



# INFORME DE PROGRESO PACTO MUNDIAL

**PALACIO DE FERIAS Y CONGRESOS  
DE MÁLAGA**

**2020**



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



*Es gratificante para nosotros presentar este informe de progreso, un balance relativo a la aplicación de los principios vinculados con nuestra adhesión al Pacto Mundial de la iniciativa Global Compact. FYCMA, como el resto del conjunto de las instituciones, se ha enfrentado en este 2020 a un periodo de excepcionalidad donde la gestión responsable ha sido clave para seguir contribuyendo al desarrollo económico y social de nuestro territorio.*

*Cuando los retos que se presentan exceden con mucho lo previsible, se abre un horizonte de oportunidades para demostrar el nivel de adaptabilidad de las organizaciones y poner a prueba el valor de sus activos en términos de compromiso, cohesión o talento, entre otros tantos. El ejercicio 2020 ha supuesto un tiempo de aprendizaje y adaptación, de crecimiento como organización y de fortalecimiento de nuestro deber para con la sociedad, nuestro entorno o la transparencia en el desarrollo de nuestra actividad.*

*Todas estas cuestiones se han visto reflejadas en la capacidad de respuesta, la solvencia y profesionalidad con la que afrontamos la situación para la pronta reactivación bajo criterios de seguridad y confianza, tanto externa como internamente. Un proceso sustentado en un concepto integral de sostenibilidad para seguir desempeñando un papel útil a la sociedad en un momento difícil.*



**Yolanda de Aguilar Rosell**  
Directora 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](http://www.fycma.com)

**Mail:** [info@fycma.com](mailto:info@fycma.com)

**Directora General:** Yolanda de Aguilar Rosell

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

**Número de empleados:** 61

**Facturación 2020:** 3.147.634,43 €

**Ámbito de actividad:** Actividad desarrollada en las instalaciones del recinto ubicado en la ciudad de Málaga con ámbito de actuación internacional



## **1. PERFIL DE LA EMPRESA**



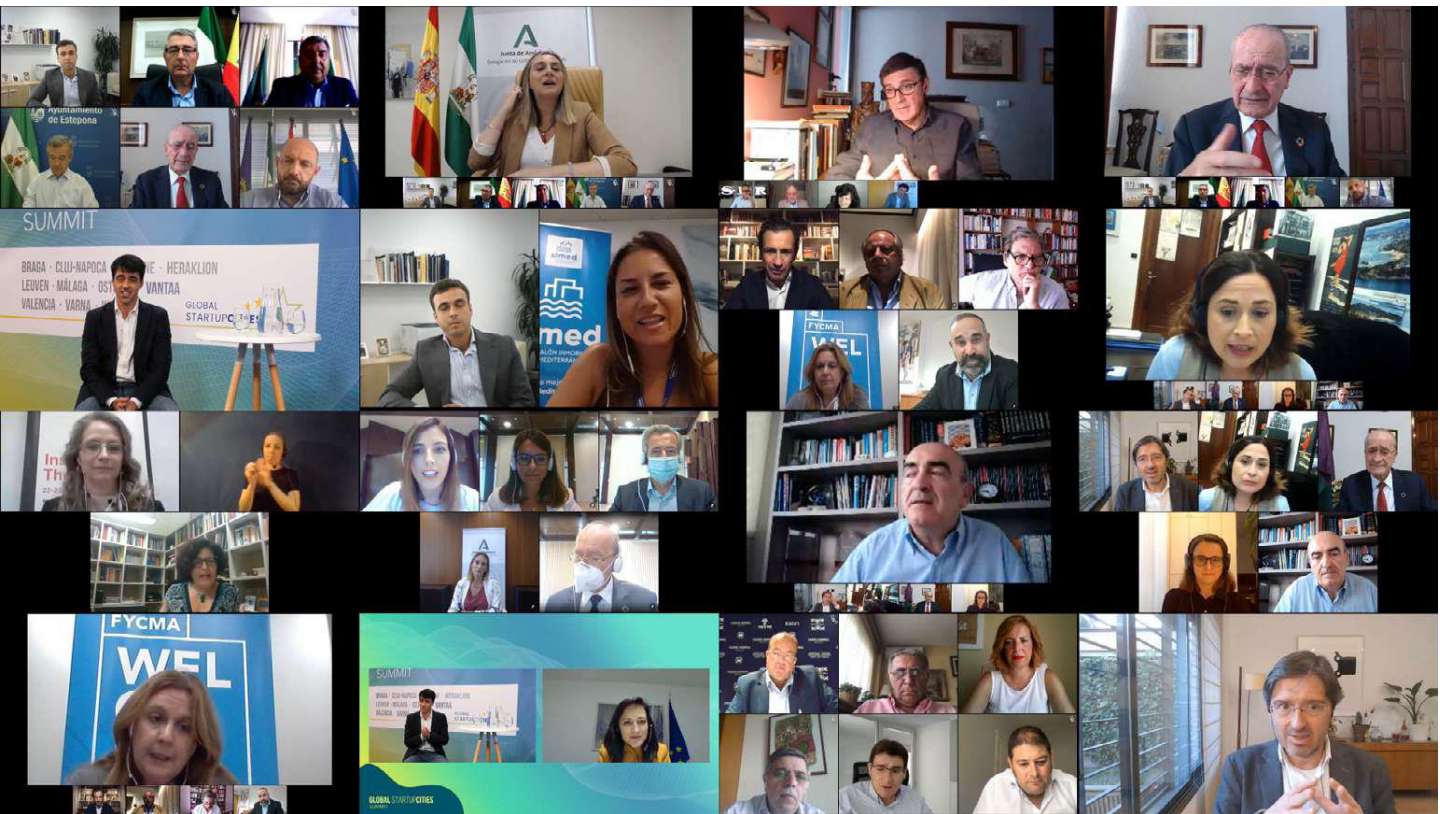


1. PERFIL DE LA EMPRESA





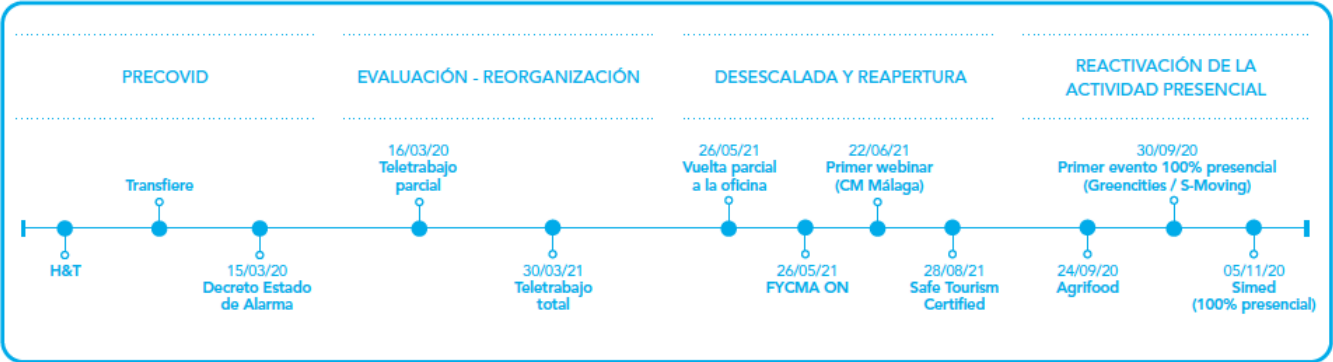
# 1. PERFIL DE LA EMPRESA





# 1. PERFIL DE LA EMPRESA

## Adaptación de la estrategia en un año marcado por la Covid



# 1. PERFIL DE LA EMPRESA

Un resumen del calendario ferial de FYCMA en 2020...





# 1. PERFIL DE LA EMPRESA

El negocio ferial, clave para la reactivación económica

## HITOS DE LA REACTIVACIÓN DE LA ACTIVIDAD EN FYCMA



## ACTIVIDAD FERIAL





# 1. PERFIL DE LA EMPRESA

Apartado congresual consolidado



## **1. PERFIL DE LA EMPRESA**

El ejercicio 2020 arrancó con unas previsiones de actividad inéditas para FYCMA, que encaraba lo que sería un año de expansión y consolidación del calendario. Nuevos proyectos congresuales se sumaron a citas feriales ya asentadas entre los tejidos especializados que alcanzaron a celebrar las que hasta la fecha se han convertido en sus ediciones más exitosas. Es el caso de H&T, Salón de Innovación en Hostelería, que a principios de febrero clausuraba una convocatoria sin precedentes en su haber y que confirmaba un gran potencial de crecimiento y diversificación.

Dicho calendario anticipaba una temporada que se vió interrumpida los días previos al 14 de marzo, fecha en la que fue decretado el Estado de Alarma en todo el territorio nacional con motivo de la propagación de la COVID-19.

La emergencia sanitaria y sus consecuencias inmediatas en lo que respecta a limitaciones de movilidad y normal desarrollo de la actividad económica, obligó a FYCMA a replantear, no solamente su estrategia corporativa a corto plazo, sino a poner sus capacidades al servicio de los diversos proyectos e iniciativas puestas en marcha para paliar la situación generada.

### **Nuevos productos y fórmulas**

En estos momentos, el recinto malagueño enfocó todas sus energías en la reprogramación de los eventos y ferias previstas en los meses posteriores, una ardua labor en pro de organizadores, expositores, participantes y asistentes con vistas a continuar su repercusión en la economía malagueña y en los proveedores que conforman la industria ferial y congresual en la ciudad.

Iniciaba así una etapa llamada a la reinención, al dinamismo y a la adaptación que FYCMA ha solventado con la eficiencia y la excelencia que le caracterizan. La transformación digital en la que el recinto ya estaba inmerso desde 2018 ha sido la piedra angular que ha sostenido las principales líneas estratégicas para dar respuesta a los nuevos desafíos en cada uno de los niveles de la organización.

La expansión de la COVID-19 ha transformado con la celeridad requerida el quehacer de FYCMA, que ha conseguido adaptarse al contexto actual minimizando en todos los aspectos el impacto de la situación sanitaria en su actividad y desempeño para con el desarrollo de Málaga y su contribución a la dinamización económica de la ciudad.



## 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.

### ***Nace 'FYCMA ON. Virtual Events'***

La digitalización en el modelo de gestión y organización de la actividad constituye una de las líneas estratégicas más relevantes en la evolución de FYCMA en los últimos años, que ha avanzado hacia una estructura más eficiente y tecnológica con la innovación como eje transversal. Así, en los primeros meses de la pandemia, el recinto inició una nueva etapa con el lanzamiento de la marca [FYCMA ON. Virtual Events](#), un espacio virtual para complementar y enriquecer las relaciones interpersonales características de los encuentros presenciales a través del diseño de nuevos formatos de celebración que combinan ambos elementos.

#### ✓ **Pioneros: prueba piloto de test de antígenos en eventos**

Los foros Startup Europe Smart Agrifood Summit y Greencities, Foro de Inteligencia y Sostenibilidad Urbana, S-MOVING, fueron escenario de la primera prueba piloto del Ayuntamiento de Málaga en la realización de test de antígenos de COVID-19 a los asistentes. En este sentido, FYCMA fue pionero en la aplicación de esta medida excepcional en el marco del desarrollo de la actividad ferial, que aportó un alto grado de seguridad entre los participantes y visibilizó la capacidad de adaptación del sector para su reactivación.

#### ✓ **Primer gran foro virtual de producción propia**

La producción online más compleja llevada a cabo en 2020 ha sido la celebración de Global Startup Cities Summit, un evento cien por cien online cuya secretaría técnica ha sido asumida por FYCMA. Un nuevo formato que impulsó el desarrollo de un plató de televisión con presentadores en formato audiovisual y que conectaron en directo durante más de ocho horas ininterrumpidas con más de 40 ponentes de toda Europa.



# 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 nuestra actividad y servicios.

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

## 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 cuarto después de la Adhesión al Pacto Mundial, haciendo referencia al ejercicio 2020.

**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 adquirir 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](http://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:

<u>Presidente</u> - Excmo. Sr. D. Francisco de la Torre Prados	Excmo. Ayuntamiento de Málaga
<u>Vicepresidenta</u> - Dña. María Rosa Sánchez Jiménez	Excmo. Ayuntamiento de Málaga

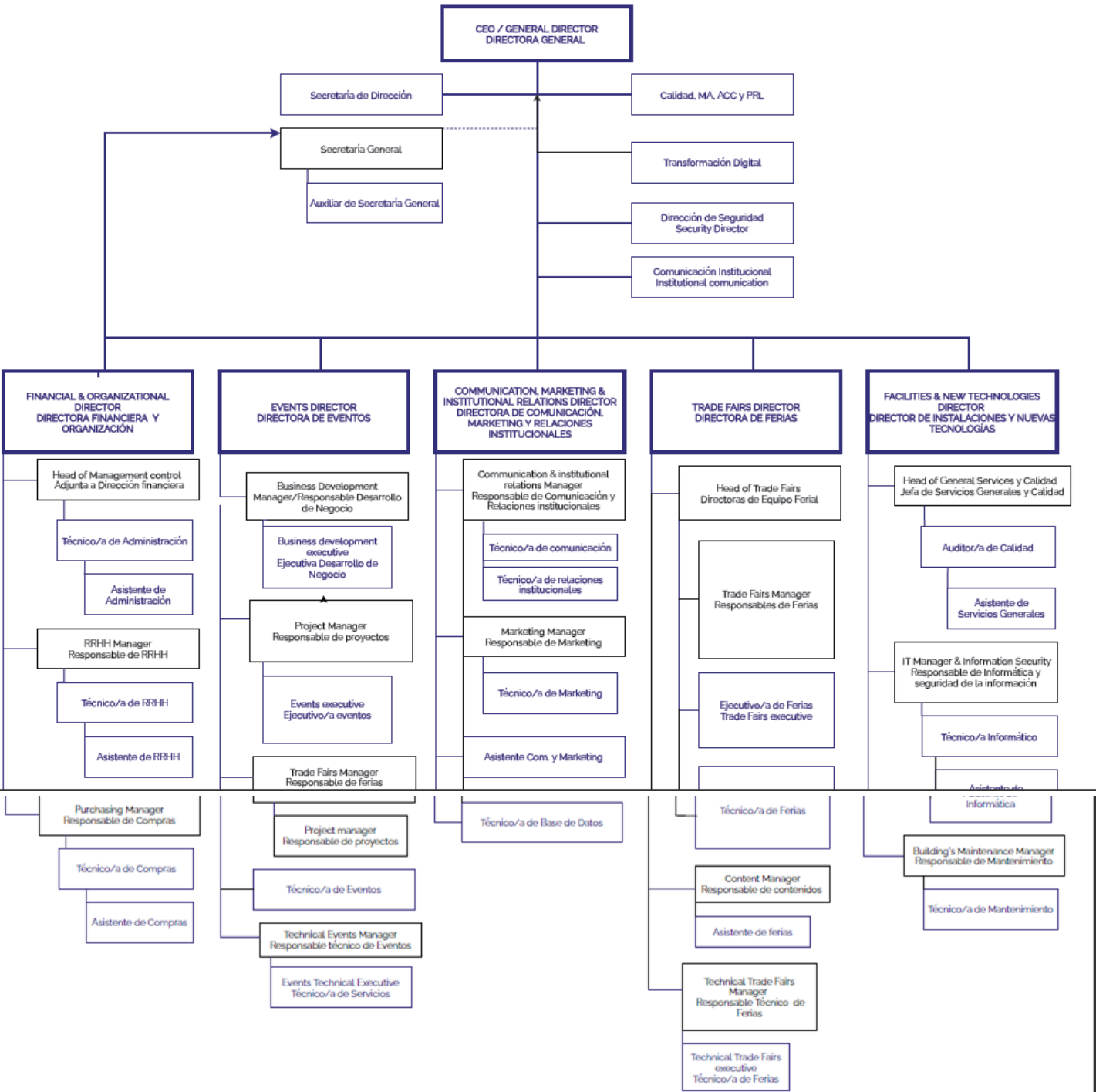
### Consejeros

Dña. Susana Carillo Aparicio	Excmo. Ayuntamiento de Málaga
D. Carlos Conde O'Donnell	Excmo. Ayuntamiento de Málaga
D. Mariano Ruiz Araújo	Concejal del Grupo Municipal PSOE
Dña. M <sup>a</sup> del Carmen Martín Ortiz	Concejala del Grupo Municipal PSOE
D. Pablo Orellana Smith	Concejal del Grupo Municipal PSOE
D. Nicolás Eduardo Sguiglia	Concejal del Grupo Municipal Adelante Málaga
D. Alejandro Carballo Gutiérrez	Concejal del Grupo Municipal Ciudadanos



1. PERFIL DE LA EMPRESA

El organigrama funcional es el siguiente:



## 1. PERFIL DE LA EMPRESA

### Grupos de Interés:

#### Díálogo con los Grupos de Interés:

En general, las comunicaciones con todos los grupos de interés, desde FYCMA 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 muchos aspectos de la actividad de forma periódica. Además se mantienen reuniones periódicas con los responsables de PROMALAGA y con el comité de calidad del Ayuntamiento. El análisis que realiza el Ayuntamiento sobre el impacto de nuestra actividad en la ciudad, destaca la creación de empleo, ajeno a nosotros, relacionado generalmente con sector servicios, para dar soporte a todo el público y/o participantes en congresos que se acercan a nuestras instalaciones.
- **Empleados:** Reciben información directa desde el departamento 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 le 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 solicitan encuestas a todos los 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, ciudadanos de Málaga y/o expositores conozcan nuestras líneas de actuación.
- **Medios de Comunicación:** Disponemos de un departamento interno 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 de los eventos, la comunicación con los patrocinadores es directa, presentando la planificación, desarrollo y el cierre del evento. 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 le exigen, que cumplan 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 le comunican todos los eventos con riesgos, bien por afluencia de público, o bien 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 lo 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 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

*Programa preventivo 'Málaga segura' del Ayuntamiento de Málaga:*

Las instalaciones de FYCMA han estado al servicio del programa preventivo 'Málaga segura' de detección temprana de la COVID-19 impulsado por el Ayuntamiento de Málaga desde que arrancase en noviembre de 2020, albergando semanalmente la realización de test rápidos de antígenos a profesionales de los sectores adheridos.

*Apoyo a la situación sanitaria:*

FYCMA puso desde el inicio a disposición de las administraciones tanto sus instalaciones como su equipo para reforzar la estructura logística sanitaria y de apoyo a la situación de emergencia prestando asesoramiento a los responsables de proyectos de esta envergadura llevados a cabo en la ciudad

#### - Clientes

Durante 2020 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 2020:

- Aumenta la valoración de la atención al cliente, que puntúa con un 9,91 sobre 10.
- El 100% de las organizaciones que confían en FYCMA para celebrar sus eventos recomendaría su experiencia en el Palacio.
- La satisfacción en todos los ítems medidos (instalaciones, rapidez en la respuesta, restauración o limpieza, entre otros) están valorados, al menos, con un 8.
- Disminuye ligeramente la valoración global tanto de expositores como de organizadores, obteniendo una puntuación de 7,66 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 2020, FYCMA ha impulsado la realización de formaciones específicas entre el equipo con el objetivo de seguir mejorando las competencias necesarias en el desempeño de la actividad. En total, han sido más de 71 actividades entre cursos, talleres y sesiones digitales que se traducen en 274 horas de formación, de las que un 35 por ciento se han dedicado al aprendizaje y desarrollo de habilidades tecnológicas y digitales. Nuestro equipo se conforma de la siguiente manera en 2020: Plantilla: 69% indefinida, El 73% posee formación Universitaria; El 72% son mujeres

#### - 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.
- Transfiere 360º, elemento vertebrador del ecosistema de innovación.

#### • 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.

#### *Llamamiento a empresas y profesionales:*

De forma particular, FYCMA articuló iniciativas para contribuir al desarrollo de material y equipamiento médico-sanitario. Para ello, realizó un e-mailing a sus contactos empresariales y profesionales con potencial de colaboración informando y ofreciendo alternativas promovidas por la administración local para la producción y suministro de trajes de protección, mascarillas, caretas y otros elementos protectores, e hidroalcohol.

Con respecto a los clientes, se identificó a los expositores con capacidad para producir, desarrollar y/o facilitar materiales, suministros o servicios de especial interés para facilitarles los canales adecuados a través de los que vehicular dicha actividad, caso de las plataformas habilitadas para tal fin por el Ayuntamiento de Málaga. Por ejemplo, empresas textiles que fabrican mascarillas o proveedores de restauración que estaban facilitando servicios a domicilio, comedores sociales o personal sanitario

## 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 es necesario apuntar al descenso registrado en este ejercicio en el número de eventos celebrados, un total de 39, lo que supone un descenso importante respecto al año anterior, debido a la situación creada por la pandemia.

- El calendario de FYCMA en cuanto a la celebración de congresos, convenciones, jornadas y otros actos de diversa índole - caso de los conciertos como máximos exponentes del apartado cultural - ha vivido en 2020 uno de sus ejercicios con menos actividad debido a las restricciones provocadas por la pandemia.

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

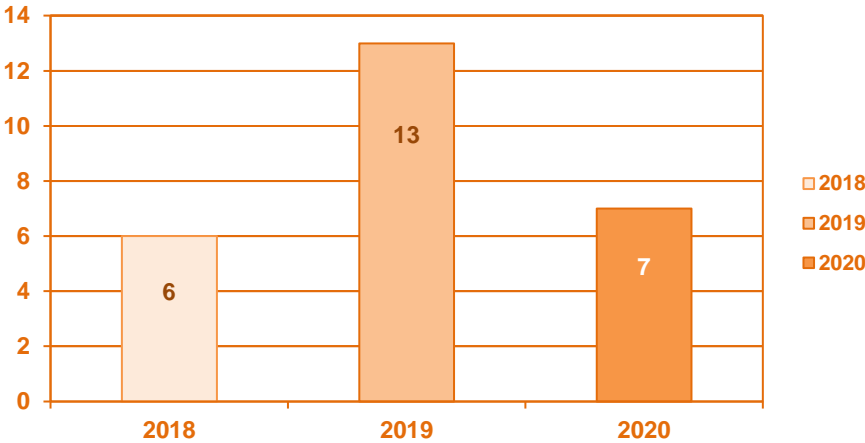
- Asociación de Ferias de España (AFE)
- Excellence in Convention Centre Management (AIPC)
- Asociación de Palacios de Congresos de España (APCE)
- Asociación de Palacios de Congresos y Ferias de Andalucía (AFCAN)
- International Congress and Convention Association (ICCA)
- Meeting Professionals International (MPI)
- Mesa del Turismo de España



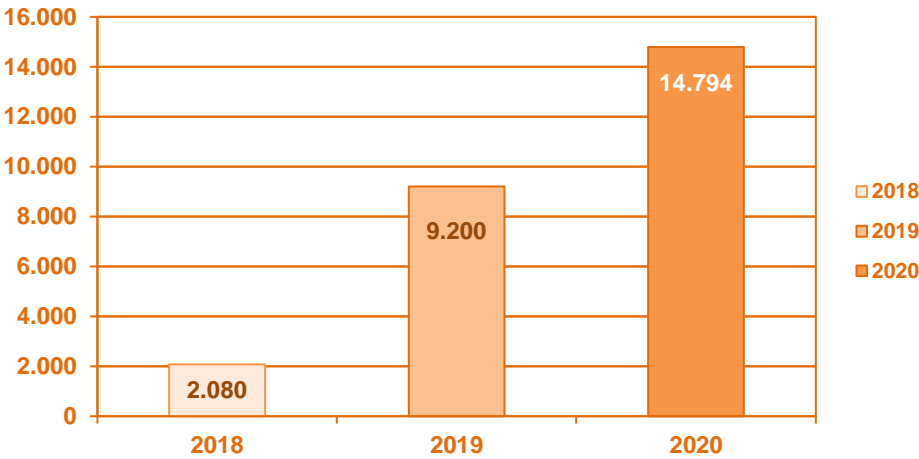
# 1. PERFIL DE LA EMPRESA

## Grupos de Interés:

CONGRESOS Y CONVENCIONES  
INTERNACIONALES



DELEGADOS EN CONGRESOS Y CONVENCIONES  
INTERNACIONALES



# 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:



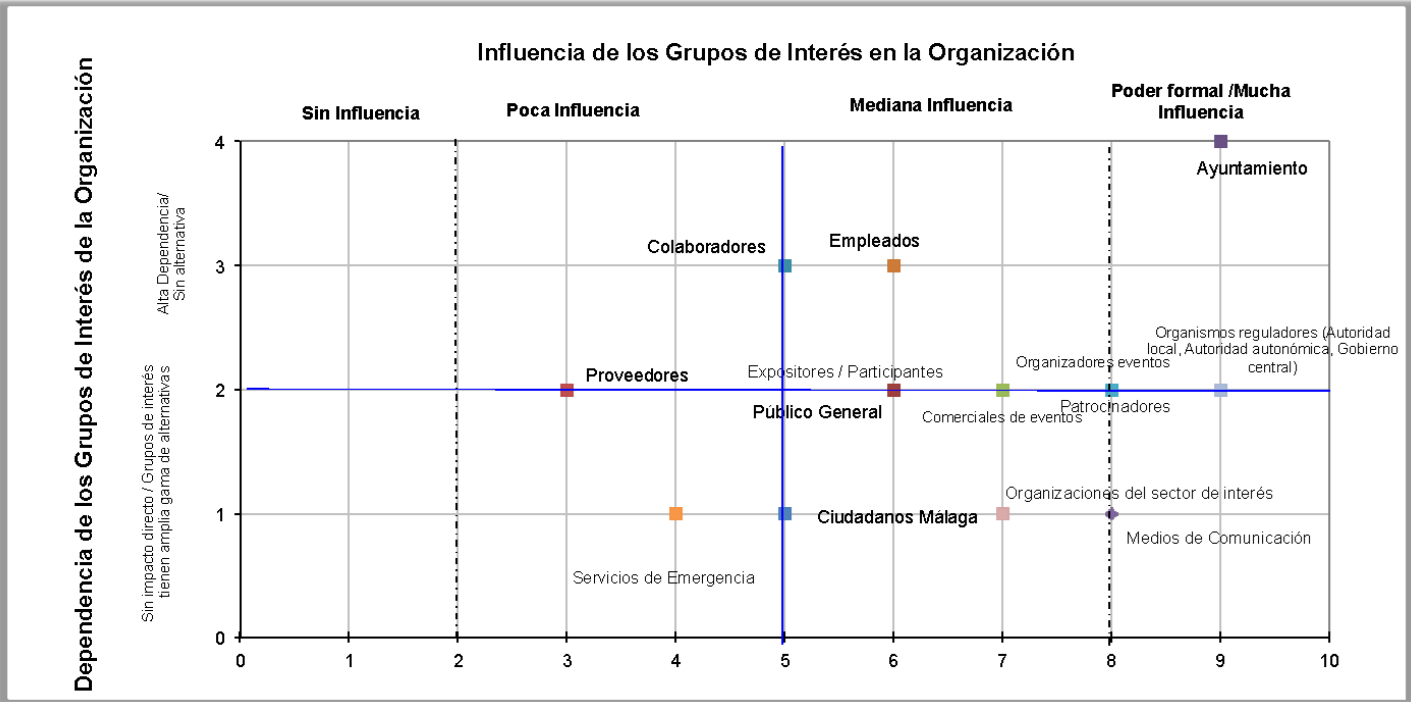
# 1. PERFIL DE LA EMPRESA

## Grupos de Interés:

Estos dos criterios nos permitirán dibujar una Matriz donde posicionaremos a los Grupos de Interés, en relación a los valores de dependencia e influencia elegidos.

En función del Cuadrante donde se encuentre posicionado el grupo de interés, la organización adoptará diferentes comportamientos y relaciones con sus Grupos de Interés: Tratamiento Justo, Baja Prioridad, Mantener la Participación e Información, o Amenaza u Oportunidad Estratégica.

El resultado obtenido en la organización de FYCMA, aplicando los criterios de influencia y dependencia es el siguiente:



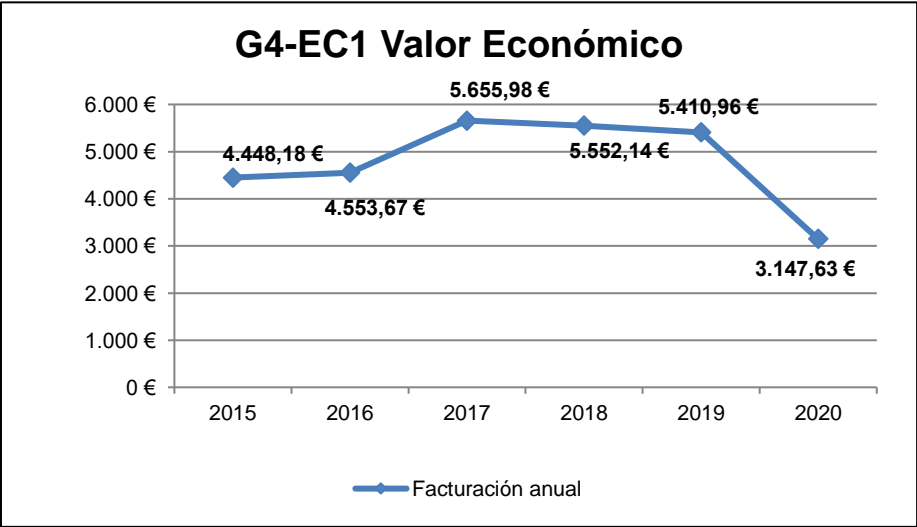


# 1. PERFIL DE LA EMPRESA

## Grupos de Interés:

### Datos sobre el ejercicio 2020

La intensidad del calendario registrada en el comienzo del año y los esfuerzos realizados posteriormente para la reactivación paulatina de la actividad a partir de junio, han permitido alcanzar una facturación de 3.959.919,82 euros y un impacto económico estimado en la ciudad de 51 millones de euros, según criterios establecidos por el Informe ‘Madison Market Research’ para el Spain Convention Bureau en 2018, y la Asociación de Ferias Españolas (AFE).

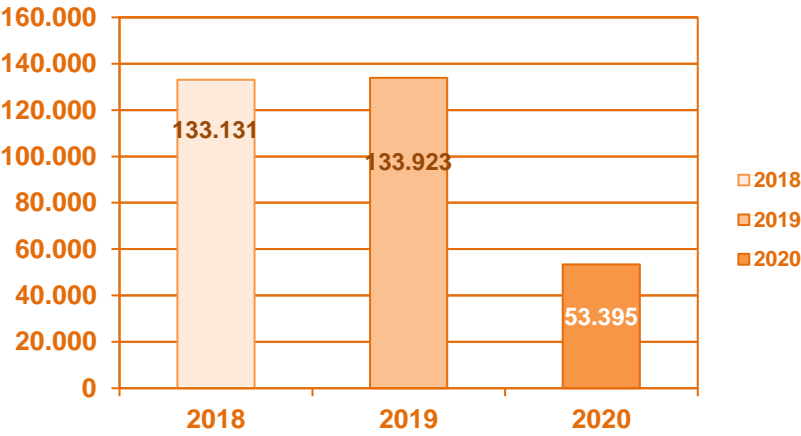


# 1. PERFIL DE LA EMPRESA

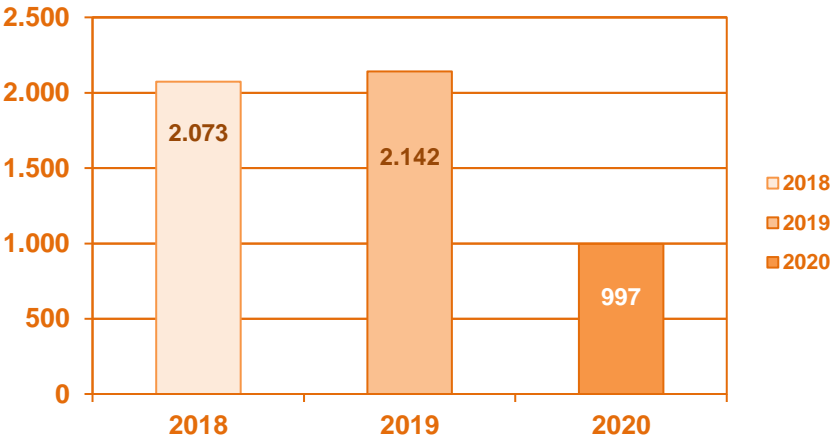
## Grupos de Interés:

Datos sobre el ejercicio 2020

EMPRESAS Y ENTIDADES EXPOSITORAS



SUPERFICIE EXPOSITIVA







## 1. PERFIL DE LA EMPRESA

### Grupos de Interés:

Datos sobre el ejercicio 2020

#### 2020 EN CIFRAS

-  93.513 PARTICIPANTES
-  14 FERIAS Y EXPOSICIONES
-  71 CONGRESOS, CONVENCIONES, JORNADAS Y OTROS ACTOS
-  12 EVENTOS VIRTUALES

-  5 CONGRESOS
-  2 CONVENCIONES
-  15 JORNADAS
-  49 OTROS ACTOS

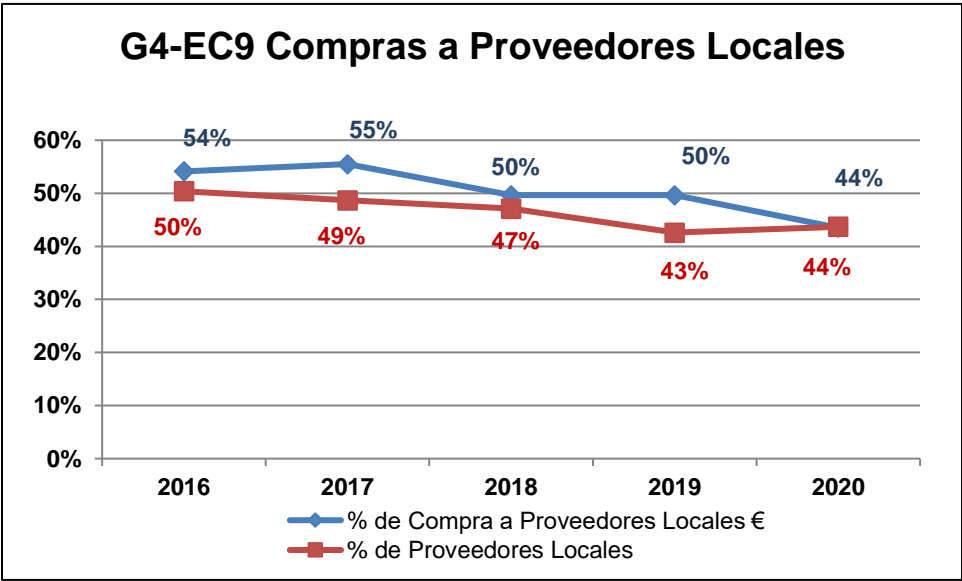


# 1. PERFIL DE LA EMPRESA

## Grupos de Interés:

### Datos sobre el ejercicio 2020:

Dada la bajada de la actividad y la situación de la pandemia, que ha implicado el cierre, al menos temporal en muchos casos, de negocios de proveedores locales, durante el 2020 se ha bajado el porcentaje de compras en euros, pero se ha subido en número de proveedores.



## **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>
<b>ÉTICA</b>	
- <i>Ética de Gestión</i>	Denuncias, tráfico de influencias, malversación de fondos...
<b>SOCIAL</b>	
- <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
<b>LABORAL</b>	
- <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...
<b>MEDIO AMBIENTE</b>	
- <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

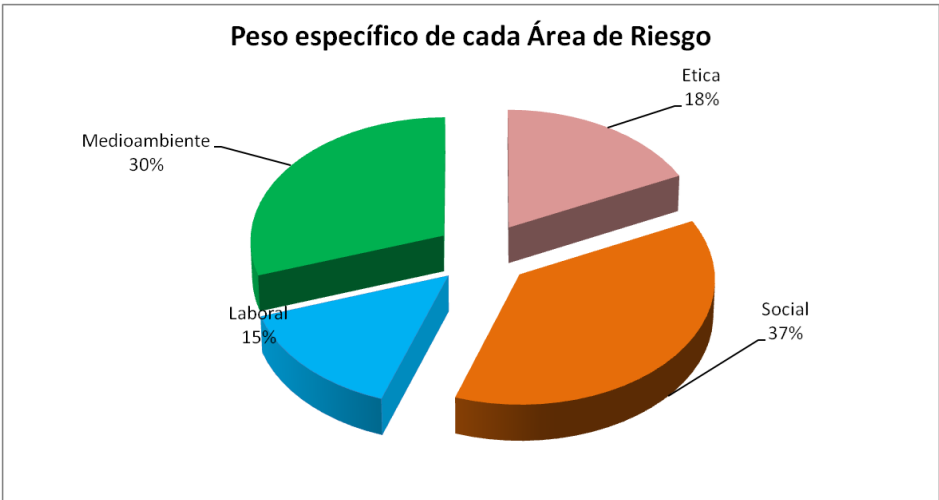


## 2.0. ANÁLISIS DE RIESGOS

Hemos valorado dos tipos de riesgo:

- 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:

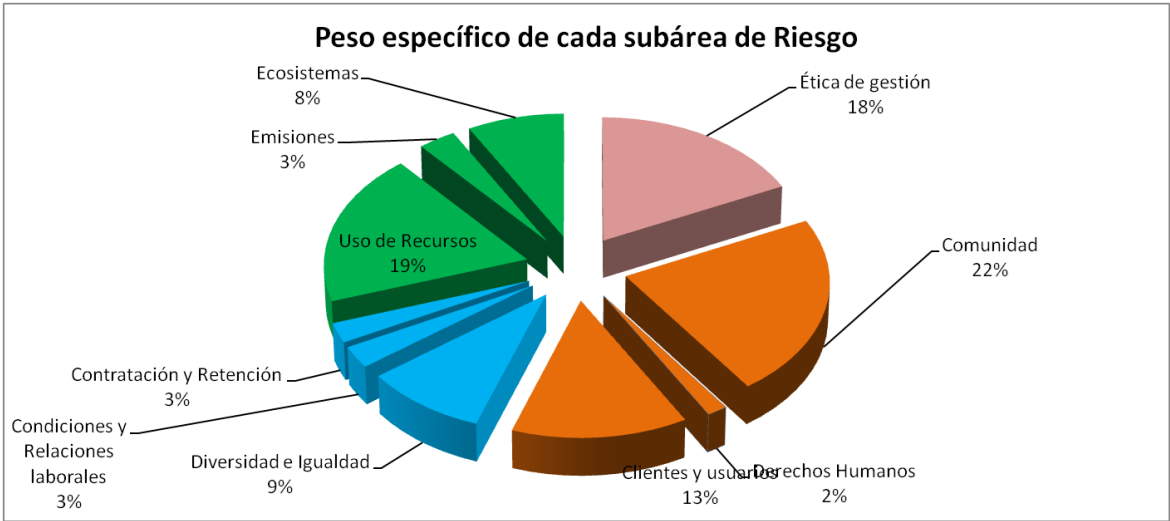


Se puede observar que se han realizado esfuerzos en lo social y ética, siendo menos probable que ocurran incidentes negativos relacionado con ello.



## 2.0. ANÁLISIS DE RIESGOS

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



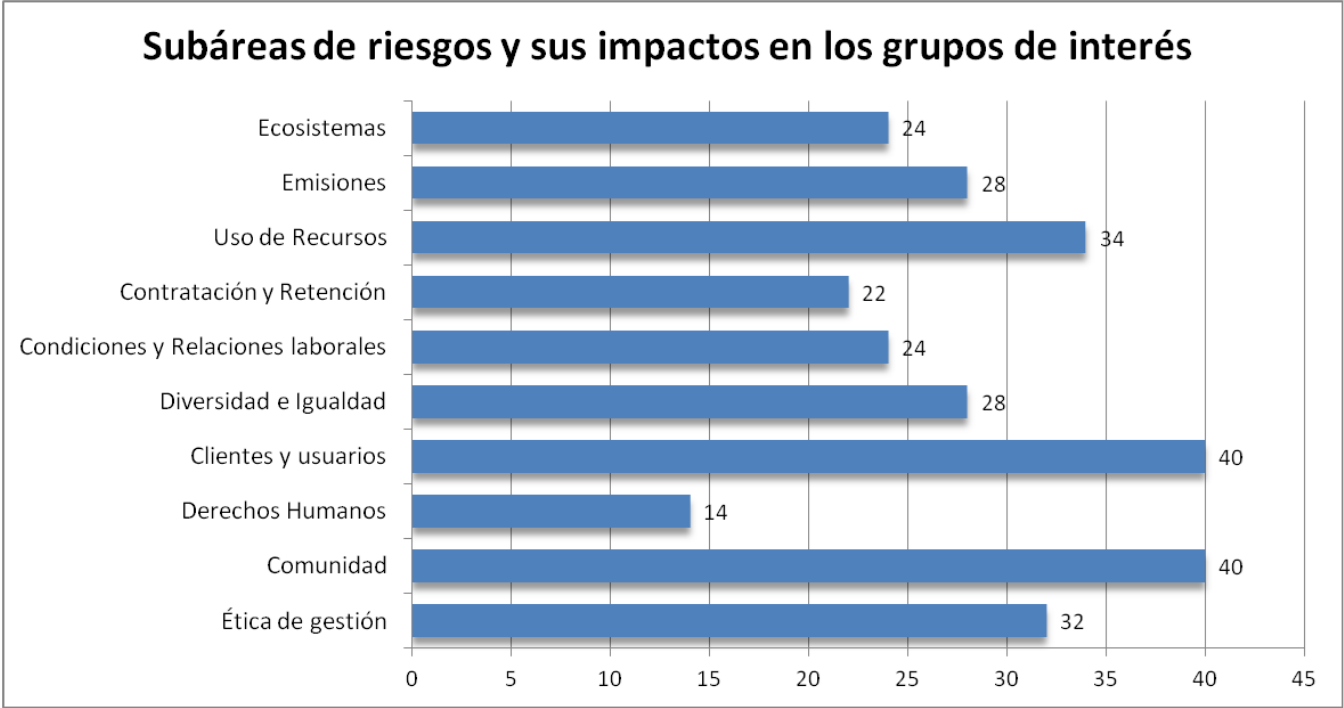
Dentro de área social, la comunidad sigue teniendo un valor alto en su área de riesgo, un 22%, siendo los grupos de interés que tienen el valor más alto.

El riesgo social es el mayor riesgo que pueda surgir de los impactos de 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 impacto que pudiera producir en nuestros grupos de interés, los resultados obtenidos valorando el riesgo por cada subárea de riesgo 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 que mayor impacto tienen en todos los grupos de interés, por tanto, en nuestra actividad son las áreas que debemos trabajar para disminuir sus impactos.



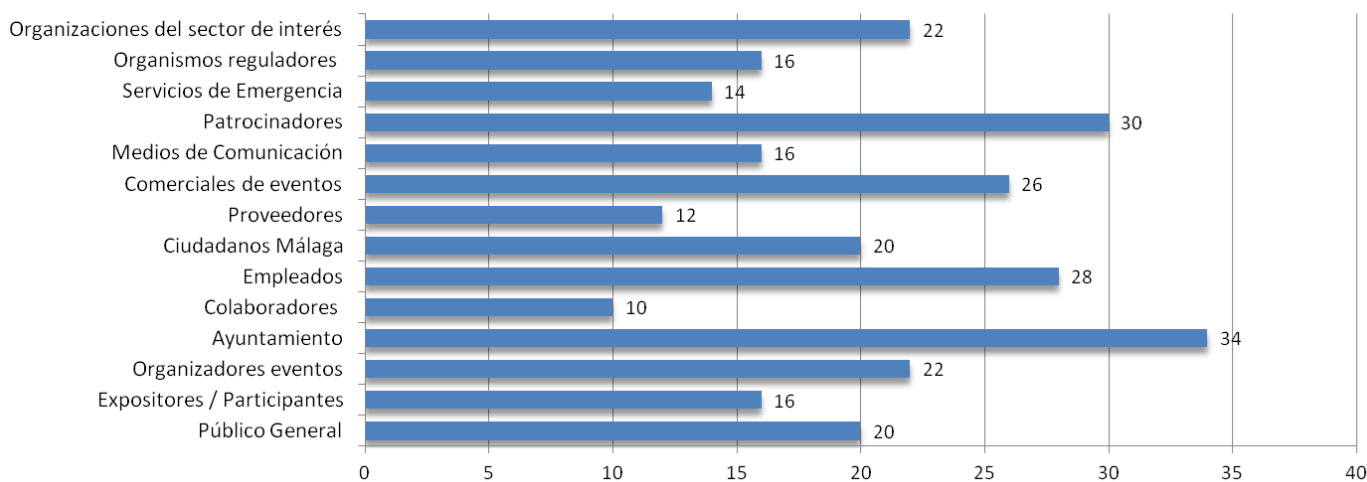




## 2.0. ANÁLISIS DE RIESGOS

Valorando el impacto de los posibles incidentes en cada grupo de interés los resultados obtenidos valorando el riesgo por cada subárea de riesgo son:

**Grupos de interés mostrados según la valoración de los posibles impactos**



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 se 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. Directa o indirectamente, las actividades de las empresas afectan en lo que ocurre con los empleados, los trabajadores de la cadena de valor, los clientes y las comunidades locales, y es importante manejar los impactos 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, 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 normativa y regulación básica evita determinadas circunstancias de abuso a los derechos humanos.

A la hora de la evaluación de los riesgos de nuestra actividad, se ha tenido en cuenta este punto para realizar su análisis, pero teniendo en cuenta la legislación, es muy difícil que no se respetasen los derechos humanos.

No se identifican eventos importantes relacionados con los Derechos Humanos, ni directamente ni indirectamente, ya que todos nuestros proveedores son locales y/o nacionales.





## **2.1. DERECHOS HUMANOS**

### **POLÍTICAS Y ACCIONES**

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

#### **POLÍTICA**

La organización no ha definido un documento específico de los códigos éticos seguidos como tal en FYCMA. Sí dispone de un Manual de Bienvenida para las nuevas incorporaciones de empleados. También tiene definida la Misión, Visión y Valores, así como las Políticas de Calidad, Ambiental y Energética, Accesibilidad, Seguridad de la Información y Seguridad Salud y en el Trabajo. A principio del año 2019 se ha obtenido la certificación en de Organización Saludable, haciendo así, un paso más hacia las relaciones con nuestros empleados.

Destacamos que a mediados del año 2020 se ha obtenido la certificación en de UNE 0066.19 JUN 2020 Turismo MICE. Safe Tourism Certified: Este sello turístico garantiza y certifica que FYCMA ha implantado correctamente el Sistema de Prevención de Riesgos para la Salud frente a la COVID-19

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.



## 2.1. DERECHOS HUMANOS POLÍTICAS Y ACCIONES

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

### ACCIONES

Ser escrupuloso con la legislación vigente en el estado de derecho que nos encontramos.

*En relación a la integración de la mujer en el mundo laboral, así como la igualdad de género, FYCMA tiene un claro compromiso, pudiéndose observar tanto en el número de mujeres contratadas, así como en la distribución de los puestos directivos.*

*En relación a las personas con discapacidad:*

- *En primer lugar el cumplimiento de la legislación vigente relacionada con la contratación de un porcentaje mínimo de personas con discapacidad*
- *En segundo lugar relacionado con las instalaciones:*
  - *Cumplimiento de la legislación vigente para una deambulación digna por nuestras instalaciones*
  - *Implantación y certificación de un sistema de accesibilidad que refuerza el compromiso con las personas*

*En relación a los niños/as: 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, que pertenece al Ayuntamiento de Málaga, que asegura unas condiciones de trabajo dignas para todos los empleados, y además facilidades para la conciliación de la vida laboral y familiar.*

Se había planteado la definición de un código ético, pero por falta de presupuesto no se ha podido realizar aún, se vuelve a plantear para el próximo ejercicio.

La implantación de un sistema de gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo, también implica la puesta en marcha de acciones relacionadas con los derechos humanos y las condiciones laborales, tanto de nuestro empleados, como de nuestro proveedores.

## **2.1. DERECHOS HUMANOS**

### **POLÍTICAS Y ACCIONES**

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

#### **ACCIONES**

##### Mejoras en salud y seguridad en las instalaciones

Algunas de las acciones llevadas a cabo en el ejercicio 2020 en materia de prevención de riesgos laborales, así como reforzamiento del sistema de seguridad para todos los públicos de FYCMA, son:

- Instalación de registros de limpieza en conductos de climatización en las plantas 2 a 5 y en los pabellones 1 y 2.
- Adquisición de una veintena de sillas ergonómicas para el equipo.
- Montaje de una red anticaídas en la sala de producción.
- Autoprotección:
  - Adaptación normativa de la boca de incendio equipada del hall principal.
  - Montaje de sistemas de alimentación ininterrumpida en portones del pabellón 1.
  - Montaje de señales de salida de emergencia iluminadas en puertas de emergencia peatonales de los pabellones.
  - Ampliación del parque de cerraduras con apertura de tarjeta sin contacto en 37 unidades.
  - Puesta en marcha de piloto para apertura de puertas con el móvil.
  - Montaje de sistema de monitorización de ocupación en la sala polivalente.
  - Montaje de retenedores magnéticos en acceso a escalera principal.
  - Instalación de dos cámaras de seguridad nuevas y actualización a IP de otras tres.
  - Instalación de sondas remotas de estado en diversas dependencias..

##### Acciones para optimizar la accesibilidad

En su compromiso con el desarrollo y adecuación de sus instalaciones para que sean accesibles a todas las personas, FYCMA ha efectuado iniciativas como:

- Montaje de puertas de paso de 92 cm en las salas 1 a 7.
- Adquisición de atril de altura regulable.
- Mejoras de accesibilidad en sala de lactancia.
- Ampliación de la instalación de cambia bebés en los aseos.
- Instalación de 15 dispensadores de jabón y 7 secamanos automáticos en aseos

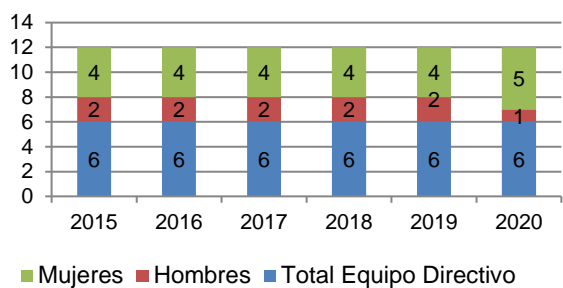


## 2.1. DERECHOS HUMANOS MEDICIÓN DE INDICADORES

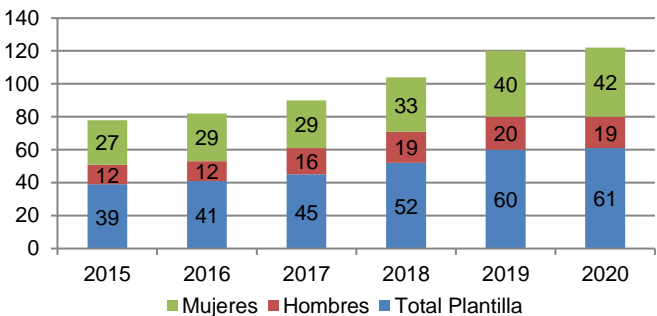
Este apartado se refiere a los Principios 1 y 2 del Pacto Mundial.

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.

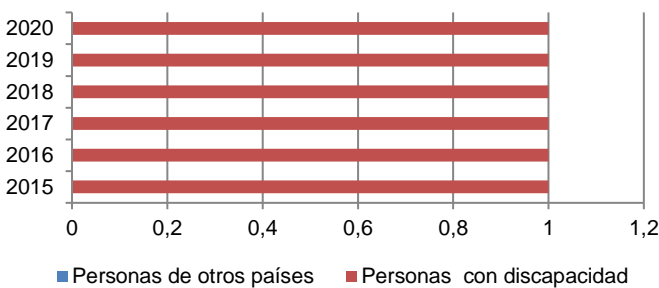
**G4-LA12 Composición Dirección Sexo**



**G4-LA12 Plantilla Total por Sexo**



**G4-LA12 Diversidad**



## **2.1. DERECHOS HUMANOS**

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

La Dirección de FYCMA va a formalizar por escrito los valores y el código ético, es decir, soportar por escrito las políticas entorno a los principios afectados o desarrollar canales de información y comunicación al respecto.

Este Código será divulgado entre las personas de las organización, así como a todos los grupos de interés.

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



## 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:

- 69 % de los empleados tienen contrato indefinido
- 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

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 ser del 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.



## **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. Durante el 2020 se ha realizado la adaptación de OHSAS 18001 a la norma ISO 45001 y su certificación. Por tanto 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.

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.

### **ACCIONES**

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

Disponemos de un plan de igualdad implantado desde el 2012, para ofrecer iguales condiciones en el trabajo a toda la persona que esté en la organización, o la que se incorpore.

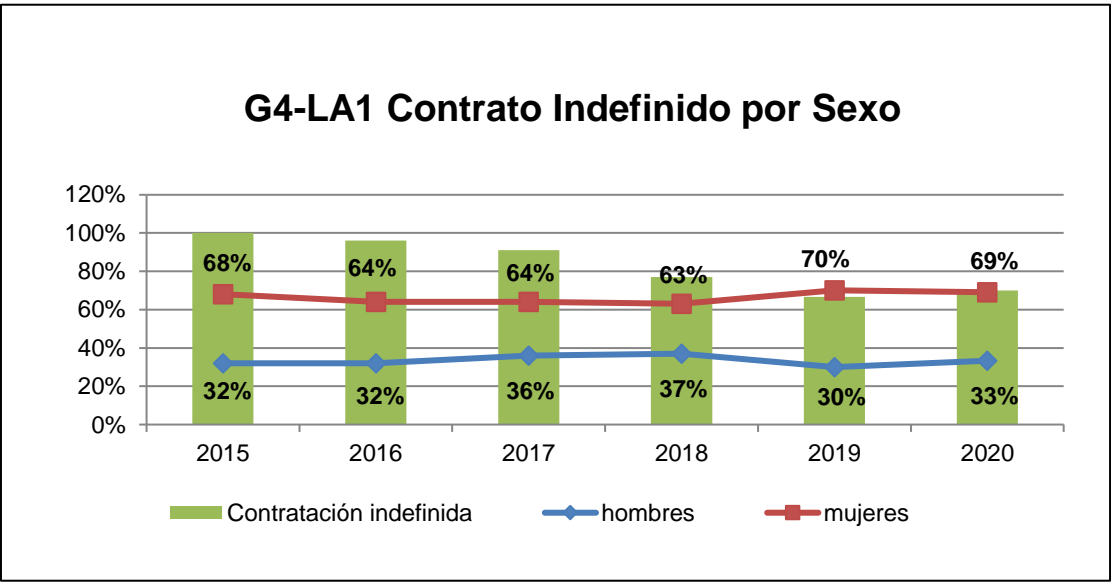
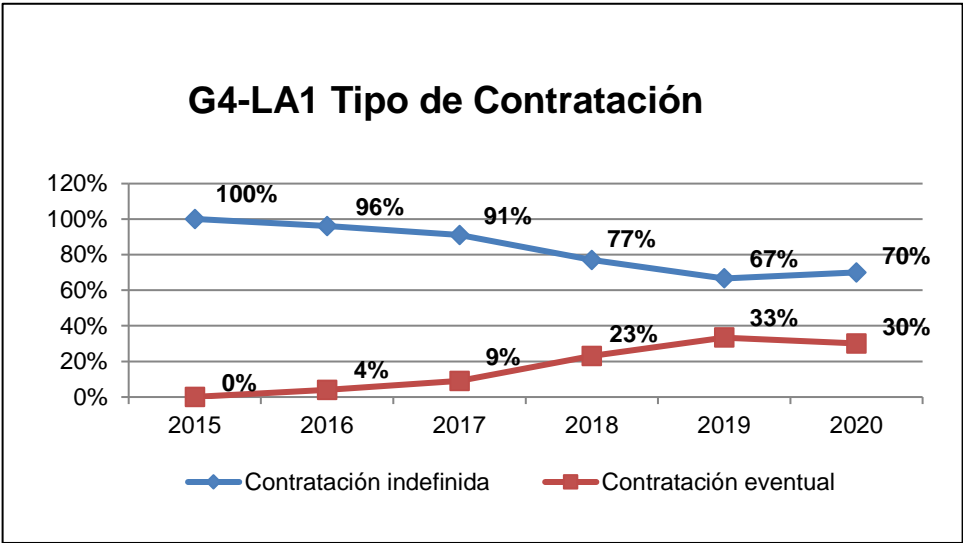
A través de una plataforma virtual, se coordinan las actividades empresariales con las empresas colaboradoras, disponiendo así de un control exhaustivo de la contratación del personal de nuestros colaboradores y proveedores.

Durante el 2020 FYCMA ha impulsado la realización de formaciones específicas entre el equipo con el objetivo de seguir mejorando las competencias necesarias en el desempeño de la actividad. En total, han sido más de 71 actividades entre cursos, talleres y sesiones digitales que se traducen en 274 horas de formación, de las que un 35 por ciento se han dedicado al aprendizaje y desarrollo de habilidades tecnológicas y digitales.



## 2.2. NORMAS LABORALES MEDICIÓN DE INDICADORES

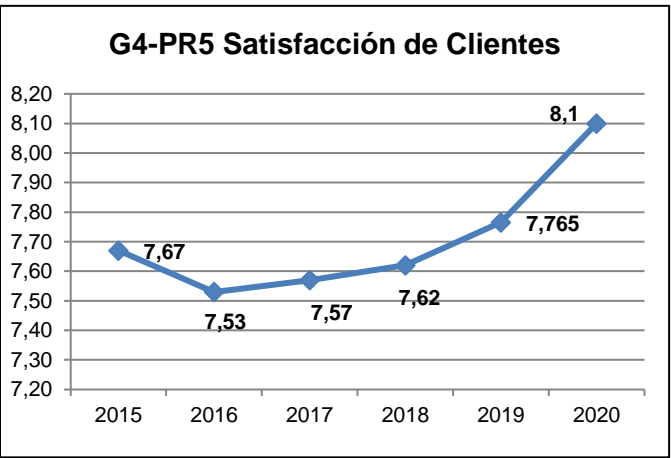
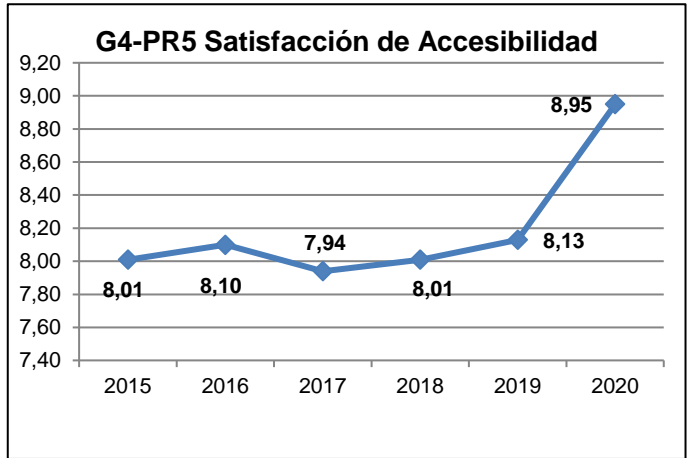
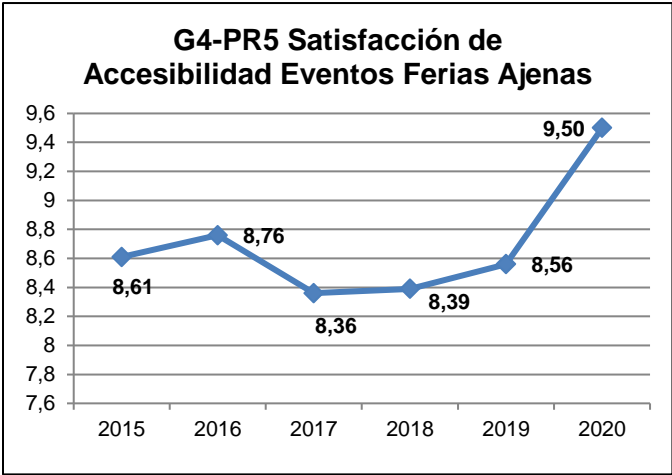
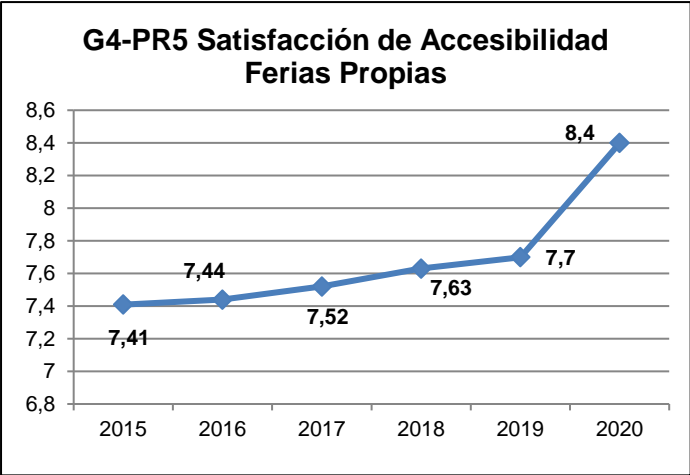
Este apartado se refiere a los Principios 3, 4, 5 y 6 del Pacto Mundial.





## 2.2. NORMAS LABORALES 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:

- Reiteramos el compromiso de realización de un código ético.
- Se revisa el Plan de Igualdad, implantado a través del Ayuntamiento de Málaga, y se ponen en marcha varias acciones para la puesta en marcha de la implantación efectiva del mismo.
- Profundizar en el cumplimiento de la normativa laboral, coordinación de actividades empresariales y la presencia de recursos preventivos en los montajes de ferias y eventos.
- Mantener la certificación de “empresa saludable” al disponer de una guía para ofrecer unas mejores condiciones.
- Vincular nuestros eventos y ferias a los Objetivos de Desarrollo sostenible como forma de participación en los retos propuestos para la agenda 2030.
- Fomentar la realización de acciones de Responsabilidad social corporativa tanto a nivel de organización como relacionadas con la temática del evento o feria.
- Mejorar la formación relativas a:
  - Ética en la empresa
  - Atención a personas con discapacidad
  - Sostenibilidad en Eventos y Ferias
  - Ejercicios de RCP haciendo uso si es preciso de DESA.

## 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, certificado por AENOR
- Un sistema de Gestión Energética, según los requisitos de las normas ISO 50001 certificado por AENOR
- Un sistema de Gestión de Eventos Sostenibles, ISO 20121 que implica la aplicación de las buenas prácticas en todos los departamentos y exigiendo cada día más a nuestros proveedores y colaboradores
- 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
- Los proveedores son evaluados en con criterios ambientales, si éstos aplican a su actividad
- Áreas de Gestión de Residuos para la feria, 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

## **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:

- Instalación de una planta fotovoltaica de 30kW para autoconsumo.
- Instalación de contadores térmicos y sistema de monitorización de rendimiento COP en la planta frigorífica.
- Iluminación LED: instalación de luminaria suspendida en espacios como la sala polivalente y auditorio 1. También su montaje en la recepción de las oficinas con control remoto Zigbee.
- Proyector LED en pabellón 1.
- Montaje de contadores eléctricos con telemedida en la tercera y cuarta planta del edificio.
- Instalación de piloto de termostatos inteligentes BACNET, monitorizados en remoto, en las salas multiusos del 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



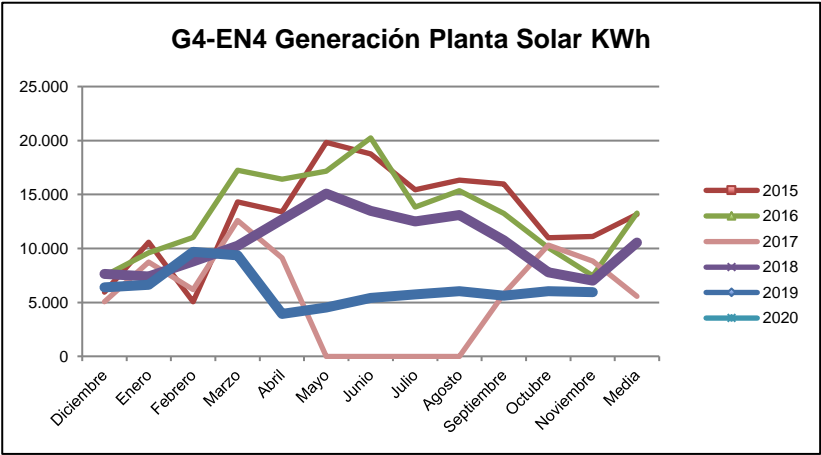
## 2.3. MEDIO AMBIENTE POLÍTICAS Y ACCIONES

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



### PLANTA FOTOVOLTAICA

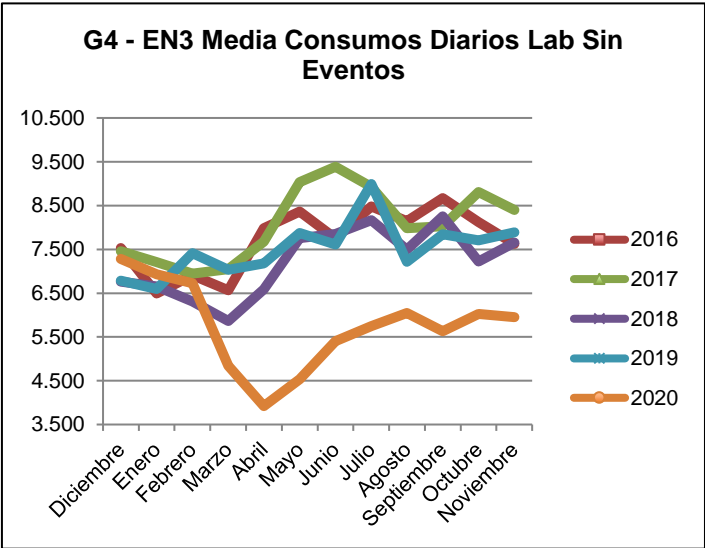
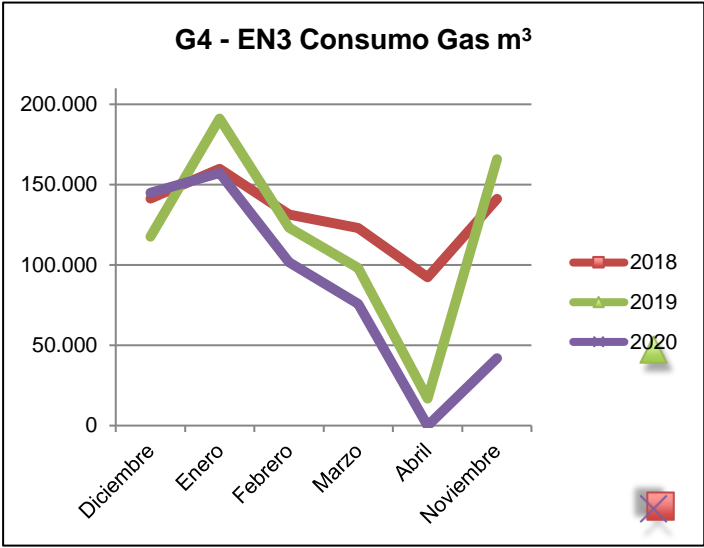
- La planta fotovoltaica de FYCMA se inauguró en 2008 para reducir el coste anual en electricidad y aumentar la eficiencia energética del edificio, en consonancia con su compromiso por promover el consumo energético sostenible
- Su producción media anual es de 141 megavatios hora de energía limpia y su récord anual está en 168 MWh
- La media del 2020 es de 104 MWh



## 2.3. MEDIO AMBIENTE

### MEDICIÓN DE INDICADORES

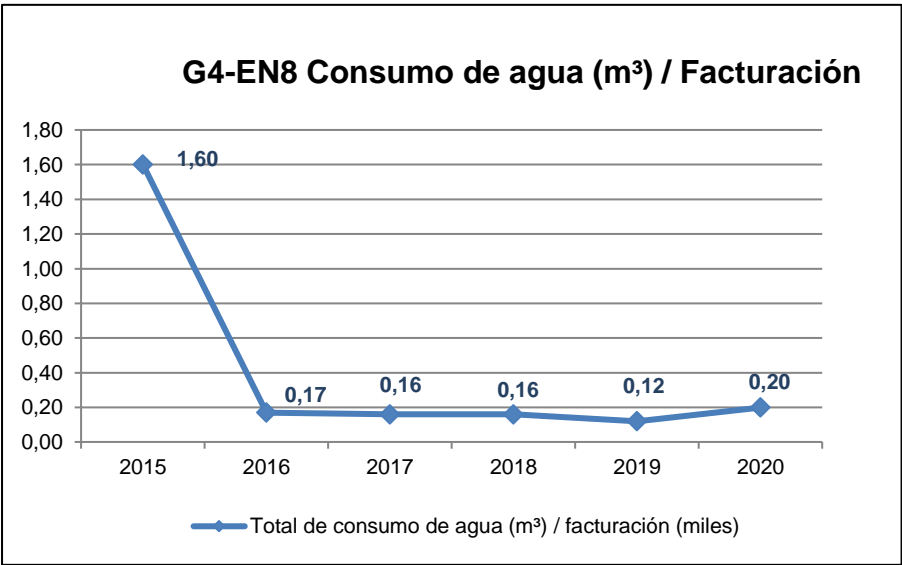
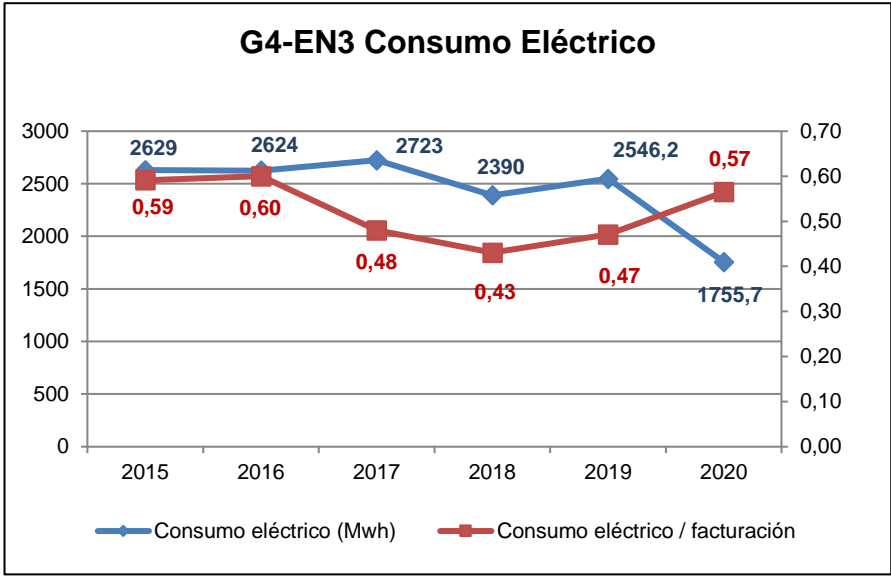
Este apartado se refiere a los Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial.





## 2.3. MEDIO AMBIENTE MEDICIÓN DE INDICADORES

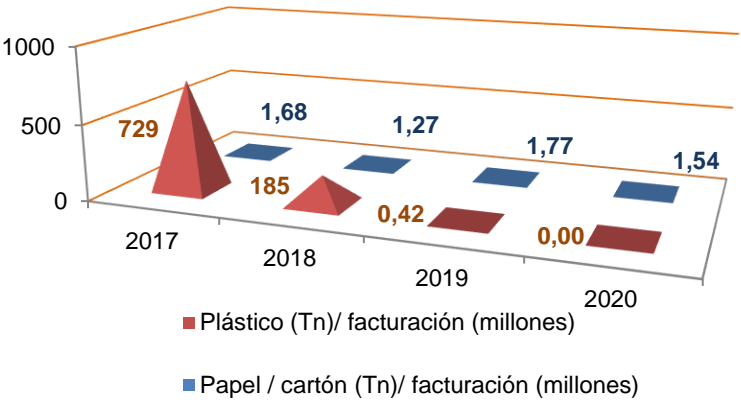
Este apartado se refiere a los Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial.



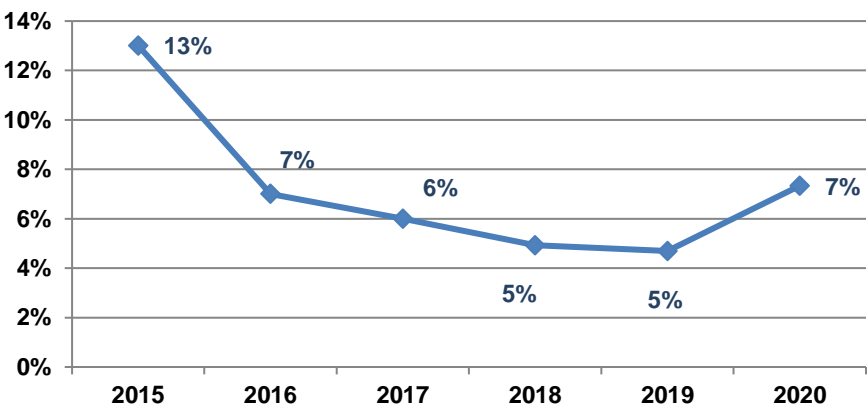
## 2.3. MEDIO AMBIENTE MEDICIÓN DE INDICADORES

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

G4-EN23 Residuos



G4-EN33 Proveedores Evaluados



## **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:

- Siguiendo etapa del cambio progresivo de iluminación en Pabellones
- Mejora del aislamiento en las acometidas de entrada a los climatizadores
- 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
- Planificación y puesta en marcha de varios proyectos de digitalización
- Formación en temas ambientales y de gestión y disminución de residuos tanto a los empleados propios como ajenos
- 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

#### **OBJETIVOS:**

- **Reducir el consumo de electricidad frente a ingresos en un 2%**
- **Reducir el consumo de papel en 5%**
- **Reducir la potencia a 10 kW/año**
- **Uso de termostatos zigbee o similar para apagado de fancoils en salas**
- **Reducir la generación de residuos inertes vs facturación**
- **Mejora aislamiento entrada agua caliente climatizada**
- **Puesta en marcha extensión Planta fotovoltaica**

## 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**

Actualmente no existe una política definida como tal. Se incluirá dentro del código ético.

Aunque no disponemos de una política definida como tal, 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, 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/a 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 repercute 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 la Directora 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://transparenciafycma.malaga.eu/>

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



## **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

#### **INDICADORES**

Definición y medición de indicadores, los valores del 2020 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:

- Definición de una política de transparencia y anticorrupción: Código Ético









Con el apoyo de:

