



INFORME DE PROGRESO PACTO MUNDIAL

PALACIO DE FERIAS Y CONGRESOS DE MÁLAGA

2024



Con el apoyo de:



ÍNDICE

0. CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO

1. PERFIL DE LA EMPRESA

1. DIEZ PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL

2.1. DERECHOS HUMANOS

- Políticas
- Acciones
- Medición / Indicadores
- Mejora

2.2. NORMAS LABORALES

- Políticas
- Acciones
- Medición / Indicadores
- Mejora

2.3. MEDIO AMBIENTE

- Políticas
- Acciones
- Medición / Indicadores
- Mejora

2.4. ANTICORRUPCIÓN

- Políticas
- Acciones
- Medición / Indicadores
- Mejora

3. CONCLUSIONES

0. CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO

En un contexto global que exige acciones decididas y responsables, FYCMA (Palacio de Ferias y Congresos de Málaga) mantiene firme su compromiso y presenta un año más este informe de progreso, un balance relativo a la aplicación de los principios vinculados con nuestra adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

La actividad de FYCMA en 2024 ha mantenido una tendencia en línea con los ejercicios anteriores y coherente con la estrategia general establecida en el Plan Director 2022-2024, que ha culminado en el presente año. Con un total de 133 eventos celebrados entre ferias, exposiciones, congresos, convenciones, jornadas y otros actos, podemos señalar como hitos destacados un calendario ferial en expansión, más empresas participantes, mayor ocupación del espacio y crecimiento del mercado corporativo. Cerca del 80 por ciento de esta actividad tuvo carácter profesional, y con una facturación de 12,7 millones de euros, generó un impacto económico estimado en Málaga y su área metropolitana de 193 millones de euros. Asimismo, durante el pasado ejercicio se registró un aumento en el número de expositores participantes en ferias y exposiciones de congresos cercano al 70 por ciento, con un total de 4.119.

Por otra parte, FYCMA ha avanzado en 2024 en el desarrollo de proyectos e iniciativas en favor de una actividad más sostenible e inclusiva, así como en la generación de alianzas y colaboraciones para potenciar el legado positivo de los eventos y expandir su potencial transformador. Se ha actuado principalmente en ejes como eficiencia, circularidad y resiliencia climática a través de acciones como la medición de la huella de carbono en eventos para proponer medidas de reducción y compensación o el uso de césped artificial como alternativa a la moqueta tradicional. En sostenibilidad corporativa, hemos llevado a cabo campañas para donación de ropa para colectivos vulnerables, así como material de limpieza o productos de higiene para afectados/as por la DANA de Valencia. En el plano de la accesibilidad, este año hemos adaptado un baño para personas ostomizadas, lo que nos sitúa como una de las instalaciones pioneras en su sector en incorporar un equipamiento de estas características. Y en términos de seguridad, se ha realizado un diagnóstico para la implantación del sistema de gestión conforme a la norma ISO 22320 Gestión de Emergencias, entre otras cuestiones. Todas estas acciones responden a un planteamiento de trabajo articulado en torno a una serie de certificaciones y compromisos con los más altos estándares de calidad y excelencia.

Conscientes de que la sostenibilidad, la inclusión y la transparencia requieren un compromiso constante, reafirmamos nuestra adhesión a los Diez Principios del Pacto Mundial y nuestra determinación para fortalecer una gestión responsable y de alto impacto positivo.

Nacho Román
Director general

1. PERFIL DE LA EMPRESA

FYCMA (PALACIO DE FERIAS Y CONGRESOS DE MÁLAGA)
EMPRESA MUNICIPAL DE INICIATIVAS Y ACTIVIDADES EMPRESARIALES DE
MÁLAGA

CIF: A 29233681

Dirección postal: AVDA. ORTEGA Y GASSET 201, 29006, MÁLAGA

Web: www.fycma.com

Mail: info@fycma.com

Dirección general: Nacho Román

Descripción de la actividad de la empresa: Actividad ferial y congresual

Número de empleados: 75

Facturación 2024: 17.156.001 €

Ámbito de actividad: la actividad se desarrolla en las instalaciones ubicadas en Málaga capital, teniendo un ámbito de actuación internacional



1. PERFIL DE LA EMPRESA



1. PERFIL DE LA EMPRESA



1. PERFIL DE LA EMPRESA

FYCMA: Innovar en eventos con impacto global

FYCMA ha vuelto a mostrar en 2024 su potencial como motor de desarrollo económico y social y punto de encuentro para la generación de negocio y conocimiento, el establecimiento de alianzas con impacto global y desarrollo de proyectos transformadores. Innovación, compromiso y eventos con legado positivo alienados con la ciudad de la que todo el mundo habla.

El ejercicio se ha caracterizado por una ampliación del calendario con la incorporación de cuatro nuevas convocatorias estables donde el ámbito profesional ha sido protagonista, y que han supuesto una diversificación de industrias y sectores bajo el denominador común de la promoción de la innovación, el avance tecnológico y la transformación digital.

Con 2024 FYCMA culmina una etapa de consolidación del calendario, asentamiento de la marca en el mercado y asimilación del Palacio como activo de valor en estrategia de posicionamiento de Málaga por su potencial para dinamizar ecosistemas innovadores y liderar el impulso del segmento MICE.

La actividad de FYCMA en 2024 ha mantenido una tendencia en línea con los ejercicios anteriores y coherente con la estrategia general establecida en el Plan Director 2022-2024, que ha culminado en el presente año. En los 3 años de vigencia el equipo humano que sostiene esta actividad ha estado en el centro de un proceso de transformación organizacional paralelo al enriquecimiento de la propuesta de valor a los clientes. Ha demostrado con ello su compromiso en la misión FYCMA y la adhesión a sus valores, especialmente en lo que respecta al cumplimiento de los máximos estándares de calidad y excelencia operativa. Hablamos de un equipo cohesionado y estable, con más del 80% de la plantilla con carácter indefinido y con amplia experiencia en la organización profesional de eventos – la antigüedad media supera los 10 años.

Su empuje articula una red de trabajo, sinergias y colaboración conformada por nuestros clientes – más de un centenar de empresas y entidades organizadoras en 2024, partners y expositores de ferias de organización propia -, miembros de nuestros comités organizadores y proveedores. A todos ellos trasladamos nuestro agradecimiento por sumarse con entusiasmo y confianza a nuestras metas y compartir una visión transformadora de los eventos, donde gana protagonismo en los últimos años la sostenibilidad y el concepto de legado positivo.



1. PERFIL DE LA EMPRESA

Un resumen del calendario ferial de FYCMA en 2024:

2024 EN CIFRAS

-  **133 EVENTOS**
-  **17 FERIAS**
-  **28 CONGRESOS Y CONVENCIONES**
-  **16 JORNADAS PROFESIONALES**
-  **7 CONCIERTOS**
-  **65 OTROS ACTOS**

1. PERFIL DE LA EMPRESA

Un resumen del calendario ferial de FYCMA en 2024:



1. PERFIL DE LA EMPRESA

Un resumen del calendario ferial de FYCMA en 2024:

ACTIVIDAD CONGRESUAL

-  **CONGRESOS Y CONVENCIONES 28**
-  **JORNADAS 16**
-  **OTROS ACTOS 65**
-  **ASISTENTES TOTALES 61.187**



1. PERFIL DE LA EMPRESA

La actividad de FYCMA de base profesional, con proyección global y alineada con los retos y oportunidades de la economía digital, que en 2024 ha mantenido la estrategia general establecida en el Plan Director 2022-2024, que ha culminado en el presente año.

Un total de 133 eventos celebrados entre ellos 17 ferias, 16 exposiciones de congresos, convenciones, jornadas, conciertos y otros actos configuran un calendario diverso al que este año se han incorporado importantes citas internacionales, confirmando el liderazgo de Málaga como capital ferial de referencia.

FYCMA consolida en 2024 el equilibrio entre su dimensión organizadora y su papel como proveedor de espacios y servicios para otros operadores feriales, lo que redundará de manera positiva tanto en la estabilidad del calendario como en su diversificación.

Dentro del ámbito de la organización propia, FYCMA mantiene su apuesta prioritaria por las convocatorias vinculadas a la promoción de la innovación, el impacto de la tecnología y el paradigma de la economía digital en general.

En el plano comunicativo y de posicionamiento de marca, dicha transversalidad se denomina ADN FYCMA y se asocia a la contribución que el recinto hace a la dinamización de ecosistemas innovadores enraizados en el hub tecnológico establecido en la ciudad de Málaga.

El dinamismo del calendario ferial de FYCMA se refleja en un incremento sustancial en el número de expositores participantes, con un aumento cercano al 70% fruto de un crecimiento de la actividad basado en la priorización de convocatorias de alto valor por su capacidad para atraer empresas y generar negocio.

Esta programación se vio alterada los días 13 y 14 de noviembre de 2024 como consecuencia de la activación de la alerta roja meteorológica en la provincia de Málaga ante la llegada de una DANA y sus posibles consecuencias. En un ejercicio de responsabilidad totalmente apoyado por FYCMA y en la línea con las recomendaciones generales, la organización de Andalucía Trade Global 2024 suspendió la actividad presencial prevista, que esperaba reunir en el Palacio a representantes de 75 países en la gran cita de la internacionalización de las empresas andaluzas.



1. PERFIL DE LA EMPRESA

Relación de servicios/productos

- Alquiler de salas y servicios para celebración de eventos y ferias por cuenta de organizador externo.
- Diseño, comercialización y realización de ferias propias.
- Organización de ferias Propias: 47,06% y Ajenas: 52,94%

El modelo de negocio de FYCMA evoluciona y se adapta a un mercado en constante transformación. Innovación, creatividad y tecnología al servicio de la gestión y la actividad.

Consolidación

Más del 60% de estas convocatorias llevan asentadas en el calendario de FYCMA más de 10 años, lo que confirma su posición de liderazgo sectorial.

20 años Simed

Simed, Salón Inmobiliario del Mediterráneo, ha alcanzado su vigésimo aniversario en 2024 posicionado como un aliado estratégico de los sectores inmobiliario y promotor. A lo largo de estas dos décadas se ha adaptado a las diferentes coyunturas del mercado para ser una herramienta útil independientemente de las circunstancias de cada momento, evolucionando hacia una convocatoria con una importante dimensión profesional y un evidente liderazgo en el sector residencial, segunda residencia e inversión inmobiliaria. Además, se ha convertido en generador de debate y reflexión en torno a los grandes retos que encaran las administraciones públicas y el tejido empresarial vinculados a estos ámbitos, caso de la colaboración público-privada; vivienda protegida, social y asequible, turismo residencial, sostenibilidad o impacto de la digitalización.

En esta última edición de carácter internacional, Simed ha contado con la participación de más de 200 entidades y empresas representadas que actúan como motor para afrontar los retos del sector inmobiliario.



1. PERFIL DE LA EMPRESA

Estos ejes transversales se concretan en:

- Generación de negocio: **2.310 empresas y entidades con participación activa**
- Vocación internacional: **68 países y más de 70 compradores internacionales**
- Captación de la inversión: **actividades y acciones con 230 inversores**
- Promoción del talento y el emprendimiento: **más de 300 proyectos participantes en zona expositiva, convocatorias específicas y ‘call for startups’**
- Gestión del conocimiento: **894 ponentes en más de 400 paneles**
- Alianzas y sinergias estratégicas: **más de 50 actividades paralelas impulsadas por entidades y empresas vinculadas al ámbito de la innovación**

Auge del mercado corporativo

En el ámbito de la actividad puramente congresual, cabe mencionar el auge experimentado en el mercado corporativo, con un incremento del número de empresas y organizaciones que han elegido FYCMA para llevar a cabo sus convenciones, doblando prácticamente el número de asistentes a este tipo de convocatoria. Cabe mencionar que las convenciones son una tipología de evento clave en la estrategia de negocio de FYCMA, que en este caso actúa como proveedor de empresas y organizaciones que buscan realizar sus reuniones, lanzamientos de producto, seminarios o eventos de otra índole.

Cerca del 90% de los congresos y convenciones, punta de lanza de esta actividad, ha tenido carácter nacional e internacional, con una asistencia media que se acerca al millar de asistentes y encuentros que han alcanzado los 3.000, caso del XXXVIII Congreso de la Sociedad Española de Medicina Estética (SEME) -con sede estable en FYCMA desde 2014-, o el encuentro internacional Padel World Summit.

Mejora de la ocupación

En 2024 FYCMA ha alcanzado una ocupación efectiva por encima del 70% de media, mejorando el dato de los ejercicios anteriores. Cabe destacar que ha habido siete meses en los que esta ocupación ha superado el 80%, lo que refleja un nivel de actividad constante y sostenido.



1. PERFIL DE LA EMPRESA

Un partner de confianza para nuestros organizadores

Los organizadores han confiado en FYCMA en 2024 para la celebración de sus ferias, congresos, convenciones, jornadas y otros actos han valorado de media con un 8,9 la atención recibida. El nivel de solvencia adquirido tras dos décadas en el mercado, la constante profesionalización del equipo y la apuesta por la transformación digital y el desarrollo tecnológico hacen de FYCMA un partner de confianza experimentado capaz de aportar soluciones técnicas y creativas para todas las necesidades. Esto repercute en un índice de repetición por encima de la media del sector y un posicionamiento especialmente destacado en el ámbito asociativo, responsable de los grandes encuentros médico-sanitarios, emblemas de la actividad congresual. Más del 50 por ciento de los organizadores con los que hemos trabajado en 2024 ya habían organizado algún evento en FYCMA previamente y más del 81,6% nos recomendaría.

FYCMA CON LOS REFUGIADOS

En noviembre de 2024 se ha procedido al traslado del Centro de Atención, Recepción y Derivación (CREADE) de personas refugiadas que hasta el momento estaba instalado en FYCMA a unas nuevas oficinas más dimensionadas a sus necesidades actuales, cerrando con ello un capítulo especialmente significativo en la trayectoria del recinto. Al respecto, FYCMA se convirtió a principios de 2022 en uno de los cuatro CREADE habilitados en España para atender el flujo de personas refugiadas que llegó a nuestro país procedente de Ucrania tras el estallido del conflicto bélico.

La adaptación en tiempo récord del espacio y los equipamientos específicos para hacer frente a esta eventualidad requirió de un esfuerzo logístico y organizativo que se acometió en tiempo récord con gran implicación y compromiso del equipo, que ha trabajado coordinadamente con el personal del Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones del Gobierno de España, impulsor del proyecto a instancias del Ayuntamiento de Málaga.

Desde entonces, FYCMA ha sostenido su funcionamiento diario en paralelo a la actividad ferial y congresual habitual, generando una nueva situación de aprendizaje y experiencia, confirmando el papel del Palacio como un instrumento de gestión especializado al servicio de la sociedad.

1. PERFIL DE LA EMPRESA

Reflexión y perspectivas de futuro

Con el final de 2024 culmina la estrategia establecida en el Plan Director 2022-2024, redactado en 2021 y diseñado en un contexto marcado por la recuperación post-pandemia y la necesidad de adaptarse a un entorno cambiante.

Este plan se fundamentó en las siguientes consideraciones clave:

- **Contexto de recuperación:** tras el impacto de la pandemia de COVID-19, el plan partió del posicionamiento alcanzado en 2019, último año de normalidad completa. El 2020 fue considerado un año excepcional y anómalo, mientras que 2021 se presentó como un año de transición con una reactivación progresiva de la actividad.
- **Análisis y reflexión:** la pandemia brindó una oportunidad para evaluar las medidas de emergencia implementadas y su idoneidad en el escenario posterior. Este análisis profundo proporcionó información valiosa para el desarrollo de la estrategia.
- **Flexibilidad y adaptación:** la estrategia se centró en desarrollar estructuras y procedimientos flexibles para adaptarse a un entorno en constante evolución, con un enfoque en la prospección del mercado y la innovación.
- **Digitalización y sostenibilidad:** se enfatizó la importancia de avanzar en la digitalización y la incorporación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para una gestión integral de la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa.
- **Optimización del Espacio e impulso de la marca:** La gestión de los espacios y del calendario se alineó con criterios de rentabilidad y estrategia ciudad, mientras que la comunicación se centró en capitalizar los atributos de innovación, tecnología y digitalización de la marca FYCMA.
- **Excelencia y alineación territorial:** la búsqueda de la excelencia se promovió en todos los niveles de la organización, alineándose con la realidad socioeconómica de Málaga y su proyección como enclave tecnológico y destino de inversión.

