INFORME DE PROGRESO
PACTO MUNDIAL

PALACIO DE FERIAS Y CONGRESOS DE MÁLAGA

ÍNDICE

0. CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO

1.PERFIL DE LA EMPRESA

2.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 Paco Mundial de la iniciativa Global Compact. En virtud de nuestra naturaleza pública y el papel que desempeñamos como herramienta de progreso y desarrollo dentro de una comunidad, la transparencia y la gestión responsable son un fin y un camino.

Global Compact nos permite estructurar y evaluar este compromiso, congratularnos ante los avances e identificar áreas de mejora. Esto no sería posible sin el trabajo coordinado y entusiasta de nuestro equipo humano, implicado al 100% con este propósito, así como de proveedores, colaboradores, clientes y grupos interés. Estamos plenamente convencidos de que nuestra actividad diaria nos ofrece una magnífica oportunidad de promover valores vinculados a la sostenibilidad y la responsabilidad en el ámbito social, económico y ambiental. Así lo hemos hecho en este 2017 –en el que han tenido lugar un total de 124 eventos con más de 360.000 personas- y así lo seguiremos haciendo en el futuro.

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

Mail: info@fycma.com

Directora General: Yolanda de Aguilar Rosell

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

Número de empleados: 45

Facturación 2017: 5.655.979,36

Ámbito de actividad La actividad se desarrolla en nuestras instalaciones en Málaga capital, pero el ámbito de actuación es internacional

1. PERFIL DE LA EMPRESA

1. PERFIL DE LA EMPRESA

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.

***Premios o distinciones* recibidas y/o iniciativas en las que participa o está adherido con relación a los 10 Principios o en materia de Responsabilidad Social Empresarial:**

- Pacto Mundial de Naciones Unidas
- Plan de Igualdad del Ayuntamiento de Málaga
- Colaboración en el Proyecto Smartcity Málaga
- Certificación en Gestión Ambiental de acuerdo a ISO 14001.
- Certificación en Gestión energética de acuerdo a ISO 50001.
- Certificación en Seguridad y Salud Laboral de acuerdo a OHSAS 18001.
- Certificación en Accesibilidad Universal de acuerdo a UNE EN 170001.
- Certificado Gestión de Sostenibilidad de Eventos ISO 20121

Grupos de interés

- Ayuntamiento
- Empleados
- Organizadores eventos
- Comerciales de eventos
- Expositores / Participantes
- Público General
- Medios de comunicación
- Patrocinadores
- Colaboradores habituales
- Proveedores
- Ciudadanos de Málaga
- Servicios de emergencia

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.

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 2017.

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: La Empresa Municipal de Iniciativas y Actividades Empresariales de Málaga S.A. Palacio de Ferias y Congresos de Málaga 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. Por extensión, ponemos de relieve nuestra intención de seguir compatibilizando todas nuestras decisiones de gestión empresarial con el modelo de ética y valores con el que asumimos conseguir una sociedad más justa y mejor., fomentando también la certificación de sistema de gestión de eventos sostenibles.

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

1. PERFIL DE LA EMPRESA

Estructura de Gobierno/ Dirección de la empresa

FYCMA es Sociedad anónima, pública, dependiente de la Empresa Municipal PROMÁLAGA. Es propietaria el Ayuntamiento de Málaga en un 100% tanto de la instalación como de la actividad. Los miembros del Consejo de Administración son:

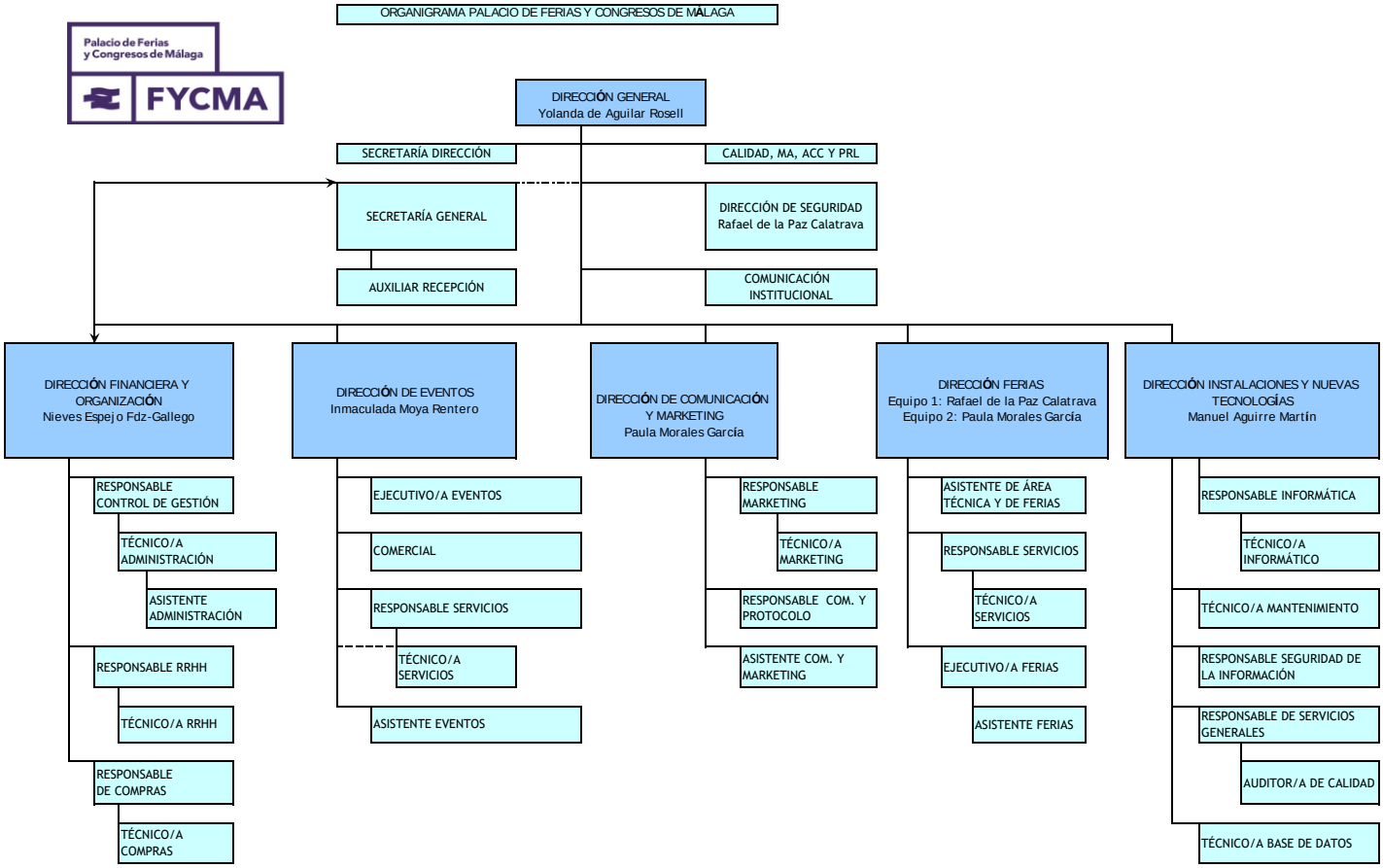
Presidente - Excmo. Sr. D. Francisco de la Torre Prados Excmo. Ayuntamiento de Málaga
Vicepresidente D. Mario Cortés Carballo Excmo. Ayuntamiento de Málaga

Consejeros

D. Carlos Conde Excmo. Ayuntamiento de Málaga
Dña. Mª del Mar Martín Rojo Excmo. Ayuntamiento de Málaga
Dña. D. Salvador Trujillo Calderón Concejala del Grupo Municipal PSOE
Dña. Lorena Doña Morales Concejala del Grupo Municipal PSOE
Dña. Ysabel Torralbo Concejala del Grupo Municipal Málaga Ahora
D. Juan Cassá Lombardía Concejal del Grupo Municipal Ciudadanos
D. Manuel Sánchez Vicioso - Grupo Municipal IU-CA-CLI-AS-ALTER-Málaga para la Gente

1. PERFIL DE LA EMPRESA

El organigrama funcional es el siguiente:



1. PERFIL DE LA EMPRESA

NUESTROS SISTEMAS DE MEDICIÓN

Certificaciones:
Calidad ISO 9001, Medioambiente ISO 14001, UNE 187004 Q de Calidad para Palacios de Congresos, Accesibilidad Universal UNE 170001, SGSI 27001, Gestión energética 50001 y OSHAS 18001. Cumplimiento del plan de auditorías internas y de certificación en un 90%

