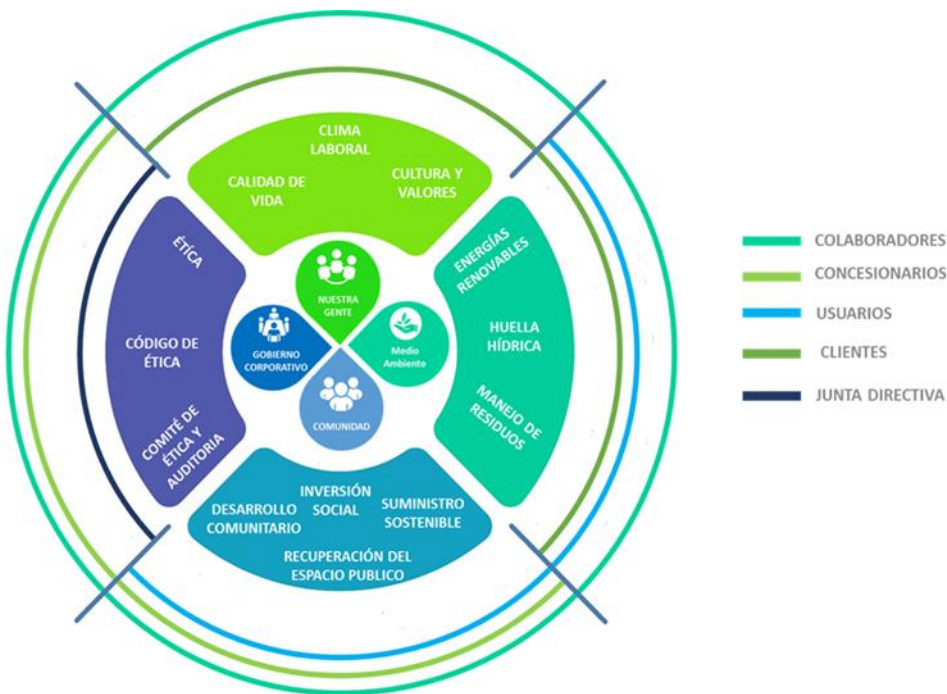
Esquema de comunicación interna y externa ISA.



Estrategia y gobierno y el Modelo RSC.

Estrategia de Desarrollo Sustentable.

Isa Corporativo tiene una cultura organizacional inmersa en la Responsabilidad Social Corporativa, la cual va dirigida a mejorar la productividad y calidad de vida de "Nuestra Gente" siempre con políticas, medidas y programas de acciones de ética y transparencia, buscando la mejora y protección del medio ambiente y buscando favorecer con nuestras acciones a la comunidad, hacia el respeto de los derechos humanos, la ciudadanía Corporativa y un Suministro Sostenible.



Dentro de este marco ético, mantenemos varios compromisos clave, tales como: elevar día a día la calidad de vida en nuestro ambiente de trabajo; mantener la transparencia y legalidad en nuestras operaciones, minimizar los impactos en nuestro medio ambiente y apoyar las iniciativas de desarrollo social son el fin de vincularnos a la comunidad en donde estamos presentes.



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.

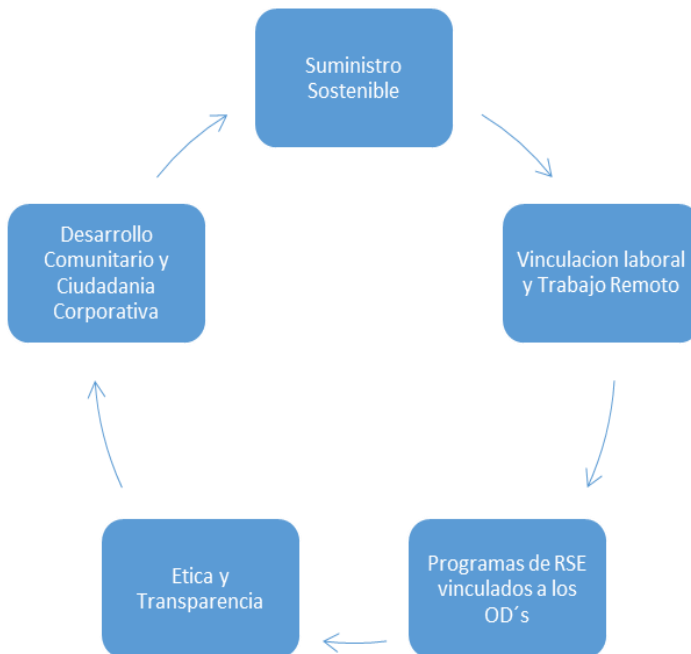


Se ha llevado a cabo un análisis de las expectativas de los grupos de interés y hacia afuera se cuentan con acciones éticas y de promoción de valores:

- **Accionistas.** Contamos con prácticas basadas en transparencia y confianza, cumplir el Código de Ética, buscar el beneficio económico, respetando las leyes de libre comercio y libre mercado. Tenemos una comunicación mensual a través de las reuniones del Consejo Directivo donde participan los accionistas de la empresa y se dan a conocer los resultados de las auditorías internas y externas y los programas de la empresa.
- **Clientes.** Buscar las mejores propuestas y espacios publicitarios, prestar un servicio de calidad en el plazo acordado, llevar a cabo una asesoría honesta, comunicación y atención a quejas y sugerencias. Toda la publicidad es revisada por un Comité de Contenido. Independientemente de la relación de ejecutivos y directivo comercial con clientes, se hace una encuesta de satisfacción de clientes, lo que permite conocer sus necesidades y mejorar nuestras operaciones, aunado a ello realizamos eventos culturales y deportivos con clientes en donde aprovechamos para dar a conocer nuestras acciones de responsabilidad social y a su vez hemos sido auditados por algunos de nuestros clientes que así lo solicitan en materia financiera, cumplimiento fiscal, en recursos humanos y responsabilidad social, cumplimientos al código de ética, cumplimientos fiscales, etc., lo que nos ha permitido transparentar nuestras operaciones de manera constante.
- **Colaboradores.** Promover el desarrollo profesional y la igualdad de oportunidades en el entorno de trabajo, mantener un diálogo permanente. Contamos con encuestas de satisfacción donde permite medir los resultados de operación y hacemos propuestas para mejorar la operación. También contamos con un buzón de quejas y sugerencias de manera física y digital que es atendido por el comité de ética, quien propone soluciones, seguimiento y en su caso observaciones.
- **Autoridades.** Conservar una relación honesta, respetar sus normas y leyes y sostener una comunicación bilateral constante, respetar los lineamientos por el Permiso Temporal Revocable del uso de los espacios publicitarios. Estamos sujetos al cumplimiento de esta normatividad, a la entrega de informes de nuestra operación, se mantienen reuniones mensuales con nuestros concesionantes para conocer sus necesidades y aportar soluciones en su caso y planear modificaciones a los espacios.
- **Proveedores.** Mantener canales de comunicación constante, cumplir y hacer cumplir el código de ética, respetar y acordar condiciones establecidas en el contrato y mantener una relación bilateral honesta, contamos con un portal de proveedores, a su vez mantenemos una relación para conocer sus programas de ESR y fomentamos el código de ética y las buenas prácticas.
- **Usuarios de los Medios de Transporte,** Promover las prácticas de Responsabilidad Social y medidas de protección al medio ambiente, como campañas para sensibilizar a los usuarios de los medios de transporte en temas de educación, cultura y salud principalmente, proveemos de información, noticias y entretenimiento, a través de nuestras redes sociales dan sus comentarios sobre asuntos relacionados con la publicidad.
- **Comunidad en donde opera,** contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad, apoyar a las organizaciones con acciones y políticas que mejoren la regulación de la Publicidad, participación en las organizaciones relacionadas con medios publicitarios a través del Consejo de la Comunicación, la Asociación de Publicidad Exterior, la Asociación de Empresarios de Iztapalapa, el Centro de Información de las Naciones Unidas, la Comisión de Derechos Humanos, relación con más de 30 organizaciones sin fines de lucro, con las cuales interactuamos, conocemos sus necesidades y los apoyamos para que puedan cumplir con sus objetivos de asistencia social, salud, educación y cultura principalmente, apoyar a los proveedores locales y artesanos.

Certificados, distintivos y Clientes que nos auditan.

La estrategia se ha enriquecido a través de nuestra participación en instituciones especializadas en temas de RSE, así como en las auditorías de algunos clientes que nos solicitan la transparencia en nuestras operaciones y acciones e indicadores en este tema.

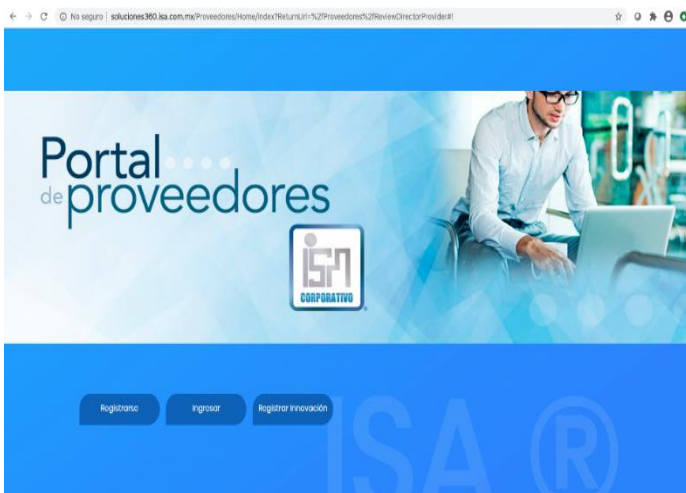


La entidad incorpora las sugerencias de los grupos de interés en su estrategia y sus procesos de decisión:

Colaboradores: 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 Súper Empresas desde hace 11 años. y el Premio Nacional de Calidad desde el 2020.

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

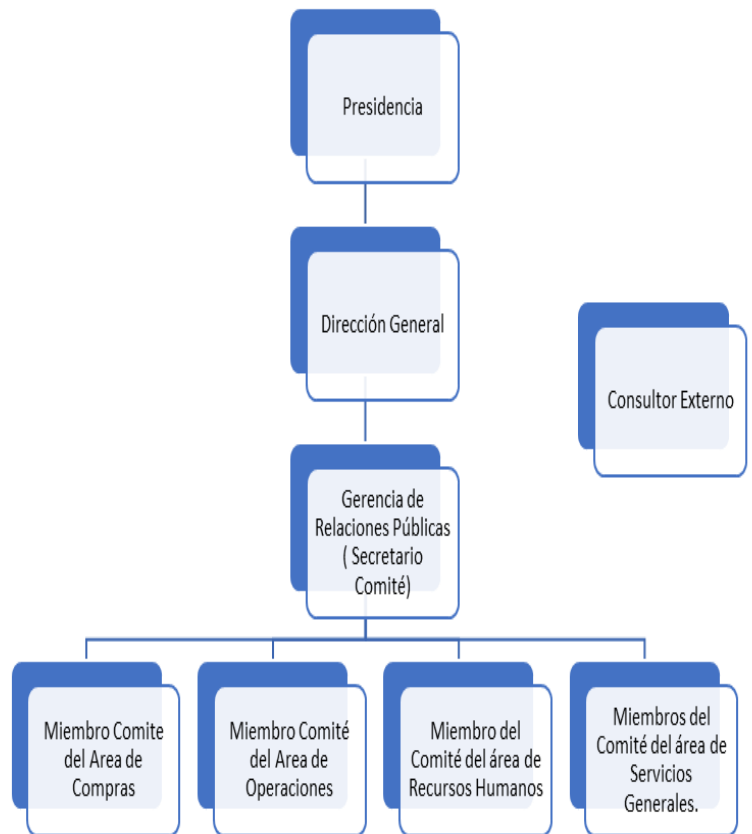
Se analiza el costo beneficio.

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 equidad e inclusión 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, llevando un plan de manejo, utilización y desecho de residuos peligrosos.

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 examinado 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 en 2021.

-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.

PO-1.- Política Anticorrupción

PO-2.- Declaración de RSE.

PO-3.- Medidas de protección a clientes

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

PO-5.- Compromiso de Directores y ejecutivos con RSE

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

PO-7.- Revisión de acciones y su impacto- económico- ambiental y social

PO-8.- Identificación de acciones relevantes de RSE

PO-9.- Presupuesto de acciones Sociales y Ambientales

PO-10.- Respeto a los derechos humanos

PO-11.- Reclutamiento varias fuentes.