Este plan ha sentado las bases para la estrategia futura de FYCMA, adaptándose a las nuevas realidades y desafíos de un mercado en constante evolución. Superado el escenario pandémico, la vigencia del plan extinto ha coincidido con otros acontecimientos globales de gran impacto socioeconómico y generadores de inestabilidad, si bien el sector en el que opera FYCMA no se ha visto especialmente afectado por estas circunstancias, manteniendo la senda de crecimiento generalizado a partir de finales de 2021.



1. PERFIL DE LA EMPRESA

La estrategia plasmada en el Plan Director 22-24 reflejaba la necesidad de priorizar eventos profesionales y de mayor calidad, ante la necesidad de optimizar el espacio y calendario disponible en FYCMA. De este modo en los últimos tres años ha habido importantes movimientos en el calendario anual, focalizados en la incorporación de eventos estratégicos y la externalización o desconvocatoria de eventos considerados menos prioritarios.

Sobre estas bases iniciamos una nueva etapa determinada por los objetivos establecidos en el Plan Estratégico 2025-2027, que marcará la trayectoria de FYCMA en el medio plazo y que se enfocará en el crecimiento de la facturación y la optimización del espacio, el aumento de la eficiencia y la rentabilidad, el impacto en el territorio, la sostenibilidad, la mejora de la experiencia del cliente, la gestión del equipo como palanca de competitividad, y la integración de la innovación digital en la estrategia global.

Entendemos que la definición de estos objetivos y sus planes de acción asociados posicionan a FYCMA de manera favorable en un mercado cambiante y en permanente evolución. Responde además a las necesidades de una ciudad como Málaga, que avanza imparable hacia su condición de metrópoli global, tal y como se establece en el Plan Estratégico 2030 de Fundación Ciedes, y que ha servido de inspiración para la propia formulación del Palacio.

El Plan Estratégico de FYCMA 2025-2027 contempla las limitaciones espaciales a las que se enfrenta el crecimiento de la demanda y actúa en consecuencia, siendo conscientes de que el medio plazo requerirá de un extraordinario esfuerzo de optimización del calendario y soluciones creativas para dar respuesta a los retos más inminentes. En paralelo, iremos adaptando la estructura y las diferentes funcionalidades a un escenario futuro marcado por el proyecto de ampliación, que avanza siguiendo los cauces pertinentes.

Con este hito presente pero pegados a la realidad más inmediata, estamos en disposición de activar todos los recursos humanos y materiales a nuestro alcance para vislumbrar un horizonte 2027 sumamente estimulante como generador de negocio y oportunidades, siendo cada día una organización más eficiente, rentable y comprometida con su entorno.

Más competitivos y preparados para impulsar el posicionamiento de Málaga como metrópoli global.

1. PERFIL DE LA EMPRESA

Año de adhesión al Pacto Mundial: junio 2013

Ejercicio que cubre el Informe de Progreso: el presente informe es el quinto después de la Adhesión al Pacto Mundial, haciendo referencia al ejercicio 2024.

Indicadores y verificación de la memoria: no se realiza verificación externa del Informe de Progreso, pero para su elaboración se tienen en consideración los estándares de GRI.

Alcance y limitaciones del Informe de Progreso: FYCMA manifiesta su compromiso por continuar adoptando medidas que demuestren el compromiso con el Pacto Mundial así como con la Responsabilidad Social Empresarial en su más amplio sentido y en sus tres dimensiones económica, social y ambiental. Muestra de ello es la renovación de nuestro compromiso con los 10 principios, así como la adquisición de un decidido compromiso con la consecución de los **Objetivos de Desarrollo Sostenible** para promover un desarrollo que garantice un entorno más sostenible, limpio, igualitario y accesible, implantando en su actividad diaria procedimientos y herramientas basadas en estos principios de calado global.

Difusión del Informe de Progreso: el presente informe se publicará en nuestra página web www.fycma.com



1. PERFIL DE LA EMPRESA

Estructura de Gobierno/ Dirección de la empresa

FYCMA es Sociedad Anónima, pública, dependiente de la Empresa Municipal PROMÁLAGA. Es propietaria el Ayuntamiento de Málaga en un 100% tanto de la instalación como de la actividad.

Los miembros del Consejo de Administración son:

Presidente - D. Francisco de la Torre Prados
Ayuntamiento de Málaga

Alcalde-Presidente del Excmo.

Vicepresidenta - Dña. Alicia Izquierdo García
Partido Popular en el Ayuntamiento de Málaga

Concejala del Grupo Municipal del

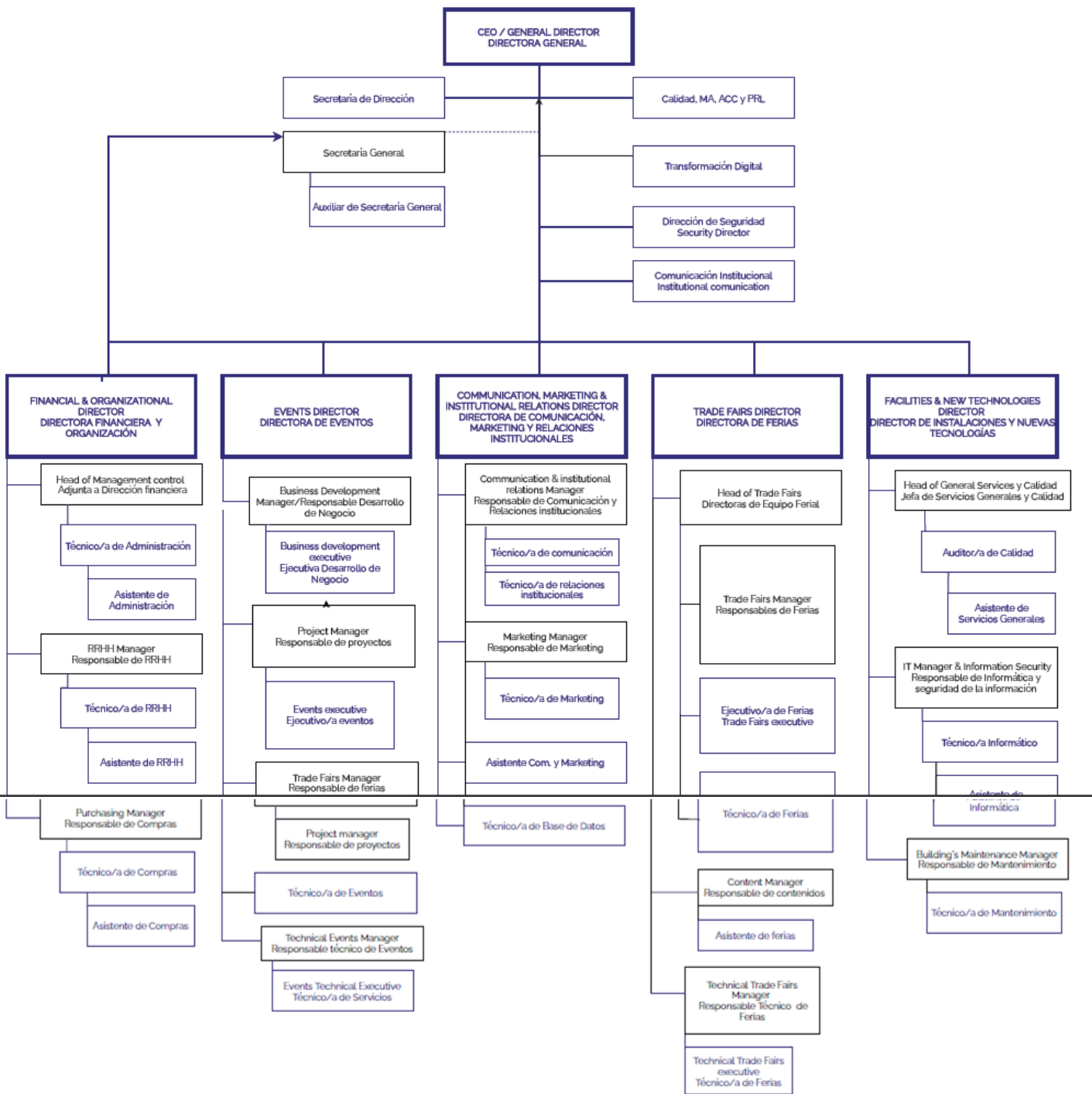
Consejeros

Dña. Elisa Pérez de Siles Calvo
D. María Carlos Conde O'Donnell
Dña. Carmen Casero Navarro
D. Mariano Ruiz Araújo
D. Pablo Orellana Smith
Dña. Yolanda Gómez Marín
Dña. Antonia Morillas González

Concejala del Grupo Municipal del Partido Popular
Concejal del Grupo Municipal del Partido Popular
Concejala del Grupo Municipal del Partido Popular
Concejal del Grupo Municipal Socialista
Concejal del Grupo Municipal Socialista
Concejala del Grupo Municipal VOX
Concejala del Grupo Municipal Con Málaga

1. PERFIL DE LA EMPRESA

El organigrama funcional es el siguiente:



1. PERFIL DE LA EMPRESA

Grupos de Interés

Criterios de selección de los Grupos de Interés

Influencia sobre la toma de decisiones estratégicas de nuestra empresa y la dependencia de los grupos con respecto a nuestra actividad y servicios.

❖ Ayuntamiento	❖ Patrocinadores
❖ Empleados	❖ Colaboradores habituales
❖ Organizadores eventos	❖ Proveedores
❖ Comerciales de eventos	❖ Ciudadanía de Málaga
❖ Expositores / Participantes	❖ Servicios de Emergencia
❖ Público General	❖ Organismos reguladores
❖ Medios de Comunicación	❖ Organizaciones del sector de interés



1. PERFIL DE LA EMPRESA

Grupos de Interés

Diálogo con los Grupos de Interés

En general, las comunicaciones con todos los grupos de interés se realiza a través de la web de FYCMA y del portal de transparencia. En particular, las relaciones con los grupos de interés son:

- **Ayuntamiento:** a través del Consejo de Administración se informa de los diversos aspectos de la actividad de forma periódica. Además, se mantienen reuniones puntuales con los responsables de PROMÁLAGA y con el comité de calidad del Ayuntamiento. En el análisis que realiza el consistorio sobre el impacto de nuestra actividad en la ciudad, destaca la creación de empleo, ajeno a nosotros, relacionado generalmente con el sector servicios para dar soporte a todo el público y/o participantes en los eventos celebrados.
- **Empleados:** reciben información directa desde el área de Recursos Humanos o de la propia Dirección, también a través de los representantes de los trabajadores. En varias ocasiones se han realizado encuestas de clima laboral y evaluación interna. Además, se ha creado un canal de comunicación directa con la Dirección a través de la intranet de la empresa.
- **Expositores / Organizadores de eventos:** antes de la firma del contrato se comunican las Normas y Cláusulas de Participación en certámenes. Se están fomentando eventos sostenibles, ofreciendo opciones a la hora de contratación que sean más sostenibles. También en el portal de transparencia se dispone de toda la información de contratación. En los eventos propios se intenta siempre que esas opciones sean aplicadas y en los externos se aconseja contratarlas. Una vez terminado el evento, se realizan encuestas a expositores y organizadores.
- **Público general:** FYCMA recoge encuestas de satisfacción en cada uno de los eventos propios. Se realiza anualmente una memoria sobre los resultados obtenidos en el ejercicio anterior, así como sobre el planteamiento del próximo ejercicio, para que el público en general, ciudadanía de Málaga y/o expositores conozcan nuestras líneas de actuación.
- **Medios de Comunicación:** disponemos de un área de Comunicación que coordina la imagen corporativa y todas las comunicaciones externas, asegurando la transparencia y la veracidad de la información publicada en los medios.
- **Patrocinadores:** para conseguir los resultados deseados en los eventos, la comunicación con los patrocinadores es directa, presentando la planificación, desarrollo y el cierre del mismo. Además, se realiza una memoria de los resultados globales obtenidos y del impacto del evento en el entorno.

1. PERFIL DE LA EMPRESA

Grupos de Interés

Diálogo con los Grupos de Interés

- **Colaboradores y Proveedores:** se definen las condiciones de colaboración dentro del marco de la legislación vigente y de los compromisos de FYCMA, así como de los requisitos de cada concurso y/o homologación. Tienen asumidos los requisitos relacionados con calidad, medio ambiente, accesibilidad, gestión de eventos sostenibles etc... También se exige que se cumpla toda la normativa vigente en relación a las condiciones laborales para sus empleados.
- **Ciudadanía de Málaga:** conocen a través de la página web FYCMA, portal de transparencia y de las redes sociales tanto la actividad del Palacio como los compromisos adquiridos por la organización, siendo este informe una herramienta más en la divulgación de los principios que lo motivan. Se dispone de un buzón de sugerencias para aquellas personas que deseen comunicar a la organización cualquier cuestión.
- **Servicios de emergencia:** la comunicación con los servicios de emergencia es continua. Cada dos años se comprueba y actualiza el plan de emergencias junto con el servicio de bomberos. Además, se comunican todos los eventos con riesgos, bien por afluencia de público o por que la evaluación del evento así lo requiera. Por su parte, periódicamente se realiza un simulacro de evacuación para comprobar el correcto entendimiento de los planes en situaciones de emergencia.
- **Organismos reguladores** (Autoridad local, Autoridad autonómica, Gobierno central): la comunicación se realiza a través del cumplimiento de los requisitos legales, presentación de impuestos, etc. Por su parte, a través de requerimientos sobre la organización y/o actividad de FYCMA.
- **Organizaciones del sector de interés/comerciales:** la información de la actividad de FYCMA se conoce a través de redes sociales y la web de FYCMA. La comunicación directa se realiza en reuniones, donde se establecen requisitos de los servicios o recomendaciones para la prestación de los mismos.

1. PERFIL DE LA EMPRESA

Grupos de Interés

Como resultado de la relación con los grupos de interés se plantean acciones a llevar a cabo, bien en instalaciones o en la organización para cumplir las expectativas generadas, así como para conseguir un porcentaje cada vez mayor de eventos organizados en FYCMA con sostenibilidad alta.

- **Ciudadanía de Málaga**

La actividad del Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (FYCMA) favorece a la ciudadanía malagueña al dinamizar la economía local, generar empleo y posicionar a la ciudad como un referente en la organización de eventos nacionales e internacionales.

A través de ferias, congresos y encuentros profesionales, FYCMA impulsa sectores clave como el turismo, la tecnología, la cultura y la innovación, promoviendo el intercambio de conocimientos y oportunidades de negocio. Además, contribuye al desarrollo urbano y social al atraer visitantes y profesionales que enriquecen la vida cultural y fomentan el orgullo de pertenencia entre los malagueños.

- **Clientes**

Durante 2024 se han realizado varias acciones para cumplir nuestros compromisos:

Con el objetivo de detectar aspectos de mejora, identificar oportunidades y medir el grado de satisfacción de sus públicos, el Palacio ha establecido herramientas de escucha activa, que incluyen la realización de encuestas de satisfacción con los siguientes resultados a destacar en 2024:

- Se ha aumentado la valoración de la atención al cliente, que puntúa con un 9,63 sobre 10.
- El 81,6% de las organizaciones que confían en FYCMA para celebrar sus eventos recomendaría su experiencia en el Palacio.
- Se ha aumentado ligeramente la valoración de la satisfacción en todos los ítems medidos (instalaciones, rapidez en la respuesta, restauración o limpieza, entre otros) están valorados, al menos, con un 8,07.
- La valoración global de expositores que se ha obtenido ha sido de 7,9 sobre 10. Mientras que de organizadores ha sido de 8,9 sobre 10.

1. PERFIL DE LA EMPRESA

Grupos de Interés

El compromiso de FYCMA con su público y su entorno se concreta en los siguientes ejes:

- **El equipo (empleados)**

Durante 2024, FYCMA ha continuado impulsando la realización de formaciones específicas entre el equipo con el objetivo de seguir mejorando las competencias necesarias en el desempeño de la actividad, en la que el proceso de digitalización global de la organización requiere de una apuesta decidida por la formación continua y la adquisición de competencias en estos ámbitos.

En total, han sido más de 69 actividades entre cursos, talleres y sesiones digitales que se traducen en 2.229 horas de formación, de las que un 72,46% se han dedicado al aprendizaje y desarrollo de habilidades tecnológicas y digitales.

