

Estado de Información No Financiera 2023.

Índice.

01. General_05

- 1.1 Introducción_07
- 1.2 ADN IFEMA MADRID_07
- 1.3 Compromiso con la sostenibilidad_08
- 1.4 Modelo de negocio_08
- 1.5 Materialidad_09
- 1.6 Enfoque de gestión_11

02. Medio ambiente_17

- 2.1 Gestión medioambiental_19
- 2.2 Contaminación atmosférica_27
- 2.3 Economía circular.
Prevencción y gestión de residuos_30
- 2.4 Consumo de recursos_34
- 2.5 Cambio climático_40
- 2.6 Biodiversidad_45

03. Personas_47

- 3.1 Empleo_49
- 3.2 Organización del trabajo_59
- 3.3 Seguridad y salud_60
- 3.4 Relaciones sociales_61
- 3.5 Formación_61
- 3.6 Igualdad_63
- 3.7 Accesibilidad_65

04. Derechos humanos_67

05. Corrupción y soborno_71

06. Clientes y sociedad_75

- 6.1 Clientes_77
- 6.2 Subcontratación y proveedores_92
- 6.3 Sociedad_92
- 6.4 Información fiscal_110

07. Anexos_111

08. Tabla de contenidos_135

01.

General.

- 1.1 Introducción_07
- 1.2 ADN IFEMA MADRID_07
- 1.3 Compromiso con la sostenibilidad_08
- 1.4 Modelo de negocio_08
- 1.5 Materialidad_09
- 1.6 Enfoque de gestión_11

01. General.

1.1 Introducción.

El presente Estado de Información No Financiera (EINF) se ha elaborado en línea con los requisitos establecidos en la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifican el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

En su elaboración también se han considerado las directrices sobre la presentación de informes no financieros de la Comisión Europea (2017/C 215/01) derivadas de la Directiva 2014/95/UE.

Asimismo, se ha tenido en cuenta lo establecido en la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad de *Global Reporting Initiative* (Estándares GRI) en modalidad seleccionados, así como otros marcos internos considerados.

El Estado de Información No Financiera correspondiente al ejercicio 2023 se ha preparado a partir de los registros de IFEMA MADRID.

1.2 ADN IFEMA MADRID.

Enfocados en la misión.

Creamos y promovemos globalmente entornos en los que conectar personas, empresas y sociedad, impulsando la competitividad desde la excelencia y el valor añadido. En IFEMA MADRID tenemos un objetivo muy claro: aportar valor para hacer crecer a las personas, las empresas y la sociedad, siendo un motor de desarrollo económico y social para Madrid y para España. Un proyecto que mira al exterior con vocación internacional, y al futuro con atención a la innovación y a la digitalización, donde generar riqueza, progreso y conocimiento.

Con una visión muy clara.

Queremos hacer de Madrid, y por extensión de España, la referencia en el escenario económico mundial, favoreciendo la generación de riqueza y el desarrollo empresarial y sectorial a través de nuestro potencial como fuente de inspiración, conocimiento y creación de oportunidades empresariales. Perseguimos mantener la posición de liderazgo nacional e internacional en organización de ferias, convenciones y todo tipo de eventos musicales y de ocio, mediante la excelencia operativa y la calidad de los servicios.

Siempre fieles a nuestros valores.

Cercanos y comprometidos

Humanos, cercanos, empáticos y comprometidos, estamos cerca de lo que importa, colaborando y ayudando a los sectores y empresas en el camino. Creemos en un nuevo horizonte compartido para generar oportunidades, para transferir conocimiento y para impulsar la innovación.

Dinámicos e inspiradores

Creativos, dinámicos e innovadores. Nos esforzamos por descubrir nuevas oportunidades, ir siempre más allá, traer el futuro hoy. Somos fuente de conocimiento y respuestas para quien necesita crecer. Tenemos una actitud proactiva, y nos adelantamos para generar confianza y valor a nuestros clientes.

Eficientes y flexibles

Desarrollamos una actividad inteligente, siendo eficientes, útiles y resolutivos. Sorteamos las barreras y encontramos la solución más adecuada a cada problema, presentando propuestas y alianzas de valor. Ágiles, flexibles y realistas, cumplimos las expectativas buscando la excelencia.

Sostenibles y transparentes

Todas nuestras actuaciones se sustentan en relaciones transparentes, guiadas por el rigor y por criterios objetivos. Ofrecemos información relevante y veraz. Somos responsables con nuestro entorno y nuestra sociedad. Impulsamos el cambio, la difusión de la cultura y el respeto al medio ambiente y la sostenibilidad.

1.3 Compromiso con la sostenibilidad.

IFEMA MADRID está plenamente comprometida con la Agenda 2030, impulsando el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, directamente desde nuestra propia actividad, pero también fomentando las alianzas con algunas de nuestras partes interesadas con el objetivo de promover la proactividad de organizaciones, empresas y particulares.

En IFEMA MADRID somos conscientes de nuestra capacidad de influencia y la amplitud de los colectivos con los que tenemos relación. De ahí que decidamos liderar el desarrollo de la sostenibilidad en un sector tan complejo como el de las ferias y eventos efímeros que, debido a su temporalidad y a sus importantes niveles de convocatoria, podrían ejercer impactos muy perjudiciales en el entorno.

IFEMA MADRID forma parte del Pacto por la Economía Circular del Ministerio de Transición Ecológica y el Reto Demográfico.

1.4 Modelo de negocio.

IFEMA MADRID es el principal operador ferial de nuestro país y uno de los más relevantes a nivel internacional.

Además, somos los titulares del Recinto Ferial, y desde hace más de cuatro años tenemos encomendada la gestión del Palacio Municipal de Congresos de Madrid.

Sus operaciones tienen lugar fundamentalmente en Madrid. Si bien, en su vertiente internacional, celebra algunos eventos en otros países generalmente en asociación con operadores locales. En ningún caso está limitada a trabajar en proyectos en otras provincias siempre que aparezca la oportunidad y se den las circunstancias oportunas; en este momento, la pasarela GRAN CANARIA SWIM WEEK BY MODA CÁLIDA sería un ejemplo.

En coherencia con esta definición, desarrolla las siguientes líneas de negocio:

- Celebración de ferias propias, creación y producción de las mismas. IFEMA MADRID cuenta con un calendario de cerca de 70 ferias propias de diferentes sectores.
- Celebración de ferias/eventos en modelo de coorganización con otros operadores, compartiendo proyectos en base a una política de alianzas que busca enriquecer el calendario ferial y sumar sinergias.
- Exportación de alguna de nuestras ferias a otros países, en modelo de cocelebración con operadores locales, incluyendo la adquisición, en todo o en parte, de eventos en el exterior, de cara a liderar su crecimiento y, consecuentemente, impulsar nuestra presencia internacional.
- Alquiler de espacios y servicios a operadores externos para la celebración de ferias, congresos o cualquier tipo de eventos.
- Proyectos de consultoría a nivel internacional, tanto en instalaciones como al desarrollo de la operación ferial y congresual.
- Otra tipología de eventos, más relacionados con el ámbito del ocio, como conciertos, espectáculos musicales y circenses, exposiciones, etc.

Por lo que se refiere a las principales líneas de desarrollo, estas se estructuran en este momento alrededor de varios ejes:

- La diversificación en productos, especialmente en lo que se refiere a eventos de ocio, donde IFEMA MADRID aspira a seguir creciendo, no solo como un recinto adecuado para cualquier tipo de actividades, sino también como colaborador en la organización.
- Apuesta por lo experiencial, generando espacios alrededor de un nuevo concepto gastronómico que será un complemento a todas las actividades que puedan confluír en el Recinto Ferial y Palacio Municipal de IFEMA MADRID.
- La digitalización, por supuesto, a la hora de utilizar herramientas que conviertan la gestión en más eficaz, pero también al generar escenarios de contacto que complementen las ferias presenciales, algo que destacó como especialmente relevante durante la pandemia y la posterior recuperación.

- La internacionalización. Dentro del modelo ya existente, es necesario impulsar la presencia en nuevos mercados, así como incrementar la participación internacional en aquellos certámenes que se celebran en nuestro recinto. El apoyo a la exportación es un objetivo fundamental de nuestros clientes que hacemos nuestro.

Asimismo, IFEMA MADRID traslada su capacidad para asumir cualquier evento, habiendo conseguido eliminar las limitaciones temporales o de rigidez de las instalaciones, dejando patente su disposición para trabajar sobre sus infraestructuras y calendarios, a la hora de competir en el ámbito internacional, para captar cualquier tipo de actividad siempre que la misma fuese beneficiosa para Madrid.

Sistema de continuidad de negocio.

En 2023 se implantó el Sistema de Continuidad de Negocio para garantizar la actuación inmediata y sistematizada ante situaciones que puedan interrumpir la posibilidad de prestación de nuestra actividad o que no se desarrolle en las condiciones adecuadas, y prevenir que pueda ocurrir esa interrupción.

Dicho Sistema de Continuidad de Negocio se compone de tres partes:

- BIA (Business Impact Analysis).
- Plan de Prevención.
- Plan de Continuidad de Negocio (incluyendo el Plan de Recuperación).

Todas las amenazas de interrupción identificadas se articulan en los siguientes escenarios:

- Ausencia de proveedor necesario.
- Imposibilidad de acceso al pabellón, centro de convenciones o Palacio Municipal de IFEMA MADRID.
- Ausencia de suministro eléctrico.
- Imposibilidad de acceso a datos.
- Ausencia de personal necesario para equipos de emergencia y estructura de mando y control.

Por lo que se refiere a los procesos establecidos como críticos, dentro de los procesos de negocio se han identificado los siguientes:

- Instalación y adecuación de servicios.
- Montaje.
- Preparación de pabellón.

- Celebración.
- Desmontaje.

Asimismo, se han constituido los organismos necesarios para el control y puesta en marcha del Sistema de Continuidad de Negocio:

- Comité de Continuidad de Negocio.
- Comité de Crisis.

Ambos cuentan con su propio reglamento de actuación.

1.5 Materialidad.

Describimos en este apartado los procesos por los que se llega a determinar cuáles son las cuestiones y aspectos más relevantes desde el punto de vista de la sostenibilidad, así como la actualización de los objetivos estratégicos anuales.

Todos estos procesos están directamente alineados con las recomendaciones y directrices de las normativas ISO certificadas por IFEMA MADRID e inspiradas en el estándar EFQM cuya evaluación es una vocación de la compañía a medio plazo.

El estudio para determinar las **Cuestiones del Desarrollo Sostenible y Aspectos Ambientales** con mayor relevancia para IFEMA MADRID se lleva a cabo con una metodología vinculada a la normativa ISO implantada y certificada, en especial a las **ISO 20121:2013 Eventos sostenibles** y a la **ISO 14001:2015 Medio Ambiente**.

Siguiendo los criterios establecidos en las mismas, se ha desarrollado dicha metodología en los procedimientos recogidos en nuestro **Sistema Integrado de Gestión: SOS-PR-23_02: "Identificación y evaluación de cuestiones de desarrollo sostenible" y SOS-PR-23_03: "Identificación y evaluación de los aspectos ambientales"**.

En lo que respecta a las Cuestiones para el Desarrollo Sostenible (SOS-PR-23_02).

El punto de partida es el listado de referencia que la norma ISO 20121 propone, analizando cuáles de ellas pueden estar vinculadas y verse afectadas por nuestra actividad.

El resultado, **Cuestiones para el Desarrollo Sostenible**, está ordenado en función de las tres perspectivas que integran la sostenibilidad: económica, social y ambiental.

Sobre esta primera selección, se realizan dos acciones:

A) Con carácter general, una evaluación de dichas cuestiones identificadas, basada en cinco criterios:

- Extensión del impacto de la cuestión en las partes interesadas y el desarrollo sostenible.
- Efecto potencial de actuar o dejar de actuar sobre la cuestión.
- Nivel de preocupación de las partes interesadas sobre la cuestión.
- Efecto potencial de la acción frente a los recursos necesarios para su ejecución.
- Desempeño actual en comparación con la normativa actual y buenas prácticas en eventos.

En relación con el aspecto del nivel de preocupación de las partes interesadas, desde el año 2021, en todas las encuestas realizadas a cualquiera de las partes interesadas se incluye una pregunta referente a cuáles de las cuestiones de desarrollo sostenible son para ellos más relevantes.

Dicha acción se ha llevado a cabo sobre los siguientes colectivos:

- Trabajadores.
- Expositores.
- Visitantes.
- Patrocinadores.
- Organizadores externos.
- Medios de comunicación.
- Proveedores.

Con este modelo se consigue garantizar el alineamiento de nuestros objetivos con los intereses de nuestras partes interesadas.

Una vez realizada la valoración se concluye de la misma cuáles son las cuestiones relevantes. Y se utiliza dicha referencia para establecer objetivos de sostenibilidad, incorporados al listado de objetivos estratégicos anuales y/o acciones puntuales para alcanzar mejoras.

(VÉASE EL ANEXO 2)

B) En cada evento propio/coorganizado

Se cumplimenta una **check-list de sostenibilidad** a partir del cual se evalúa la actuación de todos los eventos propios/coorganizados en la materia. La nota de sostenibilidad obtenida figurará en la memoria de cierre de cada uno de ellos.

Su continuidad permite un estudio comparativo de la evolución de cada certamen en su compromiso con la sostenibilidad.

Además, las acciones de sostenibilidad que se llevan a cabo figuran en un repositorio accesible a toda la plantilla, destinado a que las unidades de producción compartan las buenas prácticas, replicando iniciativas de éxito probado.

Con esta dinámica se consigue trasladar la necesidad de actuar de forma proactiva hacia la sostenibilidad en los diferentes productos, no limitándolo a una directriz o actuación genérica de la compañía.

Además, para medir el nivel de sostenibilidad del total de las ferias de IFEMA MADRID y el compromiso global de todas ellas en materia de sostenibilidad, se calculan dos indicadores, cuyos resultados se comparan año a año de cara a analizar y evaluar la tendencia a medio y largo plazo:

- Nivel medio de sostenibilidad en ferias propias.
- Nivel de compromiso de las ferias propias con la sostenibilidad o ratio acciones sostenibilidad/nº de ferias.

(VÉASE EL ANEXO 1)

Medio ambiente

Con el objetivo de cumplir los requisitos exigidos por la **ISO 14001**, se realiza un desarrollo en mayor detalle en lo que se refiere a la parte ambiental de la sostenibilidad, poniendo el foco en los aspectos que se refieren a esa perspectiva.

El objetivo es determinar los **Aspectos Medioambientales** que sean significativos. Para ello se lleva a cabo lo siguiente:

- Identificación y evaluación de los aspectos ambientales directos de las actividades, productos y servicios que IFEMA MADRID puede controlar y de aquellos en los que puede influir y sus impactos ambientales asociados, tanto en situaciones normales como en anormales de funcionamiento. La finalidad es determinar aquellos que tienen o pueden tener impactos significativos en el medio ambiente desde una perspectiva de ciclo de vida.
- Identificación y evaluación del riesgo de los aspectos ambientales potenciales (incidentes) asociados a la actividad de IFEMA MADRID, teniendo como objetivo reducir al mínimo posible el riesgo para las personas y el medio ambiente.

Criterios de evaluación de los aspectos ambientales identificados:

Situaciones normales:

- Frecuencia.
- Peligrosidad.
- Cantidad.
- Ciclo de vida.

Situaciones de emergencia:

- Probabilidad de ocurrencia.
- Control.
- Gravedad.

Al igual que con las cuestiones de desarrollo sostenible, aquellos aspectos que cuenten con una valoración destacada deberán tenerse en cuenta a la hora de fijar objetivos y/o acciones para paliar sus efectos.

(VÉASE EL ANEXO 3)

1.6 Enfoque de gestión.

La base del enfoque de gestión de IFEMA MADRID es su Política SIG, orientada a desarrollar un Sistema Integrado de Gestión (SIG) que permita materializar su compromiso con la mejora continua, garantizando la satisfacción de todas las partes interesadas. Todo ello, conforme a nuestros valores.

Esta política es coherente y está trazada con los Principios de Gobierno para el Desarrollo Sostenible.

El Sistema Integrado de Gestión de IFEMA MADRID establece mecanismos claros para determinar cuáles son los principales riesgos y oportunidades a la hora de llevar a cabo nuestra actividad, si los mismos están relacionados con las cuestiones de desarrollo sostenible y cómo controlar el efecto que podrían tener, respondiendo con acciones en caso de que se considere necesario. Toda la documentación contenida en el Sistema Integrado de Gestión se integra en la herramienta de control documental ProQuo, accesible en todos sus contenidos a la totalidad de la plantilla.

IFEMA MADRID actúa con absoluta **transparencia**. Todos los documentos que definen nuestro comportamiento hacia el exterior se encuentran en la web institucional a disposición de todas las partes interesadas.

El "Plan Director de RSC" es el elemento que unifica y desarrolla las acciones y objetivos correspondientes a cuestiones de sostenibilidad.

Asimismo, para garantizar nuestro compromiso ético y el cumplimiento legal, IFEMA MADRID cuenta con el Comité de Cumplimiento Normativo, gestionado desde el área de *Compliance*.

Riesgos y oportunidades

La identificación y evaluación de riesgos y oportunidades operativos es un proceso incluido dentro del macroproceso de Seguimiento y Medición de Procesos, que forma parte de los procesos estratégicos del Sistema Integrado de Gestión de IFEMA MADRID.

La detección de riesgos y oportunidades parte de tres fuentes:

- Los procesos que componen el Mapa de Procesos.
- Las Cuestiones de Desarrollo Sostenible y los Aspectos Ambientales.

- El DAFO global que realiza el Comité de Dirección (de cara al ejercicio 2023 se ha mantenido el DAFO realizado en 2022, tal y como permite el procedimiento, por entender que no se han producido variaciones esenciales que impliquen esa necesidad).
- Los riesgos altos/críticos/importantes del Plan de Continuidad de Negocio y de los que son moderados, aquellos que requieren medidas preventivas adicionales.

Una vez identificados los riesgos, se lleva a cabo la valoración según dos criterios:

- Posibilidad de que ocurra.
- Criticidad de sus efectos.

Las puntuaciones serán de 1 a 5. Para obtener el resultado final, la magnitud del riesgo o el grado de relevancia de la oportunidad, se multiplicarán ambos valores. Se entenderán como riesgos y oportunidades relevantes aquellos que alcancen o superen los 12 puntos.

Sobre los mismos se actuará en dos posibilidades:

- Estableciendo objetivos.
- Estableciendo acciones.

Se realizará un seguimiento periódico y se evaluará la eficacia de dichas acciones y objetivos, en la reevaluación anual que se lleva a cabo.

(VÉASE EL ANEXO 6)

Planificación estratégica.

Para la determinación de los objetivos estratégicos anuales, IFEMA MADRID cuenta con un proceso de planificación estratégica (SIG-PR-41) desarrollado siguiendo el modelo EFQM.

Dicho proceso/procedimiento implica la coordinación, desde el Comité de Dirección, de las aportaciones de todo el equipo directivo, mediante la elaboración y la valoración de los DAFO:

- Cada miembro del Comité de Dirección presentará un DAFO realizado con las distintas áreas a su cargo.
- La Dirección de Calidad y Sostenibilidad incluye todas las aportaciones en un solo documento y las cruzará aplicando una matriz relacional.

- A continuación, el Comité de Dirección recibirá de nuevo el DAFO con las valoraciones más relevantes y en función de eso deberá de decidir unos objetivos que:

- Palíen las amenazas.
- Aprovechen las oportunidades.
- Reduzcan las debilidades.
- Potencien las fortalezas.

Cada objetivo tendrá un responsable y al menos un indicador o KPI para medir su grado de cumplimiento. Con dichos responsables, la Dirección de Calidad y Sostenibilidad los desarrollará en metas, planes de acción, actividades e indicadores.

El seguimiento de los mismos se lleva a cabo desde la Dirección de Calidad y Sostenibilidad a través de la herramienta de control documental ProQuo, accesible a todo el personal. El grado de cumplimiento se incorpora al Informe de Revisión por la Dirección, que se elabora anualmente.

Sin embargo, de cara al ejercicio 2023, se llevó a cabo con una ligera variación admitida en el procedimiento, y fue la de mantener el DAFO del ejercicio anterior, como ya citamos en el apartado previo.

De cara a afrontar un cambio relevante para el impulso de la actividad de la compañía, se realizó un Plan Estratégico a cuatro años, con colaboración externa y participación de todas las áreas.

Los objetivos estratégicos anuales para 2023, por lo tanto, se realizaron en función de los objetivos globales recogidos en dicho plan.

Hay que destacar que se han señalado 21 objetivos, nueve más que en el ejercicio precedente, lo que es indicativo del nivel de ambición con el que IFEMA MADRID afronta los próximos cuatro años.

(VÉASE EL ANEXO 5)

Plan Director de RSC.

El Plan Director de RSC es un documento anual en el que se establece el marco de compromiso de la empresa en lo que se refiere a responsabilidad social corporativa.

Contiene el desarrollo de aquellos objetivos estratégicos referidos a la sostenibilidad, así como las acciones establecidas como consecuencia de la valoración de cuestiones de desarrollo sostenible y aspectos ambientales en aquellos que hayan resultado significativos. También incorpora otras actividades que la empresa decida asumir en su compromiso con la sociedad (por ejemplo, los programas de voluntariado corporativo).

IFEMA MADRID está plenamente comprometida con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (en adelante ODS) aprobados en el 2015 por la Organización de las Naciones Unidas. Por ello nuestro Plan Director de RSC está vinculado a su consecución. Están totalmente integrados en nuestra gestión estratégica empresarial, algo que se refleja en varios aspectos:

- En los *Principios de gobierno para el desarrollo sostenible* publicados IFEMA MADRID se compromete a cumplir, impulsar y promover actuaciones responsables en materia económica, social y ambiental.
- La cultura de IFEMA MADRID tiene la sostenibilidad como uno de sus principales valores (ser sostenibles y transparentes).
- La sostenibilidad es uno de los pilares del "Plan Estratégico de IFEMA MADRID".
- IFEMA MADRID se ha adherido al Pacto por la Economía Circular que ha impulsado el Ministerio de Transición Ecológica y el Reto Demográfico, comprometiéndose a trabajar sobre sus 10 acciones, pero especialmente impulsando la mejora en los puntos 1, 3 y 4; estos son:

1. Avanzar en la reducción del uso de recursos naturales no renovables, reutilizando en el ciclo de producción los materiales contenidos en los residuos como materias primas secundarias siempre y cuando quede garantizada la salud de las personas y la protección del medio ambiente.
2. Favorecer la aplicación efectiva del principio de jerarquía de los residuos, promoviendo la prevención de su generación, fomentando la reutilización, fortaleciendo el reciclado y favoreciendo su trazabilidad.

3. Promover pautas que incrementen la innovación y la eficiencia global de los procesos productivos mediante la adopción de medidas como la implantación de sistemas de gestión ambiental.

- En el caso de 2023, el Plan Director de RSC se ha vinculado al Plan Estratégico cuatrienal. Por ello, consta de dos tipos de objetivos:
 - Aquellos que se plantean a cuatro años y de los que se marcan metas o actividades anuales.
 - Aquellos que se limitan a este ejercicio.

Contribución de IFEMA MADRID a los ODS (Referencia Plan Director de RSC - VÉASE EL ANEXO 4):

- ODS: 4, 5, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 16 y 17.

El Plan Director de RSC se comunica a todas las partes interesadas:

- Internas, a través de la publicación en la intranet.
- Externas, a través de la publicación en la web de IFEMA MADRID.

Se compone de líneas de actuación, cada una de ellas divididas en objetivos concretos, acciones para llevarlos a cabo e indicadores de medición.

El seguimiento se realiza semestralmente, enviando el informe correspondiente al Comité de Dirección.

(VÉASE EL ANEXO 4)

Seguimiento y medición del enfoque de gestión (Cuadro de Mando de Indicadores y Revisión por la Dirección).

Cada proceso, objetivo y aspecto de la cultura cuenta con sus indicadores para medir el grado de cumplimiento. La periodicidad del seguimiento es variable: los hay de temporalidad anual o semestral.

Todos ellos, y sus condiciones y características, conforman el Cuadro de Mando de Indicadores donde la Dirección de Calidad y Sostenibilidad actualiza los valores en función de los tiempos determinados en el seguimiento.

Dentro del cuadro global existen cinco tipos de indicadores diferenciados:

- **Clave:** miden el grado de cumplimiento de los objetivos estratégicos, bien porque son fruto del proceso de planificación estratégica o porque el Comité de Dirección decida incorporarlos.

- **De procesos:** miden los resultados o su grado de desempeño.
- **De cultura:** miden el grado de integración de los aspectos de la cultura en el desempeño de la organización.
- **De negocio:** miden los resultados, el desempeño y la evolución en el tiempo del negocio en la organización.
- **De sostenibilidad:** miden el desempeño de la sostenibilidad y su evolución en el tiempo en la organización. En sus tres vertientes: económica, social y ambiental.

Además de eso, los indicadores pueden ser de:

- **Control:** que no tienen una mejora asociada, pero que sí se establecen límites de control que si se sobrepasan requieren de un análisis y de acciones para corregirlo.
- **Mejora:** aquellos que tengan prevista una mejora asociada (objetivos estratégicos, objetivos operativos, etc.).

Al margen de los seguimientos temporales sobre los que se actúa, al concluir cada ejercicio, se realiza el Documento de Revisión por la Dirección, en el que se evalúa el cumplimiento de todos los indicadores y se establecen aspectos sobre los que se deberá actuar en el siguiente ejercicio.

(VÉASE EL ANEXO 7)

Comité de Cumplimiento Normativo (CCN).

El Comité de Cumplimiento Normativo es un órgano colegiado de carácter interno, ejecutivo y permanente, con competencia y poderes autónomos de iniciativa y control, nombrado por el Comité Ejecutivo de IFEMA MADRID, en virtud del artículo 14.15 de los Estatutos de IFEMA MADRID y cuya misión es garantizar, en lo posible, el cumplimiento de los deberes de supervisión, vigilancia y control de los riesgos de la Institución en materia de Cumplimiento, así como desarrollar las políticas y estrategias generales de IFEMA MADRID en materia de Prevención de Riesgos, Código de Conducta y, en general, Políticas de Cumplimiento.

Todo ello, en línea con el Programa de Prevención de Riesgos de Cumplimiento en el marco del Sistema de Cumplimiento de las normas y estándares éticos definido por la Institución.

Unificación normativa

Como apoyo al sistema de cumplimiento normativo, se ha desarrollado un proyecto de unificación de toda la normativa interna, con varios objetivos:

- Revisión de toda la documentación existente para comprobar su actualización y aplicabilidad.
- Homogeneización de la misma, tanto en lo que se refiere a formatos como a estructura y contenidos.
- Integrar todo en un repositorio accesible desde la intranet y con varias posibilidades de búsqueda que faciliten su acceso.

Con esto, por un lado, se garantiza la posibilidad de su conocimiento por parte de todas las personas de la casa y, además, se asegura la actualización de todos los documentos frente a cualquier modificación de los mismos que se produzca en cualquier momento.

Para su gestión se ha elaborado y aprobado la instrucción SIG-IT-42_01.01: "Gestión documentación normativa interna en la intranet".

Grupo de Sostenibilidad.

En 2022 se decidió crear un grupo interdisciplinar que, bajo la denominación de Grupo de Sostenibilidad, tuviese como objetivo generar y asumir diferentes proyectos relacionados con la sostenibilidad, buscando que fuesen temas cercanos al personal y que, consecuentemente, sirviesen para impulsar la cultura de la sostenibilidad en la plantilla.

Está coordinado por la Dirección de Calidad y Sostenibilidad, y formado por representantes de las siguientes áreas:

- Dirección de Servicios FERIALES.
- Dirección Técnica.
- Dirección de Seguridad y Autoprotección.
- Dirección de Personas, Calidad y Sostenibilidad.
- Dirección de Comunicación y Prensa.
- Dirección de Marketing y Estrategia Digital.
- Dirección de Negocio Ferial (grupos feriales).
- Dirección de Convenciones.

Se reúne con periodicidad bimestral, y desarrolla los proyectos en grupos de trabajo que informan al colectivo mensualmente. Los proyectos liderados en un primer ciclo han sido:

- Unificación de los contenidos sobre sostenibilidad integrados en la documentación de expositores, elaborando un texto tipo que a partir de ese momento se incluye de manera uniforme en todas las Guías de Expositor.
- Segregación de residuos en las zonas de oficinas, sustituyendo las papeleras individuales por puntos limpios.
- Actuación sobre el comedor de personal en varias áreas:
 - Potenciar el consumo de aguas en jarras frente a las botellas de plástico.
 - Tratamiento de excedentes, posibilitando su consumo posterior.
 - Reducir los desperdicios mediante la concienciación del consumidor.
- Plan de comunicación integral para que la información de sostenibilidad llegue a toda la plantilla de una forma directa.

Una vez concluidos estos proyectos, se han determinado como prioritarios otros tres, que se han desarrollado en 2023:

- Potenciar la movilidad sostenible.
 - Estudiar, a través de una encuesta, los hábitos de movilidad de nuestro personal para establecer la oportunidad de hacer propuestas que incentiven modelos de movilidad más sostenibles (auto compartido, uso del transporte público, etc.).
 - De cara a impulsar el uso del transporte público, se han realizado concursos de fotografía, relatos, etc.
- *Guía de Organización Sostenible de Ferias y Eventos* (continuación de las guías similares para expositores y visitantes publicadas en el ejercicio anterior).
- Alianzas con proveedores de cara a realizar acciones conjuntas.
 - Conocer sus acciones sostenibles en relación con la prestación de sus productos y/o servicios en IFEMA MADRID para estudiar la posibilidad de colaborar en ellos con el objetivo de alcanzar un mayor impacto.

Dentro de la red social interna Yammer, se habían creado dos comunidades relacionadas con el tema:

- Comunidad de Sostenibilidad.
- Comunidad de Voluntariado.

En 2023 se han unificado en una Comunidad de Sostenibilidad y Voluntariado. Mantiene contenidos semanales como historias motivantes, concursos, etc.

Además, sigue contándose con un grupo de personas comprometidas, denominados “*Influencers* de la sostenibilidad” como portavoces ante la plantilla de la importancia de actuar y trasladar iniciativas.

Fomento de la cultura

Como una pieza importante dentro de la sostenibilidad y de la mejora de la atmósfera laboral, se ha decidido apostar por la promoción de la cultura. En este sentido, se han llevado a cabo varias acciones:

- Celebración del Día Internacional del Libro, con una acción que suponía el intercambio de libros de segunda mano entre miembros de la plantilla.
- Creación de la Biblioteca IFEMA MADRID, un espacio abierto con fondos aportados por los trabajadores y la propia IFEMA MADRID para fomentar la lectura.
- Nueva comunidad en Yammer, “*Creando Cultura*”, con contenidos semanales sobre recomendaciones de planes, reseñas, etc.

02.

Medio ambiente.

2.1 Gestión medioambiental_19

2.2 Contaminación atmosférica_27

2.3 Economía circular. Prevención y gestión de residuos_30

2.4 Consumo de recursos_34

2.5 Cambio climático_40

2.6 Biodiversidad_45

02. Medio ambiente.

2.1 Gestión medioambiental.

Nuestro compromiso con la sostenibilidad implica el uso eficiente de los recursos naturales del planeta, que gestionamos con responsabilidad para asegurar una actuación respetuosa con el medio ambiente y la preservación de nuestro entorno.

En IFEMA MADRID hemos certificado, desde el año 2019, nuestro Sistema Integrado de Gestión en las normas internacionales ISO 14001:2015 de Gestión ambiental, ISO 20121:2013 de Gestión de eventos sostenibles y en la ISO 50001:2018 de Gestión energética.

Estamos sometidos anualmente a auditorías internas y externas de cada una de las normas ISO certificadas, por ENAC, empresa de certificación acreditada.

En las auditorías correspondientes a 2023 no se ha detectado ningún hallazgo relativo a incumplimiento legal en materia ambiental.

En noviembre de 2023 se logró obtener la autorización de vertido a la red de saneamiento.

Como puntos fuertes, hemos logrado alcanzar en los últimos años en materia medioambiental los siguientes hitos principales:

1.º) Hemos reducido el ratio de emisión de gases de efecto invernadero (huella de carbono) un 90,3% en los últimos siete años en los alcances 1-2.

2.º) Hemos reducido el ratio de consumo eléctrico un 27,25% con respecto al año 2018.

3.º) Hemos reducido el ratio de consumo de gas natural un 42,40% con respecto al año 2018.

4.º) Hemos reducido el ratio de consumo de agua potable total un 33,70% con respecto al año 2018.

5.º) Hemos reducido el ratio de consumo de papel un 77,29% con respecto al año 2018.

6.º) Hemos reducido el ratio de generación de residuos un 63,91% con respecto al año 2018.

7.º) En el 2023, logramos reciclar el 79,10% de todos los residuos que generamos.

8.º) Nuestro consumo eléctrico en todas las instalaciones es 100% de origen renovable certificado desde el año 2020.

9.º) Apostamos por la movilidad sostenible, disponiendo de transporte público accesible y *parkings* para coches eléctricos y bicicletas/patinetes.

10.º) Autoconsumo y ahorro energético: instalación de geotermia en el edificio de oficinas (Edificio Puerta Sur); instalación de placas fotovoltaicas, bomba de calor aerotérmica para climatización y ACS en vestuarios; iluminación led en todos los pabellones y vestuarios, e iluminación led en todos los *stands* ofrecidos por IFEMA MADRID.

11.º) Medidas de ahorro de agua: agua regenerada para riego, urinarios secos, perlizadores y grifería electrónica, y retretes de doble descarga.

12.º) Un 100% de la moqueta que se consume es moqueta reciclable, que consume menos recursos naturales en su fabricación, transformándose en granza o parafina, utilizada como materia prima en otros procesos productivos.

Compromiso con el medio ambiente.

Nuestra Política del Sistema Integrado de Gestión define claramente el compromiso de IFEMA MADRID, no solo con la calidad, sino también con la sostenibilidad de nuestros eventos, con la eficiencia energética y con el medio ambiente.

Dicha política se ha revisado y aprobado en septiembre de 2023, debido a un cambio de formato, pero no de contenido, que sigue igual que el año anterior.

Se ha distribuido la nueva revisión aprobada en la web y la intranet, y se ha colocado en algunos espacios de las oficinas físicamente para el personal sin acceso directo a un ordenador.

IFEMA MADRID, mediante esta declaración y en consonancia con su propósito y sus principios de gobierno para el desarrollo sostenible, pretende trasladar a todas sus partes interesadas cuál es su compromiso para garantizar la calidad, el desarrollo sostenible, el respeto por el medio ambiente, la gestión eficiente del consumo energético y la seguridad de las personas. Todo ello durante el diseño y gestión (comercialización

y producción) de eventos propios y la prestación de espacios y servicios en eventos externos.

En consecuencia, la Dirección General de IFEMA MADRID establece esta Política para la Gestión de la Calidad, la Seguridad, la Energía, la Gestión Ambiental y la Sostenibilidad de Eventos, en la que se compromete a:

- Integrar los sistemas de gestión de: la calidad ambiental, la energía, la sostenibilidad de eventos y la gestión de emergencias en un sistema común que permita, a través de su mejora continua, alcanzar la eficiencia y excelencia en la gestión.
- Cumplir la legislación y normativa vigente de aplicación, los requisitos de las normas internacionales de referencia, los identificados por las partes interesadas y los establecidos de forma interna.
- Cumplir los Principios de Gobierno para el Desarrollo Sostenible en la gestión de eventos propios, gestión de espacios y mantenimiento de infraestructuras, fomentando así la ejemplaridad en el desarrollo económico, la mejora ambiental y la responsabilidad ante la sociedad.
- Apoyar e impulsar los planes de Seguridad y Autoprotección, que analizan los riesgos en la planificación, origen y desarrollo de los procesos; funcionamiento de las instalaciones y prestación de servicios en las diferentes actividades que se realizan, logrando un nivel óptimo de eficacia y eficiencia en la protección de las personas, de la información y del propio recinto, sustentados en la previsión, prevención, preparación y protección frente a cualquier tipo de amenaza presente o emergente y alineados con los procesos de gestión de crisis y continuidad del negocio de aplicación, en caso de materializarse.
- Apoyar el plan de Prevención de Riesgos Laborales, controlando de forma continua el cumplimiento de las Normas de Seguridad y Salud para eliminar y/o minimizar los riesgos de los trabajadores.
- Impulsar objetivos que aseguren la mejora continua de: los procesos, la sostenibilidad de eventos, el desempeño ambiental y energético, el bienestar del entorno, la prevención de la contaminación, la protección del medio ambiente, la gestión eficiente del consumo energético, la seguridad ciudadana y de las personas, y disponer de toda la información y recursos necesarios para conseguir dichos objetivos y cumplir con esta política.
- Considerar los aspectos e impactos ambientales y el desempeño energético relacionados con la gestión de eventos propios, la gestión de espacios y servicios y el diseño y mantenimiento de infraestructuras, desde el comienzo hasta el final del ciclo, para minimizar los efectos adversos por estos producidos y fomentar un uso racional de los recursos, así como la protección del medio ambiente.
- Potenciar el ahorro y la eficiencia energética en las actividades mediante el desarrollo del sistema de gestión energética implantado.
- Fomentar la investigación y el desarrollo, apostar por la innovación eficiente, así como por la calidad en la gestión de eventos propios, en la gestión de espacios y servicios y mantenimiento de infraestructuras.
- Formar y sensibilizar al personal en todos sus niveles, estableciendo los adecuados cauces de comunicación y participación entre todos sus integrantes.
- Avanzar en la adquisición de productos y servicios energéticamente eficientes y en el trabajo con proveedores que cuenten con una gestión energética eficiente de sus instalaciones, productos y servicios, y apoyar aquellas actividades de diseño que consideren la mejora del desempeño energético.
- Cumplir con los requisitos de las partes interesadas para lograr su satisfacción, siendo capaces de anticiparnos a sus necesidades y expectativas, obrando en todo momento con profesionalidad, ética y transparencia.
- Incentivar la presencia internacional.
- Revisar periódicamente el grado de eficacia del Sistema de Gestión Integrado implementado, al objeto de detectar puntos débiles y poder adoptar las acciones necesarias y de mejora, así como documentar los avances realizados.

Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales en el año 2023 y provisión de recursos para el año 2024.

Año 2023	Euros/año
Recursos humanos (Dirección de Personas, Calidad y Sostenibilidad, Dirección Técnica, Dirección de Seguridad y Autoprotección, y Dirección de Servicios FERIALES)	<ul style="list-style-type: none"> Coste de los cuatro departamentos: 11.081.293,68 €. Coste de consultoría y verificación de emisiones de gases de efecto invernadero: 5.434 € (3.654 + 1.780 €). Coste de mantenimiento y auditorías ISO 9001-14001-20121-22320-50001 (internas y externas): 7.017 € (2.517 € + 4.500 €). Coste de bomberos: 204.831,90 €.
Recursos técnicos (inversiones y gastos)	<ul style="list-style-type: none"> Coste del mantenimiento reglamentario (climatización, eléctrico, torres de refrigeración, protección contra incendios y calidad del aire): 732.643,84 €. Coste de limpieza y gestión de residuos: 3.357.578,39 €. Póliza de daños: 328.348,22 €. Póliza de responsabilidad civil: 118.204,44 €.

Previsión para el año 2024	Euros/año
Recursos humanos (Dirección de Personas, Calidad y Sostenibilidad, Dirección Técnica, Dirección de Seguridad y Autoprotección, y Dirección de Servicios FERIALES)	<ul style="list-style-type: none"> Coste de los cuatro departamentos: 11.469.138,95 €. Coste de consultoría y verificación de emisiones de gases de efecto invernadero: 5.434 € (3.654 + 1.780 €). Coste de mantenimiento y auditorías ISO 9001-14001-20121-22320-50001 (internas y externas): 7.017 € (2.517 € + 4.500 €). Coste de bomberos: 200.000 €.
Recursos técnicos (inversiones y gastos)	<ul style="list-style-type: none"> Coste del mantenimiento reglamentario (climatización, eléctrico, torres de refrigeración, protección contra incendios y calidad del aire): 732.643,84 €. Coste de limpieza y gestión de residuos: 4.282.407,4 €. Póliza de daños: 342.461,17 €. Póliza de responsabilidad civil: 126.529,02 €.

Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y, en su caso, la salud y la seguridad. Multas y sanciones significativas.

Anualmente, durante el primer trimestre del año, se identifican y evalúan los aspectos ambientales directos, indirectos y potenciales de IFEMA MADRID conforme a lo establecido en el procedimiento SOS-PR-23_03: "Identificación y evaluación de aspectos ambientales".

Entendiendo para ello el concepto de "Aspecto ambiental" como: "cualquier elemento de las actividades/ productos/servicios de IFEMA MADRID que puede interactuar con el medio ambiente, generando un impacto". Puede ser directo/indirecto o potencial. El directo se genera por la organización y se puede cuantificar (t, kg, m³, etc.); el indirecto se genera/consume en nuestras instalaciones, pero por personal ajeno a la organización y se puede cuantificar, y el potencial es una situación de emergencia o incidente.

El objeto de la realización de la identificación y evaluación de los aspectos ambientales es:

- Determinación anual de aquellos que, en situaciones normales (habituales de la actividad) y anormales de funcionamiento (no habitual pero planificada, como por ejemplo el mantenimiento), pueden tener impactos significativos en el medio ambiente desde una perspectiva de ciclo de vida. Son los aspectos ambientales directos e indirectos.
- Determinación anual de aquellos incidentes ambientales potenciales que son significativos o relevantes, teniendo como objetivo reducir al mínimo posible el riesgo para las personas y el medio ambiente.

La metodología para la evaluación y la detección de la significancia anualmente está descrita en el procedimiento SOS-PR-23_03: "Identificación y evaluación de aspectos ambientales".

Listado de aspectos ambientales de IFEMA MADRID en 2023.

Aspectos ambientales directos e indirectos identificados por: tipología, área de incidencia en actividades o lugares de IFEMA MADRID, dónde se generan y su impacto ambiental asociado.

Tipo de aspecto	Área de incidencia	Descripción de aspecto	Actividad/lugar de origen	Impacto ambiental asociado
Directo e indirecto	Generación de residuos no peligrosos	Papel-cartón	Oficinas, complementarias, preparación, celebración y desmontaje de ferias/eventos	Contaminación de suelo, impacto visual
Directo e indirecto	Generación de residuos no peligrosos	Plásticos-envases vacíos	Oficinas, complementarias, preparación, celebración y desmontaje de ferias/eventos	Contaminación de suelo, impacto visual
Directo e indirecto	Generación de residuos no peligrosos	Madera	Preparación y desmontaje de ferias/eventos	Contaminación de suelo, impacto visual
Directo e indirecto	Generación de residuos no peligrosos	Moqueta ferial	Preparación y desmontaje de ferias/eventos	Contaminación de suelo, impacto visual
Directo e indirecto	Generación de residuos no peligrosos	Vidrio	Restauración	Contaminación de suelo, impacto visual
Directo	Generación de residuos no peligrosos	RCD	Mantenimiento	Contaminación de suelo, impacto visual
Directo e indirecto	Generación de residuos no peligrosos	Mezcla de inertes con orgánicos	Restauración, oficinas, complementarias, preparación, celebración y desmontaje de ferias/eventos	Contaminación de suelo, impacto visual
Directo e indirecto	Generación de residuos no peligrosos	Residuos orgánicos	Restauración, oficinas, complementarias, preparación, celebración y desmontaje de ferias/eventos	Contaminación de suelo, impacto visual
Directo e indirecto	Generación de residuos no peligrosos	Residuos sanitarios asimilables a urbanos (tipo I)	Oficinas, preparación, celebración y desmontaje de ferias/eventos	Contaminación de suelo, impacto visual
Indirecto	Generación de residuos no peligrosos	Aceite usado en cocinas	Restauración	Contaminación de suelo, contaminación del agua, impacto visual
Directo	Generación de residuos no peligrosos	Chatarra	Mantenimiento	Contaminación de suelo, impacto visual
Directo	Generación de residuos no peligrosos	RAEE	Oficinas, mantenimiento	Contaminación de suelo, impacto visual
Directo	Generación de residuos no peligrosos	Tóner	Oficinas	Contaminación de suelo, impacto visual
Indirecto	Generación de residuos no peligrosos	Restos de poda	Mantenimiento	Impacto visual
Directo	Generación de residuos peligrosos	Aceite usado para mantenimiento	Mantenimiento	Contaminación de suelo, impacto visual
Directo	Generación de residuos peligrosos	Envases vacíos contaminados	Mantenimiento	Contaminación de suelo, impacto visual
Directo	Generación de residuos peligrosos	Absorbentes contaminados	Mantenimiento	Contaminación de suelo, impacto visual

(Continúa)

Listado de aspectos ambientales de IFEMA MADRID en 2023 (continuación).

Tipo de aspecto	Área de incidencia	Descripción de aspecto	Actividad/lugar de origen	Impacto ambiental asociado
Directo	Generación de residuos peligrosos	Lodos de pinturas	Mantenimiento	Contaminación de suelo, impacto visual
Directo	Generación de residuos peligrosos	Pilas	Mantenimiento	Contaminación de suelo, impacto visual
Directo	Generación de residuos peligrosos	Baterías, acumuladores	Mantenimiento	Contaminación de suelo, impacto visual
Directo	Generación de residuos peligrosos	Fluorescentes	Mantenimiento	Contaminación de suelo, impacto visual
Directo	Generación de residuos peligrosos	RAEE	Mantenimiento	Contaminación de suelo, impacto visual
Directo	Generación de residuos peligrosos	Aerosoles vacíos	Mantenimiento	Contaminación de suelo, impacto visual
Directo e indirecto	Generación de residuos peligrosos	Residuos sanitarios de tipo III	Oficinas Celebración de ferias/eventos	Contaminación de suelo Peligro para las personas
Directo e indirecto	Generación de residuos peligrosos	Grasas del separador de grasas	Mantenimiento	Contaminación de suelo y agua
Directo e indirecto	Emisiones a la atmósfera	Ruido	Preparación, celebración y desmontaje de ferias/eventos	Contaminación acústica
Directo e indirecto	Emisiones a la atmósfera	Gases combustión vehículos	Preparación, celebración, desmontaje de ferias/eventos Mantenimiento	Contaminación del aire
Directo	Emisiones a la atmósfera	Gases de equipos de combustión (calderas, grupos electrógenos)	Oficinas, complementarias, y pabellones en celebración	Contaminación del aire
Directo	Consumo de recursos naturales	Gasóleo	Preparación, celebración y desmontaje de ferias/eventos Mantenimiento	Reducción de recursos naturales
Directo	Consumo de recursos naturales	Gasolina	Mantenimiento	Reducción de recursos naturales
Directo e indirecto	Consumo de recursos naturales	Gas natural	Oficinas, restauración, complementarias Celebración de ferias/eventos	Reducción de recursos naturales
Indirecto	Consumo de recursos naturales	Butano	Celebración de ferias/eventos en restauración	Reducción de recursos naturales
Directo e indirecto	Consumo de recursos naturales	Eléctrica	Oficinas, restauración, complementarias Preparación, celebración y desmontaje de ferias/eventos	Reducción de recursos naturales
Directo e indirecto	Consumo de recursos naturales	Agua potable	Oficinas, complementarias, restauración Preparación, celebración y desmontaje de ferias/eventos	Reducción de recursos naturales
Directo	Consumo de recursos naturales	Agua regenerada	Jardines	Reducción de recursos naturales
Directo e indirecto	Consumo de recursos naturales	Moqueta ferial	Preparación de ferias/eventos	Reducción de recursos naturales
Directo e indirecto	Consumo de recursos naturales	Papel-cartón	Oficinas, complementarias Restauración Preparación de ferias/eventos	Reducción de recursos naturales
Directo e indirecto	Vertido de aguas residuales	Aguas residuales a red de saneamiento (aseos, vestuarios, cocinas, pluviales, complementarias)	Oficinas, restauración, complementarias Preparación, celebración y desmontaje de ferias/eventos	Contaminación del agua

Listado de aspectos ambientales directos e indirectos significativos

Como resultado de la evaluación, en el año 2023 no se obtuvo ningún aspecto ambiental significativo (>12). Sin embargo, tomamos en este caso como significativos aquellos que más se acercan al valor de 12.

Aspectos directos / indirectos significativos.

Aspecto directo/indirecto	Descripción del objetivo de mejora puesto en marcha
Generación de mezcla de inertes con trazas de orgánicos (valor obtenido de 11,25)	Objetivo del Plan Director de RSC 2023-2026: destinar el 100% de los residuos a valorización. Es un objetivo global de todos los residuos. También hubo un objetivo de mejora del año 2023: reducción en un 2% el ratio de generación de residuos con respecto al 2022.
Consumo de gas natural (valor obtenido de 11,25)	Objetivo del Plan Director de RSC 2023-2026: ser neutros en la huella de carbono de alcances 1-2 y para ello hay que reducir el ratio de consumo de gas natural. También hubo un objetivo de mejora del año 2023 a este respecto: reducir el ratio de emisiones de CO ₂ un 0,5% con respecto al año 2022.

La mayoría de los aspectos ambientales directos e indirectos se cuantifican en ratios, y han descendido con respecto al año anterior. Además, la peligrosidad es baja, ya que la mayoría de todos los residuos tienen como destino el reciclado y el consumo de energía eléctrica procede de fuentes renovables.

Aspectos ambientales potenciales con sus medidas preventivas y niveles de riesgo asociados.

Los aspectos potenciales asociados a incidentes llevan aparejado un riesgo, para el cual se establecen medidas preventivas y, en aquellos que son relevantes, simulacros periódicos.

Tipo de aspecto	Descripción de aspecto	Impacto ambiental asociado	Medidas preventivas	Nivel de riesgo
Potencial	Emisiones de gases por incendio o explosión	Contaminación del aire Peligro para las personas	Medidas preventivas del plan de autoprotección. Formación a personal. Mantenimiento preventivo e inspecciones reglamentarias de instalación eléctrica y calderas.	SIGNIFICATIVO
Potencial	Emisiones de ruido por puesta en funcionamiento de alarma ante emergencias	Contaminación acústica	Mantenimiento central de alarmas.	NO SIGNIFICATIVO
Potencial	Emisiones de gases de combustión fuera de parámetros por fallo de funcionamiento de las calderas (combustión incompleta)	Contaminación del aire	Realizar mantenimiento preventivo planificado (control de quemadores).	NO SIGNIFICATIVO
Potencial	Emisiones de gas frigorígeno por fugas de la instalación de la climatización	Contaminación del aire	Realizar controles de fugas periódicos. Realizar mantenimientos preventivos planificados en los equipos.	NO SIGNIFICATIVO

(Continúa)

Aspectos ambientales potenciales con sus medidas preventivas y niveles de riesgo asociados (continuación).

Tipo de aspecto	Descripción de aspecto	Impacto ambiental asociado	Medidas preventivas	Nivel de riesgo
Potencial	Emisiones de partículas contaminantes al aire (radiaciones ionizantes, contaminantes químicos y/o biológicos por sabotaje) Incidente NRBO	Contaminación del aire Peligro para las personas	Medidas preventivas del plan de autoprotección.	SIGNIFICATIVO
Potencial	Generación de cenizas por incendio o explosión	Contaminación de suelo	Medidas preventivas del plan de autoprotección para prevenir incendios. Formación a personal. Mantenimiento preventivo e inspecciones reglamentarias de instalación eléctrica y calderas.	NO SIGNIFICATIVO
Potencial	Derrame de gasóleo por rotura de depósito o fallo durante la carga o descarga del mismo	Contaminación de suelo	Depósito de doble pared o bien con pared simple, pero con cubeto de retención. Zona techada. Zona señalizada y aislada de zona paso vehículos. Zona de velocidad máxima 20 km/h.	NO SIGNIFICATIVO
Potencial	Derrame de aceite usado por fallo de funcionamiento de la maquinaria de las instalaciones	Contaminación de suelo	Realizar mantenimiento preventivo y reglamentario de la maquinaria.	NO SIGNIFICATIVO
Potencial	Derrame de aceite usado o de gasóleo o de líquido refrigerante por fallo de funcionamiento de los camiones de carga y descarga	Contaminación de suelo	ITV pasada de los vehículos. Mantenimiento periódico realizado según instrucciones del fabricante. Zona de velocidad máxima 20 km/h.	NO SIGNIFICATIVO
Potencial	Derrame de grasas por fallo durante la limpieza semestral del separador de grasas de complementarias	Contaminación de suelo	Realizar vaciados periódicos. Retiradas de grasas cada seis meses y su gestión como residuo peligroso.	NO SIGNIFICATIVO
Potencial	Derrame de residuos peligrosos por rotura de envases o por fallo durante la carga, descarga o trasiego de los mismos	Contaminación de suelo	Los residuos peligrosos se almacenarán en una zona destinada a ello: el Almacén de Residuos Peligrosos, alejado de sumideros de pluviales o de desagües de fecales. Los residuos peligrosos líquidos o pastosos se almacenarán con sistema de contención de derrames. Se almacenarán segregados por tipo de residuos. Los envases serán homologados. Se avisará para su retirada por gestor autorizado antes de su llenado completo.	NO SIGNIFICATIVO
Potencial	Derrame de productos químicos peligrosos por rotura de envases de productos químicos peligrosos o fallo durante la carga, descarga o trasiego	Contaminación de suelo	Zona de almacenamiento alejada del tránsito de vehículos y maquinaria móvil. Los productos químicos líquidos o pastosos se almacenarán, teniendo en cuenta sus incompatibilidades, con sistema de contención de derrames.	NO SIGNIFICATIVO

(Continúa)

Tipo de aspecto	Descripción de aspecto	Impacto ambiental asociado	Medidas preventivas	Nivel de riesgo
Potencial	Acumulación de agua residual y generación de residuos (barro, arena, etc.) por inundación	Contaminación de suelo	Limpieza periódica de red de saneamiento. Disponer de barreras de contención para la entrada de agua. Véanse las medidas en el plan de autoprotección.	NO SIGNIFICATIVO
Potencial	Vertido de aguas con cenizas por incendio o explosión	Contaminación del agua	Medidas preventivas del plan de autoprotección para prevenir incendios. Formación a personal. Mantenimiento preventivo e inspecciones reglamentarias de instalación eléctrica y calderas.	NO SIGNIFICATIVO
Potencial	Vertido de manera intencionada (sabotaje) de productos químicos o residuos peligrosos en arquetas de saneamiento o de pluviales	Contaminación del agua	Formación y toma de conciencia al personal de mantenimiento de IFEMA MADRID y empresa colaboradora de limpieza. Zona de almacenamiento definida y segregada. Información de prohibición a este respecto a expositores, organizadores externos, empresas colaboradoras y personal de IFEMA MADRID.	NO SIGNIFICATIVO
Potencial	Vertido de gasóleo, aceite o líquido refrigerante a través de la arqueta de pluviales por fallo de funcionamiento de los camiones durante la carga, descarga o trasiego	Contaminación del agua	Depósito de doble pared o bien con pared simple, pero con cubeto de retención. Zona techada. Zona señalizada y aislada de zona de paso de vehículos. Zona de velocidad máxima 20 km/h.	NO SIGNIFICATIVO
Potencial	Vertido de aguas residuales por inundación	Contaminación del agua	Limpieza periódica red de saneamiento. Disponer de barreras de contención para la entrada de agua. Véanse las medidas en el plan de autoprotección.	NO SIGNIFICATIVO
Potencial	Vertido de grasas a la red de saneamiento por fallo de funcionamiento del separador de grasas o durante la limpieza semestral del mismo	Contaminación del agua	Realizar vaciados periódicos. Retiradas de grasas cada seis meses y su gestión como residuo peligroso.	NO SIGNIFICATIVO

Incidentes significativos: incendio/explosión e incidente NRBO.

En el año 2023 se han realizado cuatro simulacros, estos son:

Descripción del simulacro	Fecha
1.º: simulacro de activación del Centro de Control Alternativo.	3 de mayo de 2023
2.º: simulacro por incendio en la Carpa MALINCHE con coordinación de equipos de emergencias de ambas estructuras y bomberos del Ayuntamiento de Madrid.	21 de junio de 2023
3.º: simulacro de activación de sistemas y protocolos de alarma en el Palacio Municipal de IFEMA MADRID por incendio en zona auditorio A – escenario.	23 de noviembre de 2023
4.º: simulacro de evacuación real de Edificio Sur de oficinas por incendio en muelle de túnel sur.	19 de diciembre de 2023

Multas y sanciones significativas

En los años 2022 y 2023 IFEMA MADRID no ha tenido ninguna multa ni sanción a este respecto.ninguna multa ni sanción a este respecto.

2.2 Contaminación atmosférica.

2.2.1 Emisiones de gases.

Fuentes de energía y usos previstos

Fuentes de energía: gas natural y gasóleo.

El Recinto Ferial de IFEMA MADRID dispone de tres estaciones de regulación y medida (ERM) de gas natural en sus instalaciones que alimentan los equipos de combustión o calderas ubicados en las tres salas de máquinas (SM). Hay 11 en total.

Hay otras 12 calderas pequeñas para restauración, de menos de 1 MW de potencia de caldera y de quemador; 11 de ellas se utilizan para calentar agua (ACS) y una para el uso del autoclave de las cocinas centrales.

Además, dispone de dos depósitos de gasóleo para suministro a los seis grupos electrógenos en caso de emergencia.

En el Palacio Municipal, IFEMA MADRID dispone de tres focos de emisiones de tres calderas de gas natural.

Uso previsto de gas natural: calentamiento de edificios, agua caliente sanitaria (ACS) y cocinas.

Uso previsto gasóleo: alimentar a los grupos de emergencia en situaciones de corte de red.

Medición de focos de emisión

Del total de los 29 focos de emisión del Recinto Ferial y de los tres del Palacio Municipal de IFEMA MADRID, entran dentro del alcance del Real Decreto 1042/2017, de 22 de diciembre, los siguientes:

- 11 de calderas (tipo C) y seis de los grupos electrógenos del Recinto Ferial. En total, 17.
- Las tres calderas del Palacio Municipal.

De estos 17 focos del Recinto Ferial, en enero de 2020 se realizó medición por OCA de los parámetros de emisión CO y NO_x de los 11 focos de las calderas y de "Partículas, SO_2 , CO y NO_x " en el caso de los seis focos de los grupos electrógenos alimentados por gasóleo. En todos ellos, la valoración fue "cumple" con los límites de emisión.

La autorización CAPCA considera necesario hacer una medición bienalmente en el caso de los 11 focos de las calderas; luego, en diciembre de 2022, se han medido de nuevo (parámetros CO y NO_x). En todos ellos, la valoración fue "cumple" con los límites de emisión.

Actividad del Recinto Ferial.

Combustión en sectores no industriales 02 Comercial e institucional 02 01	Grupo	Código	N.º de foco	Denominación
Calderas de P.t.n. < 20 MWt y ≥ 1MWt	C	02 01 03 03	1	Caldera 1 SM1
Calderas de P.t.n. < 20 MWt y ≥ 1MWt	C	02 01 03 03	2	Caldera 2 SM1
Calderas de P.t.n. < 20 MWt y ≥ 1MWt	C	02 01 03 03	3	Caldera 3 SM1
Calderas de P.t.n. < 20 MWt y ≥ 1MWt	C	02 01 03 03	4	Caldera 4 SM1
Calderas de P.t.n. < 20 MWt y ≥ 1MWt	C	02 01 03 03	5	Caldera 1 SM2
Calderas de P.t.n. < 20 MWt y ≥ 1MWt	C	02 01 03 03	6	Caldera 2 SM2
Calderas de P.t.n. < 20 MWt y ≥ 1MWt	C	02 01 03 03	7	Caldera 3 SM2
Calderas de P.t.n. < 20 MWt y ≥ 1MWt	C	02 01 03 03	8	Caldera 1 SM3
Calderas de P.t.n. < 20 MWt y ≥ 1MWt	C	02 01 03 03	9	Caldera 2 SM3
Calderas de P.t.n. < 20 MWt y ≥ 1MWt	C	02 01 03 03	10	Caldera 3 SM3
Calderas de P.t.n. < 20 MWt y ≥ 1MWt	C	02 01 03 03	11	Caldera 4 SM3
Otros equipos de combustión no especificados anteriormente de P.t.n. < 1 MWt	—	02 01 06 02	12	Grupo electrógeno 1 SM1
Otros equipos de combustión no especificados anteriormente de P.t.n. < 1 MWt	—	02 01 06 02	13	Grupo electrógeno 2 SM1
Otros equipos de combustión no especificados anteriormente de P.t.n. < 1 MWt	—	02 01 06 02	14	Grupo electrógeno 3 SM1
Otros equipos de combustión no especificados anteriormente de P.t.n. < 1 MWt	—	02 01 06 02	15	Grupo electrógeno 4 SM1
Otros equipos de combustión no especificados anteriormente de P.t.n. < 1 MWt	—	02 01 06 02	16	Grupo electrógeno 1 SM3
Otros equipos de combustión no especificados anteriormente de P.t.n. < 1 MWt	—	02 01 06 02	17	Grupo electrógeno 2 SM3

De los tres focos del Palacio Municipal, en diciembre de 2022 se realizó medición por OCA de los parámetros de emisión CO y NO_x de los tres focos de las calderas. En todos ellos, la valoración fue "cumple" con los límites de emisión. No se repetirá dicha medición hasta diciembre de 2024.

Actividad del Palacio Municipal.

Combustión en sectores no industriales 02 Comercial e institucional 02 01	Grupo	Código	N.º de foco	Denominación
Calderas de P.t.n. < 20 MWt y ≥ 1MWt	C	02 01 03 03	1	Caldera 1
Calderas de P.t.n. < 20 MWt y ≥ 1MWt	C	02 01 03 03	2	Caldera 2
Calderas de P.t.n. < 20 MWt y ≥ 1MWt	C	02 01 03 03	3	Caldera 3

No fue necesario, por lo tanto, tomar ninguna medida de corrección ni reparación a este respecto.

2.2.2 Emisiones de ruido.

IFEMA MADRID se encuentra ubicada, según el mapa de áreas acústicas de Madrid, en zona tipo "C" según lo establecido en el RD 1367/2007 de 19 de octubre, por el que se desarrolla la Ley 37/2003, de 17 de noviembre, del Ruido, en lo referente a zonificación acústica, objetivos de calidad y emisiones acústicas, teniendo un uso terciario con predominio de uso recreativo y de espectáculos o zona tipo IV (zona ruidosa).

Se realizó una medición de ruido por OCA en abril de 2019 en horario diurno, vespertino y nocturno en cuatro puntos limítrofes del Recinto Ferial (norte, sur, este y oeste). Véase el croquis.

Todos los puntos de medición salieron conformes a los límites establecidos en la ordenanza municipal contra la contaminación acústica y térmica del Ayuntamiento de Madrid para ese tipo de suelo.

No fue necesario, por lo tanto, tomar ninguna medida de corrección ni reparación a este respecto.

Se volverá a medir cuando haya modificaciones o ampliaciones de instalaciones o de actividades.



2.2.3 Contaminación lumínica.

La legislación de aplicación a este respecto es la siguiente: RD 1890/2008, de 4 de noviembre, de eficiencia energética en instalaciones de alumbrado exterior y sus instrucciones técnicas complementarias EA-01 A EA-07. Artículo 2, punto 3.

Este reglamento se aplicará:

- a) A las nuevas instalaciones, a sus modificaciones y ampliaciones.
- b) A las instalaciones existentes antes de su entrada en vigor, cuando, mediante un estudio de eficiencia energética, la Administración pública competente lo considere necesario.
- c) A las instalaciones existentes antes de su entrada en vigor que sean objeto de modificaciones de importancia y a sus ampliaciones, entendiéndose por modificación de importancia aquella que afecte a más del 50% de la potencia o luminarias instaladas.

Las instalaciones de alumbrado exterior de IFEMA MADRID son anteriores a la publicación de este Real Decreto, luego no entran dentro del alcance de aplicación. No obstante, a medida que en un futuro se vayan modificando se irán adaptando al cumplimiento de estos requerimientos legales.

2.3 Economía circular. Prevención y gestión de residuos.

IFEMA MADRID tiene definida la sistemática de la gestión de residuos en la instrucción SOS-IT-23_03: "Gestión de residuos". El objeto de esta instrucción es describir la metodología que se sigue para asegurar una adecuada gestión de los residuos generados como consecuencia de las actividades que lleva a cabo, de tal forma que se garantice la protección de las personas, del medio ambiente y el cumplimiento de la legislación vigente aplicable.

IFEMA MADRID dispone de código NIMA, un número de identificación como pequeño productor de residuos peligrosos (ha comunicado todos los residuos peligrosos que genera, que son menos de 10 t/año, de ahí la condición de pequeño productor) y ha comunicado que produce más de 1.000 t/año de residuos no peligrosos a la Consejería de Medio Ambiente de la Comunidad de Madrid, cumpliendo así con lo establecido en la ley 7/2022 de residuos y suelos contaminados y con el RD 553/2020 sobre traslado de residuos.

2.3.1 Residuos no peligrosos.

Residuos no peligrosos generados en IFEMA MADRID; lugar de generación (LER), operador y destino.

Tipo de residuo	Lugar de generación	LER	Operador del traslado	Destino (R/D)*
Papel-cartón	Oficina, complementarias, pabellones con actividad ferial	200101, 150101	FCC y OPTIMA Son agentes contratados por IFEMA MADRID	R
Plásticos-envases vacíos	Oficina, complementarias, pabellones con actividad ferial (en celebración)	200139, 170203, 150102	FCC y OPTIMA Son agentes contratados por IFEMA MADRID	R
Madera	Pabellones con actividad ferial (en montaje y desmontaje)	200138, 170201	FCC y OPTIMA Son agentes contratados por IFEMA MADRID	R
Vidrio	Restauración en pabellones, complementarias	200102, 150107	ECOVIDRIO, retirado por Ayuntamiento	R
Orgánicos	Oficinas, restauración en pabellones, complementarias	200108	FCC y OPTIMA Son agentes contratados por IFEMA MADRID	R
Mezcla de inertes (voluminosos o resto): mezcla de papel-cartón, plásticos-envases vacíos, madera, vidrio, chatarra y moqueta ferial	Pabellones con actividad ferial	200301, 200307	FCC y OPTIMA Son agentes contratados por IFEMA MADRID	R y D
Restos de moqueta	Pabellones con actividad ferial (en montaje y desmontaje)	200139	ACTECO. Es gestor de residuos contratado	R
Chatarra	Mantenimiento	200140, 170407	GARMAN. Es gestor de residuos contratado	R
RCD	Pequeñas obras	170904 y 170504	Contenedores MAI, agente de residuos contratado	R

(*) R = Reciclado; D = Depósito o eliminación.

(Continúa)

Residuos no peligrosos generados en IFEMA MADRID; lugar de generación (LER), operador y destino (continuación).

Tipo de residuo	Lugar de generación	LER	Operador del traslado	Destino (R/D) *
Sanitarios de tipo I	Aseos	200301	RENTOKIL. Es gestor de residuos contratado.	D
Equipos eléctricos y electrónicos	Oficinas, mantenimiento	160214	FETRANSFER. Es gestor de residuos contratado.	R
Restos de poda	Mantenimiento	200201, 200138, 170201	Empresa jardinería contratada (productor)	R
Residuos de aceites en separador de grasas	Mantenimiento	200108	IFEMA MADRID (productor)	R
Aceite usado en cocinas	Restauración	200125	Empresas restauración contratadas (productor)	R

(*) R = Reciclado; D = Depósito o eliminación.

2.3.2 Residuos peligrosos.

Residuos peligrosos generados en IFEMA MADRID; lugar de generación (LER), operador y destino.

Tipo de residuo	Lugar de generación	LER	Operador del traslado	Destino (R/D) *
Aceites usados	Mantenimiento. Actividad ferial (residuos de clientes abandonados o bien contratado el servicio de gestión)	130205, 130208	FETRANSFER, gestor de residuos	R
Envases vacíos contaminados	Mantenimiento. Actividad ferial (residuos de clientes abandonados o bien contratado el servicio de gestión)	150110	FETRANSFER, gestor de residuos	R
Lodos de pintura y barniz con disolventes orgánicos u otro tipo de sustancias peligrosas	Mantenimiento. Actividad ferial (residuos de clientes abandonados o bien contratado el servicio de gestión)	080113	FETRANSFER, gestor de residuos	R
Pilas	Oficinas. Mantenimiento. Actividad ferial (residuos de clientes abandonados o bien contratado el servicio de gestión)	200133, 160606, 160603	FETRANSFER, gestor de residuos	R
Baterías, acumuladores	Mantenimiento. Actividad ferial (residuos de clientes abandonados o bien contratado el servicio de gestión)	200133, 160606, 160601, 160602	FETRANSFER, gestor de residuos	R
RAEE (residuos de aparatos eléctricos y electrónicos)	Oficinas. Mantenimiento. Actividad ferial (residuos de clientes abandonados o bien contratado el servicio de gestión)	200135-61, 160213-21-22-41	FETRANSFER, gestor de residuos	R
Aerosoles vacíos	Mantenimiento. Actividad ferial (residuos de clientes abandonados o bien contratado el servicio de gestión)	160504	FETRANSFER, gestor de residuos	R
Absorbentes contaminados	Mantenimiento. Actividad ferial (residuos de clientes abandonados o bien contratado el servicio de gestión)	150202	FETRANSFER, gestor de residuos	R

(*) R = Reciclado; D = Depósito o eliminación.

(Continúa)

Tipo de residuo	Lugar de generación	LER	Operador del traslado	Destino (R/D) *
Fluorescentes, bombillas	Mantenimiento. Actividad ferial (residuos de clientes abandonados o bien contratado el servicio de gestión)	200121, 190213	FETRANSFER, gestor de residuos	R
Residuos sanitarios de tipo III	Servicio médico, botiquín	180103	RENTOKIL, gestor de residuos contratado	D

(*) R = Reciclado; D = Depósito o eliminación.

En IFEMA MADRID hay 24 tipos diferentes de residuos: 14 de tipo no peligrosos y 10 de tipo peligrosos. Tres de ellos se eliminan (D) y 21 tienen una salida valorizable (R), lo que supone un 87,5% del total de las tipologías.

Cantidades generadas por residuo y ratios globales de generación

Residuos no peligrosos.

Residuo	Datos de 2022 (t)	Datos de 2023 (t)	2023/2022
Papel-cartón	48,1	48,86	1,58%
Plásticos-envases vacíos	6,3	31,39	398,25%
Madera	1.629,058	567,37	-65,17%
Vidrio	19,764	27,099	37,11%
Orgánicos	0	0	0%
Mezcla de inertes o resto (mezcla de papel-cartón, plásticos-envases vacíos, madera, vidrio, chatarra y moqueta)	3.921,83	4.107,354	4,73%
Moqueta	107,26	116,43	8,54%
Chatarra	6,55	8,62	31,6%
RCD	22,88	14,82	-35,22%
Sanitarios de tipo I	3,268	No somos los productores, lo es el nuevo gestor (RENTOKIL). Luego es necesario calcularlo.	-
Equipos eléctricos y electrónicos	1,504	0,4	-73,4%
Restos de poda	299	81,9	-72,6%
Residuos de limpiezas de separador de grasas	2	3,58	79%
Aceite usado en cocinas	4,285	3,005	-29,87%

Residuos peligrosos.

Residuo	Datos de 2022 (t)	Datos de 2023 (t)	2023/2022
Aceites usados (uso industrial)	0,07	0,038	-45,71%
Envases vacíos contaminados	0,18	0,186	3,33%
Lodos de pintura y barniz con disolventes orgánicos u otro tipo de sustancias peligrosas	0,22	0,383	74,09%
Pilas, baterías, acumuladores	0,487	0,728	49,48%
RAEE (residuos de aparatos eléctricos y electrónicos)	1,318	0,296	-77,54%
Aerosoles vacíos	0,0185	0,006	-208,33%
Absorbentes contaminados	0,0465	0,025	-46,23%
Fluorescentes, bombillas	0	0,107	100%
Residuos sanitarios de tipo III	0,04228	0,03796	-10,21%

Datos absolutos (t)	Datos de 2022 (t)	Datos de 2023 (t)	2023/2022
Total de residuos no peligrosos	6.071,842	5.010,828	-17,47%
Total de residuos	2,38	1,81	-24,08%
Residuos totales	6.074,22	5.012,63	-17,48%

Ratios de generación de residuos (facturación 2023 calculada previa verificación)	2022	2023	2023/2022
Ratío de generación de residuos no peligrosos (t/facturación en M€)	32,35	28,71	-11,26%
Ratío de generación de residuos peligrosos (t/facturación en M€)	0,013	0,01	-18,36%
Ratío de generación de residuos (t/facturación en M€)	32,37	28,72	-11,26%

Tanto las cantidades de residuos en términos absolutos como los ratios han descendido con respecto al año anterior. Además, como se puede comprobar, se ha hecho un esfuerzo importante de segregación en lo que se refiere a plásticos-envases y también en vidrio y papel-cartón; sin embargo, no tanto en lo que se refiere a madera, que ha ido a parar a mezcla (se ha incrementado esta tipología de residuos a pesar de que se han generado menos residuos en total). Esto ha sido debido a un problema que se detectó a mediados del año 2023 y que a día de hoy está resuelto.

El incremento de chatarra es debido a las labores puntuales de mantenimiento por pequeñas mejoras en las zonas de restauración.

El incremento en las cantidades de residuos de limpieza del separador de grasas se debe a la inclusión en los datos de las del Palacio Municipal de IFEMA MADRID, que antes no se contabilizaban.

En lo que se refiere al ratio de generación de residuos, consideramos que en los últimos años se ha reducido considerablemente, y en la actualidad se ha llegado al límite de eficiencia óptimo y razonable por la naturaleza de nuestra actividad.

El porcentaje de residuos reciclados en el año 2023 ha sido del 79,10% con respecto al total de residuos generados.

Medidas para reducir la generación de residuos.

- Se informa a todos los montadores, como productores de los residuos que generan durante el montaje y desmontaje, que los deberán de gestionar, salvo que deleguen en IFEMA MADRID dicha gestión contratando el servicio y el derecho de uso de los contenedores.
- Hay ferias/eventos que no utilizan moqueta.
- Se han reducido los metros de moqueta colocados en las zonas comunes.
- Se han eliminado casi en su totalidad las entradas e invitaciones en papel.
- Se ha publicado una *Guía de Participación Sostenible en Ferias y Eventos*, incorporando ideas para reducir los residuos que se generan y gestionarlos de manera adecuada.
- Se ha publicado la *Guía de Organización de Ferias y Eventos Sostenibles* para impulsar buenas prácticas en los organizadores externos que celebran sus certámenes en nuestro recinto.
- En las ferias agroalimentarias celebradas en IFEMA MADRID y organizadas por nosotros (por ejemplo, FRUIT ATTRACTION, INTERSICOP, MEAT ATTRACTION) se gestiona el envío de los excedentes alimentarios de expositores a ONG, reduciendo así la generación de residuos orgánicos.
- Impulso de la digitalización para reducir el consumo del papel impreso (por ejemplo, cartelería, planos, folletos, etc.).
- Reducción del número de impresoras disponibles.
- Acciones de concienciación en el comedor de personal para evitar la generación de residuos orgánicos.
- Acciones de concienciación para reducir la impresión de folletos o uso de material de *merchandising*, haciendo que sea el imprescindible y que, si sobra, se pueda reutilizar en otras ocasiones.
- Acciones de concienciación o reconocimiento a las buenas prácticas por parte de los expositores (por ejemplo, Premios al *stand* más sostenible en FITUR, GLOBAL MOBILITY CALL, etc.).
- En el edificio de oficinas se han eliminado las papeleras individuales, creando varios puntos limpios por planta divididos en cinco fracciones.

2.4 Consumo de recursos.

2.4.4 Gestión del agua.

Consumo de agua

El agua potable y regenerada de IFEMA MADRID entra a través de la red de abastecimiento de agua potable y de la red de abastecimiento de agua regenerada, ambas gestionadas por el Canal Isabel II.

En IFEMA MADRID, para reducir el consumo de agua, se han puesto en marcha las siguientes medidas:

- Agua regenerada para el riego en todas las instalaciones, que además de reducir el consumo de agua potable de la red de abastecimiento utiliza el agua depurada, dándole un segundo uso e impulsando así la economía circular.
- Urinarios secos en pabellones y vestuarios.
- Grifería en todas las instalaciones con perlizadores.
- Grifería electrónica en pabellones y vestuarios.
- Cabezales de ducha eficientes en vestuarios.
- Retretes de doble descarga en pabellones y vestuarios.
- Sensibilización/formación impartida en materia ambiental al personal de IFEMA MADRID.
- Cartelería en cada uno de los grifos de IFEMA MADRID del Canal de Isabel II para sensibilizar a los visitantes y al personal de IFEMA MADRID para que cierre los grifos si no se están utilizando.

Datos absolutos (m³)	2022	2023	2023/2022
Consumo de agua potable en Recinto Ferial (m³) año	86.501,00	84.747,00	-2%
Consumo de agua potable del Palacio Municipal (m³) año	7.348,00	3.962,00	-46,08%
Consumo de agua potable total (m³) año	93.849,00	88.709,00	-5,48%
Consumo de agua regenerada (m³) año	73.930,00	85.595,00	16%
Consumo de agua total (m³) año	167.779,00	174.304,00	3,89%

Nota: Se incluye la dotada contra incendios en el agua potable.

El consumo de agua potable ha descendido con respecto al año anterior y el consumo de agua regenerada se ha incrementado. El incremento en el consumo de agua total es responsabilidad del incremento en el consumo de agua regenerada para riego.

Ratios de consumo de agua (facturación de 2023 calculada previa verificación)	2022	2023	2023/2022
Ratio de consumo de agua potable total (m³ año/facturación en M€)	500,07	502,37	0,46%
Porcentaje de agua regenerada con respecto al total del consumo de agua (potable + regenerada)	44%	49%	—

En el informe EINF de 2022, los ratios estaban calculados tan solo para el Recinto Ferial. Se han corregido, incluyendo el consumo del Palacio Municipal.

Vertido de agua residual

IFEMA MADRID vierte toda el agua residual de vestuarios, aseos, cocinas o lavandería en la red de tuberías de saneamiento internas que conectan finalmente con la red de saneamiento del Ayuntamiento en un punto ubicado en Puerta Sur.

Actualmente, esta acometida ya tiene licencia municipal y autorización de vertido concedida en noviembre de 2023.

Plan de Gestión Sostenible del Agua

IFEMA MADRID dispone de un Plan de Gestión Sostenible del Agua aprobado por el Ayuntamiento de Madrid en noviembre de 2019. En noviembre de 2021 pasó auditoría bienal sobre su grado de cumplimiento, tal y como establece la ordenanza municipal que lo regula, y en noviembre de 2023 ha presentado un nuevo Plan de Gestión Sostenible del Agua cuatrienal, que abarca el periodo 2023-2027.

Planificación de acciones que realizar.

Propuestas	Plazo
Seguimiento y certificación del Sistema de Gestión Ambiental, Sistema de Gestión Energético y Sistema de Gestión de la Sostenibilidad de eventos implantado en IFEMA MADRID. Renovación de las certificaciones trienalmente y auditorías de seguimiento anuales. Control de indicadores de consumo de agua.	2023-2024-2025 y 2026
Elaboración y publicación en la web de IFEMA MADRID, anualmente, del Estado de Información No financiera (EINF) y verificado por una tercera parte independiente, con toda la información en materia de sostenibilidad de la Institución.	2023-2024-2025 y 2026
Cambio de elementos sanitarios por otros considerados más eficientes (grifería electrónica, urinarios secos e inodoros de doble descarga) en Puerta Norte y Puerta Sur.	2026-2027
Cambio de elementos sanitarios por otros considerados más eficientes en los nuevos locales de restauración (grifería electrónica, urinarios secos, retretes de doble descarga y electrodomésticos eficientes y de bajo consumo de agua).	2025
Continuar con el contrato de agua regenerada con el Canal de Isabel II para riego.	Continuo
Cumplir con los requisitos establecidos en la autorización de vertido de saneamiento y realizar caracterizaciones periódicas.	Según plazos establecidos en la autorización
Seguimiento de retiradas de aceite usado de restauración.	Semestralmente
Seguimiento de limpiezas semestrales de separador de grasas.	Semestralmente

2.4.2 Consumo de materias primas.

Aparte del agua, las materias primas fundamentales que se consumen en IFEMA MADRID son el papel y la moqueta.

Datos absolutos de consumos.

	2022	2023	2023/2022
Consumo de papel (unidades)	751.875	600.875	-20,08%
Consumo de moqueta (m²)	646.962,80	546.649,00	-18,35%

Ratios de consumos.

(Facturación de 2023 calculada previa verificación)	2022	2023	2023/2022
Ratio de consumo de papel (unidades/facturación en M€)	4.006,37	3.442,82	-14,07%
Ratio de consumo de moqueta (m²/facturación en M€)	3.447,34	2.919,19	-15,32%

En IFEMA MADRID, para reducir el consumo de papel, se han puesto en marcha las siguientes medidas:

- Trabajo a distancia flexible.
- Digitalización (implantación Microsoft 365, Visual Space, CRM, etc.).
- Reducción del número de impresoras.
- Firma digital en contratación.
- En ferias/eventos propios, los pases e invitaciones en su inmensa mayoría son digitales.
- En ferias/eventos propios, reducción al mínimo imprescindible de la impresión de guías, folletos, etc.

En IFEMA MADRID, para reducir el consumo de moqueta:

- No se utiliza moqueta en algunas ferias propias como ARCOmadrid, ESTAMPA, 100X100 MASCOTA.
- En la mayoría de las ferias y eventos propios se ha eliminado la moqueta perimetral de los stands que conectaba con los pasillos.
- Toda la moqueta que se genera en IFEMA MADRID se recicla.

2.4.3 Consumo de energía y medidas para mejorar la eficiencia energética.

Tipos de fuentes de energía y uso que se le da.

Fuentes de energía	Tipo	Uso
Electricidad	Indirecto	Suministro eléctrico.
Gas natural	Directo	Climatización, cocinas y autoclave de cocina central.
Gasóleo A	Directo	Para vehículos/maquinaria y grupos electrógenos.
Gasolina	Directo	Para vehículos/maquinaria.
Butano	Indirecto	Para hacer paellas, en las cafeterías por la empresa de restauración contratada.

Datos absolutos de consumos principales.

	2019 ⁽⁴⁾	2020 ⁽¹⁾	2021 ⁽²⁾	2022	2023	2023/2022	2023/2019
Consumo de electricidad en Recinto Ferial (MWh)	29.990,2	17.703,64	18.440,94	22.927,62	23.898,83	4,23%	-20,31%
Consumo de electricidad en Palacio Municipal (MWh)	7.401,68	2.100,87	1.958,04	3.069,21	2.562,132	-16,52%	-65,38%
Consumo de electricidad total (MWh)	37.391,8	19.804,51	20.398,98	25.996,84	26.460,97	2%	-29,23%
Consumo de gas natural en Recinto Ferial (MWh)	18.015,13	13.373,51	9.964,543	12.302,733	11.313,367	-8,04%	-37,2%
Consumo de gas natural en Palacio Municipal (MWh)	3.061,43	1.245,34	1.126,308	949,94	988,829	4,09%	-67,7%
Consumo de gas natural total (MWh)	21.076,5	14.618,85	11.090,85	13.252,67	12.302,20	-7%	-42%

Ratios de consumos principales.

(Facturación de 2023 calculada previa verificación)	2019 ⁽⁴⁾	2020 ⁽¹⁾	2021 ⁽²⁾	2022	2023	2023/2022	2023/2019
Ratio de consumo de electricidad (MWh/facturación en M€)	199,74	327,89	206,89	138,52	149,85	8,18%	-24,97%
Ratio de consumo de gas natural (MWh/facturación en M€)	112,59	242,03	112,48	70,62	69,67	-1,34%	-38,12%
Ratio de consumo de electricidad corregido ⁽³⁾ (MWh/facturación en M€)	243,10	327,89	206,89	156,01	149,85	-3,95%	-38,36%
Ratio de consumo de gas natural corregido ⁽³⁾ (MWh/facturación en M€)	120,09	242,03	206,89	81,34	69,67	-14,35%	-42%

- (1) En 2020, año de pandemia, solo hubo actividad ferial hasta principios de marzo. Además, en abril-mayo se instaló un albergue y un hospital en el Recinto Ferial con grandes necesidades de consumos eléctricos y de climatización frente a la escasa facturación. Posteriormente, se aprovechó el parón ferial para hacer labores de mantenimiento. Todo esto distorsionó ambos ratios.
- (2) En 2021, continúa la pandemia, con actividad tan solo en la segunda mitad del año. Los pabellones abrieron, pero con menos clientes en su interior y no se podía recircular el aire, luego los ratios continuaron siendo poco eficientes, aunque mejores que en 2020. Estos dos años (2020 y 2021) no se deben de tener en cuenta a la hora de analizar la evolución en los consumos porque no son representativos.
- (3) Se corrigen los ratios de consumo de electricidad y gas natural de los años 2019 y 2022, ya que son años atípicos, por entender que en estos ejercicios se producen distorsiones debido a la celebración de un evento de especial magnitud (COP25 en 2019 y OTAN en 2022) que produce una facturación muy elevada frente al consumo en un espacio de tiempo muy reducido. Es importante considerarla a nivel global, pero para poder analizar la evolución de los indicadores de forma racional es importante eliminar estas distorsiones.
- (4) En 2019 los ratios de consumo electricidad y gas natural (tanto los totales como los corregidos) son más elevados que el resto de los años representativos (2022 y 2023). Esto es debido a que en ese año comenzamos a gestionar el Palacio Municipal de IFEMA MADRID y éste requirió mucho trabajo de mantenimiento previo sin facturación. Además, en el año 2019 las instalaciones del Recinto Ferial y del Palacio Municipal de IFEMA MADRID no contaban con iluminación led.

Datos absolutos de otros consumos.

	2022	2023	2023/2022
Consumo de gasóleo A (B7)(I)	2.117,54	10.301,9	387%
Consumo de gasolina (E5)(I)	1.506,34	2.978,65	98%
Consumo de gas butano (kg)	487,5	287,5	-41,02%

Se ha incrementado el consumo de gasóleo por el necesario llenado de los depósitos de los grupos de emergencia del Palacio Municipal y del Recinto Ferial en 2023. Se ha realizado por motivos de seguridad, para tener disponibilidad en caso de corte de suministro eléctrico, como medida de continuidad de negocio. No se llenan todos los años en condiciones normales, luego se espera que en el año 2024 el consumo de gasóleo descienda.

También se ha incrementado el consumo de gasolina porque este año se ha incluido la gasolina de los coches de representación híbridos (al haber asumido el coste IFEMA MADRID, se contabiliza). Se espera que en el año 2024 estos consumos se mantengan estables con respecto a 2023.

Además, en septiembre de 2023 se sustituyeron por furgonetas eléctricas los últimos coches de gasóleo/gasolina que quedaban; este será un factor de descenso.

De todas maneras, estos consumos de recursos naturales son despreciables con respecto a otros consumos como el gas natural, agua, moqueta, papel y electricidad, y con respecto al total de consumos de IFEMA MADRID.

Medidas implementadas en IFEMA MADRID para reducir los ratios de consumos y mejorar la eficiencia energética.

Iniciativa	Año
Instalación de climatización geotérmica para abastecimiento del Edificio Central de Puerta Sur.	2017
Sustitución de la flota de vehículos por otros de bajas o nulas emisiones: siete furgonetas para uso del personal técnico de gasóleo, que se sustituyen por furgonetas eléctricas (Kangoo ZE), dos vehículos híbridos enchufables para uso comercial y seis vehículos híbridos enchufables para los directores. Por último, los vehículos del personal de seguridad son eléctricos.	2017
Sustitución del alumbrado de fluorescencia convencional de las oficinas del Edificio Sur por alumbrado de tecnología led.	2018
Implantación de la plataforma de digitalización y automatización SMARTIA para el seguimiento de consumos energéticos en el recinto actual de IFEMA MADRID.	2019
Renovación del alumbrado led de pabellones, mediante luminarias con CRI > 90 y sistema de regulación punto a punto.	2019
Sustitución del alumbrado convencional en los stands diseñados por IFEMA MADRID por iluminación led.	2019
Instalación de aparcamiento para coches eléctricos con energía certificada origen 100% renovable.	2019
Diseño y puesta en marcha de la Plataforma LIVE Connect para la celebración de eventos digitales.	2020
Renovación de los sistemas de alimentación ininterrumpida (SAI) por equipos modulares, mejorando el rendimiento del sistema.	2021
Control de temperatura con aporte de calor (en invierno) y frío (en verano) en todas las instalaciones de IFEMA MADRID, de manera que no superen los límites legales establecidos.	2021-2022
Renovación de vestuarios de trabajadores de IFEMA MADRID, mejorando el aislamiento térmico del falso techo del local e incrementando su eficiencia.	2021-2022
Sustitución de cinco calderas pequeñas de 58 kW de potencia por otras nuevas más eficientes. Todas para la producción de agua caliente sanitaria.	2022
Sustitución de los cuatro vehículos que quedaban de gasóleo/gasolina por vehículos eléctricos (uno de la Dirección Económico-Financiera, uno de Dirección de Seguridad, uno de la Dirección Técnica y uno del Almacén de Compras).	2023

Uso de energía renovable.

- La energía eléctrica suministrada de toda la instalación (Recinto Ferial y Palacio Municipal) es 100% de origen renovable certificada.
- Instalación de climatización geotérmica para abastecimiento del Edificio Central de Puerta Sur.
- Toda la flota de vehículos para representación, de servicios o de mantenimiento son de bajas o cero emisiones.
- Vestuarios: instalación de placas fotovoltaicas en vestuarios para autoconsumo eléctrico.
- Vestuarios: bomba de calor aerotérmica para climatización y ACS.

2.5 Cambio climático.

2.5.1 Huella de carbono, alcance, desarrollo del cálculo y medidas reducción.

La huella de carbono de una empresa representa la emisión de gases de efecto invernadero (GEI) que produce de forma directa o indirecta con su actividad en un periodo de tiempo. Se expresa en toneladas de CO₂ emitidas. Estas emisiones aceleran el cambio climático, como advierte la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y si no las reducimos, o eliminamos, nos espera un mundo más inhóspito a la vuelta de la esquina.

IFEMA MADRID tenía como objetivo hace cinco años reducirlas, y el primer paso para conseguirlo era medirlas. Para ello, se basó en la metodología de medición que ofrecía el MITECO (Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico); de esta manera, el resultado era registrado y reconocido oficialmente.

Este registro recoge los esfuerzos de las empresas, administraciones y otras organizaciones españolas en el cálculo, reducción y compensación de las emisiones de gases de efecto invernadero que genera su actividad.

IFEMA MADRID calcula la huella de carbono del año anterior durante el primer semestre del año en curso. Cuenta en la actualidad con los siguientes sellos de huella de carbono:

- Sellos "Cálculo" de los años 2017, 2018 y 2019.
- Sellos "Cálculo y Reduzco" de los años 2020, 2021 y 2022 (este último conseguido en septiembre de 2023).
- Durante el primer semestre del año 2024 queremos optar de nuevo a obtener el sello "Cálculo y Reduzco" de año 2023.

En IFEMA MADRID hemos conseguido reducir nuestro ratio de emisiones (tCO₂/facturación en M€) en un 90,3% en los últimos siete años.

Límite o alcance del cálculo o medición de la huella de carbono de IFEMA MADRID: 1+2

• Alcance 1

- a) Consumo de gas natural (unidad: kWh):
- para climatización durante el invierno,
 - para alimentar las cocinas,
 - para ACS (agua caliente sanitaria en zonas de restauración).

b) Consumo de gasóleo A (B7) (unidad: litros):

- para maquinaria de mantenimiento de las instalaciones (toro, carretillas, plataformas, etc.),
- para los grupos electrógenos (seis en total, cuatro en SM1, dos en SM3 y dos bombas diésel),
- para tres vehículos en propiedad.

c) Consumo de gasolina (E5) (unidad: litros):

- para maquinaria de mantenimiento de las instalaciones (desbrozadoras),
- para vehículos de representación.

d) Consumo de butano (unidad: kilogramos):

- se utiliza de manera puntual como apoyo a las cafeterías de los pabellones.

e) Fugas de gases frigorígenos durante la climatización/refrigeración en verano (unidad: kilogramos). Se estiman proporcionales a las cargas de gases frigorígenos que han tenido lugar durante el año 2023.

• Alcance 2

Consumo de electricidad de todas las instalaciones.

Datos absolutos de otros consumos.

Bajo las premisas anteriores, se procede al cálculo de emisiones identificando, para cada fuente, el dato de la actividad y el factor de emisión en el año de cálculo (junio de 2023).

Huella de carbono Alcances 1 y 2	Dato de 2023	Factor de emisión (*)	Kg de CO ₂ de 2023 (**)	Ratio kg de CO ₂ / facturación (M€)
Consumo de electricidad (kWh)	26.460.970	0	0	0,00
Consumo de gas natural (kWh)	12.302.196	0,182	2.238.999,672	12.679,80
Consumo de gasóleo A (B7)(l)	10.301,9	2,52	25.960,788	147,02
Consumo de gasolina (E5)(l)	2.978,65	2,25	6.701,9625	37,95
Consumo de gas butano (kg)	287,5	2,996	861,35	4,88
Fugas (kg) de gas refrigerante R134A	0	1.300	0	0,00
tCO ₂ año 2023			2.272,52	
Ratio de emisiones (huella de carbono) 2023 tCO ₂ /M€				12,87

(*) Factores de emisión. Registro de huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de dióxido de carbono del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. Fecha: junio de 2023. (**) Multiplicación del dato por el factor de emisión.

Huella de carbono Alcances 1 y 2	Kg de CO ₂ de 2023	% sobre el total de emisiones de 2023
Consumo de electricidad	0	0,000%
Consumo de gas natural	2.238.999,672	98,525%
Consumo de gasóleo A (B7)	25.960,788	1,142%
Consumo de gasolina (E5)	6.701,9625	0,295%
Consumo de gas butano	861,35	0,038%
Fugas de gas refrigerante R134A	0	0,000%

Datos comparativos con años anteriores.

	tCO ₂	Ratio tCO ₂ /facturación (M€)
Año 2017	15.674,46	132,72
Año 2018	15.182,83	109,62
Año 2019	12.287,10	65,64
Año 2020	2.448,37	40,54
Año 2021	2.889,94	29,31
Año 2022	2.422,17	12,91
Año 2023	2.272,52	12,87
% 2023/2022	-6%	-0,29%
% 2023/2021	-21%	-56,09%
% 2023/2020	-7%	-68,25%
% 2023/2019	-82%	-80,39%
% 2023/2018	-85%	-88,26%
% 2023/2017	-86%	-90,30%

	% sobre el total de emisiones del año 2021	% sobre el total de emisiones del año 2022	% sobre el total de emisiones del año 2023
Consumo de electricidad	0,000%	0,000%	0%
Consumo de gas natural	69,847%	99,579%	98,525%
Consumo de gasóleo A (B7)	0,377%	0,220%	1,142%
Consumo de gasolina (E5)	0,066%	0,140%	0,295%
Consumo de gas butano	0,021%	0,060%	0,038%
Fugas de gas refrigerante R134A	29,689%	0,000%	0%

(Facturación calculada previa verificación)	2020-2021-2022	2021-2022-2023
Media del ratio acumulado por trienio	27,58	14,06

Se puede concluir entonces que el ratio tCO₂ (emisiones tCO₂/facturación en M€) o huella de carbono en los alcances 1-2 se ha reducido.

2.5.2 Riesgos y oportunidades derivados del cambio climático y medidas para mitigarlos o aprovecharlos.

En enero de 2023 se reevaluaron todos los riesgos y oportunidades del año anterior y se incluyeron aquellos nuevos detectados, evaluándolos por primera vez.

Riesgos y oportunidades.

	2022	2023
N.º de riesgos	9	9
N.º de oportunidades	6	6

Identificación y evaluación de los riesgos relacionados con el cambio climático, medidas/acciones planificadas para mitigarlos o aprovecharlos y resultado un año después (análisis de eficacia).

Identificación de riesgos y oportunidades	¿Es riesgo u oportunidad?	Medidas	Resultado de la evaluación de 2022	Resultado de la evaluación de 2023	¿Eficaz? (Sí/no)
Mediciones en continuo obtenidas con equipos (contadores) no sometidos a control periódico (verificación interna).	Riesgo	Cumplir con lo establecido en el proceso N.º 22_02: Control de equipos de medición y documentación relacionada. Véase planificación de seguimientos según lo establecido en SIG-PR-42_02: Seguimiento y medición.	4,00	4,00	Sí
Verificaciones internas realizadas con patrones que no han sido calibrados o verificados externamente.	Riesgo	Cumplir con lo establecido en el proceso N.º 22_02: Control de equipos de medición y documentación relacionada. Véase la planificación de seguimientos según lo establecido en SIG-PR-42_02: Seguimiento y medición.	4,00	4,00	Sí
No se definen acciones o si están definidas, no se ejecutan, para la solución de las desviaciones energéticas detectadas.	Riesgo	Revisar informe de revisión energética periódicamente con los datos y sus justificaciones. Auditorías internas y externas ISO 50001.	8,00	8,00	Sí
Dificultad para la detección de desviaciones en los consumos por no estar el sistema de control unificado.	Riesgo	Ampliación del alcance ISO 50001. Ejecutar el plan de inversiones previsto para esto (objetivo a cuatro años definido en el Plan Director de RSC 2023-2026 que está publicado en la web.	15,00	20,00	NO
Dificultad para poder ampliar el alcance de la certificación ISO 50001 a corto plazo por no disponer en SMARKIA de todas las variables que miden el consumo de toda la instalación integradas.	Riesgo	Ampliación del alcance ISO 50001. Ejecutar el plan de inversiones previsto para esto (objetivo a cuatro años definido en el Plan Director de RSC 2023-2026 que está publicado en la web.	8,00	8,00	Sí
Caidas de la red eléctrica que pudiera suponer tener que poner en marcha los grupos electrógenos, que operan solo en condiciones de emergencia. Este tipo de focos tienen un potencial de contaminación mayor, ya que queman gasóleo frente a gas natural.	Riesgo	No se puede hacer nada, el riesgo es bajo y se asume. Además, ir pensando en proyectos que implantar en un futuro de autoconsumo.	5,00	5,00	Sí
Los contadores de la distribuidora no están verificados.	Riesgo	En el caso de los contadores de la distribuidora, IFEMA MADRID solicita el listado de estos y su estado de verificación.	10,00	5,00	Sí
Fallos en la lectura de los consumos que realiza la comercializadora (errores humanos).	Riesgo	No se puede hacer nada, el riesgo es bajo y se asume.	5,00	5,00	Sí
Fallos en los datos que vuelca la comercializadora en la factura (errores humanos).	Riesgo	No se puede hacer nada, el riesgo es bajo y se asume.	5,00	5,00	Sí
Mejora del consumo energético y del agua de las instalaciones.	Oportunidad	N.º 10: Reducir un 0,5% el ratio de consumo de electricidad con respecto al año 2022.	16,00	15,00	CONTINUAR

(Continúa)

Identificación de riesgos y oportunidades	¿Es riesgo u oportunidad?	Medidas	Resultado de la evaluación de 2022	Resultado de la evaluación de 2023	¿Eficaz? (Sí/no)
Unificar el sistema de control de las instalaciones.	Oportunidad	Integrado como una acción dentro de un objetivo global dentro del Plan Director de RSC 2023-2026. A conseguir en el año 2026.	16,00	20,00	IMPULSARLO
Integrar todas las variables de consumo de energía eléctrica y térmica de todas las instalaciones en la plataforma SMARKIA para avanzar en un futuro a corto y medio plazo en la ampliación del alcance de la certificación ISO 50001.	Oportunidad	Ampliación del alcance ISO 50001. Ejecutar plan de inversiones previsto para esto.	12,00	12,00	CONTINUAR
Reducir las tCO ₂ emitidas a la atmósfera.	Oportunidad	Medición de la huella de carbono Alcances 1 y 2 durante el año 2023 y comparativa con años anteriores. Seguimiento del ratio tCO ₂ /facturación. Conseguir el sello "Reduzco" del MITECO. Continuar con la energía origen 100% renovable certificada y diseño de proyectos de autoconsumo.	15,00	20,00	CONTINUAR
Reducir la dependencia energética y crear nuevas fuentes de ingresos mediante proyectos de generación de energía verde.	Oportunidad	Se inician los trámites para la instalación de placas fotovoltaicas en <i>parkings</i> de IFEMA MADRID. Finalizará en 2024-2025. Integrado como una acción dentro de un objetivo global dentro del Plan Director de RSC 2023-2026.	16,00	25,00	IMPULSARLO
Incrementar la sectorización de los consumos energéticos y la toma de datos de manera automatizada.	Oportunidad	Ampliación del alcance ISO 50001. Ejecutar plan de inversiones previsto para esto. N.º 10: Reducir un 0,5% el ratio de consumo de electricidad con respecto al año 2022.	20,00	20,00	IMPULSARLO

Conclusiones

- El nivel de riesgo se mantiene estable con respecto al año 2022.
- El único riesgo que ha subido de nivel con respecto al año anterior se palia poniendo en marcha una de las oportunidades planificadas de cara al año 2026.
- Hay que insistir en el aprovechamiento de las oportunidades para la reducción del consumo energético y la dependencia energética, poniendo en marcha el plan de inversiones y el Plan Director de RSC 2023-2026. Ello al final redundará en una reducción drástica de las tCO₂ emitidas en los alcances 1 y 2 y en una menor dependencia energética.
- El Plan de Continuidad de Negocio elaborado y aprobado durante 2023 sistematiza la actuación ante la materialización de negocio que impida el desarrollo de nuestra actividad o que ésta se produzca de manera adecuada.

2.6 Biodiversidad.

La actividad de IFEMA MADRID no afecta ni interfiere con ninguna de las especies protegidas, amenazadas ni en peligro de extinción de la Comunidad de Madrid.

IFEMA MADRID no está ubicada en una zona de alta biodiversidad ni en una zona protegida.

Acciones implantadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.

- Una selección de especies vegetales autóctonas o alóctonas, pero adaptadas a las condiciones climatológicas de la zona. La selección se realizó teniendo en cuenta su fisiología (los desarrollos de adultos) y sus necesidades, lo cual ha ido redundando en una mayor estabilidad y una reducción de las tareas posteriores de mantenimiento, a la vez que preservábamos la biodiversidad vegetal.
- Igualmente, se utilizaron especies vegetales que no supusieran un riesgo para la seguridad y salud de los usuarios (especies tóxicas, espinosas o muy alergénicas), garantizando así el uso público sostenible.
- Las especies seleccionadas estaban adaptadas al uso de agua regenerada, que está implantada en todo el Recinto Ferial.
- Se distribuyeron las plantas por hidrozonas en función de sus necesidades hídricas, como en el caso de Puerta Norte y Sur, donde se disociaron las masas arbustivas de la pradera para así favorecer un óptimo desarrollo de éstas y una mejora en el mantenimiento.
- Se redujo la superficie de césped y praderas en un total de 29.279,64 m², lo que ha implicado un menor consumo de recursos y del posterior mantenimiento.
- La mezcla de semillas utilizada en las nuevas plantaciones y resiembras de césped son especies con menores requerimientos hídricos y adaptadas a la climatología de Madrid, reduciendo los costes de mantenimiento (menor número de siegas, menor necesidad de fertilizantes, etc.).
- Se utilizaron plantas tapizantes en sustitución de otras coberturas. En este caso, en los aparcamientos del Este y Oeste se utilizaron especies rastreras para cubrir todos los taludes. El objetivo de esto no era solo de estabilidad de los terrenos, al actuar las raíces como anclaje de las tierras, sino que primará su alto valor ornamental, su condición a medio plazo para evitar la aparición de malas hierbas y que nos permitían el uso de un sistema de riego localizado, reduciendo el consumo de agua.
- Se utilizaron acolchados de astilla de madera reciclada en todas las zonas de plantación de arbustos de Puerta Norte y Sur.
- Reposiciones, nuevas plantaciones y resiembras: favoreciendo la compra de los ejemplares vegetales y suministros en viveros locales y se consiguió una planta mejor adaptada a las condiciones climáticas de IFEMA MADRID y un menor tiempo de transporte del material, ahorrando así en el consumo de combustibles.
- Abonados y enmiendas: se fomentó el uso de abonos orgánicos, restringiendo el uso de abonos químicos solo a situaciones de carencia, realizando previamente los análisis pertinentes. Se dio prioridad al uso de abonos equilibrados en su composición, con porcentajes bajos de nitrógeno, para minimizar la contaminación de los acuíferos por nitritos y reducir las necesidades hídricas.
- Control de malas hierbas, entrecavados y escardas: se fomentó la realización de estas labores de forma manual o mecánica y se suprimió el uso de herbicidas.

03.

Personas.

- 3.1 Empleo_49
- 3.2 Organización del trabajo_59
- 3.3 Seguridad y salud_60
- 3.4 Relaciones sociales_61
- 3.5 Formación_61
- 3.6 Igualdad_63
- 3.7 Accesibilidad_65

03. Personas.

3.1 Empleo.

Con el nuevo convenio colectivo aprobado y firmado en 2023, se han actualizado las categorías profesionales, pasando de siete grupos profesionales a cuatro.

Datos de empleo		2022						2023					
1	N.º total y distribución de empleados por sexo	Datos a cierre por sexos			Promedio anual			Datos a cierre por sexos			Promedio anual		
		M	H	Total	M	H	Total	M	H	Total	M	H	Total
		232	213	445	222,1	209,4	431,5	250	217	467	242,9	216,8	459,8
2	N.º total y distribución de empleados por edad	Datos a cierre por sexos			Promedio anual conjunto			Datos a cierre por sexos			Promedio anual conjunto		
		Rango		Personas	Rango		Personas	Rango		Personas	Rango		Personas
		20 - 24	2	20 - 24	0,2	< 25	2	< 25	0,4	25 - 29	20	25 - 29	14,0
		25 - 29	20	25 - 29	14,0	30 - 34	22	30 - 34	20,1	35 - 39	21	35 - 39	17,7
		30 - 34	22	30 - 34	20,1	40 - 44	47	40 - 44	45,7	45 - 49	62	45 - 49	57,1
		35 - 39	21	35 - 39	17,7	50 - 54	100	50 - 54	99,9	55 - 59	116	55 - 59	115,9
		40 - 44	47	40 - 44	45,7	≥ 60	54	≥ 60	61,0	60 - 64	54	60 - 64	57,8
		45 - 49	62	45 - 49	57,1	Total	445	Total	431,5	65 - 66	1	Total	467
		50 - 54	100	50 - 54	99,9								
		55 - 59	116	55 - 59	115,9								
60 - 64	54	60 - 64	57,8										
65 - 66	1	65 - 66	0,4										
Total		445		431,5		467		459,8					
3	N.º total y distribución de empleados por país	No hay trabajadores fuera de España											
4	N.º total y distribución de empleados por categoría profesional	Grupo	Fijos	Temporales	Total	Grupo	Fijos	Temporales	Total				
		Directivos	34		34	G-I	32	0	32				
		G-I	37	2	39	G-II	109	3	112				
		G-II	51		51	G-III	277	13	290				
		G-III	73	3	76	G-IV	33	0	33				
		G-IV	185	8	193								
		G-V	39		39								
		G-VI	13		13								
		G-VII	-	-	-								
		Total		432	13	445	Total	451	16	467			

(Continúa)

Datos de empleo		2022						2023					
5	N.º total y distribución de modalidades de contrato de trabajo			M	H	T			M	H	T		
		Indefinido	Tiempo completo	Ordinario	216	203	419	Indefinido	Tiempo completo	Ordinario	233	205	438
				Relevo o conversión	7	3	10			Relevo o conversión	7	3	10
		Temporal	Tiempo parcial	Ordinario	2	1	3	Temporal	Tiempo parcial	Ordinario	2	1	3
				Jubilación parcial	7	6	13			Jubilación parcial	8	8	16
Subtotales		232	213	445	Subtotales		250	217	467				
6	N.º anual de contratos indefinidos por sexo (*)	Datos a cierre de ejercicio			Promedio anual			Datos a cierre de ejercicio			Promedio anual		
		M	H	TOTAL	M	H	TOTAL	M	H	T	M	H	TOTAL
		225	207	432	216,6	204,0	420,6	242	209	451	235,3	210,3	445,5
7	N.º anual de contratos indefinidos por edad (*)	Datos a cierre de ejercicio		Promedio anual		Datos a cierre de ejercicio		Promedio anual					
		Rango	Personas	Rango	Personas	Rango	Personas	Rango	Personas				
		<25	2	<25	0,2	<25	2	<25	0,4				
		25 - 29	20	25 - 29	14,0	25 - 29	24	25 - 29	22,1				
		30 - 34	22	30 - 34	20,1	30 - 34	31	30 - 34	26,7				
		35 - 39	21	35 - 39	17,7	35 - 39	26	35 - 39	25,4				
		40 - 44	47	40 - 44	45,7	40 - 44	41	40 - 44	40,1				
		45 - 49	62	45 - 49	57,1	45 - 49	66	45 - 49	65,2				
		50 - 54	100	50 - 54	99,8	50 - 54	94	50 - 54	92,7				
		55 - 59	116	55 - 59	115,9	55 - 59	115	55 - 59	115,2				
≥ 60	42	≥ 60	50,2	≥ 60	52	≥ 60	57,8						
Total		432	420,6	Total	451	445,5							
8	N.º anual de contrato indefinidos por clasificación profesional (*)	Datos a cierre de ejercicio		Promedio anual		Datos a cierre de ejercicio		Promedio anual					
		Grupo	Personas	Personas	Personas	Grupo	Personas	Personas					
		Directivos	34	30,5	G-I	32	32,4						
		G-I	37	37,6	G-II	109	103,6						
		G-II	51	52,1	G-III	277	282,1						
		G-III	73	71,4	G-IV	33	27,4						
		G-IV	185	187,8									
		G-V	39	29,5									
		G-VI	13	11,7									
		G-VII	-	-									
Total		432	420,6	Total	451	445,5							
9	N.º anual de contratos temporales por sexo (*)	Datos a cierre de ejercicio			Promedios anuales			Datos a cierre de ejercicio			Promedios anuales		
		M	H	TOTAL	M	H	TOTAL	M	H	TOTAL	M	H	TOTAL
		7	6	13	5,5	5,3	10,8	8	8	16	7,8	6,5	14,3
10	N.º anual de contratos temporales por edad (*)	Datos a cierre de ejercicio		Promedios anuales		Datos a cierre de ejercicio		Promedios anuales					
		Edad	Personas	Edad	Personas	Edad	Personas	Edad	Personas				
		62	3	≥ 60	10,8	62	9	≥ 60	14,3				
		63	5			63	7						
Total		13	16										

(*) Por conversión de contratos indefinidos en temporales a tiempo parcial por jubilación parcial, se incluye a los trabajadores que, en cada ejercicio, pasan a esta situación hasta alcanzar la edad legal de jubilación.

(Continúa)

Datos empleo		2022				2023							
		Datos a cierre de ejercicio		Promedios anuales		Datos a cierre de ejercicio		Promedios anuales					
11	N.º anual de contratos temporales por clasificación profesional (*)	Grupo	Personas	Grupo	Personas	Grupo	Personas	Grupo	Personas				
		G-I	2	G-I	2,2								
				G-II	0,4	G-II	3	G-II	2,3				
		G-III	3	G-III	2,1	G-III	13	G-III	11,9				
		G-IV	8	G-IV	6,3								
		Total	13	Total	11,0	Total	16	Total	14,3				
12	N.º anual de contratos a tiempo parcial por sexo (*)	Datos a cierre de ejercicio			Promedios anuales			Datos a cierre de ejercicio			Promedios anuales		
		M	H	TOTAL	M	H	TOTAL	M	H	TOTAL	M	H	TOTAL
		9	7	16	7,5	6,5	14	10	9	19	9,8	7,5	17,3
13	N.º anual de contratos a tiempo parcial por edad (*)	Datos a cierre de ejercicio		Promedios anuales		Datos a cierre de ejercicio		Promedios anuales					
		Edad	Personas	Edad	Personas	Edad	Personas	Edad	Personas				
		35 - 39	1	35 - 39	1,0	40 - 44	1	40 - 44	1,0				
		50 - 54	1	50 - 54	1,0	50 - 54	1	50 - 54	1,0				
		55 - 59	1	55 - 59	1,2	55 - 59	1	55 - 59	1,0				
		≥ 60	13	≥ 60	10,8	≥ 60	16	≥ 60	14,3				
Total	16	Total	14	Total	19	Total	17,3						
14	N.º anual de contratos a tiempo parcial por edad (*)	Datos a cierre de ejercicio		Promedios anuales		Datos a cierre de ejercicio		Promedios anuales					
		Edad	Personas	Edad	Personas	Edad	Personas	Edad	Personas				
		G-I	2	G-I	2,2	G-II	3	G-II	2,3				
		G-II		G-II	0,4	G-III	15	G-III	13,9				
		G-III	3	G-III	2,1	G-IV	1	G-IV	1,0				
		G-IV	10	G-IV	8,3								
		G-VI	1	G-VI	1,2								
Total	16	Total	14,2	Total	19	Total	17,3						
15	N.º de despidos por sexo	M	H	TOTAL	M	H	TOTAL						
		3	4	7	1	8	9						
16	N.º de despidos por edad y categoría profesional	Casos	Edad	Grupo	Casos	Edad	Grupo						
		1	47	G-IV	1	36	G-III						
		1	63	G-II	1	47	G-III						
		1	55	G-I	1	49	G-I						
		1	60	Directivo	1	53	G-I						
		1	56	G-II	1	56	G-IV						
		1	57	G-I	1	59	G-III						
		1	58	G-IV	1	60	G-III						
17	Empleados con discapacidad	16 empleados con discapacidad reconocida (3,59% de la plantilla)			12 empleados con discapacidad reconocida (2,56% de la plantilla)								

(*) Por conversión de contratos indefinidos en temporales a tiempo parcial por jubilación parcial, se incluye a los trabajadores que, en cada ejercicio, pasan a esta situación hasta alcanzar la edad legal de jubilación.

Políticas de desconexión laboral.

- El nuevo Convenio Colectivo contiene un nuevo capítulo denominado "Transformación Digital y Derechos Digitales" que regula el derecho a la desconexión digital y laboral.
- Se reconoce que la desconexión digital es un derecho cuya regulación contribuye a la salud de las personas trabajadoras disminuyendo, entre otras, la fatiga tecnológica o estrés y mejorando, de esta manera, el clima laboral y la calidad del trabajo.
- La desconexión digital es, además, necesaria para hacer viable la conciliación de la vida personal y laboral, reforzando así las diferentes medidas reguladas en esta materia.
- A los efectos de la regulación de este derecho, se tendrán en cuenta todos los dispositivos y herramientas susceptibles de mantener la jornada laboral más allá de los límites de la legal o convencionalmente establecida: teléfonos móviles, tabletas, aplicaciones móviles propias de la empresa, correos electrónicos y sistemas de mensajería, o cualquier otro que pueda utilizarse.
- Con el fin de garantizar el cumplimiento de este derecho y regular las posibles excepciones, se han acordado las siguientes medidas que tendrán el carácter de mínimas:
 - Se reconoce el derecho de las personas trabajadoras a no atender dispositivos digitales, fuera de su jornada de trabajo, ni durante los tiempos de descanso, permisos, licencias o vacaciones, salvo que se den las causas de urgencia justificada estipuladas en el punto 3 siguiente.
 - Con carácter general, las comunicaciones sobre asuntos profesionales se realizarán dentro de la jornada de trabajo, a excepción de las personas trabajadoras con cargos de responsabilidad y de aquellas que se encuentren de servicio de guardia localizada.
 - En consecuencia, deberá evitarse, salvo que se den las situaciones de urgencia estipuladas en el punto c), la realización de llamadas telefónicas, el envío de correos electrónicos o de mensajería de cualquier tipo fuera de la jornada laboral.
 - Se considerarán que concurren circunstancias excepcionales muy justificadas cuando se trate de supuestos que puedan suponer un grave riesgo hacia las personas o las instalaciones o un potencial perjuicio empresarial hacia el negocio, cuya urgencia requiera de la adopción de medidas especiales o respuestas inmediatas.

- Asimismo, para una mejor gestión del tiempo de trabajo, se procurará la adopción de las siguientes medidas:
 - Programar respuestas automáticas, durante los periodos de ausencia, indicando las fechas en las que no se estará disponible y designando el correo o los datos de contacto de la persona a quien se hayan asignado las tareas durante tal ausencia.
 - Evitar las convocatorias de formación, reuniones, videoconferencias, presentaciones, información, etcétera, fuera de la jornada laboral ordinaria diaria de cada persona trabajadora.
 - Convocar las sesiones indicadas en el párrafo anterior con la antelación suficiente para que las personas puedan planificar su jornada.
 - Incluir en las convocatorias la hora de inicio y finalización, así como toda la documentación que vaya a ser tratada, con el fin de que se puedan visualizar y analizar previamente los temas que tratar y las reuniones no se dilaten más de lo establecido.

Retribución total por edad y por sexo, y cálculo de brecha salarial.

Nota: Para el cálculo de la brecha salarial se ha considerado solo a los trabajadores que estuvieron contratados durante los 12 meses del año a jornada completa.

La fórmula empleada es: (Remuneración total media de mujeres - Remuneración total media de hombres) / Remuneración total media de mujeres.

2023 - Salario medio de la plantilla por sexo y edad (retribución total).

Edad	Hombres		Mujeres		Diferencial sobre las medias	Total de la plantilla
	Promedio	Promedio	Hombres	Mujeres		
De 20 a 29 años	41.701,81 €	34.259,22 €		-21,72%		36.217,79 €
De 30 a 39 años	56.250,90 €	46.009,54 €		-22,26%		50.438,23 €
De 40 a 49 años	73.339,91 €	65.302,18 €		-12,31%		69.100,23 €
De 50 a 59 años	74.514,86 €	77.415,38 €		3,75%		75.936,40 €
De 60 a 65 años	83.161,70 €	75.955,64 €		-9,49%		79.004,36 €
Salario medio 2023	72.839,93 €	68.505,31 €		-6,33%		70.548,96 €

2022 - Salario medio de la plantilla por sexo y edad (retribución total).

Edad	Hombres		Mujeres		Diferencial sobre las medias	Total de la plantilla
	Promedio	Promedio	Hombres	Mujeres		
De 20 a 29 años	33.820,81 €	31.172,12 €		-8,50%		32.055,02 €
De 30 a 39 años	44.471,82 €	41.633,72 €		-6,82%		42.923,76 €
De 40 a 49 años	59.176,44 €	52.476,08 €		-12,77%		55.621,15 €
De 50 a 59 años	60.216,85 €	60.073,12 €		-0,24%		60.148,05 €
De 60 a 65 años	60.049,31 €	56.208,47 €		-6,83%		57.814,64 €
Salario medio 2022	58.229,62 €	54.945,95 €		-5,98%		56.535,60 €

Salario fijo por edad y por sexo, y cálculo de brecha salarial

2023 - Salario medio de la plantilla por sexo y edad (salario fijo).

Edad	Hombres		Mujeres		Diferencial sobre las medias	Total de la plantilla
	Promedio	Promedio	Hombres	Mujeres		
De 20 a 29 años	35.791,14 €	29.462,83 €		-21,48%		31.128,17 €
De 30 a 39 años	47.583,39 €	40.911,82 €		-16,31%		43.796,82 €
De 40 a 49 años	59.053,38 €	57.003,43 €		-3,60%		57.972,09 €
De 50 a 59 años	61.792,16 €	65.636,50 €		5,86%		63.676,27 €
De 60 a 65 años	66.556,95 €	63.027,58 €		-5,60%		64.520,77 €
Salario medio 2023	59.832,97 €	58.474,68 €		-2,32%		59.114,87 €

2022 - Salario medio de la plantilla por sexo y edad (salario fijo).

Edad	Hombres		Mujeres		Diferencial sobre las medias	Total de la plantilla
	Promedio	Promedio	Hombres	Mujeres		
De 20 a 29 años	27.742,87 €	26.421,15 €		-5,00%		26.861,72 €
De 30 a 39 años	38.464,01 €	37.832,59 €		-1,67%		38.119,60 €
De 40 a 49 años	48.433,53 €	46.594,48 €		-3,95%		47.457,71 €
De 50 a 59 años	49.802,44 €	51.963,33 €		4,16%		50.836,80 €
De 60 a 65 años	48.511,15 €	47.212,36 €		-2,75%		47.755,49 €
Salario medio 2022	48.029,79 €	47.745,79 €		-0,59%		47.883,27 €

Retribución total por categoría profesional y por sexo y cálculo de brecha salarial

2023 - Salario medio de la plantilla por sexos y grupos profesionales (retribución total).

		Hombres				Mujeres				
		Promedio	Mediana	Promedio por grupo	Mediana por grupo	Promedio	Mediana	Promedio por grupo	Mediana por grupo	
Alta Dirección	Nivel único	268.599,25 €	268.599,25 €	268.599,25 €	268.599,25 €					
Grupo I	Nivel único (directores)	140.705,51 €	136.495,96 €	140.705,51 €	136.495,96 €	142.550,81 €	129.529,94 €	142.550,81 €	129.529,94 €	
Grupo II	Nivel I banda superior	107.521,19 €	112.056,53 €			105.624,15 €	101.936,98 €			
	Nivel I banda inferior	98.556,52 €	99.462,25 €			95.140,08 €	102.535,80 €			
	Nivel II banda superior	91.175,35 €	90.432,31 €	91.071,47 €	89.778,24 €	94.097,89 €	92.862,43 €	83.718,12 €	80.557,05 €	
	Nivel II banda inferior	90.156,38 €	90.357,06 €			90.173,71 €	91.280,55 €			
	Nivel III banda superior	82.379,02 €	82.467,94 €			78.925,83 €	78.865,80 €			
	Nivel III banda inferior	75.754,84 €	76.626,86 €			72.785,49 €	74.593,86 €			
Grupo III	Nivel I banda superior	69.517,63 €	69.790,12 €			64.672,75 €	66.021,06 €			
	Nivel I banda intermedia	66.322,09 €	66.358,47 €			63.967,48 €	64.869,64 €			
	Nivel I banda inferior	60.981,85 €	61.144,36 €			57.407,78 €	57.843,01 €			
	Nivel II banda superior	61.593,77 €	62.300,35 €	61.617,78 €	62.425,96 €	46.783,13 €	45.778,25 €	56.101,34 €	57.812,38 €	
	Nivel II banda inferior	53.237,29 €	53.073,05 €			43.304,69 €	43.586,62 €			
	Nivel III banda superior	44.392,91 €	46.039,01 €			42.464,58 €	44.381,27 €			
Grupo VI	Nivel III banda inferior	0,00 €	0,00 €			39.219,70 €	39.219,70 €			
	Nivel I banda superior	37.387,88 €	34.578,58 €			33.275,97 €	32.676,80 €			
	Nivel I banda inferior	0,00 €	0,00 €			30.518,12 €	30.518,12 €			
	Nivel II banda superior	0,00 €	0,00 €			0,00 €	0,00 €			
	Nivel II banda inferior	30.929,44 €	30.744,32 €	34.965,97 €	32.163,78 €	29.600,78 €	29.682,93 €	32.173,22 €	31.641,11 €	
	Nivel III banda superior	0,00 €	0,00 €			0,00 €	0,00 €			
Grupo VI	Nivel III banda intermedia	0,00 €	0,00 €			0,00 €	0,00 €			
	Nivel III banda inferior	0,00 €	0,00 €			0,00 €	0,00 €			
	Salario medio de 2023		72.839,83 €	63.785,01 €			68.505,31 €	61.287,17 €		

		Diferencial sobre las medias		Total de la plantilla				
		Hombres	Mujeres	Promedio	Mediana	Promedio por grupo	Mediana por grupo	
Alta Dirección	Nivel único			268.599,25 €	268.599,25 €	268.599,25 €	268.599,25 €	
Grupo I	Nivel único (directores)	-	1,29%	141.787,23 €	131.368,56 €	141.787,23 €	131.368,56 €	
Grupo II	Nivel I banda superior			106.952,08 €	111.852,75 €			
	Nivel I banda inferior			95.586,80 €	100.052,54 €			
	Nivel II banda superior	-	-8,78%	93.054,13 €	92.162,77 €	86.814,27 €	85.853,42 €	
	Nivel II banda inferior			90.165,05 €	90.818,81 €			
	Nivel III banda superior			80.144,80 €	80.408,23 €			
	Nivel III banda inferior			73.555,27 €	75.549,70 €			
Grupo III	Nivel I banda superior			67.095,19 €	69.163,73 €			
	Nivel I banda intermedia			65.488,92 €	65.679,19 €			
	Nivel I banda inferior			59.080,75 €	58.557,88 €			
	Nivel II banda superior	-	-9,83%	52.337,12 €	52.761,46 €	58.892,26 €	59.856,69 €	
	Nivel II banda inferior			47.650,20 €	46.158,62 €			
	Nivel III banda superior			43.364,46 €	45.042,04 €			
Grupo VI	Nivel III banda inferior			39.219,70 €	39.219,70 €			
	Nivel I banda superior			34.646,61 €	33.137,45 €			
	Nivel I banda inferior			30.518,12 €	30.518,12 €			
	Nivel II banda superior			0,00 €	0,00 €			
	Nivel II banda inferior	-	-8,68%	30.265,11 €	30.209,93 €	33.144,61 €	31.964,38 €	
	Nivel III banda superior			0,00 €	0,00 €			
Grupo VI	Nivel III banda intermedia			0,00 €	0,00 €			
	Nivel III banda inferior			0,00 €	0,00 €			
	Salario medio de 2023		-	-6,33%	70.548,26 €	63.725,00 €		

2022 - Salario medio de la plantilla por sexos y grupos profesionales (retribución total).

		Hombres				Mujeres			
		Promedio	Mediana	Promedio por grupo	Mediana por grupo	Promedio	Mediana	Promedio por grupo	Mediana por grupo
Directores	Nivel único	113.172,96 €	111.530,28 €	113.172,96 €	111.530,28 €	105.924,56 €	94.893,62 €	105.924,56 €	94.893,62 €
Grupo I	Nivel I	88.686,01 €	90.870,57 €			81.154,96 €	79.505,72 €		
	Nivel II	68.366,22 €	78.053,00 €	75.884,10 €	76.587,06 €	80.651,26 €	80.446,17 €	79.011,73 €	79.505,72 €
	Nivel III	71.674,06 €	74.371,88 €			76.300,58 €	77.011,37 €		
Grupo II	Nivel I	68.996,42 €	71.143,15 €			71.467,42 €	71.951,09 €		
	Nivel II	67.444,16 €	67.498,34 €	65.798,17 €	64.473,92 €	64.020,24 €	64.785,92 €	64.441,39 €	64.450,94 €
	Nivel III	62.338,00 €	62.503,27 €			61.616,06 €	62.473,42 €		
Grupo III	Nivel único	53.830,33 €	55.875,06 €	53.830,33 €	55.875,06 €	51.514,67 €	52.578,51 €	51.514,67 €	52.578,51 €
Grupo IV	Nivel I	51.137,95 €	51.337,62 €			46.502,25 €	47.748,22 €		
	Nivel II	46.940,08 €	48.974,03 €	50.229,36 €	50.472,65 €	40.933,13 €	40.665,42 €	45.151,18 €	46.912,42 €
	Nivel III	41.643,53 €	41.297,84 €			36.188,35 €	37.169,83 €		
Grupo V	Nivel I	41.272,85 €	40.485,45 €			37.640,74 €	38.230,13 €		
	Nivel II	29.645,89 €	29.645,89 €	38.569,24 €	39.667,37 €	34.189,22 €	34.189,22 €	34.403,38 €	35.238,28 €
	Nivel III	32.216,49 €	32.216,49 €			29.583,03 €	29.470,88 €		
Grupo VI	Nivel I	27.761,78 €	25.906,92 €			30.458,91 €	30.458,91 €		
	Nivel II	-	-	27.761,78 €	25.906,92 €	-	-	30.458,91 €	30.458,91 €
	Nivel III	-	-			-	-		
Salario medio de 2022		58.229,62 €	54.752,52 €			54.945,95 €	50.564,12 €		

		Diferencial sobre las medias		Total de la plantilla			
		Hombres	Mujeres	Promedio	Mediana	Promedio por grupo	Mediana por grupo
Directores	Nivel único	-	-6,84%	109.289,89 €	107.634,93 €	109.289,89 €	107.634,93 €
Grupo I	Nivel I			86.426,69 €	89.063,41 €		
	Nivel II	-	3,96%	73.631,24 €	80.178,39 €	77.152,06 €	78.050,77 €
	Nivel III			73.809,38 €	75.092,80 €		
Grupo II	Nivel I			70.517,04 €	71.788,64 €		
	Nivel II	-	-2,11%	65.576,56 €	65.338,25 €	64.902,70 €	64.462,43 €
	Nivel III			61.810,43 €	62.488,35 €		
Grupo III	Nivel único	-	-4,50%	52.860,26 €	54.512,04 €	52.860,26 €	54.512,04 €
Grupo IV	Nivel I			48.729,79 €	49.226,47 €		
	Nivel II	-	10,11%	43.335,91 €	42.584,94 €	47.528,20 €	48.675,93 €
	Nivel III			38.612,88 €	37.275,92 €		
Grupo V	Nivel I			39.349,97 €	39.197,37 €		
	Nivel II	-	-12,11%	31.917,56 €	31.917,56 €	36.100,58 €	36.907,92 €
	Nivel III			30.241,39 €	29.898,95 €		
Grupo VI	Nivel I			28.301,20 €	27.917,96 €		
	Nivel II	-	8,85%	-	-	28.301,20 €	27.917,96 €
	Nivel III			-	-		
Salario medio de 2022		-	-5,98%	56.535,60 €	52.320,35 €		

En el ejercicio 2023, la Alta Dirección está conformada por un único hombre (dos hombres en 2022) que percibe remuneración por importe de 268.599 euros (772.266 euros en 2022), tal como puede verse en el epígrafe de "Sueldos y salarios" de la cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio 2023 de las Cuentas Anuales. La variación entre años se debe a la salida del anterior director y a la variación en el número de miembros.

Salario fijo por categoría profesional y por sexo y cálculo de brecha salarial

2023 - Salario medio de la plantilla por sexos y grupos profesionales (salario fijo).

		Hombres				Mujeres			
		Promedio	Mediana	Promedio por grupo	Mediana por grupo	Promedio	Mediana	Promedio por grupo	Mediana por grupo
Alta Dirección	Nivel único	212.653,85 €	212.653,85 €	212.653,85 €	212.653,85 €				
Grupo I	Nivel único (directores)	107.177,48 €	101.344,21 €	107.177,48 €	101.344,21 €	108.716,10 €	101.658,88 €	108.716,10 €	101.658,88 €
Grupo II	Nivel I banda superior	84.889,34 €	88.728,32 €	74.871,14 €	73.593,15 €	83.965,81 €	81.747,52 €	71.013,14 €	68.946,47 €
	Nivel I banda inferior	77.883,99 €	81.254,43 €			78.424,29 €	81.915,15 €		
	Nivel II banda superior	76.220,10 €	77.206,22 €			74.919,37 €	75.054,92 €		
	Nivel II banda inferior	73.982,59 €	73.984,75 €			67.698,63 €	68.682,02 €		
Grupo III	Nivel III banda superior	68.967,92 €	69.166,18 €	51.587,11 €	49.647,28 €	63.978,07 €	65.541,43 €	49.863,37 €	49.621,85 €
	Nivel III banda inferior	65.279,93 €	66.172,82 €			58.089,05 €	61.397,01 €		
	Nivel I banda superior	63.061,52 €	62.599,95 €			57.711,84 €	59.222,67 €		
	Nivel I banda intermedia	58.429,21 €	61.368,05 €			50.955,56 €	49.179,91 €		
	Nivel I banda inferior	49.527,81 €	48.910,13 €			42.652,60 €	42.810,00 €		
	Nivel II banda superior	45.681,13 €	45.435,51 €			37.034,76 €	36.593,54 €		
Grupo VI	Nivel II banda inferior	41.380,10 €	41.635,44 €	26.972,25 €	26.942,43 €	37.073,90 €	39.527,81 €	27.320,99 €	26.940,53 €
	Nivel III banda superior	37.771,43 €	39.805,44 €			33.224,03 €	33.224,03 €		
	Nivel III banda inferior	0,00 €	0,00 €			29.037,96 €	29.105,19 €		
	Nivel I banda superior	28.627,44 €	27.223,58 €			25.484,24 €	25.484,24 €		
	Nivel I banda inferior	0,00 €	0,00 €			0,00 €	0,00 €		
	Nivel II banda superior	0,00 €	0,00 €			22.822,28 €	22.817,04 €		
Grupo III	Nivel II banda inferior	22.838,08 €	22.841,58 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
	Nivel III banda superior	0,00 €	0,00 €			0,00 €	0,00 €		
	Nivel III banda intermedia	0,00 €	0,00 €			0,00 €	0,00 €		
	Nivel III banda inferior	0,00 €	0,00 €			0,00 €	0,00 €		
	Nivel III banda inferior	0,00 €	0,00 €			0,00 €	0,00 €		
Salario medio de 2023		59.832,97 €	53.088,39 €			58.474,68 €	55.267,46 €		

		Diferencial sobre las medias		Total de la plantilla			
		Hombres	Mujeres	Promedio	Mediana	Promedio por grupo	Mediana por grupo
Alta Dirección	Nivel único			212.653,85 €	212.653,85 €	212.653,85 €	212.653,85 €
Grupo I	Nivel único (directores)	-	1,42%	108.079,43 €	101.658,88 €	108.079,43 €	101.658,88 €
Grupo II	Nivel I banda superior			84.612,28 €	88.518,89 €	72.637,56 €	72.241,65 €
	Nivel I banda inferior			78.106,47 €	81.538,35 €		
	Nivel II banda superior	-	-5,43%	77.650,90 €	77.229,14 €		
	Nivel II banda inferior			74.450,98 €	74.115,41 €		
Grupo III	Nivel III banda superior			68.146,61 €	68.946,47 €	50.735,46 €	49.621,85 €
	Nivel III banda inferior			64.315,59 €	65.604,90 €		
	Nivel I banda superior			60.575,29 €	62.582,16 €		
	Nivel I banda intermedia			58.175,37 €	59.394,79 €		
	Nivel I banda inferior			50.287,25 €	48.914,07 €		
	Nivel II banda superior	-	-3,46%	43.788,30 €	44.023,48 €		
Grupo VI	Nivel II banda inferior			38.935,85 €	39.654,77 €	27.020,28 €	26.940,53 €
	Nivel III banda superior			37.399,41 €	39.242,39 €		
	Nivel III banda inferior			33.224,03 €	33.224,03 €		
	Nivel I banda superior			28.901,12 €	27.223,58 €		
	Nivel I banda inferior			25.484,24 €	25.484,24 €		
	Nivel II banda superior	-	1,28%	0,00 €	0,00 €		
Grupo III	Nivel II banda inferior			22.830,18 €	22.829,92 €	0,00 €	0,00 €
	Nivel III banda superior			0,00 €	0,00 €		
	Nivel III banda intermedia			0,00 €	0,00 €		
	Nivel III banda inferior			0,00 €	0,00 €		
	Nivel III banda inferior			0,00 €	0,00 €		
Salario medio de 2023		-	-2,32%	59.114,87 €	54.449,63 €		

2022 - Salario medio de la plantilla por sexos y grupos profesionales (salario fijo).

		Hombres				Mujeres			
		Promedio	Mediana	Promedio por grupo	Mediana por grupo	Promedio	Mediana	Promedio por grupo	Mediana por grupo
Directores	Nivel único	92.506,50 €	90.158,47 €	92.506,50 €	90.158,47 €	87.750,64 €	81.760,98 €	87.750,64 €	81.760,98 €
Grupo I	Nivel I	73.782,68 €	74.363,51 €	64.187,12 €	67.085,57 €	69.760,18 €	67.884,40 €	67.796,93 €	67.884,40 €
	Nivel II	58.299,61 €	67.634,39 €			68.871,81 €	68.899,35 €		
	Nivel III	61.714,83 €	59.600,45 €			65.740,42 €	65.794,43 €		
Grupo II	Nivel I	59.490,70 €	61.340,81 €	56.860,61 €	56.229,92 €	62.001,83 €	61.766,69 €	56.884,28 €	56.777,52 €
	Nivel II	57.199,09 €	57.267,80 €			56.616,78 €	57.151,78 €		
	Nivel III	54.740,20 €	55.496,25 €			54.814,00 €	55.496,25 €		
Grupo III	Nivel único	47.240,26 €	50.742,50 €	47.240,26 €	50.742,50 €	46.446,27 €	47.403,49 €	46.446,27 €	47.403,49 €
Grupo IV	Nivel I	40.215,27 €	40.566,82 €	39.344,42 €	40.543,46 €	40.409,48 €	40.543,63 €	39.327,82 €	40.517,10 €
	Nivel II	35.638,10 €	36.957,58 €			36.298,14 €	37.189,62 €		
	Nivel III	32.499,54 €	33.621,87 €			31.110,16 €	29.222,96 €		
Grupo V	Nivel I	33.089,50 €	33.301,35 €	31.414,03 €	32.582,71 €	31.980,59 €	32.560,90 €	29.173,45 €	29.004,32 €
	Nivel II	26.803,02 €	26.803,02 €			26.827,46 €	26.827,46 €		
	Nivel III	27.017,65 €	27.017,65 €			25.353,74 €	25.324,02 €		
Grupo VI	Nivel I	21.652,39 €	22.554,95 €	21.652,39 €	22.554,95 €	24.574,70 €	24.574,70 €	24.574,70 €	24.574,70 €
	Nivel II	-	-			-	-		
	Nivel III	-	-			-	-		
Salario medio de 2022		48.029,79 €	41.978,67 €			47.745,79 €	43.324,65 €		

		Diferencial sobre las medias		Total de la plantilla			
		Hombres	Mujeres	Promedio	Mediana	Promedio por grupo	Mediana por grupo
Directores	Nivel único	-	-5,42%	89.958,72 €	87.007,43 €	89.958,72 €	87.007,43 €
Grupo I	Nivel I			72.575,93 €	73.522,49 €	65.725,23 €	67.884,39 €
	Nivel II	-	5,32%	62.830,55 €	68.047,53 €		
	Nivel III			63.572,79 €	65.155,54 €		
Grupo II	Nivel I			61.036,01 €	61.340,81 €	56.876,23 €	56.503,72 €
	Nivel II	-	0,04%	56.881,47 €	57.250,65 €		
	Nivel III			54.794,13 €	55.496,25 €		
Grupo III	Nivel único	-	-1,71%	46.907,64 €	49.494,09 €	46.907,64 €	49.494,09 €
Grupo IV	Nivel I			40.316,16 €	40.558,73 €	39.335,59 €	40.527,37 €
	Nivel II	-	0,04%	36.034,12 €	37.189,62 €		
	Nivel III			31.727,66 €	33.377,38 €		
Grupo V	Nivel I			32.603,65 €	32.603,65 €	30.086,28 €	30.362,31 €
	Nivel II	-	-7,68%	26.815,24 €	26.815,24 €		
	Nivel III			25.338,06 €	25.338,06 €		
Grupo VI	Nivel I			22.236,85 €	23.905,53 €	22.236,85 €	23.905,53 €
	Nivel II	-	11,89%	-	-		
	Nivel III			-	-		
Salario medio de 2022		-	-0,59%	47.883,27 €	42.659,02 €		

3.2 Organización del trabajo.

La organización del tiempo de trabajo está contenida en el Capítulo IV del Convenio Colectivo.

Jornada, horarios, licencias y vacaciones.

La jornada anual de trabajo son 1.663 horas de trabajo efectivo, deducidas fiestas y vacaciones que se distribuyen de la siguiente forma:

- a) Una jornada anual fija de 1.512 horas anuales, cuya distribución será conforme se establece en el calendario laboral de cada año.
- b) La diferencia de horas hasta 1.663, es decir, 151 horas anuales, se considera jornada irregular que son distribuidas para atender las necesidades del servicio en función del calendario de ferias, congresos y demás actividades feriales.

Existen dos tipos de horario. El horario de jornada partida y el horario de jornada continuada.

El horario de jornada partida es de lunes a jueves de 09:30 a 17:30 horas, con una hora intermedia de descanso para la comida, con una flexibilidad de 30 minutos para adelantar o retrasar la entrada al trabajo. La jornada de los viernes es de 09:30 horas y salida a opción del trabajador entre las 14:00 y las 15:00 horas. La diferencia de horas que se realicen los viernes hasta completar la jornada efectiva de 7 horas debe ser recuperada de lunes a jueves.

Durante el periodo de jornada intensiva, meses de julio y agosto, el horario de lunes a viernes es de 08:30 a 14:30 horas y aplicación igualmente de 30 minutos de flexibilidad horaria.

En el horario de jornada continuada se establecen dos turnos de trabajo rotativos cada 15 días con los siguientes horarios: el turno de mañana de 08:00 a 15:00 horas y el turno de tarde de 15:00 a 22:00 horas.

Durante el periodo de jornada intensiva el horario del turno de mañana es de 08:00 a 14:00 horas y el horario del turno de tarde de 14:00 a 20:00 horas.

Existe un posible tercer turno de noche, de 22:00 a 05:00 horas, cuando las necesidades de la actividad ferial lo demanden.

Durante los fines de semana y los días festivos de celebración de feria los horarios de trabajo se ajustan a los horarios de desarrollo del certamen. El horario habitual durante esos días el de 09:00 a 21:00 horas.

Por otra parte, se señala que en IFEMA MADRID se reconoce el trabajo a distancia y el teletrabajo como una forma innovadora de organización y ejecución de la prestación laboral derivada del propio avance de las nuevas tecnologías.

Los principios que regulan el teletrabajo en IFEMA MADRID están contenidos en el artículo 19 del Convenio Colectivo y en la *Guía de Trabajo a Distancia*, que establecen la posibilidad de realizar teletrabajo el 40% del tiempo de trabajo en un periodo de referencia de cuatro semanas, lo que equivale a poder trabajar en esta modalidad un máximo de ocho días en el citado periodo, preferentemente distribuidos semanalmente en tres días de trabajo presencial y dos de trabajo a distancia.

Número de horas de absentismo.

Año 2022: 37.844 horas.
Año 2023: 42.177,9 horas.

Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores.

- IFEMA MADRID cuenta con un importante paquete de medidas para favorecer la conciliación familiar y profesional de sus trabajadores que se encuentran contenidas en el Convenio Colectivo y en el Plan de Igualdad, fundamentalmente. Fruto de ello, es su certificación como Empresa Familiarmente Responsable (Empresa EFR), desde el año 2007, la que la acredita como empresa que apuesta decididamente por la conciliación y la igualdad.
- A continuación se relacionan las principales medidas en esta materia:
 - Mejora de los permisos retribuidos legalmente establecidos (1 semana adicional al permiso de maternidad / paternidad; 2 días adicionales en caso de fallecimiento de hijos o cónyuge; 1 día adicional por traslado de domicilio habitual; 2 días por nacimiento de nieto; establecer el día 31 de diciembre como festivo; 1 día de asuntos propios, y 3 horas para asistir a consultas médicas de hijos).

- Concesión de permisos sin retribuir (permisos para asuntos particulares, para tutorías escolares, para estudios, para hospitalización y enfermedades de familiares, adopción internacional).
- Flexibilidad horaria de 30 minutos a la entrada al trabajo.
- Fijación de puentes en periodos de vacaciones escolares.
- Establecimiento de jornada continuada en días señalados como víspera de fiesta, Semana Santa y Navidades al tratarse de fechas festivas en el calendario escolar y, por tanto, favorables para que los trabajadores puedan conciliar su vida profesional y personal.
- Posibilidad de hacer jornada continuada para los trabajadores con hijos menores de 12 años para no verse obligados a pedir reducción de jornada.
- Complementar al 100% la prestación por IT.
- Plan de retribución flexible "IFEMA FLEX" (seguro de salud, ticket restaurante, transporte y guardería, formación).
- 26 días de vacaciones a partir del cumplimiento de 21 años de permanencia en la empresa y jornada intensiva durante el periodo estival.
- IFEMA MADRID también cuenta con un importante paquete de beneficios sociales:
 - Ayudas para para estudios y guarderías de los hijos.
 - Ayudas al trabajador para gastos médicos.
 - Ayudas para trabajadores con hijos con discapacidad.
 - Servicio médico durante toda la jornada laboral.
 - Servicio de comedor subvencionado.
 - Aparcamiento gratuito.
 - Pólizas de seguros: plan de pensiones, seguro de vida y seguro de jubilación.

3.3 Seguridad y salud.

La prevención de riesgos laborales y la protección de la salud de las personas trabajadoras constituye un objetivo básico y prioritario de IFEMA MADRID.

Las personas trabajadoras tienen derecho a una protección eficaz en materia de seguridad y salud en el trabajo, lo que supone la existencia del correlativo deber de la Dirección de IFEMA MADRID para la protección de las personas trabajadoras frente a los riesgos laborales.

La consecución del citado derecho de protección se procura a través de la adopción por la Dirección de las medidas necesarias en materia de evaluación de riesgos, información, consulta, participación y formación de las personas trabajadoras, actuación en casos de emergencia y de riesgo grave e inminente, la vigilancia de la salud y la organización de un servicio de prevención.

La Dirección de IFEMA MADRID garantiza, asimismo, la vigilancia periódica del estado de salud de sus personas trabajadoras en función de los riesgos inherentes al trabajo, para lo cual dispone de un Servicio Médico con personal sanitario con competencia técnica y capacidad acreditada en sus instalaciones durante toda la jornada laboral.

N.º de accidentes de trabajo por sexo.

	Mujeres	Hombres
Año 2022*	4	1
Año 2023*	3	6

*Se incluyen tanto los accidentes con baja como sin baja, así como los *in itinere*.

N.º de accidentes de trabajo por sexo.

	Mujeres	Hombres
Año 2022	1,48	0
Año 2023	2,65	14,85

N.º de accidentes con y sin baja por cada millón de horas trabajadas, excluyendo los *in itinere*.

N.º de accidentes de trabajo por sexo

	Mujeres	Hombres
Año 2022	0,001	0
Año 2023	0,003	0,25

N.º de jornadas perdidas de los accidentes con y sin baja por cada 1.000 horas trabajadas, excluyendo los *in itinere*.

Enfermedades profesionales por sexo

No se han registrado casos de enfermedad profesional ni en el año 2022 ni en el año 2023.

3.4 Relaciones sociales.

Organización del diálogo social, incluidos los procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos.

En IFEMA MADRID se constituyó el Comité de Empresa en el año 1990. Está constituido por 13 integrantes, de acuerdo con el número de trabajadores que forman la plantilla de IFEMA MADRID.

Las últimas elecciones a miembros del Comité de Empresa se celebraron en septiembre del año 2020.

La actividad sindical se ejerce adicionalmente con la presencia de tres secciones sindicales (CC. OO., UGT y CSIF).

Fruto de la negociación colectiva, son 10 los convenios colectivos que se han formalizado hasta la fecha, el último firmado durante el año 2023, con una vigencia de cuatro años, hasta el 31 de diciembre de 2025.

El capítulo XII del Convenio Colectivo, "Representación Colectiva y Representación Sindical", regula las relaciones en IFEMA MADRID sobre esta materia.

IFEMA MADRID cuenta con una intranet corporativa para fomentar la comunicación y la colaboración entre los empleados, facilitando el acceso a la información de interés general para la plantilla.

Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país.

La totalidad de los trabajadores que prestan servicios en IFEMA MADRID quedan comprendidos en el ámbito del Convenio Colectivo de IFEMA MADRID.

Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad de los trabajadores.

El Convenio Colectivo incluye en su Capítulo IX todo lo referente a la seguridad y salud laboral:

"Ordena los principios generales de la seguridad y la salud laboral, el Comité de Seguridad y Salud, órgano paritario y colegiado destinado a la consulta regular y periódica de las actuaciones de la empresa en materia de prevención de riesgos, los delegados de prevención, como representantes de las personas trabajadoras de IFEMA MADRID con funciones específicas en materia de prevención de riesgos en el trabajo, los Servicios de Prevención, conjunto de medios humanos y materiales necesarios para realizar las actividades preventivas y garantizar la adecuada protección de la seguridad y salud de las personas trabajadoras, así como un apartado específico sobre la disciplina de Vigilancia de la Salud de los Trabajadores."

3.5 Formación.

El plan formativo del ejercicio 2023 sigue estando al servicio de los objetivos estratégicos y de negocio de IFEMA MADRID. En esta línea, se puede decir que ha girado en torno a estos grandes ámbitos:

En primer lugar, la **Capacitación Técnica**. Entendemos que es crítica para la profesionalización y optimización del negocio. En este campo, la **digitalización** adquiere un papel muy relevante. Prueba de ello son las acciones formativas dirigidas a las plataformas digitales, a la evolución de los procesos más internos y estancos a otros más corporativos y digitales como LIVE Connect, Salesforce, Power BI o SAP. Procesos que impactan en toda la compañía con mayor o menor relevancia, por lo que han estado dirigidos a un número importante de áreas y puestos de trabajo. La internacionalización está presente en nuestra estrategia evolutiva, por lo que los idiomas forman parte del calendario anual fijo del plan anual formativo.

No menos relevancia tiene las acciones de grupos más reducidos, e incluso individuales, que conllevan la especialización en áreas o personas concretas de la plantilla, y que se enlazan con el desarrollo individual de las personas. En este sentido, la contratación pública, finanzas, ciberseguridad o aplicaciones de Microsoft han sido algunas de las que se han llevado a cabo.

La **Salud Laboral, la Seguridad y la Autoprotección** siguen siendo ámbitos críticos. Nuestra actividad exige estar preparado y actualizado para evitar escenarios emergentes de riesgo de carácter operativo. En este ejercicio se han actualizado tanto los contenidos como las buenas prácticas en estos contenidos. Se han llevado a cabo cursos de reciclaje a todos los equipos de Autoprotección y se han renovado acciones de seguridad en las áreas técnicas.

Otro foco importante lo compone lo relativo a la **Calidad, Normativa y Legalidad**. En pro de velar por las buenas prácticas en estos ámbitos, se ha hecho un esfuerzo considerable para impactar en la totalidad de la plantilla desde un enfoque de concienciación. Ha sido necesario evolucionar el modelo formativo tradicional al modelo de píldora formativa, que garantiza la impartición equilibrando el tiempo de productividad con el de aprendizaje.

El año 2023 ha sido un año en el que se ha consolidado la necesidad de la formación como canal de crecimiento a disposición de nuestro negocio, habiendo conseguido aumentar el número de contenidos formativos en formato compatible con la actividad diaria de la organización.

Cantidad total de horas de formación por sexos y por categorías profesionales.

Datos de formación	2022	2023
N.º de empleados formados / N.º de puestos de formación	445/1.751	467/1.939
Horas de formación recibidas por el personal de IFEMA MADRID	8.455	8.317

Horas de formación por sexos en 2022.

Mujeres		Hombres		Total
5.519		2.936		8.455
G-I	G-II	G-III	G-IV	
Directivos	Managers	Técnicos	Soporte	Total de 2022
554	1.972	4.966	964	8.455

Horas de formación por sexos en 2023.

Mujeres		Hombres		Total
5.259		3.058		8.317
G-I	G-II	G-III	G-IV	
Directivos	Managers	Técnicos	Soporte	Total de 2023
418	1.930	4.932	1.037	8.317

3.6 Igualdad.

Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato de oportunaes entre mujeres y hombres.

IFEMA MADRID fomenta el principio de igualdad de trato entre mujeres y hombres, lo que supone la ausencia de toda discriminación, directa o indirecta, por razón de sexo, especialmente las derivadas de la maternidad/ paternidad, la asunción de obligaciones familiares y el estado civil.

En atención a dicho principio, IFEMA MADRID ha establecido una política de evitación de cualquier comportamiento contrario a la igualdad a través de acciones positivas para la protección de los valores de igualdad efectiva de mujeres y hombres en sus relaciones laborales, adoptando medidas tendentes para que tanto las mujeres como los hombres gocen de igualdad de oportunidades en cuanto acceso al empleo, formación, promoción y desarrollo de su trabajo.

Las principales medidas para promover la igualdad de trato de oportunidades están contenidas en el Plan de Igualdad y en el Capítulo X del Convenio Colectivo, "Igualdad de género y conciliación de la vida familiar".

A continuación, se relacionan las medidas específicas en materia de igualdad de género:

Selección de personal

Todas las decisiones que adopta IFEMA MADRID relacionadas con la selección y contratación de personas están basadas en las habilidades, cualidades, capacidad y experiencia profesional de los candidatos.

IFEMA MADRID garantiza la igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres en los procesos de selección, asegurando que se realizan atendiendo a criterios de mérito, capacidad e igualdad de oportunidades, eligiendo a los mejores profesionales a través de una selección neutra desde una óptica de género y basada en el mérito y las aptitudes de los candidatos.

Durante los procesos de selección de personal no obliga a responder al candidato a ninguna pregunta relacionada con su estado civil, situación de embarazo o cargas familiares, ni incluirá ninguna alusión preferencial por razón de sexo o edad.

Preferencia en el empleo

IFEMA MADRID fomenta una política de evitación de cualquier comportamiento contrario a la igualdad de acceso al empleo y de promoción profesional dentro de la empresa.

Teniendo en cuenta lo anterior, IFEMA MADRID impide la existencia de cualquier elemento de perturbación en el acceso al empleo o promoción profesional que pretenda injustificadamente y de antemano una subrepresentación de género en cualquier área de actividad o grupo profesional.

Promoción

IFEMA MADRID considera la perspectiva de género en los procesos de promoción interna, velando por la presencia o composición equilibrada de ambos sexos en las candidaturas finalistas y, ante una situación de empate por igualdad de méritos y capacidades, valora la aplicación del principio de preferencia en favor de la persona que forme parte del colectivo menos representado.

Por este motivo, fomenta que en las nuevas promociones y nombramientos se avance hacia una presencia equilibrada de ambos sexos en aquellas posiciones donde alguno de estos se halle de manera especialmente significativa menos representado que el otro.

En esta línea, realiza seguimientos periódicos sobre la tendencia de las promociones en todas las posiciones, incluido el equipo directivo.

En su política de promoción, IFEMA MADRID promueve medidas que permitan la compaginación del desarrollo profesional con diversas circunstancias personales para garantizar que aquellas personas con mayores cargas familiares no vean limitada su evolución profesional.

Retribución

IFEMA MADRID asegura un sistema salarial que garantiza la igualdad de remuneración por razón de sexo, transparencia y neutralidad sin tener ningún condicionante por motivo de género, llevando un registro con los valores medios de los salarios de mujeres y hombres que pone de manifiesto la ausencia de discriminación salarial.

Formación profesional en el trabajo

Para la asistencia a cursos de formación se toma particularmente en cuenta la eventual concurrencia de subrepresentación por razón de género en el área de actividad o grupo profesional al que pertenezca el trabajador solicitante, y se impulsan programas y acciones para la formación en igualdad de oportunidades de toda la plantilla.

Se fomenta el uso de canales *online* para la realización de las actividades formativas, procurando así una mejor ordenación de los tiempos de trabajo, así como la conciliación con la vida personal y familiar.

Comunicación

En aras de reforzar la política empresarial en materia de conciliación y ejercicio responsable, fomentando un ejercicio indistinto de este tipo de derechos por parte tanto de hombres como de mujeres, IFEMA MADRID trabaja para que las personas trabajadoras hagan uso de las medidas de conciliación que pone a su disposición, promocionando las medidas de conciliación vigentes, detallando en qué consisten dichas medidas y transmitiendo en todo caso que estas medidas no afectarán al desarrollo y crecimiento profesional de las personas empleadas.

Asimismo, difundirá las buenas prácticas sobre el uso responsable y efectivo de las medidas, haciendo mención especial a que todas las medidas pueden ser utilizadas tanto por hombres como por mujeres.

Uso de lenguaje no sexista

Se evita la utilización de un lenguaje sexista que pueda propiciar situaciones discriminatorias o actuaciones de acoso, potenciando el uso de un lenguaje inclusivo en todas las comunicaciones realizadas en el seno de IFEMA MADRID.

La equiparación de los hombres y las mujeres se manifiesta igualmente en la distribución paritaria de su plantilla compuesta al final del año 2023 por 467 empleados, de los cuales 217 son hombres (46,5%) y 250 son mujeres (53,5%), y en su equipo directivo compuesto por 15 hombres y 17 mujeres.

Planes de igualdad, medidas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo.

En su apuesta por la igualdad, IFEMA MADRID ha elaborado e implementado juntamente con el Comité de Empresa un nuevo Plan de Igualdad durante el año 2023 con arreglo a lo previsto por la Ley 3/2007 con el fin de eliminar la discriminación de la mujer en cualesquiera de los ámbitos de la vida y, especialmente, en el ámbito laboral y cumpliendo los requisitos legales establecidos por los Reales Decretos 901/2020 y 902/2020.

Para la elaboración del Plan de Igualdad se ha realizado un diagnóstico de situación previo consistente en el estudio cuantitativo y cualitativo de la situación sobre materias relativas a las condiciones de trabajo y acceso al empleo, retribución, promoción y formación, ordenación del tiempo y del trabajo y a la prevención del acoso sexual y por razón de género, de conformidad con lo estipulado en el Real Decreto 901/2020.

Igualmente, en cumplimiento de lo dispuesto en el Real Decreto 902/2020 se ha elaborado la correspondiente auditoría retributiva, procediéndose a la evaluación de los puestos de trabajo de igual valor, conforme a lo preceptuado en la citada norma.

El diagnóstico de situación ha permitido conocer la realidad de IFEMA MADRID en materia de igualdad y conciliación, detectar necesidades, definir objetivos de mejora y diseñar una serie de medidas para su consecución y que conformarán el Plan de Igualdad.

El Plan de Igualdad contiene un conjunto ordenado de medidas tendentes a garantizar en IFEMA MADRID la igualdad de oportunidades entre sus personas trabajadoras y prevenir cualquier eventual situación de discriminación por razón de sexo en la plantilla.

Por todo ello, los principales objetivos del Plan de Igualdad son los siguientes:

- Garantizar el cumplimiento del principio de igualdad de trato y oportunidades entre las personas trabajadoras de IFEMA MADRID.
- Potenciar una cultura corporativa de aspectos relacionados con la igualdad de trato y oportunidades para todas las personas trabajadoras que forman parte de IFEMA MADRID.

- Establecer acciones, incluidas las acciones de discriminación positiva, encaminadas a conseguir una mayor presencia del sexo subrepresentado en la empresa en aquellas áreas que resulten relevantes.
- Seguir asegurando la ausencia de procedimientos o políticas discriminatorias en materia de selección y contratación, conciliación, promoción, formación, bienestar profesional y retribución salarial de forma genérica.

También en relación con este punto, IFEMA MADRID ha negociado con el Comité de Empresa un "Protocolo de Acoso" en cuya Declaración de los Principios se manifiesta que IFEMA MADRID no tolerará, en el ámbito de su organización, ningún tipo de práctica discriminatoria o conducta considerada como de acoso moral, acoso sexual o acoso por razón de sexo y declara su preocupación y compromiso por mantener entornos laborales positivos para prevenir y evitar comportamientos de ningún tipo de acoso y persiguiendo y solucionando aquellos casos en los que se produzcan en el ámbito laboral.

3.7 Accesibilidad.

IFEMA MADRID asume la accesibilidad como un objetivo alineado con su compromiso social, especialmente teniendo en cuenta que gestionamos espacios de pública concurrencia.

Somos conscientes de las carencias que en este sentido tienen tanto el Recinto Ferial como el Palacio Municipal de IFEMA MADRID, dada la fecha de su construcción. De todas maneras, se ha realizado un trabajo de investigación con el objetivo de generar un conjunto de itinerarios accesibles que permitan a toda persona acceder a cualquiera de los espacios de IFEMA MADRID y disfrutar de los productos y servicios que ofrecemos.

- Se ha contratado la colaboración de una empresa consultora que ha proporcionado un análisis detallado de las carencias.
- Con esa información se han desarrollado propuestas de itinerarios accesibles, descritas con detalle.
- De todas maneras, hay que considerar que, en función del desarrollo de nuevas líneas de negocio, IFEMA MADRID se vea obligada a modificar sus instalaciones, con lo que se haría considerando, como condición prioritaria, la accesibilidad.

Hasta conocer si finalmente estas obras se llevarán a cabo, se ha generado un Plan de Actuación a partir del cual se han puesto ya en marcha algunas acciones:

- Señalización de acceso preferente en los diferentes mostradores de información en los accesos Norte y Sur, así como en las entradas de los pabellones.
- Ajustes de las localidades que por imperativo legal deben de reservarse para ubicar sillas de ruedas en auditorios y salas. Creación de un elemento para señalar espacios preferentes para personas con cualquier tipo de discapacidad, dentro de salas o espacios para charlas, conferencias etc.
- Formación a aquellas personas de la plantilla con un trato directo con clientes u otras partes interesadas de cara a su comprensión de la accesibilidad, tipos de necesidades y puntos de dolor en la relación de IFEMA MADRID con personas con necesidades especiales.

El objetivo, señalado como estratégico en el Plan Estratégico 2023-2026, es que concluya con el desarrollo de los itinerarios accesibles y, en este sentido, se desarrollará cualquier modificación o nuevo proyecto de adaptación arquitectónica.

Con respecto a las nuevas infraestructuras que a futuro están previstas ejecutar, la aplicación rigurosa del Código Técnico de la Edificación asegura el cumplimiento de la normativa exigible en materia de accesibilidad.

Por último, en IFEMA MADRID hemos obtenido la certificación AENOR A90/000062 de Accesibilidad AA en las webs de IFEMA MADRID durante el año 2022, de manera que cualquier persona con capacidades especiales visuales o auditivas puedan hacer un uso correcto de la web de IFEMA MADRID, cumpliendo con lo establecido según la normativa europea UNE 139803:2012.

Integración y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.

IFEMA MADRID cumple con la Ley General de Discapacidad, que establece que todas las empresas deben tener una cuota de reserva en favor de las personas con una discapacidad igual o superior al 33% del 2% de la plantilla. Concretamente, IFEMA MADRID cuenta con 12 personas trabajadoras con discapacidad, que representan un 2,57% de su plantilla.

El Convenio Colectivo en su artículo 14, "Derechos de los Trabajadores", establece que ningún trabajador podrá ser discriminado directa o indirectamente para el empleo, o una vez empleado, por razón de discapacidad siempre que se halle en condiciones de aptitud para desempeñar el trabajo o empleo de que se trate.

Asimismo, el Convenio Colectivo, en su artículo 71, "Beneficios Sociales", proporciona una ayuda económica a los trabajadores que tengan hijos con un grado de discapacidad que sea superior al 33%.

El compromiso de IFEMA MADRID con la integración y la accesibilidad de las personas con discapacidad se manifiesta también en su condición de asociado del Foro de Contratación Pública Socialmente Responsable "Foro con R", que pone el foco en crear y mantener el empleo para personas con discapacidad, así como la accesibilidad universal mediante la contratación pública.

04.

**Derechos
humanos.**

04. Derechos humanos.

Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos, prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos.

El Código de Conducta en su punto 5.2, "Derechos Humanos y Libertades Públicas", establece que IFEMA MADRID se compromete a respetar y proteger los derechos y las libertades públicas reconocidas en la Declaración Universal de los Derechos Humanos y en los principales acuerdos internacionales en la materia. Asimismo, IFEMA MADRID, de acuerdo con la Declaración Universal de los Derechos Humanos, condena y prohíbe, de forma explícita, cualquier tipo de trabajo o servicio realizado por una persona bajo amenaza, castigo o en condiciones inhumanas o por cualquier persona que no tenga la edad mínima de trabajar.

El punto 5.3, "Igualdad y no Discriminación", del Código de Conducta de IFEMA MADRID declara garantizar la igualdad de oportunidades laborales y la no discriminación por razones de sexo, orientación sexual, estado civil, edad, raza, nacionalidad, condición social, religión, opinión política, afiliación sindical o cualquier otra característica protegida por el ordenamiento jurídico.

También en relación con este punto, IFEMA MADRID ha negociado con el Comité de Empresa un "Protocolo de Acoso" en cuya Declaración de los Principios se manifiesta que IFEMA MADRID no tolerará, en el ámbito de su organización, ningún tipo de práctica discriminatoria o conducta considerada como acoso moral, acoso sexual o acoso por razón de sexo, y declara su preocupación y compromiso por mantener entornos laborales positivos para prevenir y evitar todo tipo de comportamiento relacionado con el acoso, y persiguiendo y solucionando aquellos casos que se produzcan en el ámbito laboral.

El Marco Normativo sobre el que se fundamenta el Protocolo de Acoso reside en la Constitución Española, en la Ley Orgánica 3/2007 para la Igualdad Efectiva de Mujeres y Hombres, el Acuerdo Europeo sobre acoso y violencia en el lugar de trabajo suscrito el 26 de abril de 2007 por BUSSINESS EUROPE, el Convenio n.º 111 de la O.I.T. relativo a la discriminación

en materia de empleo y ocupación, y la Directiva 2006/54 del Parlamento Europeo por la que se transmite el acuerdo marco europeo sobre el acoso y la violencia de género.

Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos.

No ha habido ninguna denuncia por casos de vulneración de derechos humanos ni a través del Canal Ético ni por cualquier otro medio ni en el ejercicio de 2022 ni en el de 2023.

Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la OIT relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva.

En IFEMA MADRID se constituyó el Comité de Empresa en el año 1990. Está constituido por 13 integrantes, de acuerdo con el número de personas trabajadoras que forman la plantilla de IFEMA MADRID.

Las últimas elecciones a miembros del Comité de Empresa se celebraron en septiembre del año 2020.

La actividad sindical se ejerce adicionalmente con la presencia de tres secciones sindicales (CC. OO., UGT y CSIF).

Fruto de la negociación colectiva son 10 los convenios colectivos que se han formalizado hasta la fecha.

El Capítulo XII del Convenio Colectivo, "Representación Colectiva y Representación Sindical", regula las relaciones en IFEMA MADRID en esta materia.

Eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación.

Las disposiciones y políticas para la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación están contenidas en el propio Código de Conducta, concretamente en el punto 6.3, "Igualdad Efectiva", en el Capítulo X, "Igualdad de Género y Conciliación de la Vida Familiar", del Convenio Colectivo y fundamentalmente en su Plan de Igualdad.

Para dar cumplimiento al Real Decreto 901/2020, por el que se regulan los planes de igualdad y su registro, durante el último trimestre del año 2022 se iniciaron las negociaciones con el Comité de Empresa para formalizar un nuevo Plan de Igualdad que se suscribió el 21 de febrero de 2023 y que tendrá una duración de cuatro años.

El Plan de Igualdad se configura como el documento donde se recogen las políticas de conciliación de la vida personal y profesional de los trabajadores y la igualdad de oportunidades.

La Dirección de IFEMA MADRID reconoce como objetivo estratégico el desarrollo de relaciones laborales basadas en la igualdad de oportunidades, la no discriminación y el respeto por la diversidad, promoviendo un entorno favorable, facilitando medidas de conciliación de la vida personal y laboral, y procurando seguir las mejores prácticas.

En esta línea, IFEMA MADRID asume y promueve los siguientes compromisos corporativos:

- Garantizar la calidad del empleo manteniendo empleos estables y de calidad que garanticen una mejora continua de las aptitudes y competencias profesionales.
- Implantar medidas de conciliación. Ejemplo de ello es que IFEMA MADRID lleva certificada como Empresa Familiarmente Responsable (EFR) desde el año 2007.
- Desarrollar el principio de igualdad de oportunidades entre sus profesionales y, en particular, la igualdad de trato entre hombres y mujeres.
- Respeto por la diversidad, promoviendo la no discriminación por razón de raza, color, edad, sexo, estado civil, ideología, nacionalidad, religión y orientación sexual o cualquier otra condición personal, física o social de sus profesionales.
- Cumplimiento de la legalidad vigente.
- Mantenimiento de los compromisos con las instituciones externas con el fin de obtener y mantener las acreditaciones y distintivos en materia de conciliación e igualdad.

Eliminación del trabajo forzoso u obligatorio, abolición efectiva del trabajo infantil.

El artículo 105 del Convenio Colectivo de IFEMA MADRID, "Condena al trabajo forzoso e infantil", recoge la condena expresa de la Dirección de IFEMA MADRID y del Comité de Empresa de cualquier tipo de trabajo o servicio obtenido de cualquier persona bajo amenaza o castigo para el que dicha persona no se haya ofrecido voluntariamente, lo cual constituye un atentado contra los derechos humanos.

Asimismo, se condena cualquier forma de trabajo o servicio obtenido de cualquier persona que no tenga la edad mínima de trabajar. El empleo de este tipo de mano de obra constituye igualmente para IFEMA MADRID un atentado contra los derechos humanos y contra cualquier forma de ética.

05.

Corrupción y soborno.

05. Corrupción y soborno.

Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno.

IFEMA MADRID cuenta con un Sistema de Gestión de Cumplimiento Normativo desde el año 2017.

Su principal órgano de Gestión es el Comité de Cumplimiento Normativo, órgano colegiado de carácter interno y permanente cuya misión es la vigilancia del cumplimiento del Código Ético y de Conducta, promoviendo su conocimiento e interpretando sus normas, así como resolviendo las dudas o cuestiones que a este respecto se puedan plantear y que cuenta con el apoyo de un asesoramiento externo especializado en materia de *compliance*.

El Código Ético y de Conducta constituye, por tanto, la norma principal del Sistema de Gestión del Cumplimiento Normativo, al establecer las normas de conducta básicas que han de regir la actividad de los empleados y colaboradores de IFEMA MADRID y ayudar a consolidar una conducta de la Institución basada en el respeto, la honestidad, la integridad, la transparencia y la seguridad.

El Sistema de Gestión de Cumplimiento Normativo está integrado documentalmentemente, además de por el citado Código Ético y de Conducta, con los siguientes documentos:

- Manual de Cumplimiento Normativo.
- Reglamento del Comité de Cumplimiento Normativo.
- Política Anticorrupción.
- Política de Conflicto de Interés.
- Política de Obsequios y Regalos.
- Protocolo de Acoso.
- Política de *Compliance*.
- Política de Redes Sociales.
- Política de Clasificación de la Información.
- Procedimiento de Gestión del Canal Ético.
- Protocolo de actuación ante inspecciones.

Las medidas concretas para prevenir la corrupción y el soborno están recogidas en la Política Anticorrupción.

IFEMA MADRID cuenta con un Canal Ético gestionado por una empresa externa, independiente y especializada en la gestión de denuncias, a disposición de todos los trabajadores, proveedores y clientes que permite la realización de consultas y comunicaciones de sospechas o violaciones del Código de Conducta y del resto de normativa interna en materia de cumplimiento.

Por último, IFEMA MADRID ha desarrollado una metodología de gestión de riesgos consistente en un tratamiento uniforme de los diferentes tipos de riesgos a los que está expuesto, con el objetivo final de disponer de un sistema eficaz de Gestión de Riesgos que comprenderá las estrategias, los procesos y los procedimientos necesarios para identificar, medir, vigilar, gestionar y comunicar de forma periódica los riesgos a los que, a nivel individual y agregado, esté o pueda estar expuesta.

En este sentido, se cuenta en la Institución con procesos formalizados de identificación, documentación y valoración de riesgos y controles, estructurados en tres grandes fases:

- Fase I - Identificación y valoración de riesgos y controles.
- Fase II - Mantenimiento del Sistema.
- Fase III - Supervisión del Sistema.

Estas fases garantizan una adecuada gestión y mitigación del riesgo, ya que los riesgos y los controles son revisados, evaluados y supervisados de forma periódica.

Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.

IFEMA MADRID, yendo más allá de lo establecido de la Ley 11/2021, de 9 de julio, de medidas de prevención y lucha contra el fraude fiscal, tiene prohibido los cobros en efectivo por parte de las empresas expositoras participantes en los eventos.

Asimismo, colabora con las entidades financieras aportando la información que requieren las mismas cuando se reciben ingresos para la participación en ferias procedentes de países restringidos.

Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.

En el año 2022 se realizaron pagos al Teatro Real por importe de 67.000,00 euros, una aportación en especie a la entidad Médicos Sin Fronteras de 6.300,00 euros y una aportación a la Federación Internacional de Periodistas y Escritores de Turismo (FIJET) por importe de 4.785,00 euros.

En el año 2023 se han realizado pagos al Teatro Real por importe de 67.000,00 euros, una aportación a la entidad Cerepreven de 2.875,50 euros y otra aportación a la Federación Internacional de Periodistas y Escritores de Turismo (FIJET) por importe de 5.390,00 euros.

1. El artículo 31 quinquies del Código Penal desarrolla las entidades públicas exentas de responsabilidad, lo que complementado con la Circular 1/2016, de 22 de enero de 2016 de la Fiscalía General del Estado permite descartar la posibilidad de derivación de la responsabilidad penal a la persona jurídica de IFEMA MADRID, al haber quedado fuera del ámbito de esta regulación los consorcios públicos, tal y como expresamente establece la citada Circular.

2. El riesgo de cumplimiento es el riesgo de que una organización pueda sufrir sanciones, multas, pérdidas financieras o pérdida de su reputación como resultado de incumplimientos de las leyes, regulaciones, normas de autorregulación o códigos de conducta que se apliquen a su actividad.

06.

Cientes y sociedad.

6.1 Clientes_77

6.2 Subcontratación y proveedores_92

6.3 Sociedad_92

6.4 Información fiscal_110

06. Clientes y sociedad.

Desde su nacimiento hace más de 40 años, IFEMA MADRID ha sido consciente de su responsabilidad como dinamizador de la economía.

- En primer lugar, mediante un desarrollo económico sostenible comprometido con el crecimiento de su entorno, generando riqueza y potenciando el empleo en la Comunidad de Madrid.
- En segundo lugar, impulsando, desde cada una de las ferias, el desarrollo de los sectores representados.

En el primer caso, IFEMA MADRID se ha convertido en una de las principales fuentes de nuestro entorno en la generación de turismo de negocio. Nuestros certámenes suponen un impulso al transporte, al comercio local, la hostelería, el turismo, etc.

Por ello, siempre ha estado comprometida con el crecimiento de su actividad, diversificando sus productos e incorporando nuevos modelos como el sector de eventos de ocio y conciertos, que alcanzaron un protagonismo en 2023. Así, y avanzando sobre el importante desarrollo del ejercicio anterior, se han atraído espectáculos consolidados en otros escenarios y que han entrado en el calendario de IFEMA MADRID, manteniendo su personalidad, como el modelo STARLITE.

Además, este crecimiento siempre ha estado vinculado a la Comunidad de Madrid, comunicando nuestro entorno y trabajando en la captación de asistentes internacionales, incluso con acciones directas a través de los programas de compradores. También ha supuesto un importante impulso al turismo nacional, incorporando los nuevos eventos de ocio como polos de atracción a la visita a Madrid.

Paralelamente al impulso económico, IFEMA MADRID ha retomado su compromiso social y de sostenibilidad, algo inherente a nuestro ADN y que, por lo tanto, no solo no lo ha abandonado, ni siquiera en los peores momentos de la pandemia, sino que, de forma inmediata, ha continuado su desarrollo consciente de que iba a ser más necesario que nunca.

6.1 Clientes.

En cuanto al impulso sectorial, desde las ferias de IFEMA MADRID se trabaja con las asociaciones más representativas de cada sector y con los principales actores para que las ferias sean, además de oportunidades comerciales, plataformas de impulso a la innovación, fomento a la exportación y difusores de tendencias.

Para ello, cada certamen cuenta con un Comité Organizador donde están representados los principales agentes del sector y que garantiza la interlocución de éste con la organización de IFEMA MADRID.

Programas de compradores.

Entre las principales acciones, están los Programas de Compradores Internacionales, según los cuales el certamen destina parte de su presupuesto a captar e invitar a importadores de otros países prescritos por las asociaciones de exportadores nacionales, organismos de promoción económica en el exterior o los expositores.

Programas llevados a cabo.

Feria	2022		2023	
	Nacional	Internacional	Nacional	Internacional
FITUR		162		114
PROMOGIFT	109		45	
INTERGIFT - BISUTEX - MADRIDJOYA (ed. feb.)		215		245
MOMAD (ed. feb.)		8		20
ARCOmadrid		500		258
INTERSICOP		155		
MEAT ATTRACTION		65		87
ARCOlisboa		121		151
MOTORTEC	1.898			
ORGANIC FOOD IBERIA				88
ORGANIC FOOD IBERIA		8		
GLOBAL MOBILITY CALL		69		65
INTERGIFT - BISUTEX - MADRIDJOYA (ed. sep.)		243		222
MOMAD (ed. sep.)		8		24
GRAN CANARIA SWIM WEEK BY MODA CÁLIDA		28		31
FRUIT ATTRACTION		661		657
FUNDAE			65	
FIAA	29			
C&R				70
SMART DOORS		15		
EPOWER&BUILDING		492		
MADRID COMIC POP UP			13	
GAMERGY	55			
	2.091	2.750	123	2.032
TOTALES POR AÑO	4.841		2.155	

Acciones de promoción de la innovación y el emprendimiento.

Otra de las iniciativas de impulso económico son las acciones de promoción a la innovación o el emprendimiento.

Las acciones de las ferias propias se recogen en un repositorio dentro de la intranet y se desarrollan considerando las características singulares de cada sector.

En el ejercicio 2023 se llevaron a cabo:

- 135 acciones de impulso a la innovación.
- 53 acciones de apoyo al emprendimiento.
- 172 acciones con carácter social.
- 166 acciones con repercusión medioambiental.

Listado de acciones de Innovación por ferias propias.

N.º	Feria/ evento	Título de la acción de innovación	Descripción
1	ARCOmadrid	Exposición ART SITUACIONES	Exposición ART SITUACIONES: exposición de artistas jóvenes españoles y franceses. Apoyo con mejoras de precios. Apoyo a la visibilidad de los jóvenes artistas.
2	ARCOmadrid	Encuentros profesionales a puerta cerrada	Encuentros profesionales a puerta cerrada: para impulsar la investigación del arte contemporáneo.
3	ARCOmadrid	Producción de un nuevo proyecto artístico	Producción de un proyecto artístico: pregones de cantaores flamencos durante un minuto por megafonía de IFEMA MADRID.
4	ARCOmadrid	Concurso de catálogo ARCO	Concurso de catálogo a tres estudios de diseño. El ganador hizo el catálogo e incluye como novedad este año un añadido de escritores, justificando el porqué es necesario hacer un catálogo. El catálogo como estrategia creativa, convirtiéndolo en una pieza más en la lógica del arte contemporáneo de la feria. Este catálogo se vende y además tiene publicidad.
5	ARCOmadrid	Concurso de diseño uniformes ARCO	Los ganadores de la pasarela Allianz EGO de MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID hicieron los uniformes del staff de ARCOmadrid innovación a nivel sinergia y relación entre ferias).
6	ARCOmadrid	Sala de visitas guiadas PREMIUM	Nueva iniciativa para generar negocio: creación de una nueva sala para acoger visitas guiadas PREMIUM.
7	BISUTEX	LIVE Style y LIVE Connect	Plataforma digital LIVE Style y LIVE Connect.
8	BISUTEX	Foro Imagen	Foro Imagen: programa de jornadas, charlas y mesas redondas que se celebra en ese foro. Se tratan, entre otros, temas de innovación del sector.
9	FITUR	Premios Stand Sostenible	La feria realizó y difundió acciones directas que afectan a proveedores/ productores locales; por ejemplo, uno de los criterios de evaluación del Premio al Stand Sostenible se basa en el ODS número 10, donde se valora la contribución al empleo local. Se destacaron aquellos stands presentados que contrataron empresas locales para el montaje y el diseño.
10	FITUR	Foros FITURTechY	Con la innovación como hilo conductor, FITURTechY se centró en la tecnología en la industria turística, con cuatro foros: negocio, destino, sostenibilidad y futuro. Además, en el showroom "Hotel del futuro", los asistentes pudieron experimentar con el uso e implementación de las nuevas tecnologías en este entorno. En la edición de 2023 se expusieron las soluciones, iniciativas y herramientas más innovadoras y vanguardistas que ayudan al sector turístico. Una nueva edición en un momento de cambio global y social, bajo el lema "Viaje al Centro... del Turismo".

(Continúa)

N.º	Feria/ evento	Título de la acción de innovación	Descripción
11	FITUR	FITUR KNOW-HOW & EXPORT	FITUR KNOW-HOW EXPORT celebró su XI edición, donde se puso el foco en la digitalización, la sostenibilidad y los destinos turísticos inteligentes. El contenido de esta XI edición se centró en la digitalización, para lo que se dio visibilidad a las nuevas tecnologías clave para el presente y el futuro del turismo, la plataforma inteligente de destinos, el espacio de datos y diversas iniciativas vinculadas con el impulso de la transformación digital del sector turístico, así como a la evolución y casos de buenas prácticas de los destinos turísticos inteligentes.
12	FITUR	FITUR LIVE Connect	La plataforma online FITUR LIVE Connect acoge a la comunidad profesional del turismo y permite conectar, intercambiar información, identificar intereses, establecer reuniones y desplegar la oferta sectorial en productos, servicios y destinos de la cadena de valor en la industria turística y en línea.
13	FITUR	Charlas didácticas	FITUR incluyó en su plan de actividades y jornadas técnicas charlas didácticas, basadas en la sostenibilidad, accesibilidad e innovación.
14	GENERA	Galería de la innovación	Galería de la innovación: espacio físico donde se puede exponer nuevos productos que salen al mercado.
15	GENERA	Jornadas, foros y actividades	Jornadas, foros y actividades: están las jornadas institucionales sobre Eficiencia Energética y el Foro General Solar. Además, las empresas presentan sus innovaciones en estos foros y jornadas.
16	GENERA	LIVE Connect	LIVE Connect.
17	GENERA	Conferencia SPIREC	Conferencia SPIREC: relacionada con el cambio climático y, en concreto, con las energías renovables, organizada por Ren21, MITERD y GENERA. Muy representada por organismos oficiales a nivel internacional.
18	IBERZOO+PROPET	Galería de la innovación	Galería de la innovación.
19	IBERZOO+PROPET	LIVE Connect	LIVE Connect: con la herramienta propia de IFEMA MADRID.
20	IBERZOO+PROPET	Guía de novedades e innovación	Guía de novedades e innovación: en digital en LIVE Connect.
21	IBERZOO+PROPET	Aula veterinaria	Aula veterinaria (formación sobre nuevos productos farmacéuticos o de intervención veterinaria, etc.).
22	INTERGIFT	LIVE Style y LIVE Connect	Plataforma digital LIVE Style y LIVE Connect.
23	INTERGIFT	Speaker corner	Speaker corner (charlas enfocadas en la innovación).
24	INTERGIFT	Experiencia inmersiva	Experiencia inmersiva mediante la exposición novedosa y por primer año de la simulación del diseño de una casa en la feria, para darle relevancia al diseño, captando la atención de interioristas y decoradores y ofrecer un valor añadido a los visitantes profesionales de la feria. Novedosas corrientes de decoración en el hogar.
25	MADRIDJOYA	LIVE Style y LIVE Connect	Plataforma digital LIVE Style y LIVE Connect.
26	MADRIDJOYA	Foro Imagen	Foro Imagen: programa de jornadas, charlas, mesas redondas que se celebra en ese foro. Se tratan, entre otros, temas de innovación del sector.
27	MADRIDJOYA	Museo Efímero de MADRIDJOYA-espacio MADOC	Por primer año se ha realizado el Museo Efímero de MADRIDJOYA-espacio MADOC: Muestra n.º 7 de espacio contemporáneo.
28	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Transmisión de desfiles en streaming	Se transmiten los desfiles en streaming: YouTube, web de la feria.

(Continúa)

Listado de acciones de Innovación por feria propia (continuación).

N.º	Feria/ evento	Título de la acción de innovación	Descripción
29	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Drinks and talks	Drinks and talks: charlas profesionales de la industria. Interview, entrevistas de 15 minutos. Se cuenta sobre nuevas ideas: sostenibilidad en cuanto a segunda vida, circularidad, tendencias y nuevos estilos artísticos.
30	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar la comunicación a través de las redes sociales	Impulsar la comunicación a través de las redes sociales, invitando a influencers de prestigio, como acción de innovación con respecto a la edición anterior, para integrar la feria en esas redes de comunicación.
31	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulso a la internacionalización de la feria	Impulso a la internacionalización de la feria, de manera que se traigan diseñadores internacionales para conseguir más presencia en el plano internacional de la moda.
32	MEAT ATTRACTION	Innovation Hub	Innovation Hub: espacio gratuito con la imagen de los productos innovadores que se habían presentado y el n.º de stand donde están ubicados.
33	MEAT ATTRACTION	Foro MEAT ATTRACTION	Foro MEAT ATTRACTION: charlas donde se tratan, entre otros, temas de innovación.
34	MEAT ATTRACTION	Factoría CHEF	Factoría CHEF: zonas gratuitas para realización de demostraciones o exhibiciones. Presencia del campeón del mundo en cortes de carnicería francés, haciendo pastelería cárnica. Showcooking (cocina innovadora).
35	MEAT ATTRACTION	Espacio Butcher's Shop	Espacio Butcher's Shop: zona gratuita para el detallista del sector: el premio a la mejor hamburguesa.
36	MEAT ATTRACTION	LIVE Connect	MEAT ATTRACTION LIVE Connect.
37	MEAT ATTRACTION	Espacio Butcher's Shop	Espacio Butcher's Shop: carnicería del futuro. Espacio de instalaciones de carnicería modernas y de última generación. Presencia del campeón del mundo en cortes de carnicería francés y showcooking (cocina innovadora).
38	MOMAD	Foro Imagen	Foro Imagen: programa de jornadas, charlas, mesas redondas que se celebra en ese foro. Se tratan, entre otros, temas de innovación del sector y se da visibilidad a colectivos con capacidades especiales (diseñadores).
39	MOMAD	LIVE Connect	MOMAD LIVE Connect.
40	MOMAD	Zona Sustainable Experience	Zona Sustainable Experience, comprobada por la dirección del certamen, donde los expositores pasan controles y, si los cumplen, exponen en esa zona. No solo son expositores de productos, sino de tecnología.
41	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	LIVE Connect	LIVE Connect: se describen en la plataforma las novedades.
42	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Foros (AULA FORUM)	Foros (AULA FORUM) en cada una de las zonas de las ferias (al menos un foro en cada feria): se presentan las novedades.
43	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Speaker corner	Speaker corner en EXPOEARNING: se presentan novedades.
44	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Foros de debate de Congreso Red-INTERDIDAC y Salón de Postgrado y Formación Continua	Foros de debate de Congreso Red-INTERDIDAC y Salón de Postgrado y Formación Continua: actividades en torno a recursos educativos y profesorado. El futuro de las escuelas, etc.
45	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Talleres de edificación y otras profesiones enfocadas a la formación profesional	AULA: talleres de edificación y otras profesiones enfocadas a la formación profesional (nueva actividad): empresas de construcción, motor y otras presentan las profesiones relacionadas con su sector. Han presentado nuevos materiales (más sostenibles e innovadores) y pretenden impulsar y asegurar el relevo generacional.
46	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	AVATAR CORNER	AVATAR CORNER: colaboración con la escuela TECNOCREATIVA; generan un avatar gratis para el visitante y que pueden utilizar en el metaverso (precio del avatar valorado en aproximadamente 4.000 €).

(Continúa)

N.º	Feria/ evento	Título de la acción de innovación	Descripción
47	ANTIK PASSION Almoneda	Herramienta Almoneda 365	Se utiliza la herramienta Almoneda 365 para digitalizar la feria y promocionarla.
48	ANTIK PASSION Almoneda	Catálogo digital	Se digitaliza el catálogo de expositores, en forma de ficha en la web de la feria.
49	ANTIK PASSION Almoneda	Cápsula del tiempo	Se crea un espacio nuevo como experiencia dinamizadora de la feria, para generar una vivencia lúdico-cultural de la visita.
50	EXPOFRANQUICIA	Foro Pasarela de la Franquicia	Se organiza el foro para enseñar las claves del éxito en el sector, vender su modelo de negocio, novedades, etc.
51	EXPOFRANQUICIA	Foro Escuela de la Franquicia	Se organiza el foro para enseñar a los visitantes cómo es el modelo de la franquicia; se tratan novedades y temas de internacionales.
52	EXPOFRANQUICIA	LIVE Connect	LIVE Connect; este año se ha creado la comunidad de la franquicia. Todas las semanas se cuelgan artículos y materiales gráficos.
53	EXPOFRANQUICIA	Perfume del Emprendedor	Se crea el Perfume del Emprendedor: se seleccionó una lista de adjetivos y una empresa mezcló esos adjetivos en esencias asociadas. Salió un perfume cítrico. Se pusieron unos ambientadores en la entrada del pabellón con ese perfume (el Perfume del Emprendedor).
54	EXPOFRANQUICIA	Reuniones preferia con el sector	Se organizan, por primera vez, reuniones preferia para dinamizar el sector y mejorar su participación en la feria: 2º foro de "La Franquicia mirando al futuro": acción preferia. Desde el punto de vista del franquiciado, contando sus experiencias. Sesión de marketing ferial (preferia). Tips para que sepan qué trabajar antes de la feria. Reunión preferia con los expositores 20 días antes de la feria, para facilitarles su participación.
55	EXPOFRANQUICIA	Asociación de Franquiciadores e IFEMA MADRID	Se han creado como novedad dos zonas internacionales en la feria (Argentina y México) con siete y 10 marcas, respectivamente, para impulsar la internacionalización de la feria.
56	100X100 MASCOTA	Nueva zona de entretenimiento en la feria	Se han traído loros y tortugas para su exposición en una carpa (el visitante entraba e interactuaba con ellos). Incluye guía explicativa.
57	100X100 MASCOTA	Burros en exposición	Nueva zona de entretenimiento: zona de burros para exposición.
58	ORGANIC FOOD IBERIA	Productos online	Zona de novedades de productos online: página web y redes sociales.
59	ORGANIC FOOD IBERIA	Innovation Zone en la feria	Innovation Zone en la feria: productos que se exponen, se votan y ganan premios, con un jurado y un público que votan.
60	ORGANIC FOOD IBERIA	Jornadas técnicas	Jornadas técnicas para ambas ferias: difusión de temas de innovación del sector.
61	ORGANIC FOOD IBERIA	I Premio a la Mejor campaña de marketing para la promoción de productos ecológicos	I Premio a la Mejor campaña de marketing para la promoción de productos ecológicos: se premian acciones innovadoras en las campañas para impulsar el consumo de comida ecológica. Ganador: Generalitat Valenciana.
62	ORGANIC FOOD IBERIA	I Premio Mejor iniciativa para mejorar la experiencia de compra y mejor tienda BIO especializada	I Premio Mejor iniciativa para mejorar la experiencia de compra y mejor tienda BIO especializada: para retail de venta de productos ecológicos; se ha valorado la experiencia de cliente, la comunicación y la oferta de productos.
63	ORGANIC FOOD IBERIA	I Premio Top de los 50 líderes del sector BIO	I Premio Top de los 50 líderes del sector BIO: influencers en este sector (directivos, etc.). Ganador: directivo de la empresa BIOCOP.

(Continúa)

Listado de acciones de Innovación por feria propia (continuación).

N.º	Feria/ evento	Título de la acción de innovación	Descripción
64	SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN	Plataforma LIVE Connect	Se utiliza por primera vez en la feria la herramienta LIVE Connect, para el público (unido a la compra de entrada).
65	SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN	Concurso de Tuning	Se organiza por primera vez un concurso de <i>Tuning (modified contest)</i> : se premian los coches mejor tuneados.
66	SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN	I Exposición de coches antiguos de Jaguar	I Exposición de coches antiguos de Jaguar: colección privada de uno de los concesionarios más antiguos de Europa.
67	SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN	Impulso a la venta online de entradas	Se impulsa la venta <i>online</i> de entradas en exposición, ofreciendo descuentos con respecto a taquilla (venta presencial) y promociones.
68	SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN	Introducción nuevos sectores en la feria	Introducción de nuevos sectores en la feria: nueva zona expositiva de motos, <i>carsharing</i> y desguace (para reutilización de piezas de automóviles).
69	SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN	Redes sociales	Redes sociales: se ha ampliado al canal Tik-Tok.
70	MOMAD	Foro Imagen	Programa de jornadas, charlas y mesas redondas que se celebra en ese foro. Se tratan, entre otros, temas de innovación del sector y se da visibilidad a colectivos con capacidades especiales (diseñadores).
71	MOMAD	MOMAD LIVE Connect	Se utiliza la Plataforma LIVE Connect.
72	MOMAD	Zona Sustainable Experience	Comprobada por la Dirección del certamen, donde los expositores pasan controles y, si los cumplen, exponen en esa zona. No solo son expositores de productos, sino de tecnología.
73	MOMAD	Acto de reconocimiento al comercio de Madrid	Se ha trabajado con las asociaciones de comerciantes de cada sector, para reconocer la labor de los comerciantes de los sectores de las cuatro ferias. Se ha hecho una selección de los comercios (todos han recibido un diploma y a tres de cada uno de los sectores y a uno de BISUTEX se les ha concedido con un trofeo). Dar visibilidad al comercio y dinamizar su actividad.
74	MOMAD	KM0 y ETMAD	Organizado por ASECOM y FEDECOM, donde los expositores son los talleres (el expositor de MOMAD es su visitante). ETMAD (asociaciones agentes madrileños de tejidos). Dos organizadores para el mismo evento.
75	MOMAD	VIA TEXTIL	Se cede un espacio por intercambio de acciones a Aceleradora Gallega, que hace de mentora a empresas jóvenes.
76	MOMAD	Artesanía Colombia	Se ofrece un espacio gratuito (espacio, foro, pasarela, visibilidad, etc.) de Artesanías de Colombia: artesanos de comunidades diferentes de Colombia, muchos de ellos están aprovechando la artesanía para reinsertarse en la sociedad.
77	MOMAD	Fashion Inspiration Day	Jornada de formación enfocada a los comercios. Contenidos fácilmente aplicables para mejorar el día a día de los negocios: comunicación en redes de proximidad, escaparatismo, etc.
78	MADRIDJOYA	Plataforma LIVE Connect	Plataforma digital LIVE Style y LIVE Connect.
79	MADRIDJOYA	Foro Imagen	Foro Imagen: programa de jornadas, charlas y mesas redondas que se celebra en ese foro. Se tratan, entre otros, temas de innovación del sector.
80	MADRIDJOYA	Museo Efímero de MADRIDJOYA-espacio MADOC	Se realiza, por primera vez, el Museo Efímero de MADRIDJOYA-espacio MADOC: Muestra n.º 7 de espacio contemporáneo.
81	MADRIDJOYA	Acto de reconocimiento al comercio de Madrid	Acto de reconocimiento al comercio de Madrid. Hemos trabajado con las asociaciones de comerciantes de cada sector, para reconocer la labor de los comerciantes de los sectores de las cuatro ferias. Se ha hecho una selección de los comercios (todos han recibido un diploma y a tres de cada uno de los sectores y a uno de BISUTEX se les ha concedido con un trofeo). Dar visibilidad al comercio y dinamizar su actividad.

(Continúa)

N.º	Feria/ evento	Título de la acción de innovación	Descripción
82	MADRIDJOYA	Espacio Arte y Talento	Espacio Arte y Talento: en la Sala Goya. Para unificar la presencia de todas las joyerías de España, para intentar tratar el tema del emprendimiento y relevo generacional. Ha habido una convocatoria con tres números uno de la joyería para inspirar a jóvenes talentos.
83	MADRIDJOYA	Foro FITUR Joya	Se organiza por primera vez un foro formativo para tratar temas de innovación del sector de la joyería.
84	MADRIDJOYA	Fashion Inspiration Day	Fashion Inspiration Day: jornada de formación enfocada a los comercios. Contenidos fácilmente aplicables para mejorar el día a día de los negocios: comunicación en redes de proximidad, escaparatismo, etc.
85	INTERGIFT	Fashion Inspiration Day	Fashion Inspiration Day: jornada de formación enfocada a los comercios. Contenidos fácilmente aplicables para mejorar el día a día de los negocios: comunicación en redes de proximidad, escaparatismo, etc.
86	INTERGIFT	Artesanía Colombia	Se ofrecen condiciones especiales de participación a y visibilidad en soportes físicos y en espacios comunes a artesanos de comunidades diferentes de Colombia, muchos de ellos están aprovechando la artesanía para reinsertarse en la sociedad.
87	INTERGIFT	Premios regalo del año	Premios regalo del año (7.ª edición), en ocho categorías. Se premia cada uno de mejores productos de cada categoría, uno de ellos es al más sostenible y otro al más innovador.
88	INTERGIFT	Cesión de espacio a CG Agencia	Se cede un espacio al <i>stand</i> CG AGENCIA: espacio para la sensibilización ambiental del sector.
89	BISUTEX	LIVE Style y LIVE Connect	Uso de herramientas de las plataformas digitales LIVE Style y LIVE Connect.
90	BISUTEX	Foro Imagen	Se organiza un programa de jornadas, charlas y mesas redondas que se celebra en ese foro. Se tratan, entre otros, temas de innovación del sector.
91	BISUTEX	Acto de reconocimiento al comercio de Madrid	Acto organizado para reconocer la labor de los comerciantes de los sectores de las cuatro ferias. Se ha hecho una selección de los comercios (todos han recibido un diploma y a tres de cada uno de los sectores y a uno de BISUTEX se les ha concedido con un trofeo). Dar visibilidad al comercio y dinamizar su actividad.
92	BISUTEX	Fashion Inspiration Day	Jornada en la que se imparten charlas de formación enfocada a los comercios. Contenidos fácilmente aplicables para mejorar el día a día de los negocios: comunicación en redes de proximidad, escaparatismo, etc.
93	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Desfiles en streaming	Se transmiten los desfiles en <i>streaming</i> : YouTube y web de la feria, para acercarlos al público.
94	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	The Fashion Globe	Se realizan charlas profesionales de varios sectores (cultura, arte, música, etc.).
95	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Estrategias de comunicación con influencers	Impulsar la comunicación a través de las redes sociales, invitando a <i>influencers</i> de prestigio, nacionales e internacionales, para integrar la feria en esas redes de comunicación.
96	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Polimoda Fashion School	Polimoda Fashion School. <i>Stand</i> de la escuela de moda de Florencia. Ofrecen charlas/cursos sobre moda, dando ejemplos de campañas de comunicación y marketing, comparando diferentes culturas.
97	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Fiesta de inauguración	Fiesta inauguración de la pasarela en el Four Seasons Hotel Madrid (prensa, diseñadores, <i>celebrities</i> , patrocinadores, autoridades, modelos, etc.).
98	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Venta de entradas al público	Por primera vez, se han puesto a la venta entradas al público para acercar la moda a la sociedad se (incluía: invitación a la fiesta, <i>back stage</i> , comida, fotógrafo oficial, <i>transfer</i> gratuito, entrada al <i>kissing</i> , foto con diseñadores, etc.).

(Continúa)

Listado de acciones de Innovación por feria propia (continuación).

N.º	Feria/ evento	Título de la acción de innovación	Descripción
99	LIBER	LIVE Connect	LIVE Connect (feria híbrida): la participación presencial incluía la participación digital.
100	LIBER	Programa de jornadas técnicas	Programa de jornadas técnicas: jornadas de inteligencia artificial, etc.
101	LIBER	Cesión de stand a Red.es	Cesión de stand a Red.es: para impulsar la digitalización en el sector.
102	LIBER	Premio para elegir la imagen de la feria	Premio para elegir la imagen de la feria. Al ganador se le da visibilidad, promoción y un premio económico.
103	FRUIT ATTRACTION	Innovation Hub	Innovation Hub. Exposición y premios: mejor producto del año, mejor producto auxiliar y de sostenibilidad (Fresh Product Award, FV Industry Award and Sustainability and Commitment Actions Award).
104	FRUIT ATTRACTION	LIVE Connect	LIVE Connect: jornadas digitales. Este año, como novedad, además en <i>streaming</i> y jornadas en diferido.
105	FRUIT ATTRACTION	Colaboración de IFEMA MADRID LAB en la feria	IFEMA MADRID LAB ha colaborado con la feria: grabación de actividades y subida a LIVE Connect, vídeos, stand en la feria, juego interactivo con gafas 3D, actividades de realidad aumentada, etc.
106	FRUIT ATTRACTION	OLYUSEI	OLYUSEI: contrato con la empresa que posibilita la descarga de su app para poder escuchar la conferencia, que posibilita la traducción simultánea y la megafonía sorda.
107	FRUIT ATTRACTION	Jornadas para fomentar las innovaciones del sector	Jornadas para fomentar las innovaciones del sector (Biofruit Congress, sobre oferta sostenible, Biotech Attraction, biotecnología e innovación para la agricultura del futuro, 7.º Grape Attraction, sobre sostenibilidad en la uva) y Lettuce Attraction (sobre los beneficios nutricionales y ambientales de la lechuga), etc.
108	ESTAMPA	Catálogo digital	Catálogo exclusivamente digital, se accede a través de la web de ESTAMPA.
109	ESTAMPA	Charlas sobre el coleccionismo de las nuevas generaciones	Charlas en torno al coleccionismo y las nuevas generaciones.
110	GLOBAL MOBILITY CALL	Ponencias sobre movilidad sostenible	Seis foros y un auditorio con ponencias sobre la movilidad sostenible, el transporte de personas y de mercancías (evolución e innovación). Uno de los foros era específico de innovación.
111	GLOBAL MOBILITY CALL	Premios La Rozas Innova	Premios Las Rozas Innova, llamados Reto Última Milla. El Ayuntamiento de Las Rozas entrega el premio dentro de la feria, y hemos colaborado en la participación. Objeto: a la startup que presenta el proyecto más interesante como solución al problema de la distribución de mercancías desde el almacén hasta el consumidor final.
112	GLOBAL MOBILITY CALL	Premio Global a la personalidad internacional de la movilidad sostenible	Premio Global a la personalidad internacional de la movilidad sostenible. Es un reconocimiento a una persona que impulsa/ha impulsado la movilidad sostenible en el mundo.
113	GLOBAL MOBILITY CALL	Premio a la innovación	Premio a la innovación: a la empresa que presenta el producto/servicio con mayor valor añadido en el ámbito de la movilidad sostenible.
114	GLOBAL MOBILITY CALL	Jornadas entre startups	Jornadas entre startups dedicadas a la movilidad sostenible e inversores: Investors Day.
115	GLOBAL MOBILITY CALL	Demostración de autobuses autónomos	Demostración exterior de dos autobuses urbanos autónomos.

(Continúa)

N.º	Feria/ evento	Título de la acción de innovación	Descripción
116	GLOBAL MOBILITY CALL	Retransmisión vía <i>streaming</i>	Retransmisión del congreso vía <i>streaming</i> a través de YouTube y a través de LIVE Connect.
117	1001 BODAS	Nueva zona de actividades	Nueva zona de actividades (carpa) para dar cabida a grupos musicales, talleres y clases de baile para ayudar a los novios. Se presentan las últimas novedades del sector.
118	C&R	Galería de la innovación	Galería de la innovación: señalización de stands con productos seleccionados. Estos productos innovadores están expuestos dentro de esos stands. A estos productos se les da visibilidad. Esos productos que forman parte de la galería los selecciona un jurado, que está formado por técnicos perteneciente a las asociaciones que forman parte del Comité Organizador de la feria.
119	C&R	Feria híbrida	Feria híbrida: LIVE Connect. Este año, como novedad, se creó un grupo específico para estudiantes, para que las empresas pudieran contactar con ellos.
120	C&R	Jornada de arquitectos	Jornada de arquitectos (mesa redonda) con temática de rehabilitación energética, con la colaboración del Consejo Superior de Colegios de Arquitectos de España (CSCAE).
121	C&R	Foro C&R	Foro C&R: programa de jornadas con temática de innovación, nuevas normativas, etc.
122	C&R	Programa de viernes joven	Programa de viernes joven: zona de <i>networking</i> (viernes joven) para poner en contacto a escuelas de formación y potenciales alumnos de esta rama e itinerario para poner en contacto a empresas y estudiantes.
123	C&R	Retransmisión en <i>streaming</i>	Retransmisión en <i>streaming</i> de las jornadas con megafonía sorda.
124	SALÓN LOOK	Galería de la innovación	ANEPE: galería de la innovación presencial. Productos innovadores expuestos en una zona para darles difusión.
125	SALÓN LOOK	Comunidad digital SALÓN LOOK	Comunidad SALÓN LOOK. Objetivo: aglutinar a todas las ferias de LIVE Style generando contenidos transversales durante todo el año (generar debates, comunicación, etc.).
126	SALÓN LOOK	Congreso de estética	Congreso de estética. Ponente: doctor que vino a explicar un nuevo descubrimiento en estética.
127	SALÓN LOOK	Congreso de <i>business meeting</i>	Congreso de <i>business meeting</i> enfocado a empresarios de belleza. Ponencia sobre digitalización en los salones (aplicar tecnología de la gestión del salón).
128	SALÓN LOOK	Speaker corner	Speaker corner o Hair Look Focus: entrega de diplomas de MBA enfocado a la belleza en IFEMA MADRID. En ese foro hubo ponencias de los alumnos más destacados del MBA.
129	SALÓN LOOK	Estrellas a empresarios destacados del sector	Entrega de estrellas a empresarios destacados (distintivos que premian de calidad de los salones de belleza, Q Hair).
130	SALÓN LOOK	Campeonato internacional de uñas	Campeonato internacional de uñas (olimpiadas internacionales de uñas, que en España tienen lugar en IFEMA MADRID): tiene un jurado internacional con compromiso de honor para hacer la evaluación de esos trabajos. Se entregan premios.
131	FERIARTE	Comunidad en LIVE Connect	Se ha abierto la comunidad de arte en LIVE Connect.
132	FERIARTE	Invitación a museos de la ciudad	Por primera vez FERIARTE ha invitado a museos de la ciudad para dar charlas sobre la temática de la feria, dentro del Foro FERIARTE.
133	SIMO EDUCACIÓN	Innova	Expositores envían productos innovadores. Se seleccionan y se identifican. Se somete a un jurado de innovación.
134	SIMO EDUCACIÓN	Zona foros	Se ha puesto a disposición de otras empresas esta zona para aprovecharla para otras actividades.
135	SIMO EDUCACIÓN	Agenda de eventos	Charlas de inteligencia artificial (novedad con respecto a la edición anterior).

Listado de acciones de emprendimiento por ferias propias.

N.º	Feria/ evento	Título de la acción de innovación	Descripción
1	ARCOmadrid	Galerías OPENING	Galerías jóvenes (OPENING): galerías de menos de 7 años.
2	ARCOmadrid	Premio OPENING	Premio OPENING: devolución del coste del stand a la galería joven.
3	ARCOmadrid	Decoración de salas privadas ARCO	Empresas jóvenes de diseño y decoración para que decoren salas privadas de ARCO, para darles visibilidad.
4	ARCOmadrid	Cesión de espacio a EXHIBIFY	Cesión de espacio a EXHIBIFY: startup tecnológica que desarrolla todo nuestro sistema digital.
5	BISUTEX	Stand minnies	Stand minnies: para nuevos emprendedores. Es más económico participar. Se ha incrementado la participación con respecto a la edición anterior.
6	BISUTEX	Asociación de Mujeres Brillantes	Asociación de Mujeres Brillantes: se les da un stand para que expongan sus productos (para fomentar la igualdad y el emprendimiento de la mujer).
7	FITUR	Espacios y acciones singulares para empresas jóvenes	La feria contó con espacios o acciones singulares para la exposición de empresas jóvenes y de reciente creación: en el espacio de SEGITTUR, en el marco de FITUR KNOW-HOW & EXPORT, se transmitió el know-how de las pymes españolas, con áreas de networking, asesoría para startups y un laboratorio de proyectos -SEGITTURLAB- al servicio de la internacionalización y el conocimiento.
8	GENERA	Zona startups	Zona startups: zona más económica.
9	IBERZOO+PROPET	Área Impulso	Área Impulso: zona donde exponen las startups: espacios de 6 m². Mucho más económico y con formato más sencillo.
10	IBERZOO+PROPET	Premio Impulso	Premio Impulso: al producto más innovador presentado por una startup. Premio: participación gratuita en la siguiente edición con 16 m².
11	MADRIDJOYA	Stand mini	Stand mini: para nuevos emprendedores. Es más económico participar.
12	MADRIDJOYA	Asociación de Mujeres Brillantes	Asociación de Mujeres Brillantes: para dar visibilidad a las mujeres profesionales (impulsar la igualdad). Espacio gratuito. Para impulsar el emprendimiento femenino.
13	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Showroom EGO	Showroom EGO: espacio con stands donde los diseñadores jóvenes tienen venta directa al público.
14	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Cesión gratuita de espacio a jóvenes diseñadores	Cesión gratuita de espacio a jóvenes diseñadores.
15	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Desfiles EGO	Desfiles EGO: desfiles gratuitos de diseñadores emergentes.
16	MEAT ATTRACTION	Promoción de empresas pequeñas	La asociación principal del sector, ANICE, con la que trabaja MEAT, promueve la feria y ayuda a las empresas más pequeñas con unos espacios más pequeños y les ayuda económicamente.
17	MEAT ATTRACTION	Concursos jóvenes carniceros	Concursos jóvenes carniceros en espacio Espacio Butcher's Shop: organizada por IFEMA MADRID (cesión de espacio) y CARNIMAD. Todos los carniceros de España jóvenes se podían presentar.
18	MOMAD	Programa EGO	Programa EGO: para marcas/nuevos diseñadores/nuevos emprendedores que lleven en el mercado máximo tres ediciones. Es más económico participar.
19	MOMAD	Notas de prensa de las marcas del programa EGO	Se hacen notas de prensa de las marcas del programa EGO, para impulsar su visibilidad.
20	MOMAD	Concurso MOMAD Talents by ISEM	Concurso MOMAD Talents by ISEM (se plantea tres meses antes de la celebración): convocamos en redes sociales un concurso para nuevos diseñadores. Se presenta la colección y hay un Comité de Valoración (original, sostenible, comercial, etc.). Los dos ganadores consiguen stand gratuito en la edición.

(Continúa)

N.º	Feria/ evento	Título de la acción de innovación	Descripción
21	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Formato de contratación para startups EXPOEARNING	Formato de contratación para startups EXPOEARNING: stands de 6 m² más económico.
22	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Salón de Postgrado y Formación Continua. Congreso Red	Puntos informativos de 4 m² en el Salón de Postgrado y Formación Continua y Congreso Red. Más económicos.
23	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Asociación de talleres (CETRAA)	AULA: Asociación de talleres (CETRAA), se le ha facilitado un stand más pequeño, de 6 m².
24	EXPOFRANQUICIA	Área startup	Zona con stands para empresas que están empezando a franquiciar (hay normas para estar en esa zona).
25	EXPOFRANQUICIA	Bussines room	Jornada entre inversores o emprendedores y franquicias.
26	EXPOFRANQUICIA	Acuerdo CEAJE	Asociación de jóvenes empresarios. Intercambio: promoción de la feria en esa asociación; tuvieron su ministand gratuito para ayudar a los jóvenes empresarios a emprender en franquicia.
27	EXPOFRANQUICIA	Cámara de Comercio de Madrid-Aval Madrid-Ayuntamiento de Madrid	Promocionaron la feria en los viveros de emprendedores/área de emprendimiento y nosotros les damos un espacio para ayudar a potenciales emprendedores y asesorarles.
28	EXPOFRANQUICIA	Acción de intercambio con revistas Emprendedores y El Economista	Acción de intercambio con revistas Emprendedores y El Economista y con portales Franchizone y Sivarious: ellos nos han promocionado y han divulgado en sus medios.
29	EXPOFRANQUICIA	Asociación REM	20 empresarios no habituales del sector que fueron invitados a la feria para conocer e invertir.
30	ORGANIC FOOD IBERIA	Modelo de participación startup	Modelo de participación startup: precio más económico.
31	ORGANIC FOOD IBERIA	Jornadas técnicas para ambas ferias	Jornadas técnicas para ambas ferias: dar a conocer nuevas empresas donde asisten grandes empresas, para darles a conocer.
32	MOMAD	Programa EGO	Programa EGO: para marcas/nuevos diseñadores/nuevos emprendedores que lleven en el mercado máximo tres ediciones. Es más económico participar.
33	MOMAD	Notas de prensa EGO	Se hacen notas de prensa de las marcas del programa EGO, para impulsar su visibilidad.
34	MOMAD	Concurso Momad Talents by ISEM	Tres meses antes de la celebración, IFEMA MADRID convoca en redes sociales un concurso para nuevos diseñadores. Se presenta la colección, y hay un Comité de Valoración (original, sostenible, comercial, etc.). Los dos ganadores consiguen stand gratuito en la edición.
35	MOMAD	Asociación Internacional de Asesores de Imagen	Cesión de espacio por intercambio para que formen y asesoren a las tiendas a fidelizar a sus clientes.
36	MADRIDJOYA	Stand mini	Stand mini: para nuevos emprendedores. Es más económico participar.
37	MADRIDJOYA	Asociación de Mujeres Brillantes	Asociación de Mujeres Brillantes: para dar visibilidad a las mujeres profesionales (impulsar la igualdad). Espacio gratuito. Para impulsar el emprendimiento femenino.

(Continúa)

Listado de acciones de Emprendimiento por feria propia (continuación).

N.º	Feria/ evento	Título de la acción de innovación	Descripción
38	INTERGIFT	Artesanías de Colombia	Se ofrece un espacio gratuito (espacio, foro, pasarela, visibilidad, etc.), de Artesanías de Colombia: artesanos de comunidades diferentes de Colombia, muchos de ellos están aprovechando la artesanía para reinserirse en la sociedad.
39	BISUTEX	Stand minnies	Stand minnies: para nuevos emprendedores. Es más económico participar. Se ha incrementado la participación con respecto a la edición anterior.
40	BISUTEX	Asociación de Mujeres Brillantes	Asociación de Mujeres Brillantes: se les da un stand para que expongan sus productos (para fomentar la igualdad y el emprendimiento de la mujer).
41	BISUTEX	Premio Yo Soy Bisutex	Se realiza un concurso a través de redes sociales para las empresas que quieran participar y que sean recientes. Premio: stand mini de regalo. Ganó la empresa SEMBRA BIOJOYAS (producto: collares hechos con semillas; hecho a mano).
42	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Showroom EGO	Se organiza un espacio con stands donde los diseñadores jóvenes tienen venta directa al público.
43	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Cesión de espacio a jóvenes diseñadores	Se cede espacio a jóvenes diseñadores y marcas emergentes.
44	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Desfiles EGO	Se organizan desfiles de diseñadores emergentes para darles visibilidad.
45	LIBER	Zona MicroLiber	Se establece una zona para empresas de menos de tres años en el mercado o que han publicado menos de 10 libros, con condiciones económicas especiales.
46	FRUIT ATTRACTION	Áreas de Biotech Attraction, Smart Agro y Ecorganic	Se establece una zona para empresas muy pequeñas y de nueva creación. Espacio más pequeño que el mínimo obligatorio que contratar en condiciones normales.
47	ESTAMPA	Sala DUO y DUO Project	Se establece una zona para galerías nuevas con menos presupuesto.
48	GLOBAL MOBILITY CALL	Zona startups	Se ofrece un precio mucho más económico para dar la oportunidad a estos emprendimientos de participar en la feria.
49	GLOBAL MOBILITY CALL	Acuerdo con EDIH	Se lleva a cabo un acuerdo con EDIH, especializado en movilidad sostenible con el objetivo de fomentar la participación de startups en el evento, para abrirles el mercado y darles a conocer. Han colaborado en las jornadas. Además, el EDIH (programa de la Unión Europea gestionado por la Comunidad de Madrid) ha subvencionado su participación.
50	SALÓN LOOK	Cesión de espacio	Cesión gratuita de espacio al expositor ARTERO para la celebración de los premios Supernova (espacio extra para escenario); concurso para jóvenes profesionales que empezaban en el sector; nuevas promesas, para impulsarles y promocionarles.
51	FERIARTE	Visibilidad al galerista joven	Difusión y comunicación especial para el galerista más joven de España, que ha participado por primera vez en FERIARTE.
52	SIMO EDUCACIÓN	Zona Show Up	Zonas para empresas startup.
53	SIMO EDUCACIÓN	Zona Impulso	Profesionales con ideas relacionados con el sector de la tecnología educativa. Ofrecen la idea a IFEMA MADRID y a través de un jurado se decide el proyecto(s) seleccionado(s) y en celebración se presentan. Si ganan, entran en una aceleradora con 50 inversores que escuchan su idea (SEKLAB), y premio MADRID+D: capta la idea y les ayuda a ponerla en marcha y, además, tendrán un stand gratuito, uno de ellos a la zona Show Up.

Sugerencias, quejas y reclamaciones (en adelante, SQR).

La gestión de sugerencias, quejas y reclamaciones es una parte esencial en la relación con las partes interesadas.

En IFEMA MADRID la gestión se lleva a cabo según el proceso **SIG-PR-44 Gestión de sugerencias, quejas y reclamaciones de partes interesadas.**

Seguimiento de sugerencias, quejas y reclamaciones (SQR).

	2022	2023	2023/2022
N.º de SQR total IFEMA MADRID	1.116	588	-47,31%
N.º de sugerencias	5	17	240%
N.º de quejas y reclamaciones	1.111	571	-41,4%
N.º de quejas	845	242	-71,36%
N.º de reclamaciones	266	329	23,68%
N.º promedio de días de contestación de sugerencias y quejas	4,23	2,47	-41,6%
N.º promedio de días de contestación de reclamaciones	14,4	17,15	21,52%

En 2023, se ha reducido el número de SQR con respecto al año anterior. A diferencia de 2022, no ha habido incidencias de volumen en eventos de público, como en el JAPAN WEEKEND MADRID.

Por otro lado:

- Han aumentado las quejas y reclamaciones de vecinos relacionadas con el ruido de eventos musicales externos celebrados en IFEMA MADRID.
- Se han clasificado como reclamaciones todas las comunicaciones relacionadas con la accesibilidad, por la relevancia de la materia en la estrategia de IFEMA MADRID.
- Continúan, al igual que en 2022, las comunicaciones relacionadas con el funcionamiento con las máquinas de aparcamiento y el acceso al recinto en periodos de mucha actividad.
- A diferencia del año anterior, las reclamaciones relacionadas con servicios feriales se enfocan principalmente en el estado de los materiales y del mobiliario contratado y en ocasiones con los plazos de entrega de los servicios, como es el caso de FRUIT ATTRACTION.

Dado que se ha incluido un nuevo indicador para medir el número de reclamaciones contestadas fuera de plazo legal, se han detectado 68 reclamaciones de esta tipología. Las causas principales de este retraso son:

- En el caso de Servicios Feriales, la concentración de quejas en etapas de mucha actividad ferial, por lo que se genera un embudo en su gestión y cierre. Solo cuentan con un recurso dedicado parcialmente a esta actividad, por lo que en época pico de actividad ferial se producen retrasos puntuales.
- En el caso de Económico-Financiero, la diferencia de plazos establecidos entre la emisión de facturas y la contestación de reclamaciones.
- En el caso de Negocio, el plazo hasta la decisión de las contestaciones. De ellas, 28 pertenecen a un solo grupo ferial que, por un problema en la organización de la feria y su gestión de entradas, la Dirección no determinó la solución a los reclamantes hasta pasado el plazo legal de contestación.

Por lo tanto, durante el año 2024 se impartirá un curso de formación a este respecto.

Encuestas de satisfacción.

IFEMA MADRID tiene un firme compromiso con la escucha a todas sus partes interesadas y, en especial, a sus partes interesadas clave (trabajadores, clientes y proveedores). Por eso, en los últimos ejercicios se ha sistematizado la realización de encuestas con el objetivo de conocer sus necesidades, expectativas y el grado de cumplimiento de todas ellas, de manera que sean comparables.

- Las encuestas a expositores y visitantes se realizan durante la celebración de la feria o una vez concluida la misma. Existe un modelo unitario de preguntas que permite la lectura comparativa, si bien en cada caso, la Dirección de la feria podrá incorporar cuatro preguntas singulares. En este año 2023, la encuesta a expositores durante el certamen se redujo considerablemente, incluyendo solo aquellas preguntas concretas centradas en esa edición.
- Semestralmente, y a través de la herramienta CRM, se han realizado encuestas a la base de datos de expositores de ese ejercicio sobre los aspectos generales (servicios, atención por parte de IFEMA MADRID, etc.). Ésta será la dinámica que se implementará desde este ejercicio.

- Las encuestas a patrocinadores se realizan anualmente. También está establecido un modelo único.
- Las encuestas a operadores externos se realizan mensualmente, también con un formulario estándar.
- Dinámica similar se sigue con los proveedores, anualmente, seleccionando aquellos que se consideren estratégicos por el producto o servicio que proporcionan, porque sean empresas colaboradoras o por la cantidad facturada.

La periodicidad de la encuesta a los trabajadores es bienal.

- Desde el ejercicio 2021, todas las encuestas incluyen dos elementos comunes:
- Seleccionar, de un listado, cuáles son las cuestiones de desarrollo sostenible (a nivel económico, social y ambiental) más relevantes para ellos (véase la definición de esta acción en el apartado de Cuestiones para el Desarrollo Sostenible).
- El índice NPS (Net Promoter Score) como referencia de satisfacción global, con lo que puede obtenerse una valoración conjunta en la relación de estas partes interesadas con IFEMA MADRID.

Resultados de 2023.

Parte interesada	NPS de 2022	NPS de 2023	2023/2022
Expositores en la feria	15,49	30,54	97,15%
Expositores en general	–	11,9	–
Visitantes	64,11	68,54	6,9%
Organizadores externos	66,67	100	49,99%
Patrocinadores	62,5	84,21	34,73%
Proveedores	50	50	0%
Trabajadores	4,53	–	–

Todas nuestras partes interesadas tienen un NPS positivo y la mayoría tiene resultados excelentes, y que mejoran o mantienen comparándolo con el ejercicio anterior.

6.2 Subcontratación y proveedores.

No se realizan auditorías de segunda parte a los proveedores de IFEMA MADRID, al entender que existen otros controles suficientes definidos. Estos son:

- 6.2.1:** En cuanto a los criterios de selección para su contratación, siendo de aplicación la Ley de Contratación Pública, en los pliegos de bases se incluyen requisitos de sostenibilidad (temas laborales, de prevención de riesgos laborales, sociales y ambientales), dinámica que hemos incrementado en los últimos ejercicios como exigencias de obligado cumplimiento y/o como criterio de valoración.
- 6.2.2:** Asimismo, los centros gestores de IFEMA MADRID evalúan anualmente el nivel de cumplimiento de sus proveedores más importantes.

La selección de los proveedores que evaluar se realiza de entre aquellos que cumplan una serie de requisitos; estos son todos aquellos considerados “empresas colaboradoras” y, del resto, aquellos con facturación superior o igual a 600.000 euros/año, o bien, que la Dirección de Compras considere “estratégicos”.

La evaluación se realiza valorando del 1 al 5 las siguientes cuestiones:

- Calidad del servicio/obra/producto prestado.
- Cumplimiento de plazos.
- Nivel de competencia demostrado.
- Flexibilidad/disponibilidad aportada y nivel de sostenibilidad durante la prestación del servicio/ suministro/obra.

De no alcanzar los niveles suficientes esperados, se podrían establecer penalizaciones/resoluciones de contratos (según lo establecido en el pliego de bases y en la Ley de Contratación Pública), o se insta a iniciar un plan de acción para superar y mejorar la valoración al año siguiente.

6.2.3: Por último, también se les solicita a estos proveedores relevantes una valoración de su relación con IFEMA MADRID, es decir, se les envía anualmente una encuesta de satisfacción. Para IFEMA MADRID sus proveedores son una parte interesada o grupo de interés clave; luego, se incorporan en dicha encuesta dos preguntas comunes a todas ellas, que son:

- NPS o Net Promoter Score o indicador del nivel de satisfacción, cuyos resultados se incluyen en nuestro cuadro de mando institucional de indicadores, comparándose los resultados obtenidos a lo largo del tiempo y con respecto al resto de partes interesadas clave.
- Cuáles de las cuestiones de desarrollo sostenible económicas, sociales y ambientales de IFEMA MADRID son importantes para ellos, resultados que después se consideran un criterio de evaluación más para determinar cuáles son las relevantes para IFEMA MADRID.

6.3 Sociedad.

IFEMA MADRID ha asumido un compromiso con la sociedad que se materializa fundamentalmente de tres maneras:

- Siendo catalizador e impulsor de acciones concretas en colaboración con asociaciones, empresas expositoras, visitantes u otras partes interesadas, realizadas desde cada feria y con un marcado carácter sectorial.
- Recogiendo aquellas iniciativas planteadas por el personal y llevando a cabo las que se consideran viables y redundan en el bienestar de la plantilla o en beneficio de ONG u otras instituciones solidarias.
- A través del Programa de Voluntariado Corporativo, que facilita e incentiva la colaboración de aquellos miembros de la plantilla interesados en participar de forma directa en actividades solidarias, para que puedan llevar a cabo su vocación.

Listado de acciones sociales impulsadas desde las ferias propias.

En 2023 se realizaron 172 acciones –el año anterior, 155–, lo que supone un incremento de un 10,96%.

	Feria/evento	Título de la acción social	Descripción
1	ARCOmadrid	Acuerdo con universidades	Acuerdo con universidades: alumnos de prácticas de Máster de Mercado de Arte y Universidad Complutense, que trabajan en el grupo ferial, colaborando con ellos.
2	ARCOmadrid	Entradas gratuitas para profesores	Entradas gratuitas para profesores de universidades o centros de formación de artes.
3	ARCOmadrid	Entradas reducidas a alumnos	Precio especial de entradas para alumnos y estudiantes (con carné de estudiante). Mitad de precio.
4	ARCOmadrid	Uso de lenguaje inclusivo	Utilización de lenguaje inclusivo, sustituyendo la palabra VIP por <i>GUEST</i> .
5	ARCOmadrid	Concurso de diseño de Guest Lounge y catálogo	Concurso de diseño de Guest Lounge y catálogo: se paga a todos los que se les pide que presenten el proyecto. Luego, al ganador, un poco más. De esta manera, todo el que comparta su conocimiento cobra.
6	ARCOmadrid	Cesión de espacio a festival de arte	Cesión de espacio a un festival de arte tecnológico con origen en Ucrania.
7	ARCOmadrid	Cesión de espacio a exposición fotográfica	Cesión de espacio a una exposición de fotos, para dar visibilidad al conflicto ucraniano.
8	ARCOmadrid	Entradas reducidas a asociados de la Federación de artistas visuales de España	Acuerdo con la Federación de asociaciones de artistas visuales de España para ofrecer un precio reducido de la entrada a artistas asociados que no exponen en ARCO.
9	ARCOmadrid	Premio arte sostenible	Premio arte sostenible Six Senses y ARCOmadrid: primer premio a la artista que mejor muestre las preocupaciones en torno al tema de la sostenibilidad y la responsabilidad medioambiental.
10	ARCOmadrid	Foro ARCO	Foro ARCO: charlas y jornadas en torno a arte contemporáneo y dos jornadas sobre las escenas artísticas de los países que rodean el Mediterráneo.
11	ARCOmadrid	Cesión de espacio a AUARA	Cesión de espacio a AUARA, de manera que la recaudación de todas las botellas que se vendan va destinada a conseguir llevar agua potable a aquellos países donde no llega.
12	BISUTEX	Diversidad en las pasarelas	En pasarela hay modelos de diferentes orígenes/nacionalidades y personas con capacidades especiales.
13	BISUTEX	Asociación de Mujeres Brillantes	Asociación de Mujeres Brillantes: se les da un stand para que expongan sus productos (para fomentar la igualdad).
14	BISUTEX	Comunicación de productos sostenibles	Cobertura en redes sociales y notas de prensa de expositores con productos sostenibles.
15	BISUTEX	Apoyo a la diversidad	Apoyo a la diversidad, incluyendo imágenes de personas de diferentes orígenes en las newsletters y en las presentaciones.
16	FITUR	Apoyo a la diversidad	La feria recogió de forma consciente y proactiva en sus campañas de promoción imágenes que comunican la diversidad, como por ejemplo el material promocional del área FITUR LGBT+. Esta sección evidenció la creciente demanda de destinos, empresas, cadenas hoteleras, compañías aéreas, turoperadores que quieren centrarse en el segmento LGBT+, con gran poder adquisitivo por tener mayor renta disponible y es el más desestacionalizado del turismo.

(Continúa)

	Feria/evento	Título de la acción social	Descripción
17	FITUR	Relevancia al rol de la mujer	En la edición de FITUR 2023 se ha dado especial relevancia al rol de la mujer en el contexto turístico, a través de varias secciones. En esta línea destaca FITUR WOMAN, un espacio que cuenta con la colaboración de WOMEN LEADING TOURISM y que, alineado con los propios Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en cuanto a la contribución a la igualdad de género y el empoderamiento femenino en el sector del turismo (Objetivo 5), ofrece un punto de encuentro para la concienciación, el debate y el diálogo, enfocado a impulsar el papel de la mujer en esta industria, en clave de liderazgo y sostenibilidad.
18	FITUR	Observatorio FITURNext	El Observatorio FITURNext desarrolló una agenda de charlas, mesas redondas y presentaciones con autoridades públicas, iniciativas especializadas en turismo regenerativo y ponentes expertos en la temática. Plogging Tour, Grupo Iberostar y Green Pepper Travel forman parte de la cuarta edición tras una agenda de charlas, mesas redondas y presentaciones con autoridades públicas, iniciativas especializadas en turismo regenerativo y ponentes expertos en la temática. Plogging Tour, Grupo Iberostar y Green Pepper Travel son los proyectos premiados de esta edición en las categorías: regeneración del medio terrestre, acuático y la gestión y promoción de la regeneración del medio, respectivamente. Además, contó con la participación de las iniciativas finalistas y ganadoras de este año y de ediciones anteriores en una serie de charlas inspiradoras. Entre ellas destaca la mesa redonda para impulsar un turismo positivo con representantes de la Fundación Starlight, Apadrina un Olivo, Sentir el Alto Tajo y la Organización Mundial del Turismo. Las iniciativas finalistas de esta edición, 5ta SAROCO, Playa Viva y ProCoReef, también se unieron en un diálogo para analizar los primeros pasos, la hoja de ruta, para implementar un turismo regenerativo en un destino.
19	FITUR	Informe FITURNext	Asimismo, se presentó el Informe FITURNext "Claves para abordar retos y generar valor en turismo y alcanzar la regeneración del medio natural" con las claves, pautas y lecciones aprendidas por el Observatorio a lo largo de la investigación.
20	FITUR	Premio Stand Sostenible	Por último, en el marco del Premio al Stand Sostenible se valoró la contratación del staff del mismo, basada en criterios de igualdad de género, sin discriminación ni priorización. Algunos de los stands presentados al premio contrataron a personas en riesgo de exclusión social, favoreciendo la inclusión de personas con diversidad funcional, mayores, inmigrantes, en paro, etc. También facilitaron el acceso a la información y al propio stand a las personas con diversidad auditiva, visual, etc.
21	FITUR	Charlas didácticas	FITUR incluyó en su plan de actividades y jornadas técnicas charlas didácticas, basadas en la sostenibilidad, accesibilidad e innovación.
22	GENERA	Jornadas, foros y actividades	Jornadas, foros y actividades: jornadas divulgativas, mejorando las capacidades de los profesionales que ya trabajan en el sector y atrayendo, además, profesionales de otros sectores que pueden estar interesados en este sector.
23	GENERA	Notas específicas por jornada	Se hacen notas específicas por jornada que sea destacable, no una nota de cierre simple.
24	GENERA	CDTI, MITECO, IDAE	CDTI, MITECO, IDAE y en general a todas las asociaciones: les hemos cedido el espacio para que ellos realicen actividades divulgativas. Participan en foros y permiten a empresas (otros expositores) que participen en estas jornadas.
25	GENERA	Entradas gratuitas de institutos de FP	Entradas gratuitas de institutos de FP que cursan estudios relacionados con las energías renovables. 48 grupos.
26	GENERA	Conferencia SPIREC	Conferencia SPIREC: relacionada con el cambio climático y, en concreto, por las energías renovables, organizada por REN21, MITERD y GENERA. Muy representada por organismos oficiales a nivel internacional. Objeto: sensibilización y divulgación sobre oportunidades ligadas a un modelo sostenible, situando a las personas en el centro de una transición energética justa.
27	IBERZOO+PROPET	Foros/charlas para la adquisición de habilidades	Foros/charlas para la adquisición de habilidades: Aula empleo veterinario (formación a los recién licenciados), Aula veterinaria (formación sobre nuevos productos farmacéuticos o de intervención veterinaria, etc.). Forum AEDPAC (asociación española de industria y comercio del sector del animal de compañía, son ponencias). Escenario de estilismo canino (masterclass de estilismo canino).

(Continúa)

Listado de acciones sociales impulsadas desde las ferias propias (continuación).

	Feria/evento	Título de la acción social	Descripción
28	IBERZOO+PROPET	IBERZOO+PROPET Solidario	IBERZOO+PROPET Solidario: apoyar a FAPAM (Federación de Asociaciones de Protección Animal de Madrid): IFEMA MADRID, juntamente con esta asociación, organiza el Premio EUREKA: han presentado proyectos y se ha premiado con 3.000 euros para que pongan en marcha el proyecto.
29	IBERZOO+PROPET	Premios ANTON	IFEMA MADRID organiza los Premios ANTON; varias categorías: a los que favorecen la integración animal, convivencia con las mascotas en la ciudad, mejor profesional del ámbito de la protección animal. Este año se ha entregado un premio a una asociación (iniciativa en favor del salvamento de personas en situaciones de desastre: ESDP-Escuela Española de Salvamento y Detección con Perros), por su trabajo en pro de la prevención y mitigación de desastres y su actuación conjunta con los diferentes servicios de emergencia a nivel nacional e internacional a través del Salvamento y Detección con Perros. Entrena a los perros que participan en las catástrofes (por ejemplo, en la de Turquía), dándoles visibilidad. Este año se ha entregado un reconocimiento a GLOBAL VETS AID; es una organización sin ánimo de lucro formada por veterinarios cuyo fin es llevar la medicina veterinaria a las poblaciones más desfavorecidas alrededor del mundo.
30	INTERGIFT	Fundación A LA PAR	Fundación A LA PAR (bote de chuches de regalo a todos los expositores realizado por personas con capacidades especiales). Nos trajeron un carrito en el cóctel tipo <i>afterwork</i> .
31	INTERGIFT	Apoyo a la diversidad	Apoyo a la diversidad, incluyendo imágenes de personas de diferentes orígenes en las <i>newsletters</i> y en las presentaciones.
32	INTERGIFT	Comunicación de productos sostenibles	Cobertura en redes sociales y notas de prensa de expositores con productos sostenibles.
33	INTERGIFT	Entrada gratuita a escuelas de formación	Entrada gratuita a escuelas de formación, como por ejemplo la Fundación A LA PAR.
34	MADRIDJOYA	Diversidad en las pasarelas	En pasarela hay modelos de diferentes orígenes/nacionalidades y personas con capacidades especiales (de la Asociación de Joyas Sostenibles).
35	MADRIDJOYA	Asociación de Artistas, Diseñadores y Artesanos	La Asociación de Artistas, Diseñadores y Artesanos, ADA, es una entidad independiente sin ánimo de lucro. Nace para unir a diferentes tipos de artistas, diseñadores y artesanos para colaborar juntos en las diferentes disciplinas, distintas maneras de ver y sentir el arte para crecer y desarrollar acciones. ADA busca poner en valor el arte en todas sus formas de expresión y dimensiones: académica, artística, cultural, económica, investigadora, etc. Fomentando la personalidad y el trabajo individual que se enriquece al colaborar con otros especialistas de otros campos. Con el compromiso de trabajar de manera desinteresada para convertir ADA en una plataforma que les permita crecer como profesionales con proyección internacional. Para visibilizar a través de la pintura, joyería, para dar visibilidad a las enfermedades mentales: es una exposición.
36	MADRIDJOYA	Asociación de Mujeres Brillantes	Asociación de Mujeres Brillantes: para dar visibilidad a las mujeres profesionales (impulsar la igualdad). Espacio gratuito.
37	MADRIDJOYA	Asociación de Joyas Sostenibles	Asociación de Joyas Sostenibles: cesión de espacio gratuito. Participación gratuita en la pasarela. Comunidad para incentivar las prácticas sostenibles en el sector en todo el mundo. Cerró el desfile una modelo con síndrome de Down.
38	MADRIDJOYA	Cesión de espacio gratuito para la Escuela n.º 3 de arte de Madrid	Cesión de espacio gratuito para la Escuela n.º 3 de arte de Madrid (artes decorativas), para dar varios seminarios formativos durante la feria.
39	MADRIDJOYA	Cesión de espacio a escuela ESTIMORUN	Cesión de espacio a escuela ESTIMORUN: escuela de valoración y tasación de joyería, para enseñar a los joyeros a tasar y valorar las joyas de una manera estandarizada.
40	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Diversidad en las pasarelas	Desfiles de modelos con capacidades especiales.

(Continúa)

	Feria/evento	Título de la acción social	Descripción
41	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Apuesta por economía local	Los diseñadores fomentan la economía local, contratando pequeñas empresas colaboradoras de la zona.
42	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Invitación a las escuelas de moda	Invitación a las escuelas de moda a algún desfile.
43	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Divulgación y comunicación de las acciones de sostenibilidad	Divulgación y comunicación de las acciones de sostenibilidad impulsadas y llevadas a cabo por nuestros clientes.
44	MEAT ATTRACTION	Espacio Butcher's Shop	Espacio Butcher'sShop: jornada para mujeres en el sector cárnico (dar visibilidad a la mujer carnífera, poniéndola en valor, empoderándola).
45	MEAT ATTRACTION	Acción con banco de alimentos	Acción con banco de alimentos, cediendo los excedentes alimentarios.
46	MEAT ATTRACTION	Entradas gratuitas para centros de formación profesional	Entradas gratuitas para centros de formación profesional (cocina, carnicería, etc.) y de la Universidad de Comillas (grados de marketing, economía, comercial, etc.).
47	MEAT ATTRACTION	La Semana de la Carne	La Semana de la Carne: trasladar a la calle que la carne es salud y los beneficios de la carne. En el Mercado de Barceló. Así se anima a los ciudadanos a consumir carne. Se invita a doctores.
48	MEAT ATTRACTION	Cesión de espacio a la Asociación ANICE	Cesión de espacio a la Asociación ANICE, para la celebración de la asamblea anual. Propósito: asociación nacional de industria cárnica de España, asociación sin ánimo de lucro.
49	MEAT ATTRACTION	Cesión de espacio a ASEDAS	Cesión de espacio a ASEDAS, asociación española de distribuciones, servicios y supermercados. Asociación sin ánimo de lucro.
50	MOMAD	Diversidad en las pasarelas	Pasarela con modelos de diversas nacionalidades/orígenes.
51	MOMAD	Cesión de un espacio y stand a la Universidad Politécnica de Madrid	Cesión de un espacio y <i>stand</i> a la Universidad Politécnica de Madrid, Centro Superior de Diseño de Moda de Madrid. Han tenido exposición con diseños de alumnos y productos reciclados de H&M.
52	MOMAD	Asociación de Artistas, Diseñadores y Artesanos	La Asociación de Artistas, Diseñadores y Artesanos, ADA, es una entidad independiente sin ánimo de lucro. Nace con el objetivo de unir a diferentes tipos de artistas, diseñadores y artesanos con el fin de colaborar juntos en las diferentes disciplinas, distintas maneras de ver y sentir el arte para crecer y desarrollar acciones. ADA persigue un objetivo fundamental: poner en valor el arte en todas sus diferentes formas de expresión y dimensiones: académica, artística, cultural, económica, investigadora, etc. Fomentando la personalidad y trabajo individual que se enriquece al colaborar con otros especialistas de otros campos. Con el compromiso de trabajar de manera desinteresada para convertir ADA en una plataforma que les permita crecer como profesionales con proyección internacional. Han tenido un <i>stand</i> de cesión gratuita y han desfilado.
53	MOMAD	Concurso MOMAD Talents by ISEM	Concurso MOMAD Talents by ISEM (se plantea tres meses antes de la celebración): convocamos en redes sociales un concurso para nuevos diseñadores. Se presenta la colección y hay un Comité de Valoración (original, sostenible, comercial, etc.). El ganador tiene un curso de formación gratuito organizado por ISEM.
54	MOMAD	Comunicación de productos sostenibles	Cobertura en redes sociales y notas de prensa de expositores con productos sostenibles.

(Continúa)

Listado de acciones sociales impulsadas desde las ferias propias (continuación).

	Feria/evento	Título de la acción social	Descripción
55	MOMAD	Entradas gratuitas para varias escuelas de formación	Entradas gratuitas para varias escuelas de formación, como por ejemplo: escuela ELLE, escuela GOYMAR.
56	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	250 actividades distribuidas en los diferentes foros	250 actividades distribuidas en los diferentes foros de cada una de las ferias donde se trataban temas como el conocimiento del sector, últimas novedades, temas sociales, etc. (formación).
57	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Stands de intercambio para los sindicatos de estudiantes	Stands de intercambio para los sindicatos de estudiantes, para asesorar a los estudiantes sobre salidas laborales; no pagan nada.
58	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	AULA Forum	Las universidades colaboran con IFEMA MADRID. En AULA Forum vienen los alumnos de últimos cursos a dar charlas sobre temas para hacer prácticas.
59	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Cesión de espacio a MAPA	Cesión de espacio a MAPA (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación): charlas sobre emprendimiento en el sector, enfocados sobre todo a mujeres (mujeres que presentan proyectos agrícolas), nuevas tecnologías, proyectos de ganadería, etc.
60	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Cesión de espacio (escenario) para divulgar y fomentar los estudios artísticos	Cesión de espacio (escenario) para divulgar y fomentar los estudios artísticos tanto para carrera profesional como para estudios complementarios, para fomentar la adquisición de habilidades de los estudiantes.
61	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Open Campus Formación y Empleo	Postgrado y Formación Continua: Open Campus Formación y Empleo; espacio en colaboración con la Comunidad de Madrid; apoyo a los estudiantes para ayudarles en la búsqueda de empleo, desempleados, captación de talento, etc.
62	ANTIK PASSION Almoneda	Contenido creado por alumnos universitarios	Universidad Rey Juan Carlos I, alumnos y profesores del Máster de Mercado del Arte: generan contenidos para Almoneda 365, colaboran apoyando a expositores, apoyo en organización de actividades y encuestas satisfacción.
63	ANTIK PASSION Almoneda	Colectivos con descuento	Descuento en la entrada del 50% para colectivos relacionados con el arte (asociación de restauradores, grupo de arte del Ayuntamiento, estudiantes, etc.).
64	ANTIK PASSION Almoneda	Invitaciones a asociaciones	Invitaciones a asociaciones de amigos de museos, para sus asociados.
65	EXPOFRANQUICIA	Foro Escuela de la Franquicia	Enseñar a los visitantes cómo es el modelo de la franquicia. Este año han venido tres <i>coaches</i> nuevos. Una de las charlas fue sobre la mujer en la franquicia.
66	EXPOFRANQUICIA	Acuerdo CEAJE	Acuerdo CEAJE: asociación de jóvenes empresarios. Intercambio: promoción de la feria en esa asociación; tuvieron su <i>ministand</i> gratuito para ayudar a los jóvenes empresarios a emprender en franquicia.
67	EXPOFRANQUICIA	Cámara comercio de Madrid-Aval Madrid-Ayuntamiento Madrid	Promocionaron la feria en los viveros de emprendedores/área de emprendimiento y nosotros les damos un espacio para ayudar a potenciales emprendedores y les asesoramos.
68	EXPOFRANQUICIA	Despachos de abogados especializados en el sector	La feria ha traído tres despachos de abogados especializados en franquicias, para asesorar gratuitamente a los visitantes con dudas sobre la franquicia.
69	EXPOFRANQUICIA	Concurso en RR. SS.	Concursos en redes sociales con sorteos (entradas para WAH y noches de hotel). Se hacían preguntas del sector de la franquicia. Para dinamizar y aumentar los seguidores en las redes sociales y crear más comunidad.
70	100x100 MASCOTA	Contrato con asociaciones	Contrato: asociaciones de perros que ayudan a niños con TAE e invidentes (Roncescan, AIDOG).
71	100x100 MASCOTA	Pasarela de adopción	Pasarela de adopción (charlas de carácter didáctico).

(Continúa)

	Feria/evento	Título de la acción social	Descripción
72	100x100 MASCOTA	Charlas educativas	Charlas sobre tenencia responsable.
73	100x100 MASCOTA	Comida para protectoras	Se ha repartido comida para las protectoras de animales.
74	100x100 MASCOTA	Fisioterapia animal en feria	Fisioterapeuta animal en la feria: para ayudar a los animales de la exposición de manera gratuita, dándoles servicio.
75	100x100 MASCOTA	Entradas gratuitas	Entradas gratuitas para Colegio Oficial de Veterinarios (200). COLVEMA.
76	100x100 MASCOTA	Espacio para protectoras de animales	Espacio para las protectoras de animales para fomentar la adopción de este tipo de animales, pudiendo gestionar las adopciones <i>in situ</i> en la feria.
77	ORGANIC FOOD IBERIA	Recogida de excedentes	Banco de alimentos para la recogida de excedentes para el reparto a personas en riesgo de exclusión.
78	ORGANIC FOOD IBERIA	Jornadas técnicas	Jornadas técnicas para ambas ferias: concienciación a la sociedad, jornada dedicada a los ODS.
79	SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN	Espacio gratuito a ONG	Espacio gratuito a ONG ACNUR para captar socios entre el público visitante y expositor.
80	MOMAD	Pasarelas con modelos de diversas nacionalidades y orígenes	Pasarela con modelos de diversas nacionalidades/orígenes.
81	MOMAD	Cesión a la Universidad Politécnica de Madrid	Cesión de un espacio y <i>stand</i> a la Universidad Politécnica de Madrid, Centro Superior de Diseño de Moda de Madrid. Han tenido exposición con diseños de alumnos y productos reciclados de H&M.
82	MOMAD	Colaboración con Asociación ADA	La Asociación de Artistas, Diseñadores y Artesanos, ADA; es una entidad independiente sin ánimo de lucro. Nace con el objetivo de unir a diferentes tipos de artistas, diseñadores y artesanos con el fin de colaborar juntos en las diferentes disciplinas, distintas maneras de ver y sentir el arte para crecer y desarrollar acciones. ADA persigue un objetivo fundamental: poner en valor el arte en todas sus diferentes formas de expresión y dimensiones: académica, artística, cultural, económica, investigadora, etc. Fomentando la personalidad y trabajo individual que se enriquece al colaborar con otros especialistas de otros campos. Con el compromiso de trabajar de manera desinteresada para convertir ADA en una plataforma que les permita crecer como profesionales con proyección internacional. Han tenido un <i>stand</i> de cesión gratuita y han desfilado.
83	MOMAD	Concurso MOMAD Talents by ISEM	Concurso MOMAD Talents by ISEM (se plantea tres meses antes de la celebración). El requisito es ser <i>stand</i> EGO. Se convoca en redes sociales un concurso para nuevos diseñadores. Se presenta la colección y hay un Comité de Valoración (original, sostenible, comercial, etc.). El ganador tiene un curso de formación gratuito organizado por ISEM y los dos primeros ganadores tienen un <i>stand</i> gratis en la siguiente edición.
84	MOMAD	Visibilidad de productos sostenibles	Cobertura en redes sociales y notas de prensa de expositores con productos sostenibles.
85	MOMAD	Entrada gratuita para centros formativos	Entradas gratuitas para varias escuelas de formación (Villanueva, etc.).
86	MOMAD	Creación del trofeo por Fundación A LA PAR	El trofeo del acto de reconocimiento al comercio de Madrid ha sido realizado por la fundación A LA PAR: dan trabajo a personas con discapacidad.

(Continúa)

Listado de acciones sociales impulsadas desde las ferias propias (continuación).

	Feria/evento	Título de la acción social	Descripción
87	MOMAD	Espacio gratuito a Artesanías de Colombia	Espacio gratuito (espacio, foro, pasarela, visibilidad, etc.) de Artesanías de Colombia: artesanos de comunidades diferentes de Colombia, muchos de ellos están aprovechando la artesanía para reinsertarse en la sociedad.
88	MOMAD	Retailers guide	Retailers guide: estudiantes de ISEM que tienen la posibilidad de hacer prácticas en la feria orientando a los visitantes.
89	MOMAD	Desfile gratuito para Asociación de Joyas Sostenibles	Asociación de Joyas Sostenibles desfila de manera gratuita en la pasarela.
90	MADRIDJOYA	Pasarelas con modelos de diversas nacionalidades y orígenes	En la pasarela hay modelos de diferentes orígenes/nacionalidades y personas con capacidades especiales (de la Asociación de Joyas Sostenibles).
91	MADRIDJOYA	Colaboración con Asociación ADA	La Asociación de Artistas, Diseñadores y Artesanos, ADA, es una entidad independiente sin ánimo de lucro. Nace para unir a diferentes tipos de artistas, diseñadores y artesanos para colaborar juntos en las diferentes disciplinas, distintas maneras de ver y sentir el arte para crecer y desarrollar acciones. ADA busca poner en valor el arte en todas sus formas de expresión y dimensiones: académica, artística, cultural, económica, investigadora, etc. Fomentando la personalidad y el trabajo individual que se enriquece al colaborar con otros especialistas de otros campos. Con el compromiso de trabajar de manera desinteresada para convertir ADA en una plataforma que les permita crecer como profesionales con proyección internacional. Para visibilizar a través de la pintura, joyería, para dar visibilidad a la incorporación de personas en riesgo de exclusión.
92	MADRIDJOYA	Asociación de Mujeres Brillantes	Asociación de Mujeres Brillantes: para dar visibilidad a las mujeres profesionales (impulsar la igualdad). Espacio gratuito.
93	MADRIDJOYA	Asociación de Joyas Sostenibles	Asociación de Joyas Sostenibles: cesión de espacio gratuito. Participación gratuita en la pasarela. Comunidad para incentivar las prácticas sostenibles en el sector en todo el mundo. Cerró el desfile una modelo con síndrome de Down.
94	MADRIDJOYA	Cesión de espacio gratuito para la Escuela n.º 3 de arte de Madrid	Cesión de espacio gratuito para la Escuela n.º 3 de arte de Madrid (artes decorativas), para dar varios seminarios formativos durante la feria.
95	MADRIDJOYA	Cesión de espacio a escuela ESTIMORUN	Cesión de espacio a escuela ESTIMORUN: escuela de valoración y tasación de joyería, para enseñar a los joyeros a tasar y valorar las joyas de una manera estandarizada.
96	MADRIDJOYA	Trofeo realizado por Fundación A LA PAR	El trofeo del acto de reconocimiento al comercio de Madrid ha sido realizado por la fundación A LA PAR: da trabajo a personas con discapacidad.
97	MADRIDJOYA	Visibilidad a la diversidad racial	Imagen de la portada de la feria.
98	INTERGIFT	Colaboración con Fundación A LA PAR	Fundación A LA PAR (bote de chuches de regalo a todos los expositores realizado por personas con capacidades especiales). Nos trajeron un carrito en el cóctel tipo <i>afterwork</i> .
99	INTERGIFT	Visibilidad a la diversidad	Apoyo a la diversidad, incluyendo imágenes de personas de diferentes orígenes en las <i>newsletters</i> y en las presentaciones.
100	INTERGIFT	Visibilidad a productos sostenibles	Cobertura en redes sociales y notas de prensa de expositores con productos sostenibles.
101	INTERGIFT	Entradas gratuitas para centros de formación profesional	Entrada gratuita a escuelas de formación, como por ejemplo la Fundación A LA PAR.

(Continúa)

	Feria/evento	Título de la acción social	Descripción
102	INTERGIFT	Trofeo realizado por Fundación A LA PAR	El trofeo del acto de reconocimiento al comercio de Madrid ha sido realizado por la fundación A LA PAR: dan trabajo a personas con discapacidad.
103	INTERGIFT	Artesanías de Colombia	Artesanías de Colombia: condiciones especiales de participación a y visibilidad en soportes físicos y en espacios comunes a artesanos de comunidades diferentes de Colombia, muchos de ellos están aprovechando la artesanía para reinsertarse en la sociedad.
104	INTERGIFT	Premios regalo del año	Premios regalo del año (7.ª edición), en ocho categorías. Se premia cada uno de los mejores productos de cada categoría, uno de ellos es el más sostenible y otro al más innovador.
105	INTERGIFT	Cesión de espacio a CG Agencia	Cesión de espacio por intercambio a stand CG Agencia: espacio para la sensibilización ambiental del sector.
106	BISUTEX	Visibilidad a la diversidad	En la pasarela hay modelos de diferentes orígenes/nacionalidades y personas con capacidades especiales. La Asociación de Joyas Sostenibles ha tenido un desfile en el que han participado también personas con discapacidad.
107	BISUTEX	Asociación de Mujeres Brillantes	Asociación De Mujeres Brillantes: se les da un stand para que expongan sus productos (para fomentar la igualdad).
108	BISUTEX	Visibilidad a productos sostenibles	Cobertura en redes sociales y notas de prensa de expositores con productos sostenibles.
109	BISUTEX	Visibilidad a la diversidad	Apoyo a la diversidad, incluyendo imágenes de personas de diferentes orígenes en las <i>newsletters</i> y en las presentaciones.
110	BISUTEX	Asociación de Joyas Sostenibles	Asociación de Joyas Sostenibles (stand gratis y ellos aportan contenido de interés).
111	BISUTEX	Entradas gratuitas para centro de formación	Entradas gratis a escuelas de diseño y joyería (Universidad de Villanueva, Centro Superior de Moda de Madrid, Universidad Politécnica de Madrid), etc.
112	BISUTEX	Trofeo realizado por Fundación A LA PAR	El trofeo del acto de reconocimiento ha sido realizado por la fundación A LA PAR: dan trabajo a personas con discapacidad. Acto de reconocimiento al comercio de Madrid. Hemos trabajado con las asociaciones de comerciantes de cada sector, para reconocer la labor de los comerciantes de los sectores de las cuatro ferias. Se ha hecho una selección de los comercios (todos han recibido un diploma y a tres de cada uno de los sectores y a uno de BISUTEX se les ha concedido con un trofeo). Dar visibilidad al comercio y dinamizar su actividad.
113	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Modelos con capacidades especiales	Desfiles de modelos con capacidades especiales.
114	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Fomento y visibilidad de la economía local	Los diseñadores fomentan la economía local, contratando pequeñas empresas colaboradoras de la zona.
115	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Invitación a escuelas de moda	Invitación a las escuelas de moda a algún desfile.
116	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Desfiles con modelos de tallas estándar	Desfiles de modelos con tallas estándar de la sociedad.
117	LIBER	PEFC	PEFC: cesión de espacio para informar del papel proveniente de bosques sostenibles.
118	LIBER	Programa de jornadas técnicas	Programa de jornadas técnicas: temas de fomento de la lectura en jóvenes y adolescentes, etc.

(Continúa)

Listado de acciones sociales impulsadas desde las ferias propias (continuación).

	Feria/evento	Título de la acción social	Descripción
119	LIBER	ACNUR	ACNUR: cesión de stand para promocionar su ONG y sus acciones sociales.
120	LIBER	Gestión del Comité de Honor	Gestión del Comité de Honor: para implicar a las instituciones y al sector cultural para impulsar el sector y el fomento de la lectura.
121	FRUIT ATTRACTION	Proud to be FRUIT ATTRACTION	Proud to be FRUIT ATTRACTION: reconocimiento a expositores y visitantes. Repartieron pulseras a este respecto durante la feria con colores diversos. Video de cierre FRUIT ATTRACTION con personas diversas.
122	FRUIT ATTRACTION	Banco de Alimentos de Madrid	Banco de Alimentos de Madrid: recogida de excedentes de alimentos y cesión de espacio (uno por pabellón).
123	FRUIT ATTRACTION	Jornadas para fomentar el conocimiento de la actualidad en el sector	Jornadas para fomentar el conocimiento de la actualidad del sector (Biofruit Congress, sobre oferta sostenible, Biotech Attraction, biotecnología e innovación para la agricultura del futuro, 7.ª Grape Attraction, sobre sostenibilidad en la uva) y Lettuce Attraction (sobre beneficios nutricionales y ambientales de la lechuga).
124	ESTAMPA	Entrada gratuita para centros formativos	Centros de educación que imparten formación artística con entradas gratuitas para sus alumnos.
125	ESTAMPA	Charlas de carácter didáctico	Charlas de carácter didáctico: Programa Foro Colecciona.
126	ESTAMPA	Personal en prácticas	ESTAMPA ha contado con personas en prácticas para fomentar la adquisición de habilidades.
127	ESTAMPA	Entrada gratuita para mayores de 65 y menores de 12 años	Entrada gratuita para mayores de 65 años y menores de 12 años.
128	ESTAMPA	Descuentos para estudiantes y Tarjeta Joven	Descuentos en las entradas en Tarjeta Joven y para estudiantes.
129	ESTAMPA	Cesión de espacio para presentación de obras de coleccionismo	Incentivar el interés en el coleccionismo a través de la ejemplarización de empresas españolas, cediendo espacio para la presentación de estas obras pertenecientes a las colecciones de estas empresas.
130	GLOBAL MOBILITY CALL	Jornadas sobre talento	Dentro de los foros ha habido jornadas específicas sobre talento, para adaptar la necesidad de la sociedad a las empresas y viceversa.
131	GLOBAL MOBILITY CALL	Jornadas sobre movilidad sostenible	Todas las charlas tienen como temática la movilidad sostenible. Algunos ponentes son miembros de ONG, asociaciones sin ánimo de lucro y administraciones, luego los visitantes van a asistir a estas charlas como acción divulgativa y la feria lo impulsa.
132	GLOBAL MOBILITY CALL	Acuerdo con Asociación Internacional de Policías	Acuerdo con Asociación Internacional de Policías municipales, para divulgación de políticas y temáticas relacionadas con sus funciones y la movilidad sostenible.
133	GLOBAL MOBILITY CALL	Acuerdo con 14 asociaciones profesionales	Acuerdos con 14 asociaciones profesionales sin ánimo de lucro y con fundaciones de Europa y Latinoamérica, que han participado en la organización de las charlas o han difundido información sobre el congreso de movilidad sostenible.
134	GLOBAL MOBILITY CALL	Invitación a autoridades de la movilidad sostenible en China	IFEMA MADRID ha invitado a autoridades que desarrollan la movilidad sostenible en China para difundir modelos novedosos de gestión y contactar con empresas españolas. Además, se ha invitado a representantes de asociaciones de otros países (Portugal y Latinoamérica).
135	GLOBAL MOBILITY CALL	Entradas gratuitas para estudiantes y centros formativos	Entradas gratuitas para estudiantes de universidades y centros de formación profesional (a demanda).

(Continúa)

	Feria/evento	Título de la acción social	Descripción
136	GLOBAL MOBILITY CALL	Congresos de movilidad activa	Se han acogido tres congresos de movilidad activa y salud, movilidad rural y corredor 360 (corredores ferroviarios), dentro de la agenda de la Presidencia española del Consejo Europeo.
137	GLOBAL MOBILITY CALL	Evento junto con la Fundación ONCE	Se ha organizado un evento junto con la Fundación ONCE para difundir e impulsar el proyecto de la Unión Europea, Accesible EU, con la asistencia de más de 70 personas.
138	GLOBAL MOBILITY CALL	Traducción simultánea	Cerca de 100 jornadas tuvieron traducción simultánea, para favorecer la comunicación y tres de los foros utilizaron la megafonía sorda, para evitar contaminación acústica.
139	GLOBAL MOBILITY CALL	Stand Fundación ONCE	Stand Fundación ONCE puso a disposición un robot guía para los invidentes e IFEMA MADRID, que permitió la deambulación del mismo por los pasillos del congreso.
140	GLOBAL MOBILITY CALL	Acceso universal y gratuito a contenidos del congreso	Acceso universal y de forma gratuita a los contenidos del congreso en directo a través de YouTube.
141	GLOBAL MOBILITY CALL	Premio de participación sostenible	Premio de participación sostenible. Se organizó por primera vez este premio, definiendo los criterios de valoración previos, como cuestiones sociales (formación, accesibilidad, personal en riesgo de exclusión atendiendo el stand, etc.).
142	C&R	Foro C&R	Foro C&R: se incluyen temas de interés en el sector relacionados con la sostenibilidad, para fomentar la sensibilización del sector en estos temas.
143	C&R	Prácticas de estudiantes	En el taller de refrigeración (montado por IFEMA MADRID), prácticas en directo de estudiantes de FP (frigoristas).
144	C&R	Jornadas dirigidas a estudiantes	Jornada del viernes dirigida a estudiantes de ciclos formativos relacionados con instalaciones térmicas, con actividades específicas como itinerario definido para ellos y stands.
145	C&R	Taller TAC	Taller TAC (técnicas aplicadas a la construcción): para aprender y compartir buenas prácticas para los instaladores (mayor eficiencia). Este año han elaborado una maqueta de una vivienda con todas las instalaciones para impulsar el ahorro energético.
146	C&R	Entradas gratuitas para estudiantes y centros formativos	Entradas gratuitas para estudiantes del Programa Viernes Joven.
147	C&R	Premio C&R	Premio C&R: se da el premio a una personalidad relevante del sector elegida por el Comité Organizador de la feria en la siguiente edición, y este año se le ha dado a una mujer por primera vez.
148	SALÓN LOOK	Programa de actividades	Programa de actividades incluye charlas de carácter didáctico. Talleres, <i>masterclass</i> .
149	SALÓN LOOK	Contratación de becarios	Becaria en prácticas para la organización de la feria (María de Adrián).
150	SALÓN LOOK	Cesión de espacio a estudios del sector	Hair MBA organiza un Programa de Formación becado dirigido a profesionales, para su reciclaje, relacionados con contenidos de gestión empresarial. Cesión de espacio gratuito en la feria a esta empresa que gestiona estas becas y ellos a cambio lo que hacen es ofrecer las becas a los visitantes que pasen por su stand (con una selección tras la recepción de las solicitudes).
151	SALÓN LOOK	Cesión de salas a formaciones del sector	Cesión de sala gratuita para la celebración de cursos de barbería por la empresa L3vel3. Dirigido a profesionales de peluquería (aquellos que habían visitado la feria y estaban interesados).
152	SALÓN LOOK	Cesión a Cosméticos Foráneos	Cosméticos Foráneos tenían espacio específico por cesión gratuita por nuestra parte. Manicuras solidarias, realizadas por personal en riesgo de exclusión, ayudándoles a formarse en esa profesión. Realizan esta acción y el dinero que recaudan lo donan a la Asociación Española contra el Cáncer.

(Continúa)

Listado de acciones sociales impulsadas desde las ferias propias (continuación).

	Feria/evento	Título de la acción social	Descripción
153	SALÓN LOOK	Entradas gratuitas para estudiantes y centros formativos	Entradas gratuitas para estudiantes de formación profesional del sector y entradas con precios reducidos a estudiantes a los congresos.
154	SALÓN LOOK	Escenario abierto a expositores	Escenario abierto a los expositores en la feria, en el que los alumnos que la visitaban podían participar (se ofrecía) y exponer sus actividades, para fomentar su formación.
155	SALÓN LOOK	Plataforma Alianza por la bajada del IVA	Plataforma Alianza por la bajada del IVA, integrada por profesionales y asociaciones del sector. La feria le apoya y le cede espacio en la feria. En ese espacio han presentado "Estudio sobre la importancia de la mujer en el sector de la imagen personal", para sensibilizar sobre la realidad de la igualdad de género en el sector.
156	SALÓN LOOK	Business meeting	Business meeting y congreso de estética. Ponencia sobre los distintos tipos de liderazgo en hombres y mujeres, entre otros, y ponencia de un profesional la psiquiatría sobre la gestión del estrés para fomentar el bienestar en el trabajo (importancia de invertir en bienestar). Ponencia enfocada a la estética en el paciente oncológico.
157	SALÓN LOOK	Congreso de estética	Congreso de estética. Fundación STANPA (fabricantes de cosmética), "Ponte guapa y te sentirás mejor". Forman a profesionales y reclutan voluntarios para ayudar a las mujeres con cáncer. Ponencia.
158	SALÓN LOOK	Cesión de espacio a Asociación	Cesión de espacio a asociación internacional (International Hair Awards) que premia la creatividad y el impulso al prestigio del mundo de la peluquería.
159	SALÓN LOOK	Cesión de espacio a Asociación	Cesión de espacio a la asociación de peluquería creativa española para la celebración de la pasarela y premios Figaro (para fomentar la marca España y el talento español).
160	SALÓN LOOK	Premios Look	Premios Look, organizado por IFEMA MADRID para impulsar el prestigio a los profesionales del sector. Se valora la trayectoria profesional en el sector, proyecto empresarial (estética y peluquería), diseños de salones, acción solidaria, proyecto de formación (mejor escuela). Además, se da un premio de honor de estética y peluquería a personajes relevantes del sector en relación con el emprendimiento.
161	SALÓN LOOK	Intercambios con asociaciones	Intercambios con asociaciones del sector (FANAE, ANEPE, STANPA, Club Figaro).
162	SALÓN LOOK	Cesión de espacio para formación del sector	Empresario de peluquería ha creado un Máster de Gestión Empresarial para peluquerías y centros de estética, donde enseña a este tipo de empresas. Nosotros le cedemos el espacio para impartir la formación.
163	FERIARTE	Precios especiales para grupos y asociaciones	La feria ofrece: -Amigos de los museos: invitación gratuita a la feria. -Asociaciones de arte: descuentos en la entrada.
164	FERIARTE	Foro FERIARTE	Foro FERIARTE: programa de conferencias y mesas redondas formativas sobre el siglo XIX.
165	FERIARTE	Colaboración con escuelas de arte	El Máster de Arte de la Universidad Rey Juan Carlos imparte las clases durante la celebración de la feria en abierto.
166	FERIARTE	Formación a alumnos del sector del arte	Personal en prácticas del máster de arte en un stand habilitado por la feria para fomentar el coleccionismo (presupuestos de iniciación).
167	FERIARTE	Jornada de puertas abiertas	Día de puertas abiertas para impulsar el arte en la sociedad.
168	FERIARTE	Entradas gratuitas para asociaciones	Entrada gratuita a la asociación MASNATUR (fundación para facilitar la calidad de vida de personas con discapacidad).
169	SIMO EDUCACIÓN	Zona Makers	Talleres prácticos organizados por los centros educativos. IFEMA MADRID cede el espacio y realiza el montaje.
170	SIMO EDUCACIÓN	Agenda de eventos	Jornadas sobre temas sociales: acciones menores a la tecnología, ansiedad en los estudiantes, educación emocional, relaciones tóxicas, etc.

(Continúa)

	Feria/evento	Título de la acción social	Descripción
171	SIMO EDUCACIÓN	I.T. GIRLS	Para potenciar a la mujer y las carreras STEAM. Mesas redondas, jornadas, talleres..., impartidos por mujeres.
172	SIMO EDUCACIÓN	Premio a las mejores experiencias docentes	Se presentan buenas prácticas que llevan a cabo en las aulas y reconocimiento a los premiados (diploma acreditativo a 14 y dos premios en tecnología e innovación). Una de las categorías es la de sostenibilidad, otra de igualdad, otra de escuela rural e inteligencia artificial.

Listado de acciones sociales o ambientales impulsadas por los empleados o a nivel institucional.

N.º	Acción social	Fecha	Descripción
1	Cesión de espacio para evento: Gran cocido de Lalín con sabor solidario - ONCE	Marzo de 2023	Cesión del pabellón (espacio gratuito) para la celebración del evento.
2	Donación a Fundación AMAS de 42 mesas de merendero	Junio de 2023	Donación de unas mesas de merendero que teníamos almacenadas y que no íbamos a utilizar más. En vez de tirarlas, las hemos donado a una ONG, además de evitar la generación de ese residuo.
3	Compra de segunda mano de portátiles y pantallas de DTI	Diciembre de 2023	IFEMA MADRID vende los equipos informáticos que ya no puede utilizar para que los compre de segunda mano el personal de la plantilla. Así se reduce la generación de residuos eléctricos y electrónicos.

Programa de voluntariado corporativo.

A través del programa de voluntariado corporativo, IFEMA MADRID canaliza el espíritu solidario de sus empleados, aportando aquellas horas de la jornada laboral que dediquen a los proyectos de voluntariado seleccionados desde la Dirección de Calidad y Sostenibilidad.

Para ello, se analizan iniciativas con perfil muy definido, que posibilite su integración con la dinámica laboral diaria, muy exigente y cambiante en lo que se refiere a horarios. Se busca:

- Que sean coordinadas desde ONG o fundaciones de solvencia probada.
- Que la actividad del voluntario sea acorde con sus habilidades.
- Que se lleve a cabo durante la jornada laboral.

El programa incluye actividades en continuidad que se realizan durante todo el año y proyectos puntuales con periodo de tiempo determinado.

A partir de enero de 2022, se incorporó el modelo digital combinado con la presencialidad, para aumentar el número de posibles beneficiarios.

Actividades en continuidad

Se han elegido de manera que exista una opción asistencial y otra más técnica, dando cobertura a personas con diferentes intereses y aptitudes:

- **Madre Coraje.** Logística en la selección y organización de ropa y accesorios.
- **Mensajeros de la Paz.** Acompañamiento y colaboración durante el servicio de desayunos en la Parroquia de San Antón.

En ambos casos se organiza en grupos que participan cada 15 días, durante unas dos horas cada uno.

Actividades puntuales

También se realizaron acciones puntuales de colaboración con algunas instituciones relacionadas con la formación y la motivación frente al abandono escolar.

Dada la variedad de conocimientos y oficios necesarios en el sector de ferias y eventos, las aportaciones pueden ser muy plurales, al tiempo que ayudaban a los empleados a poner en valor su experiencia.

Dentro de este tipo de colaboraciones, durante el ejercicio 2023 se llevaron a cabo estas actividades:

• Fundación Bertelsmann: proyecto Empresas que inspiran

- Visita de grupos de alumnos de 4º de la ESO de diferentes institutos a nuestras instalaciones con el objetivo de acercarlos a la realidad laboral y frenar el abandono escolar. Se celebraron tres acciones con el Colegio San Ignacio de Loyola (29 alumnos), el IES Dámaso Alonso (29 alumnos) y el IES Cardenal Herrera Oria (14 alumnos).

• Fundación Adsis: mesa multisectorial de debate de "Buenas prácticas del talento diverso"

El objeto de esta actividad era difundir experiencias prácticas sobre formas de trabajo diversas e inclusivas, enfocadas a:

- Realizar una adecuada preparación de entrevistas de trabajo, poniendo en valor la diversidad cultural y el proceso migratorio.
- Cómo la empresa puede enfocar procesos de selección de personal teniendo en cuenta la gestión de la diversidad.

La actividad se dividió en tres partes:

- Charla sobre procesos de selección en clave diversa e inclusiva por parte de la Dirección de Personas de IFEMA MADRID.
- Exposición por parte de las personas participantes sobre su proceso migratorio.
- Finalizó con una reflexión conjunta sobre talento inclusivo.

Por parte de IFEMA MADRID intervinieron tres personas de la Dirección de Personas, una de la Dirección de Calidad y Sostenibilidad, y contaron sus experiencias cuatro personas, de los departamentos de Facturación (Servifema), Compras, y Servicios FERIALES.

• Fundación Adsis: proyecto de entrevistas de trabajo

- *Role play* de entrevistas de trabajo con un alumno de FP en vistas a sus próximas prácticas con un profesional de IFEMA MADRID. El voluntario de IFEMA MADRID lleva a cabo la función de entrevistador. Las entrevistas se graban para utilizarlas como material de formación posteriormente (ocho entrevistas realizadas).

• Salesianos de Estrecho: Mentoring (nueva colaboración)

El programa de *Mentoring* es una iniciativa enfocada en luchar contra el fracaso escolar, incrementar la empleabilidad juvenil y dotar de un mayor número de herramientas al alumnado para su toma de decisiones.

El objetivo principal es el acompañamiento personal y la relación educativa entre un mentor y un alumno, para que este último desarrolle la autoestima, incremente la confianza y adquiera la motivación necesaria para continuar sus estudios y consiga los mecanismos para tener un criterio propio a la hora de elegir su futuro.

Se basa en encuentros entre profesionales de IFEMA MADRID y alumnos de 4º de la ESO para ayudarles a desarrollar, teniendo en cuenta la realidad del entorno profesional, las competencias personales, sociales y profesionales necesarias para su posterior inserción y desempeño en el mercado laboral.

El *Mentoring* es un programa transversal que refuerza las competencias en los alumnos a la vez que acerca el entorno profesional a los mismos.

Los destinatarios fueron alumnos que cursaban 4º de la ESO con la optativa de Economía.

Participaron 20 voluntarios de IFEMA MADRID, para 29 alumnas y alumnos.

• Fundación PROCLADE: taller *online* "Entiende tu nómina" (nueva colaboración)

- La Fundación PROCLADE trabaja para erradicar las situaciones de desigualdad en todo el mundo y contribuir a la mejora de la vida de las personas más vulnerables. Necesitaban, para personas que trabajan esporádicamente y no tienen los conocimientos suficientes para entenderla, alguien que les explicase cómo leer e interpretar una nómina. Nos trasladaron que el taller ayudó a informarse y a entender sus derechos a los asistentes.

• Campaña Reyes Magos con "Reyes Magos de Verdad"

En colaboración con "Reyes Magos de Verdad", IFEMA MADRID repartió 119 obsequios a personas en situación vulnerable, personas que habían escrito una carta pidiendo un regalo concreto, que sería el único que recibirían en esas fechas.

Fases de la campaña:

- Del 15 al 27 de noviembre los participantes debían apuntarse y elegir si se querían regalar a un niño, a una persona mayor, a una persona con discapacidad o bien si les era indiferente.
- La semana del 4 de diciembre se recibieron las cartas por parte de Reyes Magos de Verdad y se enviaron según lo solicitado.
- Del 14 al 18 de diciembre se recogieron los regalos en una sala de IFEMA MADRID, y se entregaron el viernes 22 de ese mes.

• Otras donaciones

- Recogida y donación de leche en verano para el Banco de Alimentos. Junio.
- Donación de mesas de picnic a la Fundación AMÁS (97 mesas). Junio.
- Cuadernos y lápices (de ferias o IFEMA MADRID) para "Vuelta al cole" de Plan International. Septiembre.
- Libretas, lápices y bolsas (de ferias o IFEMA MADRID), para "Vuelta al cole", para la Fundación Achalay. Septiembre.
- Material obsoleto (gafas virtuales) de IFEMA MADRID LAB para la Fundación Oxiria y Fundación Juan XXIII. Diciembre.
- Recogida y donación de comida para San Antón (Mensajeros de la Paz). Noviembre-diciembre.

Conclusiones

- A través del voluntariado *online*, se ha podido ampliar el número de beneficiarios sin tener en cuenta su localización, así como hacer más eficaz el tiempo de dedicación del voluntariado.
- Sin eliminar el voluntariado en continuidad, las opciones de acciones concretas en momentos determinados facilitan la adscripción al programa de un mayor número de miembros de la plantilla.
- Uno de los principales valores del personal de IFEMA MADRID es su experiencia en múltiples áreas y su capacidad de trasladar esos conocimientos. Además, destaca por su capacidad de empatizar y su compromiso.
- Durante el ejercicio 2023 se cumplieron los objetivos de crear un programa centrado en el apoyo educativo (incorporando el *mentoring* con los Salesianos Estrecho) y de cuantificar el número de beneficiarios directos en aquellos proyectos en que fuese posible.
- De cara a 2024, nos planteamos tres objetivos:
 - Mantener el voluntariado presencial (tanto en proyectos como en horas y personas), con los dos proyectos más arraigados (Mensajeros de la Paz y Madre Coraje) y los programas centrados en dar apoyo educativo (tanto presencial como *online*).
 - Una vez determinados los beneficiarios en 2023, nos proponemos no dar por terminada nuestra labor el año de la actividad y hacer seguimiento del aprovechamiento de ésta y del impacto en el beneficiario.
 - Seguir incorporando en la empresa la cultura de voluntariado.

Datos generales de voluntariado en 2023.

2023	Horas	Voluntarios
Enero	34	13
Febrero	50	24
Marzo	78	36
Abril	30	18
Mayo	43	19
Junio	24	9
Julio	16	5
Agosto	11	2
Septiembre	30	8
Octubre	24	10
Noviembre	62	17
Diciembre	25	8
Total	427	
Voluntarios sin duplicidades		54

Datos de beneficiarios del voluntariado en 2023.

Organización	Actividad	Beneficiarios directos
Fundación Adsis Navarra	Entrevistas	8
Salesianos Estrecho	Mentoring	29
Fundación Bertelsmann	Visita a IFEMA MADRID del Colegio San Ignacio de Loyola + charlas	29
Fundación Bertelsmann	Visita a IFEMA MADRID del IES Dámaso Alonso + charlas	29
Fundación Bertelsmann	Visita a IFEMA MADRID del IES Cardenal Herrera Oria + charlas	14
Adsis	Mesa redonda IFEMA MADRID	12
PROCLADE	Charla nóminas	9
Total		130

Datos de voluntariado por proyectos en 2023.

Proyecto	N.º de voluntarios	Horas	Valor en euros
Mensajeros de la Paz	13	243	6.347,16
Madre Coraje	6	66	1.723,92
Empresas que inspiran (Bertelsmann)	8	9	235,08
F. Adsis- Charlas motivacionales	7	22	574,64
F. Adsis- Entrevistas de trabajo	8	6	156,72
Mentoring Salesianos	20	78	2.037,36
Charla Fundación PROCLADE	1	3	78,36
Total de participantes (quitando duplicidades)	54	427	11.153,24

Alianzas.

Para IFEMA MADRID es especialmente relevante el ODS 17 **Alianzas para lograr los objetivos.**

La relación de IFEMA MADRID con otras empresas, instituciones y asociaciones sectoriales nos ayuda a impulsar nuestros principales objetivos:

- Impulsar la internacionalización.
- Apoyar el desarrollo de las empresas.
- Generar riqueza.

Todo ello dentro de las líneas marcadas por la sostenibilidad como actitud expresamente compartida.

Estas alianzas se pueden clasificar en cuatro bloques:

• Representantes sectoriales

Las ferias organizadas por IFEMA MADRID se desarrollan siempre según las necesidades y las expectativas de los diferentes sectores. Para obtener esa información y garantizar su actualización constante, cada certamen cuenta con un Comité Organizador en el que están presentes los principales agentes del sector.

Las ferias colaboran con las asociaciones relevantes del sector correspondiente, compartiendo con ellas el objetivo común de dinamizarlo, impulsar su conocimiento, su internacionalización y garantizar la rentabilidad de los participantes.

• Acuerdos estratégicos

Los acuerdos estratégicos afrontan los mismos objetivos desde una perspectiva más global. En 2023 están vigentes los siguientes acuerdos estratégicos, con el objetivo de posicionar a Madrid como una de las principales ciudades de ferias y congresos a nivel internacional, mejorar su conectividad o impulsar la movilidad sostenible:

IBERIA

El propósito de esta alianza estratégica es posicionar a Madrid como una de las principales ciudades de ferias y congresos a nivel internacional, mejorando su conectividad con el resto del mundo. El acuerdo facilita a los participantes de nuestros eventos descuentos importantes para los vuelos operados por la compañía y, de este modo, permite generar valor en el turismo de negocios. IBERIA es también entidad colaboradora de algunas citas como ARCOmadrid o MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID.

IBERDROLA

El objetivo de esta alianza es impulsar conjuntamente la movilidad sostenible y la electrificación del transporte. El compromiso se manifiesta mediante acciones como la puesta en marcha del primer aparcamiento sostenible público en un Recinto Ferial en España o la organización y la participación en actividades para el fomento y la divulgación de la movilidad eléctrica.

UBER

Con el objetivo de consolidar las anteriores iniciativas, en cuanto a la asociación con empresas que fomentan la movilidad sostenible, IFEMA MADRID ha llegado a un acuerdo con UBER, que está vigente desde octubre de 2023, con una duración de un año. En virtud de este acuerdo, IFEMA MADRID ha dispuesto puntos de recogida en sus accesos Norte y Sur para que la experiencia de los clientes que utilicen este tipo de transporte sea óptima.

RENFE

El acuerdo con RENFE está enfocado en ofrecer a los visitantes y expositores de IFEMA MADRID, procedentes de otras regiones de España, una alternativa de transporte distinta al vehículo privado. En virtud de este acuerdo, visitantes y expositores cuentan con unos descuentos exclusivos restringidos a las fechas de celebración de las ferias que se celebran en IFEMA MADRID. El acuerdo ha estado vigente desde el 1 de febrero de 2023 hasta el 31 de enero de este año.

IRYO

El acuerdo con IRYO tiene la misma filosofía que el de RENFE y está vigente desde el 1 de septiembre de 2023 hasta el 31 de agosto de este año 2024.

• Patrocinadores

- Colaboraciones en algunos de nuestros certámenes, para impulsar acciones concretas o la mayor relevancia de la convocatoria.

MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID (febrero + septiembre)

- MERCEDES-BENZ
- L'ORÉAL PARIS
- INDITEX
- IBERIA
- ALLIANZ
- MULTIÓPTICAS
- AEG
- HOTEL THOMPSON
- MARRUECOS
- IBERIA ESPACIO EXTRA
- ZAMORA COMPANY
- CLÍNICAS DORSIA
- COMUNIDAD DE MADRID

- ROWENTA
- MÁLAGA DE MODA
- ESNE
- GHD
- SCHWEPPES
- SOLÁN DE CABRAS
- ESDEN
- TIK TOK
- FOUR SEASONS HOTEL MADRID
- POLIMODA
- CASTILLA Y LEÓN
- KELLOGG'S

FITUR

- GUATEMALA
- PERÚ
- ADQUIVER
- AMEX
- MENORCA
- CAJAMAR
- SABRE
- NETFLIX
- CAF
- REPÚBLICA DOMINICANA

100X100 MASCOTA

- DYSON
- IUMIUKY MEDIASET
- ARION
- KIWOKO
- ARTERO

ARCOmadrid

- ALLIANZ
- SCHWEPPES
- FRÉDÉRIC MALLE
- TECHNOGYM
- IBERIA
- LEXUS
- AUARA INTERCAMBIO

GRAN CANARIA SWIM WEEK BY MODA CÁLIDA

- MARE DAMARE
- MAHOU
- MERCEDES-BENZ
- DE LAS HERAS
- FUND GRUBE
- IQOS
- PERNOD
- MULTIÓPTICAS
- ALFAPARF
- PERCHEL BEACH CLUB

FRUIT ATTRACTION

- ANDALUCÍA
- ROVENSA
- CAIXABANK
- CAJAMAR

Partners gastronómicos

- MAHOU
- COCA-COLA
- JDE

Lifestyle (ferias: MOMAD, INTERGIFT, BISUTEX y MADRIDJOYA)

- COLOMBIA

ESTAMPA

- ALHAMBRA

• Alianzas en los programas de voluntariado

Los programas de voluntariado corporativo se llevan siempre a cabo en alianza con una ONG, bien creando un programa *ad hoc* bien incorporándonos con programas ya existentes.

En el ejercicio 2023 esas alianzas se han llevado a cabo con:

- Fundación Bertelsmann/Empresas que inspiran.
- Fundación Adsis.
- Mensajeros de la Paz.
- Madre Coraje.
- Salesianos Estrecho.
- Fundación PROCLADE.

6.4 Información fiscal.

	2022	2023
Beneficios obtenidos por país	El resultado del ejercicio 2022 asciende a 1.930.097 €. La totalidad de los ingresos se han obtenido en España.	El resultado del ejercicio 2023 asciende a 7.053.406 €. La totalidad de resultados se han obtenido en España.
Impuestos sobre beneficios pagados	La liquidación del Impuesto sobre Sociedades 2022 presenta un saldo a devolver por importe de 476.887,30 €.	La liquidación del Impuesto sobre Sociedades 2023 presenta un saldo a devolver por importe de 334.366,57 €.
Subvenciones públicas recibidas	No se han recibido subvenciones públicas.	No se han recibido subvenciones públicas.

07.

Anexos.

07. Anexos.

ANEXO 1. Resultados de sostenibilidad de las ferias propias de IFEMA MADRID (check-list de sostenibilidad de ferias propias 2023).

Feria	Nota	Fecha
INTERGIFT (ed. feb.)	7,7	22/02/2023
BISUTEX (ed. feb.)	7,7	22/02/2023
MADRIDJOYA (ed. feb.)	7,9	22/02/2023
MOMAD (ed. feb.)	7,7	22/02/2023
FITUR	8,3	23/02/2023
MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID (ed. feb.)	7,5	27/02/2023
PROMOGIFT	6,1	01/03/2023
GENERA	7,6	08/03/2023
ARCOmadrid	8	10/03/2023
IBERZOO+PROPET	7,7	23/03/2023
MEAT ATTRACTION	8,1	31/03/2023
SEMANA DE LA EDUCACIÓN	7,7	11/04/2023
ANTIK PASSION Almoneda	6,9	03/05/2023
EXPOFRANQUICIA	7,5	25/05/2023
100X100 MASCOTA	6,8	05/06/2023
ORGANIC FOOD IBERIA + ECO LIVING	8,7	16/06/2023
SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN	7,2	20/06/2023
INTERGIFT (ed. sep.)	7,7	19/09/2023
BISUTEX (ed. sep.)	7,6	19/09/2023
MADRIDJOYA (ed. sep.)	7,7	19/09/2023
MOMAD (ed. sep.)	7,7	19/09/2023
MERCEDES-BENZ FASHION WEEK (ed. feb.)	7,3	11/10/2023
LIBER	7,5	11/10/2023
FRUIT ATTRACTION	8,5	17/10/2023
ESTAMPA	7,5	24/10/2023
GLOBAL MOBILITY CALL	8,3	14/11/2023
1001 BODAS	6,4	16/11/2023
C&R	7,9	23/11/2023
SALÓN LOOK	8,1	23/11/2023
FERIARTE	7,5	04/12/2023
SIMO EDUCACIÓN	7,6	18/12/2023

Nota media de sostenibilidad en ferias propias.

	2019	2020	2021	2022	2023
Nota media	7,08	7,3	7,08	7,4	7,63

Podemos concluir que el nivel es AVANZADO.

Acciones de sostenibilidad en ferias propias.

Además, IFEMA MADRID analiza todas las acciones de innovación, emprendimiento, sociales y ambientales puestas en marcha en cada una de las ferias.

Ratio de acciones de sostenibilidad en ferias propias.

	2019	2020	2021	2022	2023
Ratio	5,15	5,84	7,28	11,72	17,74

Por lo que se refiere a la tipología, en el ejercicio 2023 y en las ferias propias analizadas, se llevaron a cabo:

- 135 acciones de impulso a la innovación.
- 53 acciones de apoyo al emprendimiento.
- 172 acciones con carácter social.
- 166 acciones con repercusión medioambiental.

ANEXO 2. Cuestiones de desarrollo sostenible de 2023.

De las 26 cuestiones de desarrollo sostenible identificadas en el año 2023 y una vez realizada la evaluación, destacaron las siguientes cuestiones como relevantes (sin variaciones con el ejercicio anterior):

De carácter económico.

- Transparencia y buen gobierno.
- Procesos de innovación.

De carácter social.

- Accesibilidad.

De carácter ambiental.

- Movilidad y transporte.

Por último, se planifican las siguientes acciones/objetivos durante el año 2023, para las cuestiones relevantes (≥ 2,8 o priorización alta), y para otras que se acercan al nivel de relevancia (≥ 2,6):

Acciones/objetivos para las cuestiones de desarrollo sostenible relevantes.

Cuestiones de desarrollo sostenible	Priorización	¿Acción u objetivo?	Descripción	Realizado (Sí/No)
Transparencia y buen gobierno	ALTA (≥ 2,8)	Acción	Publicación del EINF auditado del año 2022 de IFEMA MADRID y Plan Director de RSC 2023-2026 en la web. Seguimiento de Sugerencias, Quejas y Reclamaciones.	Sí
Transparencia y buen gobierno	ALTA (≥ 2,8)	Acción	Inclusión en el Sistema Integrado de gestión de IFEMA MADRID de toda la documentación que a día de hoy no está controlada. Ejemplo: documentación económico-financiero, documentación tecnologías de la información, documentación control interno y <i>compliance</i> , etc.	Sí
Procesos de innovación	ALTA (≥ 2,8)	Objetivo	Objetivo de CRM y Visual Space.	Sí
Procesos de innovación	ALTA (≥ 2,8)	Acción	Implantar acciones de innovación en las ferias/ eventos propios de IFEMA MADRID.	Sí
Accesibilidad	ALTA (≥ 2,8)	Acción	Se ha levantado la no conformidad n.º 22-01. Además, está propuesto como objetivo dentro del Plan Director de RSC 2023-2026. Dar formación a la plantilla de negocio y operaciones.	Formación: sí Resto: en curso
Movilidad y transporte	ALTA (≥ 2,8)	Acción	Evento propio internacional organizado por IFEMA MADRID y celebrado anualmente en nuestras instalaciones: GLOBAL MOBILITY CALL. Implantar acciones de movilidad colectiva durante las ferias (autobús colectivo, descuentos transporte público, etc.)(acción a valorar en <i>check-list</i> sostenibilidad feria). <i>Parking</i> para coches eléctricos en el aparcamiento y <i>parking</i> para bicicletas y patinetes. Transporte público en la puerta sur de acceso a IFEMA MADRID. Grupo de movilidad sostenible (dentro del grupo de sostenibilidad) para impulsarla dentro de la organización.	Sí
Comunicación con las partes interesadas	MEDIA (≥ 2,6)	Acción	Comunicaciones internas en la intranet y en la nueva herramienta de comunicación interna (red social interna) Yammer. Mensajes en salvapantallas de ordenadores relacionados con la sostenibilidad. Grupo de trabajo comunicación interna.	Sí
Seguridad en las ferias	MEDIA (≥ 2,6)	Acción	Seguimiento ISO 22320. Impulsar acuerdos de colaboración con policía, Samur, red transporte, etc.	Sí
Seguridad en las ferias	MEDIA (≥ 2,6)	Objetivo	Objetivo de mejora operativo puesto en marcha de cara al año 2023 y auditoría externa del primer seguimiento de la ISO 22320.	Sí
Toneladas de CO ₂ emitidas a la atmósfera	MEDIA (≥ 2,6)	Objetivo	Ser neutros en carbono alcances 1 y 2 en el año 2026 (véase el Plan Director de RSC 2023-2026).	En curso
Toneladas de CO ₂ emitidas a la atmósfera	MEDIA (≥ 2,6)	Acción	Medición alcances 1 y 2 de la huella de carbono, intentando, si es posible, renovar el certificado "Calculo y reduzco".	Sí

Otras acciones para el resto de las cuestiones de desarrollo sostenible.

Cuestiones	Acción	Cumplimiento de la acción
Desempeño económico	Todos los objetivos relacionados con el incremento de facturación programados durante el año 2023 (5, 6, 7 y 8). Cumplir con el EBIDTA.	Pendiente datos de facturación
Desempeño económico internacional	Objetivo n.º 2: incremento del posicionamiento internacional de IFEMA MADRID y los ingresos por expositores y visitantes foráneos, así como la realización de proyectos en el exterior con respecto al año 2021. Objetivo n.º 3: mejora del posicionamiento turístico de Madrid.	Sí
Soborno y corrupción	Buenas prácticas profesionales. Seguimiento de la documentación de <i>compliance</i> y Canal Ético. Comité de Cumplimiento Normativo.	Sí
Procesos de emprendimiento	Implantar acciones de emprendimiento en las ferias/eventos propios que se celebren este año.	Sí
Normas de trabajo / Buenas prácticas hacia los consumidores	Objetivo n.º 16: reducir el porcentaje de reclamaciones contestadas fuera de plazo interno con respecto al 2022.	No se ha cumplido el objetivo. De cara al año que viene formación
Contribución al desarrollo económico local y sectorial	Incrementar la actividad ferial presencial con respecto al año anterior.	Sí
Igualdad	Seguimiento de los indicadores de personas del cuadro de mando relacionados con el porcentaje de mujeres en plantilla, el porcentaje de mujeres en puestos de mandos intermedios operativos y el porcentaje de mujeres en puestos de Dirección.	Sí
Seguridad alimentaria (comida)	Incorporar en el nuevo pliego de restauración que se ponga en marcha de cara a los años 2022-2023, la necesidad de que la empresa colaboradora que gestione las cocinas centrales las certifique en la ISO 22000 de seguridad alimentaria (acción a valorar en <i>check-list</i> de sostenibilidad en feria).	Sí, el pliego lo contempla
Servicios prestados a la sociedad	Objetivo n.º 19: impulsar la cultura del voluntariado en la empresa incrementando la participación.	Sí
Comunicación a las partes interesadas	Integrar la sostenibilidad en el grupo de comunicación interna de IFEMA MADRID.	Sí, la dirección de calidad y sostenibilidad forma parte del grupo
Desarrollo humano y formación en el trabajo	Realizar plan de formación de IFEMA MADRID. Personal de prácticas en ferias/eventos y en la institución para las diferentes áreas. Objetivo n.º 1: impulsar el cambio cultural en IFEMA MADRID mejorando las competencias en liderazgo durante los años 2023-2024.	Sí y formación en liderazgo en curso (prevista 2024)
Apoyo al desarrollo sostenible del sector	Seguir comunicando las guías de participación sostenible en ferias/eventos a la sociedad.	Sí
Recogida, transporte y gestión de residuos	Objetivo n.º 12: reducción de un 2% el ratio de generación de residuos con respecto al 2022. Objetivo n.º 13: incrementar el porcentaje de valorización de los residuos hasta un 84% durante el año 2023.	Sí, el de generación de residuos y no el de valorización
Consumo de energía	Objetivo n.º 10: reducir un 0,5% el ratio de consumo de electricidad con respecto al año 2022.	Sí

(Continúa)

Otras acciones para el resto de las cuestiones de desarrollo sostenible: (continuación).

Cuestiones	Acción	Cumplimiento de la acción
Consumo de agua	Consumo de agua. Seguimiento cartelería recomendando el cierre de grifos distribuida por aseos de toda la institución y flexibilización del teletrabajo.	Sí
Consumo de papel	Flexibilización del teletrabajo y digitalización.	Sí
Consumo de moqueta	Utilización de moqueta reciclable en zonas comunes y reciclarla en granza o parafina.	Sí
Consumo de alimentos y bebidas	Comunicar desde la feria la previsión de visitantes o de personas que van a acudir a un <i>catering</i> , para hacer una previsión de los alimentos necesarios, evitando desperdicios (acción a valorar en <i>check-list</i> de sostenibilidad en feria). Incluir en el pliego el aprovechamiento de los excedentes alimentarios.	Sí

ANEXO 3. Aspectos medioambientales significativos de 2023.

Los aspectos ambientales que en enero de 2023 han resultado significativos una vez realizada la evaluación fueron:

Aspectos ambientales directos e indirectos.

Como resultado de la evaluación, no se ha obtenido ningún aspecto ambiental significativo (> 12). Sin embargo, tomamos en este caso como significativos aquellos que más se acercan al valor de 12.

Aspectos ambientales significativos.

Aspecto directo/indirecto	¿Objetivo?	Descripción/justificación
Generación de mezcla de inertes con trazas de orgánicos (valor obtenido de 11,25)	Sí	Objetivo del Plan Director de RSC 2023-2026: destinar el 100% de los residuos a valorización. Es un objetivo global de todos los residuos, luego incluye también al papel/cartón, plásticos/envases vacíos y moqueta ferial, tanto segregada como mezclada.
Consumo de gas natural (valor obtenido de 11,25)	Sí	Objetivo del Plan Director de RSC 2023-2026: ser neutros huella de carbono alcances 1 y 2 y para ello hay que reducir el ratio de consumo de gas natural. También habrá un objetivo de mejora del año 2023 a este respecto.

La mayoría de los aspectos ambientales directos e indirectos se cuantifican en ratios y han descendido con respecto al año anterior. Además, la peligrosidad es baja, ya que la mayoría de todos los residuos tienen como destino el reciclado y el consumo de energía eléctrica procede de fuentes renovables.

Aspectos ambientales potenciales.

- Incendio/explosión: emisiones de gases.
- Incidente NRBQ: emisiones de partículas contaminantes al aire (radiaciones ionizantes, contaminantes químicos y/o biológicos por sabotaje).

IFEMA MADRID ha definido medidas preventivas para minimizar el riesgo de ocurrencia de todos los aspectos potenciales definidos, entre ellos, estos significativos.

Se han realizado simulacros antiincendios durante el año 2023.

ANEXO 4. Objetivos y acciones del Plan Director de RSC 2023-2026.

En el ejercicio 2023, estos fueron los objetivos y acciones recogidos en el Plan Director de RSC: cuatro de ellos son objetivos cuatrienales y otros con carácter anual:

Objetivo 1: ser neutros en carbono (alcances 1 y 2) en el año 2026.

Planes de acción a desarrollar o acciones a realizar	Plazo previsto	Estado
Puesta en marcha del proyecto de generación de energía fotovoltaica.	2024	En curso
Renovación del alumbrado por tecnología led de todas las instalaciones que falten.	2024 y 2025	Sin comenzar
Renovación y mejora energética del sistema de humectación en Edificio Sur.	2023	Retrasado. A realizar en 2024
Integración del sistema de control y medición de consumos energéticos.	2026	En curso
Incrementar el alcance de la ISO 50001 a todo el recinto ferial.	2023, 2024, 2025 y 2026	En curso
Mantener el origen 100% renovable certificado de la energía eléctrica suministrada en IFEMA MADRID y el parque de vehículos 0 emisiones.	Continuo	Realizado
Medir la huella de carbono alcances 1 y 2 para toda la institución y avanzar en la medición alcances 1, 2 y 3 para eventos propios.	Anualmente: alcances 1 y 2. 2026: alcances 1, 2 y 3.	Realizado
Acciones de concienciación a la plantilla para ahorro energético.	Continuo	Realizado

Objetivo 2: cero residuos a eliminación en 2026.

Planes de acción a desarrollar o acciones a realizar	Plazo previsto	Estado
Reducción del ratio de generación de residuos (t/M€ facturados) con respecto al año 2022 (reducir madera en stands, información a todos los montadores y expositores, vigilancia, etc.).	Continuo	Realizado
Elaboración y publicación de la <i>Guía de Participación Sostenible para Organizadores de Eventos</i> y comunicación de las otras dos guías de participación sostenible ya existentes (expositores y visitantes).	Nueva guía: 2023 Com.: continuo	Realizado
Eliminación de papeleras individuales en las zonas de trabajo y sustitución por puntos limpios de dos y cinco fracciones según las zonas y acciones de concienciación/comunicación sobre segregación.	2023	Realizado
Incluir en pliegos de agentes de residuos no peligrosos generales la obligación de destinar siempre a reciclado los Residuos No Peligrosos (RNP), ya sean en sus fracciones separadas o mezclados, así como los peligrosos (RP), estos últimos siempre que la tecnología lo permita.	Continuo	Realizado
Incluir en pliegos que supongan realizar trabajos operativos que generen residuos (p. ej.: mantenimiento, instalaciones, etc.), la obligación de gestionar sus residuos en sus instalaciones y conforme a lo establecido en la legislación, estando prohibido abandonarlos.	Continuo	Realizado
Los contratos para la gestión del residuo moqueta siempre asegurarán su reciclado final.	Continuo	Realizado

Objetivo 3: puesta en marcha y comunicación de "itinerarios accesibles" y alcanzar la "accesibilidad digital".

Planes de acción a desarrollar o acciones a realizar	Plazo previsto	Estado
Mantener el nivel de accesibilidad certificado para la web IFEMA MADRID: AA.	Anualmente	Realizado
Revisar y validar el/los itinerario(s) accesible(s)	2023	En curso. Se ha realizado protocolo de accesibilidad y se ha dado formación.
Ejecutar las pequeñas mejoras necesarias en las instalaciones y resto de infraestructuras dentro del recinto.	2026	En curso
Ejecutar las mejoras en estructuras necesarias para finalizar el/los itinerario(s) accesible(s).	2026	En curso
Señalización y comunicación de los itinerarios accesibles.	2026	En curso
Ejecutar el proyecto de accesibilidad en el Palacio Municipal de IFEMA MADRID.	2026	En curso

Objetivo 4: incremento continuado de los "niveles de satisfacción" de las partes interesadas con respecto a años anteriores (2022).

Planes de acción a desarrollar o acciones a realizar	Plazo previsto	Estado
Plan de encuestas de satisfacción sistematizado a partes interesadas (expositores, visitantes, operadores externos, proveedores, patrocinadores, medios de comunicación y trabajadores).	Continuo	Realizado
Análisis del NPS de cada colectivo comparativo con la edición anterior. Plan de acción en caso de desviación sobre lo esperado.	Anualmente	Realizado
Cálculo del NPS medio de todas las partes interesadas y comparativo del ejercicio anterior. Evaluación de los resultados.	Anualmente	Realizado

Objetivos anuales.

Plan de voluntariado corporativo 2023 centrado en el apoyo a la educación (véase el Anexo 1).	Realizado y cumplido. Se ha incrementado.
Incremento en 2023 de los puntos obtenidos en la Auditoría Familiarmente Responsable con respecto al año 2022.	Realizada la auditoría sin incremento de puntos.
Movilidad sostenible: reducir los trayectos realizados por la plantilla utilizando vehículos de combustión y potenciando el transporte colectivo y público con respecto al 2022.	No se ha realizado. Se intentó, pero no se pudo poner en marcha finalmente.
En relación con las ferias propias, incrementar con respecto al 2022: <ul style="list-style-type: none"> El ratio de acciones de sostenibilidad. El ratio de acciones de apoyo al emprendimiento. El ratio de acciones de apoyo a la innovación. 	Realizado y cumplido. Se han incrementado los ratios con respecto al año anterior.

ANEXO 5. Objetivos estratégicos.

Objetivos estratégicos para 2023.

N.º	Línea estratégica	Objetivo	Fecha prevista de finalización	Cumplido / No cumplido / en curso	Conclusión (cerrado / continúa)
1	Adecuación del liderazgo, la organización y sus capacidades	Impulsar el cambio cultural en IFEMA MADRID mejorando las competencias en liderazgo durante los años 2023-2024.	2024	En curso	Continúa durante el 2024, es a dos años
2	Internacionalización	Incremento del posicionamiento internacional de IFEMA MADRID y los ingresos por expositores y visitantes foráneos, así como la realización de proyectos en el exterior con respecto al año 2021.	2023	Cumplido	Se cierra. Se planificará un nuevo objetivo sobre este tema
3	Internacionalización	Mejora del posicionamiento turístico de Madrid.	2023	Cumplido	Se cierra. Se planificará un nuevo objetivo sobre este tema
4	Optimización	Optimizar la organización del calendario ferial y la actividad incorporando nuevos criterios de rentabilidad durante el año 2023.	2023	Cumplido	Se cierra
5	Digitalización	Impulsar los ingresos digitales, reduciendo la temporalidad, generando nuevos productos/servicios e impulsando los existentes.	2023	A falta del dato de facturación	Se cierra
6	Digitalización	Incremento de la facturación y de la satisfacción de los clientes con respecto al año anterior por la incorporación de herramientas informáticas, como CRM, Visual Space y Registro de visitantes.	2023	Cumplido	Se cierra
7	Diversificación	Reforzar la posición en eventos de público consolidando esta línea de negocio y aumentando la rentabilidad de los espacios en periodos valle durante el año 2023.	2023	A falta del dato de facturación	Se cierra
8	Diversificación	Impulsar la venta de servicios y el nivel de experiencia de cliente durante el año 2023.	2023	Cumplido	Se cierra. Se planificará un nuevo objetivo sobre este tema
9	Sostenibilidad	Impulsar la diversidad e inclusión, desarrollando un Plan de Accesibilidad y comenzar su implementación.	2023	Cumplido	Se cierra. Se planificará un nuevo objetivo sobre este tema
10	Sostenibilidad	Reducir un 0,5% el ratio de consumo de electricidad con respecto al año 2022.	2023	Cumplido	Se cierra. Se planificará un nuevo objetivo sobre este tema
11	Sostenibilidad	Reducir el ratio de emisiones de CO ₂ un 0,5% con respecto al año 2022.	2023	No cumplido, se ha reducido un 0,3%	Se cierra. Se planificará un nuevo objetivo sobre este tema

(Continúa)

N.º	Línea estratégica	Objetivo	Fecha prevista de finalización	Cumplido / No cumplido / en curso	Conclusión (cerrado / continúa)
12	Sostenibilidad	Reducción de un 2% del ratio de generación de residuos con respecto a 2022.	2023	Cumplido	Se cierra. Se planificará un nuevo objetivo sobre este tema
13	Sostenibilidad	Incrementar el porcentaje de valorización de los residuos hasta un 84% durante el año 2023.	2023	No cumplido	Se cierra. Se planificará un nuevo objetivo sobre este tema
14	Sostenibilidad	Mejorar la capacitación del personal de seguridad de IFEMA MADRID durante el año 2023 para lograr una respuesta eficaz ante situaciones de acoso sexual, acoso por razón de sexo o por orientación sexual e identidad y expresión de género.	2023	Cumplido	Cerrado
15	Sostenibilidad	Incrementar el ratio de acciones de sostenibilidad en ferias 2023 respecto a 2022.	2023	Cumplido	Cerrado
16	Sostenibilidad	Reducir el porcentaje de reclamaciones contestadas fuera de plazo interno con respecto a 2022.	2023	No cumplido	Se vuelve a repetir en 2024
17	Sostenibilidad	Incremento satisfacción de las partes interesadas con respecto a 2022.	2023	Cumplido	Se cierra
18	Sostenibilidad	Mejorar la capacidad de respuesta frente a contingencias externas ajenas a IFEMA MADRID mediante el desarrollo de un Plan de Continuidad de Negocio.	2023	Cumplido	Se cierra. Se planificará un nuevo objetivo sobre este tema
19	Sostenibilidad	Impulsar la cultura del voluntariado en la empresa incrementando la participación.	2023	Cumplido	Se cierra
20	Sostenibilidad	Implantar en IFEMA MADRID el modelo de control interno en el periodo 2023/2024.	2024	En curso	Continúa durante 2024, es a dos años
21	Proyectos singulares	Definición y avance en proyectos singulares que supondrán un incremento en las posibilidades de IFEMA MADRID y, consecuentemente, de su capacidad de implementar nuevas actividades.	2023	En curso	Durante 2023 cambia el proyecto singular prioritario

ANEXO 6. Riesgos operativos de 2023.

Los riesgos identificados en 2023 y su histórico en el tiempo son:

Riesgos identificados (2019-2024).

	2019 (enero 2019)	2020 (enero 2020)	2021 (enero 2021)	2022 (enero 2022)	2023 (enero 2023)	2024 (enero 2024)
N.º de riesgos totales identificados	76	98	110	126	125	139
N.º de riesgos relevantes identificados	31	10	17	16	15	14
Porcentaje de riesgos relevantes	40,78%	10,20%	15,45%	12,6%	12%	10,07%

Análisis de eficacia de las medidas/acciones implantadas en el año 2023 para reducir la magnitud o nivel de los riesgos (nivel del riesgo en enero de 2024 con respecto al nivel en enero de 2023).

	N.º total	N.º de riesgos a analizar	No eficaz N.º	Eficaz N.º	Eficaz por contención	Eficaz por mitigación
Riesgos totales identificados en 2023	139	125*	8**	117***	76	41

* Los riesgos de continuidad de negocio (126-139) se reevaluarán a mediados de año en una evaluación concreta, de la que se extraerán a esta evaluación aquellos con niveles de riesgo alto/importante y de los moderados aquellos que requieren medidas preventivas adicionales, actualizándose.

** Ha subido el nivel de riesgo con respecto al año anterior.

*** El nivel de riesgo se ha contenido (se mantiene) o se ha mitigado (se ha reducido).

El 93,6% de las acciones puestas en marcha para contener o mitigar los riesgos han sido eficaces.

Evolución de los niveles globales de riesgo a nivel institucional.

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Nivel de riesgo (1-25)	12,26	7,95	8,71	8,35	8,05	7,27

El nivel de riesgo se ha reducido un 40,75% desde el año 2019, consiguiendo niveles de riesgo inferiores a los alcanzados en la prepandemia (2020).

Listado de riesgos del año 2023.

- Del 1-110 son riesgos ya identificados en el año 2021.
- Del 111-125 son riesgos identificados en enero de 2022.
- 126 es un riesgo identificado en enero de 2023.
- Del 127-139 son riesgos identificados en septiembre de 2023 (derivados de la implantación del Sistema de continuidad de negocio).

N.º	Riesgos de 2023
1	No se cumple el presupuesto de ingresos y gastos previamente acordado. No se alcanzan los resultados previstos o se producen nuevos gastos no planificados o planificados de una cuantía menor. Afecta al resultado económico.
2	Condiciones de la plantilla mermadas como consecuencia de los efectos de la pandemia en nuestro modelo de negocio.
3	Falta de perfiles profesionales en el entorno digital.
4	Utilización confusa o fraudulenta por parte de clientes de la imagen y logotipo de IFEMA MADRID, afectando a nuestra marca.
5	Se incumple por parte de personal de IFEMA MADRID, o de una empresa colaboradora, el protocolo PER-PT-21.01 Reglas generales de comportamiento para personal que trabaje de cara al cliente.
6	No se ejecutan los planes de acción definidos para cada objetivo estratégico establecido, de manera que no se minimizan los riesgos ni se aprovechan las oportunidades de mejora detectadas y evaluadas como relevantes.
7	Pérdida reputacional ante denuncias por incumplimientos legales detectados (accidentes u otro tipo de situaciones de emergencia, prácticas ilegales, ausencia de itinerarios accesibles, otras acciones en materia de accesibilidad, etc.).
8	Pérdida reputacional ante publicación de noticias falsas debidas a una mala interpretación de la realidad.
9	No se ejecutan las acciones correctivas de cara a solucionar las no conformidades detectadas.
10	No se respetan y aplican algunos procedimientos por falta de conocimiento de la plantilla.
11	La información no está accesible en tiempo y forma para poder completar los indicadores en los plazos marcados para medición y seguimiento.
12	Se retrasan o no se realizan los controles operacionales definidos en la planificación en tiempo.
13	Los indicadores se interpretan de forma diferente en algunas de las tomas de datos.
14	No se ejecutan las acciones para la solución de las desviaciones detectadas en los indicadores.
15	No se registran correctamente las sugerencias, quejas y reclamaciones, lo que dificulta su interpretación y seguimiento.
16	Las quejas y reclamaciones no obtienen respuesta en el plazo previsto.
17	No se establecen, o si se establecen no se ejecutan, las acciones para la solución de las reclamaciones.
18	No se realizan las encuestas de satisfacción de expositores y visitantes con el nivel de respuesta necesaria para extraer conclusiones válidas.
19	No se ofrecen las alternativas suficientes al resto de clientes que no sean expositores y visitantes para trasladar su valoración sobre la experiencia en IFEMA MADRID.
20	Las auditorías internas no se realizan con la frecuencia y extensión necesaria.
21	Falta de cualificación/competencia del auditor.
22	No se establecen, o si se establecen no se ejecutan, las acciones para la solución de las no conformidades detectadas.
23	Algunos acuerdos institucionales no reflejan claramente los derechos y obligaciones de cada una de las partes.
24	El informe de revisión por la dirección es incompleto.

(Continúa)

Riesgos identificados (2019-2024) (continuación).

N.º	Riesgos de 2023
25	No se contrasta el rigor de las fuentes utilizadas.
26	Los colaboradores sectoriales no cuentan con el suficiente poder de representación.
27	La definición de la feria no traslada correctamente los requisitos planteados por los potenciales clientes.
28	Las necesidades de superficie de la feria no encajan en el espacio disponibles en las fechas adecuadas para su celebración.
29	Inexactitud o errores en la información recogida en la Ficha de feria (ferias propias o externas) o bien en la oferta comercial (resto de eventos).
30	No se cuenta con toda la información necesaria con lo que se retrasa el lanzamiento de la feria/evento.
31	Se ha comprometido una capacidad por encima de la disponible con lo que no se puede dar respuesta a todas las solicitudes de clientes.
32	Como consecuencia del incumplimiento presupuestario, hay que limitar las acciones de marketing destinadas a visitantes con el riesgo de no alcanzar el nivel de convocatoria necesario.
33	La información y mensajes utilizados en la comercialización es ambigua y puede producir confusión en las expectativas de los clientes.
34	Las infraestructuras no están correctamente preparadas para prestar los servicios comprometidos.
35	Inexactitud o errores en la transmisión de información referente a los servicios contratados por expositores.
36	Riesgo de seguridad con respecto a las mercancías que trasladan a la feria los expositores.
37	Riesgo físico (seguridad de las personas) durante los días de montaje de la feria.
38	El montaje de todos los stands no se termina en el plazo señalado, impidiendo la correcta actuación de los servicios de limpieza y la adecuada preparación del pabellón.
39	Como consecuencia del no cumplimiento de presupuesto, no pueden llevarse a cabo adecuaciones previstas en pabellones (zonas comunes, decoración, etc.) comprometidas con los clientes.
40	No presentación de expositores a última hora, dejando vacío el espacio contratado para su participación.
41	Las salas de conferencias y actividades no están dotadas con las necesidades previamente solicitadas.
42	Circunstancias externas (huelgas, averías, accidentes, etc.) impiden el acceso correcto de visitantes al recinto.
43	Riesgo físico durante la celebración, montaje y desmontaje de ferias y espectáculos públicos.
44	Riesgo de intoxicación alimentaria durante la celebración de la feria.
45	Riesgo de seguridad sobre las mercancías de los expositores en el período de salida de mercancías.
46	Riesgo físico durante los días de desmontaje de la feria.
47	No se termina el desmontaje en el plazo y horario previsto, suponiendo una grave incidencia para el siguiente montaje.
48	No se cuenta con la información convenientemente procesada (número de visitantes, procedencia, etc.).
49	Se producen desajustes entre los datos económicos de las distintas fuentes.
50	No se cuenta con las certificaciones solicitadas para aplicar a la celebración de un congreso, feria o evento internacional.
51	No existe posibilidad de encajar el evento externo entre el calendario de certámenes propios.
52	La información proporcionada por el operador sobre las necesidades de los expositores no es completa.
53	No se cuenta con información que debería de aportar el organizador externo.
54	Se incumple la Ley de Contratación Pública.

(Continúa)

N.º	Riesgos de 2023
55	El contenido del pliego no contempla las exigencias mínimas al proveedor en materia de cumplimiento legal, calidad, medioambiente, energía, seguridad, etc.
56	Se incumple la legislación ambiental en materia de residuos, productos químicos, mercancías peligrosas, vertidos y/o emisiones a la atmósfera.
57	Se están destinando los residuos valorizables a eliminación.
58	Se incumple la norma interna de medioambiente, energía y sostenibilidad de eventos distribuida a personal de IFEMA MADRID, empresas colaboradoras, expositores, organizadores externos y visitantes.
59	Se incumple el convenio y la ley sociolaboral de aplicación en IFEMA MADRID.
60	Algún proveedor o cliente incumple los principios de gobierno para el desarrollo sostenible de IFEMA MADRID.
61	No hay control sobre los contenidos de conferencias o congresos, pudiendo incluir mensajes contrarios a nuestros principios de gobierno para el desarrollo sostenible.
62	La publicidad de clientes en nuestro recinto puede incluir mensajes contrarios a nuestros principios de gobierno para el desarrollo sostenible.
63	Se incumple la ley en materia de seguridad industrial (mantenimientos reglamentarios alta tensión, baja tensión, equipos a presión, instalaciones térmicas, etc.).
64	El plan de mantenimiento preventivo no es adecuado: faltan equipos, se incumple con las frecuencias establecidas, las frecuencias no son las adecuadas según lo definido en los manuales de instrucciones de la maquinaria, etc.
65	Mediciones en continuo obtenidas con equipos (contadores) no sometidos a control periódico (verificación interna).
66	Verificaciones internas realizadas con patrones que no han sido calibrados o verificados externamente.
67	No se definen acciones, o si están definidas no se ejecutan, para la solución de las desviaciones energéticas detectadas.
68	Dificultad para la detección de desviaciones en los consumos por no estar unificado el sistema de control.
69	Dificultad para poder ampliar el alcance de la certificación ISO 50001 a corto plazo por no disponer en SMARTIA de todas las variables que miden el consumo de toda la instalación integradas.
70	Los grupos electrógenos que operan solo en emergencias de caídas de la red eléctrica que podrían suponer la puesta en marcha. Este tipo de focos tienen un potencial de contaminación mayor ya que queman gasóleo frente a gas natural.
71	Los contadores de la distribuidora no están verificados.
72	Fallos en la lectura de los consumos que realiza la comercializadora (errores humanos).
73	Fallos en los datos que vuelca la comercializadora en la factura (errores humanos).
74	Se incumple la legislación de prevención de riesgos laborales o de coordinación de actividades empresariales.
75	No se cumple con las medidas preventivas planteadas para la minimización de los riesgos laborales detectados y evaluados (golpes, choques, cortes, atropellos, caídas al mismo nivel, caídas a distinto nivel, caídas de objetos, etc.).
76	La prestación del servicio (vigilancia, detectives, restauración, limpieza, accesos, botiquín, azafatas, etc.) no cumple con lo solicitado o contratado.
77	No se cuenta con la valoración necesaria por parte del centro gestor (evaluación periódica de la empresa colaboradora por el centro gestor o cliente interno).
78	Se incumple con la estructura de mando y control definida para un evento como necesaria.
79	No se comunican los planes de seguridad o normas operativas de un evento a las partes interesadas.
80	No se constituye un EAE en uno o varios pabellones o en uno o varios eventos.
81	No se puede prever el viaje con la suficiente antelación para conseguir las mejores condiciones.

(Continúa)

Riesgos identificados (2019-2024) (continuación).

N.º	Riesgos de 2023
82	Se detecta incumplimiento legal.
83	Se detecta incumplimiento en materia de protección de datos.
84	Desconocimiento de las actualizaciones que se producen en la legislación aplicable en las diferentes materias técnicas de IFEMA MADRID (seguridad industrial, calidad, medioambiente, energía, prevención riesgos laborales, etc.).
85	Retraso en la solución de no conformidades que tengan como participante de la misma o parte responsable la Administración (puestas en servicio de industria, licencias de obra, o, cualquier otro tipo de <i>feedback</i> necesario con la Administración pública) debido a la excesiva lentitud de las administraciones públicas en materia de urbanismo, industria y medioambiente.
86	Quedarnos obsoletos a la hora de comunicarnos con nuestros clientes de manera personalizada.
87	Errores en el control de datos por fallos humanos ante la ausencia de herramientas digitales.
88	Fallos en la comunicación interna debidos a errores humanos ante la ausencia de herramientas digitales.
89	Solapamiento de sectores y competencia mutua en ferias propias.
90	Falta de posicionamiento de nuestras ferias como marcas internacionales.
91	Falta de eficacia/falta de recursos de nuestras ferias a la hora de promover las relaciones comerciales internacionales.
92	No identificar los nichos de mercado y no reaccionar con la suficiente rapidez ante las oportunidades detectadas.
93	Error en la determinación del aliado adecuado.
94	Imprecisa definición de las responsabilidades de cada parte durante el establecimiento de alianzas con otros operadores.
95	Falta de control de aspectos económicos y legales del país donde se organiza el evento o consultoría.
96	Fallo en la selección de visitantes internacionales.
97	Coste excesivo de las acciones de captación de expositores y visitantes internacionales.
98	Pérdida de expositores y de visitantes en nuestras ferias propias debido a la inestabilidad económica.
99	Pérdida de contratos de eventos externos debido a la inestabilidad económica.
100	Pérdida de cuota de negocio debido a la competencia con otros operadores más ágiles, más digitalizados o más internacionalizados.
101	Pérdida de cuota de negocio debido a la competencia desleal por parte de otros operadores nacionales apoyados económicamente.
102	Problemas de valoración a efectos de la aplicación de la Ley de Contratos del Estado.
103	Pérdida de oportunidades (trabajar con proveedores que ofrecen mejores condiciones técnicas) por aplicación estricta de la Ley de Contratación Pública.
104	Ralentización de procesos de aprovisionamiento.
105	Insatisfacción de una parte interesada/grupo de interés de IFEMA MADRID porque no se detecta una necesidad o expectativa suya, luego no se tiene en cuenta a la hora de diseñar nuestro producto (feria) o de comercializar nuestro servicio.
106	Pérdida de proyectos internacionales externos debido a la competencia desleal por parte de otros operadores nacionales apoyados económicamente.
107	Riesgo de incendio.
108	Incidente NRBQ.
109	Vinculación de la marca IFEMA MADRID a empresas con reputación empresarial negativa.
110	Incumplimiento por parte del socio de los compromisos adquiridos con IFEMA MADRID.

(Continúa)

N.º	Riesgos de 2023
111	Fallos de coordinación entre departamentos (horizontal y vertical) que generan una mayor probabilidad de errores e ineficiencias.
112	Desconexión por parte de la plantilla de aquellas decisiones que no comparte/comprende/conoce, con falta de sensación de pertenencia.
113	Mayor probabilidad de error en las tomas de decisiones estratégicas, por no involucrar a los directores/mandos intermedios del área responsable.
114	Generación de desigualdades que provocarán desafección hacia la empresa, pérdida de compromiso y pérdida de responsabilidad, además de influir en la generación de mal ambiente.
115	Falta de reacción organizada frente a contingencias externas no evitables.
116	Decisiones que toman los responsables de proyectos sin información económica suficiente, multiplicando la posibilidad de que sean erróneas.
117	Pérdida de contratos por aparición de nuevos espacios, algunos de ellos singulares, para la realización de ferias y eventos.
118	Inadecuación entre nuestro modelo de negocio tradicional y la mayoría de nuestros recursos, con el nuevo modelo digital que está imponiendo el mercado.
119	El incremento en costes fijos supondrá una carga en los presupuestos globales y en los de cada certamen, reduciendo el margen.
120	Corrupción pasiva (en contratación de servicios, organización de ferias, aceptación de regalos, etc.).
121	Corrupción activa (en la venta, ofreciendo regalos, condiciones especiales, etc.).
122	Incumplimiento de la legislación de seguridad en lo referente a planificación de los espacios, condiciones mínimas, etc.
123	Incumplimiento de la Ley de Seguridad Privada.
124	Incumplimiento de la normativa recogida en el Código Técnico de la Edificación en lo referente a ampliaciones u obras de mantenimiento.
125	Ausencia de medidas de accesibilidad, incumpliendo de criterios DALCO.
126	Errores de configuración de los sistemas.
127	Incumplimiento legal - Incumplimiento en materia de coordinación de actividades empresariales (por estrés, calendario ferial, etc.).
128	Incumplimiento legal - Incumplimiento de la normativa aduanera en participaciones internacionales.
129	Desastre en CPD -2 (Salida fuera de la red/ interconexión con los pabellones con la red).
130	Sistemas - Desastre en CPD 1.
131	Sistemas - Fallo en la integridad de la información.
132	Proveedores - Falta de servicio o interrupción de su prestación por parte de los proveedores (concurso desierto, quiebra de empresa, personal disponible, falta de planificación en la contratación, falta de planificación del proveedor, huelgas, etc.).
133	Instalaciones - Fallo de los grupos de emergencia.
134	Personas - Baja del director general.
135	Incumplimiento legal - Incumplimiento en materia de seguridad y/o autoprotección.
136	Información - Difusión de información falsa perjudicial para la reputación de IFEMA MADRID o sus eventos, personal, etc., o lesiva incidiendo en la celebración de alguna feria.
137	Información - Conocimiento y difusión de información privada de IFEMA MADRID que pueda ser perjudicial para su actividad.
138	Información - Publicación de una información errónea que no se detecte a tiempo y lleve consigo consecuencias negativas para la reputación y/o actividad.
139	Información - Utilización fraudulenta o inadecuada de la marca.

ANEXO 7. Cuadro de mando de indicadores de 2023.

Cuadro de mando integral de indicadores de 2023.

N.º	Indicador	Proceso	Cuadro de resultados clave	Cuadro de mando de procesos	Cuadro de mando de la cultura	Cuadro de mando de sostenibilidad	Cuadro de mando de negocio
1	Grado de cumplimiento de objetivos de mejora al año (porcentaje)	Planificación estratégica	•	•			
2	N.º de no conformidades detectadas en auditoría interna	Diseño, mejora y control de procesos		•			
3	Porcentaje de no conformidades cerradas	Diseño, mejora y control de procesos		•			
4	Porcentaje de documentación SIG revisada	Diseño, mejora y control de procesos		•			
5	Porcentaje de indicadores con desviaciones al año	Diseño, mejora y control de procesos		•			
6	N.º de sugerencias al año	Gestión de sugerencias, quejas y reclamaciones		•	•	•	
7	N.º de quejas al año	Gestión de sugerencias, quejas y reclamaciones		•	•	•	
8	N.º de reclamaciones al año	Gestión de sugerencias, quejas y reclamaciones		•	•	•	
9	Media de número de días de contestación de reclamaciones	Gestión de sugerencias, quejas y reclamaciones		•	•	•	
10	Porcentaje de reclamaciones contestadas fuera de plazo interno	Gestión de sugerencias, quejas y reclamaciones	•	•	•	•	
11	Porcentaje de reclamaciones contestadas fuera de plazo legal	Gestión de sugerencias, quejas y reclamaciones		•	•	•	
12	Media NPS de expositores para eventos propios/coorganizados	Experiencia de cliente		•	•	•	
13	Media NPS de visitantes para eventos propios/coorganizados	Experiencia de cliente		•	•	•	
14	NPS de patrocinadores	Experiencia de cliente		•	•	•	
15	NPS de organizadores externos	Experiencia de cliente		•	•	•	
16	NPS de proveedores	Experiencia de cliente		•	•	•	

(Continúa)

N.º	Indicador	Proceso	Cuadro de resultados clave	Cuadro de mando de procesos	Cuadro de mando de la cultura	Cuadro de mando de sostenibilidad	Cuadro de mando de negocio
17	NPS de trabajadores	Gestión de las personas. Necesidades y expectativas de las partes interesadas		•	•	•	
18	NPS de medios de comunicación	Experiencia de cliente		•	•	•	
19	Media NPS de clientes (expositores, visitantes, organizadores externos y patrocinadores)	Experiencia de cliente	•	•	•	•	
20	Media NPS de partes interesadas al año	Necesidades y expectativas de las partes interesadas	•	•	•	•	
21	Contribución de IFEMA MADRID al desarrollo económico local de la ciudad de Madrid (porcentaje del PIB)	Planificación estratégica	•	•	•	•	
22	N.º de incidencias detectadas al año en materia de mantenimiento (averías)	Mantenimiento de infraestructuras		•		•	
23	N.º de incidencias detectadas en materia de seguridad	Seguridad de las personas		•		•	
24	N.º de incidencias detectadas en los planos de seguridad	Seguridad de las personas		•		•	
25	N.º de incidencias detectadas en materia de tratamiento de datos de carácter personal	Tratamiento de datos de carácter personal		•		•	
26	N.º de incidencias detectadas en los despliegues de sistemas	Seguridad TIC		•		•	
27	N.º de incidencias de ciberseguridad detectadas	Seguridad TIC		•		•	
28	Ratio de generación total de residuos	Gestión ambiental. Sostenibilidad de eventos	•	•	•	•	
29	Ratio de generación de residuos peligrosos	Gestión ambiental. Sostenibilidad de eventos		•	•	•	
30	Ratio de generación de residuos no peligrosos	Gestión ambiental. Sostenibilidad de eventos		•	•	•	
31	Porcentaje de residuos generados valorizados	Gestión ambiental. Sostenibilidad de eventos	•	•	•	•	
32	Ratio de consumo de agua potable	Gestión ambiental. Sostenibilidad de eventos		•	•	•	

(Continúa)

Cuadro de mando integral de indicadores de 2023 (continuación).

N.º	Indicador	Proceso	Cuadro de resultados clave	Cuadro de mando de procesos	Cuadro de mando de la cultura	Cuadro de mando de sostenibilidad	Cuadro de mando de negocio
33	Porcentaje de agua regenerada con respecto al total del consumo de agua (porcentaje)	Gestión ambiental. Sostenibilidad de eventos		•	•	•	
34	Ratio de consumo de electricidad	Gestión ambiental. Sostenibilidad de eventos. Gestión energética	•	•	•	•	
35	Ratio de consumo de gas natural	Gestión ambiental. Sostenibilidad de eventos. Gestión energética	•	•	•	•	
36	Ratio de consumo de moqueta	Gestión ambiental. Sostenibilidad de eventos		•	•	•	
37	Ratio de consumo de papel al año	Gestión ambiental. Sostenibilidad de eventos		•	•	•	
38	Ratio de tCO ₂ emitidas	Gestión ambiental. Sostenibilidad de eventos. Gestión energética	•	•	•	•	
39	Media del nivel de sostenibilidad de los eventos propios	Sostenibilidad eventos		•	•	•	
40	Ratio de acciones de sostenibilidad por evento propio	Sostenibilidad eventos	•	•	•	•	
41	N.º de horas cedidas por la empresa en proyectos de voluntariado	Voluntariado corporativo	•	•	•	•	
42	Porcentaje de plantilla dedicada al voluntariado	Voluntariado corporativo	•	•	•	•	
43	N.º de beneficiarios del voluntariado	Voluntariado corporativo	•	•	•	•	
44	N.º de simulacros al año	Autoprotección. Gestión ambiental		•		•	
45	N.º de personas externas formadas en gestión de emergencias al año	Autoprotección. Gestión de las personas		•		•	
46	N.º de personas de IFEMA MADRID formadas en gestión de emergencias al año	Autoprotección. Gestión de las personas		•		•	
47	N.º de horas de formación de personal externo en gestión de emergencias al año	Autoprotección. Gestión de las personas		•		•	
48	N.º de horas de formación de personal de IFEMA MADRID en gestión de emergencias al año	Autoprotección. Gestión de las personas		•		•	
49	Índice de frecuencia en accidentabilidad	Prevención de riesgos laborales		•		•	

(Continúa)

N.º	Indicador	Proceso	Cuadro de resultados clave	Cuadro de mando de procesos	Cuadro de mando de la cultura	Cuadro de mando de sostenibilidad	Cuadro de mando de negocio
50	Índice de rotación de empleados	Gestión de las personas		•		•	
51	Porcentaje de contratos fijos	Gestión de las personas		•		•	
52	N.º de empleados formados/ N.º de puestos de formación	Gestión de las personas		•	•	•	
53	Horas de formación recibidas por el personal de IFEMA MADRID	Gestión de las personas		•	•	•	
54	Porcentaje de mujeres en plantilla	Gestión de las personas		•	•	•	
55	Porcentaje de mujeres en mandos intermedios en puestos operativos	Gestión de las personas		•	•	•	
56	Porcentaje de mujeres en puestos directivos	Gestión de las personas		•	•	•	
57	Porcentaje de plantilla que no alcanza la puntuación mínima establecida para el rol asignado a la competencia	Gestión de las personas		•	•	•	
58	N.º de compras menores realizadas	Gestión de las compras		•			
59	N.º de expedientes gestionados al año	Gestión de las compras		•			
60	Media de valoración global de proveedores evaluados al año	Gestión de las compras		•		•	
61	N.º medio de empresas concurrentes por licitación	Gestión de las compras		•		•	
62	Incremento del número de visitantes al año con respecto al año anterior (porcentaje)	Comercialización		•			•
63	Incremento del número de visitantes digitales con respecto al año anterior (porcentaje)	Comercialización	•	•	•	•	•
64	Incremento del número de visitantes internacionales con respecto al año anterior (porcentaje)	Comercialización	•	•	•		•
65	Porcentaje de visitantes internacionales profesionales al año	Comercialización		•	•		•
66	Incremento del número de expositores con respecto al año anterior (porcentaje)	Comercialización		•			•
67	Incremento del número de expositores digitales con respecto al año anterior (porcentaje)	Comercialización	•	•	•	•	•
68	Incremento del número de expositores internacionales con respecto al año anterior (porcentaje)	Comercialización	•	•	•		•

(Continúa)

Cuadro de mando integral de indicadores de 2023 (continuación).

N.º	Indicador	Proceso	Cuadro de resultados clave	Cuadro de mando de procesos	Cuadro de mando de la cultura	Cuadro de mando de sostenibilidad	Cuadro de mando de negocio
69	Porcentaje de expositores internacionales al año	Comercialización		•	•		•
70	Incremento del número de eventos/congresos internacionales con respecto al año anterior	Comercialización	•	•			•
71	Incremento de m² vendidos con respecto al año anterior (porcentaje)	Comercialización	•	•			•
72	N.º de nuevos canales incorporados (LIVE Connect)	Comercialización	•	•	•		•
73	Incremento del número de personas de la comunidad con respecto año anterior (porcentaje)	Comercialización	•	•	•		•
74	N.º de nuevos eventos propios/coorganizados viables	I+D. Nuevos proyectos		•	•		•
75	N.º de nuevos servicios incorporados	Comercialización		•	•		•
76	N.º de nuevos patrocinadores/ <i>partners</i>	Comercialización		•			•
77	Porcentaje de patrocinadores o <i>partners</i> que repiten	Comercialización		•			•
78	N.º de ferias digitales y/o híbridas celebradas	Producción digital de ferias/eventos. Producción presencial ferias/eventos		•	•		•
79	N.º de proyectos en el exterior	Comercialización	•	•	•		•
80	N.º de ferias propias con carácter de internacional	Comercialización	•	•	•		•
81	N.º total de eventos de público celebrados al año	Necesidades y expectativas de las partes interesadas		•	•		•
82	Media del ratio de ocupación de pabellones al año	Producción presencial ferias/eventos: preparación, celebración y desmontaje		•			•
83	Índice de rotación de pabellones al año	Producción presencial ferias/eventos: preparación, celebración y desmontaje	•	•			•
84	Porcentaje de ferias que cumplen o superan el presupuesto	Definición estratégica feria/evento, seguimiento y lanzamiento de feria/evento		•			•
85	Incremento del precio medio de venta con respecto al año anterior (porcentaje)	Definición estratégica feria/evento, seguimiento y lanzamiento de feria/evento		•			•

(Continúa)

N.º	Indicador	Proceso	Cuadro de resultados clave	Cuadro de mando de procesos	Cuadro de mando de la cultura	Cuadro de mando de sostenibilidad	Cuadro de mando de negocio
86	Incremento de la facturación de patrocinios con respecto al año anterior (porcentaje)	Comercialización	•	•			•
87	Incremento de la facturación de servicios con respecto al año anterior (porcentaje)	Comercialización	•	•			•
88	Incremento de la facturación de eventos externos con respecto al año anterior (porcentaje)	Comercialización	•	•			•
89	Incremento de la facturación global con respecto al año anterior (porcentaje)	Gestión económico-financiera. Planificación estratégica		•	•		•
90	Incremento de los ingresos por conciertos, festivales y espectáculos (porcentaje)	Gestión económico-financiera. Planificación estratégica	•	•			•
91	Incremento de los ingresos digitales (porcentaje)	Gestión económico-financiera. Planificación estratégica	•	•			•
TEMP.	Cumplimiento del presupuesto (EBIDTA). (SÍ/NO)	Gestión económico-financiera. Planificación estratégica	•	•			•
TEMP.	N.º de personas formadas en liderazgo	Gestión de las personas	•	•	•	•	•
TEMP.	N.º de horas de formación/persona en liderazgo	Gestión de las personas	•	•	•	•	
TEMP.	N.º de horas de formación en materia de accesibilidad	Gestión de las personas	•	•	•	•	
TEMP.	N.º de personas formadas en materia de acoso sexual	Gestión de las personas. Autoprotección	•	•		•	
TEMP.	N.º de personas formadas en plan de continuidad de negocio	Gestión de las personas	•	•		•	•
TEMP.	Grado de cumplimiento de hitos en implantación del sistema de control interno	Secretaría general	•	•		•	

08.

Tabla de contenidos.

08. Tabla de contenidos.

Índice de contenidos.

Índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

Ámbitos generales.

Ámbitos	Marco de reporting	Referencia (apartado)	Comentarios/ Razón de la omisión
Modelo de negocio	Descripción del modelo de negocio: Entorno empresarial. Organización y estructura. Mercados en los que opera. Objetivos y estrategias. Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución.	GRI 2-1 Detalles organizacionales GRI 2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad GRI 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales GRI 2-23 Compromisos y políticas	Puntos 1.1, 1.2, 1.3 y 1.4, 1.5: páginas 2-8 Anexos 1,2,3,4 y 5: páginas 118-128
Políticas y resultados de estas políticas	Descripción de las políticas aplicadas por el grupo, así como los resultados de dichas políticas, incluidos los indicadores clave de los resultados no financieros pertinentes.	GRI 2-23 Compromisos y políticas GRI 2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	Punto 1.6: páginas 8-15 Anexo 7: páginas 134-141
Principales riesgos e impactos identificados	Principales riesgos relacionados con estas cuestiones y relacionados con las actividades del grupo, incluyendo, cuando sean relevantes y proporcionados, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en estas áreas.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	Punto 1.6: páginas 8-15 Anexo 6: páginas 129-135

Cuestiones medioambientales.

Ámbitos	Marco de reporting	Referencia	Comentarios/ Razón de la omisión
Gestión medioambiental	Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-23 Compromisos y políticas Ley 26/2007 de Responsabilidad Medioambiental (si aplica)	Punto 2.1: páginas 16-28 Anexo 3: página 123
	Procedimientos de evaluación o certificación ambiental.		
	Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales.		
	Aplicación del principio de precaución.		
	Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales.		
Contaminación	Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono (incluye también ruido y contaminación lumínica).	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	Punto 2.2: páginas 28-32
Economía circular y gestión de residuos	Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 306-3 (2020) Residuos generados	Punto 2.3: páginas 32-38
	Acciones para combatir el desperdicio de alimentos.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	Punto 2.3: páginas 32-38
Uso sostenible de los recursos	Consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 303-3 Extracción de agua	Punto 2.4: páginas 38-44
	Consumo de materias primas.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	
	Consumo , directo e indirecto, de energía.	GRI 302-1 Consumo de energía dentro de la organización	
	Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	
	Uso de energías renovables.	GRI 302-1 Consumo de energía dentro de la organización	
Cambio climático	Elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generadas.	GRI 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1) GRI 305-2 Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)	Punto 2.5: páginas 44-49 No se reportan emisiones de alcance 3 porque no se dispone de los recursos necesarios para poder dar esa información
	Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	Punto 2.5: páginas 44-49
	Metas de reducción establecidas voluntariamente.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	Punto 2.5: páginas 44-49
Protección de la biodiversidad	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	Punto 2.6: páginas 49-50
	Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas.		

Cuestiones sociales y relativas al personal.

Ámbitos	Marco de reporting	Referencia	Comentarios/ Razón de la omisión	
Empleo	Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y categoría profesional.	GRI 2-7 Empleados GRI 405-1 Diversidad de órganos de gobierno y empleados	Punto 3.1: páginas 51-59	
	Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo.		Punto 3.1: páginas 51-59	
	Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial por sexo, edad y categoría profesional.	GRI 2-7 Empleados	Punto 3.1: páginas 51-59	
	Número de despidos por sexo, edad y categoría profesional.	Marco interno: información cuantitativa obtenida de los expedientes personales	Punto 3.1: páginas 51-59	
	Brecha salarial.	Marco interno: el cálculo se ha realizado con la siguiente fórmula: (salario medio de mujeres - salario medio de hombres) / salario medio de mujeres	Punto 3.1: páginas 51-59	
	Remuneración media por sexo, edad y categoría profesional.	Marco interno: remuneración media (incluye la retribución total del año, salario fijo y todas las retribuciones variables (dietas, indemnizaciones, el pago a sistemas de previsión de ahorro, etc.) obtenidas durante el año	Punto 3.1: páginas 51-59	
	Remuneración media de los consejeros por sexo.		—	No hay Consejeros
	Remuneración media de los directivos por sexo.		Punto 3.1: páginas 51-59	
	Implantación de políticas de desconexión laboral.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	Punto 3.1: páginas 51-59	
Organización del trabajo	Empleados con discapacidad.	Marco interno: información cuantitativa obtenida de los expedientes personales	Punto 3.1: páginas 51-59	
	Organización del tiempo de trabajo.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	Punto 3.2: páginas 59 y 61	
	Número de horas de absentismo.	Marco interno: información cuantitativa obtenida de la herramienta gestor de presencia Soft Machine	Punto 3.2: páginas 59 y 61	
	Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	Punto 3.2: páginas 59 y 61	

(Continúa)

Ámbitos	Marco de reporting	Referencia	Comentarios/ Razón de la omisión
Salud y seguridad	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.	GRI 403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Punto 3.3: páginas 61-62
	Número de accidentes de trabajo y enfermedades laborales por sexo, tasa de frecuencia y gravedad por sexo.	GRI 403-9.a Lesiones relacionadas con el trabajo Tasa de frecuencia = n.º de accidentes con baja x 1.000.000 / n.º de horas trabajadas (excluyendo los accidentes <i>in itinere</i>) Tasa de gravedad = n.º de jornadas perdidas x 1.000.000 / n.º de horas trabajadas (excluyendo los accidentes <i>in itinere</i>)	Punto 3.3: páginas 61-62
Relaciones sociales	Organización del diálogo social.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	Punto 3.4: páginas 62-63
	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país.	GRI 2-30 Convenios de negociación colectiva	
	Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	
	Mecanismos y procedimientos con los que cuenta la empresa para promover la implicación de los trabajadores en la gestión de la compañía, en términos de información, consulta y participación.	GRI 2-29 Enfoque de la participación de los grupos de interés	Punto 3.4: páginas 62-63
Formación	Políticas implementadas en el campo de la formación.	GRI 404-2-a Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	Punto 3.5: páginas 63 y 65
	Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	Marco interno: información cuantitativa extraída de la herramienta Epsilon (RP formación)	
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad.		GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	Punto 3.6: páginas 65-66
Igualdad	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	Punto 3.7: páginas 66-70
	Planes de igualdad y medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-23 Compromisos y políticas	
	Integración y accesibilidad universal de las personas con discapacidad	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	
	Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-23 Compromisos y políticas	

Información sobre el respeto de los derechos humanos.

Ámbitos	Marco de reporting	Referencia	Comentarios/ Razón de la omisión
Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos.	GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	Punto 4: páginas 71-73	
Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-23 Compromisos y políticas GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	Punto 4: páginas 71-73	
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos.	Marco interno: información cuantitativa del número de denuncias extraída de la herramienta del canal de denuncias	Punto 4: páginas 71-73	
Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la OIT relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva, la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación, la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio y la abolición efectiva del trabajo infantil.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-23 Compromisos y políticas	Punto 4: páginas 71-73	

Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno.

Ámbitos	Marco de reporting	Referencia	Comentarios / Razón de la omisión
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno.	GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos GRI 2-23 Compromisos y políticas GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	Punto 5: páginas 73-75	
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.	GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos GRI 2-23 Compromisos y políticas GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	Punto 5: páginas 73-75	
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	Marco interno: información cuantitativa extraída de la herramienta SAP	Punto 5: páginas 73-75	

Información sobre la sociedad.

Ámbitos	Marco de reporting	Referencia	Comentarios/ Razón de la omisión	
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible	Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	Punto 6.1: páginas 76-93	Programa de compradores, acciones de innovación y emprendimiento
	Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	—	En el año 2023 y 2022, no se ha medido el impacto de nuestra actividad en el PIB de Madrid, ya que se ha decidido realizar quinquenalmente (última del 2019)
	Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	Punto 6.3: páginas 94-117	
	Acciones de asociación o patrocinio.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-28 Afiliación a asociaciones Marco interno: descripción de las acciones de asociación o patrocinio	Punto 6.3: Alianzas. Páginas 113-117	
Subcontratación y proveedores	Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales GRI 2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	Punto 6.2: páginas 93-94	
	Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.			
	Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.			
Consumidores	Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	Punto 6.1: páginas 16-19, 90-94	
	Sistemas de reclamación.	Marco interno: información sobre la gestión de sugerencias, quejas y reclamaciones (procedimiento auditado ISO 9001) GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	Punto 6.1: páginas 90-93	
	Quejas recibidas y resolución de las mismas.	GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos Marco interno: información cuantitativa sobre la gestión de sugerencias, quejas y reclamaciones (procedimiento auditado ISO 9001)	Punto 6.1: páginas 90-93	

(Continúa)

Información sobre la sociedad (continuación).

Ámbitos	Beneficios	Marco de reporting	Referencia	Comentarios/ Razón de la omisión
Información fiscal	Beneficios obtenidos país por país.	Marco interno: información sobre los beneficios obtenidos, todos en España	Punto 6.4: página 117	
	Impuestos sobre beneficios pagados.	Marco interno: información sobre el saldo a devolver de la liquidación del impuesto de sociedades		
	Subvenciones públicas recibidas.	Marco interno: información sobre la no recepción de subvenciones públicas		

Edita
IFEMA MADRID

Dirección editorial
IFEMA MADRID, Dirección de
Comunicación y Marketing

Maquetación
www.cegeglobal.com

© IFEMA MADRID

**Siente la
inspiración.**

Recinto Ferial
Avenida del Partenón, 5
Madrid. España

ifema.es