PO-12.- Privacidad de datos e información

PO-13.- Comunicación Interna de Acciones de RSE.

PO-14.- Mejora de políticas y programas de trabajo

PO-19. Democracia y participación y Libertad de Asociación

PO-20. Prohibición del trabajo forzado u obligatorio.

PO-21. Prohibición del uso del trabajo infantil en todas sus formas, inclusive en su cadena de valor

PO-22. Igualdad de trato y oportunidades laborales. Y Equidad de Género.

PO-23. Evitar cualquier tipo de acoso, psicológico, económico, de poder o sexual

PO-24. Condiciones de trabajo favorables, para el desempeño de sus actividades laborales y Cuidado de la Salud.

PO-25.- Prioridad de la relación trabajo-familia y maternidad.

PO-26.- Actividades de Convivencia con el personal, nutrición y actividad física.

PO-27. Prestaciones laborales y beneficios se hacen extensivos a la familia del personal.

PO-28. Ambiente laboral, sentido de pertenencia y trabajo en equipo.

PO-29.- Promover la educación y profesionalización entre sus colaboradores.

PO-30.-Premios e Incentivos Innovadores.

PO-31.- Seguridad Laboral, Prácticas laborales saludables

PO-32.- Cultura y Cuidado de la Salud.

PO-33.- Política Negocios de Familiares de Colaboradores de la empresa

PO-74.- política de Salud COVID

PO-75.-Política de Trabajo Remoto

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 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. En los cursos de inducción al personal de nuevo ingreso se les capacita sobre la Responsabilidad Social en ISA Corporativo y los Derechos Humanos. Hemos adoptado en nuestra cultura una filosofía de responsabilidad social inmersa en la estrategia de la organización y buscamos siempre hacer de ISA Corporativo una empresa cuya reputación corporativa está basada en altos valores éticos tales como: La Honestidad, el Respeto, la Lealtad, la Responsabilidad y la Actitud Positiva.
- 1.3.4. Dentro de este marco ético, mantenemos varios compromisos clave, tales como: elevar día a día la calidad de vida en nuestro ambiente de trabajo: mantener la transparencia y legalidad en nuestras operaciones, minimizar los impactos en nuestro medio ambiente y apoyar las iniciativas de desarrollo social con el fin de vincularnos a la comunidad en donde estamos presentes.
- 1.3.5. 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 capacitación periódicamente y estando siempre al día con los exámenes médicos. Esta política es aplicable a su vez a los nuevos empleados.
- 1.3.6. El número de horas anuales en formación en materia de seguridad y entrenamiento en operaciones asciende en promedio a 80 horas.
- 1.3.7. Control de nuestros proveedores, contamos con un registro en el que buscamos transparencia y cumplimiento a las leyes.
- 1.3.8. Es imprescindible para toda empresa subcontratada que lea el Código de ética.
- 1.3.9. 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 y que esta forma de pensar 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 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.*

Los proveedores realizan un compromiso por medio la carta aceptación al Código de ética, con el fin de comprobar el cumplimiento de las obligaciones laborales con respecto a su personal y de los derechos humanos. Internamente se dispone de un Código de ética para Proveedores y de un procedimiento de responsabilidad social anteriormente mencionado 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.

Se añadió al Código de Ética de Proveedores, el apartado de Igualdad de trato y no Discriminación. Conforme a la Política PO-22 de Igualdad Laboral, inclusión y No Discriminación

2.4. *Acciones*

Difundimos entre nuestros proveedores la política RSE a través de nuestro portal de proveedores que se encuentra dentro de la página Web.

2.5. *Seguimiento y Medición de Impacto.*

El estar adherido al Pacto Mundial, representa 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.

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.

La política 21 Prohibición del uso del trabajo infantil en todas sus formas, inclusive en su cadena de valor.

Además de que estos temas se incluyeron en el Código de Ética de ISA y el Código de Ética de Proveedores.

4.3. *Acciones.*

La empresa respetando el libre trabajo y oponiéndose a cualquier forma de explotación o coacción. Y respeta horarios, días de descanso y vacaciones.

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 cinco años.

5.2. *Políticas.*

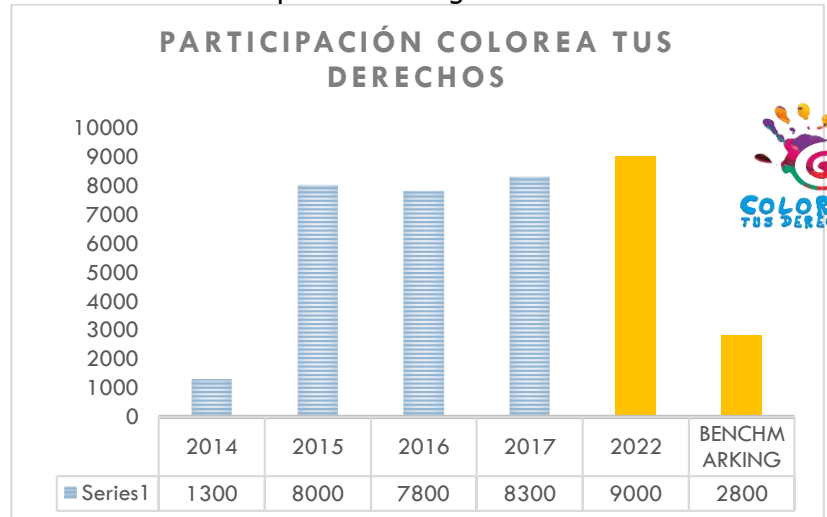
En la política PO-21, establece la Prohibición del uso del trabajo infantil en todas sus formas, inclusive en su cadena de valor. La empresa prohíbe el trabajo infantil en todas sus formas y se compromete a tratarlo de evitar hacia su cadena de valor y a las empresas, subcontratas se les exige el mismo 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 cinco 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 participaron 3 instituciones nacionales y 2 organizaciones internacionales, participaron 25,400 niños y jóvenes de 6 a 18 años cumplidos, beneficiarios 3.28 millones de usuarios, además de llevar esta difusión impactando a 6.3 millones de usuarios, 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.