La plantilla se conforma de la siguiente manera en 2024: 81% indefinida, el 70% son mujeres, la antigüedad media de los contratos indefinidos es de 12,11 años, con una media de edad de 44,3 años en el caso de las mujeres y 45,9 años para hombres.

- **Innovación**

A través de esta actividad, FYCMA reporta a Málaga una serie de beneficios que refuerzan la marca 'Málaga' en el contexto nacional e internacional como capital de negocio y destino para la inversión, ciudad del conocimiento y ecosistema innovador.

- H&T, Salón de Innovación en Hostelería con la finalidad de promover proyectos innovadores en sectores como la hostelería y las industrias hotelera y turística
- Greencities, Inteligencia y Sostenibilidad Urbana, y S-Moving, Movilidad Inteligente y Sostenible, lanzaron como novedad la primera edición de su Call for Startups que se suman a las ya consolidadas en Transfiere; CM Málaga, International Tech Forum, y Simed, Salón Inmobiliario del Mediterráneo
- FYCMA Click: E-commerce servicios para expositores.

- **Los colaboradores**

Junto a clientes y proveedores alumbramos un calendario que fomenta e impulsa de manera transversal el valor de la innovación y la sostenibilidad, las oportunidades derivadas de la economía digital o el emprendimiento.

1. PERFIL DE LA EMPRESA

Grupos de Interés

El compromiso de FYCMA con su público y su entorno se concreta en los siguientes ejes:

- Política asociativa:

En términos cuantitativos el número de eventos celebrados, un total de 133, entre ferias, exposiciones, congresos, convenciones, jornadas, conciertos y otros actos configuran un calendario diverso al que este año se han incorporado importantes citas internacionales.

Desde 2022 FYCMA mantiene su adhesión a:

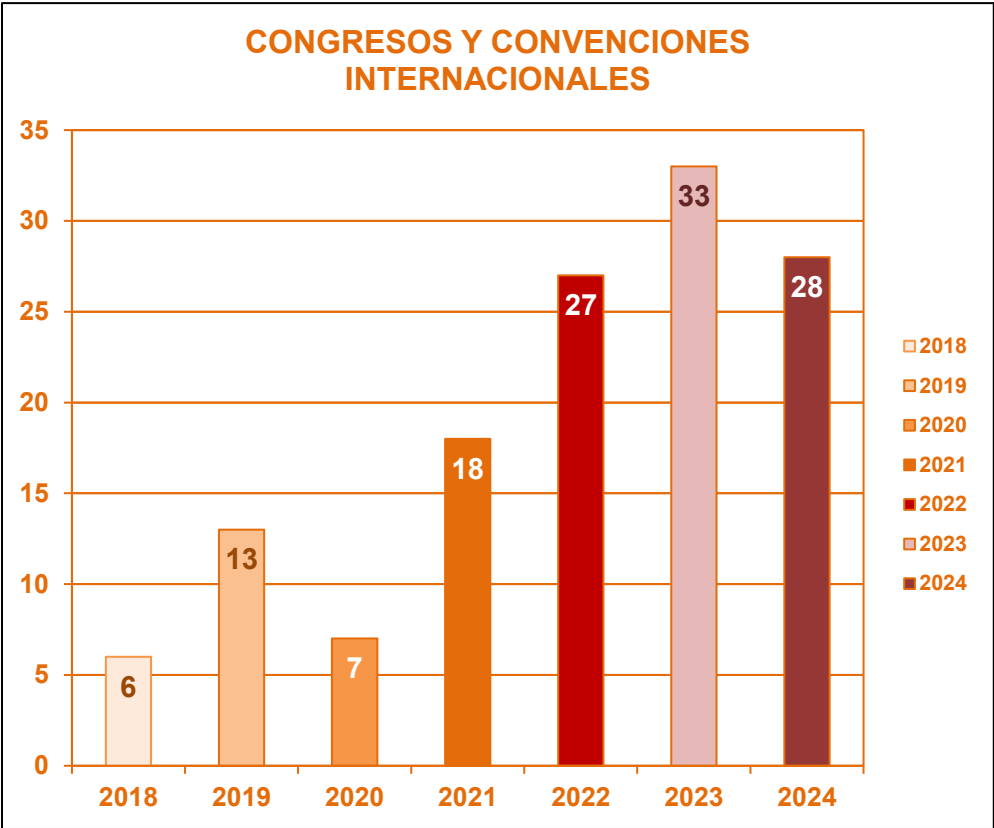
- **UFI**, la mayor organización de operadores feriales en el ámbito internacional, siendo el primer recinto andaluz en hacerlo. Los miembros de dicha asociación tienen beneficios en el acceso a los principales eventos mundiales de la industria; tarifas preferenciales de participación; mayor posibilidad de intercambio de conocimientos, contactos, mejores prácticas, ideas y experiencia con otros miembros, o la inclusión en diferentes grupos de trabajo enfocados en temáticas como la innovación digital, la gestión de recursos humanos, marketing, operaciones y servicios, desarrollo sostenible u otros.
- el **Foro de Empresas Socialmente Responsables de la provincia de Málaga** con el objetivo de profundizar en su estrategia de gestión eficiente en materias como sostenibilidad, impacto social, transparencia, igualdad, empleabilidad o conciliación familiar. A través de esta iniciativa, el Palacio visibiliza y comparte buenas prácticas en materia de responsabilidad social corporativa con el tejido productivo malagueño formando parte de la vertical 'Orientación RSE en la empresa'.
- a la **Asociación Madrid Capital Mundial de la Construcción, Ingeniería y Arquitectura** (MWCC), que potencia estos ámbitos tanto en la capital como en todo el territorio nacional consolidando el liderazgo internacional de las empresas españolas
- Además ha firmado acuerdos de colaboración con la compañía **Iberia** y con **Uppery Club** para promover la generación de negocio y oportunidades empresariales

FYCMA es miembro de pleno derecho de las siguientes organizaciones regionales, nacionales e internacionales:

- Asociación de Ferias de España (AFE)
- International Association of Convention Centres (AIPC)
- Asociación de Palacios de Congresos de España (APCE)
- Asociación de Palacios de Congresos y Ferias de Andalucía (AFCAN)
- International Congress and Convention Association (ICCA)
- Meeting Professionals International (MPI)
- Professional Convention Management Association (PCMA)

1. PERFIL DE LA EMPRESA

Grupos de Interés



1. PERFIL DE LA EMPRESA

Grupos de Interés

Influencia

La Influencia define en qué medida el Grupo de Interés tiene poder, autoridad o valimiento para influir en la organización (p.e. en los servicios que presta o en su funcionamiento), o en la capacidad que tiene esta de alcanzar sus objetivos y estrategias.

Dependencia

La dependencia hace referencia a la capacidad que tiene el Grupo de Interés de elegir otra alternativa a la ofrecida por la organización. Utilizaremos las siguientes valoraciones:



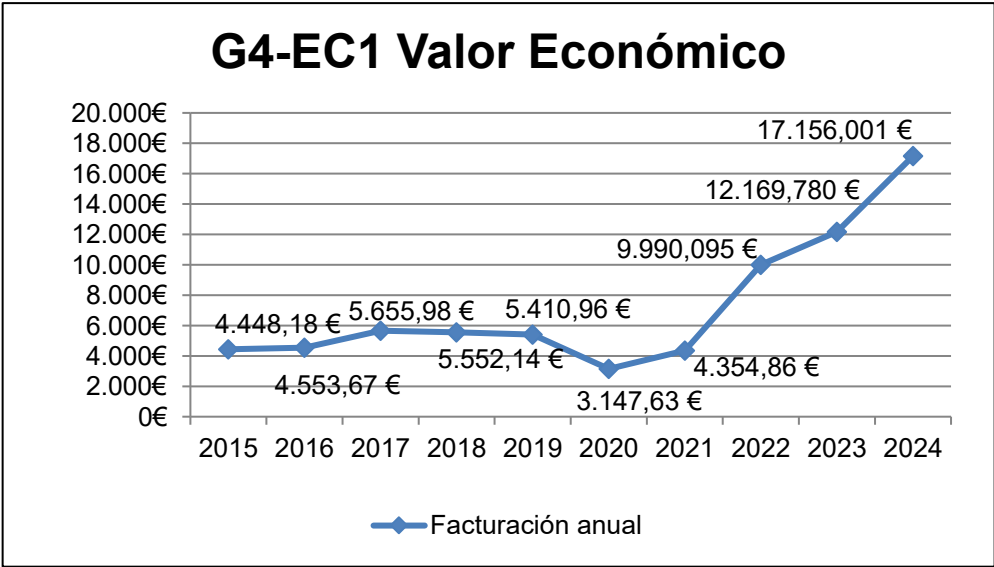
1. PERFIL DE LA EMPRESA

Grupos de Interés

Datos sobre el ejercicio 2024

La actividad llevada a cabo por FYCMA en 2024 ha generado un impacto económico estimado en Málaga y su área metropolitana de más de 193 millones de euros*, según criterios de cálculo asumidos por el sector a través del Spain Convention Bureau (SCB) y la Asociación de Ferias Españolas (AFE), con indicadores referenciados en el Estudio de Medición de la Industria de Reuniones en la ciudad de Málaga 2024. Este impacto incluye tanto las rentas directas asociadas a la celebración del evento- como el gasto medio diario del asistente o los costes de planificación o producción, indirectas- derivados de la contratación a proveedores locales- e inducidas, vinculadas a la estimulación general del consumo en el territorio como consecuencia de la actividad.

Dicho cálculo estimado está en línea con la misión funcional de FYCMA de convertir a Málaga en referente entre las principales capitales de negocio ferial y congresual para abrir oportunidades, dinamizar la economía, crear riqueza y generar empleo.



1. PERFIL DE LA EMPRESA

Grupos de Interés

Datos sobre el ejercicio 2024

Impacto positivo en el entorno

FYCMA ha avanzado en 2024 en el desarrollo de proyectos e iniciativas en favor de una actividad más sostenible e inclusiva, así como en la generación de alianzas y colaboraciones para potenciar el legado positivo de los eventos y expandir su potencial transformador.

Lo que supone una inyección económica directa a un tejido proveedor que en 2024 estuvo conformado por un total de 602 empresas, siendo el 44% de los proveedores habituales de FYCMA compañías malagueñas, que supone el 65% de la facturación total de los proveedores.

La evolución de este impacto constituye uno de los principales indicadores de gestión dado que interpela directamente a la misión de FYCMA y constata su papel como dinamizador de la actividad económica y empresarial en su entorno.

Más empresas y entidades expositoras

El año 2024 se ha contado con un total de 2.150 organizaciones públicas y privadas participantes en las ferias y exposiciones celebradas en FYCMA, de más de 68 países y que han ocupado una superficie neta de 133.177 metros cuadrados.

Otro dato a destacar en esta línea es el incremento en el número de personal de montaje y empresas proveedoras y subcontratas implicadas en dichos montajes. El servicio CAE de FYCMA -Coordinación de Actividades Empresariales- gestionó en 2024 a más de 14.536 profesionales procedentes de 2.150 empresas para el desempeño de estas tareas.

Más de 60 países en los foros profesionales de FYCMA

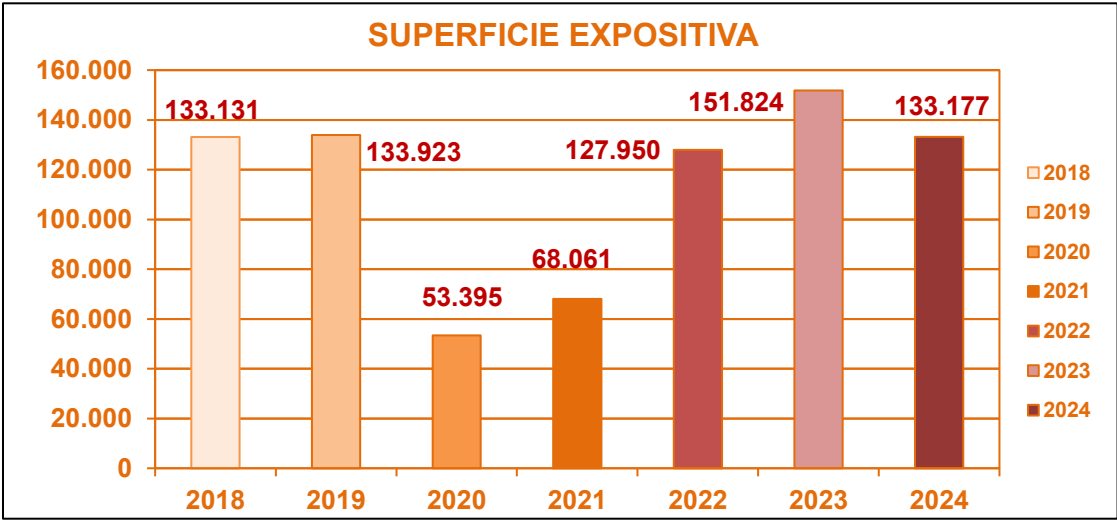
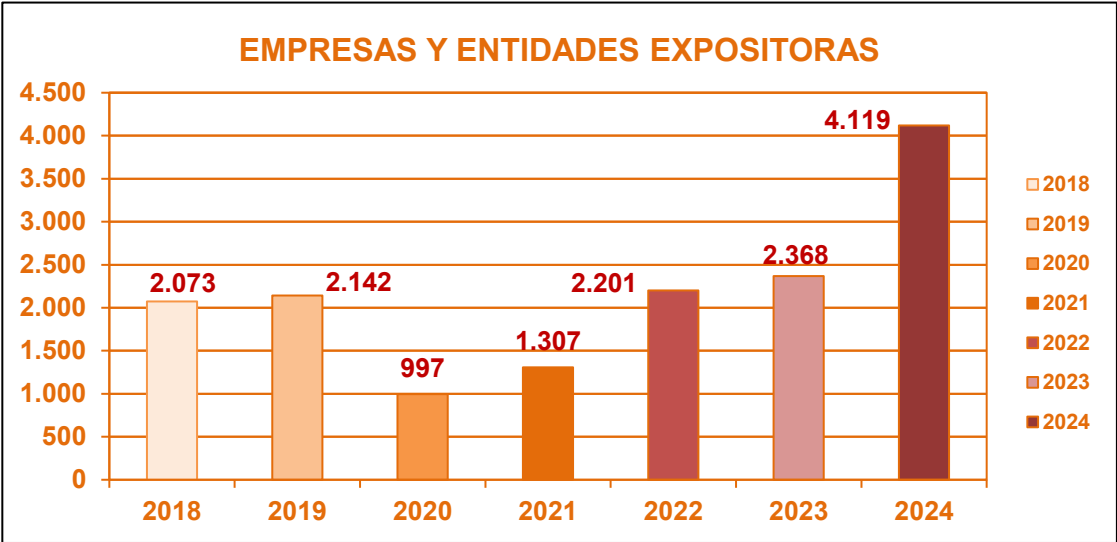
Los eventos celebrados han continuado este año en su internacionalización con acciones encaminadas a impulsar la convergencia global de sectores clave en la economía nacional, así como en atraer hasta Málaga el mejor talento y oportunidades de inversión desde distintos puntos del planeta. De esta forma, los encuentros profesionales organizados por FYCMA han sumado en 2024 más de 60 países representados en distintas modalidades de participación.