Actuaciones de **gestión energética**. Reducción de consumo eléctrico y de papel en un 2% anual

Celebración de **más de 6 eventos anuales de gran repercusión para la ciudad**, con un porcentaje mínimo de 20% de asistentes internacionales y nacionales

Encuestas de nivel de **satisfacción** a todos los usuarios: expositores, organizadores, participantes, público general

Actividades de carácter **sostenible** o **socialmente responsables** en eventos propios

Desarrollo de **formatos feriales innovadores**, flexibles y **adaptados a las necesidades del sector**

Crecimiento de apariciones en **prensa**. Seguimiento del número de visitantes de la página **web** de **FYCMA**. Interacción con los seguidores de las **redes sociales**

Control y registro. Respuesta al cliente en un plazo menor de 10 días

Encuestas sobre accesibilidad en todos los eventos propios y cumplimiento del plan de accesibilidad mayor de 60%

1. PERFIL DE LA EMPRESA

Grupos de Interés:

Diálogo con los Grupos de Interés:

Durante el 2017 se han avanzado las gestiones relacionadas con la sostenibilidad y la participación de los distintos grupos de interés, entre otras herramientas, a través de la implantación del sistema de gestión de eventos sostenibles. 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 publico 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 ha realizado encuestas de clima laboral y evaluación interna. Se ha creado un canal de comunicación directa con la dirección a través de la intranet de la empresa.
- **Expositores / Organizadores de eventos / Comerciales** : 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. 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 publico 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 toda la imagen corporativa y todas las comunicaciones externas, asegurando la transparencia y la veracidad de la información publicada en los medios.

1. PERFIL DE LA EMPRESA

Grupos de Interés:

Diálogo con los Grupos de Interés:

Durante el 2017 se han avanzado las gestiones relacionadas con la sostenibilidad y la participación de los distintos grupos de interés, a través de la implantación del sistema de gestión de eventos sostenibles:

- **Patrocinadores:** para conseguir los resultados deseados de los eventos, la comunicación con los patrocinadores es directa, presentando la planificación, desarrollo y el evento.

- **Colaboradores y Proveedores**: se definen las condiciones de colaboración dentro del marco de la legislación vigente y de los compromisos que FYCMA tienen asumidos en temas de calidad, medioambiente, accesibilidad, etc... También se le exigen condiciones laborales para sus empleados que cumplan toda la normativa vigente.

- **Ciudadanos 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.

- **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 publico, o bien por que la evaluación del evento así lo requiera .

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.

Durante 2017 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 2017:

•Aumenta la valoración de la atención al cliente, que puntúan con un 9,17 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 notable.

- **El equipo** (**Empleados)**:
Fycma cuenta con un equipo profesional estable y altamente especializado capaz de responder a los desafíos de un mercado en permanente evolución, y que se conforma de la siguiente manera en 2017:

•Plantilla: 93,33% indefinida
•Edad media: 41,55 años
•El 73% posee formación
•Universitaria
•El 65% son mujeres
•El 93% tiene una antigüedad
•Superior a los tres años

1. PERFIL DE LA EMPRESA

Grupos de Interés:

El compromiso del Palacio de Ferias y Congresos de Málaga con sus públicos y su entorno se concreta en los siguientes ejes:

•**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. Ello ha propiciado, por ejemplo, un destacado aumento en el número de empresas expositoras, cercano al 40 por ciento

• **Política asociativa**:
Consolidados ya los mercados prioritarios, tanto desde el punto de vista de la tipología —asociativo— como geográfico —países centroeuropeos—, en 2017 realizamos por primera vez una incursión en el asiático y reforzamos la apuesta por el corporativo, que duplica el número de asistentes con respecto a 2016..

Con ello, en este 2017 hemos asistido con especial entusiasmo al primer proceso de internacionalización de una marca propia. Foro Transfiere, emblema de la capacidad del Palacio por consolidar en Málaga eventos pioneros, únicos y 100% alineados con los retos derivados de la sociedad del conocimiento, ha inspirado a la ciudad argentina de Mar del Plata, que albergará en 2018 la primera edición de Transfiere Argentina, Foro Iberoamericano de Tecnología e Innovación

Por ello, 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:

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:

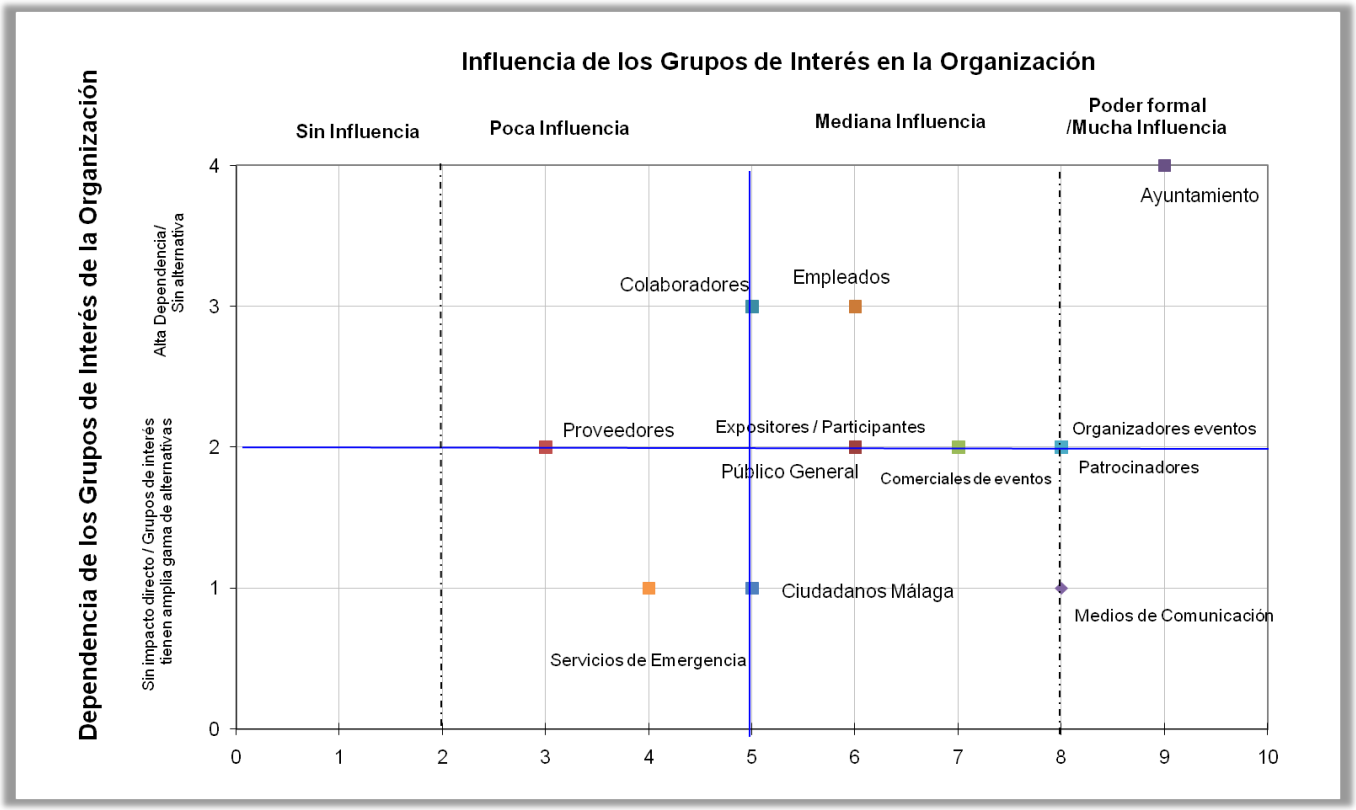
1. PERFIL DE LA EMPRESA

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:



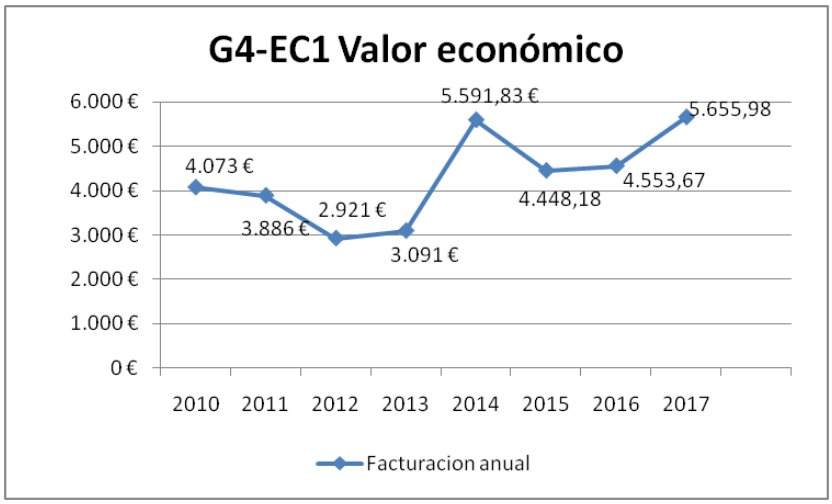
1. PERFIL DE LA EMPRESA

Grupos de Interés:

Datos sobre el ejercicio 2017:

Fycma ha albergado un total de 40 ferias y exposiciones, una cifra inaudita hasta el momento. Desde su dimensión organizadora, que abarca en torno al 60 por ciento de todo el calendario ferial del recinto, 2017 ha alumbrado la primera edición de Hi!Drone Technology, I Salón de Tecnologías Dron, un proyecto enmarcado en la apuesta específica de Fycma por promover encuentros altamente especializados vinculados con el desarrollo tecnológico y la economía digital, que a su vez se encuentra alineada con el posicionamiento de Málaga como el principal hub innovador del Sur de Europa

En 2017 la marca Fycma como instrumento de gestión especializada en la organización de eventos ha dado un paso más asumiendo la coordinación de la
iniciativa Málaga Innovation Festival (MIF), una experiencia pionera que a lo largo de una semana convirtió a la capital en sede internacional del emprendimiento
innovador y la inversión.
Bajo el paraguas de esta actividad Fycma coordinó la celebración de más de 30 eventos organizados y promovidos por diferentes entidades públicas y privadas
en diversas sedes de la ciudad que congregaron a más de 10.000 participantes.



1. PERFIL DE LA EMPRESA

Grupos de Interés:

Datos sobre el ejercicio 2017:

- **40** FERIAS Y EXPOSICIONES
- **2.634** EXPOSITORES **+39%**
- **323.933 M²** SUPERFICIE BRUTA **+41%**
- **116.241 M²** SUPERFICIE NETA **+29%**
- **306.115** VISITANTES **+16%**

RESUMEN ACTIVIDAD CONGRESUAL 2017

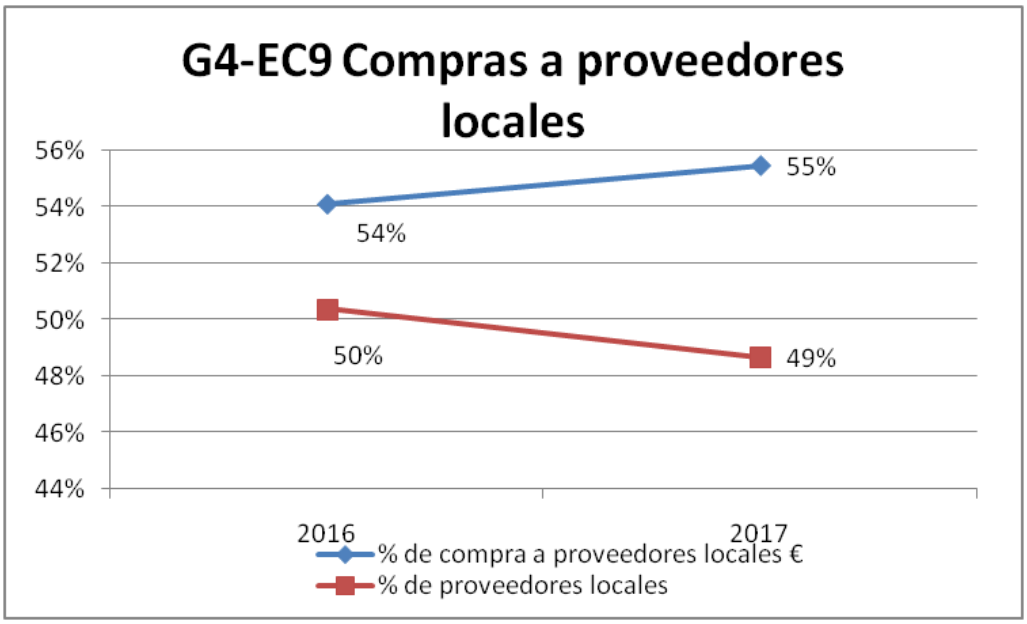
Tipología	Nº eventos	Asistentes
Congresos	19	22.950
Convenciones	6	4.600
Jornadas	13	2.480
Otros actos	46	26.692

1. PERFIL DE LA EMPRESA

Grupos de Interés:

Datos sobre el ejercicio 2017:

En 2017 la marca Fycma como instrumento de gestión especializada en la organización de eventos ha dado un paso más asumiendo la coordinación de la iniciativa Málaga Innovation Festival (MIF), una experiencia pionera que a lo largo de una semana convirtió a la capital en sede internacional del emprendimiento innovador y la inversión.
Bajo el paraguas de esta actividad Fycma coordinó la celebración de más de 30 eventos organizados y promovidos por diferentes entidades públicas y privadas en diversas sedes de la ciudad que congregaron a más de 10.000 participantes.
Destacamos el aumento del porcentaje de compras a proveedores locales, siguiendo nuestros objetivos estratégicos para el fomento de los negocios locales.



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**
- **Medioambiente**
- **Social**
- **Laboral**

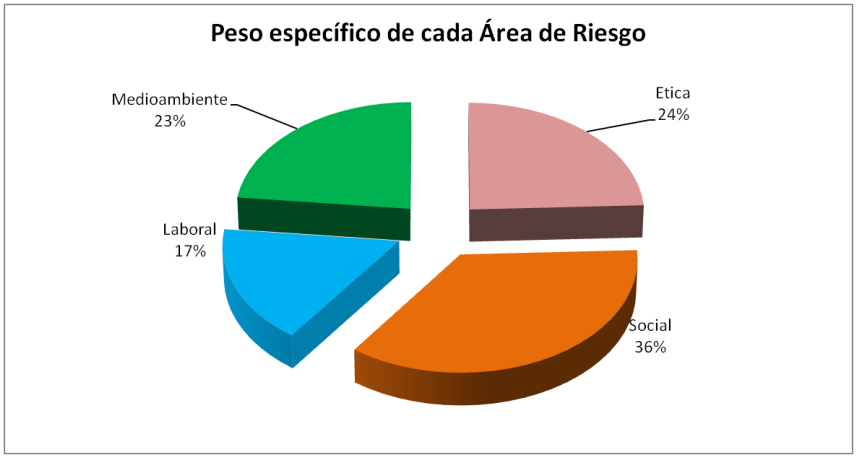
ÁREAS	POSIBLE IMPACTO
ÉTICA	
- Ética de gestión	Denuncias, trafico de influencias, malversación de fondos…
***SOCIAL**:*	
- Comunidad	Rechazo a la existencia del Palacio y sus actividades
- Derechos Humanos	No se han identificado eventos relevantes en relación a los derechos humanos
- Clientes y usuarios	Desafección hacia el Palacio y sus actividades
LABORAL	
- Diversidad e Igualdad	Que no se respete la equidad, y la igualdad de oportunidades
-Condiciones y Relaciones Laborales	Conflictos laborales del equipo de FYCMA con la empresa malas condiciones de trabajo que generen accidentes, malestar, desmotivación…
- Contratación y Retención	Falta de estabilidad en los contratos, alta rotación del personal…
MEDIOAMBIENTE	
- Uso de Recursos	Despilfarro de recursos, alto coste...
- Emisiones	Contaminación al entorno,
- Ecosistemas	Impacto negativo en el entorno en el que se encuentra.

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:

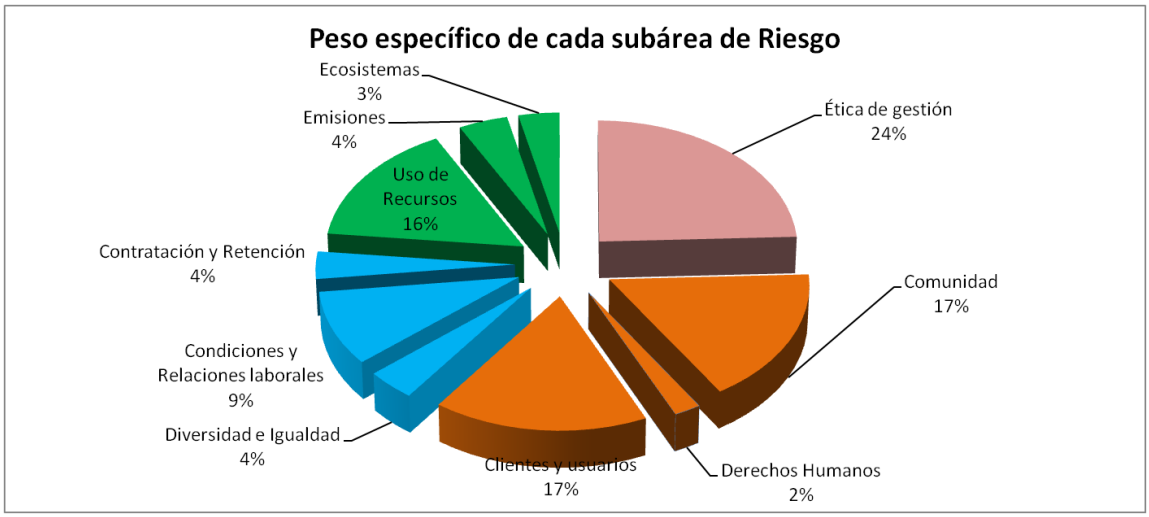


Comparando con el ejercicio anterior:
- Disminuye el peso del medio ambiente (de 28 a 23)
- Disminuye el peso de laboral (de 23 a 17)
- Aumenta la ética (de 18 a 24)
- Aumenta el peso de social (de 31 a 36)

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

2.0. ANÁLISIS DE RIESGOS

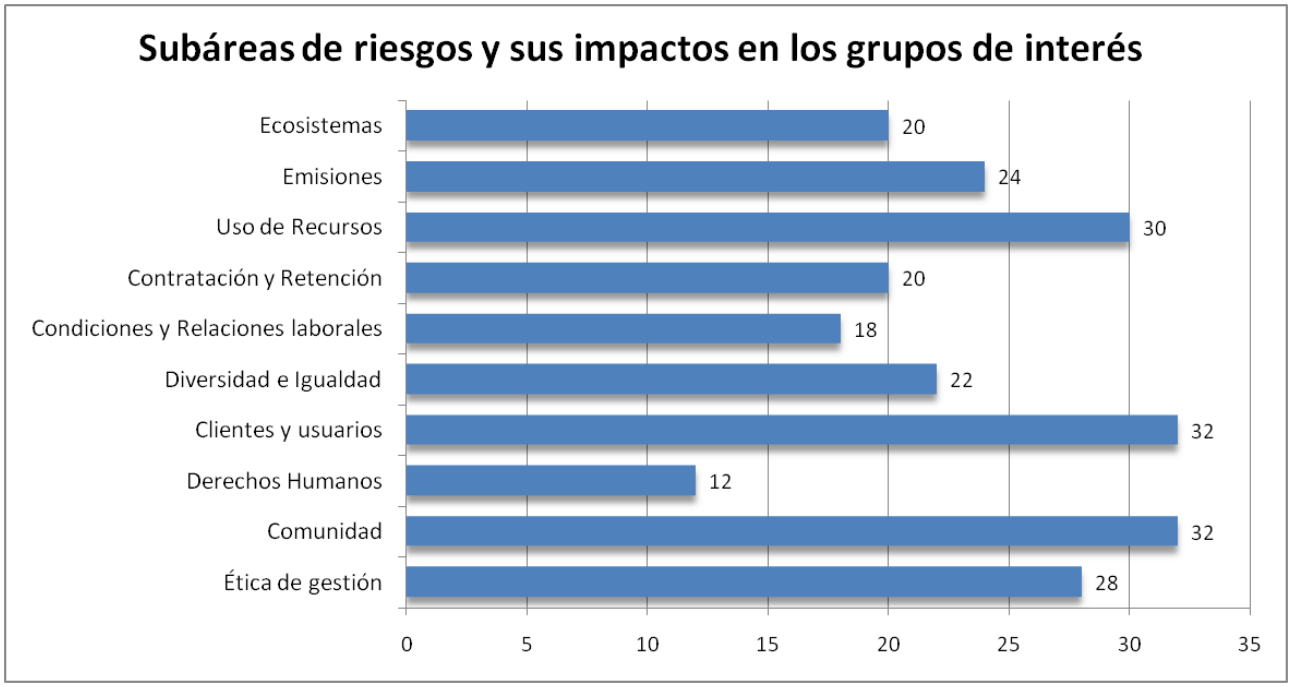
Los resultados obtenidos valorando el riesgo por cada sub-área de riesgo son:



Analizando los resultados, se puede observar que el mayor valor obtenido es correspondiente al Área Social (36%), y el menor valor al Área Laboral (17%), siendo las otras dos áreas distribuidas casi uniformemente.
Dentro de área social, los clientes y usuarios y la comunidad siguen teniendo un valor alto en su área de riesgo, un 17 %, siendo los grupos de interés que tienen el valor más alto.
El riesgo social es el mayor riesgo que puedan 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 sub-área de riesgo con los impacto que pudiera producir en nuestros grupos de interés, los resultados obtenidos valorando el riesgo por cada sub-área de riesgo son:

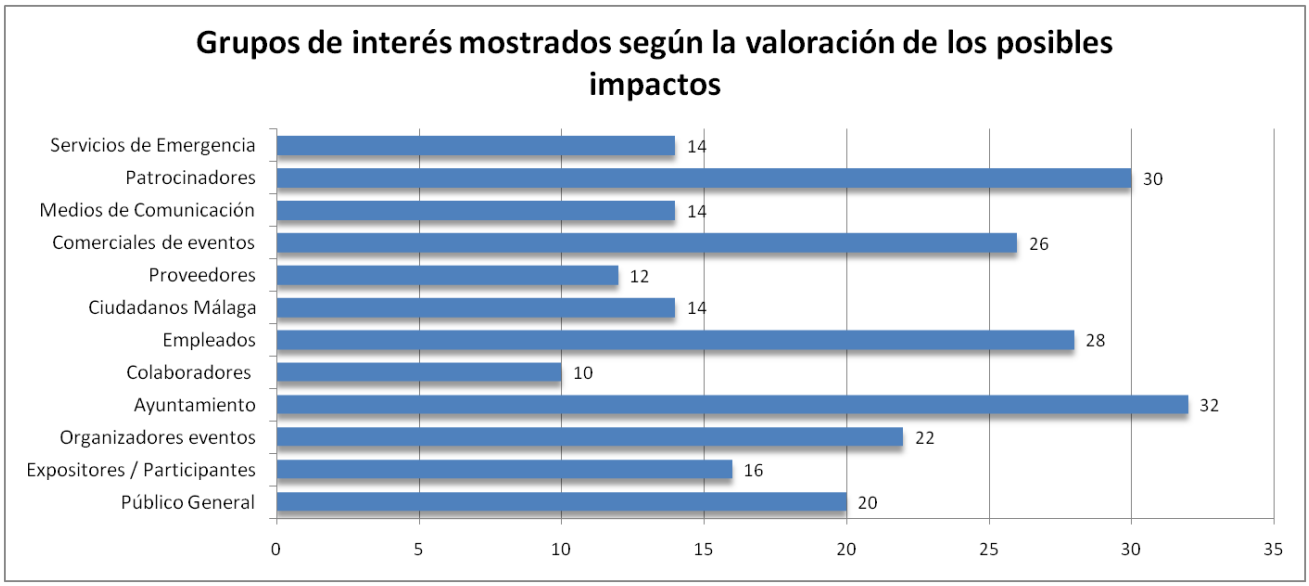


Analizando los resultados, se puede observar que el mayor valor obtenido es correspondiente a Clientes y Usuarios y la Comunidad (32), siendo las sub-áreas con mayor impacto en los grupos de interés.

Se pueden sacar las siguientes conclusiones:
- La comunidad, los clientes y del 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 sub-área de riesgo son:



Analizando los resultados, se puede observar que el mayor valor obtenido es correspondiente al grupo de interés "Ayuntamiento" (32) y los patrocinadores (30), siendo los grupos de interés más afectados si sucedieran los riesgos valorados.
Los siguientes, con valoración 28 y 22, son los empleados y los Organizadores 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 el publico en general, por el impacto en la ciudad y en el empleo.

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.

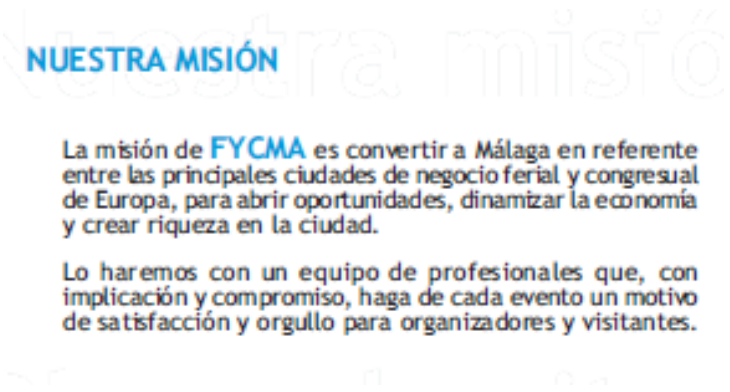
2.1. DERECHOS HUMANOS
POLÍTICAS Y ACCIONES

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

POLÍTICA

La organización no ha definido un documento especifico 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.

Todas las políticas definidas, así como los compromisos adquiridos por la Organización de FYCMA se encuentran en el apartado de *COMPROMISO* de la página Web de FYCMA (www.fycma.com)



2.1. DERECHOS HUMANOS
POLÍTICAS Y ACCIONES

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

POLÍTICA

NUESTROS COMPROMISOS

Excelencia en el servicio y la gestión

- Profesionalidad
- Eficacia
- Cooperación
- Afán de mejora y superación
- Mejora continua

Respeto al medio ambiente y eficiencia en la gestión de la energía

Desarrollo de eventos internacionales para dinamizar la economía local

Enfoque al cliente y fidelización

Compromiso con el entorno y la realidad social de la zona

Carácter innovador y renovador: Málaga como referente de ciudades en negocio ferial y congresual

Proyección de la imagen de Málaga a través de la presencia en medios de comunicación y redes sociales

Rápida y eficiente respuesta a la gestión de quejas, reclamaciones y sugerencias

Accesibilidad Universal como valor de diferenciación: comprensibles, utilizables y practicables para todas las personas

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 genero, FYCMA tiene un claro compromiso, pudiéndose observar tanto en el numero 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 digan por nuestras instalaciones;
- implantación y certificación de un sistema de accesibilidad que refuerza el compromiso con las personas.

En relación a los niños: la legislación europeas y española prohíbe 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.

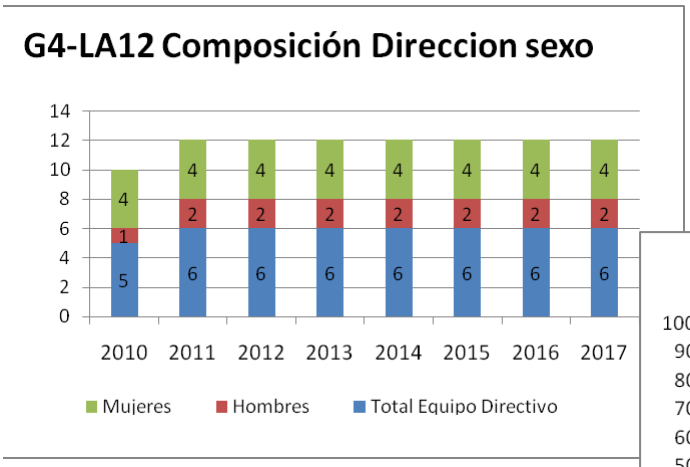
Se había planteado la definición de un código ético, pero por falta de presupuesto no se ha podido realizar aun. se vuelve a plantear para el próximo ejercicio.

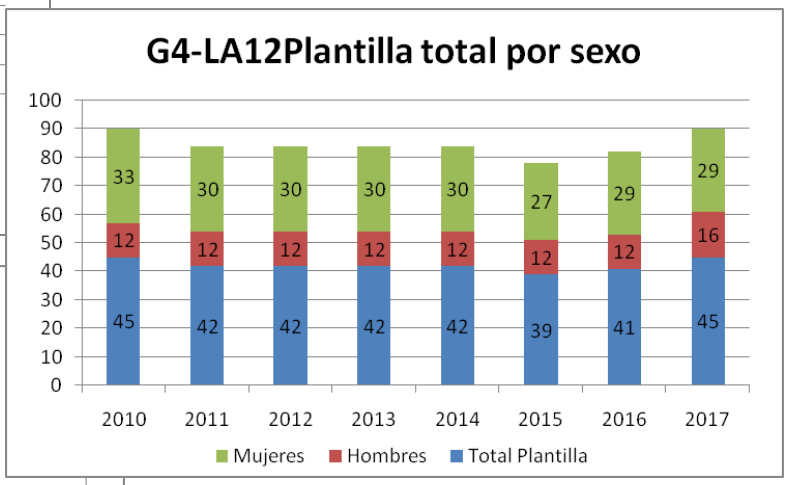
La implantación de un sistema de gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo, también implica la puesta en marcha de acciones relacionadas con los derechos humanos y las condiciones laborales, tanto de nuestro empleados, como de nuestro proveedores.

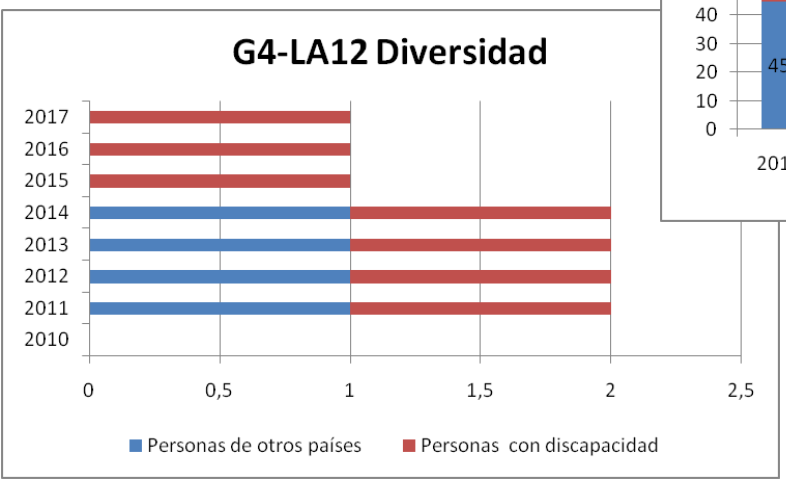
2.1. DERECHOS HUMANOS
MEDICIÓN DE INDICADORES

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 genero y con la diversidad del personal.







2.1. DERECHOS HUMANOS

MEJORA 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.

También durante el 2017 se han realizado todos los pasos para la implantación del 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:
- 91 % de los empleados tienen contrato fijo
- 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, plataforma que se ha cambiado a finales del 2017, para mayor fiabilidad y facilidad de uso y que esta disponible en nuestro servidor.

2.2. NORMAS LABORALES
POLÍTICAS Y ACCIONES

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

POLÍTICA

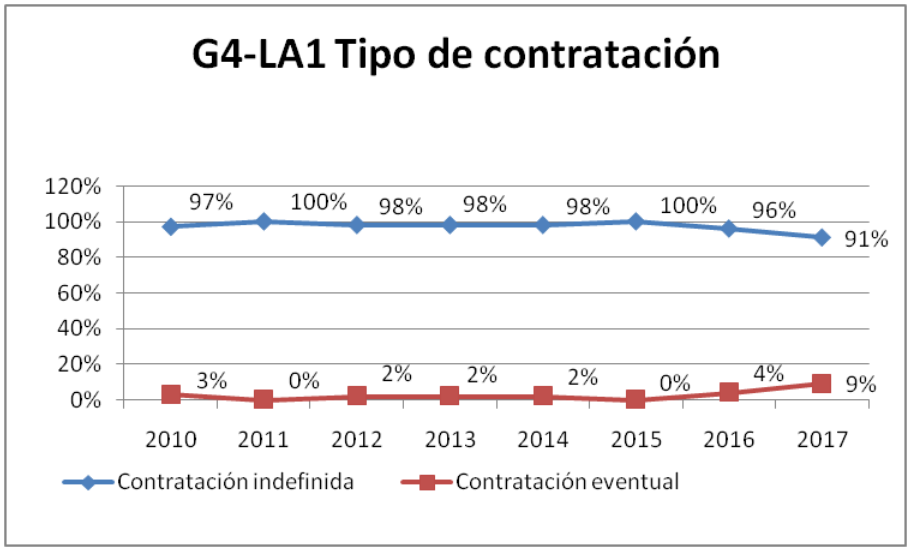
La actividad de FYCMA esta certificada por SGS en Seguridad y Salud Laboral, según las normas OHSAS 18001. Por tanto tenemos por escrito la política de compromiso sobre las condiciones de trabajo, comprometiéndonos así a la mejora continua de la gestión de seguridad y salud en el trabajo.
También esta certificada 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.

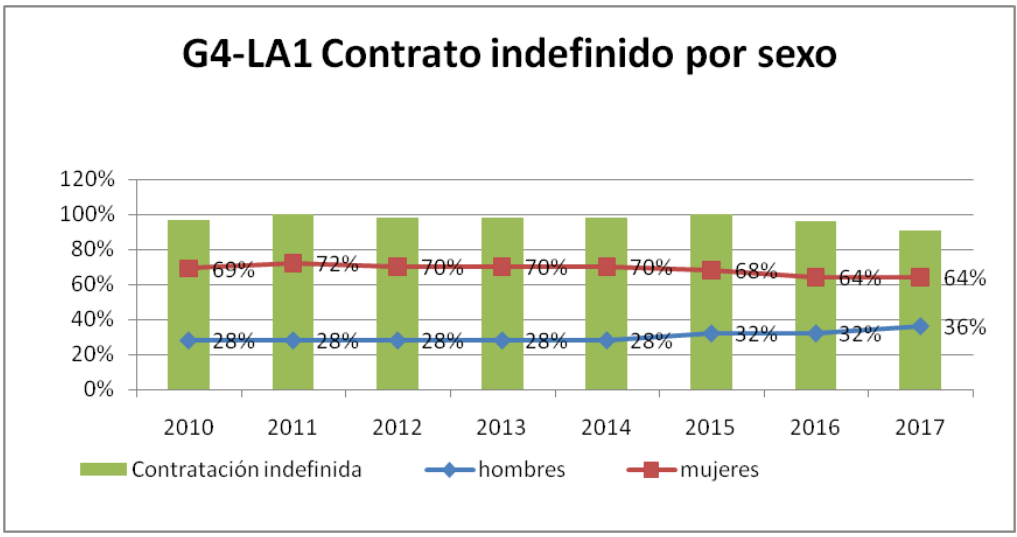
ACCIONES

En FYCMA contamos con los representantes de los trabajadores elegidos por el personal del Palacio, que asumen 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 este 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 2017 se han impartido cursos de formación de autoprotección y emergencias y de resolución de conflictos,
Otras de las charlas de formación interna ha sido sobre los requisitos del diseño y desarrollo de sostenibilidad en los eventos y ferias.

2.2. NORMAS LABORALES
MEDICIÓN DE INDICADORES

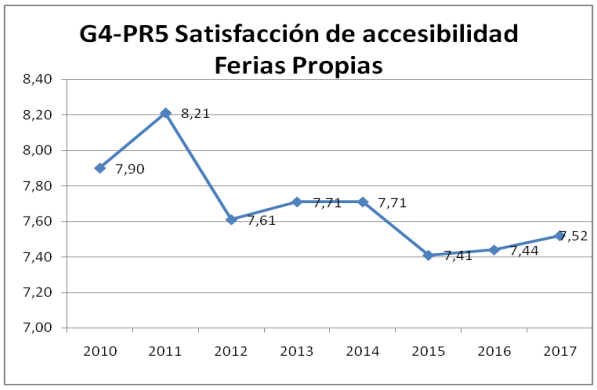
Este apartado se refiere a los Principios 3, 4, 5 y 6 del Pacto Mundial.

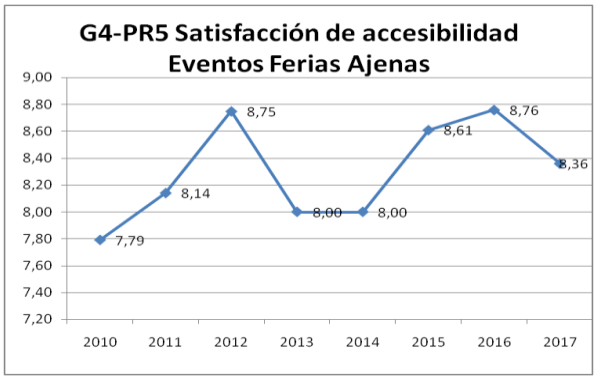


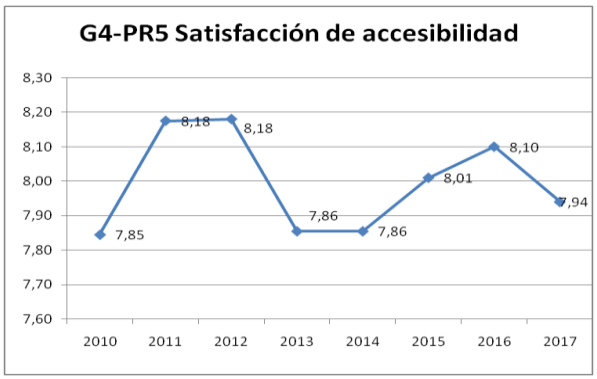


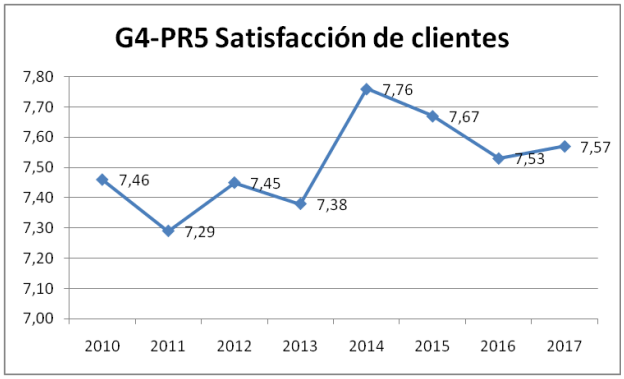
2.2. NORMAS LABORALES
MEDICIÓN DE INDICADORES

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 certificación OHSAS 18001.

- Mejorar la formación relativas a:

    - Ética en la empresa
    - Atención a personas con discapacidad
    - Sostenibilidad en Eventos y Ferias

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
- Implantación de buenas practicas 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 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

El Palacio de Ferias y Congresos de Málaga 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 Medioambiente 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 medioambiental 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:

- Monitorización de los consumos para saber dónde se pueden reducir (El consumo eléctrico versus facturación se mantiene en segundo semestre de 2016).
- Segregación de los residuos (papel y cartón, plástico).
- Uso de los contenedores soterrados para el restaurante.
- Gestión de residuos peligrosos derivados del mantenimiento del edificio y de la actividad diaria de FYCMA (segregamos los residuos en las fases de montaje, desmontaje y celebración en la medida de lo posible).
- Para la calefacción se ha potenciado la utilización de las calderas de gas frente la energía eléctrica de las bombas de calor.
- En cuanto al desglose energético global, han bajado los usos más significativos proporcionalmente de Calderas, Climatización y Equipos/iluminación, ganando peso de imputación directa como alquileres y restauración.
- Se completan los objetivos energéticos definidos a principios de 2017.
- Como conclusiones del informe energético de 2017 se han mantenido los ratios que relacionan el consumo energético con la facturación.
- Se da continuidad a los aspectos ambientales para priorizar aquellos aspectos que salen significativos y poder hacerles un seguimiento durante el próximo ejercicio.
- Se plantean en las homologaciones y pliegos para la adjudicación de proveedores nuevos los aspectos medioambientales y energéticos.
- Sustitución progresiva de luminarias LEDs con sensores en escaleras y pasillos, a implementar en varios años.

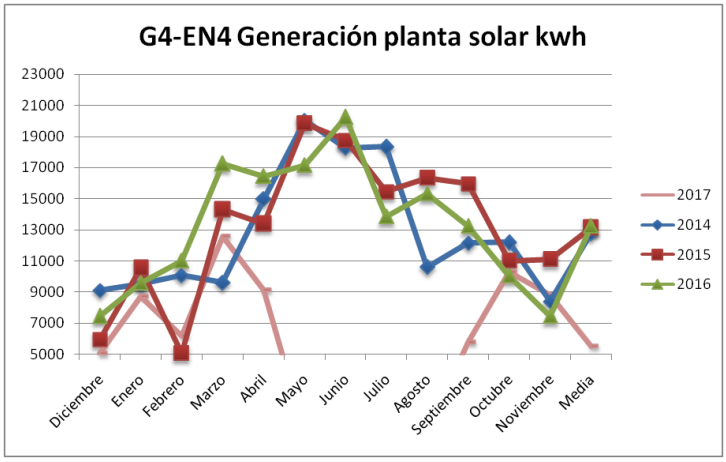
2.3. MEDIO AMBIENTE
POLÍTICAS Y ACCIONES

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

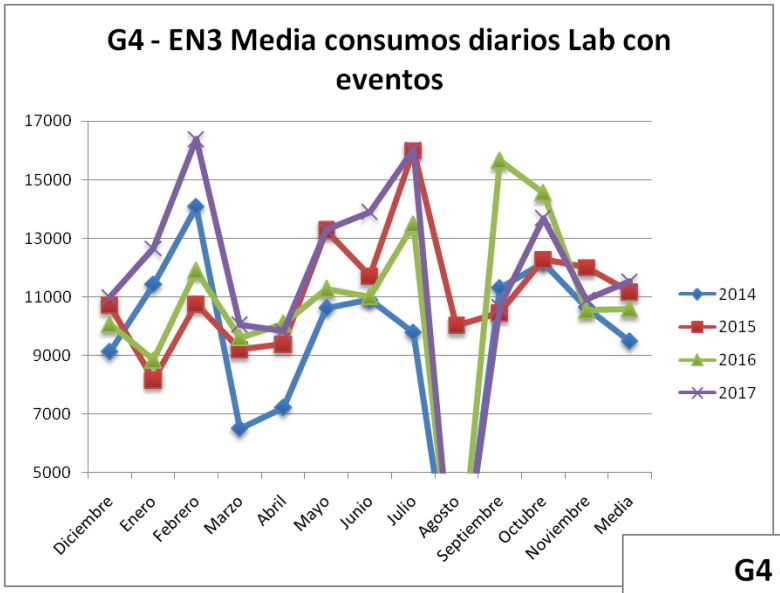
-La planta fotovoltaica de Fycma se inauguró en 2008 para reducir el coste anual en electricidad y aumentar la eficiencia energética del edificio, en consonancia con su compromiso por promover el consumo energético sostenible.

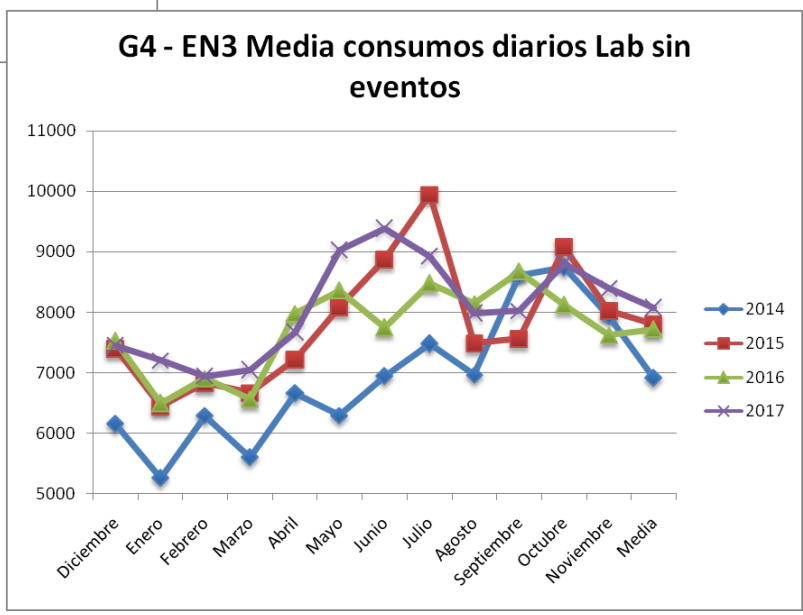
- Su producción media anual es de 151 megavatios hora de energía limpia y su record anual está en 168 MWh.

- Durante el segundo semestre del 2017 la planta de generación tuvo una averia en el inversor, por tanto ha estado parado durante 5 meses, hasta que se ha vuelto a poner en marcha. Esto hizo que la generación de la planta ha sido de 66 MWh en total. Para el ejercicio 2018 se espera volver a la generación habitual.

2.3. MEDIO AMBIENTE
MEDICIÓN DE INDICADORES

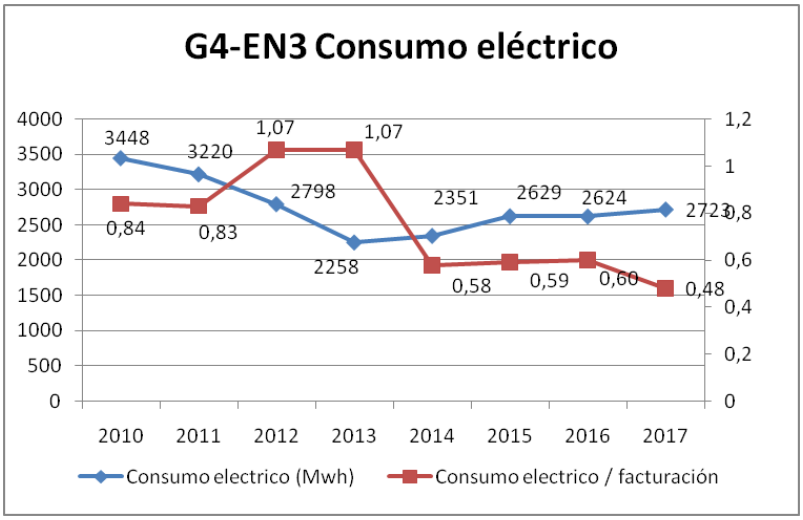
Este apartado se refiere a los Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial.

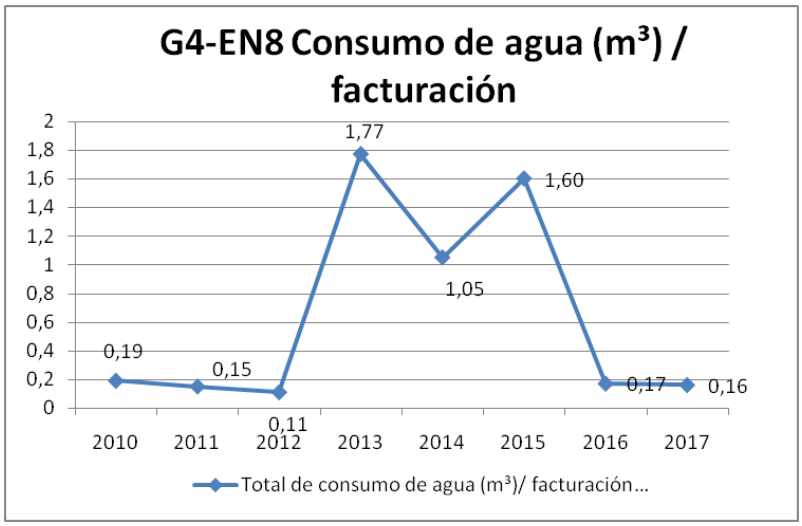




2.3. MEDIO AMBIENTE
MEDICIÓN DE INDICADORES

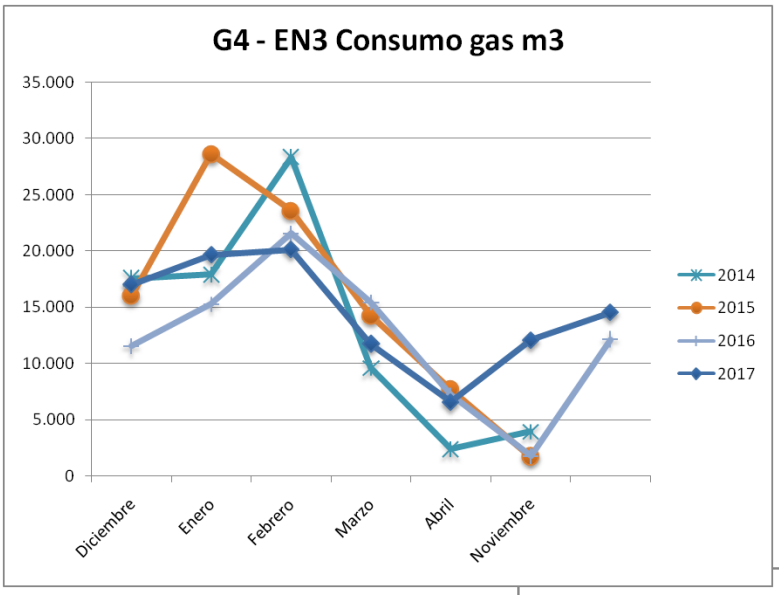
Este apartado se refiere a los Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial.

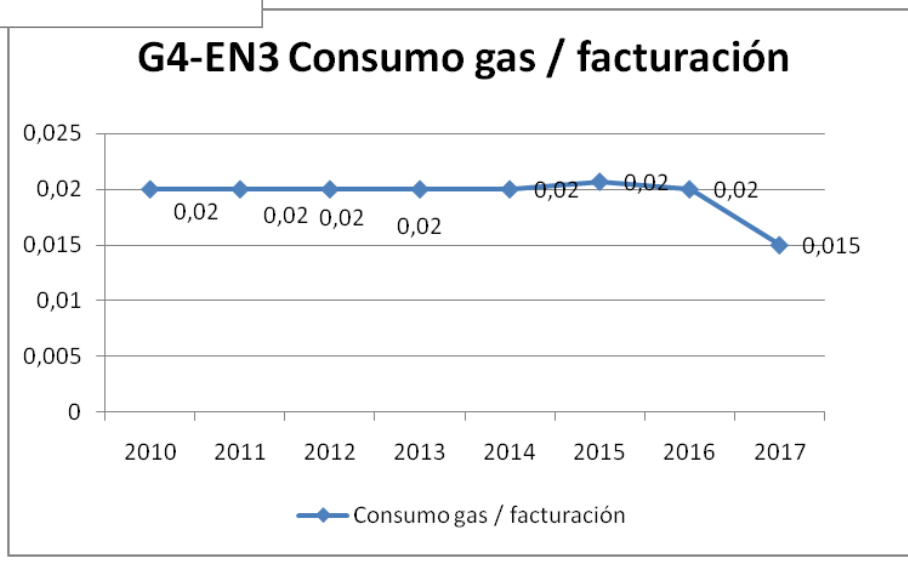




2.3. MEDIO AMBIENTE
MEDICIÓN DE INDICADORES

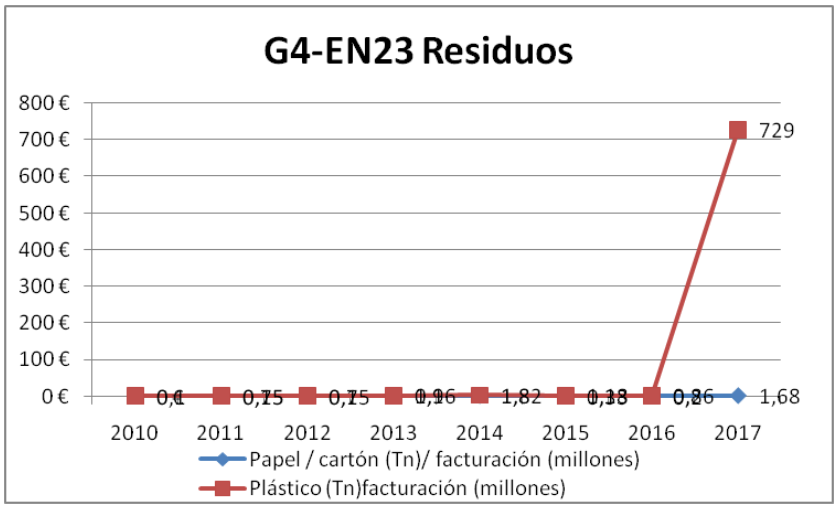
Este apartado se refiere a los Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial.

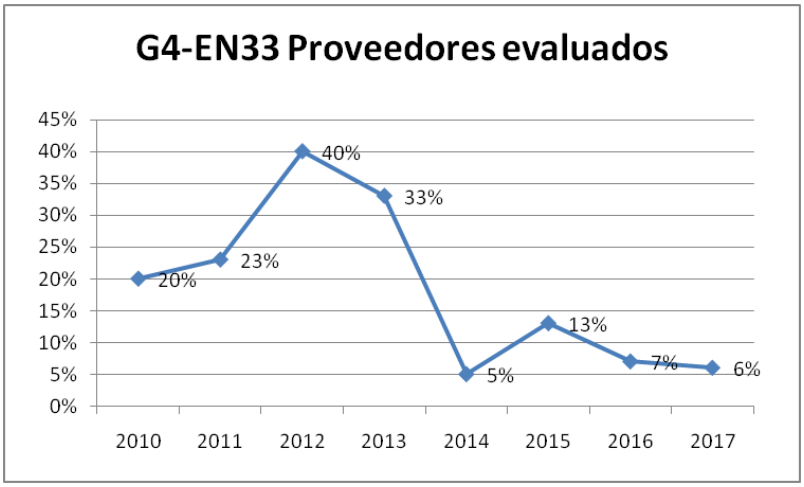




2.3. MEDIO AMBIENTE
MEDICIÓN DE INDICADORES

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:

-Seguir disminuyendo el consumo energético y aprovechamiento de la energía , sobre todo planteamiento de acciones sobre el consumo base del edificio

-Controlar la generación de residuos en la medida de lo posible.

- Fomentar las buenas practicas ambientales entre nuestros colaboradores y proveedores, especialmente los relacionados con montajes y desmontajes de ferias.

-Formación en temas ambientales y de gestión y disminución de residuos tanto a los empleados propios como ajenos

- Seguimiento de las buenas prácticas ambientales definidas

-Compromiso de mantener la certificación del sistema de gestión ambiental ISO 14001

-Compromiso de mantener la certificación del sistema de gestión energética ISO 50001

- Realizar protocolos para la sostenibilidad de ferias y eventos de acuerdo a ISO 20121

- Seguir el camino empezado hacia la certificación en eventos sostenibles.

OBJETIVOS:

-**Reducir el consumo de electricidad frente a ingresos en un 2%**

-**Reducir el consumo de papel en 5%**

-**Reducir la potencia a 700w/año**

-**Control y análisis de termostatos inteligentes para apagado de salas**

-**Reducir la generación de residuos inertes vs facturación**

2.4. Anticorrupción

Principio 10.
Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.

2.4. ANTICORRUPCIÓN
DIAGNÓSTICO

Este apartado se refiere al Principio 10 del Pacto Mundial.

Al ser 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 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 esta 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 pagina web para que todo ciudadano pueda consultarlo.

También todos los datos sobre las compras realizadas en FYCMA están en el portal de transparencia.

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.:

LICITACIONES PUBLICAS:

Las compras que realizamos por importes totales superiores a 50.000 euros (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.

COMISIONES DE COMPRA

Los procedimientos internos del Palacio de Ferias y Congresos de Málaga tienen establecido que, para compras entre 10.000 y 50.000 euros, la decisión final de la compra corresponde a una Comisión formada por las 5 Direcciones de Área. En dicha Comisión se informa de las compras a realizar, se analizan los informes proporcionados por el Departamento de compras o por las áreas que proponen y se decide cuál es finalmente la mejor oferta en su conjunto.

Las compras que se suelen llevar a Comisión son de dos tipos:

•Compras puntuales que superan los 10.000 euros.

•Compras que se repiten a lo largo del ejercicio, y que, por operatividad cara a la actividad, se deciden dar de alta en el sistema. Estas compras se conocen como “homologaciones”, y no necesariamente tienen que llegar a los 10.000 euros. Estas “homologaciones” no pueden ser por períodos superiores a un año, en que se vuelve a proceder a homologar los artículos que correspondan.

2.4. ANTICORRUPCIÓN
POLÍTICAS Y ACCIONES

Este apartado se refiere al Principio 10 del Pacto Mundial.

POLÍTICA

ADJUDICACIONES DIRECTAS

En esta categoría, según los procedimientos internos del Palacio de Ferias, se distinguen dos tipos:
Compras por importes entre 6.000 € y 10.000 €. Estas compras las decide directamente la Dirección del Área que necesita realizar la misma, si bien, es obligatorio la petición de 3 ofertas y la realización de un informe justificativo de la selección.
Compras por importes inferiores a 6.000 €. No es obligatoria la petición de 3 ofertas ni la realización de informe, por parte de la Dirección de Área que solicita la compra, si bien es habitual hacerlo.
Salvo compras o servicios de marcado carácter técnico, es habitual que las peticiones de ofertas sean realizadas directamente por el Departamento de Compras, a instancias del Área solicitante, y finalmente la Dirección del Área tiene la decisión final.

PORTAL DE TRANSPARENCIA

En la página web de FYCMA existe un apartado de "Transparencia" donde 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
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 publicas 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 2017 son:

- Nº de licitaciones publicadas: 2
- Nº de contratación directa 2016: 559
- Nº de contrataciones por Comisión de Compra: 38

ACCIONES DE MEJORA

Se plantean las siguientes acciones:

-Definición de una política de transparencia y anticorrupción: código ético.

THE GLOBAL COMPACT

WE SUPPORT

Palacio de Ferias y Congresos de Málaga

Trade Fairs and Congress Center of Málaga

Con el apoyo de:

CEM

CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE MÁLAGA

málaga.es diputación