Se pretende para 2022 aumentar la participación en un 8%.

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. Se incluyeron en el Código de ética de ISA Corporativo estos conceptos.

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.* Las cifras de apoyo al estudio son las siguientes:

6.4.1. El 60% de los empleados son mujeres, en el área administrativa, en la parte de operación se cuenta con el 20%.

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	
2018	92%
2019	94%
2020	100%
2021	100%



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, 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 conteo de impresiones en el que existe un tope de impresión y deben justificar las impresiones que lleve a cabo cada empleado, 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 2012-21 papelería un 61% y en energía un 23%.

7.4.2. Cambio energías limpias, inicia en marzo 2019, termina en Mayo 2030. Inversión de 5 millones de pesos (30% aportado por la empresa- 70% como financiamiento Por parte de Institución Privada (FIDE, PRANA) a 12% tasa de interés. Pago a 10 años- Pagos fijos de \$50k pesos para generar el 95% del consumo de energía.



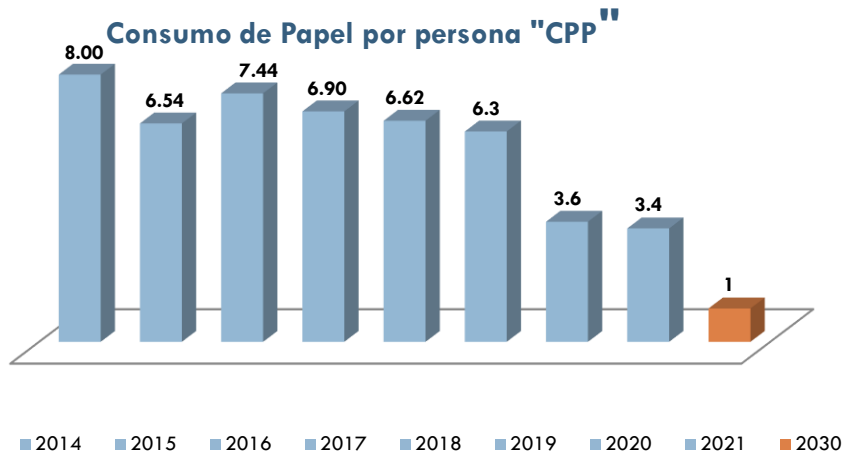
7.4.3. Envío de testigos electrónicos. Sistemas de optimización de los procesos para generar firmas electrónicas y reducir el consumo de papel obteniendo un ahorro del 61%.

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

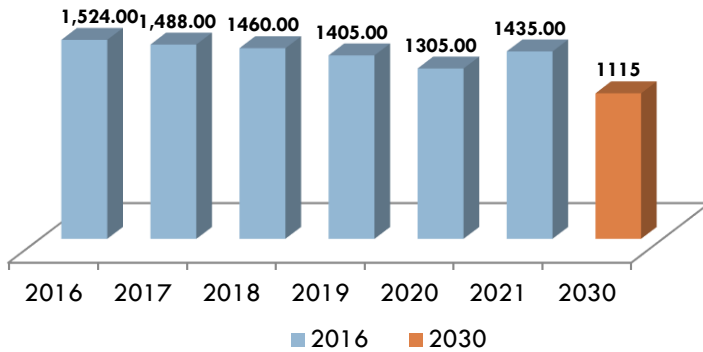
7.4.4.3. Al hacer la transición a medios digitales se reducen los metros cuadrados de impresión de lonas y vinyl.



Meta 2022: Envío del 100% de los residuos peligrosos



Desechos de Vinil (M3 Anual)



tierra.

- A partir del sismo se donaron lonas para uso general en casas y techos temporales en las comunidades afectadas de la Ciudad de México y Morelos
- Para almacenaje de agua tratada para riego, la lona sirve para evitar la filtración del agua a la



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.

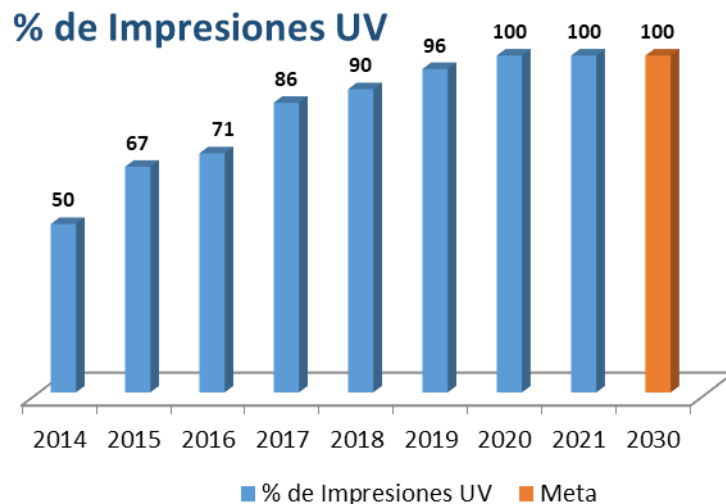
8.4. *Seguimiento y Medición de Impacto.*

8.4.1. Ahorro de papelería de un 61%, por la campaña de envío de testigos electrónicos.

8.4.2. Campaña de Mantenimiento y verificación. De la flotilla de vehículos. 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 2020 se reportó un ahorro de 215 Tn de Co2.

8.4.3. Los desechos de vinil, se envían a empresas certificadas para su reutilización. El consumo de vinil ha disminuido en un 5.8% del 2016 a la fecha.

8.4.4. Las tintas UV no desprenden VOCs (Compuestos Volátiles Orgánicos) por lo que utilizarlas vuelve el proceso más ecológico y más seguro. Por lo que a desde 2020 se han sustituido las tintas ecosolventes por tintas UV al 100%



8.4.5. Se ha implementado el programa de Manejo de los residuos sólidos.

MANIFIESTO DE ENTREGA, TRANSPORTE Y RECEPCIÓN DE RESIDUOS PELIGROSOS (GENERADOR)

1- Núm. registro ambiental (COPIADO) 2- Núm. Manifiesto (MANUJUNIOR) 3- Página: 1 de 1

4- Nombre o razón social del generador: ISA CORPORATIVO, S.A. DE C.V.

Domicilio: Calle: CULTURAS PREHISPANICAS No. 112 No. 112
 Colonia: SAN ANTONIO Municipio o Delegación: ESTADIAVALPAZ Estado: CIUDAD DE MEXICO
 Teléfono: 55482000 Correo electrónico: isa@isa.com.mx

5- Clasificación de los residuos

Nombre del residuo	C	A	E	T	I	B	R	Tip. Etnica	Capacidad Envase	Cantidad Envases	Cantidad Pkg	Vol. m ³	Peso KG
Cartón de cajas impresas				X					200	1	1	40	
Residuos de papel, cartón (P&C)				X					200	1	1	180	
Solubles orgánicos (S&O)				X					200	2	2	80	

6- Instrucciones especiales e información adicional para el manejo seguro:

7- Declaro bajo protesta de decir verdad que el contenido de este es total y correctamente descrito mediante el núm. de manifiesto, nombre del residuo, características químicas, debidamente envasado y etiquetado y se han previsto las condiciones de seguridad para su transporte de acuerdo con la legislación vigente.
 Nombre y firma del responsable: [Firma] Fecha: 26/08/21 Dpto:

8- Nombre o razón social del transportador de residuos: [Firma] S.C. de CV

9- Núm. de autorización SEMARNAT: 09-1082-19 10- Núm. de permiso S.C.T.: 0604-100010280104
 11- Tipo de vehículo: ROLLO OFF 12- Núm. de placa: NALN

Domicilio: Avenida Churubusco #300, Colonia Copacaban, Huixtla, Puebla, Pue. C.P. 76100
 Teléfono: 011 2144 2228 Correo electrónico: [Firma] GEN INDUSTRIAL S.A. DE C.V.

13- Ruta del generador hasta su entrega: ESTADIAVALPAZ, VALLEJO, ZONA

14- Declaro bajo protesta de decir verdad que recibí los residuos peligrosos descritos en el manifiesto para su transporte a la empresa operadora recibida por el generador.
 Nombre y firma del responsable: FRANCISCO JONATHAN MORALES HERNANDEZ Fecha: 26/08/21

15- Nombre o razón social del destinatario: GEN INDUSTRIAL SA DE CV
 Domicilio: Pomahe 108 No. 870 Col. Industrial Vallejo Cl. 2301 DEL AZCAPOTZALCO CIUDAD DE MEXICO
 Teléfono: 0188-1080-408 Correo electrónico: [Firma]

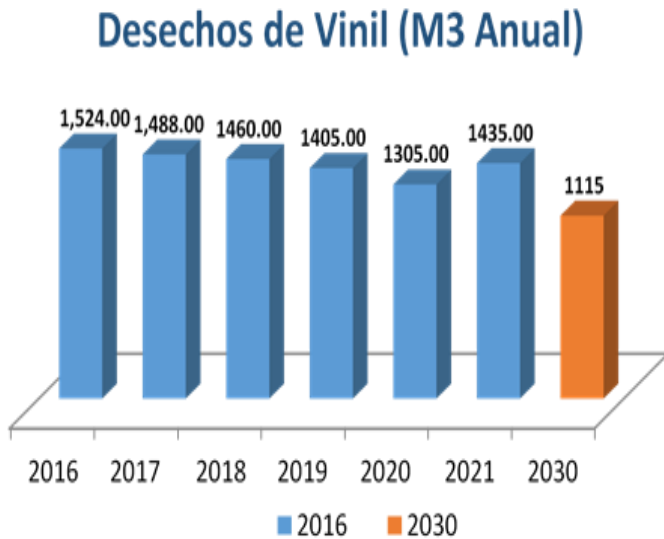
16- Núm. autorización de la SEMARNAT: 09-10-10

17- Nombre y cargo de la persona que recibe los residuos: Hilda Hilda Hernandez Getino Coordinador O&M

18- Observaciones:

19- Declaro bajo protesta de decir verdad que recibí los residuos peligrosos descritos en el manifiesto.
 Nombre y firma del responsable: [Firma] Fecha: 26/08/21

8.4.6. Ha disminuido el consumo de agua por colaborador en ISA Corporativo a 1.2. litros por persona



Descripción:
 Por la naturaleza del vinil y debido a que actualmente no existe un procedimiento para reutilizarlo, los desechos de este material son enviados a relleno sanitario a través de empresas certificadas y avaladas para llevar a cabo dicho procedimiento.

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

9.1. Diagnostico.

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

- Procesos con Tecnología Limpia.
- Ahorro de energía en anuncios con Tecnología LED.

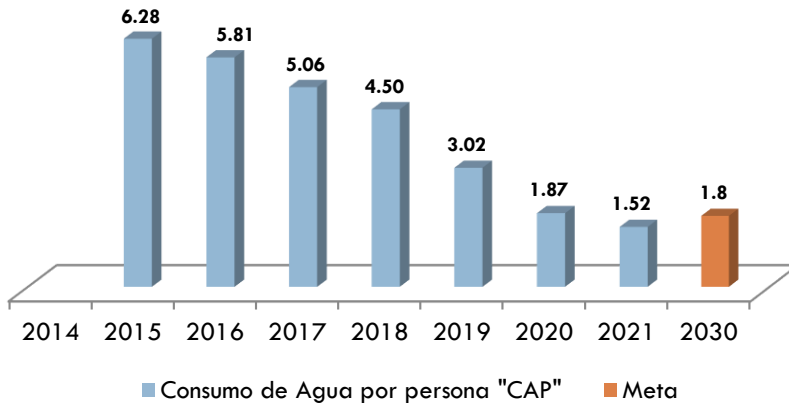
- Ahorro de Energía lámparas ahorradoras de energía en las oficinas.

9.2. *Políticas.*

Se desarrolló programa de uso eficiente de energía, 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.



Consumo de Agua por persona "CAP"



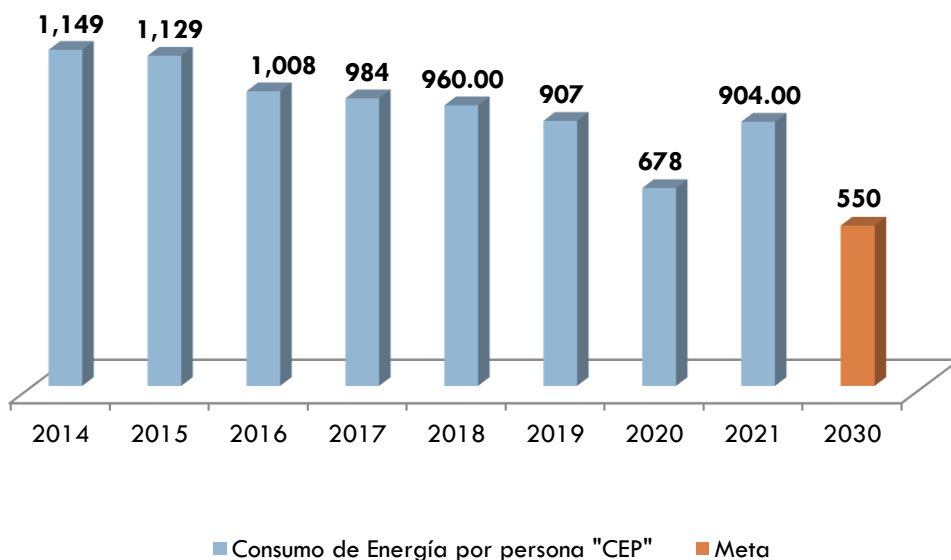
9.3. *Acciones.*

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

9.3.2. 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.

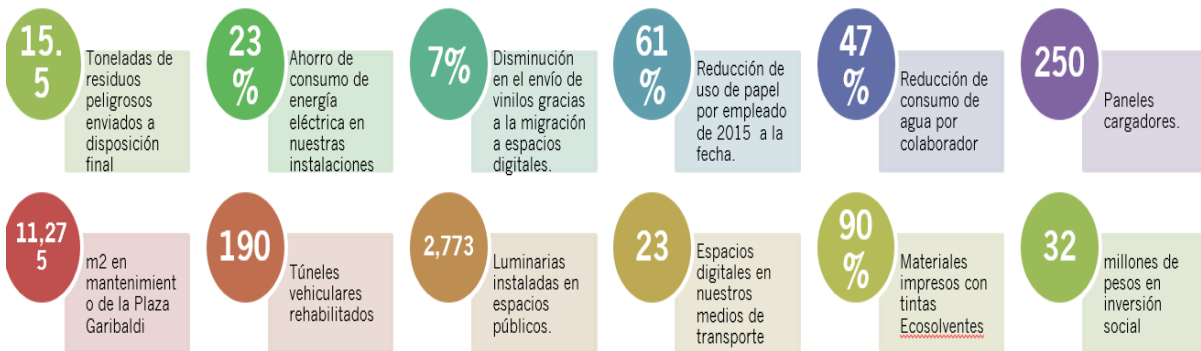
9.3.3. Se ha disminuido el consumo de energía por cada colaborador.

Consumo de Energía por persona "CEP"





9.3.4. 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.



9.3.5. 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.

9.3.6. 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.

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,

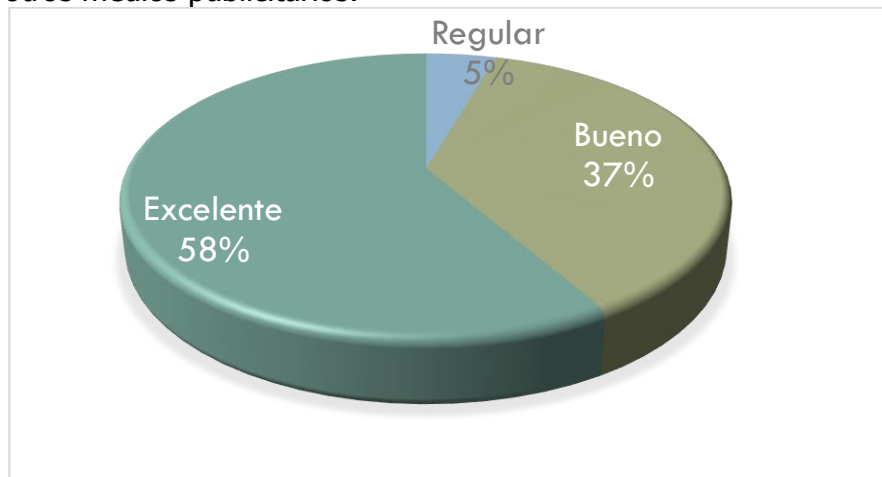
implementación y evaluación de controles y en la gestión de investigaciones relacionadas con eventos de fraude o corrupción.

10.2. Políticas.

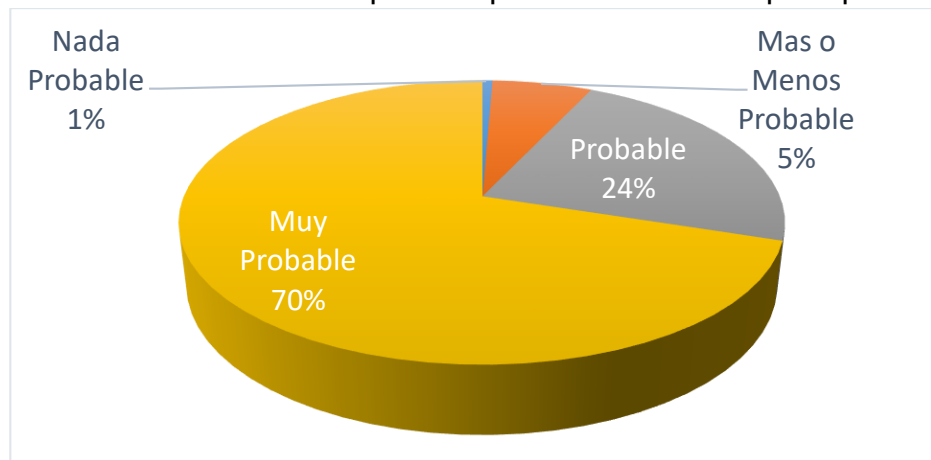
10.2.1. ISA Corporativo, prohíbe el soborno y la corrupción en todas las relaciones comerciales que se establezcan en cualquier país. Esta política se aplica a todas las transacciones entre nuestra organización y cualquier otra, pública o privada. Se aplican prohibiciones especialmente a las siguientes 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.

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

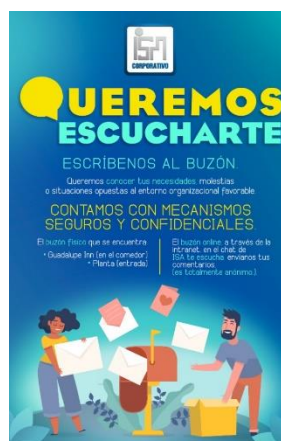
consta el acto administrativo por el cual la Secretaría, o en su caso las Delegaciones, permiten a una persona moral la instalación de anuncios de propaganda en tapiales, y en su caso, la instalación de información cívica o cultural, de conformidad con lo dispuesto por en la Ley de Publicidad Exterior.

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.



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.

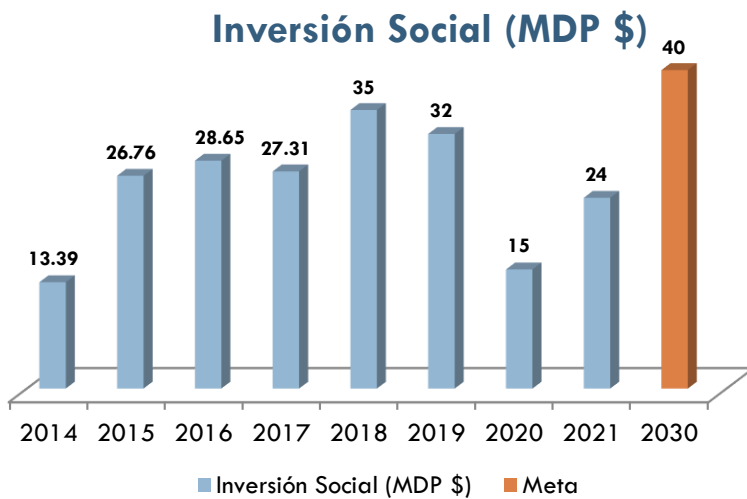
10.4.2. Un manual de Gobierno Corporativo.

ISA corporativo presente con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Seguimiento y Medición de Impacto. Impacto Social, actualmente se han apoyado promedio de 50 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 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.

Impactando a más de un millón de usuarios en el Sistema de Transporte Colectivo Metro.

Inversión social en MDP anual, destinado a la difusión de programas sostenibles.



COMUNIDAD
 PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE PROGRAMAS SOSTENIBLES
 PROGRAMA: INVERSIÓN SOCIAL



COLABORAMOS CON MÁS DE 50 ORGANIZACIONES

Apoyo a la fundación Eva Rodríguez de Camou para la entrega de 96,183 becas y total de prácticas aportadas por los beneficiarios de Isa Corporativo.



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



<p>OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE</p>	<p>PARTICIPACION ISA CORPORATIVO.</p>
<p>1. FIN DE LA POBREZA</p>   	<p>Cada año se apoya a la institución de niños con riesgo de calle del Padre Chinchachoma y la casa de las niñas de Chalco, además de las campañas publicitarias a varias instituciones.</p>
<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</p>



de los niños de VII. Derecho a vivir en condiciones de bienestar y a un sano desarrollo integral.

3. SALUD Y BIENESTAR.



INFORMACIÓN ESPECIAL COMUNICADO

Porque tu salud es muy importante para nosotros, te compartimos las vías de comunicación que puedes usar para información y orientación del COVID-19.

Si presentas síntomas como: tos, fiebre de más de 40°, dolor de garganta y dificultad respiratoria, manda un mensaje al 51515 con la palabra covid19. Te harán llegar un pequeño cuestionario, lo llenas, nos respondes y vamos a mandarte vía SMS (mensaje de texto). Todo esto es de manera gratuita. De acuerdo a los resultados, las autoridades correspondientes te brindaron instrucciones a seguir. Te anexamos mayor información.

Atentamente, Talento Humano COMUNICACIÓN INTERNA



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. Se cuenta un Comité Interno de COVID. Y su política.

INFORMACIÓN DE CONTACTO COMITÉ DE COVID-19

Nombre	Puesto	Teléfono	Email
Perla Cecilia Espinoza Rodríguez	Gerente de Recursos Humanos	[Redacted]	[Redacted]
Jesús Ernesto Hernández Guerrero	Coordinador Recursos Humanos	[Redacted]	[Redacted]
Marisela Melgar Aguilar	Relaciones Públicas	[Redacted]	[Redacted]
Valeria Barberena Valenciana	Servicios Generales	[Redacted]	[Redacted]

Logos: ISP, ISA, and a communication icon.

Campaña Externa. Capsulas informativas covid-19 en ISA TV se transmite en 576 pantallas, en 70 estaciones dentro de STC, llegando a 3.3 millones de usuarios.

4. EDUCACION DE CALIDAD.



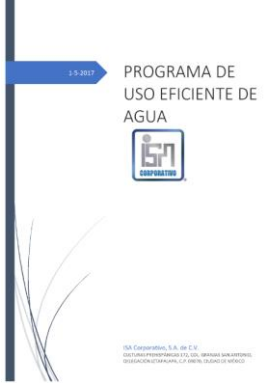
La empresa tiene una Fundación cuyo modelo de atención es promover y apoyar la educación de calidad y la empresa ha llevado a cabo campañas externas para promover el buen uso de nuestro idioma en la campaña “escribir bien” en el metro.

En ISA Corporativo ha apoyado a más de 50 organizaciones de la sociedad civil, alrededor de 10 museos, impactando a más de un millón de usuarios en el Sistema de Transporte Colectivo Metro. Adicional a ello a través de la Fundación Profesora Eva Rodríguez de Camou, se apoya la educación y desarrollo de jóvenes universitarios en situación vulnerable, a través de becas de manutención, pago colegiaturas y del idioma inglés, entre otros programas. BiblioFec es un programa que da servicio a los jóvenes becarios y este servicio se extiende a los colaboradores de ISA Corporativo.

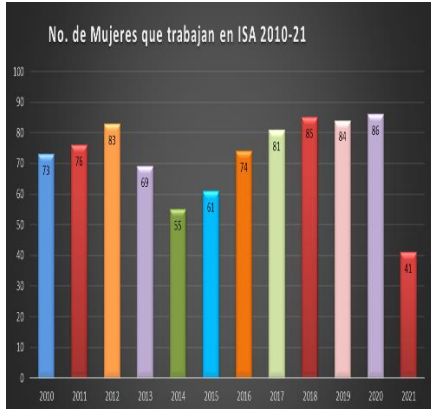
5. IGUALDAD DE GÉNERO



El 60% de los empleados son mujeres, en el área administrativa, en la parte de operación se cuenta con el 20%. Contamos con programas que apoyan y ayudan a las mujeres y sus familias en la empresa: como “prevenir el cáncer de mama” y el

	<p>apoyo a los niños de los colaboradores con útiles escolares de primaria y secundaria.</p>
<p>6. AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO</p>  <p>PROGRAMA DE USO EFICIENTE DE AGUA</p> <p>ISA Corporativo, S.A. de C.V. DELEGACIÓN PUEBLA BLANCA 172, COL. GRANAS SAN ANTONIO, DELEGACIÓN TETIPACÁN, C.P. 68010, TOLUCA DE MÉXICO</p>	<p>La limpieza de las zonas se lleva a cabo con agua reciclada, constantemente hay campañas internas de ahorro de agua .</p>
<p>7. ENERGIA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE</p>  <p>PROGRAMA DE USO EFICIENTE DE ENERGÍA ELÉCTRICA</p> <p>ISA Corporativo, S.A. de C.V. DELEGACIÓN PUEBLA BLANCA 172, COL. GRANAS SAN ANTONIO, DELEGACIÓN TETIPACÁN, C.P. 68010, TOLUCA DE MÉXICO</p>  <p>Implementación: Mejora continua con la migración a espacios digitales con iluminación LED para el ahorro de energías renovables, en espacios como: Tiles, Baggage, Relojes, Walkside</p> <p>Consumo Energético Responsable Alimentado por fotocélulas de 200 watts</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. Y se tienen un programa intreno de ahorro de energía.</p>

8. TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO





Año con año a empresa apoya a sus colaboradores, pero también a los proveedores locales y artistas mexicanos con la finalidad de generar empleos.

9. INDUSTRIA INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA.



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. Environmental 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>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.</p> <p>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, para que den a conocer sus programas y puedan beneficiar a un mayor número de personas de las comunidades donde estamos presentes.</p> <p>Las lonas que se utilizan para publicidad son reutilizadas, en beneficio de la comunidad para:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fermentación a través de silos • Impermeabilizan te para estanques de riego
<p>12. PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES.</p>	<p>• Somos una empresa de Publicidad Exterior, a través de medios concesionados que cumple con normas y leyes y reglamentos que son regulado por la autoridad</p>

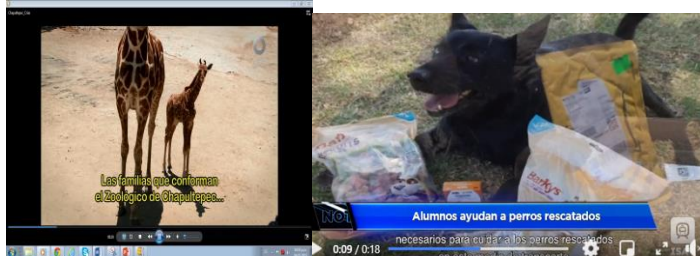
 <p>89420 Toalla en Rollo Jr.</p> <table border="1"> <tr><td>Contenido x caja</td><td>6 rollos</td></tr> <tr><td>Metros x rollo</td><td>213</td></tr> <tr><td>Ancho rollo</td><td>21 cm.</td></tr> <tr><td>Tipo hoja</td><td>Hoja sencilla</td></tr> <tr><td>Medidas caja</td><td>58.1 x 38.7 x 22.9 cm.</td></tr> <tr><td>Peso bruto</td><td>8.8 Kg.</td></tr> <tr><td>LPC</td><td>1007311064208</td></tr> </table> <p>Dispositivos compatibles: S5488 y S5487</p> <p>Beneficio:</p> <ul style="list-style-type: none"> La fabricación de esta toalla y absorción estática, respaldada por un proceso de producción responsable y sostenible. Hoja de 21 cm. ancho y longitud de 213 metros. Hoja sencilla. La medida sustentable en rollo es de 30 cm. la que se fabrica 100 veces por rollo (cantidad de rollos 30 x 10). <p>LEED EBOM 10 </p>	Contenido x caja	6 rollos	Metros x rollo	213	Ancho rollo	21 cm.	Tipo hoja	Hoja sencilla	Medidas caja	58.1 x 38.7 x 22.9 cm.	Peso bruto	8.8 Kg.	LPC	1007311064208	<p>gubernamental, respetando las medidas de seguridad y contenido responsable de los anuncios. De manera interna promovemos el Uso de productos biodegradables en ISA Corporativo.</p>
Contenido x caja	6 rollos														
Metros x rollo	213														
Ancho rollo	21 cm.														
Tipo hoja	Hoja sencilla														
Medidas caja	58.1 x 38.7 x 22.9 cm.														
Peso bruto	8.8 Kg.														
LPC	1007311064208														

13. ACCIÓN POR EL CLIMA



Se han logrado ahorros en emisiones a través los programas de mantenimiento de la flotilla de vehículos y la campaña de envío de testigos electrónicos de publicidad. Y la disminución en el consumo de papel en un 61 % de ahorro. Muro Aero tren en el Aeropuerto, Consumo Energético Responsable Alimentado por fotoceldas de 200 watts en obtener ahorros acumulados de 23% de energía hasta el 2021.

15. VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES.



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. Promoción de ISATV para adoptar a los animales del refugio del metro en la Ciudad de México

16. PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS.



Derechos Humanos:
Alianza con la Comisión de Derechos Humanos, ACNUR, CINU Y UNICEF, Con organizaciones en el medio publicidad:

- 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

17. ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS.



ISA Corporativo ha colaborado con más de 50 organizaciones de la sociedad civil, para apoyar acciones de desarrollo social, en temas como: acciones asistenciales, medio ambientales, de educación y cultura.