1. PERFIL DE LA EMPRESA

Grupos de Interés

Datos sobre el ejercicio 2024



1. PERFIL DE LA EMPRESA

Grupos de Interés

Datos sobre el ejercicio 2024

2024 EN CIFRAS

-  **133 EVENTOS**
-  **17 FERIAS**
-  **28 CONGRESOS Y CONVENCIONES**
-  **16 JORNADAS PROFESIONALES**
-  **7 CONCIERTOS**
-  **65 OTROS ACTOS**

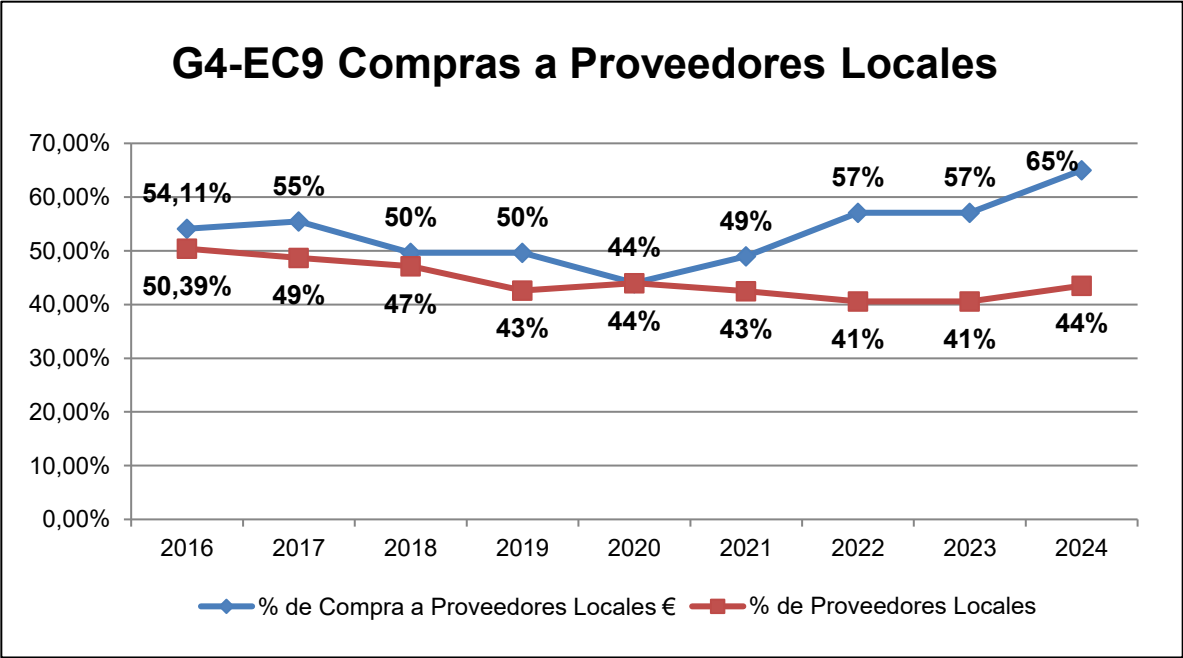
-  **166.792 VISITANTES**
-  **61.187 ASISTENTES**
-  **4.119 EXPOSITORES**
-  **133.177 M² NETOS**
-  **70 PAÍSES EN LOS FOROS PROFESIONALES**
-  **894 PONENTES EN MÁS DE 400 PANELES**
-  **2.150 EMPRESAS Y ENTIDADES**

1. PERFIL DE LA EMPRESA

Grupos de Interés

Datos sobre el ejercicio 2024:

En 2024 el grupo de proveedores de FYCMA estuvo conformado por un total de 602 empresas, siendo más del 44% de los proveedores habituales de FYCMA compañías malagueñas.



2. DIEZ PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL

2.0. Análisis de Riesgos

2.1. Derechos Humanos

2.2. Normas Laborales

2.3. Medio Ambiente

2.4. Anticorrupción



2.0. ANÁLISIS DE RIESGOS

Los riesgos o impactos (no financieros y en materia de RSE) hacen referencias a aquellas áreas donde se pudiera producir un incidente o evento que pudiera impactar en la empresa, en su reputación o marca, en su capacidad de acceder a nuevos mercados, en su capacidad de atraer o retener talento, o en su eficiencia operacional.

Para la identificación y priorización de los riesgos, se evalúan 4 áreas de impacto, divididas en 10 sub-áreas:

- ❖ **Ética de Negocio**
- ❖ **Medio Ambiente**
- ❖ **Social**
- ❖ **Laboral**

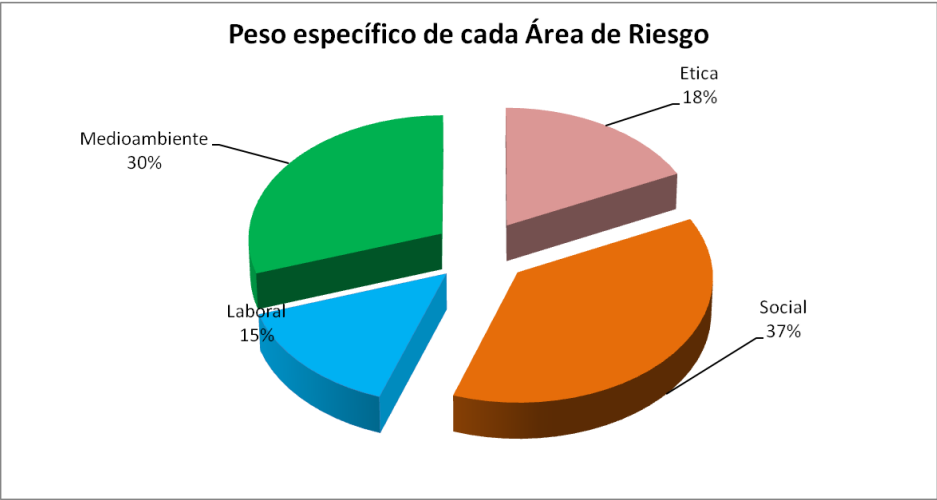
<u>ÁREAS</u>	<u>POSIBLE IMPACTO</u>
ÉTICA	
- <i>Ética de Gestión</i>	Denuncias, tráfico de influencias, malversación de fondos...
SOCIAL	
- <i>Comunidad</i>	No generar riqueza económica en el entorno.
- <i>Derechos Humanos</i>	No se han identificado eventos relevantes en relación a los derechos humanos.
- <i>Clientes y usuarios</i>	Rechazo y baja satisfacción de los usuarios hacia la actividad de FYCMA.
LABORAL	
- <i>Diversidad e Igualdad</i>	Que no se respete la equidad y la igualdad de oportunidades.
- <i>Condiciones y Relaciones Laborales</i>	Conflictos laborales del equipo de FYCMA con la empresa
- <i>Contratación y Retención</i>	malestar, desmotivación... Falta de estabilidad en los contratos, alta rotación del personal...
MEDIO AMBIENTE	
- <i>Uso de Recursos</i>	Baja eficacia en la producción, implicando un aumento innecesario de costes y alta generación de residuos.
- <i>Emisiones</i>	Generación descontrolada de residuos.
- <i>Ecosistemas</i>	Desarrollo de actividades externas a las instalaciones que generen un impacto negativo en el entorno elegido.

2.0. ANÁLISIS DE RIESGOS

Hemos valorado dos tipos de riesgos:

- 1. El valor del riesgo en caso de que se produjese en la empresa un incidente o evento relacionado con el mismo (alto, medio o bajo).
- 2. El impacto de ese incidente en cada grupo de interés (alto, medio o bajo).

Los resultados obtenidos valorando el riesgo por cada área de riesgo son:

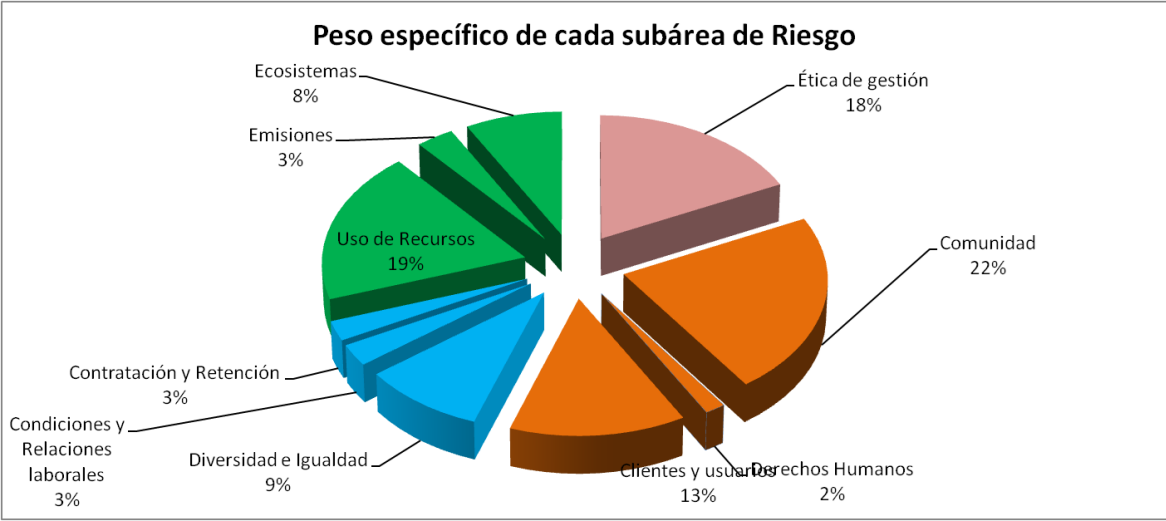


Se puede observar que se han realizado esfuerzos en lo social y ética, siendo menos probable que ocurran incidentes negativos relacionado con ello.



2.0. ANÁLISIS DE RIESGOS

Los resultados obtenidos valorando el riesgo por cada subárea de riesgo son:



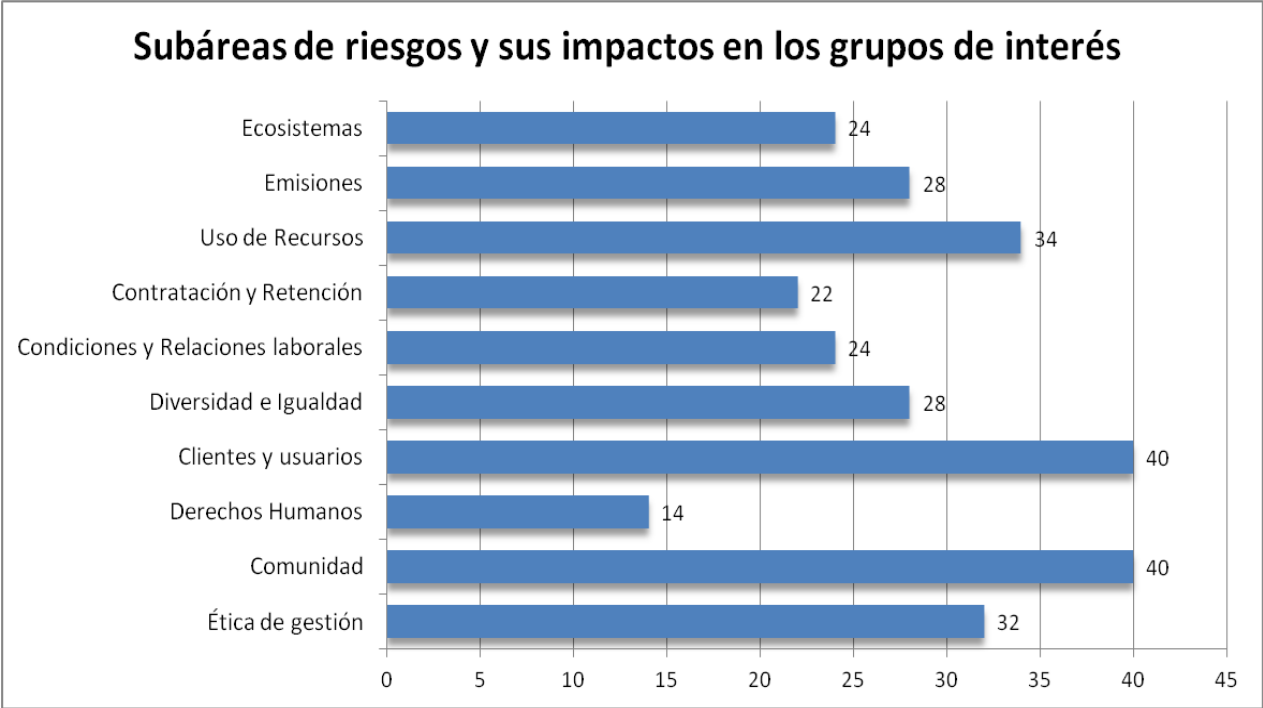
Dentro del área social, la comunidad sigue teniendo un valor alto en su zona de riesgo, un 22%, siendo los grupos de interés que tienen el valor más alto.

El riesgo social es el ítem con mayor índice de impacto en nuestra actividad y, por tanto, en el que tenemos que seguir trabajando para mejorarlo.



2.0. ANÁLISIS DE RIESGOS

Valorando cada subárea de riesgo con los impactos que pudieran producir en nuestros grupos de interés, los resultados obtenidos son:



Analizando los resultados, se puede observar que el mayor valor obtenido es correspondiente a Clientes y Usuarios y la Comunidad (40), siendo las subáreas con mayor impacto en los grupos de interés.

Se pueden sacar las siguientes conclusiones:

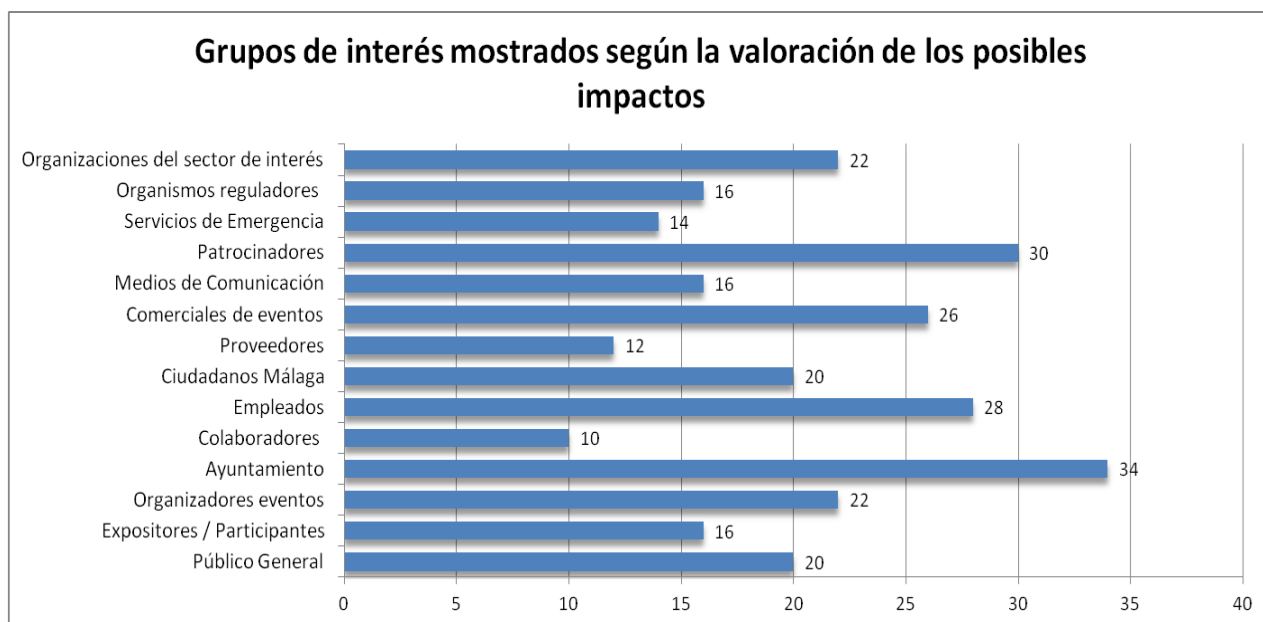
- La comunidad, los clientes y el uso de recursos son los ítem que mayor impacto tienen en todos los grupos de interés, por tanto en nuestra actividad son las áreas que más debemos trabajar para disminuir sus impactos.





2.0. ANÁLISIS DE RIESGOS

Valorando el impacto de los posibles incidentes en cada grupo de interés los resultados obtenidos son:



Analizando los resultados, se puede observar que el mayor valor obtenido es correspondiente al grupo de interés Ayuntamiento (34) y los patrocinadores (30), siendo los grupos de interés más afectados si sucedieran los riesgos valorados.

Los siguientes, con valoración 28 y 26, son los Empleados y los Comerciales de eventos, respectivamente.

Se pueden sacar las siguientes conclusiones:

- El Ayuntamiento y patrocinadores serían en primer lugar, los más afectados en caso de que sucedan algunos de los riesgos planteados, por ser el Palacio parte de los mismos.
- En segundo lugar, estarían los empleados y los comerciales de eventos, por el impacto en la ciudad y en el empleo. Es por ello que se ha implantado un sistema de gestión de sostenibilidad de eventos, para seguir impulsando las buenas prácticas que ya veníamos desarrollando.



2.1. Derechos Humanos



Principio 1

Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia

Principio 2

Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos



2.1. DERECHOS HUMANOS

DIAGNÓSTICO

Este apartado se refiere a los Principios 1 y 2 del Pacto Mundial.

La sostenibilidad social trata de identificar y gestionar los impactos de las empresas, tanto positivos como negativos, en las personas. La calidad de las relaciones de la empresa y el compromiso con sus grupos de interés es fundamental, ya que directa o indirectamente, las actividades de las empresas impactan en los empleados, los trabajadores de la cadena de valor, los clientes y las comunidades locales, siendo de máxima importancia direccionarlos de forma proactiva.

El trabajo en la sostenibilidad social también abarca los derechos humanos de grupos específicos. Especial atención se debe prestar a los derechos de los grupos vulnerables, incluidas las mujeres, niños y niñas, personas con discapacidad, pueblos indígenas, trabajadores migrantes, personas mayores, etc.

Lo relativo a este principio en nuestro caso, como empresa de ámbito nacional español, en primer lugar tenemos que subrayar que la legislación, normativas y regulación básica evita determinadas circunstancias de abuso a los derechos humanos.

Como organización realizamos evaluaciones de los riesgos asociados a nuestra actividad, con el objetivo de mejorar el impacto que tenemos en la sociedad.

Este mismo compromiso lo hacemos extensible a nuestros proveedores, los cuales son en su mayoría locales y/o nacionales, de este modo la sostenibilidad social se implanta en toda nuestra cadena de suministro.



2.1. DERECHOS HUMANOS POLÍTICAS Y ACCIONES

Este apartado se refiere a los Principios 1 y 2 del Pacto Mundial.

POLÍTICA

En el desarrollo de la gestión de la Responsabilidad Social Corporativa de FYCMA, que a lo largo de su trayectoria ha realizado numerosos esfuerzos por mejorar sus instalaciones y sistemas de trabajo de manera que repercuta positivamente en su entorno, ha sido determinante su clara vocación vinculada a la calidad, accesibilidad y medio ambiente.

FYCMA mantiene una política activa certificada en materia de seguridad y salud en el trabajo, sostenibilidad, eficiencia energética e impacto medioambiental, accesibilidad y seguridad de la información. En este sentido, la organización trabaja de forma continua para optimizar sus estándares de calidad y excelencia de manera que redunden directamente en el usuario y repercutan de manera positiva en su entorno.

Todas las políticas definidas, así como los compromisos adquiridos por la Organización de FYCMA se encuentran en el apartado de **COMPROMISO** del portal de transparencia.

Se dispone del '**Canal Ético**' abierto a todos los usuarios y que ofrece una vía oficial para que toda persona que lo desee comunique aquella práctica, comportamiento o actitud que entienda pueda suponer una infracción normativa de cualquier naturaleza referida a la actividad. Dando así respuesta a la Ley 2/2023 de 20 de febrero reguladora de la protección de las personas que informen sobre infracciones normativas y de lucha contra la corrupción, que incorpora al derecho español la Directiva (UE) 2019/1937 del Parlamento Europeo y del Consejo de 23 de octubre de 2019.

Esta iniciativa se incorporó al sistema 'compliance' existente, con el objetivo de implantar un programa de cumplimiento normativo para un modelo de organización más eficiente y eficaz desde el punto de vista jurídico. Ajustándose a los parámetros y estándares de calidad establecidos por la norma UNE 19601:20217 para la prevención y reducción del riesgo de la comisión de delitos que puedan generar responsabilidad penal para la entidad.



2.1. DERECHOS HUMANOS POLÍTICAS Y ACCIONES

Este apartado se refiere a los Principios 1 y 2 del Pacto Mundial.

ACCIONES

En línea con la Ley Orgánica 3/2007, del 22 de marzo, que tiene por objeto hacer efectivo el principio de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, prevé la obligación de las empresas de más cincuenta personas trabajadoras de elaborar y aplicar un plan de igualdad que recoja las medidas a adoptar para evitar cualquier tipo de discriminación laboral entre hombres y mujeres, se lleva a cabo **el Plan de Igualdad** de FYCMA, un documento marco para la planificación de las políticas de igualdad de mujeres y hombres para el período de tiempo comprendido entre 2023 y 2026. Cabe destacar que este plan ha sido fruto de los acuerdos alcanzados en la Comisión de Igualdad que se conformó en 2022 por representantes de la dirección y de la plantilla (Representación Legal de los Trabajadores).

Desde su actividad, FYCMA promociona e impulsa valores vinculados a una sociedad igualitaria donde mujeres y hombres puedan desarrollarse personal y profesionalmente en las mismas condiciones. Esta filosofía se hace extensible a la propia gestión, desde la que se impulsan políticas específicas de igualdad y conciliación en un equipo formado en más del 66,67% por mujeres, cifra que en el equipo directivo asciende a más del 62,5%. Así, fue reconocida en 2021 con el premio Tourism Women Friendly en la categoría 'mejor experiencia' concedido por la Asociación para el Diálogo y la Educación (MDE).

Durante 2024 FYCMA y su equipo mantienen diferentes iniciativas de carácter social como son la recogida de juguetes y alimentos no perecederos que fueron donados a entidades como Cruz Roja y Madre Coraje. Junto a ello, se realizó una campaña de donación de ropa, material de limpieza, productos de higiene y cuidado del bebé para afectados/as por la DANA de Valencia. Se ha realizado la donación de moqueta para su utilización en refugios de animales. Así como la promoción de programas de voluntariado para empleados/as FYCMA.



2.1. DERECHOS HUMANOS POLÍTICAS Y ACCIONES

Este apartado se refiere a los Principios 1 y 2 del Pacto Mundial.

En relación a los niños y niñas: las legislaciones europeas y española prohíben la contratación de menores. Nuestros proveedores y clientes son europeos en su mayoría, por tanto este apartado en nuestro entorno no se considera.

En relación a las personas en general, FYCMA dispone de un convenio laboral, perteneciente al Ayuntamiento de Málaga, que asegura unas condiciones de trabajo dignas para todos los empleados, así como facilidades para la conciliación de la vida laboral y familiar.

FYCMA también tiene implantado un sistema de gestión de eventos sostenibles, que, entre sus ejes de actuación, aplica a las personas y las relaciones laborales.

La dirección de FYCMA asume así una hoja de ruta clara y definida sustentada en la necesidad de impulsar el papel del Palacio como aliado fundamental para la proyección y posicionamiento de la ciudad de Málaga como destino urbano, polo tecnológico de referencia en el Sur de Europa, así como ecosistema idóneo para el negocio, la inversión y el emprendimiento. La innovación y la sostenibilidad vertebran una estrategia que FYCMA comparte en su totalidad, y que se refleja en la candidatura presentada por la ciudad para albergar en 2027 la exposición universal 'La era urbana, hacia la ciudad sostenible'.

FYCMA en el año 2022 se integró en el Foro de Empresas Socialmente Responsables de la provincia de Málaga con el objetivo de profundizar en su estrategia de gestión eficiente en materias como sostenibilidad, impacto social, transparencia, igualdad, empleabilidad o conciliación familiar. A través de esta iniciativa, el Palacio visibiliza y comparte buenas prácticas en materia de responsabilidad social corporativa con el tejido productivo malagueño formando parte de la vertical 'Orientación RSE en la empresa'.



2.1. DERECHOS HUMANOS

POLÍTICAS Y ACCIONES

Este apartado se refiere a los Principios 1 y 2 del Pacto Mundial.

ACCIONES

Acciones para mejorar en Salud y Seguridad

Algunas de las actuaciones más destacadas llevadas a cabo en 2024 en materia de prevención de riesgos laborales, así como para reforzar el sistema de seguridad para todos los públicos de FYCMA, son:

- Se mantiene el programa para el consumo de fruta fresca facilitada por la empresa
- Se han organizado dos actividades deportivas dentro de la organización: una sesión de yoga y un campeonato de padel
- Se mantiene la campaña de vacunación de la gripe
- Realización entre su personal de charlas de nutrición saludable
- Se dispone de un servicio de asistencia psicológica y nutricional para empleados/as y familias en la que se atienden llamadas sobre estrés, ansiedad, etc...
- Se han realizado cursos de Prevención de riesgos laborales, Montaje de andamios, RCP y soporte vital básico, Emergencias e incendios
- Promoción de una formación continua en materias vinculadas especialmente a la digitalización y la innovación en línea con la estrategia del Palacio en el desarrollo de eventos profesionales vinculados a este ámbito, la digitalización y la generación de conocimiento
- Se dispone de un Plan de Igualdad implantado en la organización, llamado II Plan de Igualdad de Género entre Mujeres y Hombres (Junio 2023 – Mayo 2027) y se realiza un seguimiento del mismo
- Se utiliza la plataforma de gestión de edificios integrada Desigo CC
- Optimización del control de acceso de los montadores mediante el uso de la pulsera con código QR y un dispositivo móvil para su lectura. Permite un acceso más seguro y eficiente, facilitando la identificación y el seguimiento en tiempo real.
- Se ha realizado el diagnóstico para la implantación del sistema de gestión conforme a la norma ISO 22320 Gestión de Emergencias

2.1. DERECHOS HUMANOS

POLÍTICAS Y ACCIONES

Este apartado se refiere a los Principios 1 y 2 del Pacto Mundial.

ACCIONES

Acciones para optimizar la Accesibilidad

En el marco de su compromiso con la accesibilidad, FYCMA somete a sus instalaciones y procedimientos a un proceso de mejora y revisión permanente. Así, entre otras actuaciones, este año se han realizado:

- Se realiza una revisión de la accesibilidad de eventos propios como: revisar el mobiliario del restaurante, acreditaciones, ancho de pasillos, carteles accesibles, etc...
- Se han instalado pequeños paneles en braille para identificar las distintas salas
- Se ha adaptado un baño de la planta primera para personas ostomizadas
- Se continúa con la sustitución de barras de los baños de personas con discapacidad
- Se ha planificado para el siguiente ejercicio de nuevo el curso de “Atención a personas con discapacidad” para los trabajadores de empresas colaboradoras, a través de una charla de formación de 1 hora de duración

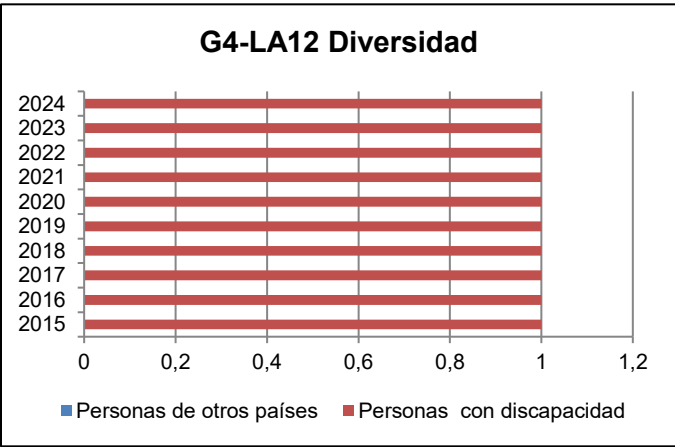
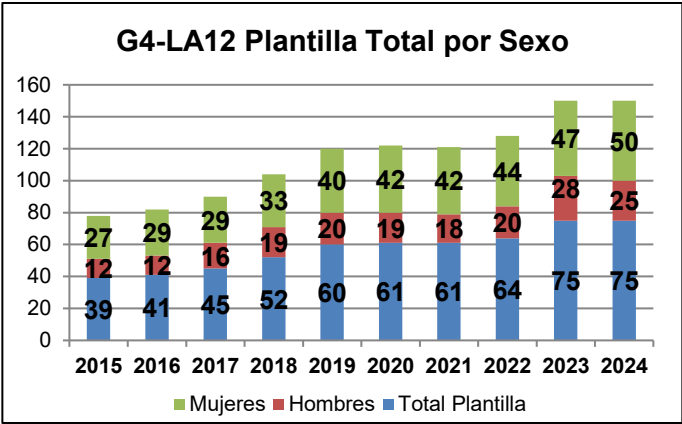
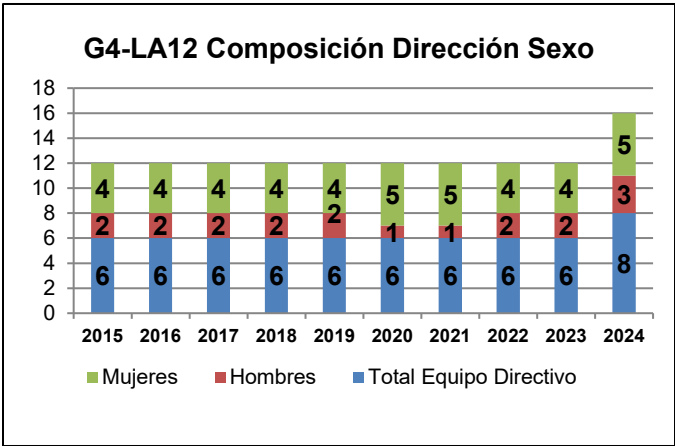
Mantenimiento informático y de sistemas

- Las acciones principales que se han puesto en marcha han tenido que ver con la gestión de la ciberseguridad a través de la certificación de nuestro Sistema de Gestión de Seguridad de la Información conforme a la norma ISO/IEC 27001:2022, después de haber pasado las auditorías y adecuado el SGSI a la nueva versión de la norma actualizando nuestras políticas e implantando nuevos controles de seguridad.
- Se ha realizado la modernización del CPD con una nueva infraestructura hiperconvergente (HCI).
- Establecimiento de red WIFI abierta en todo el recinto de FYCMA
- Segunda fase de la implantación de herramientas avanzadas de análisis en las webs.
- Ampliación de la analítica de eventos en la plataforma de Business Intelligence
- Despliegue de certificados de usuario para firma digital de todos los miembros de dominio FYCMA
- Ampliación de servicios en la nube para mejorar la flexibilidad y escalabilidad de nuestras operaciones

2.1. DERECHOS HUMANOS MEDICIÓN DE INDICADORES

Este apartado se refiere a los Principios 1 y 2 del Pacto Mundial.

Teniendo en cuenta que la legislación por la que se rige nuestra actividad incluye el respeto a los derechos humanos, en este apartado los indicadores que se han considerado son los relacionados con la igualdad de género y con la diversidad del personal.



2.2. Normas Laborales



Principio 3

Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva

Principio 4

Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción

Principio 5

Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil

Principio 6

Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación



2.2. NORMAS LABORALES

DIAGNÓSTICO

Este apartado se refiere a los Principios 3, 4, 5 y 6 del Pacto Mundial.

En lo relativo a las normas laborales, se puede destacar que en la organización de FYCMA:

- El 81 % de los empleados tienen contrato indefinido.
- La antigüedad media de los contratos indefinidos es de 12,11 años
- La media de edad es de 44,3 años para las mujeres y 45,92 años para los hombres.
- El 33,33% de la plantilla está formada por hombres y el 66,67% por mujeres
- Se dispone de un plan de igualdad de oportunidades
- La Dirección se comunica directamente con los empleados o a través de los representantes de los trabajadores.
- El índice de incidentes de la empresa (lesiones por trabajador) ha sido de cero.
- Las lesiones por hora trabajada durante el 2024 fueron cero.

Por la legislación española, los Principios 4 y 5 no son de aplicación, ni a nuestra organización ni a los proveedores o colaboradores que trabajan con nosotros por encontrarse en el territorio nacional o ámbito europeo con legislaciones similares.

Por nuestro análisis de riesgos estos principios no son relevantes.

A pesar de esto, se realiza un seguimiento de todos nuestros colaboradores en relación a la contratación del personal, para comprobar las condiciones de trabajo del personal que desarrolla su actividad en nuestras instalaciones a través de Coordinación de Actividades Empresariales.

Desde su actividad, FYCMA promociona e impulsa valores vinculados a una sociedad igualitaria donde mujeres y hombres puedan desarrollarse personal y profesionalmente en las mismas condiciones. Esta filosofía se hace extensible a la propia gestión, desde la que se impulsan políticas específicas de igualdad y conciliación en un equipo formado en el 66,67% por mujeres -cifra que en el equipo directivo asciende a más del 62,5%. Así, en 2021 fue reconocida con el premio Tourism Women Friendly en la categoría 'mejor experiencia' concedido por la Asociación para el Diálogo y la Educación (MDE). Dicha entidad reconoce con estos distintivos aquellas iniciativas en el sector turístico que contribuyen a visibilizar e impulsar el talento de la mujer como es la celebración de Talent Woman, posicionado como principal encuentro español centrado en mostrar el liderazgo femenino en campos como la ciencia, la tecnología, los negocios y la innovación.

2.2. NORMAS LABORALES POLÍTICAS Y ACCIONES

Este apartado se refiere a los Principios 3, 4, 5 y 6 del Pacto Mundial.

POLÍTICA

La actividad de FYCMA está certificada por SGS en Seguridad y Salud Laboral, según la norma ISO 45001, tenemos por escrito la política de compromiso sobre las condiciones de trabajo, comprometiéndonos así a la mejora continua de la gestión de Seguridad y Salud en el trabajo. Con la implementación del protocolo higiénico-sanitario, de referencia en el sector, así como el esfuerzo en transformación digital e instalación de tecnologías contactless en la organización de los encuentros, en el mes de junio de 2021 AMETIC -la gran patronal de la industria tecnológica española-, nos concedió el galardón al mejor 'Protocolo de Seguridad Sanitaria' en la tercera edición de los Premios Digital Tourist.

También está certificada en la norma ISO 9001 por AENOR, el Sistema de Gestión de Calidad, con lo cual reiteramos nuestro compromiso para potenciar la eficacia de los recursos humanos de la organización, fomentando la comunicación bidireccional.

En FYCMA contamos con representantes de los trabajadores elegidos por el personal del Palacio, que asumen la negociación del convenio colectivo, así como la comunicación directa entre los empleados y la dirección.

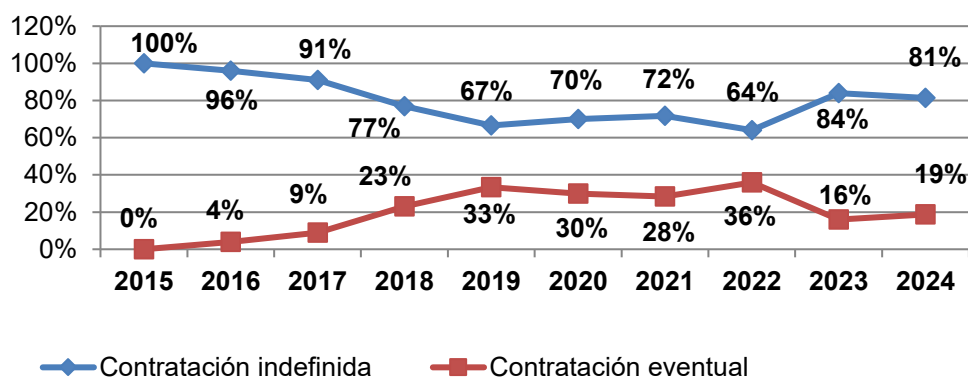
ACCIONES

- A través de una plataforma virtual, se coordinan las actividades empresariales con las empresas colaboradoras, disponiendo así de un control exhaustivo de la contratación del personal de nuestros colaboradores y proveedores. Esta plataforma de gestión también ha visto ampliada su funcionalidad en cuanto a la recepción e identificación de personal que acude a FYCMA para el desempeño de estas tareas, clave en la cadena de valor de la organización de eventos.
- Durante el 2024, FYCMA ha continuado impulsando la realización de formaciones específicas en competencias digitales en los principales softwares utilizados, con el objetivo de seguir mejorando las competencias necesarias del equipo en el desempeño de la actividad. En total, han sido más de 69 actividades entre cursos, talleres y sesiones digitales que se traducen en 2.229 horas de formación, de las cuales se han realizado unas 50 actividades dedicadas al aprendizaje y desarrollo de habilidades tecnológicas y digitales.
- Implantación de una nueva plataforma CRM para una gestión comercial más avanzada y eficiente. El software incorpora inteligencia artificial para una mejor segmentación de la audiencias y una integración más efectiva de los equipos comerciales.

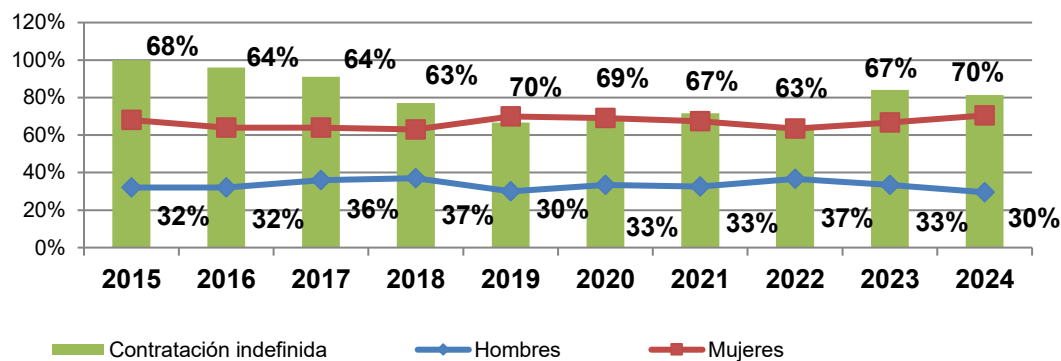
2.2. NORMAS LABORALES MEDICIÓN DE INDICADORES

Este apartado se refiere a los Principios 3, 4, 5 y 6 del Pacto Mundial.

G4-LA1 Tipo de Contratación

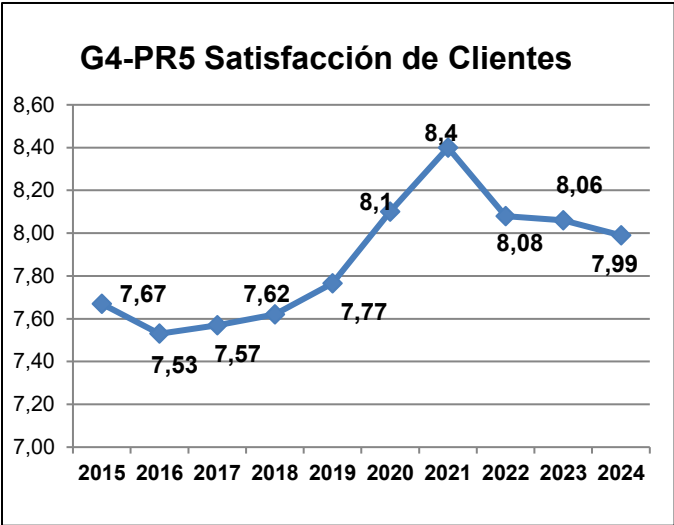
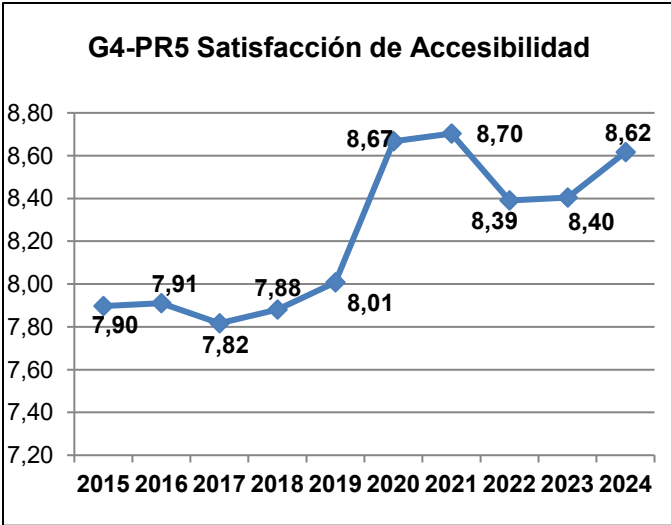
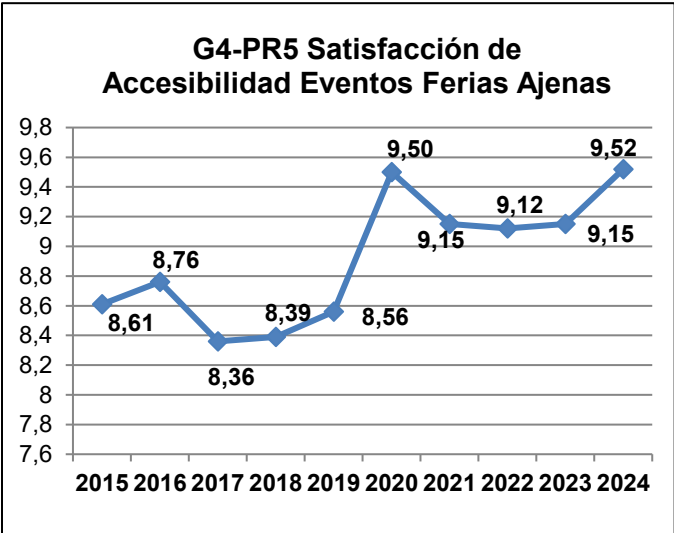
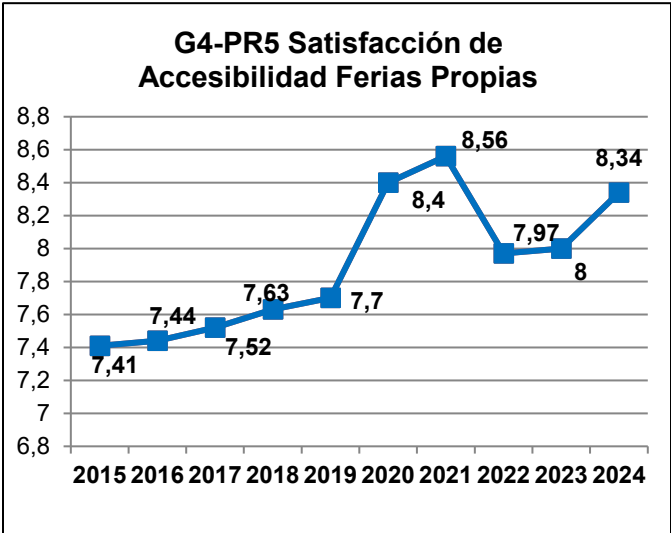


G4-LA1 Contrato Indefinido por Sexo



2.2. NORMAS LABORALES MEDICIÓN DE INDICADORES

Este apartado se refiere a los Principios 3, 4, 5 y 6 del Pacto Mundial.



2.2. NORMAS LABORALES

PROPUESTAS DE MEJORAS APLICABLES A ESTE PRINCIPIO PARA EL PRÓXIMO INFORME DE PROGRESO

Las acciones propuestas para el próximo ejercicio relacionadas con las normas laborales, serán las siguientes:

- Poner en marcha un protocolo sobre cómo actuar al detectar un caso de acoso para eventos (expositores/as y visitantes)
- Recibir la retroalimentación del Comité de Seguridad y salud en los planes de Seguridad y Salud añadiendo las acciones pertinentes.
- Con respecto a la plataforma de control de la contratación del personal de nuestros colaboradores y proveedores, continuar con la implantación de forma completa de la herramienta para mejorar el control y obtener los informes pertinentes, aún pendientes de su desarrollo.
- Profundizar en el cumplimiento de la normativa laboral, coordinación de actividades empresariales.
- Mantener la certificación de 'empresa saludable' al disponer de una guía para ofrecer unas mejores condiciones.
- Mejorar la formación relativa a:
 - La política y misión del Código Ético en la empresa
 - Atención a personas con discapacidad
 - Sostenibilidad en eventos y ferias

Realizar un seguimiento más exhaustivo de las actividades de empresa saludable, a través de nuevos indicadores:

- I-SA-01 "Personas que no realizan actividad deportiva"
- I-SA-02 "Valoración comedor FYCMA"
- I-SA-03 "Uso Ludoteca"
- I-SA-03 " Porcentaje de personas no fumadoras"
- I-SA-04 "% de personas que utilizan vehículo propio"

2.3. Medio Ambiente



Principio 7

Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente

Principio 8

Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental

Principio 9

Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente



2.3. MEDIO AMBIENTE

DIAGNÓSTICO

Este apartado se refiere a los Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial.

En relación a la gestión ambiental, FYCMA dispone de:

- Un sistema de gestión ambiental, según los requisitos de las normas ISO 14001:2015, certificado por AENOR.
- Un sistema de gestión Energética, según los requisitos de las normas ISO 50001:2018, certificado por AENOR.
- Un sistema de gestión de Eventos Sostenibles, que implica la aplicación de las buenas prácticas en todos los departamentos y exigiendo cada día más a nuestros proveedores y colaboradores, según la ISO 20121.
- Implantación de buenas prácticas ambientales en las actividades diarias.
- Comunicación ambiental con proveedores y colaboradores.
- Requerimientos ambientales a los proveedores y colaboradores en el desarrollo de todos los actos.
- Evaluación anual de los proveedores según criterios ambientales, si éstos aplican a su actividad.
- Áreas de Gestión de Residuos para las ferias, fomentando la separación y la correcta gestión entre los expositores de las ferias.
- Requerimientos ambientales a todos los expositores y montadores, a través de Normas de Participación en certámenes.
- Requerimientos sostenibles para la consecución de los objetivos de eventos con gestión Sostenible.
- Desde 2022 se dispone del certificado de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) que acredita que toda la electricidad comprada por FYCMA es de origen renovable, concretamente de tipo eólica. Este reconocimiento está alineado con el objetivo de aumentar la capacidad de autoabastecimiento eléctrico a través de sistemas de energía renovables.



2.3. MEDIO AMBIENTE

POLÍTICAS Y ACCIONES

Este apartado se refiere a los Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial.

POLÍTICA

FYCMA presenta como garantía del compromiso con sus clientes en la mejora de todos los aspectos organizativos y con la sociedad en la reducción de residuos y optimización del consumo de energía, una política ambiental y energética, basada en las siguientes directrices:

- Cumplimiento de la legislación vigente en materia medioambiental y de las disposiciones reglamentarias relevantes para el uso de la energía, además de los acordados por la organización como parte del desarrollo de nuestras actividades expositivas y auxiliares.
- Gestión de la mejora continua a través del establecimiento de objetivos y metas ambientales y de eficiencia energética y seguimiento y revisión periódica de los mismos y de las políticas propiamente dichas.
- Difusión de la política ambiental y energética a todo el personal y al público para la implicación a todos los niveles y en todas las actividades de la organización.
- Identificación, evaluación y control de los aspectos medioambientales así como de los usos y consumos energéticos de nuestras actividades, previniendo la generación de ruidos, controlando los vertidos y emisiones atmosféricas contaminantes, otorgando una especial relevancia a la gestión de los residuos generados y priorizando el análisis de las áreas de consumo energético significativo.
- Impartición de la formación necesaria a cada miembro del equipo, que permita realizar su cometido de forma correcta y responsable.
- Fomento del uso eficiente de la energía y el ahorro energético mediante el empleo de técnicas de ahorro en sus instalaciones y promoción de los procesos y tecnologías respetuosos con el medio ambiente y eficientes en el consumo de recursos para la prestación de nuestros servicios feriales y congresuales.
- Empleo en la medida de lo posible de tecnologías renovables de producción de energía.
- Promoción y divulgación de la Gestión Medio Ambiental y del Uso Racional de la Energía de forma activa a otros colectivos, como clientes, proveedores, sociedad y administraciones.
- Implantación de requisitos y criterios ambientales y energéticos en los productos y proveedores del Palacio dentro del proceso de selección y evaluación.
- Apoyar la adquisición de productos y servicios energéticamente eficientes y el diseño para mejorar el desempeño energético.

2.3. MEDIO AMBIENTE

POLÍTICAS Y ACCIONES

Este apartado se refiere a los Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial.

ACCIONES

Para la puesta en práctica de los compromisos adquiridos en la Política Ambiental y Energética, se han desarrollado las siguientes acciones:

- En cumplimiento con la legislación de residuos y de desperdicio alimentario se utilizan cubas para la separación de los mismos: madera, cartón, plásticos, textiles y restos
- Iluminación y equipos: Montaje de iluminación de emergencia centralizada en 7 tubos de Pabellón 1. Cambio de 22 proyectores de Halogenuro a LED. Cambio de 8 proyectores PAR en auditorios a LED. En total 4,45 kW desinstalados y un ahorro estimado de 8.488 kWh anuales.
- Climatización: Adjudicación e inicio de obra del proyecto de optimización en los circuitos de distribución de agua fría y caliente para disminuir el consumo.
- Control: Finalización de la migración de cuadros SIMATIC a PX (M1,M2,CE Y CDG1 a PX). Integración de control de ventiladores de Hall en control.
- El consumo energético neto ha sido de 4,44 GWh a lo largo de 162 días, 56 de ellos con eventos. Los usos más significativos siguen siendo Calderas (19%) y Climatización (28%).
- Iluminación y equipos, común y eventos suben en porcentaje y en valor absoluto debido al crecimiento del negocio. Desde otro punto de vista, el 47% consumida de la energía es usada en actividades con ingreso ingreso (eventos 25%, restauración 16%, alquileres 6%) y resto un 53%.
- Se ha realizado formación en la nueva directiva de sostenibilidad (CSDR), ODS y Sostenibilidad y Primeras Prácticas sostenibles para tu palacio a los trabajadores de los departamentos implicados
- Se ha obtenido un nuevo certificado según la norma UNE 0083:2024 Contribución de las organizaciones turísticas a los objetivos de desarrollo Sostenible (ODS) con el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE)
- Certificación por parte de Aenor de la verificación del Cálculo de la huella de carbono de eventos para H&T, CM, Greencities y SIMED celebrados en 2024.



2.3. MEDIO AMBIENTE

POLÍTICAS Y ACCIONES

Este apartado se refiere a los Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial.

ACCIONES

- Se mantiene desde 2021 la adhesión a la iniciativa ‘Net Zero Carbon Events’, un proyecto internacional del Joint Meetings Industry Council para dibujar una hoja de ruta hacia la reducción en sus emisiones de carbono para 2030 en línea con el Acuerdo de París y para avanzar en la producción de emisiones cero neto para 2050
- Campaña de reutilización de ordenadores y tabletas con fines solidarios ‘Digitalización Sostenible’, que está impulsada por Fundación CEOE y los Sistemas Colectivos de Responsabilidad Ampliada del Productor para el reciclaje de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) -Ecotic, Ambilamp, Ecoasimelec, Ecofimática, Ecolum, Ecolec y ERP España
- Ha continuado su colaboración con la iniciativa Hilo Doble, promovida por las entidades malagueñas Arrabal-AID y ASIMAS, que ha dado una segunda vida a las lonas de PVC de gran formato usadas en soportes de diferentes eventos celebrados en el Palacio. Cabe destacar que este proyecto tiene una doble dimensión, ya que también fomenta la inclusión laboral de colectivos en situación de mayor vulnerabilidad
- Se llevan a cabo acciones de reciclaje y reutilización de materiales vinculadas al concepto de economía circular que lo han posicionado como el primer recinto ferial de Andalucía en utilizar moqueta reciclable en sus eventos. Concretamente a través de un proyecto piloto puesto en marcha en los eventos mencionados anteriormente con el uso y gestión de 2.500 metros cuadrados de este tipo de moqueta ‘Rewind’ confeccionada con materiales cien por cien libres de látex.
- FYCMA trabaja desde 2021 en proyectos piloto de medición de la huella de carbono de sus eventos para establecer objetivos de mejora que permitan su reducción progresiva y, en la medida de lo posible, su compensación. En línea con lo anterior, desde 2023 ha alcanzado un acuerdo con AENOR, entidad líder de certificación en España, para la verificación de la huella de carbono en ferias y foros profesionales organizados por el recinto.



2.3. MEDIO AMBIENTE POLÍTICAS Y ACCIONES

Este apartado se refiere a los Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial.



GESTIÓN DE RESIDUOS



2.3. MEDIO AMBIENTE POLÍTICAS Y ACCIONES

Este apartado se refiere a los Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial.

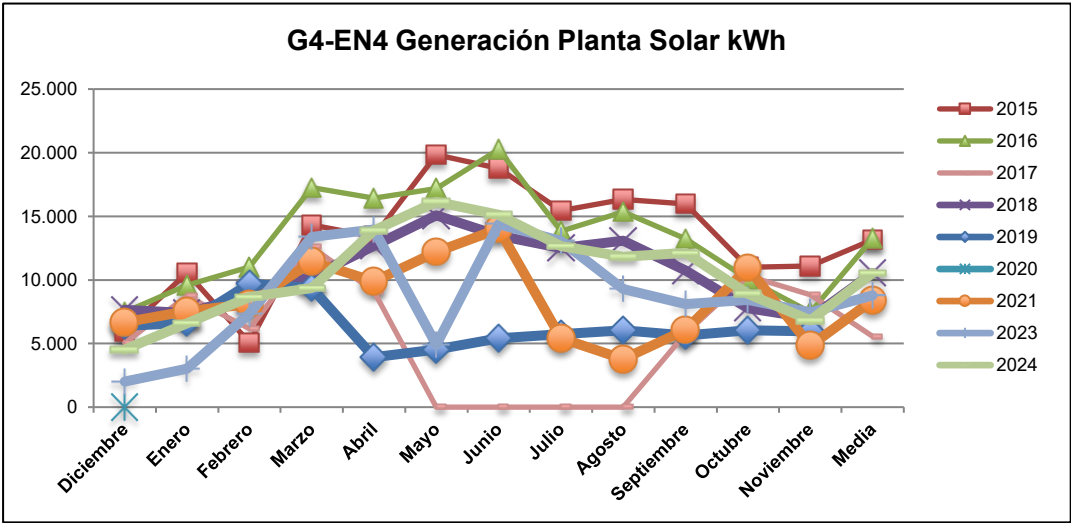


PLANTA FOTOVOLTÁICA

La planta fotovoltaica de FYCMA se inauguró en 2008 y se amplió en 2020, se realizó la puesta en marcha de la ampliación en 2021.

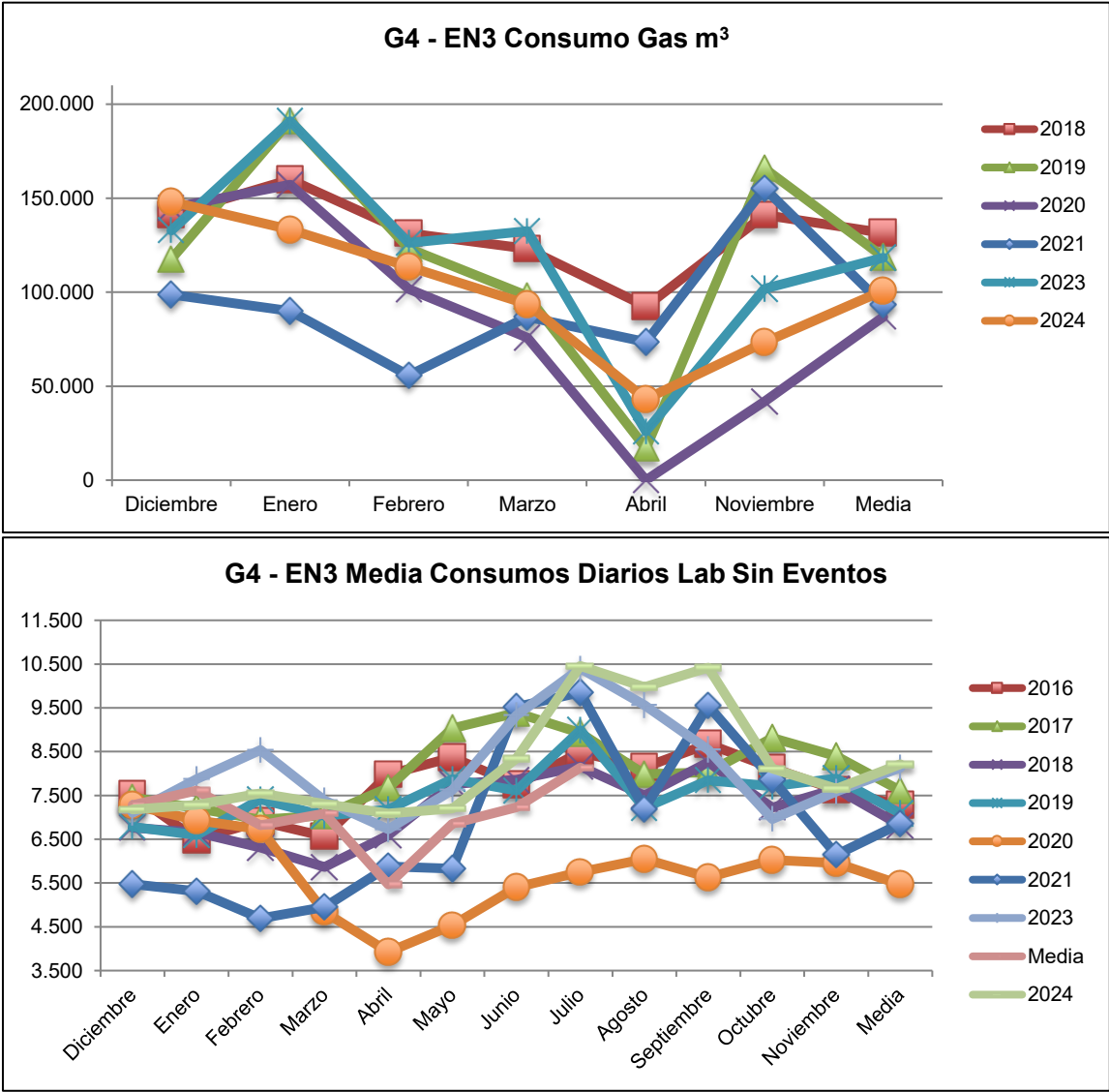
Su producción media anual es de 141 megavatios hora de energía limpia y su récord anual está en 168 MWh.

En 2024, se han generado 158.808 kWh entre ambas plantas fotovoltaicas, 32.213 de ellos en autoconsumo. Esta generación ha permitido compensar el menor rendimiento de la planta principal de vertido exterior, que mantiene un rendimiento limitado por averías y envejecimiento de componentes.



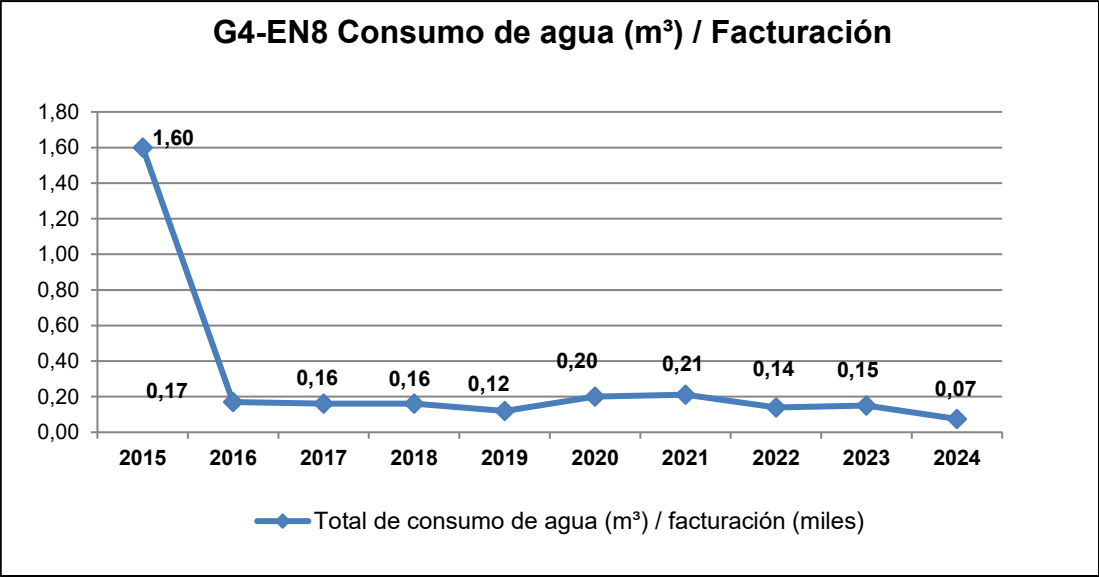
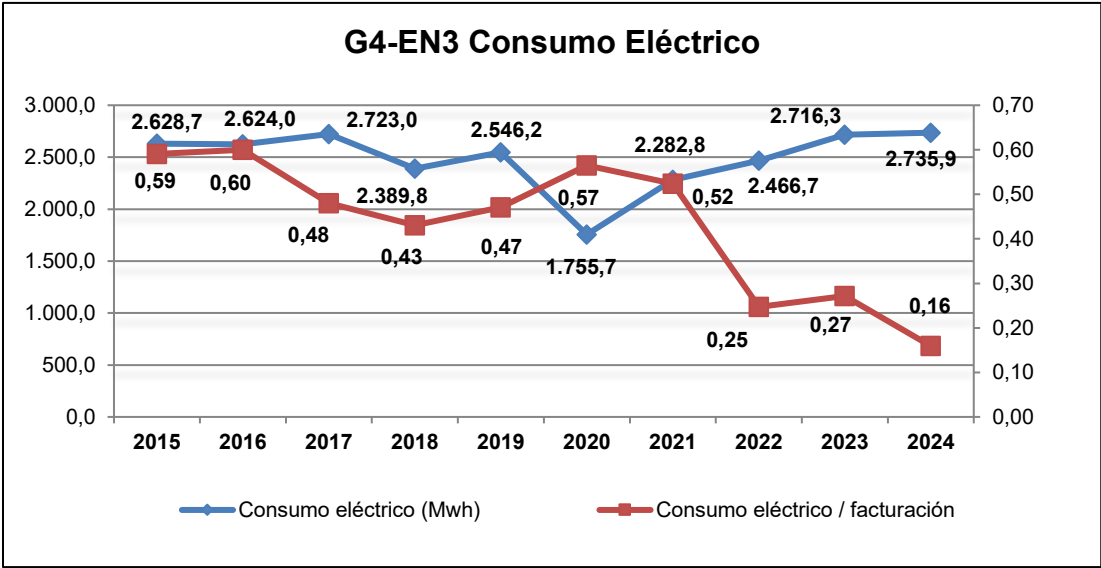
2.3. MEDIO AMBIENTE MEDICIÓN DE INDICADORES

Este apartado se refiere a los Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial.



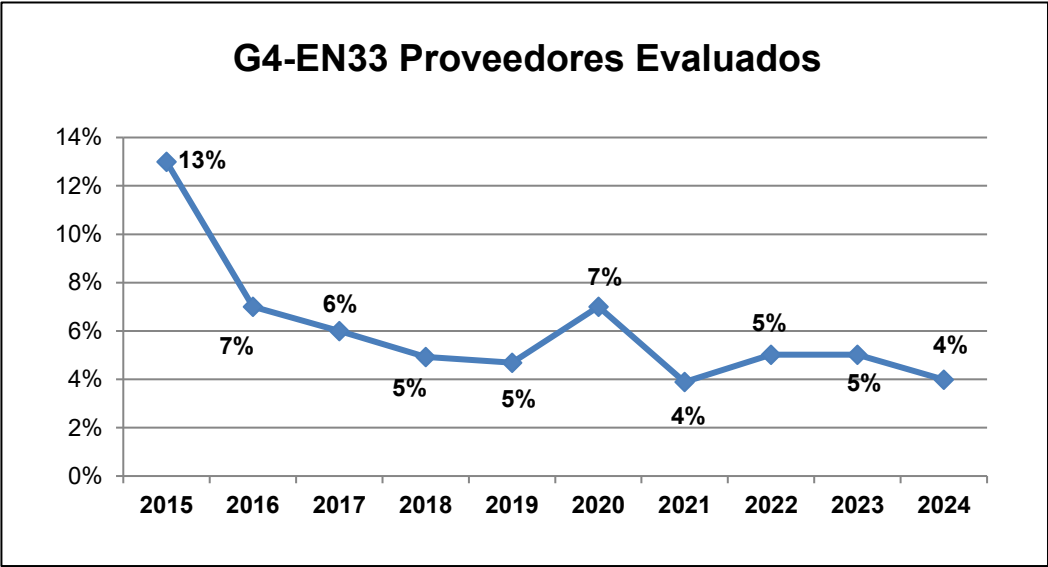
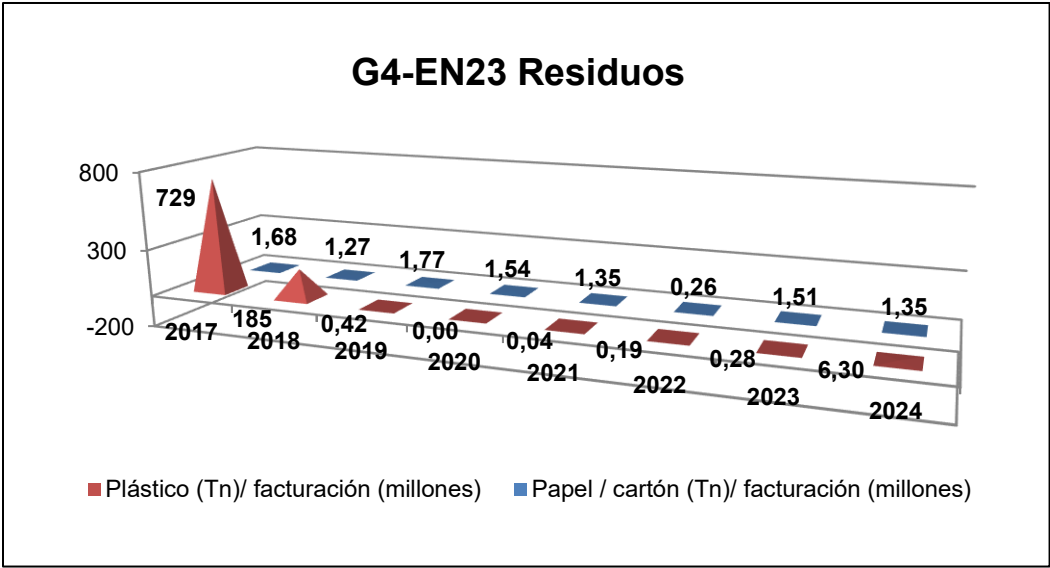
2.3. MEDIO AMBIENTE MEDICIÓN DE INDICADORES

Este apartado se refiere a los Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial.



2.3. MEDIO AMBIENTE MEDICIÓN DE INDICADORES

Este apartado se refiere a los Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial.



2.3. MEDIO AMBIENTE

PROPUESTAS DE MEJORA APLICABLES A ESTE PRINCIPIO PARA EL PRÓXIMO INFORME DE PROGRESO

Las **acciones** propuestas para el próximo ejercicio relacionadas con la gestión ambiental serán las siguientes:

- Revisión de los consumos fijos de FYCMA.
- Contención de gastos e inversiones.
- Comunicación de nuestras políticas a organizadores, expositores y visitantes.
- Concienciación en buenas prácticas a usuarios de las instalaciones y servicios.
- Formación a ejecutivos de eventos y ferias en su labor de comercialización.
- Control operacional sobre las instalaciones durante el evento desde el montaje, celebración y desmontaje.
- Búsqueda de tecnologías eficientes en sustitución de las existentes.
- Controlar la generación de residuos en la medida de lo posible o su correcta separación por parte de nuestros clientes.
- Fomentar las buenas prácticas ambientales entre nuestros colaboradores y proveedores, especialmente los relacionados con montajes y desmontajes de ferias. Incluyendo cuando sea posible dentro de los requerimientos de las homologaciones y/o concursos.
- Compromiso de mantener la certificación del sistema de gestión ambiental ISO 14001, de gestión energética ISO 50001 y eventos sostenibles de acuerdo a ISO 20121.
- Iluminación y equipos: proseguir el cambio progresivo de Halogenuro por proyectores LED en Pabellones y el estudio del cambio de cableados y proyectores del patio principal.
- Climatización: Finalización del proyecto de optimización de circuito hidráulico e instalación de contadores térmicos en varios puntos
- Control: Cambios necesarios para control de los cambios de circuito hidráulico mencionado. Montaje de termostatos programables en oficinas planta 4 y parte de oficinas de Pernod.
- Generación: Estudio de nueva planta de generación fotovoltaica en cubierta de patio de carga
- En estudio la posibilidad de auditoria energética por empresa externa dentro de un plan municipal que afecta a varios edificios de alto consumo
- Desarrollar el Plan de Movilidad
- Continuar con la formación en temas ambientales y de gestión y disminución de residuos tanto a los empleados propios como ajenos.
- El desarrollo de nuestros indicadores de sostenibilidad a través de BI.
- Hacer un ejercicio de huella hídrica adicional a la huella de carbono

2.3. MEDIO AMBIENTE

EMISIONES GLOBALES BRUTAS DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (GEI)

HUELLA DE CARBONO DE EVENTOS

Desde 2021 FYCMA trabaja en proyectos piloto de medición de la huella de carbono de sus eventos para establecer objetivos de mejora que permitan su reducción progresiva y, en la medida de lo posible, su compensación.

Se han certificado por parte de Aenor la verificación del Cálculo de la huella de carbono de eventos de las emisiones de alcance 1, 2 y 3 de acuerdo con los requisitos y recomendaciones definidos en los estándares que marca la norma ISO 14064-1 en los eventos celebrados durante el 2024: para H&T, CM, Greencities, Transfiere y SIMED celebrados en 2024.

La norma constituye el estándar de los principios y requisitos para el diseño, desarrollo y gestión de inventarios de GEI para compañías y organizaciones, y para la presentación de informes para estos inventarios. Asimismo, incluye los requisitos para determinar los límites de emisión de GEI, cuantificar las emisiones y remociones de GEI de la organización e identificar las actividades o acciones específicas de la compañía con el objeto de mejorar la gestión de dichas emisiones

Para norma ISO 14064-1 se miden

- Categoría 1: Emisiones y remociones directas de GEI
- Categoría 2: Emisiones indirectas de GEI por energía importada
- Categoría 3: Otras emisiones indirectas de GEI por transporte:
 - Transporte y distribución de bienes
 - Viajes de negocios realizados en avión, en tren y en coche (particular, alquiler y taxi) así como estancias en hoteles
 - Desplazamientos de los empleados al centro de trabajo y viceversa
- Categoría 4: Emisiones indirectas de GEI por productos utilizados por la organización

Se han considerado otros gases GEI: CH₄, N₂O, HFC'S

2.3. MEDIO AMBIENTE

EMISIONES GLOBALES BRUTAS DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (GEI)

HUELLA DE CARBONO DE EVENTOS

Cálculo de emisiones de H&T:

Emisiones	tCO2e
Alcance 1: Emisiones directas de GEI	5,4
Fugitivas	0,00
Consumo de gas natural	5,4
Alcance 2: Emisiones indirectas de GEI	0,00
Consumo de energía eléctrica...	0,00
Alcance 3: Otras emisiones indirectas de GEI	456,097
Transporte de asistentes, proveedores y empleados...	385,63
Pernoctaciones	36,097
Consumo de agua	0,10
Productos de limpieza	0,93
Comidas	11,34
Generación de residuos	4,94
Mobiliario propio y alquilado	17,06
Emisiones Totales	461,49
	tCO2e

2.3. MEDIO AMBIENTE

EMISIONES GLOBALES BRUTAS DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (GEI)

HUELLA DE CARBONO DE EVENTOS

Cálculo de emisiones de CM:

Emisiones	tCO2e
Categoría 1: Emisiones directas de GEI (Subtotal 1)	0,00
Fugitivas	0,00
Consumo de gas natural	0,00
Categoría 2: Emisiones indirectas de GEI (Subtotal 1)	0,00
Consumo de energía eléctrica enfoque de mercado	0,00
Consumo de energía eléctrica enfoque de ubicación	5,25
Categoría 3: Emisiones indirectas de GEI por transporte (Subtotal 2)	54,835
Transporte de asistentes, proveedores y empleados...	54,835
Categoría 4: Emisiones indirectas de GEI por productos utilizados por la organización (Subtotal 3-6)	40,27
Pernoctaciones	6,70
Consumo de agua	0,029
Productos de limpieza	0,141
Comidas	12,01
Generación de residuos	1,4
Mobiliario propio y alquilado	19,99
Categoría 5: Emisiones indirectas de GEI con el uso de productos utilizados por la organización (subtotal 7)	0,00
Categoría 6: Emisiones indirectas por otras fuentes (subtotal 8)	0,00
Emisiones Totales	95,105 tCO2e

2.3. MEDIO AMBIENTE

EMISIONES GLOBALES BRUTAS DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (GEI)

HUELLA DE CARBONO DE EVENTOS

Cálculo de emisiones de Greencities:

Emisiones	tCO2e
Categoría 1: Emisiones directas de GEI (Subtotal 1)	0,00
Fugitivas	0,00
Consumo de gas natural	0,00
Categoría 2: Emisiones indirectas de GEI (Subtotal 1)	0,00
Consumo de energía eléctrica enfoque de mercado	0,00
Consumo de energía eléctrica enfoque de ubicación	5,25
Categoría 3: Emisiones indirectas de GEI por transporte (Subtotal 2)	102,113
Transporte de asistentes, proveedores y empleados...	102,113
Categoría 4: Emisiones indirectas de GEI por productos utilizados por la organización (Subtotal 3-6)	30,127
Pernoctaciones	9,42
Consumo de agua	0,027
Productos de limpieza	0,179
Comidas	9,02
Generación de residuos	0,65
Mobiliario propio y alquilado	10,83
Categoría 5: Emisiones indirectas de GEI con el uso de productos utilizados por la organización (subtotal 7)	0,00
Categoría 6: Emisiones indirectas por otras fuentes (subtotal 8)	0,00
Emisiones Totales	132,240 tCO2e

2.3. MEDIO AMBIENTE

EMISIONES GLOBALES BRUTAS DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (GEI)

HUELLA DE CARBONO DE EVENTOS

Cálculo de emisiones de Transfiere:

Emisiones	tCO2e
Categoría 1: Emisiones directas de GEI (Subtotal 1)	0,14
Fugitivas	0,00
Consumo de gas natural	0,14
Categoría 2: Emisiones indirectas de GEI (Subtotal 1)	0,00
Consumo de energía eléctrica...	0,00
Categoría 3: Emisiones indirectas de GEI por transporte (Subtotal 2)	237,15
Transporte de asistentes, proveedores y empleados...	237,15
Categoría 4: Emisiones indirectas de GEI por productos utilizados por la organización (Subtotal 3-6)	66,46
Pernoctaciones	33,99
Consumo de agua	0,044
Productos de limpieza	0,7235
Comidas	15,20
Generación de residuos	0,5
Mobiliario propio y alquilado	16,00
Categoría 5: Emisiones indirectas de GEI con el uso de productos utilizados por la organización (subtotal 7)	0,00
Categoría 6: Emisiones indirectas por otras fuentes (subtotal 8)	0,00
Emisiones Totales	303,75 tCO2e

2.3. MEDIO AMBIENTE

EMISIONES GLOBALES BRUTAS DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (GEI)

HUELLA DE CARBONO DE EVENTOS

Cálculo de emisiones de SIMED:

Emisiones	tCO2e
Categoría 1: Emisiones directas de GEI (Subtotal 1)	0,82
Fugitivas	0,00
Consumo de gas natural	0,82
Categoría 2: Emisiones indirectas de GEI (Subtotal 1)	0,00
Consumo de energía eléctrica enfoque de mercado	0,00
Consumo de energía eléctrica enfoque de ubicación	9,71
Categoría 3: Emisiones indirectas de GEI por transporte (Subtotal 2)	167,989
Transporte de asistentes, proveedores y empleados...	167,989
Categoría 4: Emisiones indirectas de GEI por productos utilizados por la organización (Subtotal 3-6)	41,851
Pernoctaciones	13,112
Consumo de agua	0,060
Productos de limpieza	0,219
Comidas	13,21
Generación de residuos	6,69
Mobiliario propio y alquilado	8,56
Categoría 5: Emisiones indirectas de GEI con el uso de productos utilizados por la organización (subtotal 7)	0,00
Categoría 6: Emisiones indirectas por otras fuentes (subtotal 8)	0,00
Emisiones Totales	210,66 tCO2e

2.3. MEDIO AMBIENTE

EMISIONES GLOBALES BRUTAS DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (GEI)

HUELLA DE CARBONO DE EVENTOS

Planificación de medición de Huella de Carbono de eventos para 2025 que serán verificadas por Aenor: SIMED y Greencities

Algunas de las acciones para apoyar la adaptación y la resiliencia al cambio climático son:

- Prototipo de inodoro sin agua.
- Política de cambio de luminarias a modelos Led
- Uso de termostatos zibbee o similar para apagado de fancoils en salas
- Ejecución del proyecto para optimización de la red hidráulica de climatización
- Acciones derivadas de los cálculos de la huella de carbono: traslados en autobús desde hoteles en eventos, descuentos en billetes de AVE, reciclado y reutilización de materiales: moquetas, lonas...

OBJETIVOS:

- Reducir el consumo de electricidad frente a ingresos
- Reducir el consumo de agua frente a ingresos
- Reducir la generación de residuos inertes vs facturación.



2.4. Anticorrupción



Principio 10

Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno



2.4. ANTICORRUPCIÓN

POLÍTICAS Y ACCIONES

Este apartado se refiere al Principio 10 del Pacto Mundial.

POLÍTICA

Se ha definido una política de transparencia y anticorrupción con la implantación del Código Ético cuyos principios han de regir y consolidar una conducta basada en el respeto, la honestidad, la integridad, la transparencia y la seguridad en el desarrollo de la actividad de FYCMA. Este Código Ético forma parte del Sistema de Compliance que se encuentra ya implantado en la organización. Aun así, siempre se actúa desde la transparencia y la buena gestión del dinero público, siguiendo los requisitos de la ley.

La ley de Contratos del Sector Público cambió en 8 de noviembre del 2017 y entró en vigor el 8 de marzo del 2018, por tanto, las adjudicaciones directas y licitaciones públicas, descritas a continuación, se han puesto en marcha siguiendo esta legislación.

ADJUDICACIONES DIRECTAS

En esta categoría se incluyen contratos menores de 15.000€. Estas compras las decide directamente la Dirección del Área que necesita realizar la misma y se aprueban por parte de Compras y Dirección.

LICITACIONES PÚBLICAS

Las compras que realizamos por importes totales superiores a 15.000€ (IVA no incluido), son realizadas siguiendo las Instrucciones Internas de Contratación de la Empresa Municipal de Iniciativas y Actividades Empresariales de Málaga y la Ley de Contratos del Sector Público. Para los contratos mayores de 90.000€, estos deben ser aprobados por el Consejo de Administración.

PORTAL DE TRANSPARENCIA

En el portal de transparencia de FYCMA se puede encontrar toda la información sobre las compras, sueldos y todo lo relacionado con la transparencia. Además, cualquier ciudadano puede interactuar y pedir más información o aclaraciones sobre la información publicada.

2.4. ANTICORRUPCIÓN

DIAGNÓSTICO

Este apartado se refiere al Principio 10 del Pacto Mundial.

Al ser una empresa municipal, la utilización del dinero público se hace de forma correcta, transparente y en el beneficio del desarrollo de la actividad, que repercuta en la sociedad malagueña.

Para que todos los trámites de contrataciones, tanto de servicios fijos del Palacio como de eventuales para los eventos, sean de una forma transparente se realizan a través de concursos públicos y/o licitaciones en función del importe del contrato. Así conseguimos la libre competencia de las empresas y eliminamos el trato de favor o el tráfico de influencia.

Por pertenecer al Ayuntamiento de Málaga, FYCMA está incluida en las acciones de transparencia que se implantan en el ente municipal. Por tanto, los sueldos del equipo de dirección de FYCMA, entre ellos el de Dirección General, están publicados en la página web para que todo ciudadano pueda consultarlo.

Todos los datos sobre las compras realizadas en FYCMA están en el portal de transparencia: <http://transparenciaycma.malaga.eu/>

Se pueden distinguir los contratos realizados durante un ejercicio, tanto como licitaciones / concursos, así como las adjudicaciones directas y renovaciones.



2.4. ANTICORRUPCIÓN

ACCIONES E INDICADORES

Este apartado se refiere al Principio 10 del Pacto Mundial.

ACCIONES

Para la puesta en práctica de los compromisos adquiridos en la Política Anticorrupción, se han desarrollado las siguientes acciones:

- Definición de contrataciones públicas cuando la ley lo exige.
- Se sigue el procedimiento adecuado en función del importe de acuerdo a la contratación de servicios según las políticas de contratación.
- Con el funcionamiento del '**Canal Ético**' abierto a todos los usuarios se ofrece una vía oficial para que toda persona que lo desee comunique aquella práctica, comportamiento o actitud que entienda pueda suponer una infracción normativa de cualquier naturaleza referida a la actividad

INDICADORES

Definición y medición de indicadores, los valores correspondientes al 2024 son:

- Nº de licitaciones publicadas: 26
- Nº de adjudicaciones directas: 0 debido a la aplicación de la ley de contratos de sector público

ACCIONES DE MEJORA

Se plantean las siguientes acciones:

- Los objetivos del sistema Compliance en el que identificamos los riesgos operativos y legales para establecer mecanismos internos de prevención, gestión, control y reacción frente a los mismos, son:
 - Prevención de los delitos.
 - Reacción ante las conductas delictivas, es decir, aplicación de una acción disciplinaria contra quienes han cometido o estaban cometiendo un delito en el seno de la empresa, de acuerdo con el capítulo de infracciones del convenio colectivo.



Con el apoyo de:

