



# INFORME DE PROGRESO PACTO MUNDIAL

**PALACIO DE FERIAS Y CONGRESOS  
DE MÁLAGA**

2021



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. El ejercicio 2021 ha supuesto un punto de inflexión hacia la reactivación de la actividad ferial y congresual en FYCMA con la vuelta general a la presencialidad. En un contexto marcado aún por el impacto de la pandemia, el recinto malagueño ha retomado la senda de crecimiento sostenido y cohe-*

*rente de la actividad que venía experimentando en los últimos años, con un total de 150 eventos celebrados entre ferias, exposiciones, congresos, convenciones, jornadas y otros actos de diferente índole. Asimismo, cabe destacar el papel que FYCMA ha jugado al servicio de las administraciones públicas en la lucha global contra la pandemia en beneficio de toda la sociedad malagueña y andaluza.*

*En materia de sostenibilidad, debemos congratularnos también por afianzar el compromiso permanente del recinto a través de dos iniciativas de máximo interés como son la inauguración de su segunda planta fotovoltaica y la adhesión a la iniciativa 'Net Zero Carbon Events', un proyecto del Joint Meetings Industry Council. Dos acciones que se suman a otras tantas vinculadas a las mejoras en la metodología de trabajo, nuestro compromiso con la igualdad, con el entorno y con la proyección de valores e iniciativas en beneficio del progreso.*



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 2021:** 6.630.000 €

**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

Adaptación de la estrategia

## 3 PROYECTOS TRANSVERSALES

| VACUNACIÓN COVID   | MÁLAGA CIUDAD SEGURA | MOBILE WEEK |
|--------------------|----------------------|-------------|
| 200.000            | 40.000               | 170         |
| PERSONAS ATENDIDAS | TEST REALIZADOS      | ACTIVIDADES |











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

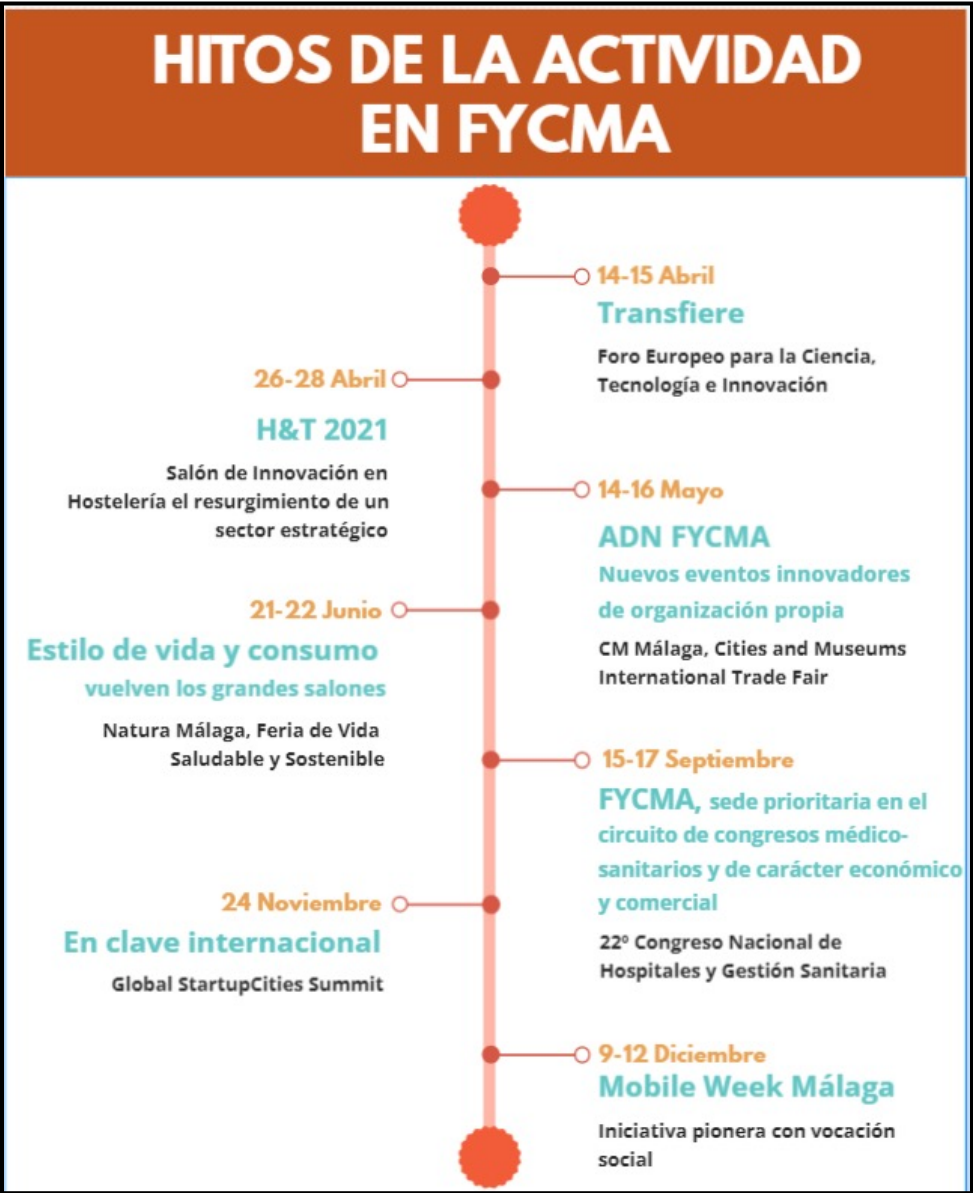
Un resumen del calendario ferial de FYCMA en 2021:

### **2021 EN CIFRAS**

-  **115.530 VISITANTES**
-  **22.146 PARTICIPANTES CONECTADOS**
-  **13 FERIAS Y EXPOSICIONES**
-  **18 CONGRESOS Y CONVENCIONES**
-  **9 EVENTOS VIRTUALES**
-  **TOTAL ACTIVIDAD 150**

# 1. PERFIL DE LA EMPRESA

Un resumen del calendario ferial de FYCMA en 2021:



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

Un resumen del calendario ferial de FYCMA en 2021:

### **ACTIVIDAD CONGRESUAL**

 **CONGRESOS Y CONVENCIONES 18**

 **JORNADAS 21**

 **OTROS ACTOS 86**

 **ASISTENTES TOTALES 44.170**



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

El ejercicio 2021 ha supuesto la vuelta general a la presencialidad del calendario de FYCMA, tanto en el apartado ferial como en el congresual. Con un total de 147 eventos celebrados entre ferias y exposiciones, congresos, convenciones, jornadas y otros actos -más la coordinación de Mobile Week Málaga y los proyectos de vacunación y realización de test de la campaña 'Málaga Segura', el recinto ha registrado unos indicadores de actividad muy próximos al escenario prepandemia, acordes a un contexto en el que la movilidad internacional ha estado aún limitada y a una compleja situación sociosanitaria en el primer trimestre del año.

Con todo ello, FYCMA retomó su calendario a partir del segundo trimestre. Se inició así una dinámica de crecimiento continuado hasta final de año que culminó con la organización y coordinación de un proyecto de ciudad de carácter transversal y pionero que refuerza su rol como herramienta de gestión que trasciende al propio edificio: Mobile Week Málaga.

El calendario de FYCMA en 2021 es un claro ejemplo de la convivencia armónica y enriquecedora de los ejes que sustentan la estructura de negocio: como organizador y promotor de ferias y foros sectoriales de base innovadora principalmente, así como proveedor de espacios y servicios para otros organizadores. Ambas dimensiones son atendidas desde un posicionamiento cada vez más afianzado y evidente: el de un instrumento de gestión de alto valor que proporciona, además de instalaciones de referencia, equipo y conocimiento especializado para proyectos transversales al servicio del desarrollo económico social de su territorio.

### **Escenario para la esperanza**

Todo análisis de la actividad de FYCMA en 2021 debe detenerse en el papel que ha desempeñado el recinto en las principales iniciativas promovidas por las administraciones para encarar la pandemia y aportar soluciones para la recuperación. Entre ellas, cabe destacar la habilitación del Palacio como principal vacunódromo de la provincia, constituyendo durante meses uno de los escenarios de referencia que han ejemplificado el reto colectivo de la vacunación contra la Covid-19.

Ha coordinado y ha sido sede principal 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. Ha albergado la realización de test rápidos de antígenos a profesionales de los colectivos adheridos, lo que se traduce en más de 40.000 test realizados entre profesionales y usuarios pertenecientes a 73 asociaciones del tejido empresarial turístico y comercial de la ciudad. La iniciativa, que tuvo lugar hasta septiembre de 2021, movilizó parte del equipo humano del recinto, responsable tanto de la logística de la iniciativa como de la gestión de citas.



## **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.

### **Eventos en un entorno seguro**

La apuesta de FYCMA durante el ejercicio 2021 ha sido la de mantener sus niveles normales de actividad, priorizando el desarrollo de entornos seguros y la diversificación de escenarios.

Con un primer trimestre del año aún marcado por el complejo contexto socio sanitario se mantuvo su riguroso protocolo de seguridad así como también el esfuerzo en transformación digital e instalación de tecnologías contactless en la organización de los encuentros. Ello le valió a FYCMA el reconocimiento de AMETIC – la gran patronal de la industria tecnológica española-, que le concedió el galardón al mejor 'Protocolo de Seguridad Sanitaria' en la tercera edición de los Premios Digital Tourist en el mes de junio de 2021.

### **TECNOLOGÍA PIONERA**

#### **1. Prueba piloto con dispositivos de distanciamiento interpersonal en los eventos presenciales**

Gracias a la alianza con la multinacional malagueña de componentes electrónicos Grupo Premo, con la que se impulsó una prueba piloto con dispositivos de distanciamiento interpersonal en los eventos presenciales. Así, la empresa tecnológica presentó en primicia en los eventos profesionales que organiza el Palacio el proyecto EPI-DWS (Equipo de Protección Individual - Distance Warning System), en Transfiere y se continuó utilizando en varios de los eventos que ha organizado el recinto.



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

### **2. Sistema inteligente de control de aforos y flujos de personas creado por la empresa española de Big Data Wizzie Analytic**

Este análisis inteligente de los datos durante la feria Aotec permitió la detección instantánea de zonas de alta ocupación o de tráfico para poder actuar desde el primer momento. Así, las instalaciones se convirtieron en un recinto inteligente para extremar la seguridad de los asistentes.

### **3. Sistema de desinfección de aire con luz ultravioleta C y tecnología Signify**

FYCMA se convirtió en 2021 en el primer palacio de ferias y congresos de España con un sistema de desinfección de aire con luz ultravioleta C y tecnología signify. La luminaria utiliza un sistema germicida ultravioleta C (UV-C) para la desinfección de aire y objetos, que se ha instalado en una de las salas multiusos del Palacio. La iniciativa fue puesta en marcha a través de una propuesta de Datlight, integradora, instaladora y distribuidora en Málaga, que ha impulsado este proyecto piloto para la posible aplicación en el sector MICE de la tecnología UV-C del líder mundial en iluminación Signify.





## 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 2021.

**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](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:

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

Alcalde-Presidente del Excmo.

Vicepresidenta - Dña. María Rosa Sánchez Jiménez  
Partido Popular

Concejala del Grupo Municipal del

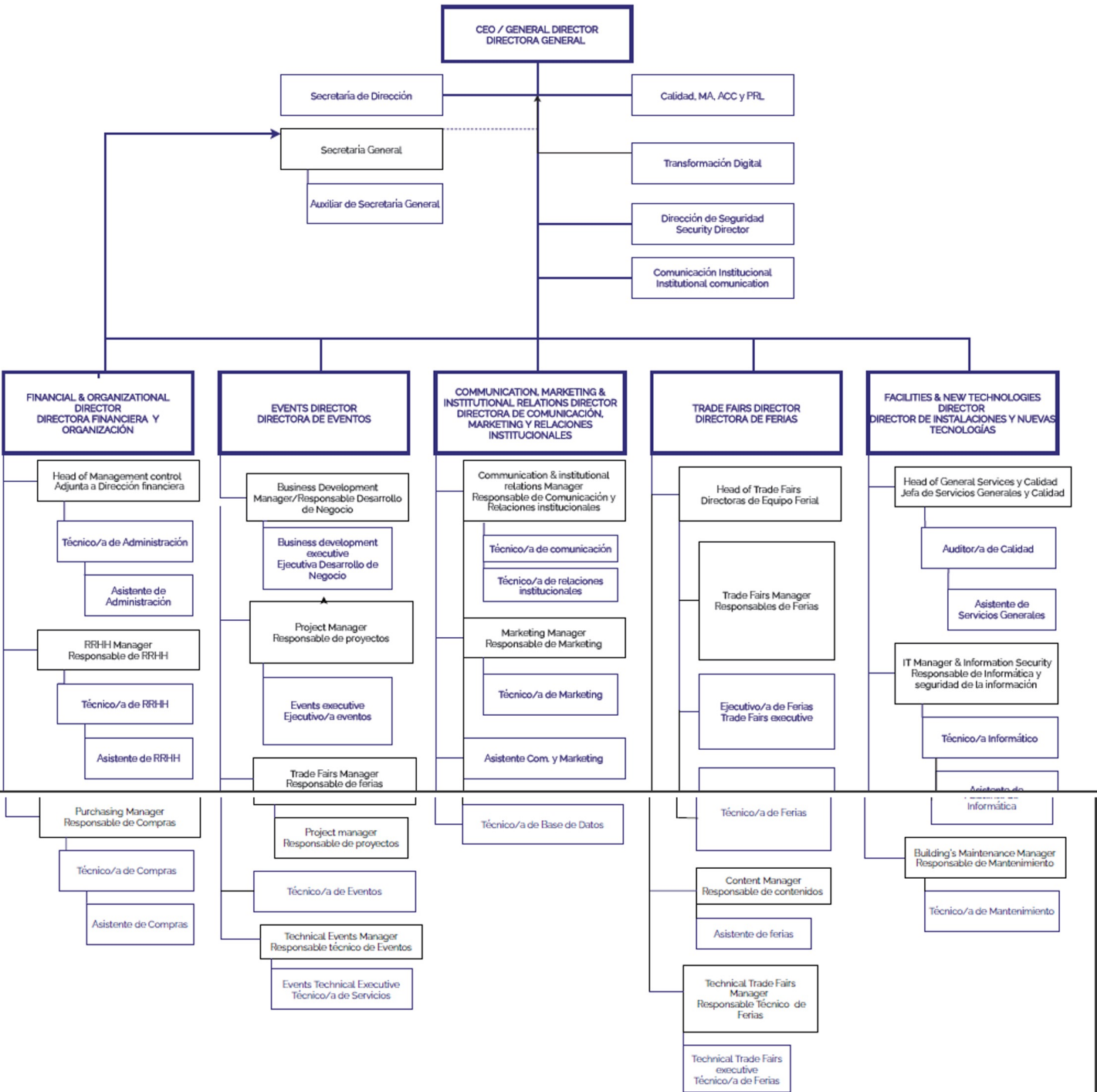
### Consejeros

Dña. Susana Carillo Aparicio  
D. Carlos Conde O'Donnell  
D. Mariano Ruiz Araújo  
Dña. Mª del Carmen Martín Ortiz  
D. Pablo Orellana Smith  
D. Nicolás Eduardo Sguiglia  
D. Alejandro Carballo Gutiérrez

Concejala del Grupo Municipal del Partido Popular  
Concejal del Grupo Municipal del Partido Popular  
Concejal del Grupo Municipal Socialista  
Concejala del Grupo Municipal Socialista  
Concejal del Grupo Municipal Socialista  
Concejal del Grupo Municipal Adelante Málaga  
Concejal del Grupo Municipal Ciudadanos-Partido de la Ciudadanía

# 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:**

*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. También se ha convertido en el principal *vacunódromo* de la provincia, constituyendo durante meses uno de los escenarios de referencia que han ejemplificado el reto colectivo de la vacunación contra la Covid-19.

*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 2021 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 2021:

- Se mantiene la valoración de la atención al cliente, que puntúa con un 9,77 sobre 10.
- El 100% de las organizaciones que confían en FYCMA para celebrar sus eventos recomendaría su experiencia en el Palacio.
- Ha subido 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 9.
- También ha aumentado la valoración global tanto de expositores como de organizadores, obteniendo una puntuación de 8,27 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 2021, 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 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 61 actividades entre cursos, talleres y sesiones digitales que se traducen en 1.698 horas de formación, de las que un 73,7% se han dedicado al aprendizaje y desarrollo de habilidades tecnológicas y digitales.

La plantilla se conforma de la siguiente manera en 2021: 65% indefinida, el 65% son mujeres, el 67% tienen una antigüedad superior a tres años, con una media de edad de 42 años.

- **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 360°, elemento vertebrador del ecosistema de innovación.
- Mobile Week Málaga, una iniciativa pionera con vocación social.
- Emisiones en streaming para amplificar audiencias y generar nuevos escenarios.
- 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 es necesario apuntar que se ha aumentado el número de eventos celebrados, un total de 150, lo que supone un incremento importante respecto al año anterior, y una vuelta al nivel de la actividad prepandemia.

2021 ha supuesto un punto de inflexión en el camino hacia la reactivación de la actividad ferial y congresual, consiguiendo FYCMA mantener su calendario gracias a un ambicioso plan de adaptación a un contexto más digital y accesible.

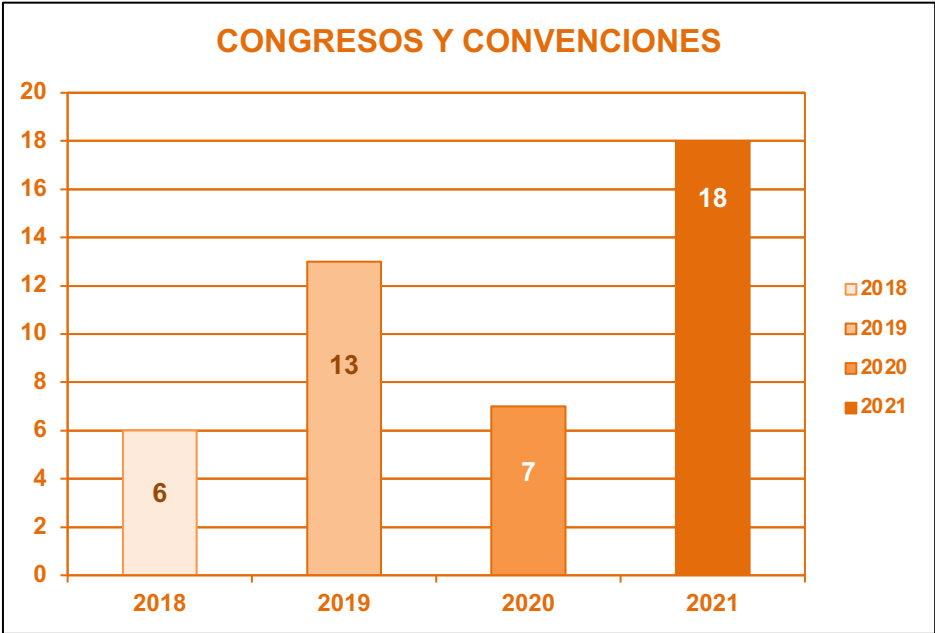
FYCMA es miembro de pleno derecho de las siguientes organizaciones regionales, nacionales e internacionales:

- 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)



# 1. PERFIL DE LA EMPRESA

## Grupos de Interés



# 1. PERFIL DE LA EMPRESA

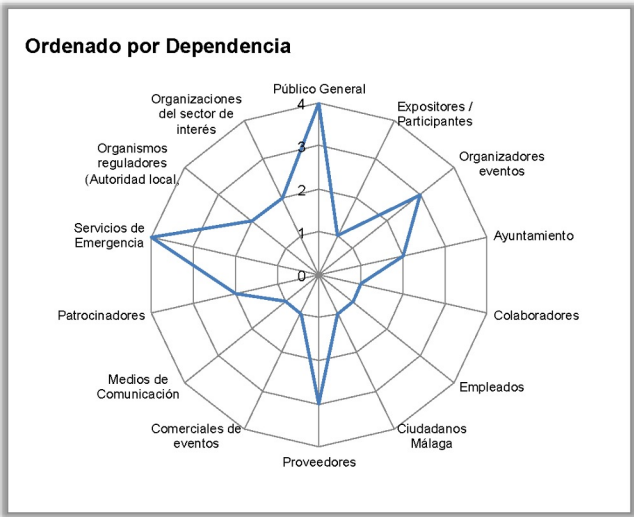
## Grupos de Interés

### 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:



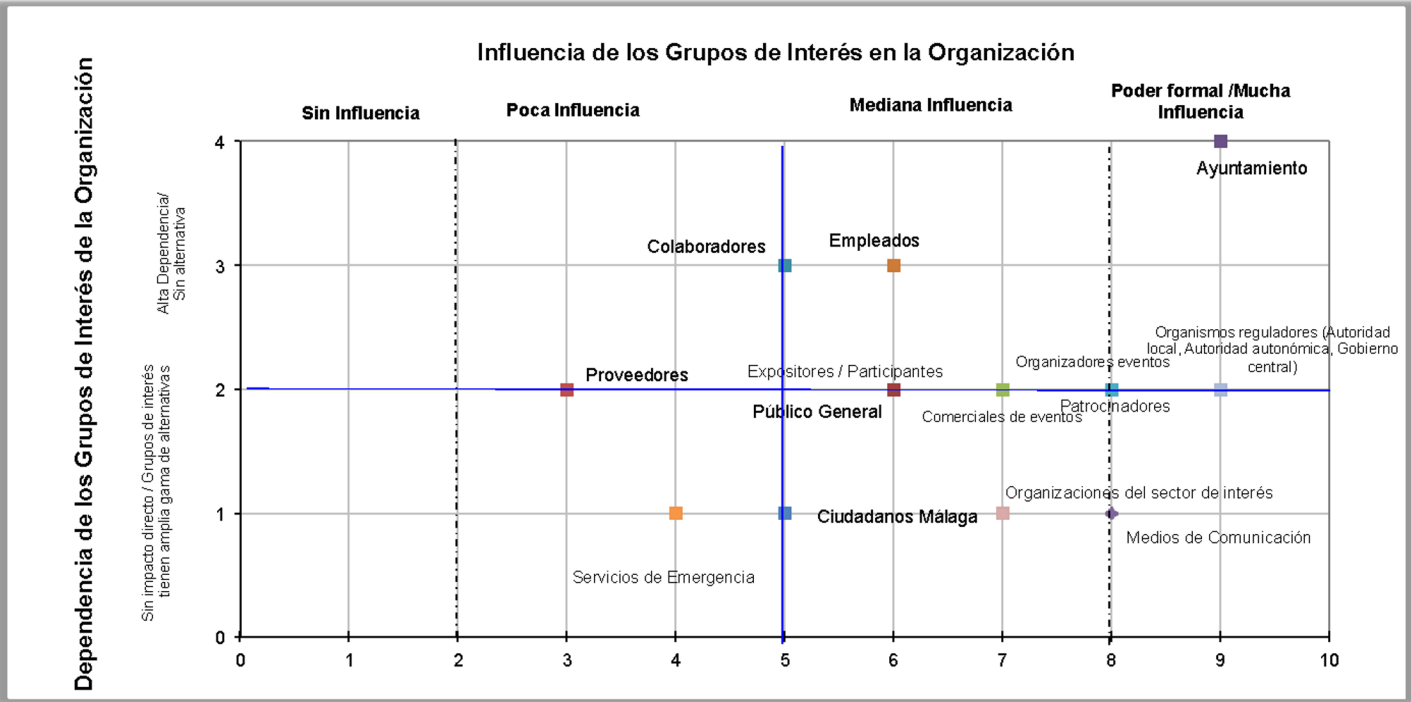
# 1. PERFIL DE LA EMPRESA

## Grupos de Interés

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:





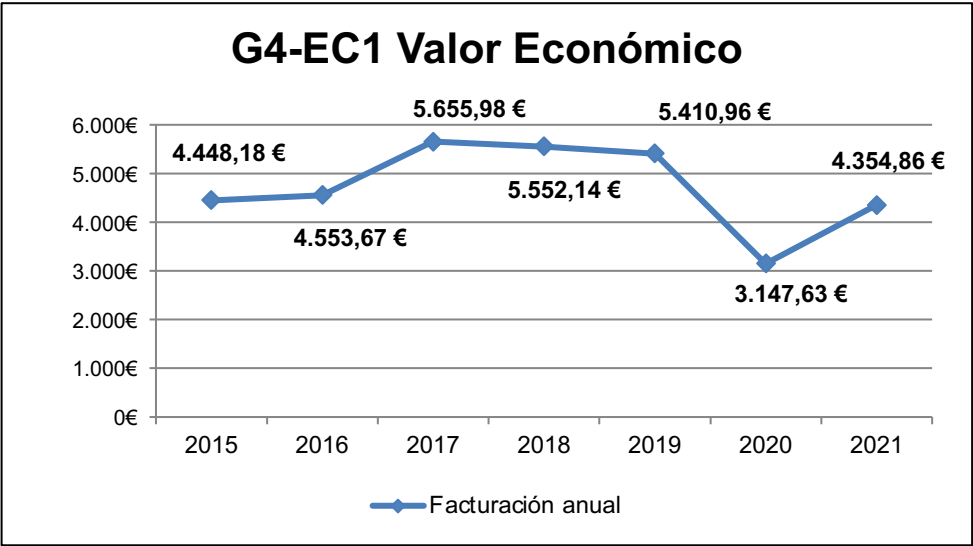
# 1. PERFIL DE LA EMPRESA

## Grupos de Interés

### Datos sobre el ejercicio 2021

La intensidad del calendario iniciado en abril y los esfuerzos realizados posteriormente para la reactivación paulatina de la actividad, han permitido alcanzar una facturación de 6.630.000€ y un impacto económico estimado en la ciudad de 105 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).

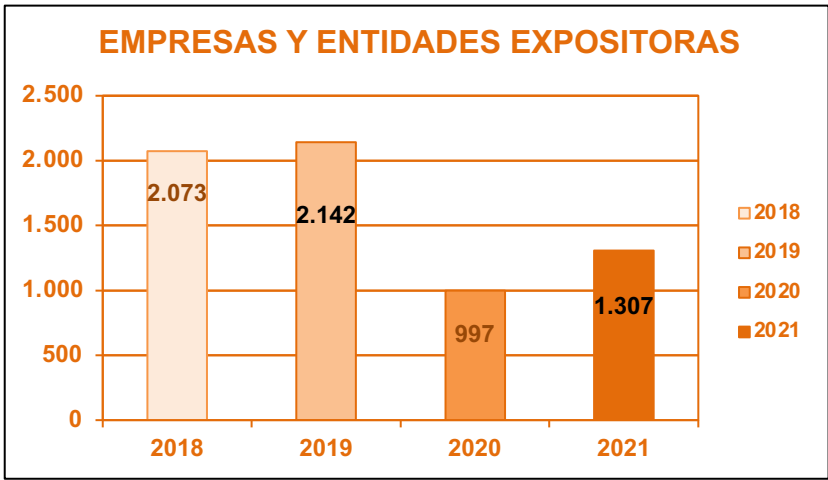
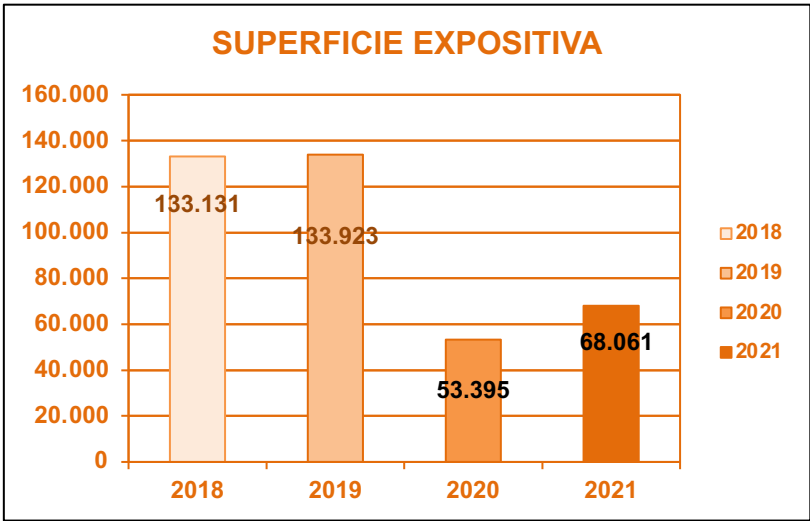
En base a ello, se estima que la actividad de FYCMA en 2021 ha generado unos 6.000 empleos directos e indirectos.



# 1. PERFIL DE LA EMPRESA

## Grupos de Interés

Datos sobre el ejercicio 2021



## 1. PERFIL DE LA EMPRESA

### Grupos de Interés

Datos sobre el ejercicio 2021

#### 2021 EN CIFRAS

- 13 FERIAS Y EXPOSICIONES
- 18 CONGRESOS Y CONVENCIONES
- 21 JORNADAS
- 86 OTROS ACTOS
- 9 EVENTOS VIRTUALES
- 3 PROYECTOS TRANSVERSALES

- 147 EVENTOS
- 111.530 VISITANTES Y ASISTENTES
- 22.146 PARTICIPANTES CONECTADOS
- 1.307 EXPOSITORES
- 225.097 m<sup>2</sup> BRUTOS
- 68.061 m<sup>2</sup> NETOS

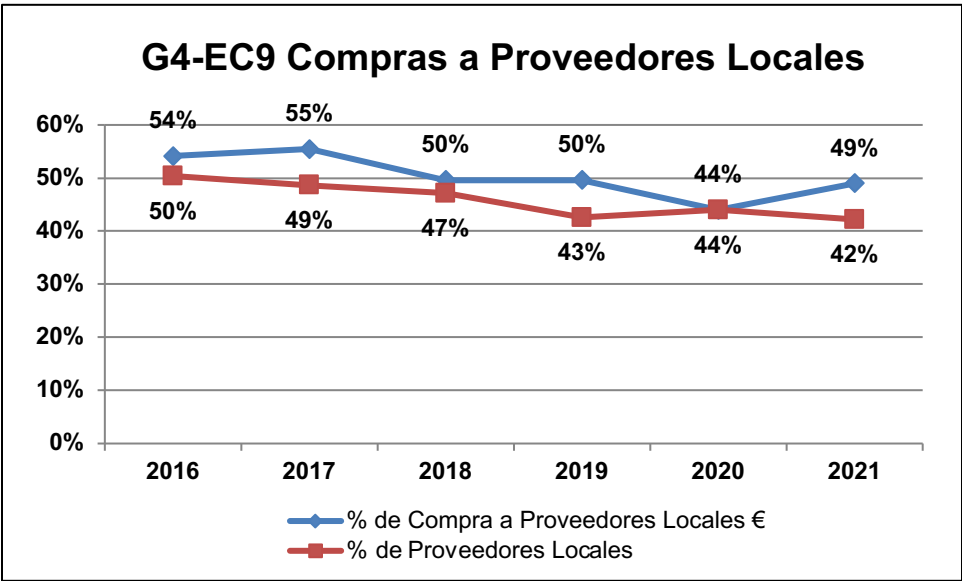


# 1. PERFIL DE LA EMPRESA

## Grupos de Interés

### Datos sobre el ejercicio 2021:

Desde que se inició la actividad esta fue en aumento durante el resto del año, lo que ha implicado el incremento de compras en euros, al igual que el número de proveedores totales, alcanzándose niveles similares a años anteriores a la situación provocada por la pandemia. Mientras que el número de proveedores locales ha bajado ligeramente.



## **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...<br>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. |

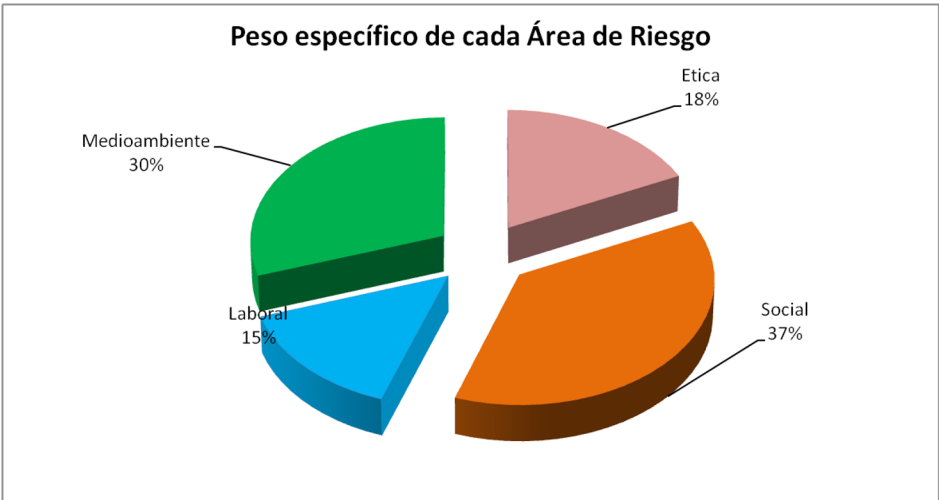


## 2.0. ANÁLISIS DE RIESGOS

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:

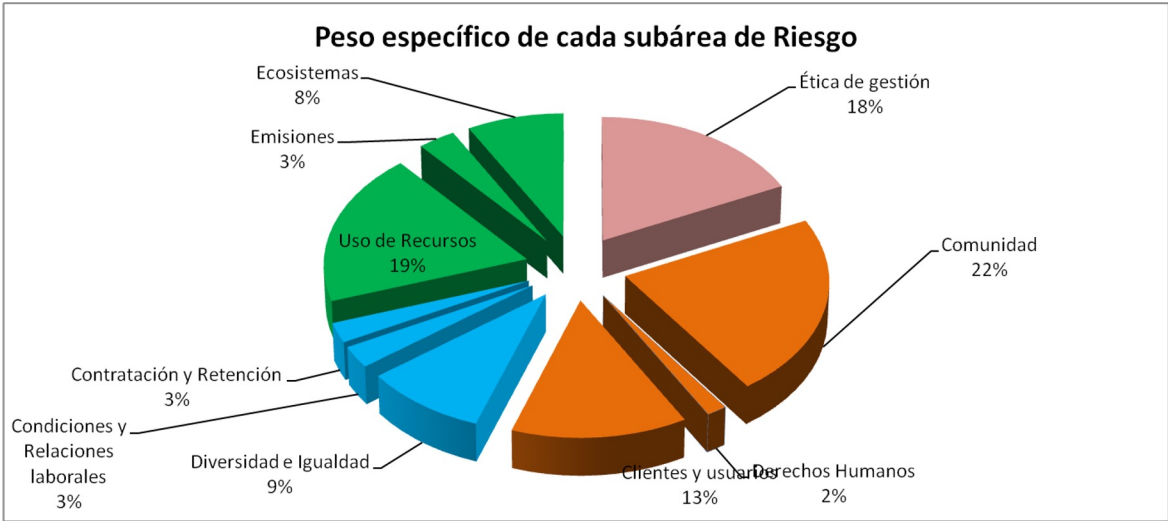


Se puede observar que se han realizado esfuerzos en lo social y ética, siendo menos probable que ocurran incidentes negativos relacionado con ello.



## 2.0. ANÁLISIS DE RIESGOS

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



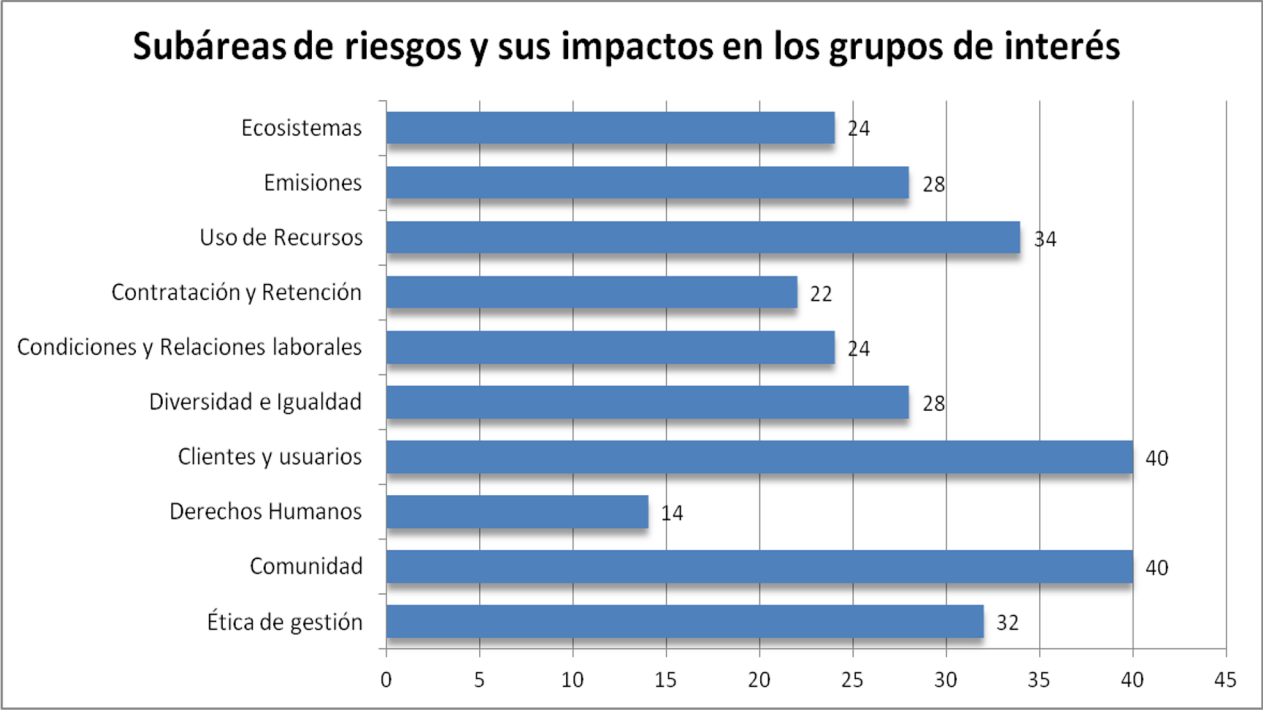
Dentro del área social, la comunidad sigue teniendo un valor alto en su zona de riesgo, un 22%, siendo los grupos de interés que tienen el valor más alto.

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.

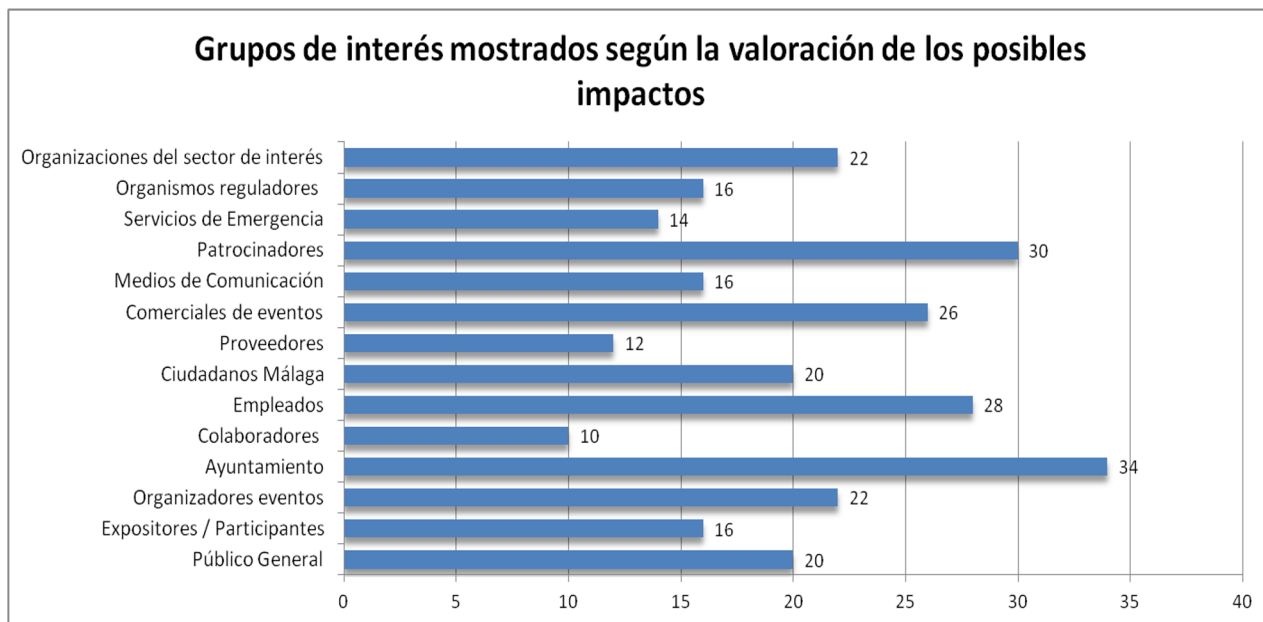






## 2.0. ANÁLISIS DE RIESGOS

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.

De esto modo, el Palacio ha recibido una serie de certificaciones expedidas por los organismos competentes que acreditan la calidad en los procedimientos empleados y el compromiso contraído con determinados asuntos de interés general como la accesibilidad universal y el medio ambiente.

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**

FYCMA ha realizado una revisión exhaustiva de su metodología de trabajo y procedimientos con el objetivo de implantar un programa de cumplimiento normativo que impulse un modelo de organización y gestión más eficiente y eficaz desde el punto de vista jurídico. Se trata de una iniciativa llevada a cabo en tres fases de ejecución que se ha visto concretada en la implantación de un Sistema Compliance destinado a ajustarse 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.

Desde su actividad, FYCMA promueve 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 60 por ciento por mujeres -cifra que en el equipo directivo asciende a más del 80 por ciento-. Así, ha sido 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).

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 ha participado en diferentes iniciativas de colaboración con asociaciones, colectivos e iniciativas que velan por la igualdad de oportunidades, por el desarrollo sostenible y la lucha contra la injusticia social. Como la ONG Madre Coraje, así como la campaña 'Reciclando Solidaridad', ha colaborado en la iniciativa 'Tapones para Carmen' con la recogida y entrega de tapones para ayudar a sufragar los cuidados que mejoren la calidad de vida de Carmen, que padece el síndrome Prader Willi. También con el proyecto Correr Conciencia, que une deporte, solidaridad e investigación contra el cáncer.

## 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

En la consecución de estos objetivos de normalización de la actividad tuvo un papel fundamental no solo la implementación de este protocolo higiénico-sanitario, de referencia en el sector, sino también el esfuerzo en transformación digital e instalación de tecnologías *contactless* en la organización de los encuentros. Ello le valió a FYCMA el reconocimiento de AMETIC -la gran patronal de la industria tecnológica española-, que le concedió el galardón al mejor 'Protocolo de Seguridad Sanitaria' en la tercera edición de los Premios Digital Tourist en el mes de junio de 2021

Algunas de las acciones llevadas a cabo en el ejercicio 2021 en materia de prevención de riesgos laborales, así como reforzamiento del sistema de seguridad para todos los públicos de FYCMA, son:

- Realización de una evaluación de riesgos psicosociales y planificación de acciones resultantes de la misma.
- Estudio de la reubicación de puestos de trabajo por falta de iluminación.
- Autoprotección:  
Mejora de la supervisión de los accesos para trabajo en altura.  
Mejora de la supervisión y seguridad ante estas exposiciones a agentes químicos.

#### 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:

- Se cuenta con una maqueta Tifloactiva de todas las zonas de visita, aún no se encuentra disponible al público ya que se están realizando los últimos ajustes de la misma.
- Se ha iniciado el cambio de barras en todos los baños para personas con discapacidad.
- Se ha modificado la ubicación del cambiador de bebés de uno de los baños de hombres, a la cabina para personas con discapacidad.



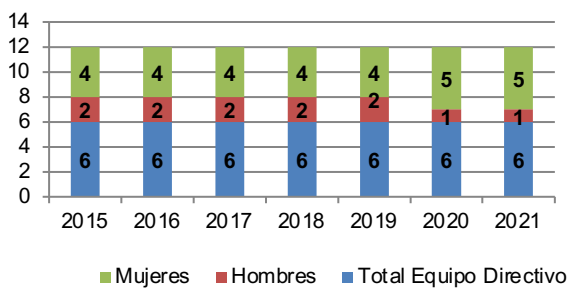


## 2.1. DERECHOS HUMANOS MEDICIÓN DE INDICADORES

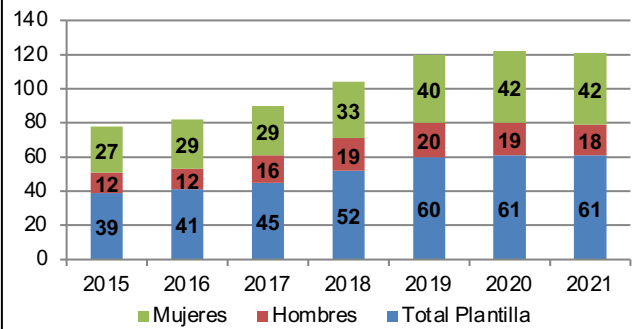
*Este apartado se refiere a los Principios 1 y 2 del Pacto Mundial.*

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.

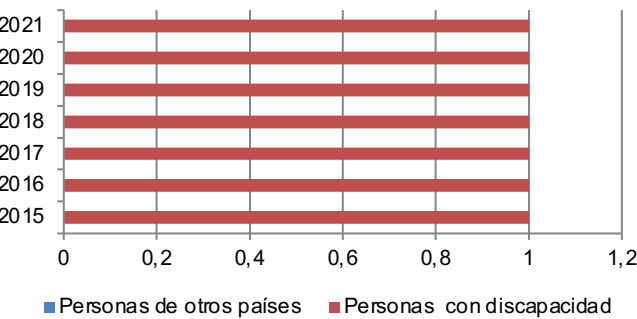
**G4-LA12 Composición Dirección Sexo**



**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 ha realizado en 2021 una revisión exhaustiva de su metodología de trabajo y procedimientos con el objetivo de implantar un programa de cumplimiento normativo que impulse un modelo de organización y gestión más eficiente y eficaz desde el punto de vista jurídico. Se trata de una iniciativa llevada a cabo en tres fases de ejecución que se ha visto concretada en un Sistema Compliance destinado a ajustarse 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. Esta guía incluye el código ético, donde se recogerán 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 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'.



## 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 65 % 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 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 más del 60 por ciento por mujeres -cifra que en el equipo directivo asciende a más del 80 por ciento-. Así, ha sido 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). 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.

### **ACCIONES**

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.

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.

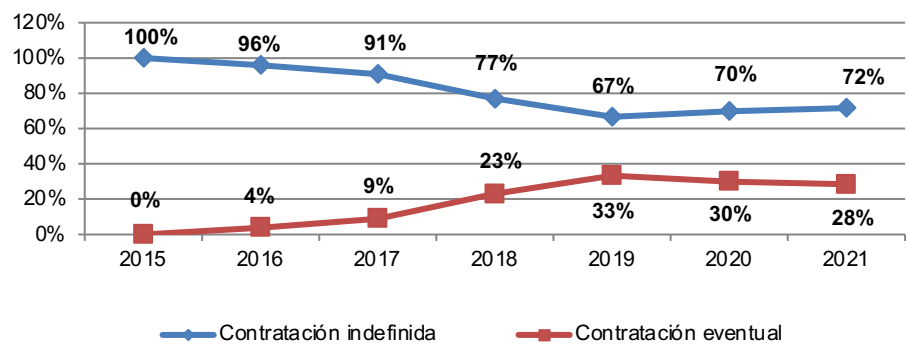
Durante el 2021, FYCMA ha impulsado la realización de formaciones específicas entre el equipo con el objetivo de seguir mejorando las competencias necesarias en el desempeño de la actividad. En total, han sido más de 61 actividades entre cursos, talleres y sesiones digitales que se traducen en 1.698 horas de formación, de las que un 73,77% se han dedicado al aprendizaje y desarrollo de habilidades tecnológicas y digitales.



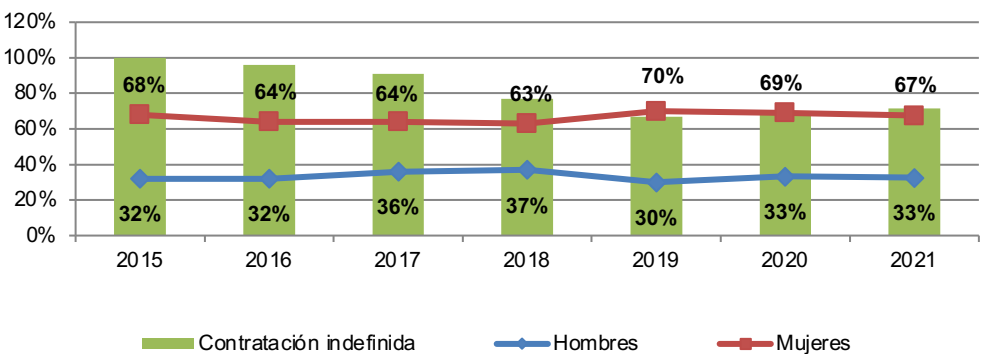
## 2.2. NORMAS LABORALES MEDICIÓN DE INDICADORES

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

**G4-LA1 Tipo de Contratación**



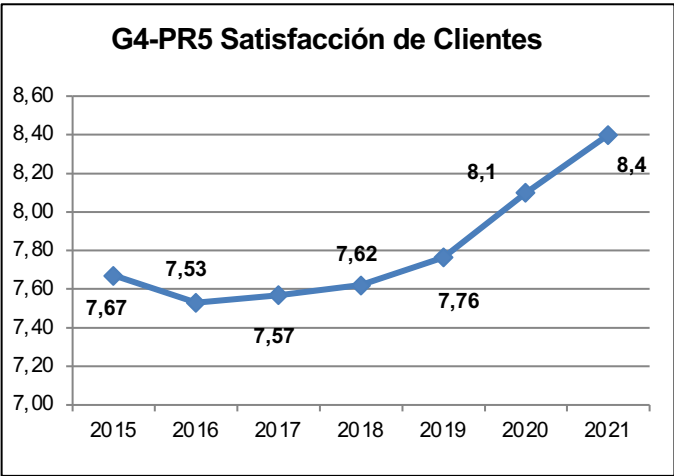
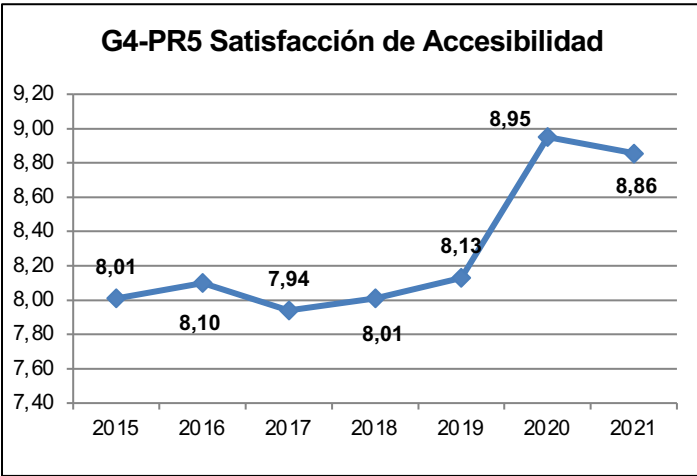
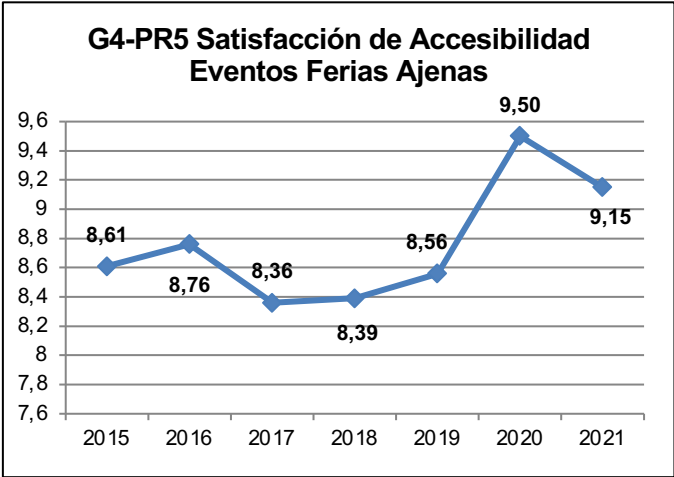
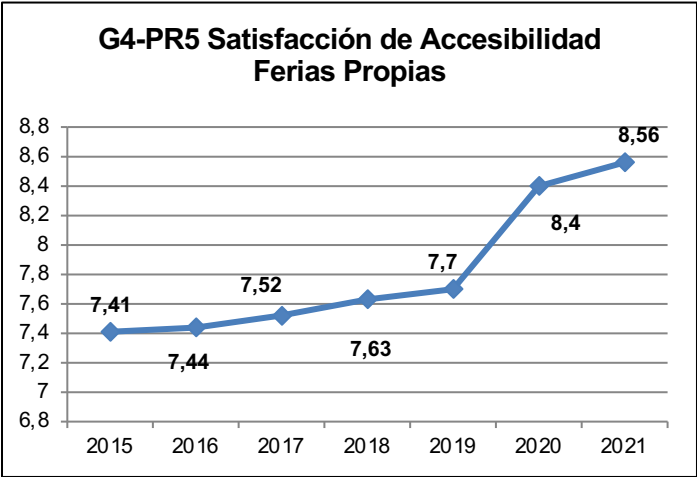
**G4-LA1 Contrato Indefinido por Sexo**





## 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:

- Reiteramos el compromiso de realización de un código ético que forma parte del Sistema de Compliance que está en proceso de desarrollo-implantación.
- Se revisa el Plan de Igualdad, implantado a través del Ayuntamiento de Málaga, y se ponen en marcha varias acciones para la implantación efectiva del mismo.
- 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:
  - Ética 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"

## 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.
- Los proveedores son evaluados en con 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.



## **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 segunda planta fotovoltaica de 30kW para fomentar el autoabastecimiento. Este año ha operado la nueva planta fotovoltaica de autoconsumo, con una generación de 31.000 kWh. 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.
- La adhesión a la iniciativa 'Net Zero Carbon Events', un proyecto 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
- Sustitución de luminarias por dispositivos LED: Se han modificado 192 luminarias con una reducción de potencia instalada de 14.2 kW.
- Mejora de los equipos de monitorización y control .
- El consumo energético neto ha sido de 4,39 GWh. Los usos más significativos siguen siendo Calderas (24%) y Climatización (39%).
- Iluminación y equipos (16%) cae en porcentaje debido al crecimiento de los anteriores. Desde otro punto de vista, el 60% consumida de la energía es usada en actividades con ingreso.





## 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

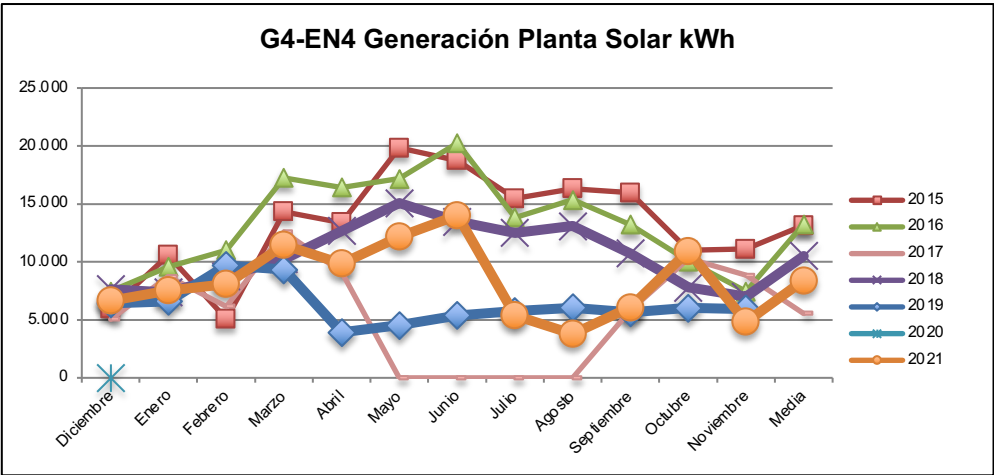
Este apartado se refiere a los Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial.



### PLANTA FOTOVOLTAICA

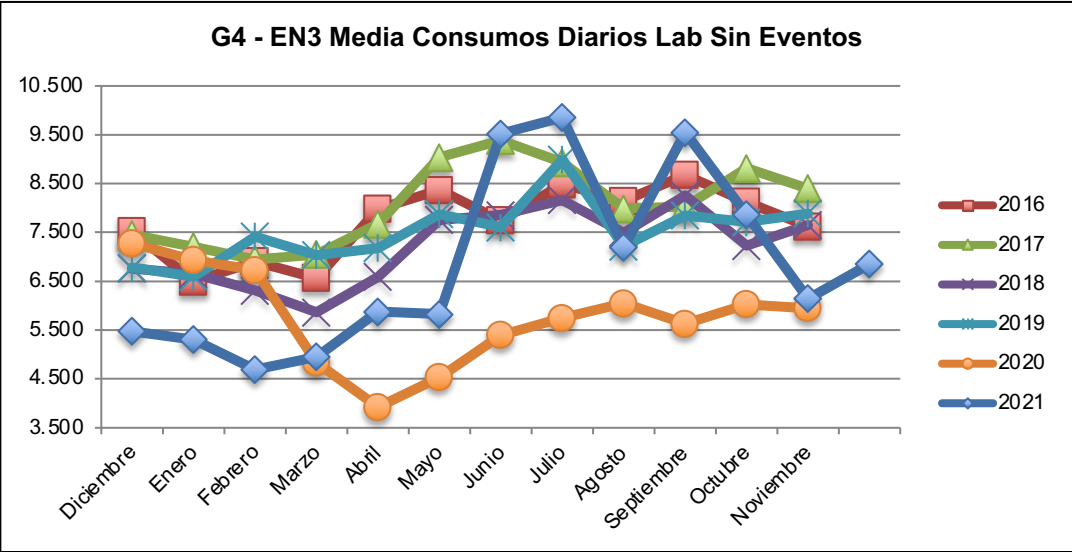
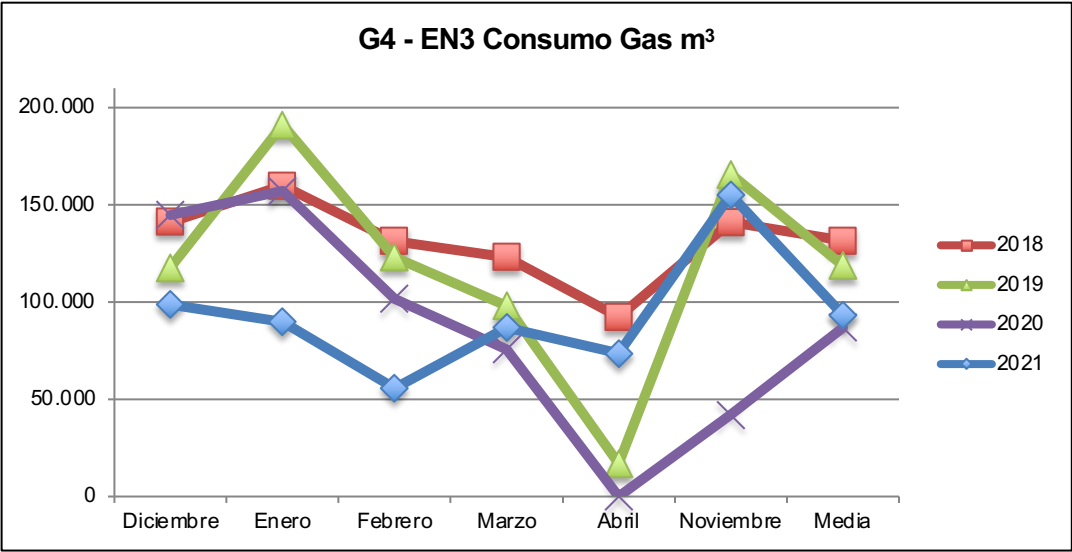
- La planta fotovoltaica de FYCMA se inauguró en 2008 y se amplió en 2020, siendo la puesta en marcha de la ampliación en 2021..
- Su producción media anual es de 141 megavatios hora de energía limpia y su récord anual está en 168 MWh. La media del 2021 fue de 84 MWh

En 2021, se ha ampliado este huerto solar con 75 nuevos paneles fotovoltaicos capaces de producir picos de potencia de hasta 27 kilovatios en condiciones meteorológicas óptimas.



## 2.3. MEDIO AMBIENTE MEDICIÓN DE INDICADORES

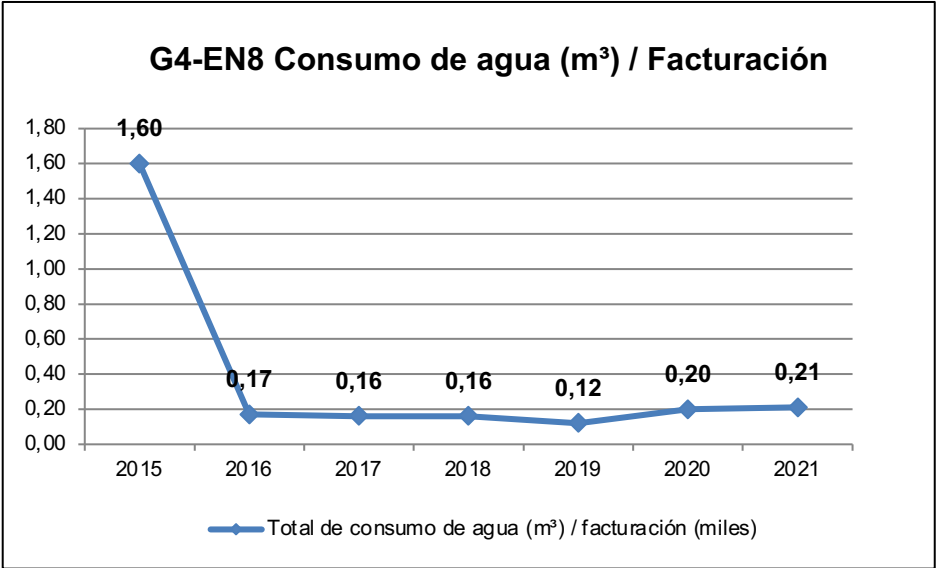
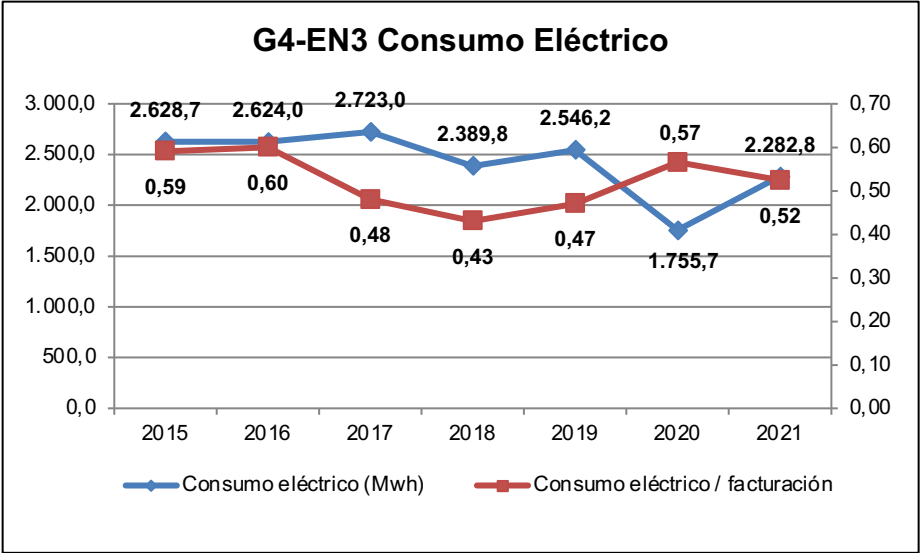
Este apartado se refiere a los Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial.





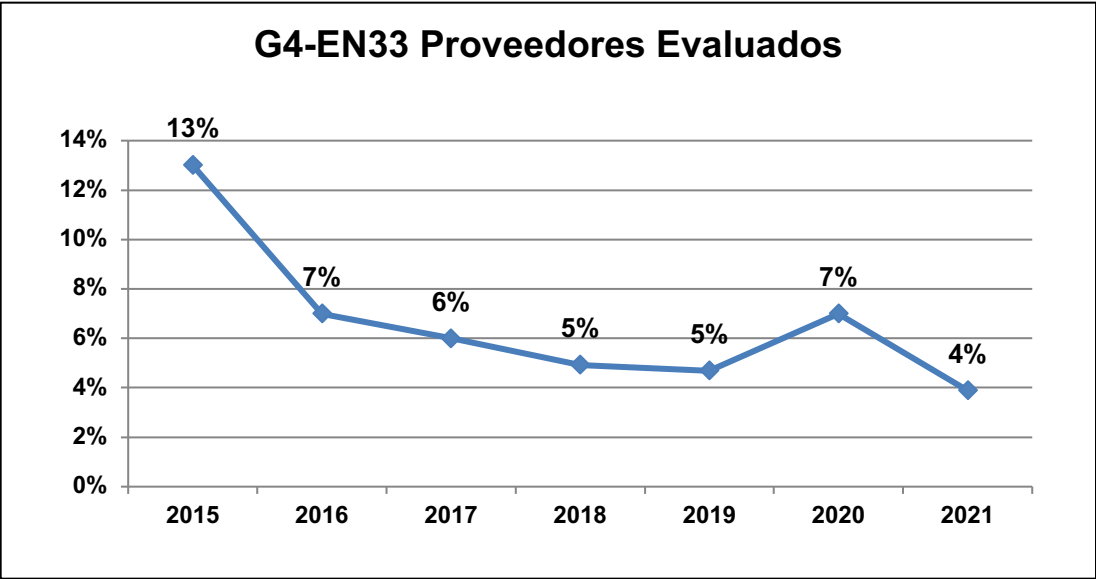
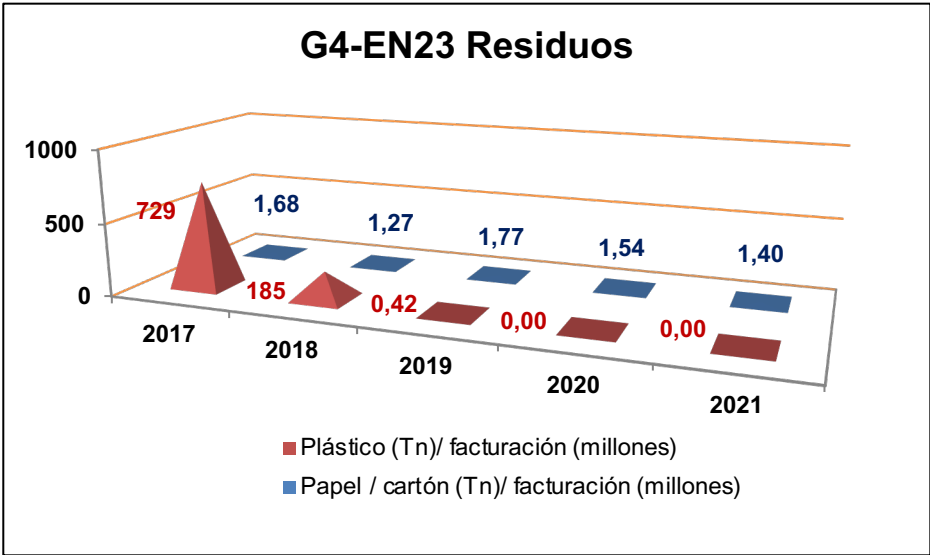
## 2.3. MEDIO AMBIENTE MEDICIÓN DE INDICADORES

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 .
- Rediseño zona de reciclaje en antepatio de carga.
- Recuperación de soportes Rollup para reúso.
- Compra de contenedores para materiales de reúso (lonas, cartón pluma...).
- Moqueta ferial reciclable: pruebas de utilización.
- Formación en temas ambientales y de gestión y disminución de residuos tanto a los empleados propios como ajenos.

#### **OBJETIVOS:**

- Reducir el consumo de electricidad frente a ingresos en un 2%.
- Reducir el consumo de papel en 5%.
- Reducir la potencia a 7,5 kW/año.
- Reducir la generación de residuos inertes vs facturación.
- Reducción de al menos un 5% residuos por ahorro, reciclado o reúso.



## 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 que forma parte del Sistema de Compliance que está en proceso de desarrollo-implantación. Aún 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://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 correspondientes al 2021 son:

- N° de licitaciones publicadas: 24.
- N° 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 que irá integrado en el sistema de Compliance en el que identificamos los riesgos operativos y legales para establecer mecanismos internos de prevención, gestión, control y reacción frente a los mismos. En este sistema incluimos una serie de objetivos como son:
  - Prevención de los delitos.
  - Detección de las conductas delictivas, para lo que se debe implementar un canal de denuncias interno.
  - Reacción ante las conductas delictivas, es decir, la acción disciplinaria contra quienes han cometido o estaban cometiendo un delito en el seno de la empresa.







Con el apoyo de:

