

Estado de Información No Financiera 2024.

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 Doble materialidad_10
- 1.6 Enfoque de gestión_13

02. Medioambiente_19

- 2.1 Gestión medioambiental_21
- 2.2 Contaminación atmosférica_30
- 2.3 Economía circular.
 - Prevención y gestión de residuos_33
- 2.4 Consumo de recursos_39
- 2.5 Cambio climático_45
- 2.6 Biodiversidad_51

03. Personas_53

- 3.1 Empleo_55
- 3.2 Organización del trabajo_69
- 3.3 Seguridad y salud_70
- 3.4 Relaciones sociales_71
- 3.5 Formación_71
- 3.6 Accesibilidad_73
- 3.7 Igualdad_74

04. Derechos humanos_79

05. Corrupción y soborno_83

06. Clientes y sociedad_87

- 6.1 Clientes_89
- 6.2 Subcontratación y proveedores_117
- 6.3 Sociedad_117
- 6.4 Información fiscal_140

07. Anexos_141

08. Tabla de contenidos_173

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 Doble materialidad_10
- 1.6 Enfoque de gestión_13

1. 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 2024 se ha preparado a partir de los registros de IFEMA MADRID.

1.2 ADN IFEMA MADRID

El Ayuntamiento de Madrid, la Comunidad de Madrid, la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid, y la Fundación Obra Social y Monte de Piedad de Madrid constituyen un Consorcio, con la naturaleza definida en el artículo 57 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases de Régimen Local con personalidad jurídica propia, plena capacidad jurídica y de obrar, patrimonio y plena responsabilidad, independientes de las de los miembros fundadores.

El Consorcio se denominará "Institución Ferial de Madrid", abreviadamente IFEMA MADRID, y con dicha denominación actuará en todas sus relaciones oficiales.

IFEMA MADRID tiene su domicilio social en Madrid, pudiendo establecer delegaciones o sucursales en cualquier punto del territorio nacional y en el extranjero. Se establece su sede en el Parque Ferial Juan Carlos I.

El domicilio social puede ser modificado en cualquier momento por acuerdo de la Junta Rectora.

La cultura de IFEMA MADRID se compone de Propósito, Misión, Visión y Valores.

Propósito

IFEMA MADRID opera como agente dinamizador en la economía y en el empleo de Madrid a través de la promoción, el fomento y el desarrollo del comercio, la industria y los servicios, así como de la consolidación de las marcas "Madrid" y "España" en el ámbito internacional.

Misión

Crear y promover globalmente entornos en los que conectar personas, empresas y sociedad, impulsando el crecimiento económico y la competitividad desde la excelencia y el valor añadido.

Visión

Hacer de Madrid, y por extensión de España, una referencia en el escenario económico mundial, favoreciendo la generación de riqueza, conocimiento y creación de oportunidades empresariales.

Valores

Son los principios éticos y creencias sobre los que se asienta la cultura de la empresa y que nos permiten crear nuestras pautas de comportamiento. Surgen de un ejercicio de reflexión por parte del Comité de Dirección una vez determinados los aspectos anteriores.

- **COMPROMISO Y CERCANÍA** con todas las personas, tanto las que construyen desde dentro la Institución como aquellas que se acercan a ella para aunar sus esfuerzos a los nuestros.
- **DINAMISMO Y CREATIVIDAD** para buscar las mejores oportunidades de hoy que puedan convertirse en los grandes proyectos del futuro.
- **EFICACIA Y EFICIENCIA** para alcanzar nuestros objetivos a través de las soluciones más adecuadas a cada situación.
- **SOSTENIBILIDAD Y TRANSPARENCIA** para ser una Institución que represente los mejores valores de la sociedad a la que sirve y a la que se debe.

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.

Los documentos que demuestran el compromiso de IFEMA MADRID en materia de sostenibilidad son:

- Principios de gobierno para el desarrollo sostenible. Compromiso de la alta dirección en esta disciplina.
- Plan de Sostenibilidad o Plan de RSC 2023-2026. Documento alineado con la estrategia, que desarrolla una de sus líneas, la sostenibilidad, recopilando los objetivos definidos por la dirección relacionados con esta disciplina. En este documento, se planifican los objetivos ordenadamente, en base a unas líneas de actuación previamente determinadas y al grado de contribución a cada uno de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU. Incluye, además, los planes de acción, áreas responsables e indicadores de medida.

Ambos están publicados en la web de IFEMA MADRID.

Por último, formamos parte de todas las comisiones o grupos de sostenibilidad de las asociaciones del sector con el propósito de impulsar su nivel de sostenibilidad. En concreto, coordinamos y dirigimos la Comisión de sostenibilidad de AFE desde el año 2023, con tres grupos de trabajo en curso.

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

- Diseño, definición, comercialización, producción y celebración de ferias y eventos propios.
- IFEMA MADRID cuenta con un calendario de cerca de 40 eventos propios 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 sólo como un recinto adecuado para cualquier tipo de actividades, sino también como colaborador en la organización.
- La 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.
- La digitalización, por supuesto a la hora de utilizar herramientas que conviertan la gestión en más eficaz, pero también generando 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.

Al margen de lo descrito anteriormente, y apoyado en la flexibilidad descrita como una de nuestras principales capacidades, IFEMA MADRID asumirá desde el ejercicio 2026 la organización del Gran Premio de Fórmula 1 de España.

Esto implicará la necesidad de construir un circuito y adaptar nuestras instalaciones a las necesidades de este evento. Las actuaciones tendrán un relevante impacto en el edificio de oficinas, con la necesidad de cambiar los modelos de trabajo.

Es importante señalar que este proyecto ha supuesto la necesidad de incorporar nuevos perfiles profesionales a la plantilla y, a pesar de la creación de una unidad de gestión, muchas de las unidades, principalmente referentes a áreas de operaciones, le seguirán dando cobertura de forma global.

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 esta no se desarrolle en las condiciones adecuadas. También incorpora un análisis de prevención, de cara a, en la medida de lo posible, impedir el impacto de estas situaciones.

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.

En el año 2024 se ha dado formación sobre esta materia a parte de la plantilla y se ha realizado la primera prueba/simulacro de continuidad.

De cara a 2025 se llevará a cabo la planificación de nuevos simulacros, combinando escenarios y procesos.

1.5 Doble materialidad

1.5.1 Gestión de las partes interesadas de IFEMA MADRID

Para poder realizar el ejercicio de doble materialidad y para poder enfocar sus procesos clave de negocio a la satisfacción de sus clientes y otros grupos de interés, IFEMA MADRID es consciente de que tiene que realizar una adecuada gestión de las partes interesadas.

La metodología utilizada para ello se basa en el modelo EFQM que IFEMA MADRID ha utilizado como referencia. Se define en el procedimiento recogido en nuestro Sistema Integrado de Gestión: SIG-PR-00: "Gestión de las partes interesadas".

Este procedimiento está englobado dentro del primer proceso clave del Sistema Integrado de Gestión denominado "Necesidades y expectativas de las partes interesadas".

Identificación y evaluación de las partes interesadas y sus necesidades y expectativas

IFEMA MADRID ha identificado 23 partes interesadas divididas en las siguientes categorías principales:

- Gestión interna (trabajadores, proveedores y órganos rectores).
- Clientes.
- Potenciales clientes.
- Otras (emergencias, transporte, sociedad y administración pública).

Además, en el anexo del procedimiento SIGPR00-AN-03: "Metodología de identificación y medición de las necesidades y expectativas de las partes interesadas clave" define como claves estas siete:

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

Posteriormente, IFEMA MADRID identifica las necesidades y expectativas de cada una de las 23 partes interesadas y cómo las satisface dentro del Sistema Integrado de Gestión (a través de qué proceso, certificación etc.).

También desarrolla un inventario en el que recoge cómo se comunica con ellas, canales y periodicidad.

Las necesidades y expectativas se evalúan conforme a dos variables:

- Importancia de la parte interesada. En el procedimiento se definen criterios con puntuaciones de 1 a 5.
- Importancia de la necesidad o expectativa. En el procedimiento se definen criterios con puntuaciones de 1 a 5.

Para obtener el resultado final, con el objetivo de poder categorizar la relevancia de las necesidades o expectativas, se multiplicarán las dos variables. Para considerarlas relevantes, el resultado deberá de ser mayor o igual a 16.

Aquellas partes interesadas clave con necesidades o expectativas relevantes tendrán que contar con un *feedback* sistematizado mediante encuesta de satisfacción. Estas son:

- Trabajadores.
- Proveedores.
- Expositores.
- Visitantes.
- Patrocinadores.
- Organizadores de eventos.

En el caso de los medios de comunicación, que es parte interesada clave, pero sin necesidades y expectativas relevantes, se ha decidido encuestarlos anualmente para contar con una información de contraste.

En el caso de partes interesadas que no son clave pero que tienen necesidades y expectativas relevantes (en relación con la sostenibilidad), como los órganos rectores, se dan por satisfechas a través de la Memoria de Sostenibilidad verificada y aprobada en el Comité de Auditoría.

Comunicación con las partes interesadas

IFEMA MADRID describe cómo se comunica con todas sus partes interesadas, según lo establecido en el anexo SIGPR00-AN-01: "Plan de comunicación con las partes interesadas". En él se detalla QUÉ se comunica; A QUIÉN, es decir, a qué partes interesadas; CUÁNDO; CÓMO, es decir, a través de qué canales de comunicación, y QUIÉN, es decir, qué Dirección de IFEMA MADRID debe de hacerlo.

Metodología para identificar el nivel de preocupación de las partes interesadas en las cuestiones del desarrollo sostenible

Por último y referente a este tema, en el anexo SIGPR00-AN-04: "Metodología para identificar el nivel de preocupación de las partes interesadas en las cuestiones de desarrollo sostenible" se describe la metodología para poder determinarlo y aplicarlo en el procedimiento SOS-PR-23_02: "Identificación y evaluación de cuestiones de desarrollo sostenible", que describimos a continuación.

1.5.2 Cómo las actividades de IFEMA MADRID inciden en su entorno

Describimos en este apartado la metodología que tiene definida IFEMA MADRID para identificar y analizar el impacto que sus actividades provocan en su entorno, llegando así a determinar cuáles de las cuestiones de desarrollo sostenible son relevantes y cuáles de los aspectos ambientales son significativos.

Esta metodología se basa en directrices de las normativas ISO certificadas por IFEMA MADRID y en el modelo EFQM que IFEMA MADRID utiliza como referencia. Estas son:

- ISO 20121:2013. Gestión de la sostenibilidad de los eventos.
- ISO 14001: 2015: Gestión ambiental.

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 de 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 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 sus intereses.

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/eventos propios.
- Nivel de compromiso de las ferias propias con la sostenibilidad o ratio de acciones de sostenibilidad / n.º de eventos.

(VÉASE EL ANEXO 1)

Medioambiente

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:

- Identificación y evaluación de los aspectos ambientales directos o indirectos 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 de funcionamiento normales como anormales. La finalidad es determinar aquellos que tienen o pueden tener impactos significativos en el medioambiente 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 medioambiente.

Criterios de evaluación de los aspectos ambientales identificados

Situaciones normales o anormales de funcionamiento:

- 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 PUNTO 2.1: GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL)

1.5.3 Cómo los factores externos inciden en los resultados de IFEMA MADRID

Describimos en este apartado la metodología que tiene definida IFEMA MADRID para identificar y analizar cómo sus riesgos y oportunidades impactan en sus resultados.

Esta metodología se basa en directrices de las normativas ISO certificadas por IFEMA MADRID y en el modelo EFQM que IFEMA MADRID utiliza como referencia. Estas son:

- ISO 9001: 2015. Gestión de la calidad.
- ISO 14001:2015. Gestión ambiental.
- ISO 20121:2013. Gestión de la sostenibilidad de eventos.
- ISO 50001:2018. Gestión de la energía.

Se define dicha metodología en el procedimiento recogido en nuestro Sistema Integrado de Gestión: SIG-PR-42_07: "Identificación y evaluación de los riesgos y oportunidades".

Este procedimiento está englobado dentro del macroproceso de seguimiento y medición de procesos, que forma parte de nuestros procesos estratégicos.

La identificación de riesgos y oportunidades tiene su origen en varias fuentes:

- El DAFO estratégico de IFEMA MADRID.
- Operacional, de las actividades de los procesos que componen el mapa de procesos.
- Cuestiones de desarrollo sostenible relevantes.
- Aspectos ambientales significativos.
- Los riesgos altos/críticos/importantes del Sistema de Continuidad de Negocio y de los que son moderados, aquellos que requieren medidas preventivas adicionales.

Una vez identificados los riesgos y las oportunidades, se lleva a cabo la evaluación conforme a dos variables:

- Probabilidad de que ocurra. En el procedimiento se definen criterios de probabilidad distintos según se trate de riesgos u oportunidades. En todos los casos con puntuaciones de 1 a 5.
- Criticidad de impacto. En el procedimiento se definen criterios de criticidad con:

- Cinco tipologías de impacto para los riesgos: financiero, social/ambiental, operativa interna, de cumplimiento de normativa y reputacional.

- El impacto en la estrategia en el caso de las oportunidades.

En todos los casos con puntuaciones 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 podrá actuar de dos maneras:

- 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 5)

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 y garantizando la satisfacción de todas las partes interesadas.

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

El Sistema Integrado de Gestión de IFEMA MADRID está basado en la gestión por procesos y en la gestión de riesgos y oportunidades relacionados con esos procesos y sus actividades identificadas. Tiene como punto de partida el mapa de procesos, donde éstos se ordenan según los siguientes bloques:

- Procesos estratégicos. Aquellos relacionados con la identificación de riesgos y oportunidades y la definición de objetivos de mejora, además de los mecanismos de *feedback* de partes interesadas para la toma de decisiones.
- Procesos clave. Aquellos relacionados con las necesidades y expectativas de las partes interesadas y con la gestión del negocio enfocadas en la satisfacción de estas.

- Procesos de soporte. Aquellos que apoyan a los procesos estratégicos y clave para que consigan su propósito.

Además, el Sistema Integrado de Gestión 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. 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 Sostenibilidad/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, impulsado desde el área de Compliance.

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 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:

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

Cada objetivo tendrá un responsable y al menos 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. La periodicidad de este control está determinada por la periodicidad marcada en los indicadores que acompañan a cada objetivo. El grado de cumplimiento se incorpora al Informe de Revisión por la Dirección, que se elabora anualmente.

Sin embargo, de cara al ejercicio 2024, se llevó a cabo con una ligera variación admitida en el procedimiento, y fue la de mantener el DAFO del ejercicio 2021 (validez trienal), como ya citamos y justificamos anteriormente.

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 2024, por lo tanto, se realizaron en función de los objetivos globales recogidos en dicho plan. Se han identificado 22.

(VÉASE EL ANEXO 4)

Plan de Sostenibilidad/RSC

El Plan de Sostenibilidad es un documento anual en el que se establece el marco de compromiso de la empresa en lo que se refiere a la disciplina de sostenibilidad.

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).

En el caso de 2024, este plan 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 de RSC - VÉASE EL ANEXO 4):

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

Este plan 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 3)

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 en la organización y su evolución en el tiempo. 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, donde 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 6)

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 vigente artículo 15.17 de los Estatutos de IFEMA MADRID.

Su 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.

Al CCN le corresponderá supervisar y promover el cumplimiento del Programa de prevención de riesgos de cumplimiento en el marco del Sistema de cumplimiento de las normas y estándares éticos definido por la Institución e impulsado por la función de cumplimiento, de acuerdo con el reglamento de ese Comité.

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 vigencia y aplicabilidad.
- Homogeneización de esta, 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.

Fomento de la cultura social

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, en noviembre de 2024 se ha puesto en marcha el **programa FARO**, que aúna la gestión del compromiso social en IFEMA MADRID.

FARO es experiencia, conocimiento, colaboración, equipo. En definitiva, FARO es un programa para generar un impacto positivo en la sociedad que nos rodea.

Pone el foco en tres puntos:

- 1) Voluntariado corporativo. Acciones para que la plantilla colabore en diferentes proyectos sociales. Pueden ser periódicas o puntuales.
- 2) Momentos FARO. Ponencias de diferentes temas sociales y experienciales para poner el foco en lo que más importa: las personas. Queremos intercalar dos tipos de charlas:
 - Impacta en la sociedad.
 - Impacta en ti.
- 3) Propuestas sin fronteras. Acciones diversas que aportan valor en IFEMA MADRID y en la sociedad (donaciones, recogidas, salidas culturales, biblioteca, etc.).

Por otra parte, desde el grupo de trabajo de Comunicación Interna, formado por miembros de diferentes áreas de la Institución ferial, se han impulsado un total de 30 acciones de comunicación interna, divididas en tres categorías: salidas y actividades, concursos, y publicaciones y contenido.

Salidas y actividades	Concursos	Publicaciones y contenido
Organizar la salida a la lectura del Quijote	Lanzar el reto del verano	Realizar contenido sobre Historias que Motivan
Organizar la Fiesta de Navidad	Activar concurso: La parada de los autores	Realizar contenido sobre planes culturales
Organizar la fiesta infantil de Navidad	Activar concurso: Conociendo IFEMA MADRID	Realizar contenido sobre #Biblioteca IFEMA MADRID
Organizar la fiesta de verano		Emitir pódcast Conecta con diálogos
Poner en marcha la actividad de yoga		Realizar <i>newsletter</i> interna
Poner en marcha la actividad de <i>ballet fit</i>		Publicar contenido de prensa en la intranet
Organizar salida de cicloturismo: Las Dehesas		Publicar contenido de IFEMA MADRID LAB (IA)
Organizar salida de cicloturismo: Segovia		Publicar contenido de IFEMA MADRID LAB (AR)
Organizar salida de cicloturismo: aeropuerto		Publicar contenido de IFEMA MADRID LAB (VPX)
Organizar participación en carrera: media maratón		Publicar contenido de IFEMA MADRID LAB (Recap ferias)
Organizar participación en carrera: Madrid Corre por Madrid		
Organizar participación en carrera: CSIC		
Organizar participación en carrera: Carrera de la Mujer		
Organizar participación en carrera: Madrid contra el Cáncer		
Organizar salida de senderismo		
Organizar salida de senderismo		

02.

Medioambiente

- 2.1 Gestión medioambiental_21
- 2.2 Contaminación atmosférica_30
- 2.3 Economía circular. Prevención y gestión de residuos_33
- 2.4 Consumo de recursos_39
- 2.5 Cambio climático_45
- 2.6 Biodiversidad_51

2. Medioambiente

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 medioambiente 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 e ISO 50001:2018 de Gestión energética.

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

En las auditorías correspondientes a 2024 no se ha detectado ningún hallazgo relativo a incumplimiento legal en materia ambiental.

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

1º) Hemos reducido el ratio de emisión de gases de efecto invernadero (huella de carbono) un 91,88% en los últimos ocho años en los alcances 1-2.

2º) Hemos reducido el ratio de consumo eléctrico un 43,20% con respecto al año 2018.

3º) Hemos reducido el ratio de consumo de gas natural un 51,14% con respecto al año 2018.

4º) Hemos reducido el ratio de consumo de agua potable total un 54,04% con respecto al año 2018.

5º) Hemos reducido el ratio de consumo de papel un 83,82% con respecto al año 2018.

6º) Hemos reducido el ratio de generación de residuos un 58,87% con respecto al año 2018.

7º) En 2024, logramos reciclar el 90,58% de todos los residuos que generamos.

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

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

10º) Autoconsumo y ahorro energético: instalación de geotermia en el edificio de oficinas (edificio Puerta Sur), instalación de placas fotovoltaicas en vestuarios, 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.

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

12º) 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 medioambiente

Nuestra política del [Sistema Integrado de Gestión](#) define claramente el compromiso de IFEMA MADRID, no sólo con la calidad, sino también con la sostenibilidad de nuestros eventos, con la eficiencia energética y con el medioambiente.

Dicha política se ha revisado y aprobado en septiembre de 2024, incluyendo los compromisos en materia de seguridad de la información y continuidad de negocio y sustituyendo la figura de director general por la de alta dirección.

Se ha distribuido la nueva revisión aprobada en la web y en la intranet.

La alta dirección 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:

I. Integrar los sistemas de gestión de: calidad, ambiental, energía, sostenibilidad de eventos, gestión de emergencias, seguridad de la información y ciberseguridad, y continuidad del negocio. Todo ello, en un sistema común que permita, a través de su mejora continua, alcanzar la eficiencia y la excelencia en la gestión.

II. 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.

III. 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.

IV. 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.

V. Apoyar e impulsar los planes de seguridad y autoprotección, que analizan los riesgos en la planificación, origen y desarrollo de los procesos, el funcionamiento de las instalaciones y la 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. Todos ellos, 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, caso de materializarse.

VI. Apoyar e impulsar el sistema de continuidad de negocio para actuar de la manera más eficiente posible ante las situaciones de interrupciones en los procesos clave (de negocio) que podrían implicar una paralización en nuestra actividad, evitándola en la medida de lo posible y definiendo actuaciones para que, en caso de que tenga lugar, se produzca la correcta toma de decisiones y el mínimo impacto.

VII. Impulsar y apoyar la gestión eficaz de la seguridad de la información y la ciberseguridad, considerando la gestión de riesgos y las medidas de protección/prevención, detección y recuperación como parte esencial de este proceso. Los objetivos principales serán minimizar los efectos adversos y fomentar un uso racional de los recursos, así como la protección de los sistemas.

VIII. Considerar los aspectos e impactos ambientales y el desempeño energético, relacionados con la gestión de eventos propios, gestión de espacios y servicios, y diseño y mantenimiento de infraestructuras, desde el comienzo hasta el final del ciclo. Los objetivos serán minimizar los efectos adversos producidos por estos y fomentar un uso racional de los recursos, así como la protección del medioambiente.

IX. 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 medioambiente, la gestión eficiente del consumo energético, la seguridad ciudadana y de las personas, y la seguridad de la información y la ciberseguridad, disponiendo de toda la información y recursos necesarios para conseguir alcanzarlos.

X. Potenciar el ahorro y la eficiencia energética en las actividades mediante el desarrollo del sistema de gestión energética implantado.

XI. Fomentar la investigación y el desarrollo, y apostar por la innovación eficiente, así como por la calidad en la gestión de eventos propios, en la gestión de espacios y servicios y en el mantenimiento de infraestructuras.

XII. Formar y sensibilizar al personal en todos sus niveles, estableciendo los adecuados cauces de comunicación y participación.

XIII. 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.

XIV. 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.

XV. Incentivar la presencia internacional.

XVI. 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 riesgos ambientales año 2023 y provisión de recursos para el año 2024

2024	Euros/año
Recursos humanos (Dirección de 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: 11.483.532,96 €. 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): 7.267 € (2.517 € + 4.750 €). Coste de bomberos: 206.326,35 €.
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): 814.902,88 €. Coste de limpieza y gestión de residuos: 1.008.843,07 €. Póliza de daños: 342.461,17 €. Póliza de responsabilidad civil: 126.529,02 €.

Previsión para el año 2025	Euros/año
Recursos humanos (Dirección de 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: 11.942.874,28 €. 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): 13.774,36 € (4.174,36 € + 9.600 €). 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): 814.902,88 €. Coste de limpieza y gestión de residuos: 1.040.405,5 €. 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 medioambiente y, en su caso, la salud y la seguridad. Multas y sanciones significativas

Aualmente, 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 medioambiente, 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. 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 medioambiente 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 medioambiente.

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

Aspectos ambientales directos e indirectos identificados por tipología.

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 Restauración Complementarias Producción de eventos	Contaminación del suelo Impacto visual
Directo e indirecto	Generación de residuos no peligrosos	Plásticos-envases vacíos	Oficinas Restauración Complementarias Producción de eventos	Contaminación del suelo Impacto visual
Directo e indirecto	Generación de residuos no peligrosos	Madera	Producción de eventos	Contaminación del suelo Impacto visual
Directo e indirecto	Generación de residuos no peligrosos	Moqueta ferial	Producción de eventos	Contaminación del suelo Impacto visual
Directo e indirecto	Generación de residuos no peligrosos	Vidrio	Restauración	Contaminación del suelo Impacto visual
Directo	Generación de residuos no peligrosos	Residuos de construcción y demolición (RCD)	Mantenimiento	Contaminación del suelo Impacto visual
Directo e indirecto	Generación de residuos no peligrosos	Mezcla de inertes con orgánicos	Restauración Oficinas Complementarias Producción de eventos	Contaminación del suelo Impacto visual
Directo e indirecto	Generación de residuos no peligrosos	Residuos orgánicos	Restauración	Contaminación del suelo Impacto visual
Directo e indirecto	Generación de residuos no peligrosos	Residuos sanitarios asimilables a urbanos (tipo I)	Oficinas Producción de eventos	Contaminación del suelo Impacto visual
Indirecto	Generación de residuos no peligrosos	Aceite usado en cocinas	Restauración	Contaminación del suelo Contaminación del agua Impacto visual
Directo	Generación de residuos no peligrosos	Chatarra	Mantenimiento	Contaminación del suelo Impacto visual
Directo	Generación de residuos no peligrosos	Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE)	Oficinas Mantenimiento	Contaminación del suelo Impacto visual
Directo e indirecto	Generación de residuos no peligrosos	Pilas alcalinas	Oficinas Mantenimiento	Contaminación del suelo Impacto visual
Directo	Generación de residuos no peligrosos	Tóner	Oficinas	Contaminación del suelo Impacto visual
Indirecto	Generación de residuos no peligrosos	Restos de poda	Mantenimiento	Impacto visual
Directo	Generación de residuos peligrosos	Aceite usado en mantenimiento	Mantenimiento	Contaminación del suelo Impacto visual
Directo	Generación de residuos peligrosos	Envases vacíos contaminados	Mantenimiento	Contaminación del suelo Impacto visual
Directo	Generación de residuos peligrosos	Absorbentes contaminados	Mantenimiento	Contaminación del suelo Impacto visual
Directo	Generación de residuos peligrosos	Lodos de pinturas	Mantenimiento	Contaminación del suelo Impacto visual

(Continúa)

Listado de aspectos ambientales de IFEMA MADRID (continuación)

Tipo de aspecto	Área de incidencia	Descripción de aspecto	Actividad/lugar de origen	Impacto ambiental asociado
Directo	Generación de residuos peligrosos	Pilas	Mantenimiento	Contaminación del suelo Impacto visual
Directo	Generación de residuos peligrosos	Baterías, acumuladores	Mantenimiento	Contaminación del suelo Impacto visual
Directo	Generación de residuos peligrosos	Fluorescentes	Mantenimiento	Contaminación del suelo Impacto visual
Directo	Generación de residuos peligrosos	Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE)	Mantenimiento	Contaminación del suelo Impacto visual
Directo	Generación de residuos peligrosos	Aerosoles vacíos	Mantenimiento	Contaminación del suelo Impacto visual
Directo e indirecto	Generación de residuos peligrosos	Residuos sanitarios de tipo III	Oficinas Celebración de ferias/eventos	Contaminación del suelo Peligro para las personas
Directo e indirecto	Generación de residuos peligrosos	Grasas del separador de grasas	Mantenimiento	Contaminación del suelo Contaminación del agua
Directo e indirecto	Emisiones a la atmósfera	Ruido	Producción de eventos	Contaminación acústica
Directo e indirecto	Emisiones a la atmósfera	Gases de combustión de vehículos	Producción de eventos Mantenimiento	Contaminación del aire
Directo	Emisiones a la atmósfera	Gases de equipos de combustión (calderas, grupos electrógenos)	Oficinas Complementarias Celebración de ferias/eventos	Contaminación del aire
Directo	Consumo de recursos naturales	Gasóleo	Producción de 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	Restauración	Reducción de recursos naturales
Directo e indirecto	Consumo de recursos naturales	Eléctrica	Oficinas Restauración Complementarias Producción de eventos	Reducción de recursos naturales
Directo e indirecto	Consumo de recursos naturales	Agua potable	Oficinas Restauración Complementarias Producción de eventos	Reducción de recursos naturales
Directo	Consumo de recursos naturales	Agua regenerada	Jardinería	Reducción de recursos naturales
Directo e indirecto	Consumo de recursos naturales	Moqueta ferial	Producción de eventos	Reducción de recursos naturales
Directo e indirecto	Consumo de recursos naturales	Papel-cartón	Oficinas Restauración Complementarias Producción de 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 Producción de eventos	Contaminación del agua

Listado de aspectos ambientales directos e indirectos significativos

Como resultado de la evaluación se obtuvieron 9 aspectos ambientales significativos (>12).

- Aspectos directos + indirectos significativos:

Aspecto	¿Objetivo?	Descripción/Justificación
Residuo no peligroso: papel-cartón	Si	Objetivo del Plan de RSC 2023-2026: destinar el 100% de los residuos a valorización. Es un objetivo global de todos los residuos.
Residuo no peligroso: plástico	Si	Objetivo del Plan de RSC 2023-2026: destinar el 100% de los residuos a valorización. Es un objetivo global de todos los residuos.
Residuo no peligroso: mezcla de inertes con trazas de orgánicos	Si	Objetivo del Plan de RSC 2023-2026: destinar el 100% de los residuos a valorización. Es un objetivo global de todos los residuos.
Residuo peligroso: lodos de pinturas	No	La generación de lodos de pinturas depende de las tareas de mantenimiento de las infraestructuras que tengan lugar durante el año. Este año, el ratio ha subido con respecto al año anterior (2022), pero no con respecto a 2021, manteniéndose en niveles de generación similares porque son tareas planificadas de manera cíclica. Son generaciones de residuos mínimas.
Gases de combustión de vehículos y grupos de emergencia (electrógenos)	No	Se han incrementado los ratios de consumo de gasoil (y, por ende, los de emisiones) por llenado de los depósitos de los grupos de emergencia del Palacio Municipal y del Recinto Ferial en 2023, por seguridad, para tener disponibilidad en caso de corte de suministro eléctrico, como medida de continuidad de negocio. No se llenan todos los años si no ha habido una situación de caída de red, luego se espera que en el año 2024 el consumo de gasoil descienda. Además, en septiembre de 2023 se sustituyeron por furgonetas eléctricas los últimos coches de gasoil/gasolina que quedaban, luego se espera que descienda el consumo. También se han incrementado los ratios de consumo de gasolina (y, por ende, los de emisiones) por pago de la gasolina de los coches híbridos de representación (se ha comenzado en 2023 a pagar). Se espera que en el año 2024 estos consumos se estabilicen. De todas maneras, estas emisiones no representan ni un 1% del total de emisiones de IFEMA MADRID. Las medidas se consideran tomadas ya durante el año 2023, y el incremento y la significancia se consideran justificadas.
Consumo de gasóleo	No	Se han incrementado los ratios de consumo de gasoil por llenado de los depósitos de los grupos de emergencia del Palacio Municipal y del Recinto Ferial en 2023, por seguridad, para tener disponibilidad en caso de corte de suministro eléctrico, como medida de continuidad de negocio. No se llenan todos los años si no ha habido una situación de caída de red, luego se espera que en el año 2024 el consumo de gasoil descienda. Además, en septiembre de 2023 se sustituyeron por furgonetas eléctricas los últimos coches de gasoil/gasolina que quedaban, luego se espera que descienda el consumo en 2024. También se han incrementado los ratios de consumo de gasolina (y, por ende, los de emisiones) por pago de la gasolina de los coches híbridos de representación (se ha comenzado en 2023 a pagar). Se espera que en el año 2024 estos consumos se estabilicen. De todas maneras, estos consumos son muy bajos comparados con otros recursos naturales y fuentes de energía de IFEMA MADRID. Las medidas se consideran tomadas ya durante el año 2023, y el incremento y la significancia se consideran justificadas.
Consumo de gasolina	No	Mejorar la eficiencia energética y el consumo eléctrico suministrado de IFEMA MADRID mediante el desarrollo de dos proyectos a este respecto durante los ejercicios 2024/2025:
Consumo de energía eléctrica	Si	<ul style="list-style-type: none"> Instalación de una planta de generación fotovoltaica de autoconsumo. Cambio de la tecnología de alumbrado exterior por iluminación led.
Consumo de agua potable	No	A pesar de no existir como objetivo, se han realizado acciones de control como la sustitución 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) y, como tal, se ha incluido como acción a implantar en el Plan de gestión sostenible del agua. Esta acción comenzó en 2023 y finalizará en 2025, con lo cual se actuará a este respecto durante 2024.

Cuatro de los nueve aspectos ambientales significativos tienen ya objetivos de mejora. En cuatro de los cinco restantes se ha actuado de la siguiente manera:

- Las referentes al consumo de agua están incluidas en el Plan de gestión sostenible del agua.
- Las referentes al consumo de combustibles y las emisiones de gases de combustión cuentan con la misma acción asociada.

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 la instalación eléctrica y las calderas	SIGNIFICATIVO
POTENCIAL	Emisiones de ruido por puesta en funcionamiento de alarma ante emergencias	Contaminación acústica	Mantenimiento de la 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 climatización	Contaminación del aire	Realizar controles de fugas periódicos Realizar mantenimientos preventivos planificados en los equipos	NO SIGNIFICATIVO
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 del 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 gasoil por rotura de depósito o fallo durante la carga o descarga del mismo	Contaminación del suelo	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 a 20 km/h.	NO SIGNIFICATIVO

(Continúa)

Tipo de aspecto	Descripción de aspecto	Impacto ambiental asociado	Medidas preventivas	Nivel de riesgo
POTENCIAL	Derrame de aceite usado por fallo de funcionamiento de la maquinaria de las instalaciones	Contaminación del suelo	Realizar mantenimiento preventivo y reglamentario de la maquinaria.	NO SIGNIFICATIVO
POTENCIAL	Derrame de aceite usado, de gasoil o de líquido refrigerante por fallo de funcionamiento de los camiones de carga y descarga	Contaminación del suelo	ITV pasada de los vehículos. Mantenimiento periódico realizado según instrucciones del fabricante. Zona de velocidad máxima a 20 km/h.	NO SIGNIFICATIVO
POTENCIAL	Derrame de grasas por fallo durante la limpieza semestral del separador de grasas de complementarias	Contaminación del 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 del suelo	Los residuos peligrosos se almacenarán en una zona destinada a ello: el Almacén de Residuos Peligrosos, alejada 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 segregado 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 del 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
POTENCIAL	Acumulación de agua residual y generación de residuos (barro, arena, etc.) por inundación	Contaminación del suelo	Limpieza periódica de la 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

(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	Vertido de gasoil, 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 a 20 km/h.	NO SIGNIFICATIVO
POTENCIAL	Vertido de aguas residuales por inundación	Contaminación del agua	Limpieza periódica de la 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 NRBQ

En el año 2024, se han realizado cuatro simulacros, estos son:

1º: Centro de Control Alternativo	25 de marzo de 2024
2º: Uso de elementos de extinción- Bomberos de empresa	13 de agosto de 2024
3º: Simulacro de evacuación en el Palacio Municipal de IFEMA MADRID por llamada amenazante	20 de septiembre de 2024
4º: Puesta en marcha de CECOR - Periodo de actividad especial	11 de diciembre de 2024

Multas y sanciones significativas

En los años 2023 y 2024, IFEMA MADRID no ha tenido 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 ERM (estación de regulación y medida) 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 ocho calderas pequeñas para restauración, de menos de 1 MW de potencia de caldera y de quemador; siete de ellas se utilizan para calentar agua (ACS) y una para el uso de la 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 de gasóleo: alimentar a los grupos de emergencia en situaciones de corte de red.

Medición de focos de emisión

Del total de los 25 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 NOx" de los 11 focos de las calderas y de "partículas, SO2, CO y NOx" 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 APCA considera necesario hacer medición bienalmente en el caso de los 11 focos de las calderas, luego en diciembre de 2022 y en diciembre de 2024 se han medido (parámetros CO y NOx). En todos ellos, la conclusión fue "cumple" con los límites de emisión.

ACTIVIDAD 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 y en diciembre de 2024 se realizó medición por OCA de los parámetros de emisión “CO y NOx” de los tres focos de las calderas. En todos ellos, la conclusión fue “cumple” con los límites de emisión. No se repetirá dicha medición hasta diciembre de 2026.

ACTIVIDAD 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 14 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 medioambiente y el cumplimiento de la legislación vigente aplicable.

IFEMA MADRID dispone de número NIMA, de código 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 Medioambiente 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

Listado de residuos no peligrosos generados en IFEMA MADRID, lugar de generación, código LER, operador y destino

Tipo de residuo	Lugar de generación	Código LER	Operador del traslado	Destino (R/D) (*)
Papel-cartón	Oficina Complementarias Pabellones con actividad ferial	200101 150101	FCC y OPTIMA (agentes contratados)	R
Plásticos-envases vacíos	Oficina Complementarias Pabellones con actividad ferial (en celebración)	200139 170203 150102 150106	FCC y OPTIMA (agentes contratados)	R
Madera	Pabellones con actividad ferial (en montaje y desmontaje)	200138 170201	FCC y OPTIMA (agentes contratados)	R
Vidrio	Restauración en pabellones Complementarias	200102 150107	FCC y OPTIMA (agentes contratados) ECOVIDRIO (Ayuntamiento)	R
Orgánicos	Oficinas Restauración Complementarias	200108	FCC y OPTIMA (agentes contratados)	R
Mezcla de inertes (voluminosos o resto); mezcla de papel-cartón, plásticos-envases vacíos, madera, vidrio, metales y moqueta ferial	Pabellones con actividad ferial (en montaje y desmontaje)	200301 200303 200307	FCC y OPTIMA (agentes contratados)	R y D
Restos de moqueta	Pabellones con actividad ferial (en montaje y desmontaje)	200139	ACTECO (gestor de residuos contratado)	R
Chatarra	Mantenimiento	200140 170407	GARMAN (gestor de residuos contratado)	R

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

(Continúa)

Tipo de residuo	Lugar de generación	Código LER	Operador del traslado	Destino (R/D) (*)
Residuos de construcción y demolición (RCD)	Pequeñas obras	170904 170504 170107	FCC y OPTIMA (agentes contratados) Contenedores MAI (agente de residuos contratado)	R
Sanitarios de tipo I	Aseos	200301	RENTOKIL (gestor de residuos contratado)	D
Equipos eléctricos y electrónicos	Oficinas Mantenimiento	160214 160216	FETRANSFER y Gestión y Valorización Integral del Centro (gestores de residuos)	R
Pilas	Oficinas Mantenimiento	160604	FETRANSFER y Gestión y Valorización Integral del Centro (gestores de residuos)	R
Restos de poda	Mantenimiento	200201 200138 170201	Empresa de jardinería contratada (productor)	R
Residuos de grasas del separador de grasas de la red de alcantarillado	Mantenimiento	200108 200306	IFEMA MADRID (productor)	R
Aceite usado en cocinas	Restauración	200125	Empresa de restauración contratada (productor)	R

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

2.3.2 Residuos peligrosos

Listado de residuos peligrosos generados en IFEMA MADRID, lugar de generación, LER, operador y destino:

Tipo de residuo	Lugar de generación	Código 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 y Gestión y Valorización Integral del Centro (gestores de residuos)	R
Baterías Acumuladores	Mantenimiento Actividad ferial (residuos de clientes abandonados o bien contratado el servicio de gestión)	200133 160606 160601 160602	FETRANSFER y Gestión y Valorización Integral del Centro (gestores de residuos)	R
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE)	Oficinas Mantenimiento Actividad ferial (residuos de clientes abandonados o bien contratado el servicio de gestión)	200135-61 160213-21-22-41	FETRANSFER y Gestión y Valorización Integral del Centro (gestores 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
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 25 tipos diferentes de residuos, 15 de tipo no peligroso y 10 de tipo peligroso. Dos de ellos se eliminan en su totalidad (D), 22 tienen una salida valorizable (R) y uno (residuo mezcla: voluminoso y resto) se valoriza (R) o elimina (D) según sea el destino.

Durante el año 2024, el 88,29% de este residuo mezcla (voluminoso y resto) se destinó a valorización (R).

Cantidades generadas por residuo y ratios globales de generación

Residuos no peligrosos

Residuo	2023 (t)	2024 (t)	2024/2023
Papel-cartón	48,86	37,12	-24,03%
Plásticos-envases vacíos	31,39	4,80	-84,71%
Madera	567,37	1004,12	76,98%
Vidrio	27,099	22,896	-15,54%
Orgánicos	0	0	0%
Mezcla de inertes o resto (mezcla de papel-cartón, plásticos-envases vacíos, madera, vidrio, chatarra y moqueta)	4.107,354	5.986,65	45,75%
Moqueta	116,43	196,81	69,04%
Chatarra	8,62	5,24	-39,21%
Residuos de construcción y demolición (RCD)	14,82	50,9	243,45%
Sanitarios de tipo I	No somos los productores, lo es el nuevo gestor (RENTOKIL). Luego es necesario calcularlo.	No somos los productores, lo es el nuevo gestor (RENTOKIL). Luego es necesario calcularlo.	
Equipos eléctricos y electrónicos	0,4	0	-100%
Restos de poda	81,9	119,6	46,57%
Pilas alcalinas	0	0,124	100%
Residuos de limpiezas de separador de grasas	3,58	6,76	88,83%
Aceite usado en cocinas	3,005	5,73	90,68%

Residuos peligrosos

Residuo	2023 (t)	2024 (t)	2024/2023
Aceites usados (uso industrial)	0,038	0	-100%
Envases vacíos contaminados	0,186	0,067	-63,97%
Lodos de pintura y barniz con disolventes orgánicos u otro tipo de sustancias peligrosas	0,383	0,547	42,82%
Pilas Baterías Acumuladores	0,728	0,206	-71,7%
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE)	0,296	5,902	1.893,92%
Aerosoles vacíos	0,006	0,016	166,67%
Absorbentes contaminados	0,025	0,041	64%
Fluorescentes Bombillas	0,107	0,148	38,31%
Residuos sanitarios de tipo III	0,03796	0,023	-39,4%

Datos absolutos (t)	2023 (t)	2024 (t)	2024/2023
Total de residuos no peligrosos	5.010,828	7.440,45	48,49%
Total de residuos peligrosos	1,81	6,95	284,62%
Residuos totales	5.012,63	7.447,40	48,57%

Ratios de generación de residuos (facturación de 2024 calculada antes de la verificación, que incluye la cifra de negocio, los trabajos realizados por la empresa para su activo y otros ingresos de explotación)	2023	2024	2024/2023
Ratios de generación de residuos no peligrosos (t/facturación en M€)	28,24	32,32	14,47%
Ratio de generación de residuos peligrosos (t/facturación en M€)	0,01	0,03	196,52%
Ratio de generación de residuos (t/facturación en M€)	28,25(*)	32,35	14,54%

(*) Es el ratio real del año tras la finalización de la verificación financiera, luego varía ligeramente con respecto al dato que aparece en el EINF de 2023.

Tanto las cantidades de residuos en términos absolutos como los ratios han aumentado con respecto al año anterior.

En lo que se refiere a las cantidades de residuos no peligrosos en términos absolutos (t), tiene parte de su explicación en que la actividad y la facturación se han incrementado con respecto al año anterior. Esto explica también el incremento del residuo mezcla, la moqueta y la madera.

En lo que se refiere al ratio de generación de residuos no peligrosos, consideramos que en el año 2023 se llegó al límite de eficiencia máximo.

El incremento en 2024 se debe a varias razones:

- Por un lado, se ha incrementado considerablemente la actividad de eventos (con respecto al año anterior) por el carácter bienal de muchos de ellos.
- Además, también se ha incrementado la actividad de conciertos tanto en número como en duración. Este tipo de eventos genera más cantidad de residuos por euro facturado.

En lo que se refiere a las cantidades de residuos peligrosos, tanto en términos absolutos (t) como en ratio, se ha incrementado debido fundamentalmente a la generación de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE), consecuencia de que muchos equipos informáticos, a lo largo del año 2024, se han quedado obsoletos y sin posibilidad de reparación y mantenimiento, por lo que se han tenido que gestionar como residuo.

Por otra parte, el incremento de los residuos de demolición y construcción (RCD) se debe al incremento durante este año del número de pequeñas obras civiles, y el incremento de los aerosoles vacíos es debido al pintado de la señalización de los viales.

El porcentaje de residuos reciclados en el año 2024 ha sido de 90,58% 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 para evitar la generación de residuos orgánicos como la disposición de medios para la segregación en cinco fracciones en el comedor de personal y los descuentos de última hora en los restaurantes.
- 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, etc.).
- En las zonas de oficinas se han eliminado las papeleras individuales, creando varios puntos limpios por planta divididos en cinco fracciones.

2.4 Consumo de recursos

2.4.1 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 la red de abastecimiento de agua regenerada, ambas gestionadas por el Canal de 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 el personal de IFEMA MADRID, para que los cierren si no se están utilizando.
- En las obras de mejora de todos los restaurantes, se ha sustituido la grifería, disponiendo todos ellos de perlizadores. Además, los nuevos equipos que se han comprado son eficientes de clase A.

Datos absolutos (m³)	2023	2024	2024/2023
Consumo de agua potable del Recinto Ferial (m³)	84.747,00	75.326,00	-11,12%
Consumo de agua potable del Palacio Municipal (m³)	3.962	4.779,00	20,62%
Consumo de agua potable total (m³)	88.709,00	80.105,00	-9,70%
Consumo de agua regenerada (m³)	85.595,00	99.045,00	15,71%
Consumo de agua total (m³)	174.304	179.150	2,78%

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

El consumo de agua potable total 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 consecuencia del incremento en el consumo de agua regenerada para riego.

Ratios de consumo de agua <i>(facturación de 2024 calculada antes de la verificación, que incluye la cifra de negocio, los trabajos realizados por la empresa para su activo y otros ingresos de explotación)</i>	2023	2024	2024/2023
Ratio de consumo de agua potable total (m³ por año / facturación en M€)	499,88 (*)	348,00	-30,38%
Porcentaje de agua regenerada con respecto al total de consumo de agua (potable+regenerada)	49%	55%	12,24%

(*) Es el ratio real del año tras la finalización de la verificación financiera, luego varía ligeramente con respecto al dato que aparece en el EINF de 2023.

Vertido de agua residual

IFEMA MADRID vierte toda el agua residual de vestuarios, aseos, cocinas o lavanderías 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.

Las analíticas realizadas en el año 2024 dan como resultado que IFEMA MADRID cumple con todos los límites establecidos en los parámetros de control.

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	¿Realizado?
Seguimiento y certificación del Sistema de Gestión Ambiental, Sistema de Gestión Energético y Sistema de Gestión de la Sostenibilidad de Eventos implantados 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	Sí
Elaboración y publicación en la web de IFEMA MADRID, anualmente, del Informe no financiero (EINF) y verificado por una tercera parte independiente, con toda la información en materia de sostenibilidad de la Institución.	2023-2024-2025 Y 2026	Sí
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	Sí
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	Sí
Mantener el contrato de agua regenerada con el Canal de Isabel II para riego.	Continuo	Sí
Cumplir con los requisitos establecidos en la autorización de vertido de saneamiento y realizar caracterizaciones periódicas.	Según plazos establecidos en la autorización	Sí
Seguimiento de las retiradas de aceite usado de restauración.	Semestralmente	Sí
Seguimiento de las limpiezas semestrales del separador de grasas.	Semestralmente	Sí

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. (Aclaración: si bien en puridad no son materias primas, sí las consideramos como tales para nuestra actividad).

Datos absolutos de consumos	2023	2024	2024/2023
Consumo de papel (unidades)	600.875	555.500	-7,55%
Consumo de moqueta (m ²)	546.649,00	683.090,70	24,96%

Ratios de consumos <small>(Facturación de 2024 calculada antes de la verificación, que incluye la cifra de negocio, los trabajos realizados por la empresa para su activo y otros ingresos de explotación)</small>	2023	2024	2024/2023
Ratio de consumo de papel (unidades/facturación en M€)	3.385,97 (*)	2.413,22	-28,72%
Ratio de consumo de moqueta (m ² /facturación en M€)	3.080,41 (**)	2.967,51	-3,67%

(*) Es el ratio real del año tras la finalización de la verificación financiera, luego varía ligeramente con respecto al dato que aparece en el EINF de 2023.
 (**) En el EINF de 2023 aparece una errata, ya que sólo se tuvo en cuenta para su cálculo el consumo del primer semestre. Aparece ya corregido en este informe.

Se ha incrementado, en términos absolutos, el consumo de moqueta, debido al incremento de la actividad y de la facturación con respecto al año anterior. Eso sí, hemos logrado ser más eficientes en el consumo, ya que el ratio descendiendo con respecto al año anterior.

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

- Trabajo a distancia flexible.
- Digitalización (implantación de 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.
- Uso de tabletas por los responsables de pabellón durante los montajes y desmontajes, visualizando el plano con los espacios y servicios contratados a través de la herramienta VISUAL SPACE.

En IFEMA MADRID, para reducir el consumo de moqueta:

- No se utiliza 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 parte de la empresa de restauración contratada.

Consumos

Datos absolutos de consumos principales	2020 ⁽¹⁾	2021 ⁽²⁾	2022	2023	2024	2024/2023	2024/2022
Consumo de electricidad en el Recinto Ferial (MWh)	17.703,64	18.440,94	22.927,62	23.898,83	24.392,75	2,1%	6,39%
Consumo de electricidad en el Palacio Municipal (MWh)	2.100,87	1.958,04	3.069,21	2.562,132	2.535,161	-1,05%	-17,4%
Consumo de electricidad total (MWh)	19.804,51	20.398,98	25.996,84	26.460,97	26.927,91	1,76%	3,58%
Consumo de gas natural en Recinto Ferial (MWh)	13.373,51	9.964,543	12.302,733	11.313,367	12.257,59	8,34%	-0,36%
Consumo de gas natural en el Palacio Municipal (MWh)	1.245,34	1.126,308	949,94	988,829	1.346,42	36,16%	41,73%
Consumo de gas natural total (MWh)	14.618,85	11.090,85	13.252,67	12.302,20	13.604,01	10,58%	2,65%

El consumo de gas natural en términos absolutos se ha incrementado, pero en menor medida que el incremento del nivel de actividad (facturación). El ratio ha descendido (véase la tabla siguiente).

El consumo de electricidad en términos absolutos se ha incrementado, pero en menor medida que el incremento del nivel de actividad (facturación). El ratio ha descendido (véase la tabla siguiente).

Ratios de consumos principales (Facturación de 2024 calculada antes de la verificación, que incluye la cifra de negocio, los trabajos realizados por la empresa para su activo y otros ingresos de explotación)	2020 ⁽¹⁾	2021 ⁽²⁾	2022 ⁽³⁾	2023	2024	2024/ 2023	2024/ 2022
Ratio de consumo de electricidad (MWh/facturación en M€)	327,89	206,89	138,52	149,11 (*)	116,98	-21,55%	-15,55%
Ratio de consumo de gas natural (MWh/facturación en M€)	242,03	112,48	70,62	69,32 (*)	59,10	-14,75%	-16,31%
Ratio de consumo de electricidad corregido ⁽³⁾ (MWh/facturación en M€)	327,89	206,89	156,01	149,11 (*)	116,98	-21,55%	-25,02%
Ratio de consumo de gas natural corregido ⁽³⁾ (MWh/facturación en M€)	242,03	112,48	81,34	69,32 (*)	59,10	-14,75%	-75,58%

(*) Son los ratios reales del año tras la finalización de la verificación financiera, luego varía ligeramente con respecto al dato que aparece en el EINF de 2023.
 (1) En 2020, año de pandemia, sólo hubo actividad ferial hasta principios de marzo. Además, en abril-mayo se instaló un albergue y un hospital en el recinto con grandes necesidades de consumos eléctricos y de climatización. Posteriormente, se aprovecha el parón ferial para hacer labores de mantenimiento. Todo esto distorsionó ambos ratios, ya que durante ese periodo la facturación fue mínima.
 (2) En 2021, continúan las restricciones fruto de la pandemia, con actividad tan sólo en la segunda mitad del año. Los pabellones se utilizaron, pero con menores niveles de ocupación debido a las limitaciones de concurrencia y no se podía recircular el aire (afectando a la eficiencia del consumo en climatización). Por ello, los ratios continuaron siendo poco eficientes, aunque mejores que en 2020. Estos dos años (2020 y 2021), por lo tanto, no se deben de tener en cuenta a la hora de analizar la evolución en los consumos.
 (3) Se corrige el ratio de consumo de electricidad y gas natural del año 2022, ya que es un año atípico, por entender que en este ejercicio se produce una distorsión debido a la celebración de un evento de especial magnitud (Cumbre de la OTAN) 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.

Datos absolutos de otros consumos	2023	2024	2024/2023
Consumo de gasóleo A (B7)(l)	10.301,9	1.707,28	-83,43%
Consumo de gasolina (E5)(l)	2.978,65	453,35	-84,78%
Consumo de gas butano (kg)	287,5	175	-39,13%

Tal y como se esperaba, ha descendido en 2024 el consumo de gasoil drásticamente, ya que no ha sido necesario volver a llenar los depósitos de gasóleo de los grupos de emergencia por motivos de seguridad.

También ha descendido significativamente el consumo de gasolina porque en septiembre del año 2023 se sustituyeron los últimos coches de gasoil/gasolina que quedaban por eléctricos.

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

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

En IFEMA MADRID para reducir los ratios de consumo, se han implantado las siguientes medidas para 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 de gasoil para uso del personal técnico 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 SMARKIA 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 de 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 los 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 de gasoil/gasolina por vehículos eléctricos (uno de la Dirección económico-financiera, uno de la Dirección de Seguridad, uno de la Dirección Técnica y uno del Almacén de compras).	2023
Sistema de humectación en el Edificio Puerta Sur.	2024
Compra de nuevos equipos eficientes (clase A) en las unidades de restauración.	2024

Uso de energía renovable

- La energía eléctrica suministrada de toda la instalación (Recinto Ferial y Palacio Municipal) es 100% verde certificada.
- Instalación de climatización geotérmica para el abastecimiento del edificio Central de Puerta Sur.
- Toda la flota de vehículos para representación, de servicios o de mantenimiento es de bajas o cero emisiones.
- Instalación de placas fotovoltaicas en los 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 de 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 equivalente. Estas emisiones aceleran el cambio climático, tal y como advierte la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

IFEMA MADRID tenía como objetivo hace ocho años reducirlas y el primer paso para conseguirlo era medirlas. Para ello, se basó en la metodología de medición que ofrecía 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 a este respecto:

- Sellos "Calculo" de los años 2017, 2018 y 2019.
- Sellos "Calculo y reduzco" de los años 2020, 2021, 2022 y 2023.
- Durante el año 2025 queremos optar de nuevo a obtener el sello "Calculo y reduzco" del año 2024.

En IFEMA MADRID hemos conseguido reducir nuestro ratio de emisiones (t de CO2 / facturación en M€) en un 91,88% en los últimos ocho 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, vestuarios y aseos).

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 y dos en SM3, y dos bombas diésel).
- Para un pequeño camión IVECO.

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 2024.

• Alcance 2

Consumo de electricidad de todas las instalaciones.

Desarrollo cálculo huella de carbono

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 (mayo de 2024).

Huella de carbono Alcances 1 y 2	Dato de 2024	Factor de emisión (*)	kg de CO ₂ de 2024 (**)	Ratio "kg de CO ₂ / facturación en millones de euros"
Consumo de electricidad (kWh)	26.927,21	0	0,00	0,00
Consumo de gas natural (kWh)	13.604.007,00	0,182	2.475.929,27	10.752,02
Consumo de gasóleo A (B7)(l)	1.707,28	2,517	4.297,22	18,67
Consumo de gasolina (E5)(l)	453,35	2,249	1.019,58	4,43
Consumo de gas butano (kg)	175,00	2,996	524,30	2,28
Fugas (kg) de gas refrigerante R134A	0,00	1530	0,00	0,00
			Kg de CO ₂ de 2024	2.481.770,382
			t de CO ₂	2.481,77
RATIO DE EMISIONES DE 2024 (HUELLA DE CARBONO, ALCANCES 1-2) t de CO ₂ / millones de euros facturados (facturación de 2024 calculada antes de la verificación, que incluye la cifra de negocio, los trabajos realizados por la empresa para su activo y otros ingresos de explotación)				10,78

(*) 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: mayo de 2024.

(**) Multiplicación del dato por el factor de emisión.

Huella de carbono 2024 Alcances 1 y 2	Kg de CO ₂ de 2024	% sobre el total de emisiones de 2024
Consumo de electricidad	0,00	0,000%
Consumo de gas natural	2.475.929,27	99,765%
Consumo de gasóleo A (B7)	4.297,22	0,173%
Consumo de gasolina (E5)	1.019,58	0,041%
Consumo de gas butano	524,30	0,021%
Fugas de gas refrigerante 134A	0,00	0,000%

Datos comparativos con años anteriores

Datos generales	t de CO ₂	Ratio "t de CO ₂ / facturación en millones de euros"
2022	2.422,17	12,91
2023	2.272,49	12,81
2024	2.481,77	10,78
% 2024/2023	-15,81%	-15,81%
% 2024/2022	-16,47%	-16,47%
% 2024/2017 (año base)	-84%	-91,88%

Datos	% sobre el total de emisiones de 2022	% sobre el total de emisiones de 2023	% sobre el total de emisiones de 2024
Consumo de electricidad	0,000%	0%	0,000%
Consumo de gas natural	99,579%	98,526%	99,765%
Consumo de gasóleo A (B7)	0,220%	1,141%	0,173%
Consumo de gasolina (E5)	0,140%	0,295%	0,041%
Consumo de gas butano	0,060%	0,038%	0,021%
Fugas de gas refrigerante R134A	0,000%	0,000%	0,000%

(Facturación calculada previa verificación)	2021-2022-2023	2022-2023-2024
Ratio por trienio	16,36	12,05

Se puede concluir entonces que el ratio t de CO₂ (emisiones t de CO₂ / facturación en millones de euros) 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 2024 se reevaluaron todos los riesgos y oportunidades del año anterior y se incluyeron aquellos nuevos detectados, evaluándolos por primera vez.

	2022	2023	2024
N.º de riesgos	9	9	9
N.º de oportunidades	6	6	5

Estos son los riesgos relacionados con el cambio climático identificados y evaluados con las medidas/acciones planificadas para mitigarlos o aprovecharlos y su resultado un año después (análisis de eficacia)

Identificación de riesgos y oportunidades	¿Es riesgo u oportunidad?	Medidas	Resultado de la evaluación de 2023	Resultado de la evaluación de 2024	¿Eficaz? (Si/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 su documentación relacionada. Véase la 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 su 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 el 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 de RSC 2023-2026 que está publicado en la web).	20,00	20,00	Sí
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 de RSC 2023-2026 que está publicado en la web).	8,00	4,00	Sí

(Continúa)

Riesgos relacionados con el cambio climático identificados y evaluados con las medidas/acciones planificadas para mitigarlos o aprovecharlos y su resultado un año después (análisis de eficacia) (continuación)

Identificación de riesgos y oportunidades	¿Es riesgo u oportunidad?	Medidas	Resultado de la evaluación de 2023	Resultado de la evaluación de 2024	¿Eficaz? (Si/no)
Caidas de la red eléctrica que pudieran 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	N.º 22: Mejorar la capacidad de respuesta frente a las situaciones imprevistas de paralización del negocio, mejorando la capacitación del personal responsable y realizando al menos una prueba de uno de los escenarios. N.º 13: Mejorar la eficiencia energética y el consumo eléctrico suministrado de IFEMA MADRID mediante el desarrollo de dos proyectos a este respecto durante los ejercicios 2024/ 2025: • Instalación de una planta de generación fotovoltaica de autoconsumo. • Cambio de la tecnología de alumbrado exterior por iluminación led.	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.	5,00	5,00	Sí
Fallos en la lectura de los consumos que realiza la distribuidora.	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.	Riesgo	No se puede hacer nada, el riesgo es bajo y se asume.	5,00	5,00	Sí
Unificar el sistema de control de las instalaciones.	Oportunidad	Integrado como una acción dentro de un objetivo global dentro del Plan de RSC 2023-2026. A conseguir en el año 2026.	20,00	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-medio plazo en la ampliación del alcance de la certificación ISO 50001.	Oportunidad	Ampliación del alcance ISO 50001. Ejecutar el plan de inversiones previsto para esto.	12,00	12,00	CONTINUAR
Reducir las t de CO 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 "t de CO2 / facturación. Conseguir el sello "Reduzco" de MITECO. Continuar con la energía de origen 100% renovable certificada y el diseño de proyectos de autoconsumo. N.º 17: Impulsar el ahorro en las emisiones de gases de efecto invernadero, implantando la medición de la huella de carbono en nuestros eventos propios en sus alcances 1-2-3 durante los años 2024 y 2025.	20,00	15,00	CONTINUAR

(Continúa)

Identificación de riesgos y oportunidades	¿Es riesgo u oportunidad?	Medidas	Resultado de la evaluación de 2023	Resultado de la evaluación de 2024	¿Eficaz? (Si/no)
Reducir la dependencia energética y crear nuevas fuentes de ingresos mediante proyectos de generación de energía verde.	Oportunidad	N.º 13: Mejorar la eficiencia energética y el consumo eléctrico suministrado de IFEMA MADRID mediante el desarrollo de dos proyectos a este respecto durante los ejercicios 2024/ 2025: • Instalación de una planta de generación fotovoltaica de autoconsumo. • Cambio de la tecnología de alumbrado exterior por iluminación led.	25,00	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 el plan de inversiones previsto para esto.	20,00	20,00	IMPULSARLO

Como conclusiones

- Todas las acciones planificadas para mitigar o contener los riesgos han sido eficaces.
- Todos los riesgos son de nivel bajo excepto uno de nivel alto, que se palia con una de las oportunidades detectadas cuya ejecución está planificada para el año 2026.
- Todas las oportunidades para impulsar están planificadas y previstas.
- El Plan de Continuidad de Negocio elaborado y aprobado durante 2023 y revisado en el año 2024 sistematiza la actuación ante la materialización de amenazas que impidan el desarrollo de nuestra actividad o que esta se produzca de manera adecuada, como por ejemplo la ausencia de suministro eléctrico. Para paliarla debemos de impulsar la oportunidad ya detectada de autoabastecimiento energético.

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.
- 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 estas 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...).
- 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 dar estabilidad a los terrenos, al actuar las raíces como anclaje de las tierras; también se tenía en cuenta su alto valor ornamental, su condición a medio plazo para evitar la aparición de malas hierbas y que nos permitiesen 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, consiguiendo una planta mejor adaptada a las condiciones climáticas de IFEMA MADRID y menor tiempo de transporte del material, ahorrando así en el consumo de combustibles.
- Abonados y enmiendas: fomentar el uso de abonos orgánicos, restringiendo el uso de abonos químicos solo a situaciones de carencia, realizando previamente los análisis pertinentes. Dar prioridad al uso de abonos equilibrados en su composición, con porcentajes bajos de nitrógeno, para minimizar la contaminación de los acuíferos por nitritos y reduciendo las necesidades hídricas.
- Control de malas hierbas, entrecavados y escardas: fomentar la realización de estas labores de forma manual o mecánica suprimiendo del uso de herbicidas.

03.

Personas

- 3.1 Empleo_55
- 3.2 Organización del trabajo_69
- 3.3 Seguridad y salud_70
- 3.4 Relaciones sociales_71
- 3.5 Formación_71
- 3.6 Accesibilidad _73
- 3.7 Igualdad_74

03. Personas

3.1 Empleo

Con el Convenio Colectivo aprobado, firmado y publicado en 2023 se han actualizado las categorías profesionales, pasando de siete grupos profesionales a cuatro. A continuación se recogen diferentes métricas sobre datos de empleo:

Datos de empleo		2023						2024					
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
		250	217	467	242,9	216,8	459,8	258	231	489	257,3	224,0	481,3
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				
		<25	2	<25	0,4	<25	4	<25	2,4				
		25 - 29	24	25 - 29	22,1	25 - 29	23	25 - 29	18,7				
		30 - 34	31	30 - 34	26,7	30 - 34	36	30 - 34	34,1				
		35 - 39	26	35 - 39	25,4	35 - 39	38	35 - 39	33,8				
		40 - 44	41	40 - 44	40,1	40 - 44	45	40 - 44	41,0				
		45 - 49	66	45 - 49	65,2	45 - 49	72	45 - 49	71,3				
		50 - 54	94	50 - 54	92,7	50 - 54	77	50 - 54	74,5				
		55 - 59	115	55 - 59	115,2	55 - 59	126	55 - 59	127,3				
≥ 60	68	≥ 60	72,1	≥ 60	68	≥ 60	78,4						
Total	467		459,8	Total	489		481,3						
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				
		G-I	32	0	32	G-I	30	0	30				
		G-II	109	3	112	G-II	117	4	121				
		G-III	277	13	290	G-III	289	18	307				
		G-IV	33	0	33	G-IV	31	0	31				
		Total	451	16	467	Total	467	22	489				
5	N.º total y distribución de modalidades de contrato de trabajo				M	H	T				M	H	T
		Indefinido	Tiempo completo	Ordinario	233	205	438	Indefinido	Tiempo completo	Ordinario	238	216	454
			Relevo o conversión	7	3	10	Relevo o conversión		5	5	10		
		Temporal	Tiempo parcial	Ordinario	2	1	3	Temporal	Tiempo parcial	Ordinario	2	1	3
			Jubilación parcial	8	8	16	Jubilación parcial		13	9	22		
		Subtotales			250	217	467	Subtotales			258	231	489

(Continúa)

Datos de empleo		2023						2024					
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	T	M	H	T	M	H	T	M	H	T
		242	209	451	235,3	210,3	445,5	245	222	467	247,6	216,0	463,6
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	0,4	<25	4	<25	2,4				
		25 - 29	24	25 - 29	22,1	25 - 29	23	25 - 29	18,7				
		30 - 34	31	30 - 34	26,7	30 - 34	36	30 - 34	33,1				
		35 - 39	26	35 - 39	25,4	35 - 39	38	35 - 39	33,8				
		40 - 44	41	40 - 44	40,1	40 - 44	45	40 - 44	40,2				
		45 - 49	66	45 - 49	65,2	45 - 49	72	45 - 49	71,3				
		50 - 54	94	50 - 54	92,7	50 - 54	77	50 - 54	74,5				
		55 - 59	115	55 - 59	115,2	55 - 59	126	55 - 59	127,2				
		≥ 60	52	≥ 60	57,8	≥ 60	46	≥ 60	62,6				
Total	451		445,5	Total	467		463,6						
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	Grupo	Personas	Personas						
		G-I	32	32,4	G-I	30	34,1						
		G-II	109	103,6	G-II	117	114,3						
		G-III	277	282,1	G-III	289	287,7						
		G-IV	33	27,4	G-IV	31	30,3						
		Total	451	445,5	Total	467	463,6						
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	T	M	H	T	M	H	T	M	H	T
		8	8	16	7,8	6,5	14,3	13	9	22	9,8	8	17,8
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				
		≥ 60	16	≥ 60	14,3	≥ 60	22	30 a 34	1,0				
								40 a 44	0,8				
								55 a 59	0,1				
Total	16	Total	14,3	Total	22	≥ 60	15,8						
11	N.º anual de contratos temporales por clasificación profesional (*)	Datos a cierre de ejercicio		Promedios anuales		Datos a cierre de ejercicio		Promedios anuales					
		Grupo	Personas	Grupo	Personas	Grupo	Personas	Grupo	Personas				
		G-II	3	G-II	2,3	G-II	4	G-II	3,1				
		G-III	13	G-III	11,9	G-III	18	G-III	14,6				
								G-IV	0,1				
		Total	16	Total	14,3	Total	22	Total	17,8				

(*) 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 de empleo		2023						2024							
		Datos a cierre de ejercicio			Promedios anuales			Datos a cierre de ejercicio			Promedios anuales				
12	N.º anual de contratos a tiempo parcial por sexo (*)	M	H	T	M	H	T	M	H	T	M	H	T		
		10	9	19	9,8	7,5	17,3	15	10	25	10,8	8,1	18,8		
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			
		40 - 44	1		40 - 44	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	1,0		55 - 59	1		55 - 59	1,0			
		≥ 60	16		≥ 60	14,3		≥ 60	22		≥ 60	15,8			
Total		19		Total		17,3		Total		25		Total		18,8	
14	N.º anual de contratos a tiempo parcial por clasificación profesional (*)	Datos a cierre de ejercicio			Promedios anuales			Datos a cierre de ejercicio			Promedios anuales				
		Grupo	Personas		Grupo	Personas		Grupo	Personas		Grupo	Personas			
		G-II	3		G-II	2,3		G-II	4		G-II	3,1			
		G-III	15		G-III	13,9		G-III	20		G-III	14,8			
		G-IV	1		G-IV	1,0		G-IV	1		G-IV	1,0			
Total		19		Total		17,3		Total		25		Total		18,8	
15	N.º de despidos por sexo	M	H	Total	M	H	Total								
		1	8	9	7	6	13								
16	N.º de despidos por edad y categoría profesional	Casos	Edad	Grupo	Casos	Edad	Grupo								
		1	49	G-I	1	46	G-I								
		1	53	G-I	1	57	G-I								
		1	60	G-I	1	62	G-I								
		1	36	G-III	1	60	G-II								
		1	47	G-III	1	61	G-II								
		1	59	G-III	1	46	G-II								
		1	60	G-III	1	57	G-III								
		1	65	G-III	1	59	G-III								
		1	56	G-IV	1	60	G-III								
						2	61	G-III							
						2	62	G-III							
17	Empleados con discapacidad	12 empleados con discapacidad reconocida (2,56% de la plantilla)						10 empleados con discapacidad reconocida (2,04% 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 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 los trabajadores, 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.
 - Se considerará 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, etc. 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 a 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.

2024 - 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	Promedio
De 20 a 29 años	42.740,95 €	36.463,18 €		-17,22%	37.940,31 €
De 30 a 39 años	55.904,08 €	48.089,65 €		-16,25%	51.395,75 €
De 40 a 49 años	70.512,97 €	67.492,87 €		-4,47%	68.925,08 €
De 50 a 59 años	70.821,02 €	75.193,67 €		5,82%	72.858,54 €
De 60 a 65 años	92.202,86 €	76.226,94 €		-20,96%	83.256,34 €
Salario medio 2024	70.901,31 €	67.229,56 €		-5,46%	68.997,78 €

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	Promedio
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 €

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

2024 - 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	Promedio
De 20 a 29 años	38.532,59 €	30.893,15 €		-24,73%	32.690,67 €
De 30 a 39 años	47.439,83 €	42.809,76 €		-10,82%	44.768,64 €
De 40 a 49 años	56.672,73 €	59.064,12 €		4,05%	57.930,06 €
De 50 a 59 años	58.425,21 €	62.438,05 €		6,43%	60.238,33 €
De 60 a 65 años	71.239,36 €	63.320,85 €		-12,51%	66.804,99 €
Salario medio 2024	57.813,21 €	56.954,07 €		-1,51%	57.367,81 €

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	Promedio
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 €

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

2024 - 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
Grupo I	Nivel único (directores)	157.453,68 €	133.130,73 €	157.453,68 €	133.130,73 €	160.858,59 €	128.205,39 €	160.858,59 €	128.205,39 €
Grupo II	Nivel I banda superior	103.864,22 €	104.730,83 €	84.690,85 €	83.635,31 €	98.341,35 €	97.572,07 €	79.187,34 €	75.520,58 €
	Nivel I banda intermedia	0,00 €	0,00 €			100.744,61 €	100.744,61 €		
	Nivel I banda inferior	94.581,15 €	94.602,77 €			90.521,79 €	90.405,91 €		
	Nivel II banda superior	83.501,33 €	82.020,62 €			87.489,24 €	87.994,65 €		
	Nivel II banda intermedia	70.235,70 €	70.235,70 €			0,00 €	0,00 €		
	Nivel II banda inferior	83.788,09 €	85.295,80 €			80.885,06 €	82.441,78 €		
	Nivel III banda superior	75.059,69 €	75.476,06 €			74.269,35 €	75.017,41 €		
	Nivel III banda intermedia	72.557,24 €	72.557,24 €			0,00 €	0,00 €		
	Nivel III banda inferior	69.926,28 €	71.551,09 €			68.742,03 €	71.148,55 €		
	Grupo III	Nivel I banda superior	60.839,50 €			62.000,92 €	57.760,82 €		
Nivel I banda intermedia		63.765,78 €	63.272,54 €	60.386,10 €	61.189,87 €				
Nivel I banda inferior		57.630,67 €	57.922,64 €	54.349,67 €	53.436,23 €				
Nivel II banda superior		57.369,21 €	57.369,21 €	44.051,41 €	45.586,23 €				
Nivel II banda intermedia		0,00 €	0,00 €	43.550,74 €	43.550,74 €				
Nivel II banda inferior		46.631,13 €	44.020,77 €	45.020,43 €	45.182,53 €				
Nivel III banda superior		42.479,72 €	40.090,09 €	38.930,75 €	38.746,54 €				
Nivel III banda inferior		35.540,51 €	35.540,51 €	36.044,35 €	36.690,03 €				
Grupo IV	Nivel I banda superior	39.013,99 €	41.643,63 €	35.098,58 €	33.560,06 €	32.563,14 €	32.028,73 €	31.819,84 €	32.393,28 €
	Nivel I banda inferior	28.406,17 €	28.406,17 €			32.658,78 €	32.658,78 €		
	Nivel II banda superior	33.413,98 €	33.560,06 €			33.227,81 €	33.294,86 €		
	Nivel II banda inferior	0,00 €	0,00 €			29.388,91 €	29.330,10 €		
	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 €		
Salario medio de 2024		70.901,31 €	62.604,96 €	-	-	67.229,56 €	58.040,71 €	-	-

(Continúa)

		Diferencial sobre las medias		Total de la plantilla			
		Hombres	Mujeres	Promedio	Mediana	Promedio por grupo	Mediana por grupo
Grupo I	Nivel unico (directores)	-	2,12%	159.211,05 €		159.211,05 €	130.834,67 €
Grupo II	Nivel I banda superior			101.855,90 €		81.621,56 €	78.774,53 €
	Nivel I banda intermedia			100.744,61 €			
	Nivel I banda inferior			93.228,03 €			
	Nivel II banda superior			86.064,98 €			
	Nivel II banda intermedia	-	-6,95%	70.235,70 €			
	Nivel II banda inferior			82.224,92 €			
	Nivel III banda superior			74.602,12 €			
	Nivel III banda intermedia			72.557,24 €			
	Nivel III banda inferior			69.080,39 €			
	Grupo III	Nivel I banda superior			57.153,72 €		
Nivel I banda intermedia				62.291,01 €			
Nivel I banda inferior				56.080,06 €			
Nivel II banda superior				47.856,49 €			
Nivel II banda intermedia		-	-9,48%	43.550,74 €			
Nivel II banda inferior				45.940,83 €			
Nivel III banda superior				40.409,49 €			
Nivel III banda inferior				35.981,37 €			
Grupo IV	Nivel I banda superior			35.788,57 €		33.169,91 €	32.641,99 €
	Nivel I banda inferior			30.532,48 €			
	Nivel II banda superior			33.320,90 €			
	Nivel II banda inferior	-	-10,30%	29.388,91 €			
	Nivel III banda superior			0,00 €	0,00 €		
	Nivel III banda intermedia			0,00 €	0,00 €		
	Nivel III banda inferior			0,00 €	0,00 €		
Salario medio de 2024		-	-5,46%	68.997,78 €	60.611,48 €	-	-

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 €	91.071,47 €	89.778,24 €	105.624,15 €	101.936,98 €	83.718,12 €	80.557,05 €
	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 €			94.097,89 €	92.862,43 €		
	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	75.754,64 €	76.626,86 €			72.785,49 €	74.593,86 €		
Grupo III	Nivel I banda superior	69.517,63 €	69.790,12 €	61.617,78 €	62.425,96 €	64.672,75 €	66.021,06 €	56.101,34 €	57.812,38 €
	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 €			46.783,13 €	45.778,25 €		
	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 IV	Nivel III banda inferior	0,00 €	0,00 €	39.219,70 €	39.219,70 €	34.965,97 €	32.163,78 €	32.173,22 €	31.641,11 €
	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 €	29.600,78 €	29.682,93 €				
	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 €					
Salario medio de 2023		72.839,83 €	63.785,01 €	—	—	68.505,31 €	61.287,17 €	—	—

(Continúa)

		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	—	-8,78%	106.952,08 €	111.852,75 €	86.814,27 €	85.853,42 €
	Nivel I banda inferior			95.586,80 €	100.052,54 €		
	Nivel II banda superior			93.054,13 €	92.162,77 €		
	Nivel II banda inferior			90.165,05 €	90.818,81 €		
	Nivel III banda superior			80.144,60 €	80.408,23 €		
	Nivel III banda inferior			73.555,27 €	75.549,70 €		
Grupo III	Nivel I banda superior	—	-9,83%	67.095,19 €	69.163,73 €	58.892,26 €	59.856,69 €
	Nivel I banda intermedia			65.488,92 €	65.679,19 €		
	Nivel I banda inferior			59.080,75 €	58.557,88 €		
	Nivel II banda superior			52.337,12 €	52.761,46 €		
	Nivel II banda inferior			47.650,20 €	46.158,62 €		
	Nivel III banda superior			43.364,46 €	45.042,04 €		
Grupo IV	Nivel III banda inferior	—	-8,68%	39.219,70 €	39.219,70 €	33.144,61 €	31.964,38 €
	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			30.265,11 €	30.209,93 €		
	Nivel III banda superior			0,00 €	0,00 €		
	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 €	—	—

En el ejercicio 2024, la Alta Dirección estuvo conformada por dos personas que percibieron una remuneración por importe de 637.651,36 euros, tal y como puede verse en el epígrafe de "Sueldos y salarios" de la cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio 2024 de las cuentas anuales de CCAA. La variación entre los años se debe a la salida del anterior director.

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

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

2024 - 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
Grupo I	Nivel único (directores)	117.018,69 €	101.691,06 €	117.018,69 €	101.691,06 €	119.603,93 €	95.351,14 €	119.603,93 €	95.351,14 €
Grupo II	Nivel I banda superior	81.475,49 €	83.180,42 €	69.155,92 €	68.603,18 €	78.088,30 €	77.351,03 €	66.795,30 €	64.984,21 €
	Nivel I banda intermedia	0,00 €	0,00 €			81.275,29 €	81.275,29 €		
	Nivel I banda inferior	74.353,82 €	76.360,98 €			73.947,94 €	74.301,54 €		
	Nivel II banda superior	68.887,02 €	67.951,39 €			73.541,73 €	74.377,73 €		
	Nivel II banda intermedia	63.083,50 €	63.083,50 €			0,00 €	0,00 €		
	Nivel II banda inferior	67.905,04 €	69.074,18 €			67.586,91 €	69.074,18 €		
	Nivel III banda superior	62.855,31 €	64.663,57 €			63.429,01 €	64.342,95 €		
	Nivel III banda intermedia	63.278,71 €	63.278,71 €			0,00 €	0,00 €		
	Nivel III banda inferior	60.779,44 €	62.214,46 €			59.839,04 €	61.223,19 €		
	Grupo III	Nivel I banda superior	56.853,48 €			57.904,55 €	48.470,62 €		
Nivel I banda intermedia		57.282,99 €	57.463,49 €	55.204,42 €	55.915,71 €				
Nivel I banda inferior		46.836,56 €	46.426,97 €	48.309,62 €	45.506,06 €				
Nivel II banda superior		41.794,33 €	41.794,33 €	39.079,39 €	38.915,14 €				
Nivel II banda intermedia		0,00 €	0,00 €	42.326,47 €	42.326,47 €				
Nivel II banda inferior		39.133,91 €	40.033,54 €	36.389,07 €	37.169,73 €				
Nivel III banda superior		33.677,16 €	33.096,64 €	33.064,80 €	32.175,70 €				
Nivel III banda inferior		29.591,50 €	46.426,97 €	30.276,19 €	29.845,69 €				
Grupo IV	Nivel I banda superior	30.107,01 €	30.674,25 €	27.242,59 €	26.808,44 €	28.100,93 €	28.091,01 €	25.516,40 €	24.522,88 €
	Nivel I banda inferior	26.808,44 €	26.808,44 €			26.808,44 €	26.808,44 €		
	Nivel II banda superior	24.522,88 €	24.522,88 €			24.522,88 €	24.522,88 €		
	Nivel II banda inferior	0,00 €	0,00 €			23.494,72 €	23.392,25 €		
	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 €		
Salario medio de 2024		57.813,21 €	52.086,38 €	-	-	56.954,07 €	53.507,32 €	-	-

(Continúa)

		Diferencial sobre las medias		Total de la plantilla			
		Hombres	Mujeres	Promedio	Mediana	Promedio por grupo	Mediana por grupo
Grupo I	Nivel único (directores)		2,16%	118.353,01 €	99.521,72 €	118.353,01 €	99.521,72 €
Grupo II	Nivel I banda superior			80.243,78 €	82.499,58 €	67.839,42 €	65.349,76 €
	Nivel I banda intermedia			81.275,29 €	81.275,29 €		
	Nivel I banda inferior			74.218,53 €	74.674,02 €		
	Nivel II banda superior			71.879,33 €	72.633,95 €		
	Nivel II banda intermedia	-	-3,53%	63.083,50 €	63.083,50 €		
	Nivel II banda inferior			67.733,74 €	69.074,18 €		
	Nivel III banda superior			63.187,45 €	64.342,96 €		
	Nivel III banda intermedia			63.278,71 €	63.278,71 €		
	Nivel III banda inferior			60.107,73 €	61.785,51 €		
	Grupo III	Nivel I banda superior			53.671,07 €		
Nivel I banda intermedia				56.375,98 €	57.463,48 €		
Nivel I banda inferior				47.532,73 €	46.360,26 €		
Nivel II banda superior				39.855,09 €	41.637,34 €		
Nivel II banda intermedia		-	-3,04%	42.326,47 €	42.326,47 €		
Nivel II banda inferior				37.957,55 €	38.840,01 €		
Nivel III banda superior				33.319,95 €	32.636,17 €		
Nivel III banda inferior				30.190,60 €	29.818,40 €		
Grupo IV	Nivel I banda superior			29.103,97 €	28.212,55 €	26.227,18 €	24.522,88 €
	Nivel I banda inferior			26.808,44 €	26.808,44 €		
	Nivel II banda superior			24.522,88 €	24.522,88 €		
	Nivel II banda inferior	-	-6,77%	23.494,72 €	23.392,25 €		
	Nivel III banda superior			0,00 €	0,00 €		
	Nivel III banda intermedia			0,00 €	0,00 €		
	Nivel III banda inferior			0,00 €	0,00 €		
Salario medio de 2024		-	-1,51%	57.367,81 €	52.586,04 €	-	-

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 €			74.445,79 €	72.244,90 €		
	Nivel II banda inferior	73.982,59 €	73.984,75 €			74.919,37 €	75.054,92 €		
	Nivel III banda superior	68.967,92 €	69.166,18 €			67.698,63 €	68.682,02 €		
	Nivel III banda inferior	65.279,93 €	66.172,82 €			63.978,07 €	65.541,43 €		
Grupo III	Nivel I banda superior	63.061,52 €	62.599,95 €	51.587,11 €	49.647,28 €	58.089,05 €	61.397,01 €	49.863,37 €	49.621,85 €
	Nivel I banda intermedia	58.429,21 €	61.368,05 €			57.711,84 €	59.222,67 €		
	Nivel I banda inferior	49.527,81 €	48.910,13 €			50.955,56 €	49.179,91 €		
	Nivel II banda superior	45.681,13 €	45.435,51 €			42.652,60 €	42.810,00 €		
	Nivel II banda inferior	41.380,10 €	41.635,44 €			37.034,76 €	36.593,54 €		
	Nivel III banda superior	37.771,43 €	39.805,44 €			37.073,90 €	39.527,81 €		
	Nivel III banda inferior	0,00 €	0,00 €			33.224,03 €	33.224,03 €		
	Grupo IV	Nivel I banda superior	28.627,44 €			27.223,58 €	26.972,25 €		
Nivel I banda inferior	0,00 €	0,00 €	25.484,24 €	25.484,24 €					
Nivel II banda superior	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €					
Nivel II banda inferior	22.838,08 €	22.841,58 €	22.822,28 €	22.817,04 €					
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 €					
Salario medio de 2023		59.832,97 €	53.088,39 €	—	—	58.474,68 €		55.267,46 €	—

(Continúa)

		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	—	-5,43%	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			77.650,90 €	77.229,14 €							
	Nivel II banda inferior			74.450,98 €	74.115,41 €							
	Nivel III banda superior			68.146,61 €	68.946,47 €							
	Nivel III banda inferior			64.315,59 €	65.604,90 €							
	Grupo III			Nivel I banda superior	—			-3,46%	60.575,29 €	62.582,16 €	50.735,46 €	49.621,85 €
	Nivel I banda intermedia			58.175,37 €					59.394,79 €			
Nivel I banda inferior	50.287,25 €	48.914,07 €										
Nivel II banda superior	43.788,30 €	44.023,48 €										
Nivel II banda inferior	38.935,85 €	39.654,77 €										
Nivel III banda superior	37.399,41 €	39.242,39 €										
Nivel III banda inferior	33.224,03 €	33.224,03 €										
Grupo IV	Nivel I banda superior	—	1,28%	28.901,12 €		27.223,58 €	27.020,28 €		26.940,53 €			
Nivel I banda inferior	25.484,24 €			25.484,24 €								
Nivel II banda superior	0,00 €			0,00 €								
Nivel II banda inferior	22.830,18 €			22.829,92 €								
Nivel III banda superior	0,00 €			0,00 €								
Nivel III banda intermedia	0,00 €			0,00 €								
Nivel III banda inferior	0,00 €			0,00 €								
Salario medio de 2023				—	-2,32%	59.114,87 €		54.449,63 €		—	—	

3.2 Organización del trabajo

La organización del tiempo de trabajo está contenida en el capítulo V 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 60 minutos para adelantar o retrasar la entrada al trabajo. La jornada de los viernes será continuada, con entrada a las 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 siete 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 y aplicación igualmente de 30 minutos de flexibilidad horaria, disponiendo de 15 minutos de descanso, en los que no se podrá abandonar el Recinto Ferial.

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 y el horario del turno de tarde de 14:00 a 20:00.

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 es de 09:00 a 21:00 horas.

Por otra parte, señalar 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 2024: 52.167,4 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, 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 (una semana adicional al permiso de maternidad/paternidad, dos días adicionales en caso de fallecimiento de hijos o cónyuge, un día adicional por traslado de domicilio habitual, dos días por nacimiento de nieto, establecer el día 31 de diciembre como festivo, un día de asuntos propios, tres 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, para adopción internacional).
- Flexibilidad horaria de 60 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 MADRID 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 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
2023 (*)	3	6
2024 (*)	2	3

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

Tasa de frecuencia por sexo

	Mujeres	Hombres
2023	2,65	14,85
2024	0	5,72

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

Tasa de gravedad por sexo

	Mujeres	Hombres
2023	0,003	0,25
2024	0	0,006

Nota: 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 2023 ni en el año 2024.

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 formado 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 promovieron a finales del ejercicio 2024, habiéndose procedido a la correspondiente votación y constitución del nuevo Comité de Empresa en el mes de enero de 2025.

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

Fruto de la negociación colectiva son los 10 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 en 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 de formación del ejercicio 2024 tiene como propósito ajustarse y acompañar a los objetivos estratégicos de negocio de IFEMA MADRID. Se han establecido cuatro grandes bloques:

1) Formación obligatoria: acoge AAFF que están marcadas por normativa legal o normativa de empresa y que son de obligado cumplimiento.

Acciones relacionadas con calidad y sostenibilidad, seguridad laboral y normativa en general han sido los principales focos formativos en este apartado, alcanzando en el ejercicio un **30%** del total de las acciones formativas impartidas.

2) Formación estratégica: integra formación que afecta a toda un área o/y colectivo y que tiene como objetivo conseguir objetivos corporativos y cubrir gaps existentes en *skills* alineados con los objetivos de la Institución. En este apartado, en el año 2024 se ha trabajado en optimizar el liderazgo de los directivos

y los *mánager* de la Institución. Ello, con el propósito de dotar de más y mejores *skills* al colectivo para alcanzar los nuevos proyectos a los que el negocio se enfrenta.

3) Formación técnica: formaciones destinadas a que empleados, colectivos y/o áreas mejoren habilidades técnicas con aportación a sus tareas habituales.

La capacitación en herramientas de digitalización, idiomas y competencias técnicas tanto operativas como teóricas supone el **58%** de las acciones totales. La diversificación del negocio, la extensión internacional, la optimización de la atención a nuestros clientes (expositores y visitantes) exigen avanzar en procesos más ágiles y de mayor calidad. Nos enfocamos en mantener el posicionamiento de marca, la imagen que proyectamos con nuestros servicios y la experiencia que se llevan nuestros clientes. Por ello, necesitamos estar técnicamente preparados.

4) Formación de libre acceso: acciones formativas que se realizan con proactividad por parte del empleado y que se gestiona desde la retribución flexible.

Apoyando el desarrollo personal de las personas de IFEMA MADRID, acompañamos las iniciativas individuales que las personas puedan proponer en relación con la mejora de su misión y tareas en la compañía. En el ejercicio 2024, se han apoyado programas y certificaciones en escuelas de negocio y centros especializados, que han supuesto un **9%** del total de acciones llevadas a cabo.

Somos conscientes de que la formación está a disposición de las necesidades reales de la Institución, dado el momento de evolución y crecimiento evidente en el que nos encontramos. Por ello, creemos importante destacar que más del 40% de las acciones formativas gestionadas durante el ejercicio han surgido de manera emergente.

En el año 2024, el número absoluto de horas de formación ha seguido creciendo respecto a años anteriores. Las horas de la formación en liderazgo, así como las especialidades técnicas, tienen importante responsabilidad en todo ello. En cuanto al número de puestos de formación, han sido menos los puestos impactados que el año 2023, pero con mayor número de horas formativas. El motivo radica en que, aunque se han dado formaciones transversales corporativas, se ha puesto el esfuerzo en acciones más especializadas, disminuyendo el número de puestos impactados y aumentando las horas de las acciones formativas desarrolladas.

En el año 2024, se consolida la capacidad de adaptación a las nuevas necesidades que la Institución requiere en línea con el crecimiento del equipo humano que lo compone.

Cantidad total de horas de formación por sexos y por categoría profesional

Datos de formación	2023	2024
N.º de empleados formados / N.º de puestos de formación	467/1.939	306/632
Horas de formación recibidas por el personal de IFEMA MADRID	8.317	10.087

Horas de formación por sexos en 2023

Mujeres	Hombres	Total
5.259	3.058	8.317

Horas de formación por grupo profesional en 2023

G-I	G-II	G-III	G-IV	Total
Directivos	Managers	Técnicos	Soporte / Soporte técnico	
418	1.930	4.932	1.037	8.317

Horas de formación por sexos en 2024

Mujeres	Hombres	Total
5.223	4.864	10.087

Horas de formación por grupo profesional en 2024

G-I	G-II	G-III	G-IV	Total
Directivos	Managers	Técnicos	Soporte / Soporte técnico	
1.219	4.494	3.103	1.271	10.087

3.6 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.
- Hay que considerar que, en función del desarrollo de nuevas líneas de negocio, IFEMA MADRID se vea obligada a modificar sus instalaciones; esto será una oportunidad para modificar aquello que sea necesario poniendo la accesibilidad como protagonista.

Hasta que estas obras se lleven 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 efímeros 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.
- También se han pintado las columnas de la avenida central con el objetivo de producir el contraste necesario con el pavimento.

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 uso correcto de la web de IFEMA MADRID, cumpliendo con lo establecido según la normativa europea UNE 139803:2012.

3.7 Igualdad

Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato de oportunidades 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, 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 la 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 del empleado/a.

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 2024 por 489 empleados, de los cuales 231 son hombres (47,23%) y 258 mujeres (52,76%), y en su equipo directivo, compuesto por 17 hombres y 13 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, conjuntamente con el Comité de Empresa, e implementado un nuevo Plan de Igualdad durante 2023 y 2024 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 de trabajo, y 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 realiza una labor de seguimiento y actualización del registro retributivo, 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 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 acciones positivas, 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, y 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 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 cualquier tipo de acoso y persiguiendo y solucionando aquellos casos que se produzcan en el ámbito laboral.

Protocolo de acoso o violencia a las personas LGTBI

IFEMA MADRID cuenta igualmente con un Protocolo de prevención del acoso y/o violencia a las personas LGTBI, que sienta las directrices y líneas de actuación para promover una cultura de respeto a la dignidad de la persona. El objetivo estratégico consiste en fijar un entorno laboral donde todo el personal contratado sea tratado con dignidad, no permitiendo ni tolerando ningún tipo de conducta de acoso moral, sexual y/o por razón de sexo, identidad de género u orientación sexual.

Este Protocolo se alinea con la Ley 4/2023 y persigue el objetivo de prevenir y erradicar las situaciones discriminatorias por razón de género, constitutivas de acoso, en su modalidad de acoso sexual y acoso por razón de sexo, identidad de género u orientación sexual, así como todo tipo de acoso o ataque a la integridad moral de cualquier persona integrante o relacionada con IFEMA MADRID.

Con este fin, el Protocolo aborda dos aspectos fundamentales: la prevención de cualquier manifestación de acoso en el entorno laboral y la respuesta de IFEMA MADRID ante denuncias de acoso por orientación sexual, identidad de género y/o expresión sexual. Por tanto, se establecen dos tipos de actuaciones:

- Establecimiento de medidas orientadas a prevenir y evitar situaciones de acoso por orientación sexual, identidad de género y/o expresión sexual, o cualquier forma de violencia laboral.
- Determinación del procedimiento interno de actuación para casos en los que, a pesar de los esfuerzos preventivos, se produce una denuncia o queja interna por acoso por orientación sexual, identidad de género y/o expresión sexual, o cualquier forma de violencia laboral por parte de alguna persona trabajadora.

Para el desarrollo del Protocolo, así como de las medidas incluidas en el mismo, la representación de la empresa, junto con la representación legal de las personas trabajadoras, llevó a cabo un procedimiento de negociación colectiva, de acuerdo con lo dispuesto por la Ley 4/023, de 28 de febrero, para la igualdad real y efectiva de las personas trans y para la garantía de los derechos de las personas LGTBI, que dispone en su artículo 15.1 que "las medidas serán pactadas a través de la negociación colectiva y acordadas con la representación legal de las personas trabajadoras".

En atención a lo anterior, el presente Protocolo ha sido negociado y acordado a través de una negociación colectiva llevada a cabo por los miembros integrantes de la Comisión de Igualdad, con fecha 1 de marzo de 2024.

En este sentido, sin perjuicio de la presentación del documento y su publicidad a toda la plantilla, el Protocolo de Acoso o Violencia a personas LGTBI forma parte del "Manual del proceso de acogida" que se entrega a todas las personas trabajadoras en el momento de su incorporación en la organización.

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 a favor de las personas con una discapacidad igual o superior al 33% del 2% de la plantilla. Concretamente, IFEMA MADRID cuenta con 10 trabajadores con discapacidad que representan un 2,04% 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 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 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 comportamientos de cualquier tipo de 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, 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 BUSINESS EUROPE, el Convenio n.º 111 de la OIT 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 2023 ni en el de 2024.

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 trabajadores que forman la plantilla de IFEMA MADRID.

Las últimas elecciones a miembros del Comité de Empresa se celebraron en septiembre del año 2020, promoviendo nuevas elecciones sindicales en 2024 y presentando las actas del nuevo Comité de Empresa en 2025.

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

Fruto de la negociación colectiva son los 10 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 XI 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 de 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 a 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 y 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

IFEMA MADRID cuenta desde el año 2017 con un Sistema de Gestión de Cumplimiento Normativo, que se construye como un sistema de autorregulación para la mejora de la gestión y el comportamiento ético de los miembros de la Institución. La implantación de este sistema contribuye también a la prevención y mitigación de riesgos penales que, pese a no implicar una responsabilidad penal para IFEMA MADRID¹, puedan afectar a la Institución. En este sentido, se trata de un sistema idóneo para la adopción de medidas adecuadas en la lucha contra el fraude, el favoritismo y la corrupción, así como para prevenir, detectar y solucionar de modo efectivo los conflictos de intereses (obligación asimismo recogida en el artículo 64 de la Ley de Contratos del Sector Público).

El Sistema de Gestión de Cumplimiento Normativo se basa en la definición y evaluación de los riesgos de cumplimiento² de IFEMA MADRID, además de la implantación de los controles necesarios para la mitigación de los riesgos identificados. Es necesario, por tanto, el análisis de los procesos de negocio clave de diferentes áreas y direcciones de la Institución. Asimismo, el sistema promueve e incentiva el desarrollo de una cultura ética, que influye en la toma de decisiones y en el comportamiento de los profesionales que forman parte de IFEMA MADRID.

Le corresponde a la función de Cumplimiento establecer un Programa de prevención de riesgos de cumplimiento en el marco de un sistema de cumplimiento de las normas y estándares éticos. Esta función es desarrollada por la persona designada por la Institución como responsable de Cumplimiento de IFEMA MADRID. La función de Cumplimiento será la encargada de impulsar las actuaciones del Comité de Cumplimiento Normativo 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.

Las funciones concretas del Comité, así como su composición, se regulan en el Reglamento del Comité de Cumplimiento, que aprueba el Comité Ejecutivo. El Sistema de Gestión de Cumplimiento Normativo está integrado documentalmente por las siguientes normas, además de por el citado Código de Conducta:

- Política de Cumplimiento Normativo.
- Manual de Cumplimiento Normativo.
- Reglamento del Comité de Cumplimiento Normativo.
- Política Anticorrupción.
- Política de Conflicto de Interés.
- Política de Obsequios y Regalos.
- Política de gestión de informaciones y denuncias.
- Procedimiento de gestión de informaciones y denuncias.

Tendrán la consideración de prácticas corruptas las recogidas en el Código Penal Español, aprobado mediante la Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, tales como corrupción en los negocios, cohecho, tráfico de influencias y financiación ilegal de partidos políticos. Las medidas concretas para prevenir la corrupción y el soborno están recogidas en la Política Anticorrupción. La finalidad de la presente política es dejar clara la posición de IFEMA MADRID y establecer una serie de pautas de actuación para evitar que las personas a las que se aplica la presente política incurran en conductas contrarias a la normativa vigente.

IFEMA MADRID actuará de oficio, o tras ser alertada, ante cualquier denuncia de corrupción, investigando los actos que pudieran contradecir lo dispuesto en el Código de Conducta o en la Política Anticorrupción, y, en su caso, adoptará las medidas disciplinarias y legales oportunas.

IFEMA MADRID dispone un Canal interno de denuncias, adecuado a la Ley 2/2023, y con vocación de ser una de las principales fuentes de información para detectar riesgos de incumplimiento y prevenir la comisión de cualquier acto ilícito o delito en el seno de la Institución o en su nombre. En línea con el compromiso de la Institución por la mejora continua, la información recibida podrá ser utilizada para revisar y, en su caso, actualizar los procesos, políticas, procedimientos y protocolos internos con el objetivo de evitar o prevenir futuras malas prácticas. Asimismo, esta herramienta, habilitada al exterior, permite garantizar un mayor nivel de responsabilidad social de la Institución con sus grupos de interés.

Este Canal es gestionado por una empresa externa independiente y especializada en la gestión de denuncias (el Gestor de Denuncias), que aporta la plataforma web del Canal. El canal interno de denuncias de IFEMA MADRID dispone de un Procedimiento de Gestión del Canal que regula su funcionamiento. El Canal se encuentra accesible en la página web de la Institución: <https://www.ifema.es/nosotros/portal-transparencia/buen-gobierno>.

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 expuesta, 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 y la financiación del terrorismo

IFEMA MADRID, yendo más allá de lo establecido por 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 participación en ferias y eventos, procedentes de países con restricciones.

Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro

En el año 2023 se han realizado pagos al Teatro Real por importe de 67.000,00 euros, una aportación a la entidad CEPREVEN 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.

En el año 2024 se han realizado pagos al Teatro Real por importe de 67.000,00 euros.

1. El artículo 31 quinquies del CP 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_89

6.2 Subcontratación y proveedores_117

6.3 Sociedad_117

6.4 Información fiscal_140

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 seguido incorporando nuevos productos, tanto de ocio como profesionales, en un modelo de creación e incorporación totalmente dinámico.

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. Sin duda, estos logros han tenido también repercusión a nivel nacional.

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 sólo 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, lo que garantiza la interlocución de este con la organización.

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 propios expositores.

Durante el año 2024 se llevaron a cabo los siguientes programas:

Programas llevados a cabo

Feria	2023		2024	
	Nacional	Internacional	Nacional	Internacional
FITUR		114		52
PROMOGIFT	45		66	
INTERGIFT-BISUTEX-MADRIDJOYA (ed. febr.)		245	101	118
MOMAD (ed. febr.)		20		15
ARCOmadrid		258		409
INTERSICOP			103	9
MEAT ATTRACTION		87		
ARCOlisboa		151		122
MOTORTEC				
ORGANIC FOOD		88		
SPAIN SKILLS			98	
GLOBAL MOBILITY CALL		65		59
INTERGIFT, BISUTEX Y MADRIDJOYA (ed. sept.)		222	144	118
MOMAD (ed. sept.)		24		9
GRAN CANARIA SWIM WEEK BY MODA CÁLIDA		31		
FRUIT ATTRACTION		657		665
GUEXT				21
FUNDAE	65			
FIAA				
C&R		70		
SMART DOORS				
EPOWER&BUILDING				200
MADRID COMIC POP UP	13			
GAMERGY				
	123	2.032	512	1.797
TOTALES POR AÑO	2.155	2.032	2.309	1.797

Acciones de promoción de la innovación y el emprendimiento

Otra de las iniciativas de impulso económico son las acciones de promoción de la innovación y del emprendimiento que se ponen en marcha en cada una de nuestras ferias/eventos. Las acciones de innovación pueden estar enfocadas sectorialmente o a nivel organizativo. Las acciones de emprendimiento siempre estarán orientadas en el impulso al emprendimiento del sector.

Listado de acciones de innovación por feria/evento propio y coorganizado

N.º	Feria/ evento	Título de la acción de innovación	Descripción
1	BISUTEX	Impulsar la innovación de la feria/evento	Plataforma digital Live Style (LIVE Connect).
2	BISUTEX	Impulsar la innovación del sector	Foro Imagen: programa de jornadas, charlas y mesas redondas que se celebra en ese foro. Se tratan, entre otros, temas de innovación del sector.
3	BISUTEX	Impulsar la innovación del sector	En la pasarela se han presentado productos novedosos.
4	BISUTEX	Impulsar la innovación de la feria/evento	Por primera vez, la feria ha dado una charla de formación en VÍA TEXTIL, proyecto para apoyar a los emprendedores, sobre la importancia de las ferias como herramienta de <i>marketing</i> .
5	FITUR	Impulsar la innovación de la feria/evento	Premios "Stand sostenible": por quinta vez, FITUR ha otorgado el premio "Stand sostenible", organizado con la colaboración del Instituto de Turismo Responsable (ITR), con el objetivo de reconocer y destacar el esfuerzo de las empresas expositoras por hacer que su presencia en FITUR sea respetuosa con el medioambiente y el cambio climático, contribuya a favorecer aspectos sociales y culturales, así como de referencia a cuestiones de gobernanza y economía.
6	FITUR	Impulsar la innovación del sector	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 <i>showroom</i> "Hotel del futuro", los asistentes pudieron experimentar con el uso e implementación de las nuevas tecnologías en este entorno. Bajo el lema "Desafío total", alusivo al título de la película de ciencia ficción de 1990, se hablará de la llamada a transformar estándares actuales en tecnología y sostenibilidad en un programa en que la inteligencia artificial, la economía de los datos y el análisis de los retos de la industria hotelera tienen gran protagonismo.
7	FITUR	Impulsar la innovación del sector	FITUR Know How Export celebró su XII edición, donde se puso el foco en la digitalización, la sostenibilidad y los destinos turísticos inteligentes. El contenido de esta XII edición se centró en: organizaciones multilaterales en el turismo; transformación digital por los fondos europeos; casos de uso de la Plataforma Inteligente de Destinos; balance del programa BID; proyecto Turismo Futuro; entrega de Premios Travelguau y premios IA; entrega de distintivos DTI; avances de la Plataforma Inteligente de Destinos; tecnología: más allá de la RA y la IA; el dato, clave en la gestión del turismo; aplicaciones de la IA en el sector turístico; retos de la creación de experiencias agroturísticas; la transición del sector turístico a la economía circular; hoja de ruta de sostenibilidad empresarial; conclusiones del grupo de trabajo del Pacto Mundial de la ONU en España.
8	FITUR	Impulsar la innovación del sector	Apostando por la digitalización y como complemento a la feria presencial, la plataforma <i>online</i> FITUR LIVE Connect acoge a la comunidad profesional del turismo y posibilita, antes, durante y después de FITUR, la oportunidad de conectar, intercambiar información, identificar intereses, establecer reuniones y desplegar la oferta sectorial en productos, servicios y destinos a todos los que componen la cadena de valor en la industria turística.
9	FITUR	Impulsar la innovación del sector	FITUR incluyó en su plan de actividades y jornadas técnicas charlas de carácter didáctico, basadas principalmente en la sostenibilidad, la accesibilidad y la innovación.

(Continúa)

N.º	Feria/ evento	Título de la acción de innovación	Descripción
10	FITUR	Impulsar la innovación de la feria/evento	FITUR4all: FITUR, en colaboración con IMPULSA IGUALDAD, presenta la primera edición de FITUR 4all. Esta sección enfoca sus jornadas en fortalecer la calidad, diversidad y la inclusión de la oferta turística, dando visibilidad a las últimas tendencias y mejores prácticas de turismo accesible.
11	FITUR	Impulsar la innovación de la feria/evento	Premio FITUR4all: las jornadas se vieron complementadas con el acto de entrega de los Premios FITUR 4all, que nacen con la finalidad de apoyar al reconocimiento anual de los esfuerzos sobresalientes en el desarrollo y promoción de la accesibilidad en el sector turístico.
12	MADRIDJOYA	Impulsar la innovación de la feria/evento	Plataforma digital Live Style (LIVE Connect).
13	MADRIDJOYA	Impulsar la innovación del sector	Foro Imagen: programa de jornadas, charlas y mesas redondas que se celebra en ese foro. Se tratan, entre otros, temas de innovación del sector.
14	MADRIDJOYA	Impulsar la innovación del sector	Por segundo año se ha realizado el Museo Efímero de MadridJoya - espacio MADOC: muestra n.º 8 de espacio contemporáneo. Para dar difusión al sector, incluyendo las novedades.
15	MADRIDJOYA	Impulsar la innovación de la feria/evento	Formato nuevo de acuerdo de intercambio con escuelas de joyería, para darles la oportunidad de darse a conocer y poder ofrecer sus formaciones.
16	MADRIDJOYA	Impulsar la innovación de la feria/evento	Foro Imagen: esta vez dentro del pabellón como novedad.
17	MADRIDJOYA	Impulsar la innovación del sector	Proyecto nuevo WABI-SABI (apreciación del envejecimiento y la belleza de las cosas sencillas e imperfectas): exposición de productos de joyas y prendas de ropa personalizadas, dándoles una segunda vida.
18	MADRIDJOYA	Impulsar la innovación de la feria/evento	Por primera vez, la feria ha dado una charla de formación en VÍA TEXTIL, proyecto para apoyar a los emprendedores, sobre la importancia de las ferias como herramienta de <i>marketing</i> .
19	INTERGIFT	Impulsar la innovación de la feria/evento	Plataforma digital Live Style (LIVE Connect).
20	INTERGIFT	Impulsar la innovación del sector	Speaker Corner: contenido de charlas enfocadas en la innovación.
21	INTERGIFT	Impulsar la innovación de la feria/evento	Green Area Experience: habitación tipo jardín vertical para conectarte con la naturaleza.
22	INTERGIFT	Impulsar la innovación de la feria/evento	Reubicación de Speaker Corner a zona en pabellón 3 (zona alta decoración).
23	INTERGIFT	Impulsar la innovación de la feria/evento	Realización en la propia feria de un proyecto de interiorismo (novedad), con la participación de IFEMA MADRID, con la participación de expertos, para posicionar la feria. Es un espacio colaborativo.
24	INTERGIFT	Impulsar la innovación de la feria/evento	Primer año que se realiza la decoración con centros florales, realizada por dos empresas de floristería que han cedido plantas como la mano de obra, para decorar los pabellones (a cambio a la empresa se le da difusión). Una de las empresas es la FUNDACIÓN A LA PAR.
25	INTERGIFT	Impulsar la innovación del sector	Real Fábrica de Tapices: han diversificado su actividad. Primer año en el que IFEMA MADRID cede un <i>stand</i> para permitir que difunda sus novedades.

(Continúa)

Listado de acciones de innovación por feria/evento propio y coorganizado (continuación)

N.º	Feria/ evento	Título de la acción de innovación	Descripción
26	INTERGIFT	Impulsar la innovación de la feria/evento	Asociación Regalo Fama ha decorado una zona de descanso por primera vez.
27	INTERGIFT	Impulsar la innovación de la feria/evento	Por primera vez, la feria ha dado una charla de formación en VÍA TEXTIL, proyecto para apoyar a los emprendedores, sobre la importancia de las ferias como herramienta de <i>marketing</i> .
28	MOMAD	Impulsar la innovación de la feria/evento	PASARELA: programa de conferencias y desfiles (novedad por primera vez).
29	MOMAD	Impulsar la innovación del sector	Zona Sustainable Experience, comprobada por la dirección del certamen, donde los expositores pasan controles y, si los cumplen, exponen en esa zona. No sólo son expositores de productos, sino de tecnología.
30	MOMAD	Impulsar la innovación del sector	KMO: KMO está organizado por ASECOM y FEDECOM, donde los expositores son los talleres (el expositor de MOMAD es su visitante).
31	MOMAD	Impulsar la innovación de la feria/evento	Por primera vez, la feria ha dado una charla de formación en VÍA TEXTIL, proyecto para apoyar a los emprendedores, sobre la importancia de las ferias como herramienta de <i>marketing</i> .
32	MOMAD	Impulsar la innovación de la feria/evento	IFEMA MADRID, por primera vez, ha cedido espacio a una empresa para hacer una decoración (recreación de la terraza del hotel Ritz) en la zona de entrevistas de la prensa (impulsar la imagen de la feria).
33	MOMAD	Impulsar la innovación de la feria/evento	Proyecto nuevo WABI-SABI (apreciación del envejecimiento y la belleza de las cosas sencillas e imperfectas): Exposición de productos de joyas y prendas de ropa personalizadas, dándoles una segunda vida.
34	MOMAD	Impulsar la innovación de la feria/evento	Concurso MOMAD Talents by ISEM: este año, con la presentación de la colección "TALENT LAB 23", un proyecto del Centro Superior de Diseño de Moda de la Universidad Politécnica de Madrid (CSDMM-UPM). Con "TALENT LAB 23" se abren las puertas de sus aulas para enseñar el trabajo de las jóvenes promesas de la moda que se forman allí. La iniciativa, presente en varios formatos, está tutelada por los docentes del centro, diseñadores de gran prestigio, permitiendo admirar los looks diseñados y producidos por los alumnos, convirtiéndose, sin duda, en un atractivo de MOMAD en el núcleo de conexión entre el pabellón 6 y 8, permitiendo así que los creadores del futuro tengan la mayor visibilidad en la feria más importante de la industria de la moda en nuestro país.
35	GENERA	Impulsar la innovación del sector	Galería de la innovación: espacio físico donde se puede exponer nuevos productos que salen al mercado.
36	GENERA	Impulsar la innovación del sector	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.
37	GENERA	Impulsar la innovación de la feria/evento	Creación de tres zonas colectivas nuevas añadidas a las del año anterior (con mejores condiciones, con mejoras en temas de comunicación): UNEF-SOLARTYS. Serían: ANESE, A3E y AEDIVE. A esas zonas se incorporan pequeñas empresas de reciente creación, ayudándoles a la comunicación, difusión, etc.
38	GENERA	Impulsar la innovación de la feria/evento	IDAE-MINISTERIO (por primera vez): en vez de tener jornadas han tenido <i>stand</i> , luego han organizado más actividades, han difundido sus planes y sus jornadas dentro de su <i>stand</i> . IFEMA MADRID ha participado difundiendo esta novedad, montando el <i>stand</i> y ubicación del mismo.
39	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar la innovación del sector	Se transmiten los desfiles en <i>streaming</i> : YouTube, web de la feria.
40	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar la innovación del sector	CibelfEST: charlas profesionales de varios sectores (cultura, arte, música, etc.) y conciertos (una parte de Cibelespacio).

(Continúa)

N.º	Feria/ evento	Título de la acción de innovación	Descripción
41	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar la innovación del sector	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.
42	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar la innovación de la feria/evento	Cesión de espacio de CibelfEST a los patrocinadores para que organicen sus charlas y actividades.
43	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar la innovación de la feria/evento	Fiesta de inauguración de la pasarela en el Teatro Real (prensa, diseñadores, <i>celebrities</i> , patrocinadores, autoridades, modelos, etc.), colaborando con HOLA.
44	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar la innovación de la feria/evento	Se ha organizado de nuevo la venta de entradas al público a todo tipo de coste, para acercar la moda a la sociedad.
45	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar la innovación de la feria/evento	Por primera vez, se ha puesto un punto de información para las entradas de visitantes VIP y se han organizado <i>tours por backstage</i> (por turnos).
46	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar la innovación de la feria/evento	Por segunda vez, se ha apostado por un tipo de restauración acorde al perfil de los participantes en el evento (ejemplo: comida internacional y española...).
47	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar la innovación de la feria/evento	Decoración con maniqués y looks cedidos por diseñadores de la fiesta del Teatro Real.
48	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar la innovación de la feria/evento	Dar visibilidad a diseñadores vistiendo a miembros del grupo ferial de MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID con su ropa.
49	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar la innovación del sector	Premios L'OREAL a la mejor modelo y a la mejor colección: los premiados recibe un reconocimiento y difusión.
50	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar la innovación de la feria/evento	Se ha colocado una zona para carga de móviles.
51	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar la innovación de la feria/evento	Se ha subido la solicitud de participación por primera vez en la web para tener mayor alcance y poder llegar a más diseñadores.
52	INTERSICOP	Impulsar la innovación del sector	Foro INTERSICOP: charlas donde se presentan novedades (mesa redonda sobre futuro de la pastelería en colaboración con la Administración pública...). Mirada hacia el futuro.
53	INTERSICOP	Impulsar la innovación del sector	Foro de grandes maestros: participan las mejores personalidades del sector presentando novedades con demostración (catas, etc.). Pastelería vegana como novedad. Aplicación de enzimas en heladería, etc.
54	INTERSICOP	Impulsar la innovación del sector	Cuatro campeonatos para participar. Se necesita cumplir unos requisitos mínimos: <ul style="list-style-type: none"> • Mejor maestro heladero de España. Se requiere puntuación mínima para conseguir el premio. Diploma y reconocimiento. • Mejor maestro pastelero de España. Premio diploma y reconocimiento. • Campeonato nacional de panadería. Premio diploma y reconocimiento. • Campeonato nacional de estudiantes de pastelería. Premio diploma, reconocimiento y dotación económica.
55	INTERSICOP	Impulsar la innovación de la feria/evento	Colaboración con la feria COFFEE FEST, café de especialidad, en el pabellón 14; este año, como novedad, celebrándose a la vez (compartiendo tipo de entradas, montaje, días de celebración, etc.).
56	INTERSICOP	Impulsar la innovación de la feria/evento	Acciones con empresas expositoras colaboradoras, de manera que ceden sus equipos o materiales (maquinarias-productos- materia prima) para los foros.

(Continúa)

Listado de acciones de innovación por feria/evento propio y coorganizado (continuación)

N.º	Feria/evento	Título de la acción de innovación	Descripción
57	INTERSICOP	Impulsar la innovación de la feria/evento	Nuevo campeonato de torrijas de la Comunidad de Madrid, en tres categorías: innovación, sin gluten y tradicional.
58	ARCOmadrid	Impulsar la innovación del sector	Encuentros profesionales a puerta cerrada: para impulsar la investigación del arte contemporáneo.
59	ARCOmadrid	Impulsar la innovación del sector	Concurso de catálogo a tres estudios de diseño: ¿cuál es el futuro del catálogo de una feria de arte? El ganador hizo el catálogo e incluye dos textos de escritores analizando el espacio del catálogo como un espacio más de la feria y el espacio digital como un espacio más de la feria. 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. Este año, el diseñador realizó una intervención gráfica en el espacio de la feria. Además, todas las cartelas de todas las galerías incluían el número de su página en el catálogo como referencia.
60	ARCOmadrid	Impulsar la innovación de la feria/evento	Como acción novedosa, se invitó a un joven diseñador (empresa de reciente creación) a diseñar los uniformes de las azafatas del ARCOstaff.
61	ARCOmadrid	Impulsar la innovación de la feria/evento	Cuatro salas PREMIUM decoradas por diferentes interioristas españoles. La decoración cambia.
62	ARCOmadrid	Impulsar la innovación de la feria/evento	Sección dedicada a tema central CARIBE; incluyó el foro de reflexión dentro de la sección.
63	ARCOmadrid	Impulsar la innovación de la feria/evento	ARCOmadrid y el Museo Reina Sofía organizaron en el espacio del Museo una fiesta con DJs con acceso gratuito y libre para todo el mundo.
64	ARCOmadrid	Impulsar la innovación de la feria/evento	ARCOmadrid entregó pícnic a los galeristas para que no tuvieran que ir a por la comida, haciéndoles su participación más cómoda y eficiente.
65	ARCOmadrid	Impulsar la innovación de la feria/evento	El segundo día de la feria ofreció un aperitivo madrileño a todos los invitados de la feria.
66	ARCOmadrid	Impulsar la innovación de la feria/evento	Se han sustituido dos premios por otros dos, asociados a marcas patrocinadoras de la feria.
67	ARCOmadrid	Impulsar la innovación del sector	Para ayudar a las galerías, ARCOmadrid ha compartido los <i>previews</i> de las galerías para activar el negocio.
68	SICUR	Impulsar la innovación del sector	Galería de la innovación: destaca productos novedosos de los expositores. Bases para determinar si el producto es nuevo o no.
69	SICUR	Impulsar la innovación del sector	Foro SICUR: programa de jornadas técnicas donde se tratan temas de innovación, tendencias del sector, actualidad, entre otros.
70	SICUR	Impulsar la innovación de la feria/evento	Espacio nuevo EXO CORNER, dedicado a un producto en concreto: los exoesqueletos. Tenía una exposición con unos maniqués, un Speaker Corner y un panel para expresar tus ideas.
71	SICUR	Impulsar la innovación del sector	Foro SICUR-CIBER: programa de jornadas técnicas donde se tratan temas de innovación, tendencias del sector en ciberseguridad.

(Continúa)

N.º	Feria/evento	Título de la acción de innovación	Descripción
72	SICUR	Impulsar la innovación de la feria/evento	Implantación por primera vez en FORO SICUR y FORO SICUR CIBER de <i>streaming</i> en colaboración con IFEMA MADRID LAB (a través de la web y de la plataforma LIVE Connect).
73	EXPODENTAL	Impulsar la innovación del sector	Speaker Corner: jornadas donde se tratan varios temas, entre los cuales está la innovación.
74	EXPODENTAL	Impulsar la innovación de la feria/evento	Se ha creado una nueva zona en la feria: ÁREA de GESTIÓN, englobada dentro del ÁREA DE FORMACIÓN. Se denomina ahora ÁREA DE FORMACIÓN Y GESTIÓN. Propósito: informar sobre la gestión de clínicas, software, arquitectura de clínicas, etc.
75	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Impulsar la innovación del sector	Foros (AULA FÓRUM) en cada una de las zonas de las ferias (al menos un foro en cada feria), donde se presentan las novedades.
76	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Impulsar la innovación del sector	Speaker Corner (POSTGRADO Y AULA), donde se presentan novedades.
77	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Impulsar la innovación del sector	Foros de debate de CONGRESO RED INTERDIDAC y FERIA DE POSTGRADO Y FORMACIÓN CONTINUA: actividades en torno a recursos educativos y profesorado. El tema es el fomento de la lectura.
78	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Impulsar la innovación del sector	AULA: talleres de edificación y otras profesiones enfocadas a la formación profesional: 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 y la participación de las mujeres. Como novedad se ha contado con la participación de talleres del sector de metal y del automóvil.
79	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Impulsar la innovación del sector	Rincón de la lectura: presencia de editoriales y del gremio de editores de Madrid, tratando con los oficios relacionados con la edición de libros, además de impulsar el fomento de la lectura entre los más jóvenes.
80	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Impulsar la innovación de la feria/evento	Se ha organizado por primera vez el CAMPUS DE TALENTO Y EMPRENDIMIENTO. Tres bloques de jornadas: 1.º día: fomento del talento; 2.º día: emprendimiento verde; 3.º día: el emprendimiento como profesión.
81	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Impulsar la innovación de la feria/evento	SCHOOLS DAYS: zonas de actividades para que los expositores mostraran sus novedades, con una zona llamada "Zona de ajedrez" para que los jóvenes pudiesen utilizarla.
82	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Impulsar la innovación del sector	Ampliación y desarrollo del espacio específico para empleo joven en colaboración con la Comunidad de Madrid, para el apoyo de alumnos con fracaso escolar y la adquisición de habilidades para prepararlos para el mercado laboral.
83	IBERZOO PROPET	Impulsar la innovación del sector	Jornadas de Acuarofilia: para impulsar el área de acuarios.
84	IBERZOO PROPET	Impulsar la innovación del sector	Aula veterinaria: formación sobre nuevos productos farmacéuticos o de intervención veterinaria, etc.
85	IBERZOO PROPET	Impulsar la innovación del sector	Escenario de estilismo canino: charlas sobre organización, optimización de las peluquerías caninas, etc.
86	IBERZOO PROPET	Impulsar la innovación del sector	Evento Tarde del Sector, donde se expone el informe sectorial anual para impulsar el avance del sector (realizado por las dos grandes asociaciones sectoriales y promotoras del evento).
87	IBERZOO PROPET	Impulsar la innovación del sector	Cesión de espacio a AMVAC para que realice un congreso líder en el sector de la veterinaria, con el fin de impulsar la innovación del sector (nuevas tecnologías, conocimiento, etc.).

(Continúa)

Listado de acciones de innovación por feria/evento propio y coorganizado (continuación)

N.º	Feria/evento	Título de la acción de innovación	Descripción
88	IBERZOO PROPET	Impulsar la innovación del sector	Cesión de espacio a AEDPAC para que realice el 6.º FORUM AEDPAC de la distribución para impulsar el sector (charlas de tecnología, emprendimiento, sociales, etc.).
89	EXPOÓPTICA	Impulsar la innovación del sector	Foro ExpoAudio: sector de la audiología. Charlas de conferenciantes para presentar innovaciones del sector, temas de <i>marketing</i> , formación.
90	EXPOÓPTICA	Impulsar la innovación del sector	Foro ExpoÓptica: sector de la óptica. Charlas de conferenciantes para presentar innovaciones del sector, temas de <i>marketing</i> , formación.
91	EXPOÓPTICA	Impulsar la innovación del sector	Área de innovación: donde las personas que quisieron expusieron los productos más innovadores.
92	EXPOÓPTICA	Impulsar la innovación de la feria/evento	Decoración de foros en los cerramientos. Por primera vez fueron patrocinados.
93	EXPOÓPTICA	Impulsar la innovación de la feria/evento	Megafonía sorda en los foros por primera vez.
94	ANTI K Almoneda	Impulsar la innovación del sector	Herramienta Almoneda 365: se le ha dado más contenido que en la edición anterior (artículos de la Universidad Rey Juan Carlos, etc.). Se han realizado noticias sectoriales bajo estrategia SEO para impulsar su difusión a través de los buscadores web.
95	ANTI K Almoneda	Impulsar la innovación del sector	El catálogo ha cambiado, trasladándose a otro espacio de la web, para destacar las piezas destacadas de los expositores.
96	ANTI K Almoneda	Impulsar la innovación de la feria/evento	Cápsula del tiempo: espacio nuevo como experiencia dinamizadora de la feria para generar una vivencia lúdico-cultural de la visita. Este año se ha dedicado a los años ochenta, realizándose nuevas actividades y más actuaciones.
97	ANTI K Almoneda	Impulsar la innovación del sector	Organización de charlas relacionadas con el sector (decoración).
98	ANTI K Almoneda	Impulsar la innovación de la feria/evento	Por primera vez, colaboración con un expositor para decorar un espacio de la feria (cesión de vestidos).
99	MADRID CAR EXPERIENCE	Impulsar la innovación de la feria/evento	Zona de ocio y restauración nueva. En el pabellón 1: zona con <i>food trucks</i> y música en directo. Zona de relax para escuchar música y comer.
100	MADRID CAR EXPERIENCE	Impulsar la innovación de la feria/evento	Zona FUN. Acciones de ocio promocionales, zona de <i>gaming</i> , con simuladores, etc.
101	MADRID CAR EXPERIENCE	Impulsar la innovación de la feria/evento	PHOTOCALL VIRTUAL. Realizado por IFEMA MADRID LAB.
102	MADRID CAR EXPERIENCE	Impulsar la innovación del sector	MCE FORUM. Charlas y zona de exposición de novedades. Entrevistas, etc.
103	MADRID CAR EXPERIENCE	Impulsar la innovación del sector	ELECTRIC DEMO SHOW. Zona cedida por IFEMA MADRID a los colaboradores para realizar charlas al público sobre electrificación del sector de automóvil.
104	MADRID CAR EXPERIENCE	Impulsar la innovación de la feria/evento	Ampliación de la ZONA TEST DRIVE para la prueba de coches por el público antes de su compra.

(Continúa)

N.º	Feria/evento	Título de la acción de innovación	Descripción
105	ORGANIC FOOD IBERIA / ECOLIVING	Impulsar la innovación del sector	Zona de novedades de productos <i>online</i> y este año como novedad también presencial: página web, redes sociales y exposición en feria.
106	ORGANIC FOOD IBERIA / ECOLIVING	Impulsar la innovación del sector	Innovation Zone en la feria: productos que se exponen, se votan y se dan premios con un jurado y público que vota.
107	ORGANIC FOOD IBERIA / ECOLIVING	Impulsar la innovación del sector	Jornadas técnicas para ambas ferias: difusión de temas de innovación del sector.
108	ORGANIC FOOD IBERIA / ECOLIVING	Impulsar la innovación del sector	Il edición del Premio "Mejor campaña de <i>marketing</i> para la promoción de productos ecológicos": se premian acciones innovadoras en las campañas para impulsar el consumo de comida ecológica.
109	ORGANIC FOOD IBERIA / ECOLIVING	Impulsar la innovación del sector	Il edición del Premio "Mejor iniciativa para mejorar experiencia de compra y mejor tienda bio especializada": para <i>retail</i> de venta de productos ecológicos; se ha valorado la experiencia de cliente, la comunicación y la oferta de productos.
110	ORGANIC FOOD IBERIA / ECOLIVING	Impulsar la innovación de la feria/evento	Por primera vez se invitó a la feria a <i>influencers</i> de alimentación, cosmética, con el objetivo de difundir la feria en redes sociales, concienciar a la sociedad sobre este tipo de alimentación y sobre los productos ecológicos.
111	ORGANIC FOOD IBERIA / ECOLIVING	Impulsar la innovación de la feria/evento	Pódcast Organic Friends, por primera vez, tratando el tema de la producción ecológica, etc.
112	SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN	Impulsar la innovación de la feria/evento	Plataforma LIVE Connect: segunda vez para el público (unido a la compra de entrada).
113	SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN	Impulsar la innovación de la feria/evento	Il Exposición de coches antiguos de Jaguar: colección privada de uno de los concesionarios más antiguos de Europa.
114	SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN	Impulsar la innovación de la feria/evento	Captación de nuevos expositores (nuevos sectores): coches eléctricos y autocaravanas.
115	SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN	Impulsar la innovación de la feria/evento	Impulso a la venta <i>online</i> de entradas en exposición, ofreciendo descuentos con respecto a la taquilla (venta presencial) y promociones.
116	SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN	Impulsar la innovación de la feria/evento	Redes sociales: se ha mantenido el canal Tik-Tok.
117	SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN	Impulsar la innovación de la feria/evento	Ofrecer a los expositores de Madrid Car Experience la participación en VO, como novedad con respecto a ediciones anteriores.
118	SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN	Impulsar la innovación de la feria/evento	Como novedad, se han ofrecido espacios nuevos de exposición (entrada Puerta Sur, exposición de coches Lexus).
119	FSMS (SRR, FORO DE LAS CIUDADES Y TECMA)	Impulsar la innovación del sector	Foro de las Ciudades: innovaciones de ciudades a nivel internacional y nacional. Se entregó el primer Premio Árbol: premiar proyectos de ayuntamientos para la mejora de los espacios verdes en esas ciudades.
120	FSMS (SRR, FORO DE LAS CIUDADES Y TECMA)	Impulsar la innovación del sector	Foro de las Ciudades: exposición de buenas prácticas.
121	FSMS (SRR, FORO DE LAS CIUDADES Y TECMA)	Impulsar la innovación del sector	SRR: Congreso internacional. IFEMA MADRID participa. Se tratan temas de innovación del proceso de recuperación y reciclado.

(Continúa)

Listado de acciones de innovación por feria/evento propio y coorganizado (continuación)

N.º	Feria/evento	Título de la acción de innovación	Descripción
122	FSMS (SRR, FORO DE LAS CIUDADES Y TECMA)	Impulsar la innovación del sector	TECMA: entrega de los Premios Escobas (en los ayuntamientos). Se presentan proyectos innovadores y ganan escobas de plata, platino, etc.
123	FSMS (SRR, FORO DE LAS CIUDADES Y TECMA)	Impulsar la innovación del sector	SRR: Premios recuperadores especializados en el automóvil.
124	FSMS (SRR, FORO DE LAS CIUDADES Y TECMA)	Impulsar la innovación del sector	SRR: Jornadas técnicas. Píldoras tecnológicas informativas sobre innovación en el proceso de reciclaje en el congreso.
125	FSMS (SRR, FORO DE LAS CIUDADES Y TECMA)	Impulsar la innovación del sector	ICEX: <i>stand</i> donde promovían encuentros entre visitantes y expositores <i>startups</i> . IFEMA MADRID dio asesoramiento sobre cómo podrían aportar en su participación con la sociedad.
126	BISUTEX	Impulsar la innovación de la feria/evento	Plataforma digital Live Style (LIVE Connect).
127	BISUTEX	Impulsar la innovación del sector	Foro Imagen: programa de jornadas, charlas, mesas redondas que se celebra en ese foro. Se tratan, entre otros, temas de innovación del sector.
128	BISUTEX	Impulsar la innovación del sector	En la pasarela se han presentado productos novedosos.
129	BISUTEX	Impulsar la innovación de la feria/evento	Se han contratado por primera vez azafatas y autobús para indicar e informar a los clientes por dónde acceder a los pabellones.
130	BISUTEX	Impulsar la innovación del sector	Premio reconocimiento al sector español: cada una de nuestras ferias selecciona a dos visitantes fieles. Impulsando el comercio local.
131	MADRIDJOYA	Impulsar la innovación de la feria/evento	Plataforma digital Live Style (LIVE Connect).
132	MADRIDJOYA	Impulsar la innovación del sector	Foro Imagen: programa de jornadas, charlas, mesas redondas que se celebra en ese foro. Se tratan, entre otros, temas de innovación del sector.
133	MADRIDJOYA	Impulsar la innovación del sector	Por segundo año se ha realizado el Museo Efímero de MADRIDJOYA - espacio MADOC: muestra n.º 8 de espacio contemporáneo. Para dar difusión al sector, incluyendo las novedades.
134	MADRIDJOYA	Impulsar la innovación del sector	Dar visibilidad al nuevo proyecto MYALÓ, enfocado al diseño enfocado en la innovación y dirigido a la mejora de la salud mental. Dan una conferencia.
135	MADRIDJOYA	Impulsar la innovación del sector	Dar visibilidad al nuevo proyecto SOY UNA JOYITA. Formación laboral en joyería para personas con discapacidad. Dieron una conferencia.
136	MADRIDJOYA	Impulsar la innovación de la feria/evento	Se han contratado por primera vez azafatas y autobús para indicar e informar a los clientes por dónde acceder a los pabellones.
137	MADRIDJOYA	Impulsar la innovación del sector	Premio reconocimiento al sector español: cada una de nuestras ferias selecciona a dos visitantes fieles. Impulsando el comercio local.
138	MADRIDJOYA	Impulsar la innovación del sector	Premio Madrid Designers: enfocado a empresas de nueva creación que destaquen en innovación. Al ganador se le premia con un <i>stand</i> en esta edición de la feria.

(Continúa)

N.º	Feria/evento	Título de la acción de innovación	Descripción
139	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar la innovación de la feria/evento	Se transmiten los desfiles en <i>streaming</i> : YouTube, web de la feria.
140	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar la innovación de la feria/evento	CibelfEST: charlas profesionales de varios sectores (cultura, arte, música, etc.) y conciertos (una parte de Cibelespacio).
141	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar la innovación de la feria/evento	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.
142	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar la innovación de la feria/evento	Cesión de espacio de CibelfEST a los patrocinadores para que organicen sus charlas y actividades.
143	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar la innovación de la feria/evento	Fiesta de inauguración de la pasarela en el Teatro Real (prensa, diseñadores, <i>celebrities</i> , patrocinadores, autoridades, modelos, etc.) colaborando con HOLA.
144	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar la innovación de la feria/evento	Se ha organizado de nuevo la venta de entradas al público a todo tipo de coste para acercar la moda a la sociedad.
145	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar la innovación de la feria/evento	Por segunda vez, se ha puesto un punto de información para las entradas de visitantes VIP y se han organizado <i>tours por backstage</i> (por turnos).
146	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar la innovación de la feria/evento	Por tercera vez, se ha apostado por un tipo de restauración acorde al perfil de los participantes en el evento (ejemplo: comida internacional y española...).
147	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar la innovación de la feria/evento	Decoración con maniqués y <i>looks</i> cedidos por diseñadores de la fiesta del Teatro Real.
148	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar la innovación del sector	Dar visibilidad a diseñadores españoles vistiendo a miembros del grupo ferial de MBFW con su ropa.
149	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar la innovación del sector	Premios L'OREAL a la mejor modelo y a la mejor colección: los premiados reciben un reconocimiento y difusión. Por primera vez, el premio se ha dado a dos diseñadores.
150	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar la innovación del sector	Se ha traído un diseñador internacional de reconocido prestigio por primera vez para dar visibilidad a la feria.
163	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar la innovación de la feria/evento	PASARELA: programa de conferencias y desfiles. Ha crecido el número de charlas con respecto a la anterior edición.
164	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar la innovación de la feria/evento	MOMAD LIVE Connect.
165	MOMAD	Impulsar la innovación de la feria/evento	Zona Sustainable Experience, comprobada por la dirección del certamen, donde los expositores pasan controles y, si los cumplen, exponen en esa zona. No sólo son expositores de productos, sino de tecnología.
166	MOMAD	Impulsar la innovación de la feria/evento	KMO: KMO está organizado por ASECOM y FEDECOM, donde los expositores son los talleres (el expositor de MOMAD es su visitante).
167	MOMAD	Impulsar la innovación de la feria/evento	Concurso MOMAD Talents by ISEM, para apoyo al emprendimiento de nuevas marcas que llevan menos de tres temporadas y los ganadores consiguen un <i>stand</i> . El primer ganador también gana un curso de moda.

(Continúa)

Listado de acciones de innovación por feria/evento propio y coorganizado (continuación)

N.º	Feria/evento	Título de la acción de innovación	Descripción
168	MOMAD	Impulsar la innovación del sector	Se ha creado un sector nuevo: servicios auxiliares (empresas que dan soporte a expositores y visitantes, por ej.: IA, acondicionamiento de comercios, <i>sourcing</i> , etc). Zona nueva en guía de visitantes.
169	MOMAD	Impulsar la innovación de la feria/evento	Se han contratado por primera vez azafatas y autobús para indicar e informar a los clientes por dónde acceder a los pabellones.
170	MOMAD	Impulsar la innovación del sector	Albania ha traído por primera vez varias marcas a exponer, a través de la consultora suiza SIPPO (ha utilizado fondos europeos). Para ayudar a países en vías de desarrollo. IFEMA MADRID les ha dado visibilidad.
171	MOMAD	Impulsar la innovación de la feria/evento	La consultora española SB Consultores, a través de fondos europeos (proyecto EU4Business: Connecting Companies), ha traído marcas de países en vías de desarrollo (Georgia, Azerbaiyán, etc.). IFEMA MADRID les ha dado visibilidad.
172	MOMAD	Impulsar la innovación de la feria/evento	Premio reconocimiento al sector español: cada una de nuestras ferias selecciona a dos visitantes fieles. Impulsando el comercio local.
173	INTERGIFT	Impulsar la innovación de la feria/evento	Plataforma digital Live Style (LIVE Connect).
174	INTERGIFT	Impulsar la innovación de la feria/evento	Speaker Corner: contenido de charlas enfocadas en la innovación.
175	INTERGIFT	Impulsar la innovación de la feria/evento	Se ha incorporado un Press Corner al lado de la zona de Speaker Corner.
176	INTERGIFT	Impulsar la innovación del sector	Área Espacio Tendencias general y Espacio Tendencias de Navidad. Colaboración con varios expositores para decorar estas áreas de la feria.
177	INTERGIFT	Impulsar la innovación del sector	Se han creado dos sectores nuevos: Velas y aromas, y Producto Neo (artículos de diseño).
178	INTERGIFT	Impulsar la innovación de la feria/evento	Se han contratado por primera vez azafatas y autobús para indicar e informar a los clientes por dónde acceder a los pabellones.
179	INTERGIFT	Impulsar la innovación de la feria/evento	Premios Regalo del Año: nueve categorías diferentes. Se hace una convocatoria para que participen y presenten un producto. Se constituye un jurado de expertos que elige un producto por categoría. Se da visibilidad a los ganadores y participantes y les cedemos un espacio en el pabellón donde se exponen los productos finalistas (tres por categoría).
180	INTERGIFT	Impulsar la innovación de la feria/evento	Premio reconocimiento al sector español: cada una de nuestras ferias selecciona a dos visitantes fieles. Impulsando el comercio local.
181	SALÓN LOOK	Impulsar la innovación del sector	ANEPE: Galería de la innovación presencial. Productos innovadores expuestos en una zona para darles difusión.
182	SALÓN LOOK	Impulsar la innovación de la feria/evento	SALÓN LOOK LIVE Connect.
183	SALÓN LOOK	Impulsar la innovación del sector	Congreso de estética. Ponencias sobre nuevas técnicas y tratamiento (nuevos tipos de masajes credos por los propios ponentes).

(Continúa)

N.º	Feria/evento	Título de la acción de innovación	Descripción
184	SALÓN LOOK	Impulsar la innovación del sector	Congreso de <i>business meeting</i> enfocado a empresarios de belleza. Ponencia sobre digitalización en los salones (aplicar tecnología de la gestión del salón).
185	SALÓN LOOK	Impulsar la innovación de la feria/evento	Entrega de diplomas, en Sala Oriente, de MBA enfocado a la belleza en IFEMA MADRID. En ese foro hubo ponencias de los alumnos más destacados del MBA.
186	SALÓN LOOK	Impulsar la innovación de la feria/evento	Entrega de estrellas a empresarios destacados (distintivos que premian de calidad de los salones de belleza, Q Hair).
187	SALÓN LOOK	Impulsar la innovación del sector	Campeonato internacional de uñas (olimpiadas internacionales de uñas, que en España tiene lugar en IFEMA MADRID); tiene un jurado internacional con compromiso de honor para hacer la evaluación de esos trabajos. Se entregan premios.
188	SALÓN LOOK	Impulsar la innovación del sector	La feria cuenta con cuatro escenarios en los que se exponen temas de innovación, productos y técnicas novedosas (LOOK FOCUS, Speaker Corner, Barber Rings, Nails and Make up Stage).
189	GUEXT	Impulsar la innovación del sector	Galería de la innovación. Espacio que recoge la información de las 13 candidaturas que se han presentado a los premios. Candidaturas con aportación a nivel de sostenibilidad. Al ganador se le ha dado visibilidad y un premio (trofeo de acero reciclado).
190	GUEXT	Impulsar la innovación de la feria/evento	GUEXT LIVE Connect.
191	GUEXT	Impulsar la innovación del sector	GUEXT FORUM: jornadas con bloque específico de innovación, tecnología y digitalización.
192	GUEXT	Impulsar la innovación del sector	LATTE ART GRADING SYSTEMS: certificadora oficial en Asturias en una técnica para premiar el nivel de habilidades en una materia.
193	GUEXT	Impulsar la innovación del sector	De manera proactiva, se ha solicitado a todos los expositores cuáles de sus productos son novedosos y se han organizado campañas digitales con contenido especial en esta materia para darles visibilidad.
194	GUEXT	Impulsar la innovación de la feria/evento	Acuerdos de colaboración con expositores para la cesión de equipamiento y menaje para la realización de las actividades (COFEE EXPERIENCE).
195	FIAA	Impulsar la innovación de la feria/evento	Minibus of the Year: concurso organizado por el evento para que los fabricantes de minibus con las últimas novedades se presenten. Un jurado de 20 periodistas prueba los minibus y selecciona el ganador. Con acto de entrega de premio el primer día de feria.
196	FIAA	Impulsar la innovación de la feria/evento	LIVE Connect: feria híbrida.
197	FIAA	Impulsar la innovación de la feria/evento	Sustainable Bus of the Year: premio en sostenibilidad en tres categorías de autobuses.
198	FIAA	Impulsar la innovación del sector	Programa de ponencias para expositores en las que se tratan los temas de innovación. (Ponencia "¿Cómo serán los autobuses del futuro?", organizada por EMT, CRTM y CONFEBUS/Nuevas soluciones para el autobús urbano).
199	FIAA	Impulsar la innovación de la feria/evento	Por primera vez, Cena de Gala: se realizó la entrega de los dos premios y hubo espectáculo de MALINCHE, y se invitó a 400 personas del sector.

(Continúa)

Listado de acciones de innovación por feria/evento propio y coorganizado (continuación)

N.º	Feria/evento	Título de la acción de innovación	Descripción
200	FIAA	Impulsar la innovación de la feria/evento	Intercambio de espacio: con el objetivo de mostrar los nuevos avances de rescate en caso de accidente. (Innovation and Safety) E-Rescue.
201	FIAA	Impulsar la innovación de la feria/evento	Se ha incluido un set de radio en el pabellón para entrevistar a personalidad y expositores relevantes.
202	FRUIT ATTRACTION	Impulsar la innovación del sector	Innovation HUB, exposición y premios: mejor producto del año, mejor producto auxiliar y sostenibilidad (Fresh Product Award, FV Industry Award and Sustainability and Commitment Actions Award).
203	FRUIT ATTRACTION	Impulsar la innovación de la feria/evento	LIVE Connect: jornadas digitales. Este año, como novedad, streaming y jornadas en diferido.
204	FRUIT ATTRACTION	Impulsar la innovación de la feria/evento	IFEMA MADRID LAB ha colaborado con la feria: grabación de actividades y subida a LIVE Connect, vídeos, stand en la feria, actividades de realidad aumentada, prueba piloto de traducción mediante texto en la pantalla al inglés, etc.
205	FRUIT ATTRACTION	Impulsar la innovación de la feria/evento	OLYUSEI: contrato con empresa que posibilita descargar app para poder escuchar la conferencia que posibilita la traducción simultánea y la megafonía sorda.
206	FRUIT ATTRACTION	Impulsar la innovación del sector	Jornadas para fomentar las innovaciones del sector (Biofruit Congress, sobre oferta sostenible; Biotech Attraction, biotecnología e innovación para la agricultura del futuro) y Congreso del Aguacate, Congreso del Nogal y The Summit, etc.
207	FRUIT ATTRACTION	Impulsar la innovación de la feria/evento	Premio al mejor stand.
208	FRUIT ATTRACTION	Impulsar la innovación del sector	Se ha incluido un pabellón de innovación (Innova & Tech).
209	FRUIT ATTRACTION	Impulsar la innovación de la feria/evento	The World Food Photography Awards: se ha hecho la exposición de las fotografías en la feria.
210	FRUIT ATTRACTION	Impulsar la innovación de la feria/evento	Avotruck: empresa de innovación de Sevilla que utiliza las semillas del aguacate para producir productos.
211	FRUIT ATTRACTION	Impulsar la innovación de la feria/evento	Uso de inteligencia artificial para la traducción simultánea de los vídeos y del contenido de redes sociales.
212	ESTAMPA	Impulsar la innovación de la feria/evento	Catálogo exclusivamente digital; se accede a través de la web de ESTAMPA.
213	ESTAMPA	Impulsar la innovación del sector	Charlas en torno al coleccionismo de las nuevas generaciones.
214	ESTAMPA	Impulsar la innovación de la feria/evento	El artista invitado (Alberto García-Alix) realizó una ponencia <i>performance</i> en el Museo Lázaro Galdiano.
215	ESTAMPA	Impulsar la innovación de la feria/evento	Fiesta Estampa en Archy para coleccionistas, galeristas y artistas relacionados con la feria.
216	MATELEC	Impulsar la innovación de la feria/evento	Premios AFME: por categorías que se exponen en una galería de innovación. (Productos innovadores y relacionados con la eficiencia energética).

(Continúa)

N.º	Feria/evento	Título de la acción de innovación	Descripción
217	MATELEC	Impulsar la innovación del sector	Programa de jornadas: bloque exclusivo relacionado con la innovación/tecnología.
218	MATELEC	Impulsar la innovación de la feria/evento	LIVE Connect.
219	MATELEC	Impulsar la innovación de la feria/evento	OREVE: se organizó una presentación a medios en días previos a la feria y posteriormente a los visitantes que han querido participar en esta jornada.
220	MATELEC	Impulsar la innovación del sector	Se han incluido las principales organizaciones sectoriales que no habían colaborado en ediciones anteriores para fomentar la participación de sus asociados.
221	MATELEC	Impulsar la innovación de la feria/evento	Campaña de redes sociales y <i>marketing</i> en el metro de MATELEC.
222	MATELEC	Impulsar la innovación de la feria/evento	Ping-pong con MATELEC. Se entrevistaba a los participantes y asistentes en las redes sociales sobre su opinión sobre la feria y el sector.
223	MATELEC	Impulsar la innovación de la feria/evento	B2B en físico para que las empresas se reúnan con los compradores internacionales.
224	MATELEC	Impulsar la innovación de la feria/evento	Por primera vez, cálculo de la huella de carbono de la feria.
225	PISCIMAD	Impulsar la innovación del sector	Programa de jornadas: bloque exclusivo relacionado con la innovación/tecnología.
226	PISCIMAD	Impulsar la innovación de la feria/evento	Cálculo de la huella de carbono de la feria.
227	PISCIMAD	Impulsar la innovación de la feria/evento	LIVE Connect.
228	PISCIMAD	Impulsar la innovación del sector	Programa de jornadas: bloque exclusivo relacionado con la innovación/tecnología.
229	PISCIMAD	Impulsar la innovación de la feria/evento	B2B: programa de reuniones profesionales entre compradores extranjeros y expositores.
230	PISCIMAD	Impulsar la innovación de la feria/evento	Primer Congreso Internacional de la Construcción: diversas ponencias sobre temas de interés en el sector.
231	PISCIMAD	Impulsar la innovación de la feria/evento	Se ha creado un nuevo proyecto que, bajo la denominación Semana Internacional de la Construcción, engloba cuatro ferias del sector.
232	PISCIMAD	Impulsar la innovación de la feria/evento	Nuevo foro de inversión donde se han tratado las ventas de las empresas, el relevo generacional en el sector, y la venta y unión de empresas.
233	PISCIMAD	Impulsar la innovación de la feria/evento	Home Staying.

(Continúa)

Listado de acciones de innovación por feria/evento propio y coorganizado (continuación)

N.º	Feria/ evento	Título de la acción de innovación	Descripción
234	PISCIMAD	Impulsar la innovación de la feria/evento	México como país invitado: se ha invitado a un grupo de compradores del país y a cargos públicos para que conozcan la feria.
235	CONSTRUTEC	Impulsar la innovación de la feria/evento	Premios HISPALYT: cedemos el espacio gratuito para que la asociación HISPALYT organice los premios.
236	CONSTRUTEC	Impulsar la innovación del sector	Programa de jornadas: bloque exclusivo relacionado con la innovación/tecnología.
237	CONSTRUTEC	Impulsar la innovación de la feria/evento	LIVE Connect.
238	CONSTRUTEC	IMPULSAR LA INNOVACION DEL SECTOR	Programa de jornadas: bloque exclusivo relacionado con la innovación/tecnología.
239	CONSTRUTEC	Impulsar la innovación de la feria/evento	B2B: programa de reuniones profesionales entre compradores extranjeros y expositores.
240	CONSTRUTEC	Impulsar la innovación de la feria/evento	Primer Congreso Internacional de la Construcción: diversas ponencias sobre temas de interés en el sector.
241	CONSTRUTEC	Impulsar la innovación de la feria/evento	Se ha creado un nuevo proyecto que, bajo la denominación Semana Internacional de la Construcción, engloba cuatro ferias del sector.
242	CONSTRUTEC	Impulsar la innovación de la feria/evento	Nuevo foro de inversión donde se han tratado las ventas de las empresas, el relevo generacional en el sector, y la venta y unión de empresas.
243	CONSTRUTEC	Impulsar la innovación de la feria/evento	Home Staying.
244	CONSTRUTEC	Impulsar la innovación de la feria/evento	México como país invitado: se ha invitado a un grupo de compradores del país y a cargos públicos para que conozcan la feria.
245	CONSTRUTEC	Impulsar la innovación de la feria/evento	Cálculo de la huella de carbono de la feria.
246	VETECO	Impulsar la innovación de la feria/evento	Premios VETECO ASEFAVE: premios de arquitectura en los que uno de los puntos que se valora es la sostenibilidad.
247	VETECO	Impulsar la innovación del sector	Programa de jornadas: bloque exclusivo relacionado con la innovación/tecnología.
248	VETECO	Impulsar la innovación de la feria/evento	LIVE Connect.
249	VETECO	Impulsar la innovación de la feria/evento	B2B: programa de reuniones profesionales entre compradores extranjeros y expositores.
250	VETECO	Impulsar la innovación de la feria/evento	Primer Congreso Internacional de la Construcción: diversas ponencias sobre temas de interés en el sector.

(Continúa)

N.º	Feria/ evento	Título de la acción de innovación	Descripción
251	VETECO	Impulsar la innovación de la feria/evento	Se ha creado un nuevo proyecto que, bajo la denominación Semana Internacional de la Construcción, engloba cuatro ferias del sector.
252	VETECO	Impulsar la innovación de la feria/evento	Home Staying.
253	VETECO	Impulsar la innovación de la feria/evento	Nuevo foro de inversión donde se han tratado las ventas de las empresas, el relevo generacional en el sector, y la venta y unión de empresas.
254	VETECO	Impulsar la innovación de la feria/evento	México como país invitado: se ha invitado a un grupo de compradores del país y a cargos públicos para que conozcan la feria.
255	VETECO	Impulsar la innovación de la feria/evento	Cálculo de la huella de carbono de la feria.
256	SMART DOORS	Impulsar la innovación del sector	Programa de jornadas: bloque exclusivo relacionado con la innovación/tecnología.
257	SMART DOORS	Impulsar la innovación de la feria/evento	México como país invitado: se ha invitado a un grupo de compradores del país y a cargos públicos para que conozcan la feria.
258	SMART DOORS	Impulsar la innovación de la feria/evento	LIVE Connect.
259	SMART DOORS	Impulsar la innovación del sector	Programa de jornadas: bloque exclusivo relacionado con la innovación/tecnología.
260	SMART DOORS	Impulsar la innovación de la feria/evento	B2B: programa de reuniones profesionales entre compradores extranjeros y expositores.
261	SMART DOORS	Impulsar la innovación de la feria/evento	Primer Congreso Internacional de la Construcción: diversas ponencias sobre temas de interés en el sector.
262	SMART DOORS	Impulsar la innovación de la feria/evento	Se ha creado un nuevo proyecto que, bajo la denominación Semana Internacional de la Construcción, engloba cuatro ferias del sector.
263	SMART DOORS	Impulsar la innovación de la feria/evento	Nuevo foro de inversión donde se han tratado las ventas de las empresas, el relevo generacional en el sector, y la venta y unión de empresas.
264	SMART DOORS	Impulsar la innovación de la feria/evento	Home Staying.
265	SMART DOORS	Impulsar la innovación de la feria/evento	Cálculo de la huella de carbono de la feria.
266	SIMO EDUCACIÓN	Impulsar la innovación del sector	INNOVA: expositores envían productos innovadores. Se seleccionan y se identifican. Se someten a un jurado de innovación.

(Continúa)

Listado de acciones de innovación por feria/evento propio y coorganizado (continuación)

N.º	Feria/ evento	Título de la acción de innovación	Descripción
267	SIMO EDUCACIÓN	Impulsar la innovación de la feria/evento	LIVE Connect.
268	SIMO EDUCACIÓN	Impulsar la innovación de la feria/evento	Nuevas formas de participación personalizadas para las empresas que estuvieran interesadas.
269	SIMO EDUCACIÓN	Impulsar la innovación del sector	Talleres de formación relacionados con temas innovadores como la inteligencia artificial, impartidos por empresas de prestigio como Google, Microsoft y CANVA.
270	SIMO EDUCACIÓN	Impulsar la innovación de la feria/evento	Fiesta en el espectáculo MALINCHE y se ha patrocinado. Se invitó a expositores, patrocinadores, compradores y responsables de educación de diferentes comunidades autónomas, entre otros.
271	SIMO EDUCACIÓN	Impulsar la innovación de la feria/evento	Por primera vez, se ha patrocinado el registro de visitantes (Google Education).
272	SIMO EDUCACIÓN	Impulsar la innovación de la feria/evento	Por primera vez, se ha creado una sala VIP en la feria y se ha patrocinado (MICROSOFT).
273	SIMO EDUCACIÓN	Impulsar la innovación de la feria/evento	Se ha creado una nueva zona que se ofrecía como servicio para que las empresas pudieran tener un espacio para sus invitados.
274	SIMO EDUCACIÓN	Impulsar la innovación de la feria/evento	Se ha creado un apartado específico en la página web para dar visibilidad a la Zona Show up y la Zona Impulso.
275	SIMO EDUCACIÓN	Impulsar la innovación de la feria/evento	Nuevo registro de directores con diferentes beneficios como poder entrar en la zona VIP o acudir al espectáculo de MALINCHE. Se registraron más de 800.
276	SIMO EDUCACIÓN	Impulsar la innovación de la feria/evento	Nueva zona de restauración dentro de la feria para expositores y visitantes.
277	GLOBAL MOBILITY CALL	Impulsar la innovación del sector	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.
278	GLOBAL MOBILITY CALL	Impulsar la innovación de la feria/evento	Premios "Las Rozas Innova", "Reto Movilidad al Trabajo". El Ayuntamiento de Las Rozas entrega el premio dentro de la feria; hemos colaborado en la participación. Objeto: solución a la mejora para una movilidad al trabajo más sostenible.
279	GLOBAL MOBILITY CALL	Impulsar la innovación de la feria/evento	Encuesta realizada a expositores y visitantes para informar, visibilizar, calcular y concienciar sobre la huella de carbono.
280	GLOBAL MOBILITY CALL	Impulsar la innovación de la feria/evento	Premio Top Innovator: a la empresa que presenta el producto/servicio con mayor valor añadido en el ámbito de la movilidad sostenible.
281	GLOBAL MOBILITY CALL	Impulsar la innovación de la feria/evento	Jornadas entre <i>startups</i> dedicadas a la movilidad sostenible e inversores: "Investors day". Promovidas junto con la Fundación Madri+D.
282	GLOBAL MOBILITY CALL	Impulsar la innovación de la feria/evento	Workshops para aportar soluciones relacionadas con la movilidad sostenible. Promovidas junto con la Fundación Madri+D.
283	GLOBAL MOBILITY CALL	Impulsar la innovación de la feria/evento	Retransmisión del congreso via <i>streaming</i> a través de YouTube y a través de LIVE Connect.

(Continúa)

N.º	Feria/ evento	Título de la acción de innovación	Descripción
284	GLOBAL MOBILITY CALL	Impulsar la innovación de la feria/evento	Primera edición del premio "Mejor Diseño" de stand.
285	GLOBAL MOBILITY CALL	Impulsar la innovación de la feria/evento	Espacio dedicado a la exposición de drones.
286	GLOBAL MOBILITY CALL	Impulsar la innovación de la feria/evento	Foro dedicado a la seguridad vial, organizado con la DGT.
287	FERIARTE	Impulsar la innovación del sector	Foro FERIARTE, donde participan miembros del mundo académico y de la investigación presentando sus estudios y novedades sobre la temática del año: el Siglo de Oro.
288	FERIARTE	Impulsar la innovación de la feria/evento	Por primera vez, se abre cuenta en Tik Tok de FERIARTE para llegar al público más joven.
289	FERIARTE	Impulsar la innovación de la feria/evento	Se ha incluido un QR en la invitación en papel como tema novedoso (las que envían los expositores).
290	FERIARTE	Impulsar la innovación de la feria/evento	Cóctel: este año, como novedad, se ha servido en frío para ser más eficientes.
291	FERIARTE	Impulsar la innovación de la feria/evento	Decoración, como novedad, con frutas y floreros con flores de larga duración.
292	FERIARTE	Impulsar la innovación de la feria/evento	A través de IFEMA MADRID LAB, se creó un ambiente del Siglo de Oro con diseño digital. Se realizó un diseño que simulaba un telón que se utilizó para la cartelería.
293	ACCOUNTEX	Impulsar la innovación de la feria/evento	Se ha incluido un nuevo sector HR en la feria.
294	ACCOUNTEX	Impulsar la innovación de la feria/evento	10 auditorios en los que se organizan 141 jornadas relacionadas con la actualidad y las innovaciones en el sector.

Listado de acciones de emprendimiento por feria/evento propio y coorganizado

N.º	Feria/ evento	Título de la acción de emprendimiento	Descripción
1	BISUTEX	Impulsar el emprendimiento de personas dentro del sector	Stand Minnies: para nuevos emprendedores. Es más económico participar. Se ha incrementado la participación con respecto a la edición anterior.
2		Impulsar el emprendimiento de personas dentro del sector	Asociación de Mujeres Brillantes: se les da un stand para que expongan sus productos (para fomentar la igualdad y el emprendimiento de la mujer).
3	FITUR	Impulsar el emprendimiento de personas dentro del sector	La feria contó con espacios o acciones singulares para la exposición de empresas jóvenes, 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.
4	FITUR	Impulsar el emprendimiento del sector	La zona FITUR KNOW-HOW tiene un precio asequible, más económico que en otras zonas.
5	FITUR	Impulsar el emprendimiento del sector en determinados países	Uno de los aspectos más destacados del programa de FITURNEXT 2024 ha sido la presencia de autoridades y sus contribuciones sobre protección territorial. En especial, destacó la mesa redonda de Francesc Boya Alós, secretario general para el Reto Demográfico; Rubén Torres, delegado por Toledo del Comisionado del Reto Demográfico, y Juan González Mellizo, jefe de Comunicación de Representación de la Comisión Europea en España, que puso el foco en la importancia de implementar políticas públicas que apuesten por el impacto positivo en los territorios y el fomento de la replicabilidad, muy vinculada con el Observatorio. Cabe destacar también el debate sobre políticas locales en territorios despoblados, en el que fueron los alcaldes los protagonistas que reflexionaron sobre la atracción de visitantes, empresas y emprendedores. Asimismo, el programa de FITURNEXT contó con la participación de las iniciativas ganadoras y finalistas de la quinta edición en una serie de charlas inspiradoras. Entre ellas, destacan las de las iniciativas ganadoras Genalguacil Pueblo Museo, Recartografías y Camino del Cid, y las finalistas Abriendo Pueblos by T-Guío, Mama Uma Travel y Centro Expositivo ROM, entre otras. Todas ellas conversaron sobre las experiencias locales para revitalizar territorios y poner en valor la historia, la cultura y la raíces.
6	MADRIDJOYA 1.ª EDICIÓN	Impulsar el emprendimiento del sector	Stand Minnies: para nuevos emprendedores. Es más económico participar. Se ha incrementado la participación con respecto a la edición anterior.
7	MADRIDJOYA	Impulsar el emprendimiento de personas dentro del sector	Asociación de Mujeres Brillantes: se les da un stand para que expongan sus productos (para fomentar la igualdad y el emprendimiento de la mujer).
8	INTERGIFT	Impulsar el emprendimiento del sector	Apoyo a empresas que no tienen la posibilidad de participar en la feria (porque son pequeñas, porque tienen productos muy concretos), ofreciéndoles la posibilidad de participar en el proyecto de interiorismo, para darles visibilidad, y cobrándoles un precio reducido. Han podido dar charlas en el Speaker Corner como cualquier otro expositor.
9	MOMAD	Impulsar el emprendimiento del sector	Programa EGO: para marcas / nuevos diseñadores / nuevos emprendedores que lleven en el mercado un máximo de tres ediciones. Es más económico participar.
10	MOMAD	Impulsar el emprendimiento del sector	Se hacen notas de prensa de las marcas del programa EGO para impulsar su visibilidad.
11	MOMAD	Impulsar el emprendimiento del sector	Concurso MOMAD Talents by ISEM (se plantea a tres meses 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 un stand gratuito en la edición.

(Continúa)

N.º	Feria/ evento	Título de la acción de emprendimiento	Descripción
12	MOMAD	Impulsar el emprendimiento de personas dentro del sector	Asociación de Mujeres Brillantes: desfilaron en la pasarela para impulsar el emprendimiento de la mujer.
13	GENERA	Impulsar el emprendimiento del sector	Zona startups: zona más económica.
14	GENERA	Impulsar el emprendimiento del sector	Creación de tres zonas colectivas nuevas (con mejores condiciones, con mejoras en temas de comunicación) añadidas a las del año anterior: UNEF-SOLARTYS. Serían: ANESE, A3E y AEDIVE. A esas zonas se incorporan pequeñas empresas de reciente creación, ayudándoles a la comunicación, difusión, etc.
15	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar el emprendimiento del sector	Showroom Allianz EGO: espacio con stands donde los diseñadores jóvenes tienen venta directa al público.
16	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar el emprendimiento del sector	Cesión gratuita de espacio a jóvenes diseñadores.
17	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar el emprendimiento del sector	Desfiles Allianz EGO: desfiles gratuitos de diseñadores emergentes.
18	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar el emprendimiento del sector	Premio Fashion Talent: Mercedes-Benz da la oportunidad al premiado de desfilarse en pasarelas internacionales bajo el paraguas del MBFW. Los participantes en el premio sólo son los Allianz EGO.
19	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar el emprendimiento del sector	Premio Allianz EGO Confidence in Fashion: participantes del Showroom. El ganador obtiene un premio de 6.000 euros para hacer una nueva colección que se presentará en la siguiente edición en la pasarela de Allianz EGO.
20	INTERSICOP	Impulsar el emprendimiento del sector	Concursos para jóvenes pasteleros y panaderos a los que económicamente (el evento) se les ayuda en los traslados, hospedaje, dietas, y se les impulsa a nivel de comunicación. Se les acerca al sector.
21	INTERSICOP	Impulsar el emprendimiento del sector	Dentro del encuentro de mujeres panaderas, hay una parte que trata el tema de las mujeres jóvenes y/o emprendedoras en el sector de la panadería. Tabla redonda donde cuentan su experiencia y se les da un diploma y un premio (visibilidad y reconocimiento).
22	ARCOmadrid	Impulsar el emprendimiento del sector	Galerías jóvenes (Opening): galerías de menos de siete años.
23	ARCOmadrid	Impulsar el emprendimiento del sector	Opening es una zona más barata que el resto de las zonas. Les tiene que seleccionar un comisario.
24	ARCOmadrid	Impulsar el emprendimiento de personas dentro del sector	Premio Opening: devolución del coste del stand a la galería joven.
25	ARCOmadrid	Impulsar el emprendimiento de personas dentro del sector	Empresas jóvenes de diseño y decoración para que decoren salas privadas de ARCOmadrid, para darles visibilidad.
26	ARCOmadrid	Impulsar el emprendimiento de personas dentro del sector	Cesión de espacio a EXHIBIFY: startup tecnológica que desarrolla todo nuestro sistema digital.

(Continúa)

Listado de acciones de emprendimiento por feria/evento propio y coorganizado (continuación)

N.º	Feria/ evento	Título de la acción de emprendimiento	Descripción
27	ARCOmadrid	Impulsar el emprendimiento de personas dentro del sector	Como acción novedosa, se invitó a un joven diseñador (empresa de reciente creación) a diseñar los uniformes de las azafatas del ARCOstaff.
28	ARCOmadrid	Impulsar el emprendimiento del sector	ARTS LIBRIS: ARCOmadrid ha cedido espacio a esta asociación para que las editoriales más jóvenes puedan participar sin coste.
29	SICUR	Impulsar el emprendimiento del sector	Fundación Madrid+D e IFEMA MADRID organizan un <i>brokerage event</i> que consiste en poner en contacto a nuevos emprendedores o universidades con la industria del sector para posibles colaboraciones en el futuro.
30	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Impulsar el emprendimiento del sector	Formato de contratación para <i>startups</i> SCHOOL DAY: <i>stand</i> de 4 m ² , más económico.
31	IBERZOO PROPET	Impulsar el emprendimiento del sector	Área Impulso: zona donde exponen las <i>startups</i> : espacios de 6 m ² . Mucho más económico y formato más sencillo.
32	IBERZOO PROPET	Impulsar el emprendimiento del sector	Premio IMPULSO: al producto más innovador presentado por una <i>startup</i> . Premio: la edición siguiente consiguen una participación de 16 m ² gratuita.
33	PROMOGIFT	Impulsar el emprendimiento del sector	Creación de dos zonas de ÁREA COLECTIVA, con tarifa especial para fomentar la asistencia a empresas con recursos limitados, para impulsar su emprendimiento.
34	EXPOÓPTICA	Impulsar el emprendimiento del sector	Se ofrecen productos minies: <i>stands</i> pequeños para ayudarles a seguir creciendo dentro del paraguas de una feria.
35	EXPOÓPTICA	Impulsar el emprendimiento del sector	Stand Minnies con cambio de material (melamina en vez de madera, que es el material utilizado en el resto de los <i>stands</i> modulares) para poder compensar la subida de precio de la madera y ofrecerles un precio más asequible a sus posibilidades económicas.
36	ORGANIC FOOD IBERIA / ECOLIVING	Impulsar el emprendimiento del sector	Modelo de participación de <i>startup</i> : precio más económico.
37	ORGANIC FOOD IBERIA / ECOLIVING	Impulsar el emprendimiento del sector	Jornadas técnicas para ambas ferias: dar a conocer nuevas empresas donde asisten grandes empresas, para darlas a conocer.
38	ORGANIC FOOD IBERIA / ECOLIVING	Impulsar el emprendimiento del sector	Jornada especial de <i>matchmaking</i> para juntar a tres grandes cadenas de supermercados ecológicos con las <i>startups</i> , con el fin de hacer negocio (realizar pedidos, fomentando así su emprendimiento). Tuvo lugar en uno de los escenarios de la feria.
39	SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN	Impulsar el emprendimiento del sector	Autocaravanas Norte es una empresa que lleva poco tiempo implantada en Madrid (origen en otras comunidades autónomas). Desde VO se han realizado acciones de comunicación especiales (imagen en la web, <i>banners</i> , comunicación especial en la web, nota de prensa específica, noticias en redes sociales, etc.).
40	SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN	Impulsar el emprendimiento del sector	Acciones de comunicación a empresa CHECK TECH SOLUTIONS GROUP SL, constituida hace un año. Se le proporcionaron entrevistas en radio y televisión para darla a conocer.
41	SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN	Impulsar el emprendimiento del sector	Acciones de comunicación a empresa MAISER AUTOMOCION, con nueva delegación en Toledo. Se le proporcionaron entrevistas en radio y televisión para darla a conocer. Se le proporcionaron también más plazas de <i>parking</i> con respecto a otras empresas para apoyarla.
42	SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN	Impulsar el emprendimiento del sector	Acciones de comunicación Nupower Inversion SL., empresa de reciente creación. Promoción del nombre en la web, ubicación <i>premium</i> .

(Continúa)

N.º	Feria/ evento	Título de la acción de emprendimiento	Descripción
43	FSMS	Impulsar el emprendimiento del sector	Zona <i>startups</i> : zona más económica (SRR y TECMA).
44	FSMS	Impulsar el emprendimiento del sector	<i>Startups</i> : impulsar su conocimiento a través de una jornada de 10 minutos en el auditorio SRR. Presentando sus soluciones y sus productos.
45	FSMS	Impulsar el emprendimiento del sector	ICEX: <i>stand</i> donde promovían encuentros entre visitantes y expositores <i>startups</i> . IFEMA MADRID dio asesoramiento sobre cómo podrían aportar en su participación con la sociedad.
46	BISUTEX	Impulsar el emprendimiento del sector	Stand Minnies: para nuevos emprendedores. Es más económico participar. Se ha incrementado la participación con respecto a la edición anterior.
47	BISUTEX	Impulsar el emprendimiento del sector	Asociación de Mujeres Brillantes: se les da un <i>stand</i> para que expongan sus productos (para fomentar la igualdad y el emprendimiento de la mujer).
48	MADRIDJOYA	Impulsar el emprendimiento del sector	Stand Mini: para joyería artesana, que pueden utilizarlo también los nuevos emprendedores.
49	MADRIDJOYA	Impulsar el emprendimiento del sector	Asociación de Mujeres Brillantes: para dar visibilidad a las mujeres profesionales (impulsar la igualdad). Espacio gratuito. Para impulsar el emprendimiento femenino.
50	MADRIDJOYA	Impulsar el emprendimiento del sector	Premio Madrid Designers: enfocado a empresas de nueva creación que destaquen en innovación. Al ganador se le premia con un <i>stand</i> en esta edición de la feria.
51	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar el emprendimiento del sector	Showroom Allianz EGO: espacio con <i>stands</i> donde los diseñadores jóvenes tienen venta directa al público.
52	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar el emprendimiento del sector	Cesión gratuita de espacio a jóvenes diseñadores.
53	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar el emprendimiento del sector	Desfiles Allianz EGO: desfiles gratuitos de diseñadores emergentes.
54	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar el emprendimiento del sector	Premio Fashion Talent: Mercedes-Benz da la oportunidad al premiado de desfilarse en pasarelas internacionales bajo el paraguas de MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID. Los participantes en el premio sólo son los Allianz EGO.
55	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulsar el emprendimiento del sector	Premio Allianz EGO Confidence in Fashion: participantes del Showroom. El ganador obtiene un premio de 6.000 euros para hacer una nueva colección que se presentará en la siguiente edición en la pasarela de Allianz EGO.
58	MOMAD	Impulsar el emprendimiento del sector	Programa EGO: para marcas / nuevos diseñadores / nuevos emprendedores que lleven en el mercado un máximo de tres ediciones. Es más económico participar.
59	MOMAD	Impulsar el emprendimiento del sector	Se hacen notas de prensa de las marcas del programa EGO para impulsar su visibilidad.
60	MOMAD	Impulsar el emprendimiento del sector	Concurso MOMAD Talents by ISEM: para apoyar el emprendimiento de nuevas marcas que llevan menos de tres temporadas y los ganadores, ganan un <i>stand</i> . El primer ganador también gana un curso de moda.
61	MOMAD	Impulsar el emprendimiento del sector	Asociación de Mujeres Brillantes: desfilaban en la pasarela para impulsar el emprendimiento de la mujer.

(Continúa)

Listado de acciones de emprendimiento por feria/evento propio y coorganizado (continuación)

N.º	Feria/ evento	Título de la acción de emprendimiento	Descripción
62	MOMAD	Impulsar el emprendimiento del sector	La aceleradora gallega VÍA TEXTIL ha tenido un stand donde se han presentado varias startups (nuevas empresas).
63	MOMAD	Impulsar el emprendimiento del sector	Acuerdos con dos organizaciones (una asociación de diseñadores y una empresa). Organizaban un concurso de nuevos diseñadores y al ganador se le premiaba con un stand en MOMAD en esta edición.
64	MOMAD	Impulsar el emprendimiento del sector	La feria ha creado un espacio colaborativo para facilitar la participación en la feria a través de la Asociación Artesanías de Colombia, de pequeños artesanos.
65	INTERGIFT	Impulsar el emprendimiento del sector	Apoyo a empresas que no tienen la posibilidad de participar en la feria (porque son pequeñas, porque tienen productos muy concretos), ofreciéndoles la posibilidad de participar en el proyecto de interiorismo, para darles visibilidad, y cobrándoles un precio reducido. Han podido dar charlas en el speaker Corner como cualquier otro expositor.
66	INTERGIFT	Impulsar el emprendimiento del sector	La feria ha creado un espacio colaborativo para facilitar la participación en la feria a través de la Asociación Artesanías de Colombia, de pequeños artesanos.
67	SALÓN LOOK	Impulsar el emprendimiento del sector	Cesión gratuita de espacio en el escenario LOOK Focus 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 impulsarlos y promocionarlos.
68	SALÓN LOOK	Impulsar el emprendimiento del sector	Premios Figaro: reconocimiento al peluquero del año. Visibilidad y prestigio al ganador del premio.
69	SALÓN LOOK	Impulsar el emprendimiento del sector	Décimo aniversario de los premios LOOK: reconocimiento al emprendimiento; cuentan con más de 100 candidaturas que se presentan a diferentes categorías.
70	GUEXT	Impulsar el emprendimiento del sector	Startups: stands pequeños para micropymes y empresas de reciente creación, con precios más asequibles.
71	GUEXT	Impulsar el emprendimiento del sector	El Programa de Compradores Internacionales estaba abierto a este perfil de empresas startups.
72	GUEXT	Impulsar el emprendimiento del sector	El coorganizador ha invitado a participar a sus pequeñas empresas asociadas de reciente creación para impulsar su participación.
73	FIAA	Impulsar el emprendimiento del sector	Condiciones especiales para la empresa MOVERTIS al ser una empresa pequeña con el objetivo de darle visibilidad y favorecer su participación.
74	FIAA	Impulsar el emprendimiento del sector	En el foro de ponencias MOVERTIS tuvo la posibilidad de participar como ponente.
75	FRUIT ATTRACTION	Impulsar el emprendimiento del sector	Innova & Tech y Ecorganic. Para empresas muy pequeñas. Espacio más pequeño que el mínimo obligatorio a contratar en condiciones normales.
76	FRUIT ATTRACTION	Impulsar el emprendimiento del sector	Cesión de espacio a Avolution Lab, empresa de innovación de Sevilla que utiliza las semillas del aguacate para producir productos.
77	FRUIT ATTRACTION	Impulsar el emprendimiento del sector	Se han organizado los premios Proyecto Mujer Agro: para dar visibilidad a las mujeres del sector.

(Continúa)

N.º	Feria/ evento	Título de la acción de emprendimiento	Descripción
78	ESTAMPA	Impulsar el emprendimiento del sector	Sólo DUO y DUO PROYECT: zona para galerías nuevas con menos presupuesto.
79	ESTAMPA	Impulsar el emprendimiento del sector	El coorganizador cede espacio para pequeñas galerías para facilitar su participación.
80	MATELEC	Impulsar el emprendimiento del sector	Zona startups/micropymes: tienen un stand a un coste menor.
81	MATELEC	Impulsar el emprendimiento del sector	Comunicación y visibilidad exclusiva a zona de startups/micropymes.
82	CONSTRUTEC	Impulsar el emprendimiento del sector	Zona startups/micropymes: tienen un stand a un coste menor.
83	VETECO	Impulsar el emprendimiento del sector	Zona startups/micropymes: tienen un stand a un coste menor.
84	SIMO EDUCACIÓN	Impulsar el emprendimiento del sector	Zona SHOW UP: zonas para empresas startups. Cuentan con condiciones especiales para participar en la feria.
85	SIMO EDUCACIÓN	Impulsar el emprendimiento del sector	ZONA IMPULSO: se han incluido cuatro empresas con ideas relacionadas con el sector de la tecnología educativa. Ofrecen la idea a IFEMA MADRID y, a través de un jurado, se deciden los proyectos seleccionados y en la celebración se presentan. Si ganan, entran en una aceleradora con 50 inversores escuchando su idea (SEKLAB) y premio Madri+D: capta la idea y les ayuda a ponerla en marcha y además tendrá un stand gratuito uno de ellos en la Zona Show up.
86	SIMO EDUCACIÓN	Impulsar el emprendimiento del sector	Se ha hecho comunicación específica en medios de estas zonas para dar visibilidad a las empresas de nueva creación y startups.
87	SIMO EDUCACIÓN	Impulsar el emprendimiento del sector	Se ha creado un apartado específico en la página web para dar visibilidad a la Zona Show up y la Zona Impulso.
88	GLOBAL MOBILITY CALL	Impulsar el emprendimiento del sector	Zona startups: precio mucho más económico.
89	GLOBAL MOBILITY CALL	Impulsar el emprendimiento del sector	Acuerdo con EDIH y Fundación Madri+D, especializado en movilidad sostenible. Objetivo: fomentar la participación de startups en el evento para abrirles el mercado y darlas 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.
90	GLOBAL MOBILITY CALL	Impulsar el emprendimiento del sector	Meeting Point promovido por Fundación Madri+D y EDIH para fomentar los encuentros entre empresas y startups. Este encuentro fue promovido previo a la celebración para fomentar la participación de empresas.
91	ACCOUNTEX	Impulsar el emprendimiento del sector	Zona de Pymes sin coste: Se daban charlas enfocadas a este tipo de emprendimientos.
92	ACCOUNTEX	Impulsar el emprendimiento del sector	Visibilidad específica en redes sociales para la Zona Pymes.

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)

	2024	2023
N.º de SQR total de IFEMA MADRID	599	588
N.º de sugerencias	11	17
N.º de quejas y reclamaciones	588	571
N.º de quejas	157	242
N.º de reclamaciones	431	329
N.º medio de días de contestación de sugerencias y quejas	4,75	1,65
N.º medio de días de contestación de reclamaciones	15,76	17,15

En 2024, ha aumentado el número de SQR con respecto al año anterior en un 1,83% y se ha agilizado el tiempo medio de contestación de las reclamaciones en un 8,81%. Dado que se realiza un seguimiento indicador para medir el número de reclamaciones contestadas fuera del plazo legal, se han detectado 54 reclamaciones de esta tipología a fecha de 7 de enero de 2024. Con el objetivo de disminuir este tipo de reclamaciones, se ha enviado una contestación intermedia que paraliza el periodo de contestación de estas comunicaciones.

Por otro lado:

- Se mantienen las reclamaciones de vecinos relacionadas con el ruido de eventos musicales externos celebrados en IFEMA MADRID.
- Al igual que en 2023, las reclamaciones a causa de la emisión de facturas y del montaje y desmontaje de stands son las más numerosas.
- Todas las comunicaciones relacionadas con la accesibilidad se han categorizado como reclamaciones por la relevancia de la materia en la estrategia de IFEMA MADRID.
- Las comunicaciones relacionadas con eventos externos que no tratan sobre servicios de IFEMA MADRID son clasificadas como quejas y derivadas al promotor responsable para su conocimiento y gestión.

A continuación, se detallan las áreas que mayor número de reclamaciones han gestionado en 2024:

• Económico-financiero

La mayoría de ellas se deben a la solicitud de facturas, ya que el plazo legal de emisión es de tres meses y es un plazo que no se está cumpliendo. Además, se incluyen todas las comunicaciones de pagos duplicados y fallos en el proceso de compra, tanto de entradas como de tarifas de aparcamiento, y los daños relacionados con el seguro.

• Producción de eventos

Se incluyen todas las SQR de daños en el montaje y desmontaje de stands y de la mayoría de los servicios contratados por expositores. En ocasiones, los expositores escriben a través del buzón de quejas y reclamaciones para solucionar incidencias que ya se han recibido en esa dirección por otra vía.

• Ferias de público

Se dividen, principalmente, entre las reclamaciones de ruido por festivales o eventos musicales organizados al aire libre y las comunicaciones de clientes de eventos externos que comentan algún tipo de insatisfacción con su experiencia con respecto al evento.

En el mes de noviembre se ha procedido al cambio de herramienta de gestión SQR, sustituyendo PROQUO por la herramienta SALESFORCE. Por ello, se han actualizado los documentos relacionados con la gestión SQR, se ha impartido formación a los gestores de cada área y se tiene en cuenta que la adaptación a este cambio ha podido influir e influirá alargando temporalmente los plazos de respuesta en los primeros meses de uso de la herramienta.

Encuestas de satisfacción

IFEMA MADRID tiene un firme compromiso con la escucha de todas sus partes interesadas y, en especial, de 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 y 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. Desde 2023, la encuesta a expositores durante el certamen se redujo considerablemente, incluyendo solo aquellas preguntas concretas centradas en esa edición.
- Semestralmente, y como complemento a las anteriores, a través de la herramienta CRM se realizan encuestas a la base de datos de expositores de ese ejercicio sobre los aspectos generales (servicios, atención por parte de IFEMA MADRID, etc.). Esta 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 trimestralmente, también con un formulario estándar.
- Una 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 interesada con IFEMA MADRID.

Resultados de 2024

Parte interesada	NPS DE 2023	NPS DE 2024	2024/2023
Expositores en la feria/evento	30,54	23,25	-23,87%
Expositores en general	11,9	18,06	51,76%
Visitantes	68,54	73,68	7,49%
Organizadores externos	100 (*)	50	-50%
Patrocinadores	84,21	70,83	-15,88%
Proveedores	50	45,45	-9,1%
Trabajadores	–	62,07	–
Medios de comunicación	–	79,58	–
Media de las partes interesadas	49,038	52,82	7,71%

(*) No es un valor muy fiable, ya que el porcentaje de respuesta fue inferior al 20%. Por ello, no se tiene en cuenta a la hora del cálculo de la media NPS de las partes interesadas.

Todas nuestras partes interesadas tienen un NPS positivo. Esto es importante porque implica que hay un porcentaje mayor de promotores que de detractores en todas ellas.

El nivel medio de satisfacción de las partes interesadas es excelente (> 50).

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 a evaluar se realiza 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.
- 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 de indicadores institucional, 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/evento propio o coorganizado 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/eventos propios y coorganizados

En 2025 se realizaron 306 acciones sociales, lo que supone un incremento de un 43,79% con respecto al año anterior.

N.º	Feria/evento	Título de la acción social	Descripción
1	BISUTEX	Diversidad	En la pasarela hay modelos de diferentes orígenes/nacionalidades y personas con capacidades especiales (ADA...).
2	BISUTEX	Igualdad	Asociación de Mujeres Brillantes: se les da un stand para que expongan sus productos (para fomentar la igualdad).
3	BISUTEX	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Cobertura en redes sociales y notas de prensa de expositores con productos sostenibles.
4	BISUTEX	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Asociación de joyas sostenibles (stand gratis y ellos aportan contenido de interés).
5	BISUTEX	Formación	Entradas gratis a escuelas de diseño y joyería (Universidad Villanueva, Centro Superior de Diseño de Moda de Madrid, Universidad Politécnica de Madrid), etc.
6	FITUR	Diversidad	La feria recogió de forma consciente y proactiva en sus campañas de promoción imágenes que comunican la diversidad; por ejemplo, el material promocional del área FITUR LGBT+. Esta sección puso en evidencia la creciente demanda de destinos, empresas, cadenas hoteleras, compañías aéreas y turoperadores que, con un alto sentido de inclusión, quieren centrarse en el segmento LGBT, que goza de un gran poder adquisitivo por tener mayor renta disponible y es el más desestacionalizado del turismo.
7	FITUR	Igualdad	En la edición de FITUR 2024 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.
8	FITUR	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Asimismo, se presentó el informe FITURNext 2024: “Cómo puede el turismo contribuir a la revitalización de los territorios”, con las claves, pautas y lecciones aprendidas por el Observatorio a lo largo de la investigación.
9	FITUR	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Por quinta vez, FITUR ha otorgado el premio “Stand sostenible”, organizado con la colaboración del Instituto de Turismo Responsable (ITR), con el objetivo de reconocer y destacar el esfuerzo de las empresas expositoras por hacer que su presencia en FITUR sea respetuosa con el medioambiente y el cambio climático, contribuya a favorecer aspectos sociales y culturales, así como de referencia a cuestiones de gobernanza y economía.
10	FITUR	Impulso al desarrollo sostenible del sector	FITUR incluyó en su plan de actividades y jornadas técnicas charlas de carácter didáctico, basadas principalmente en la sostenibilidad, la accesibilidad y la innovación.
11	FITUR	Diversidad	Implantación de QR NaviLens para facilitar a las personas con discapacidad visual la orientación por la feria.
12	FITUR	Formación	Curso a los/as azafatos/as sobre accesibilidad.
13	MADRIDJOYA	Diversidad	En la pasarela hay modelos de diferentes orígenes/nacionalidades y personas con capacidades especiales.
14	MADRIDJOYA	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Proyecto nuevo WABI-SABI: exposición de productos de joyas y prendas de ropa personalizadas, dándoles una segunda vida. Impulsar este tipo de joyería en la sociedad.

(Continúa)

Listado de acciones sociales impulsadas desde las ferias/eventos propios y coorganizados (continuación)

N.º	Feria/evento	Título de la acción social	Descripción
15	MADRIDJOYA	Igualdad	Asociación de Mujeres Brillantes: para dar visibilidad a las mujeres profesionales (impulsar la igualdad). Espacio gratuito.
16	MADRIDJOYA	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Asociación de joyas sostenibles: cesión de espacio gratuito. Participación gratuita en el Foro Imagen. Comunidad para incentivar las prácticas sostenibles en el sector en todo el mundo.
17	MADRIDJOYA	Formación	Cesión de espacio a Estimorun Academy, escuela de valoración y tasación de joyería, para enseñar a los joyeros a tasar y valorar las joyas de una manera estandarizada.
18	MADRIDJOYA	Diversidad	Participación en el foro del proyecto MYALÓ (presentación): visibilizar a las mujeres con problemas mentales y reincorporarse a la vida laboral a través de la joyería, además de prevenir el suicidio.
19	MADRIDJOYA	Formación	Entradas gratuitas a escuelas de joyería y asociaciones de joyeros de determinadas provincias.
20	INTERGIFT	Diversidad	Fundación A LA PAR: carrito de chuches en el cóctel de tipo <i>afterwork</i> y la decoración floral de los pabellones 3-5-7.
21	INTERGIFT	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Cobertura en redes sociales y notas de prensa de expositores con productos sostenibles.
22	INTERGIFT	Formación	Entrada gratuita a escuelas de formación, como, por ejemplo, Fundación A LA PAR.
23	INTERGIFT	Formación	Cesión de espacio por intercambio a <i>stand</i> CG AGENCIA: espacio para la sensibilización ambiental del sector.
24	INTERGIFT	Formación	Speaker Corner: contenido de charlas con contenidos de sostenibilidad (diseño biofilico y confort del usuario), técnicas decorativas artesanales, restauración de tejidos...
25	MOMAD	Diversidad	Pasarela con modelos de diversas nacionalidades/orígenes.
26	MOMAD	Formación	Cesión de un espacio y <i>stand</i> a la Universidad Politécnica de Madrid y el Centro Superior de Diseño de Moda de Madrid. Han tenido exposición, desfile y el espacio de visibilidad (proyecto TALENT LAB 23).
27	MOMAD	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Proyecto nuevo WABI-SABI: exposición de productos de joyas y prendas de ropa personalizadas, dándoles una segunda vida. Impulso a este tipo de productos en la sociedad.
28	MOMAD	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Concurso MOMAD Talents by ISEM (se plantea a tres meses 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.
29	MOMAD	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Cobertura en redes sociales y notas de prensa de expositores con productos sostenibles. Se invita a un medio de comunicación especializado en sostenibilidad, haciendo reportajes.
30	MOMAD	Formación	Entradas gratuitas a varias escuelas de formación (Universidad Villanueva, etc.).
31	MOMAD	Igualdad	Asociación de Mujeres Brillantes: para dar visibilidad a las mujeres profesionales (impulsar la igualdad). Desfile gratuito.
32	MOMAD	Formación	Alumnos del ISEM haciendo de <i>retailers guide</i> ayudando a los visitantes.
33	GENERA	Formación	Jornadas, foros y actividades: jornadas divulgativas, mejorando las capacidades de los profesionales que ya trabajan en el sector y atrayendo, además, a profesionales de otros sectores que pueden estar interesados en este sector.

(Continúa)

N.º	Feria/evento	Título de la acción social	Descripción
34	GENERA	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Se hacen notas específicas por cada jornada que sea destacable, no una nota de cierre simple.
35	GENERA	Impulso al desarrollo sostenible del sector	A 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.
36	GENERA	Formación	Incremento de las entradas gratuitas de institutos de formación profesional que cursan estudios relacionados con las energías renovables, con respecto a la edición anterior. 80 grupos.
37	GENERA	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Creación de tres zonas colectivas nuevas (con mejores condiciones, con mejoras en temas de comunicación) añadidas a las del año anterior: UNEF-SOLARTYS. Serían: ANESE, A3E y AEDIVE. A esas zonas se incorporan pequeñas empresas de reciente creación, ayudándolas a la comunicación, difusión, etc.
38	GENERA	Formación	Dos becarias en prácticas para la organización de la feria.
39	GENERA	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Intercambios con asociaciones sin ánimo de lucro (UNEF, ANESE, A3E, AEDIVE, SOLARTIS, CIDE, etc.). IFEMA MADRID da el espacio y la difusión, y estas asociaciones crean contenido de jornadas y convocatoria de empresas y visitantes.
40	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Diversidad	Desfiles de modelos con discapacidad.
41	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Los diseñadores fomentan la economía local, contratando a pequeñas empresas colaboradoras de la zona.
42	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Formación	Invitación a las escuelas de moda a algún desfile.
43	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Diversidad	Desfiles de modelos con tallas estándar de la sociedad.
44	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Diversidad	La imagen de la feria es una modelo negra.
45	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Impulso al desarrollo sostenible del sector	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.
46	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID	Formación	Entradas gratuitas a fundaciones o asociaciones sin ánimo de lucro.
47	INTERSICOP	Igualdad	Jornada y reconocimiento del papel de las mujeres en el sector de la panadería, con la entrega de premio/reconocimiento a algunas de ellas (a toda una carrera y a una joven panadera).
48	INTERSICOP	Formación	Charla Iberoamericana, para visibilizar el sector en Latinoamérica. Charla con una asociación colombiana y visita de la delegación chilena de empresas y asociaciones del sector.
49	INTERSICOP	Formación	Pase gratuito para estudiantes de FP Hostelería.
50	ARCOmadrid	Formación	Acuerdo con universidades: alumnos de prácticas del máster en Mercado de Arte y de la Universidad Complutense, que trabajan en el grupo ferial, colaborando con ellos.
51	ARCOmadrid	Formación	Entradas gratuitas para profesores de universidades o centros de formación de artes.

(Continúa)

Listado de acciones sociales impulsadas desde las ferias/eventos propios y coorganizados (continuación)

N.º	Feria/evento	Título de la acción social	Descripción
52	ARCOmadrid	Formación	Precio especial en entradas para alumnos (con carné de estudiante). Mitad de precio.
53	ARCOmadrid	Diversidad	Utilización de lenguaje inclusivo, sustituyendo la palabra VIP por GUEST.
54	ARCOmadrid	Formación	Concurso de diseño de <i>guest lounge</i> 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.
55	ARCOmadrid	Formación	Acuerdo con federación de asociaciones de artistas visuales de España para ofrecer un precio reducido de entrada a artistas asociados que no exponen en ARCO.
56	ARCOmadrid	Igualdad	Foro ARCO: mujeres en las artes visuales. El día 8 marzo, la feria cedió el foro para que pudieran tratar los temas relevantes del Día Internacional de la Mujer.
57	ARCOmadrid	Formación	Foro ARCO: charlas y jornadas en torno al arte contemporáneo y dos jornadas para analizar y realizar las escenas institucionales y artísticas de los países que rodean el Caribe.
58	ARCOmadrid	Formación	Foro ARTS LIBRIS: dos jornadas para que los editores que tienen menos visibilidad en el arte hablaban de sus nuevas producciones, con el fin de darles visibilidad.
59	ARCOmadrid	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Cesión de espacio a AUARA, de manera que todas las botellas que se vendan van destinados a conseguir llevar agua potable a aquellos países donde no llega.
60	ARCOmadrid	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Como acción novedosa, se invitó a un joven diseñador (empresa de reciente creación) a diseñar los uniformes de las azafatas del ARCOstaff. Se realizó por productores (fábricas) locales.
61	ARCOmadrid	Diversidad	Colaboración con dos asociaciones: CAPACITARTE (ayuda a jóvenes con discapacidades intelectuales) y FUNDACIÓN MELIOR (niños en riesgo de exclusión social), invitándoles a la feria.
62	ARCOmadrid	Impulso al desarrollo sostenible del sector	ARCOmadrid y el Museo Reina Sofía organizaron, en el espacio del Museo, una fiesta con DJs con acceso gratuito y libre para todo el mundo, para crear interés por el arte contemporáneo en las nuevas generaciones.
63	ARCOmadrid	Impulso al desarrollo sostenible del sector	ARCOmadrid entregó pícnicos a los galeristas para que no tuvieran que ir a por la comida, haciéndoles su participación más cómoda y eficiente.
64	ARCOmadrid	Impulso al desarrollo sostenible del sector	El segundo día de la feria se ofreció un aperitivo madrileño a todos los invitados de la feria (SAMANTHA de ESPAÑA).
65	ARCOmadrid	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Cesión de espacio a la Unión de Artistas de España: para apoyar a los artistas y crear interés sobre ellos.
66	SICUR	Formación	Foro SICUR: charlas generales de los distintos sectores relacionados con la seguridad.
67	SICUR	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Foro SICUR-CIBER: para fomentar el sector de la ciberseguridad.
68	SICUR	Igualdad	Observatorio de la Mujer, donde se presentó el tercer estudio de la mujer y la seguridad.
69	SICUR	Igualdad	Entrega de premios a las 10 mujeres del año en el ámbito de la seguridad, organizado por PESI, dentro del Foro SICUR. IFEMA MADRID cede la sala y los audiovisuales para facilitarles el desarrollo del acto.
70	SICUR	Formación	Entradas gratuitas los viernes a estudiantes en grupos de 10 alumnos y un profesor (ingenierías o últimos cursos de FP).

(Continúa)

N.º	Feria/evento	Título de la acción social	Descripción
71	SICUR	Colaboración con entidades con fines sociales	Cesión de espacios a los cuerpos y fuerzas de seguridad del Estado, UME, SAMUR, Bomberos del Ayuntamiento y Comunidad de Madrid.
72	SICUR	Formación	Invitación a la policía municipal de Valencia para dar una charla sobre el uso de la inteligencia artificial contra la violencia de género.
73	SICUR	Diversidad	Navilens: se colocaron en los mostradores de Info del pabellón.
74	EXPODENTAL	Formación	Colaboración con el Colegio de Decanos de España. Entrega de premios al mejor expediente universitario del año (grado de Odontología).
75	EXPODENTAL	Formación	Entradas gratuitas el Día del Estudiante para estudiantes de Odontología (104 centros de estudio).
76	EXPODENTAL	Colaboración con entidades con fines sociales	IFEMA MADRID ha facilitado un <i>stand</i> a la Federación Española de Empresas de Tecnología Sanitaria (un intercambio), para divulgar la información del sector entre los visitantes.
77	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Formación	194 actividades distribuidas en los diferentes foros de cada una de las ferias donde se trataban temas como: conocimiento sector, últimas novedades, temas sociales, etc. (formación).
78	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Colaboración con entidades con fines sociales	<i>Stands</i> de intercambio para los sindicatos de estudiantes (no pagan nada) para asesorar a los estudiantes en salidas laborales.
79	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Colaboración con entidades con fines sociales	Las universidades colaboran con IFEMA MADRID. En el Aula Fórum, vienen los alumnos de últimos cursos a dar charlas sobre temas para hacer prácticas.
80	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Colaboración con entidades con fines sociales	Cesión de espacio al MAPA (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación) y al Ministerio de Transporte: charlas sobre emprendimiento en el sector, enfocadas sobre todo a mujeres (mujeres presentando proyectos agrícolas), nuevas tecnologías, proyectos de ganadería...
81	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Colaboración con entidades con fines sociales	Cesión de espacio (escenario) para divulgar y fomentar los estudios artísticos, como carrera profesional y como estudios complementarios, para fomentar la adquisición de habilidades de los estudiantes.
82	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Formación	POSTGRADO Y FORMACIÓN CONTINUA: OPEN CAMPUS FORMACION 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...
83	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Formación	AULA: talleres de edificación y otras profesiones enfocadas a la formación profesional: 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 y la participación de las mujeres. Como novedad, se ha contado con la participación y talleres del sector del metal y del automóvil.
84	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Formación	Se ha organizado por primera vez el CAMPUS DE TALENTO Y EMPRENDIMIENTO. Tres bloques de jornadas: 1º día: fomento del talento; 2º día: emprendimiento verde; 3º día: el emprendimiento como profesión.
85	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Formación	Cesión de espacio y promoción de la actividad organizada por la Fundación Cappgemini. Organizan encuentros entre jóvenes y colegios, y presentan proyectos de colaboración entre varios colegios para que trabajen conjuntamente, de manera que uno de los colegios haga mentorización del otro.
86	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Formación	Ampliación y desarrollo del espacio específico para el empleo joven en colaboración con la Comunidad de Madrid, para el apoyo de alumnos con fracaso escolar y la adquisición de habilidades con el fin de prepararlos para el mercado laboral.
87	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Formación	POSTGRADO: intercambio con la asociación de talleres CETRAA y con AECIM.

(Continúa)

Listado de acciones sociales impulsadas desde las ferias/eventos propios y coorganizados (continuación)

N.º	Feria/evento	Título de la acción social	Descripción
88	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Igualdad	Se solicitó al Ministerio del Interior, Ministerio de Defensa, Salvamento y Seguridad Marítima, Policía Municipal, SAMUR y Bomberos de Madrid la participación de mujeres profesionales de estas administraciones en las jornadas.
89	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Formación	Cesión de espacio a CEAPA (Confederación Española de Asociaciones de Padres y Madres de Alumnado) para que desarrollen actividades y jornadas relacionadas con los puntos de dolor sociales en adolescentes y jóvenes.
90	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Igualdad	Jornadas de actividades "Aula de igualdad", donde se tratan temas de acoso e identidad sexual, impulsado además por el Ministerio de Igualdad.
91	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	Formación	Entradas gratuitas para grupos de colegios.
92	IBERZOO PROPET	Formación	Foros/charlas para la adquisición de habilidades: Aula Veterinaria (formación sobre nuevos productos farmacéuticos o de intervención veterinaria, etc.); Fórum AEDPAC (Asociación Española de Distribuidores de Productos para Animales de Compañía), son ponencias; Escenario de estilismo canino (<i>masterclass</i> de estilismo canino).
93	IBERZOO PROPET	Impulso al desarrollo sostenible del sector	IFEMA MADRID organiza los Premios Antón, con 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 la Comunidad de Madrid, al programa de asistencia a las residencias con animales de compañía (Premio a la iniciativa que favorece la convivencia con las mascotas en la ciudad AMVAC /AEDPAC - Consejería de Familia, Juventud y Política Social de la Comunidad de Madrid, por la campaña de terapias asistidas con animales).
94	IBERZOO PROPET	Impulso al desarrollo sostenible del sector	AMVAC entrega un premio solidario (Premio José Zúñiga AMVAC Solidario). Se ha dado a la ONG Alas Gambia, compuesta por un equipo de personas que voluntariamente dedican parte de su tiempo a intentar que todos los niños, independientemente del lugar y el momento en el que nacen, puedan tener las mismas oportunidades. Ofrece a las familias más pobres de barrios marginales de Gambia la ayuda necesaria para la escolarización de estos niños y niñas.
95	IBERZOO PROPET	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Cesión de espacio de un mostrador para las sociedades científicas, para que puedan divulgar y poner en conocimiento sus últimos estudios.
96	IBERZOO PROPET	Formación	Charla en Fórum AEDPAC sobre tenencia responsable y bienestar de los animales (IFEMA MADRID cede el espacio para que pueda tener lugar).
97	IBERZOO PROPET	Formación	Charla en Fórum AEDPAC sobre el valor de la apuesta por la innovación y la tecnología en casos de éxitos en <i>startups</i> .
98	PROMOGIFT	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Cesión de espacio a la asociación AIMFAP (asociaciones del sector) para que, entre otras acciones, organice el premio a las empresas para sus asociados.
99	EXPOÓPTICA	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Foro ExpoAudio: sector de la audiolología. Charlas de conferenciantes para presentar innovaciones del sector, temas de <i>marketing</i> , formación.
100	EXPOÓPTICA	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Foro ExpoÓptica: sector de la óptica: Charlas de conferenciantes para presentar innovaciones del sector, temas de <i>marketing</i> , formación.
101	EXPOÓPTICA	Formación	Entradas gratuitas para asociaciones y estudiantes.
102	EXPOÓPTICA	Formación	IFEMA MADRID ha conseguido dos <i>coach</i> para dar dos charlas con el objetivo de ayudar a los profesionales del sector a tener una visión empresarial de la salud.
103	EXPOÓPTICA	Formación	Asociación FEDAO: se ha cedido espacio con una pantalla para dar información sobre su función en el sector óptico.

(Continúa)

N.º	Feria/evento	Título de la acción social	Descripción
104	EXPOÓPTICA	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Colaboramos con dos congresos OPTOM Y A.N.A. (cesión de espacio y tarifas reducidas) para crear sinergias, enriquecer la feria y, de esta manera, impulsar la sostenibilidad del sector y la salud en la sociedad.
105	ALMONEDA	Formación	Universidad Rey Juan Carlos, alumnos y profesores del máster de mercado del arte: generan contenidos para Almoneda 365, colaboran apoyando a expositores, apoyo en organización de actividades, encuestas de satisfacción.
106	ALMONEDA	Formación	Descuento del 50% en la entrada para colectivos relacionados con el arte (asociación de restauradores, grupo de arte del Ayuntamiento, estudiantes, etc.).
107	ALMONEDA	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Invitaciones a asociaciones de amigos de museos, para sus asociados.
108	ALMONEDA	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Cesión de espacio a expositor para que éste exponga piezas exclusivas originales, de interés para el público visitante y los medios de comunicación, impulsando así el sector.
109	ALMONEDA	Diversidad	Invitaciones para personas con discapacidad (de la Asociación Domingos de Sonrisas).
110	MADRID CAR EXPERIENCE	Formación	Entradas gratuitas para estudiantes de carreras relacionadas con la automoción.
111	MADRID CAR EXPERIENCE	Impulso al desarrollo sostenible del sector	ELECTRIC DEMO SHOW. Charlas de concienciación y divulgación sobre el automóvil eléctrico.
112	MADRID CAR EXPERIENCE	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Impulsar la venta del coche ECO a través de boxes de prueba.
113	ORGANIC FOOD / ECOLIVING	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Banco de alimentos para la recogida de excedentes para reparto a personas en riesgo de exclusión.
114	ORGANIC FOOD / ECOLIVING	Formación	Jornadas técnicas para ambas ferias: legislación de alimentación orgánica y ecológica, jornada dedicada a los ODS.
115	ORGANIC FOOD / ECOLIVING	Impulso al desarrollo sostenible del sector	<i>Influencers</i> de alimentación y cosmética, para difundir la feria en redes sociales, concienciar a la sociedad sobre este tipo de alimentación y sobre los productos ecológicos.
116	ORGANIC FOOD / ECOLIVING	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Pódcast Organic Friends, tratando el tema de la producción ecológica, para sensibilizar a la sociedad.
117	SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Asociación sin ánimo de lucro GANVAN: no pagan por el espacio de participación ni por el modular.
118	SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Invitaciones dadas por IFEMA MADRID a asociaciones del sector del automóvil para que invite a sus asociados a la feria.
119	SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Descuentos en entradas para visitantes de MADRID CAR EXPERIENCE.
120	SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Invitaciones dadas por IFEMA MADRID a visitantes de las bases de datos del grupo ferial 2.
121	SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Se han lanzado sorteos de invitaciones gratuitas a través de las redes sociales.

(Continúa)

Listado de acciones sociales impulsadas desde las ferias/eventos propios y coorganizados (continuación)

N.º	Feria/evento	Título de la acción social	Descripción
122	FSMS (SRR, FORO DE LAS CIUDADES Y TECMA)	Formación	FORO DE LAS CIUDADES: foros y laboratorios que se organizan previamente a la celebración y durante la celebración se tratan las conclusiones a las que se ha llegado.
123	FSMS (SRR, FORO DE LAS CIUDADES Y TECMA)	Formación	Foro de las Ciudades: se publica un libro digital con vídeos que recogen resúmenes de las ponencias y con decálogos de buenas prácticas.
124	FSMS (SRR, FORO DE LAS CIUDADES Y TECMA)	Formación	Foro de las Ciudades: charlas de buenas prácticas.
125	FSMS (SRR, FORO DE LAS CIUDADES Y TECMA)	Formación	SRR: congreso internacional, jornadas técnicas divulgativas.
126	FSMS (SRR, FORO DE LAS CIUDADES Y TECMA)	Impulso al desarrollo sostenible del sector	TECMA: entrega de los Premios Escobas (en los ayuntamientos). Divulgación de proyectos innovadores ambientales al resto del sector y de la sociedad. Se comunican en notas de prensa, redes, etc.
127	FSMS (SRR, FORO DE LAS CIUDADES Y TECMA)	Impulso al desarrollo sostenible del sector	SRR: premios recuperadores especializados en el automóvil. Décimo encuentro nacional (desguaces). Entrega del premio a la empresa más sostenible del sector de desguace. Se comunican en notas de prensa, redes, etc.
128	FSMS (SRR, FORO DE LAS CIUDADES Y TECMA)	Formación	Jornada técnica en zona ATEGRUS: apoyo de IFEMA MADRID en la divulgación de la jornada (redes sociales, nota de prensa, etc.).
129	FSMS (SRR, FORO DE LAS CIUDADES Y TECMA)	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Tarifas especiales de participación para los espacios ATEGRUS y AFAMOUR (Asociación Española de Fabricantes de Mobiliario Urbano y Parques Infantiles) con tarifa especial.
130	FSMS (SRR, FORO DE LAS CIUDADES Y TECMA)	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Códigos de invitaciones para distintas asociaciones sectoriales (SRR y TECMA).
131	FSMS (SRR, FORO DE LAS CIUDADES Y TECMA)	Impulso al desarrollo sostenible del sector	IFEMA MADRID dio invitaciones gratuitas a la Federación Española de Municipios y Provincias para asistir a la feria, enriqueciendo los contactos entre potenciales compradores y empresas del sector.
132	FSMS (SRR, FORO DE LAS CIUDADES Y TECMA)	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Stand de intercambio con la asociación FER. Espacio gratuito a cambio de información de nuevas técnicas de reciclado.
133	BISUTEX 2.ª EDICIÓN	Impulsar la visibilidad de la mujer en el sector	Asociación de Mujeres Brillantes: se les da un stand para que expongan sus productos (para fomentar la igualdad).
134	BISUTEX 2.ª EDICIÓN	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Cobertura en las redes sociales y notas de prensa de expositores con productos sostenibles.
135	BISUTEX 2.ª EDICIÓN	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Asociación de Joyas Sostenibles (stand por intercambio y ellos aportan contenido de interés).
136	MADRIDJOYA 2.ª EDICIÓN	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Dar visibilidad al nuevo proyecto MYALÓ, enfocado al diseño enfocado en la innovación dirigido a la mejora de la salud mental. Dan una conferencia.
137	MADRIDJOYA 2.ª EDICIÓN	Inclusión en el sector	Dar visibilidad al nuevo proyecto SOY UNA JOYITA. Formación laboral en joyería para personas con discapacidad. Dieron una conferencia.
138	MADRIDJOYA 2.ª EDICIÓN	Impulsar la visibilidad de la mujer en el sector	Asociación de Mujeres Brillantes: para dar visibilidad a las mujeres profesionales (impulsar la igualdad). Espacio gratuito.

(Continúa)

N.º	Feria/evento	Título de la acción social	Descripción
139	MADRIDJOYA	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Asociación de Joyas Sostenibles: cesión de espacio gratuito. Participación gratuita en el Foro Imagen. Comunidad para incentivar las prácticas sostenibles en el sector en todo el mundo.
140	MADRIDJOYA	Formación	Cesión de espacio a la escuela ESTIMORUN: escuela de valoración y tasación de joyería, para enseñar a los joyeros a tasar y valorar las joyas de una manera estandarizada.
141	MADRIDJOYA	Formación	Cesión de espacio a la escuela ESTUDIO DE ARTE 3, para impulsar la formación de nuevos profesionales en joyería.
142	MADRIDJOYA	Formación	Entradas gratuitas a escuelas de joyería y asociaciones de joyeros de determinadas provincias.
143	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK	Inclusión en el sector	Desfiles de modelos con discapacidad y diferentes orígenes.
144	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Los diseñadores fomentan la economía local, contratando pequeñas empresas colaboradoras de la zona.
145	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK	Formación	Invitación a las escuelas de moda a algún desfile.
146	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK	Inclusión en el sector	Desfiles de modelos con tallas estándar de la sociedad.
147	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Impulsar la comunicación a través de las redes sociales, invitando a influencers de prestigio, nacionales e internacionales, para integrar la feria en esas redes de comunicación.
148	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Entradas gratuitas para fundaciones o asociaciones sin ánimo de lucro.
149	EXPOÓPTICA	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Foro ExpoAudio: sector de la audiológica. Charlas de conferenciantes para presentar innovaciones del sector, temas de marketing, formación.
150	EXPOÓPTICA	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Foro ExpoÓptica: sector de la óptica. Charlas de conferenciantes para presentar innovaciones del sector, temas de marketing, formación.
151	EXPOÓPTICA	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Entradas gratuitas para asociaciones y estudiantes.
152	EXPOÓPTICA	Impulso al desarrollo sostenible del sector	IFEMA MADRID ha conseguido dos coach para dar dos charlas con el objetivo de ayudar a los profesionales del sector a tener una visión empresarial de la salud.
153	EXPOÓPTICA	Colaboración con entidades con fines sociales	Asociación FEDAO: se ha cedido espacio con una pantalla para dar información sobre su función en el sector óptico.
155	MOMAD	Colaboración con entidades con fines sociales	Cesión de un espacio y stand a la Universidad Politécnica de Madrid, Centro Superior de Diseño de Moda de Madrid. Han tenido exposición, desfile y el espacio de visibilidad.
156	MOMAD	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Concurso MOMAD Talents by ISEM, para apoyar el emprendimiento de nuevas marcas que llevan menos de tres temporadas y los ganadores ganan un stand. El primer ganador también gana un curso de moda.
157	MOMAD	Igualdad	Asociación de Mujeres Brillantes: para dar visibilidad a las mujeres profesionales (impulsar la igualdad). Desfile gratuito.

(Continúa)

Listado de acciones sociales impulsadas desde las ferias/eventos propios y coorganizados (continuación)

N.º	Feria/evento	Título de la acción social	Descripción
158	MOMAD	Difusión del evento	Cobertura en las redes sociales y notas de prensa de expositores con productos sostenibles. Se invita a un medio de comunicación especializado en sostenibilidad, haciendo reportajes.
159	MOMAD	Formación	Entradas gratuitas para varias escuelas de formación (Villanueva, etc.).
160	MOMAD	Formación	Retailers Guide. Alumnos de moda del curso de ISEM. Una parte de sus prácticas consiste en trabajar en esta edición de MOMAD como <i>retailers guide</i> . Asesoran al visitante para encontrar lo que está buscando, sus proveedores y/o colecciones.
161	MOMAD	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Albania ha traído por primera vez varias marcas a exponer, a través de la consultora suiza SIPPO (ha utilizado fondos europeos). Para ayudar a países en vías de desarrollo. IFEMA MADRID les ha dado visibilidad.
162	MOMAD	Impulso al desarrollo sostenible del sector	La consultora española SB Consultores, a través de fondos europeos (proyecto EU4Business: Connecting Companies), ha traído marcas de países en vías de desarrollo (Georgia, Azerbayán, etc.). IFEMA MADRID les ha dado visibilidad.
163	MOMAD	Colaboración con entidades con fines sociales	Desfile de la asociación ADA: temática de salud mental.
164	MOMAD	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Zona Sustainable Experience, comprobada por la dirección del certamen, donde los expositores pasan controles y, si los cumplen, exponen en esa zona. No sólo son expositores de productos, sino de tecnología.
165	INTERGIFT 2.ª EDICIÓN	Colaboración con entidades con fines sociales	Segunda edición en la que se realiza la decoración con centros florales, realizada por dos empresas de floristería que han cedido plantas y mano de obra para decorar los pabellones (a cambio, a la empresa se le da difusión). Una de las empresas es la Fundación A LA PAR.
166	INTERGIFT 2.ª EDICIÓN	Colaboración con entidades con fines sociales	Entrada gratuita para tres escuelas de formación, como, por ejemplo, Fundación A LA PAR, ESMADECO.
167	INTERGIFT 2.ª EDICIÓN	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Cesión de espacio por intercambio a <i>stand</i> CG AGENCIA: espacio para la sensibilización ambiental del sector.
168	INTERGIFT 2.ª EDICIÓN	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Speaker Corner: contenido de charlas con contenidos de sostenibilidad (diseño biofílico y confort del usuario), técnicas decorativas artesanales, etc.
169	INTERGIFT 2.ª EDICIÓN	Colaboración con entidades con fines sociales	La Asociación Regalo Fama, sin ánimo de lucro, ha decorado una zona de descanso y ha participado en captar ponentes interesantes para el Speaker Corner.
170	SALÓN LOOK	Formación	Programa de actividades que incluye charlas de carácter didáctico. Talleres, <i>masterclass</i> .
171	SALÓN LOOK	Formación	Becaria en prácticas para la organización de la feria (María de Adrián).
172	SALÓN LOOK	Formación	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 sala Oriente 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 <i>stand</i> (con una selección tras la recepción de las solicitudes).
173	SALÓN LOOK	Formación	Cesión gratuita del auditorio sur para la celebración de cursos de barbería por la empresa L3vel3. Iban dirigidos a profesionales de la peluquería (aquellos que habían visitado la feria y estaban interesados).
174	SALÓN LOOK	Colaboración con entidades con fines sociales	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)

N.º	Feria/evento	Título de la acción social	Descripción
175	SALÓN LOOK	Formación	Entradas gratuitas para estudiantes de formación profesional del sector y entradas a los congresos con precios reducidos para estudiantes.
176	SALÓN LOOK	Formación	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.
177	SALÓN LOOK	Colaboración con entidades con fines sociales	Plataforma "Alianza por la bajada del IVA", integrada por profesionales y asociaciones del sector. La feria la apoya y le cede espacio en la feria. En ese espacio han presentado muchos estudios relacionados con el sector.
178	SALÓN LOOK	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Business Meeting y congreso de estética. Ponencia sobre los distintos tipos de liderazgo, la evolución del relevo generacional y el uso de la inteligencia artificial. Por otro lado, se han tratado temas sobre la legislación relacionada con el sector.
179	SALÓN LOOK	Colaboración con entidades con fines sociales	Congreso de estética. Fundación STANPA (fabricantes cosméticas), "Ponte guapa y te sentirás mejor". Forman a profesionales y reclutan voluntarios para ayudar a las mujeres con cáncer. Ponencia.
180	SALÓN LOOK	Colaboración con entidades con fines sociales	Cesión de espacio a la asociación internacional (International Hairdressing Awards), que premia la creatividad y el impulso al prestigio del mundo de la peluquería.
181	SALÓN LOOK	Impulso al desarrollo sostenible del sector	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).
182	SALÓN LOOK	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Premios Look, organizados por IFEMA MADRID con el objetivo de impulsar el prestigio de 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, personajes relevantes del sector a nivel de emprendimiento.
183	SALÓN LOOK	Colaboración con entidades con fines sociales	Intercambios con asociaciones del sector (FANAE, ANEPE, STANPA, CLUB FIGARO).
184	GUEXT	Impulso al desarrollo sostenible del sector	GUEXT FORUM: jornadas con bloque específico de sostenibilidad y economía circular. Se presentó la guía de hostelería circular (como resultado de un grupo de trabajo de diferente perfil que se organizó). Además, ha habido varias mesas redondas y ponentes.
185	GUEXT	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Premio a toda una vida en el sector de la distribución, que lleva 140 años trabajando. OMS y VIÑAS ha sido el ganador.
186	GUEXT	Formación	COFFEEEXPERIENCE. Acuerdo con la Escuela Superior de Hostelería y Turismo de Madrid para hacer prácticas.
187	GUEXT	Impulso al desarrollo sostenible del sector	LATTE ART GRADING SYSTEMS: certificadora oficial en Asturias en una técnica, para premiar el nivel de habilidades en una materia.
188	GUEXT	Formación	Entradas gratuitas para escuela de hostelería y turismo (alumnos y formadores).
189	GUEXT	Colaboración con entidades con fines sociales	Entradas gratuitas para asociaciones sin ánimo de lucro (FORUM DEL CAFÉ).
190	GUEXT	Colaboración con entidades con fines sociales	Donación de la leche sobrante (LATTE ART GRADING SYSTEMS) para destinarla a Mensajeros de la Paz.
191	FIAA	Formación	Centros de formación profesional y asociaciones del sector: entradas gratuitas.

(Continúa)

Listado de acciones sociales impulsadas desde las ferias/eventos propios y coorganizados (continuación)

N.º	Feria/evento	Título de la acción social	Descripción
192	FIAA	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Programa de ponencias para expositores en las que se tratan los temas de innovación. (Ponencia "Liderando la accesibilidad universal al transporte de personas").
193	FIAA	Colaboración con entidades con fines sociales	Cesión de espacio a asociaciones sin ánimo de lucro: Confibus, Direbus, Anetra. Realizaban actividades de divulgación.
194	FIAA	Difusión del evento	Gran representación de personalidades del sector público para impulsar el sector.
195	FIAA	Colaboración con entidades con fines sociales	Intercambio de espacio: con el objetivo de mostrar los nuevos avances de rescate en caso de accidente. (Innovation and Safety) E-Rescue.
196	FIAA	Difusión del evento	Programa de Invitados: para dar visibilidad y promover la feria y los acuerdos comerciales de nuestros expositores también a nivel internacional.
197	FIAA	Difusión del evento	Cesión de espacio a medios de comunicación (Nexobus, Autobuses y Autocares, Revista Viajeros, Carribus...) del sector para promocionar la feria y dar a conocer a los expositores.
198	FRUIT ATTRACTION	Impulso al desarrollo sostenible del sector	PROUD TO BE FRUIT ATTRACTION: reconocimiento a expositores y visitantes. Repartieron abanicos a este respecto durante la feria con colores diversos. Vídeo de cierre Fruit Attraction con personas diversas.
199	FRUIT ATTRACTION	Colaboración con entidades con fines sociales	Banco de alimentos de MADRID: recogida de excedentes de alimentos y cesión de espacio (uno por pabellón).
200	FRUIT ATTRACTION	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Jornadas para fomentar las innovaciones del sector (Biofruit Congress, sobre oferta sostenible; Biotech Attraction, biotecnología e innovación para la agricultura del futuro) y Congreso del Aguacate, Congreso del Nogal y The Summit, etc.
201	FRUIT ATTRACTION	Formación	Entradas gratuitas para estudiantes de un máster relacionado con el sector (Comercio Exterior, URJC y Programa de Técnicos de Comercio Exterior, CAM).
202	FRUIT ATTRACTION	Diversidad	Se ha destinado una sala para rezo para los expositores y visitantes internacionales que lo solicitan.
203	FRUIT ATTRACTION	Diversidad	Se han hecho y publicado vídeos testimoniales en los que aparecen personas de diferentes países, razas y empresas.
204	FRUIT ATTRACTION	Difusión del evento	Cesión de espacio a la Embajada de Ucrania con el objetivo de impulsar las empresas del país.
205	FRUIT ATTRACTION	Colaboración con entidades con fines sociales	Cesión de espacio a Agrotech, especializada en colaborar con la digitalización de las empresas agroalimentarias.
206	FRUIT ATTRACTION	Colaboración con entidades con fines sociales	Intercambio con Biovegen: IFEMA MADRID cede espacio en la feria y, a cambio, Biovegen incluye ponentes para los foros.
207	FRUIT ATTRACTION	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Precios especiales en el comedor para expositores que avisen previamente, para evitar colas.
208	FRUIT ATTRACTION	Igualdad	Se han organizado los premios Proyecto Mujer Agro: para dar visibilidad a las mujeres del sector.
209	ESTAMPA	Formación	Centros de educación que imparten formación artística con entradas gratuitas para sus alumnos.
210	ESTAMPA	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Charlas de carácter didáctico: Programa foro Colecciona.

(Continúa)

N.º	Feria/evento	Título de la acción social	Descripción
211	ESTAMPA	Formación	ESTAMPA ha contado con personas en prácticas para fomentar la adquisición de habilidades.
212	ESTAMPA	Inclusión	Entrada gratuita para mayores de 65 años y menores de 12 años.
213	ESTAMPA	Inclusión	Descuentos en las entradas con la tarjeta joven y para estudiantes y familias numerosas.
214	ESTAMPA	Difusión del evento	Incentivar el interés por 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.
215	ESTAMPA	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Premio al Mejor Stand: entre los galeristas, y en la siguiente edición se le ceden al ganador metros en la feria valorados en 3.000 euros.
216	ESTAMPA	Inclusión	Visitas guiadas para niños con discapacidad intelectual.
217	ESTAMPA	Colaboración con entidades con fines sociales	Cesión de entradas a asociaciones de arte, museos. (Thyssen).
218	ESTAMPA	Difusión del evento	Fiesta Estampa en Archy para coleccionistas, galeristas y artistas relacionados con la feria.
219	MATELEC	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Programa de jornadas: jornadas relacionadas con la adquisición de nuevas habilidades y certificaciones.
220	MATELEC	Colaboración con entidades con fines sociales	Cesión de espacio y promoción del concurso organizado por FENIE: concurso para jóvenes instaladores estudiantes de formación profesional. Realizan una prueba que tienen que desarrollar. Les dan un premio económico y reconocimiento. Campeonato anual y nacional.
221	MATELEC	Colaboración con entidades con fines sociales	Se han incluido las principales organizaciones sectoriales que no habían colaborado en ediciones anteriores para fomentar la participación de sus asociados.
222	MATELEC	Formación	Entradas gratuitas para grupos formativos y de estudiantes acompañados por un responsable de centro.
223	MATELEC	Difusión del evento	Fomentar que se incorporen nuevos perfiles a la feria utilizando las campañas de redes sociales.
224	MATELEC	Formación	Concursos +KNX Simulator para institutos: premios a estudiantes y centros de formación profesional.
235	PISCIMAD	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Programa de jornadas: adquisición de habilidades y formación al sector en la nueva reglamentación existente.
236	PISCIMAD	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Programa de jornadas: jornadas relacionadas con la adquisición de nuevas habilidades, de igualdad, de la mujer en el sector de la construcción.
237	PISCIMAD	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Primer Congreso Internacional de la Construcción: diversas ponencias sobre temas de interés en el sector.
238	PISCIMAD	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Tres jornadas con temática social: Cionitia, Women can Build, Cimientos para el empleo.
239	PISCIMAD	Formación	Entradas gratuitas para escuelas de formación profesional.
240	PISCIMAD	Colaboración con entidades con fines sociales	Acuerdo con ASEPI: la asociación, con la aportación económica de IFEMA MADRID, ha invitado a todos los expositores al espectáculo WAH.

(Continúa)

Listado de acciones sociales impulsadas desde las ferias/eventos propios y coorganizados (continuación)

N.º	Feria/evento	Título de la acción social	Descripción
241	CONSTRUTEC	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Programa de jornadas: jornadas relacionadas con la adquisición de nuevas habilidades, de igualdad, de la mujer en el sector de la construcción.
242	CONSTRUTEC	Formación	Entradas gratuitas para grupos de estudiantes de formación profesional y escuelas de arquitectura.
243	CONSTRUTEC	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Programa de jornadas: jornadas relacionadas con la adquisición de nuevas habilidades, de igualdad, de la mujer en el sector de la construcción.
244	CONSTRUTEC	Colaboración con entidades con fines sociales	Más espacio para la Fundación Laboral de la Construcción para apoyar en la formación en oficios de construcción para los jóvenes.
245	CONSTRUTEC	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Primer Congreso Internacional de la Construcción: diversas ponencias sobre temas de interés en el sector.
246	CONSTRUTEC	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Tres jornadas con temática social: Cionitia, Women can Build, Cimientos para el empleo.
247	CONSTRUTEC	Formación	Entradas gratuitas para escuelas de formación profesional.
248	CONSTRUTEC	Colaboración con entidades con fines sociales	Fundación Laboral de la Construcción: acuerdo de intercambio y entradas para la visita en la feria.
249	CONSTRUTEC	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Programa de jornadas relacionadas con la formación en el sector.
250	VETECO	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Premios VETECO ASEFAVE: premios de arquitectura en los que uno de los puntos que se valoran es la sostenibilidad.
251	VETECO	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Premios VETECO ASEFAVE: premios de arquitectura en los que uno de los premios es para el fin de carrera. Promoción y premio económico para los ganadores.
252	VETECO	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Programa de jornadas: jornadas relacionadas con la adquisición de nuevas habilidades, de igualdad, de la mujer en el sector de la construcción.
253	VETECO	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Primer Congreso Internacional de la Construcción: diversas ponencias sobre temas de interés en el sector.
254	VETECO	Colaboración con entidades con fines sociales	Más espacio para la Fundación Laboral de la Construcción para apoyar en la formación en oficios de construcción para los jóvenes.
255	VETECO	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Foro Iberoamericano: varios países hablan sobre los problemas del sector en sus países de origen y las buenas prácticas para solucionarlo.
256	VETECO	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Tres jornadas con temática social: Cionitia, Women can Build, Cimientos para el empleo.
257	VETECO	Formación	Entradas gratuitas para escuelas de formación profesional.
258	VETECO	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Reconocimiento a una personalidad del sector: desde la feria se ha organizado un homenaje para una persona que lleva una vida dedicada al sector.

(Continúa)

N.º	Feria/evento	Título de la acción social	Descripción
259	SMART DOORS	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Programa de jornadas: adquisición de habilidades y formación al sector en la nueva reglamentación existente.
260	SMART DOORS	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Programa de jornadas: jornadas relacionadas con la adquisición de nuevas habilidades, de igualdad, de la mujer en el sector de la construcción.
261	SMART DOORS	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Primer Congreso Internacional de la Construcción: diversas ponencias sobre temas de interés en el sector.
262	SMART DOORS	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Tres jornadas con temática social: Cionitia, Women can Build, Cimientos para el empleo.
263	SMART DOORS	Formación	Entradas gratuitas para escuelas de formación profesional.
264	SMART DOORS	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Nuevo foro de inversión donde se han tratado las ventas de las empresas, el relevo generacional en el sector, y la venta y unión de empresas.
265	SIMO EDUCACIÓN	Colaboración con entidades con fines sociales	Cesión de espacio para la celebración de EDUCAPARTY.
266	SIMO EDUCACIÓN	Difusión del evento	AGENDA de EVENTOS: programa de jornadas publicado en la página web.
267	SIMO EDUCACIÓN	Colaboración con entidades con fines sociales	Cesión de espacio para la entrega de premios a estudiantes y profesionales de la educación. Han podido participar en la feria, en los talleres y conocer los stands.
268	SIMO EDUCACIÓN	Colaboración con entidades con fines sociales	Premios a las mejores experiencias docentes: presentan buenas prácticas que llevan a cabo en las aulas y a los premiados se les reconocen (diploma acreditativo a 13 y dos premios en tecnología e innovación). Una de las categorías es a la sostenibilidad, otra a la igualdad y otra a la escuela rural.
269	SIMO EDUCACIÓN	Impulso al desarrollo sostenible del sector	SIMO Inspira: conferencias por parte de expertos de la educación en las que dan a conocer metodología y conocimientos relacionados a profesionales del sector. Mesa redonda en la que se debate y se comparten diferentes puntos de vista.
270	SIMO EDUCACIÓN	Difusión del evento	Fiesta en el espectáculo MALINCHE: se invitó a expositores, patrocinadores y compradores, y responsables de educación de diferentes comunidades autónomas, entre otros.
271	SIMO EDUCACIÓN	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Ponencias relacionadas con temas sociales de interés como la salud mental.
272	SIMO EDUCACIÓN	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Nuevo registro de directores con diferentes beneficios como poder entrar en la zona VIP, acudir al espectáculo de MALINCHE. Se registraron más de 800.
273	SIMO EDUCACIÓN	Difusión del evento	Sorteo a través de las redes sociales. Se sortearon entradas para la fiesta de MALINCHE entre los visitantes de la feria.
274	SIMO EDUCACIÓN	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Talleres de formación relacionados con temas innovadores como la inteligencia artificial, impartidos por empresas de prestigio como Google y Microsoft y CANVA.
275	SIMO EDUCACIÓN	Colaboración con entidades con fines sociales	Cesión de espacio y salas al Ministerio de Educación para que puedan dar formación. Certificación para los participantes que acudieron un mínimo de 10 horas a la feria para formación.
276	SIMO EDUCACIÓN	Inclusión	Se incluyó megafonía sorda en la feria.

(Continúa)

Listado de acciones sociales impulsadas desde las ferias/eventos propios y coorganizados (continuación)

N.º	Feria/evento	Título de la acción social	Descripción
277	GLOBAL MOBILITY CALL	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Dentro de los foros, ha habido jornadas específicas sobre talento, para adaptar la necesidad de la sociedad a las empresas y viceversa.
278	GLOBAL MOBILITY CALL	Impulso al desarrollo sostenible del sector	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.
279	GLOBAL MOBILITY CALL	Colaboración con entidades con fines sociales	Acuerdo con la asociación internacional de policías municipales UNIJEPOL, para la divulgación de políticas y temáticas relacionadas con sus funciones y la movilidad sostenible.
280	GLOBAL MOBILITY CALL	Colaboración con entidades con fines sociales	Acuerdos con numerosas 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.
281	GLOBAL MOBILITY CALL	Difusión del evento	IFEMA MADRID ha invitado al ministro de Transportes de Bélgica para difundir modelos novedosos de gestión y contactar con empresas españolas. Además, se ha invitado a representantes de asociaciones de otros países (Latinoamérica).
282	GLOBAL MOBILITY CALL	Formación	Entradas gratuitas para estudiantes de universidades y centros de formación profesional (a demanda).
283	GLOBAL MOBILITY CALL	Colaboración con entidades con fines sociales	Se han acogido una jornada sobre movilidad activa con la participación del Ministerio de Transportes, la FEMP, la Asociación de Fabricantes de Marcas de Bicicleta y Red de Ciudades por la Bicicleta y Red de Ciudades que Caminan, junto con empresas privadas del sector.
284	GLOBAL MOBILITY CALL	Colaboración con entidades con fines sociales	Se ha organizado una jornada dentro del congreso junto con la fundación ONCE, para destacar la necesidad de la inclusión en las nuevas políticas de movilidad.
285	GLOBAL MOBILITY CALL	Inclusión	Cerca de 115 jornadas tuvieron traducción simultánea para favorecer la comunicación y cinco de los foros utilizaron la megafonía sorda para evitar la contaminación acústica.
286	GLOBAL MOBILITY CALL	Colaboración con entidades con fines sociales	Stand ONCE puso a disposición un robot guía para los invidentes e IFEMA MADRID permitió la deambulación de este por los pasillos del congreso.
287	GLOBAL MOBILITY CALL	Difusión del evento	Acceso universal y de forma gratuita a los contenidos del congreso en directo a través de YouTube.
288	GLOBAL MOBILITY CALL	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Premio de participación sostenible. Se ha organizado por primera vez este premio, definiendo los criterios de valoración previamente, entre los cuales se encuentran cuestiones sociales (formación, accesibilidad, personal en riesgo de exclusión atendiendo stand...).
289	GLOBAL MOBILITY CALL	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Foro dedicado a la seguridad vial, organizado con la DGT.
290	GLOBAL MOBILITY CALL	Difusión del evento	Intercambio con el medio Ciclosfera para mostrar en un espacio las distintas soluciones y aplicaciones para la movilidad urbana en bicicleta.
291	GLOBAL MOBILITY CALL	Difusión del evento	Se ha distribuido entre la prensa y toda la BBDD de la feria un documento resumen de las conclusiones de cada una de las sesiones del congreso de la edición anterior.
292	FERIARTE	Colaboración con entidades con fines sociales	La feria ofrece: • Amigos de los museos: invitación gratuita a la feria. • Asociaciones de arte: descuentos en la entrada.
293	FERIARTE	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Foro Ferialte: programa de conferencias y mesas redondas formativas sobre el Siglo de Oro.

(Continúa)

N.º	Feria/evento	Título de la acción social	Descripción
294	FERIARTE	Formación	El Máster de Arte de la Universidad Rey Juan Carlos imparte las clases durante la celebración de la feria en abierto (en el espacio de Foro Ferialte).
295	FERIARTE	Difusión del evento	Stand You Art para jóvenes coleccionistas gratuito, para fomentar la cultura del coleccionismo, donde los estudiantes de arte en prácticas venden las piezas de los expositores.
296	FERIARTE	Difusión del evento	Día de puertas abiertas para impulsar el arte en la sociedad.
297	FERIARTE	Colaboración con entidades con fines sociales	Fundación Amigos de los Mayores. La feria cedió entradas para la fundación, donde personas de IFEMA MADRID los acompañaron.
298	FERIARTE	Difusión del evento	Cuenta de Tik Tok de Ferialte, para llegar al público más joven.
299	FERIARTE	Igualdad	Las plazas o zonas comunes de la feria tienen nombre, y una de ellas siempre tiene el nombre de una mujer que representa al sector y es reconocida como artista.
300	ACCOUNTEX	Difusión del evento	Sala de lectura para dedicar ese espacio a la firma de libros del sector.
301	ACCOUNTEX	Colaboración con entidades con fines sociales	Recolecta económica de fondos para los afectados por la DANA.
302	ACCOUNTEX	Colaboración con entidades con fines sociales	Dos expositores de la zona cero de la DANA no pudieron acudir a la feria y se incluyó en el pabellón cartelería con información sobre ellos.
303	ACCOUNTEX	Difusión del evento	Entradas gratuitas en su totalidad que promueven la asistencia a la feria.
304	ACCOUNTEX	Colaboración con entidades con fines sociales	Asociación Española de Directores de Recursos Humanos: condiciones especiales para el stand en la feria.
305	ACCOUNTEX	Impulso al desarrollo sostenible del sector	Jornadas con carácter didáctico sobre temas interesantes del sector.
306	ACCOUNTEX	Difusión del evento	Vino español para los expositores.

Listado de donaciones impulsadas a nivel institucional a organizaciones con fines sociales

N.º	Acción social	Fecha	Descripción
1	Sorteo de sillas del comedor entre la plantilla.	Marzo de 2024	Sorteo de sillas del comedor entre la plantilla.
2	Merchandising de IFEMA MADRID (CD, libros, palos selfie, abanicos, libretas, etc.).	Junio de 2024	Fundación Gauden.
3	Donación de mesas de picnic.	Junio de 2024	Fundación AMÁS.
4	Material de papelería.	Septiembre de 2024	Fundación Achalay.
5	Libretas de patrocinios.	Septiembre de 2024	Fundación Juan XXIII.
6	Donación de alimentos y material sanitario.	Noviembre de 2024	Banco de Alimentos (proyecto DANA).
7	Donación de alimentos.	Noviembre de 2024	Mensajeros de la Paz.
8	Donación a la fundación de material de ferias de público que ya no se celebran para su reutilización.	Octubre de 2024	Fundación AMÁS.
9	Merchandising de IFEMA MADRID (CD, libros, palos selfie, abanicos, libretas, etc.).	Diciembre de 2024	Fundación Gauden.
10	Gafas de realidad virtual.	Diciembre de 2024	Fundación Oxiria y Fundación Juan XXIII.

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 posibiliten 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.
- La actividad del voluntario sea acorde con sus habilidades.
- 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.

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 con entidades sociales con el objetivo de fomentar la participación de los empleados de IFEMA MADRID que no pueden participar en actividades en continuidad.

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 2024 se llevaron a cabo estas actividades:

• Fundación Bertelsmann: proyecto Empresas que inspiran

Visita de grupos de alumnos de 4.º de la ESO de diferentes institutos y centros de Formación Profesional (FP) a nuestras instalaciones con el objetivo de acercarlos a la realidad laboral y frenar el abandono escolar. Se celebraron cuatro acciones con diferentes centros educativos de la CAM y desde IFEMA MADRID participaron 17 ponentes profesionales voluntarios.

• Fundación Adsis: proyecto de entrevistas de trabajo

Rol play de entrevistas de trabajo con un alumno de FP con 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 (15 entrevistas realizadas).

• Fundación Cáritas: fiesta para familias

Cáritas ofrece un espacio para familias en riesgo de exclusión social en el que, entre otras cosas, imparten formación, habilitan viviendas y organizan actividades intergeneracionales. Las voluntarias de IFEMA MADRID colaboraron tanto en distintas tareas de logística como organizando actividades infantiles durante una fiesta para las familias del centro residencial de Cáritas.

• Salesianos de Estrecho: Mentoring a alumnos

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 criterio propio a la hora de elegir su futuro.

Se basa en encuentros entre profesionales de IFEMA MADRID y alumnos de 4.º 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 los acerca al entorno profesional.

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

Participaron 13 voluntarios de IFEMA MADRID, para 27 alumnos.

• Fundación EMMA: charlas motivacionales

En 2024, se ha empezado a colaborar con la Fundación Espacio Mujer Madrid que tiene como propósito ofrecer acompañamiento integral a mujeres en riesgo de exclusión social. Dentro de su programa de formación y búsqueda de empleo, las voluntarias de IFEMA MADRID ofrecieron una ponencia dando a conocer su experiencia laboral y mostrando la realidad de trabajar en diferentes puestos como mujer.

• Fundación Amigos de los Mayores: acompañamiento en visitas socioculturales

En 2024, se ha empezado a colaborar con la Fundación Amigos de los Mayores. El propósito social de la fundación es combatir la soledad no deseada de las personas de la tercera edad, ofreciéndoles espacios y actividades socioculturales. Los voluntarios de IFEMA MADRID recibieron a las personas de la tercera edad en una de sus ferias, realizaron una dinámica para establecer relaciones y conocieron el evento en detalle.

Datos de voluntariado

Fundación/ONG	N.º de horas de 2024	N.º de horas de 2023	N.º de voluntarios de 2024	N.º de voluntarios de 2023
Madre Coraje	62	66	5	6
Mensajeros de la Paz	236	243	11	13
ADSI	13	28	15	15
Bertelsman	24	9	17	8
Fundación EMMA	4	–	2	–
Amigos de los Mayores	12	–	6	–
Cáritas	8	–	2	–
Salesianos de Estrecho	32	78	13	20
TOTAL	391	424	71	62

Datos de beneficiarios del voluntariado

Fundación/ONG	Beneficiarios de 2024	Beneficiarios de 2023
Madre Coraje	845 (*)	–
Mensajeros de la Paz	– (**)	–
ADSI	22	15
Bertelsman	130	8
Fundación EMMA	5	–
Amigos de los Mayores	7	–
Cáritas	12	–
Salesianos de Estrecho	14	20

(*) A diferencia del resto de fundaciones en las que se incluye el dato de beneficiarios directos, en Madre Coraje se ha utilizado la siguiente fórmula con el objetivo de contar con un dato que sirva de comparativo anual. (Beneficiarios indirectos = número de beneficiarios totales del proyecto, entre 365 días, por días de voluntariado de IFEMA MADRID, entre ocho horas, por dos horas).

(**) No se aportan datos con los que definir una fórmula.

• Campaña de Reyes Magos con “Reyes Magos de Verdad”

Por otro lado, se realizó una acción de compromiso social durante las fiestas de Navidad. Colaborando con “Reyes Magos de Verdad”, la plantilla de IFEMA MADRID repartió 82 obsequios a personas en situación vulnerable (niños, personas con discapacidad intelectual o personas de la tercera edad) que habían escrito una carta pidiendo un regalo concreto, que sería el único que recibirían en esas fechas.

Conclusiones

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.

Por otro lado, 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.

De cara a 2025, se presentó a la plantilla FARO, el nuevo programa de compromiso social de IFEMA MADRID. FARO tiene como objetivo fomentar la participación de la plantilla en acciones de carácter social, basándose en tres ideas: conocimiento, colaboración y voluntariado corporativo. El desarrollo de este proyecto incluirá todas las actividades de voluntariado organizadas por IFEMA MADRID, fomentará la participación de nuevos voluntarios y permitirá a los miembros identificar estas acciones dentro de una imagen determinada.

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 tres 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 el objetivo común de dinamizarlo, impulsar su conocimiento y su internacionalización, y garantizar la rentabilidad de los participantes.

• Acuerdos estratégicos

Los acuerdos estratégicos afrontan los mismos objetivos desde una perspectiva más global. En 2024 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.

Patrocinadores institucionales:

- IBERIA
- IBERDROLA
- UBER
- RENFE
- IRYO

Partners gastronómicos:

- MAHOU
- COCA-COLA
- JDE

• Patrocinadores por feria/evento propio

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

MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID, FEBRERO DE 2024

MERCEDES-BENZ
L'ORÉAL PARIS
INDITEX
IBERIA
ALLIANZ
MULTIÓPTICAS
AEG
ZAMORA COMPANY
CLÍNICAS DORSIA

COMUNIDAD DE MADRID
MÁLAGA DE MODA
UDIT
GHD
SCHWEPPE
SAMSUNG
CASTILLA Y LEÓN
SOLÁN DE CABRAS
MSD
ESDEN
WAH

MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID, SEPTIEMBRE DE 2024

MERCEDES-BENZ
L'ORÉAL PARIS
INDITEX
IBERIA
ALLIANZ
MULTIÓPTICAS
CLÍNICAS DORSIA
COMUNIDAD DE MADRID
MÁLAGA DE MODA
UDIT
GHD
SCHWEPPE
CASTILLA Y LEÓN
SOLÁN DE CABRAS
ESDEN
KELLOGG'S (MBO)
DISNEY+

FITUR 2024

ECUADOR
GUATEMALA
AMEX
PUERTO RICO
SEVILLA
VEOLIA
CAJAMAR
ADQUIVER
MAARLAB
ENRIQUE TOMÁS

ARCOmadrid 2024

BODEGAS ENATE
RADISSON RED HOTEL
FRÉDÉRIC MALLE
LEXUS
IBERIA
AUARA

EXPONTAL 2024

NACEX

FRUIT ATTRACTION 2024

VEGANIC NATURE
CAIXABANK
CAJAMAR
ANDALUCÍA
CHIQUITA

ESTAMPA 2024

ALHAMBRA

SIMO 2024

GOOGLE FOR EDUCATION
MICROSOFT
ODILO
CANVA

• 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 a programas ya existentes.

En el ejercicio 2024 esas alianzas se han llevado a cabo con:

- Fundación Bertelsmann / Empresas que inspiran.
- Fundación Adsis.
- Mensajeros de la Paz.
- Madre Coraje.
- Salesianos de Estrecho.
- Fundación EMMA.
- Fundación Amigos de los Mayores.
- Cáritas.

6.4 Información fiscal

	2023	2024
Beneficios obtenidos país por país	El resultado del ejercicio 2023 asciende a 7.053.406 euros. La totalidad de resultados se han obtenido en España.	El resultado del ejercicio 2024 asciende a 18.561.374 euros. La totalidad de resultados se han obtenido en España.
Impuestos sobre beneficios pagados	La liquidación del Impuesto sobre sociedades de 2023 presenta un saldo a devolver por importe de 334.366,57 euros.	La liquidación del Impuesto sobre sociedades de 2024 presenta un saldo a pagar por importe de 561.451,00 euros.
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 en ferias/eventos propios y coorganizados de 2024)

Feria/evento propio o coorganizado	Nota	Fecha
PROMOGIFT	6,80	23/01/2024
FITUR	8,40	05/02/2024
MOMAD (ed. febr.)	8,20	13/02/2024
INTERGIFT (ed. febr.)	8,10	13/02/2024
BISUTEX (ed. febr.)	7,8	13/02/2024
MADRID PLATA (ed. febr.)	8,1	13/02/2024
GENERA	8,4	14/02/2024
MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID (ed. febr.)	8	29/02/2024
INTERSICOP	7,6	04/03/2024
SICUR	7,9	06/03/2024
ARCOMADRID	8,6	13/03/2024
SEMANA DE LA EDUCACIÓN	8	11/03/2024
EXPODENTAL	7,5	20/03/2024
IBERZOO PROPET	8,1	02/04/2024
EXPOÓPTICA	7,9	16/04/2024
ALMONEDA	7,5	26/04/2024
MADRID CAR EXPERIENCE	7,1	28/05/2024
ORGANIC FOOD / ECOLIVING	8,9	24/06/2024
SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN	8,3	26/06/2024
FSMS	8,5	27/06/2024
MOMAD (ed. sept.)	8,3	17/09/2024
INTERGIFT (ed. sept.)	8,1	17/09/2024
BISUTEX (ed. sept.)	7,8	17/09/2024
MADRID PLATA (ed. sept.)	8,2	17/09/2024
MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID (ed. sept.)	8,3	19/09/2024
FRUIT ATTRACTION	9	16/10/2024
LOOK	9	22/10/2024
GUEXT	8,6	05/11/2024
FIAA	8,8	05/11/2024
ESTAMPA	8,2	06/11/2024

(Continúa)

Feria/evento propio o coorganizado	Nota	Fecha
MATELEC	8,9	13/11/2024
CONSTRUTEC	8,8	18/11/2024
VETECO	8,9	18/11/2024
SMART DOORS	8,5	18/11/2024
PISCIMAD	8,5	18/11/2024
GMC	9,2	26/11/2024
ACCOUNTEX	8,2	28/11/2024
SIMO EDUCACIÓN	8,6	28/11/2024
FERIARTE	7,9	11/12/2024

Nivel medio de sostenibilidad en ferias/eventos propios y coorganizados

	2023	2024
Nota media de sostenibilidad en ferias/eventos propios y coorganizados	7,63	8,24

Podemos concluir que el nivel es AVANZADO y se ha incrementado un 8% con respecto al año anterior.

Acciones de sostenibilidad en ferias/eventos propios y coorganizados

Además, IFEMA MADRID identifica todas las acciones de innovación, emprendimiento, sociales y ambientales puestas en marcha en cada una de las ferias/eventos propios y coorganizados.

Se recogen en un repositorio dentro de la intranet y se desarrollan considerando las características singulares de cada sector.

Ratio de acciones de sostenibilidad en ferias propias

	2023	2024
Ratio de acciones de sostenibilidad en ferias/eventos propios y coorganizados	17,74	24,51

Podemos concluir que se ha incrementado el ratio de acciones de sostenibilidad de ferias/eventos propios y coorganizados un 38,16% con respecto al año anterior, es decir, existe un gran nivel de compromiso en esta materia.

Por lo que se refiere a la tipología, en los ejercicios 2023 y 2024 y en las ferias/eventos propios y coorganizados evaluados, se llevaron a cabo:

Tipo de acciones/año	2023	2024	2024/2023
Acciones de impulso a la innovación	135	282	108,88%
Acciones de apoyo al emprendimiento	53	91	71,7%
Acciones sociales	172	295	71,51%
Acciones ambientales	166	288	73,5%
TOTAL DE ACCIONES	526	956	81,75%

ANEXO 2. Cuestiones de desarrollo sostenible de 2024

De las 26 cuestiones de desarrollo sostenible identificadas en el año 2024 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 2024, para las cuestiones relevantes (≥ 2,8 o priorización alta) y para otras que se acercan al nivel de relevancia (≥ 2,6):

Cuestiones de desarrollo sostenible	Priorización	¿Acción u objetivo?	Descripción	Realizado (Sí/No)
Transparencia y buen gobierno	ALTA (≥2,8)	Acción	Publicación del EINF auditado de IFEMA MADRID y Plan de RSC 2023-2026 en la web. Seguimiento de Sugerencias, Quejas y Reclamaciones y Portal de Transparencia.	Sí
Transparencia y buen gobierno	ALTA (≥2,8)	Acción	Canal de denuncias. Implantación del Sistema de control interno.	Sí
Procesos de innovación	ALTA (≥2,8)	Objetivo	Objetivos n.º 9 y 10 de digitalización (véase el programa de objetivos del año 2024).	Sí
Procesos de innovación	ALTA (≥2,8)	Acción	Implantar acciones de innovación en las ferias/eventos propios de IFEMA MADRID, para impulsar la innovación del sector.	Sí
Accesibilidad	ALTA (≥2,8)	Acción	Se ha levantado la no conformidad n.º 22-01. Además, está propuesto como objetivo dentro del Plan de RSC 2023-2026.	Sí
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 en el transporte público, etc.) (acción a valorar en el check-list de sostenibilidad en ferias). Parking para coches eléctricos en el aparcamiento y parking para bicicletas y patinetes. Transporte público en la Puerta Sur de acceso a IFEMA MADRID. Concursos de movilidad sostenible, para impulsar el cambio cultural en IFEMA MADRID.	Sí
Procesos de apoyo al emprendimiento	MEDIA (≥2,6)	Acción	Impulsar acciones de emprendimiento en las ferias/eventos propios de IFEMA MADRID, para impulsar a los emprendedores y empresas de reciente creación.	Sí
Comunicación con las partes interesadas	MEDIA (≥2,6)	Acción	Comunicaciones en la intranet y en la nueva red social de comunicación interna. Cambio en la web de la posición de Calidad y Sostenibilidad, para que se vea como primera presentación. Grupo de trabajo comunicación interna.	Sí
Seguridad en las ferias	MEDIA (≥2,6)	Acción	Mantenimiento de la norma ISO 22320.	Sí
Seguridad en las ferias	MEDIA (≥2,6)	Objetivo	Objetivo n.º 20 (véase el programa de objetivos del año 2024).	Sí
Apoyo al desarrollo sostenible del sector	MEDIA (≥2,6)	Acción	Charlas en otros organismos (LALIGA, AFE, UFI, etc.) sobre sostenibilidad. Revisión de las guías de participación sostenible.	Sí
Recogida, transporte y gestión de residuos	MEDIA (≥2,6)	Objetivo	Objetivo n.º 19 (véase el programa de objetivos del año 2024).	Sí
Toneladas de CO ₂ emitidas a la atmósfera	MEDIA (≥2,6)	Objetivo	Ser neutros en carbono (alcances 1-2) en el año 2026 (véase el Plan de RSC 2023-2026).	En curso
Toneladas de CO ₂ emitidas a la atmósfera	MEDIA (≥2,6)	Acción	Medición de la huella de carbono (alcances 1-2-3) de los eventos propios (comienzo en 2024 en algún evento y se irá ampliando durante 2025-2026).	Sí, en 4 eventos en 2024
Toneladas de CO ₂ emitidas a la atmósfera	MEDIA (≥2,6)	Acción	Medición de la huella de carbono (alcances 1 y 2), intentando, si es posible, renovar el certificado "Calculo y reduzco".	Sí

Otras acciones para el resto de las cuestiones de desarrollo sostenible

Cuestión	Acción	Cumplimiento de la acción
Desempeño económico	Cumplir con el EBIDTA.	Sí
Desempeño económico internacional	Objetivo 3: Ampliar la capacidad de actuación internacional de IFEMA MADRID, tanto en la atracción de clientes como en la generación de productos en el exterior, mediante la incorporación de cinco nuevas delegaciones internacionales.	En curso, se retrasa un año más
Soborno y corrupción	Buenas prácticas profesionales. Seguimiento de la documentación de <i>compliance</i> y canal ético. Comité de cumplimiento normativo.	Sí
Normas de trabajo / Buenas prácticas hacia los consumidores	Objetivo 21: Reducir el porcentaje de reclamaciones contestadas fuera de plazo interno con respecto a 2023.	Sí
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)	Obras de acondicionamiento en cocinas centrales y certificación ISO 22000.	En curso, para 2025-2026
Servicios prestados a la sociedad	Acciones de voluntariado y donaciones (véanse los proyectos en el EINF de 2024).	Sí
Desarrollo humano y formación en el trabajo	Objetivo 1: Impulsar la cultura del liderazgo organizativo para mejorar las capacidades de los <i>mánager</i> al objeto de prepararlos para la transformación organizativa necesaria para el proceso de digitalización y de trabajo por proyectos. Los retos del nuevo liderazgo exigen saber construir y dirigir equipos, mantener a la gente conectada, fidelizada y promover una cultura de innovación, aprendizaje y mejora continua.	Sí
Consumo de energía	Objetivo 13: Mejorar la eficiencia energética y el consumo eléctrico suministrado de IFEMA MADRID mediante el desarrollo de dos proyectos a este respecto durante los ejercicios 2024/2025: <ul style="list-style-type: none"> • Instalación de una planta de generación fotovoltaica de autoconsumo. • Cambio de la tecnología de alumbrado exterior por iluminación led. 	En curso, para 2025-2026
Consumo de agua	Seguimiento de la cartelería recomendando el cierre de grifos distribuida por aseos de toda la Institución y flexibilización del teletrabajo. Implantación de medidas del Plan de gestión sostenible del agua.	Sí
Consumo de papel	Flexibilización del teletrabajo y la 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 el <i>check-list</i> de sostenibilidad de ferias). Incluir en el pliego el aprovechamiento de los excedentes alimentarios.	Sí

ANEXO 3. Objetivos y acciones del Plan de RSC 2023-2026

En el ejercicio 2024, 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
Renovación y mejora energética del sistema de humectación en edificio Sur.	2023	Realizado
Mantener el origen 100% verde certificado de la energía eléctrica suministrada en IFEMA MADRID y el parque de vehículos 0 emisiones.	Continuo	Realizado
Acciones de concienciación a la plantilla para ahorro energético.	Continuo	Realizado
Renovar anualmente el sello "Calculo y reduzco" de MITECO para los niveles 1-2 de la huella de carbono institucional.	Anual	Realizado
Avanzar en la medición de los alcances 1-2-3 para eventos propios.	Continuo	Realizado
Incrementar el alcance de la ISO 50001 a todo el Recinto Ferial.	2023, 2024 y 2025	En curso. Implantado. Previsión de certificación para el año 2025 de todo el nuevo alcance.
Puesta en marcha de un proyecto de generación de energía fotovoltaica.	2025	En curso
Renovación del alumbrado por tecnología led en todas las instalaciones que falten.	2024 y 2025	En curso
Integración de un sistema de control y medición de consumos energéticos.	2026	En curso
Planificar la integración de las mediciones individuales de la huella de carbono de las ferias con los tres alcances y plantear un alcance 3 global.	2025	Sin comenzar
Plantear un proyecto global de compensación de cara a alcanzar el objetivo de neutralidad en carbono.	2026	Sin comenzar

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 (toneladas / millones de euros 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 Comunicación: continuo	Realizado Comunicación: continuo
Eliminación de papeleras individuales en las zonas de trabajo y sustitución por puntos limpios de 2 y 5 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 (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 de moqueta siempre asegurarán su reciclado final.	Continuo	Realizado
Generar un programa de actuación para el tratamiento de residuos alimentarios con el proveedor correspondiente.	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 de IFEMA MADRID: AA.	Anualmente	Realizado
Ejecutar mejoras menores en las infraestructuras con el objetivo de adaptarlas al colectivo de personas con necesidades especiales (asientos en auditorios, mostradores de registro, etc.).	2023-2024	Realizado
Generación del Protocolo de Accesibilidad, de aplicación en todas las ferias y eventos propios de IFEMA MADRID.	2023	Realizado
Desarrollar el proyecto de adaptación constructiva del recinto a las necesidades de la celebración de la Fórmula 1, aplicando las exigencias de la legislación vigente en materia de accesibilidad.	2026	En curso
Incorporar un modelo de señalización adaptada para trasladar la información del recinto y los eventos que en él se celebran a personas con necesidades especiales.	2026	Sin comenzar

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 NPS de cada colectivo comparativo con la edición anterior. Plan de acción en caso de desviación sobre lo esperado.	Anualmente	Realizado
Cálculo NPS medio de todas las partes interesadas y comparativo con el ejercicio anterior. Evaluación de los resultados.	Anualmente	Realizado

Objetivos con carácter anual

En relación con las ferias propias, incrementar con respecto a 2023: <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
Promover la cultura de la sostenibilidad mediante la creación de contenidos e iniciativas participativas (historias que motivan, concursos, etc.) y, sobre todo, su difusión a través de las redes internas, potenciando el concepto de comunidad, la asunción de los valores de la empresa y el orgullo de pertenencia.	Realizado
Impulsar el programa de voluntariado incidiendo en el concepto de beneficiario, trabajando especialmente en formación y empleabilidad, e incorporando la intención de seguimiento.	Realizado

ANEXO 4. Objetivos estratégicos

Los objetivos estratégicos para 2024 fueron:

N.º	Línea estratégica	Objetivo	Fecha prevista de finalización	Cumplido / No cumplido / en curso	Conclusión (cerrado / continúa)
1	Optimización de la organización	Impulsar la cultura del liderazgo organizativo para mejorar las capacidades de los managers al objeto de prepararlos para la transformación organizativa necesaria para el proceso de digitalización y de trabajo por proyectos. Los retos del nuevo liderazgo exigen saber construir y dirigir equipos, mantener a la gente conectada, fidelizada y promover una cultura de innovación, aprendizaje y mejora continua.	2024	Cumplido	Cerrado
2	Optimización de la organización	Avanzar en la comunicación corporativa como pilar fundamental del nuevo modelo de liderazgo como herramienta de alineamiento e integración de los proyectos de la organización. La comunicación deberá ser plural, compartida e integradora para gestionar la diversidad de roles que conviven en las organizaciones, fomentando la inclusión, el compromiso y una estructura organizativa plana.	2024	Cumplido	Cerrado
3	Optimización de la organización	Estructurar la participación de las áreas en la creación, implantación y revisión de procesos y normativa interna de la empresa, garantizando su conocimiento, difusión y asegurando el cumplimiento de estos, como medida para estabilizar los flujos de trabajo, al objeto de potenciar la eficacia y la eficiencia organizativa.	2024	Cumplido	Cerrado
4	Optimización de la organización	Consolidar la actuación de la UAN y el uso de sus métricas, incluyendo cuatro nuevas tareas por verticales: sistemas (tramitación de tarifas), producción (gestión integral de operaciones), contratos (tramitación integral de contratos) y marcom (gestión integral de cartelería - campaña en medios técnicos).	2024	Cumplido	Cerrado
5	Optimización de la organización	Mejora operativa de la Administración Comercial de Servifema durante los años 2024 y 2025, en busca de un nivel de servicio óptimo con un diseño de equipo, herramientas y seguimiento de métricas que identifique un horizonte temporal para solucionar las solicitudes que le lleguen (SLA en horas de cumplimiento).	2025	En curso	En curso. Finaliza en 2025

(Continúa)

N.º	Línea estratégica	Objetivo	Fecha prevista de finalización	Cumplido / No cumplido / en curso	Conclusión (cerrado / continúa)
6	Optimización de la organización	Implantación de una herramienta de PBI, haciendo posible el acceso a la información económico-financiera de la actividad de todas las ferias (ingresos reales y costes incurridos), con el compromiso de todas las áreas para asegurar la actualización constante de la información (incluyendo el registro en los sistemas de información de todos los servicios y pedidos solicitados). Deberá permitir descender a los detalles, e impulsar la utilización de la información para mejorar la toma de decisiones de forma más razonada y ágil, cumpliendo con los plazos establecidos. Horizonte del objetivo: 2024-2025.	2025	En curso	En curso. Finaliza en 2025
7	Internacionalización	Ampliar la capacidad de actuación internacional de IFEMA MADRID, tanto en la atracción de clientes como en la generación de productos en el exterior, mediante la incorporación de cinco nuevas delegaciones internacionales.	2025	En curso	En curso. Finaliza en 2025
8	Internacionalización	Implementación de la campaña Only in Madrid en 16 mercados a la vez con un mensaje único, con <i>claims</i> y creatividades adaptadas a la realidad de cada uno de ellos. Una vez implementada, será la primera vez que se hace una campaña unificada de esta naturaleza por parte del Ayuntamiento y la Comunidad de Madrid y con un alcance tan ambicioso.	2024	Cumplido	Se ha cumplido el objetivo y se cierra
9	Digitalización	Reducción del número de horas destinadas al marcaje de los pabellones, digitalizándolo durante 2024-2025, mediante la utilización de robots.	2025	En curso	En curso. Finaliza en 2025
10	Digitalización	Estabilizar el CRM como proyecto integral para todas las áreas, posibilitando, entre otras cosas, superar el 80% de ferias globales incluidas en esta herramienta, incorporando las ferias coorganizadas y ajenas.	2024	Cumplido	Cerrado
11	Diversificación	Incrementar la diversificación del negocio a partir del año 2026 mediante la consecución de tres hitos en 2024 necesarios para que pueda tener lugar.	2026	En curso	En curso. Finaliza en 2026
12	Diversificación	Incrementar la facturación de servicios poniendo especial foco en la reorganización de la oferta de <i>stands</i> de diseño libre y adjudicando la licitación del <i>partner</i> comercial para convenciones.	2024	Cumplido	Se ha cumplido el objetivo y se cierra

(Continúa)

Objetivos estratégicos para 2024 (continuación)

N.º	Línea estratégica	Objetivo	Fecha prevista de finalización	Cumplido / No cumplido / en curso	Conclusión (cerrado / continúa)
13	Sostenibilidad	Mejorar la eficiencia energética y el consumo eléctrico suministrado de IFEMA MADRID mediante el desarrollo de dos proyectos a este respecto durante los ejercicios 2024/2025: <ul style="list-style-type: none"> • Instalación de una planta de generación fotovoltaica de autoconsumo. • Cambio de la tecnología de alumbrado exterior por iluminación led. 	2025	En curso	En curso. Finaliza en 2025
14	Sostenibilidad	Mejorar la experiencia de cliente, actuando sobre las opciones de restauración al ser uno de los servicios menos valorados en las encuestas, desarrollando una oferta más amplia y un control y seguimiento rigurosos de la prestación del servicio.	2024	Cumplido	Se ha cumplido el objetivo y se cierra
15	Sostenibilidad	Implantar en IFEMA MADRID el modelo de control interno en el periodo 2023/2024.	2024	Cumplido	Se ha cumplido el objetivo y se cierra
16	Sostenibilidad	Estabilizar la respuesta presencial a clientes dentro del recinto, unificando el control de los puntos de atención y la gestión de los mismos.	2024	Cumplido	Se ha cumplido el objetivo y se cierra
17	Sostenibilidad	Impulsar el ahorro en las emisiones de gases de efecto invernadero, implantando la medición de la huella de carbono en nuestros eventos propios en sus alcances 1-2-3 durante los años 2024 y 2025.	2025	En curso	En curso. Finaliza en 2025
18	Sostenibilidad	Impulsar la diversidad e inclusión, poniendo en marcha los ajustes necesarios e implantando al menos una acción para personas con discapacidad visual.	2024	Cumplido	Se ha cumplido el objetivo y se cierra
19	Sostenibilidad	Incrementar el porcentaje de valorización de los residuos hasta un 80% durante el año 2024.	2024	Cumplido	Se ha cumplido el objetivo y se cierra
20	Sostenibilidad	Implantación de un modelo único de Informe de activación del plan de autoprotección.	2024	Cumplido	Se ha cumplido el objetivo y se cierra
21	Sostenibilidad	Reducir el porcentaje de reclamaciones contestadas fuera de plazo interno con respecto al 2023.	2024	No cumplido	Se cierra
22	Sostenibilidad	Mejorar la capacidad de respuesta frente a las situaciones imprevistas de paralización del negocio, mejorando la capacitación del personal responsable y realizando al menos una prueba.	2024	Cumplido	Se ha cumplido el objetivo y se cierra

ANEXO 5. Riesgos y oportunidades de 2024

Los riesgos identificados en 2024 y su histórico en el tiempo son:

Riesgos identificados (2019-2024)

	2019 (enero)	2020 (enero)	2021 (enero)	2022 (enero)	2023 (enero)	2024 (enero)	2024 (diciembre)
N.º de riesgos totales identificados	76	98	110	126	125	139	134
N.º de riesgos relevantes identificados	31	10	17	16	15	14	14
Porcentaje de riesgos relevantes	40,78%	10,20%	15,45%	12,6%	12%	10,07%	10,14%

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	No eficaz n.º	Eficaz n.º	Eficaz por contención	Eficaz por mitigación
Riesgos totales identificados en 2024	134	12	122	82	40

El 91,04% 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	2025
Nivel de riesgo (1-25)	12,26	7,95	8,71	8,35	8,05	7,27	7,08

El nivel de riesgo se ha reducido un 42,25% desde el año 2019, consiguiendo niveles de riesgo inferiores a los alcanzados en la prepandemia (2020).

Listado de riesgos y oportunidades año 2024

Hay 134 riesgos detectados (en los DAFO anteriores, en la evaluación de riesgos de continuidad de negocio, como riesgos de los procesos, como amenazas ambientales significativas, etc.).

- Del 1 al 110 son riesgos ya identificados en el año 2021.
- Del 111 al 125 son riesgos identificados en enero de 2022.
- 126 es un riesgo identificado en enero de 2023.
- Del 127 al 139 son riesgos identificados en septiembre de 2023 (derivados de la implantación del Sistema de continuidad de negocio).
- El riesgo 140 es una nueva amenaza detectada de continuidad de negocio.

Por otra parte, a finales de año, se eliminan seis (todos con un nivel de riesgo bajo):

- Condiciones de la plantilla mermadas como consecuencia de los efectos de la pandemia en nuestro modelo de negocio. Se entiende que dicho riesgo ha desaparecido cuatro años después de la pandemia.
- 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. Se entiende que el riesgo se ha eliminado porque se ha implantado la ampliación del alcance superando dicha situación.
- Las auditorías internas no se realizan con la frecuencia y extensión necesarias.
- Falta de cualificación/competencia del auditor.
- 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.
- Las infraestructuras no están correctamente preparadas para prestar los servicios comprometidos.

Por último, se detecta que hay dos riesgos iguales pero que pertenecen a procesos diferentes; estos son:

- No se ejecutan las acciones correctivas de cara a solucionar las no conformidades detectadas del proceso No Conformidades y Acciones Correctivas.
- No se establecen o, si se establecen, no se ejecutan las acciones para la solución de las no conformidades detectadas del proceso Auditorías Internas.

Se decide unificar los dos riesgos en uno sólo y asignarlo a los dos procesos. Además, se detecta un nuevo riesgo del proceso Auditorías Internas:

- “Fallo en la planificación de la licitación y contratación de auditores internos y auditores externos”.

Hay 13 oportunidades detectadas en los DAFO anteriores (2021, 2020 y 2019) y a nivel operacional.

Listado de riesgos y sus impactos asociados

N.º	Descripción del riesgo	Tipología de impactos					Nivel de riesgo relevante
		Financiero	Ambiental / social	Operativa interna	Normativa	Reputacional	
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.	•					NO
2	Falta de perfiles profesionales en el entorno digital.			•			NO
3	Utilización confusa o fraudulenta por parte de clientes de la imagen y el logotipo de IFEMA MADRID, afectando a nuestra marca.					•	NO
4	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.					•	NO
5	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.			•			NO
6	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.).	•			•	•	NO
7	Publicación de noticias falsas debidas a una mala interpretación de la realidad.					•	NO
8	No se establecen o, si se establecen, no se ejecutan las acciones para la solución de las no conformidades detectadas.			•	•		NO
9	No se respetan y aplican algunos procedimientos por falta de conocimiento de la plantilla.			•	•		NO
10	La información no está accesible en tiempo y forma para poder completar los indicadores en los plazos marcados para medición y seguimiento.			•	•		SÍ
11	Se retrasan o no se realizan los controles operacionales definidos en la planificación en tiempo.			•			NO
12	Los indicadores se interpretan de forma diferente en algunas de las tomas de datos.			•			NO
13	No se ejecutan las acciones para la solución de las desviaciones detectadas en los indicadores.			•	•		NO

(Continúa)

Listado de riesgos y sus impactos asociados (continuación)

N.º	Descripción del riesgo	Tipología de impactos					Nivel de riesgo relevante
		Financiero	Ambiental / social	Operativa interna	Normativa	Reputacional	
14	No se registran correctamente las sugerencias, quejas y reclamaciones, lo que dificulta su interpretación y seguimiento.			•	•		NO
15	Las quejas y reclamaciones no obtienen respuesta en el plazo previsto.			•	•		SÍ
16	No se establecen o, si se establecen, no se ejecutan las acciones para la solución de las reclamaciones.			•	•	•	NO
17	No se realizan las encuestas de satisfacción de expositores y visitantes con el nivel de respuesta necesario para extraer conclusiones válidas.	•		•	•		NO
18	Fallo en la planificación de la licitación y contratación de auditores internos y auditores externos.			•	•		NO
19	Algunos acuerdos institucionales no reflejan claramente los derechos y obligaciones de cada una de las partes.	•		•			NO
20	El informe de revisión por la dirección es incompleto.				•		NO
21	No se contrasta el rigor de las fuentes utilizadas.	•		•			NO
22	Los colaboradores sectoriales no cuentan con el suficiente poder de representación.	•		•			NO
23	La definición de la feria no traslada correctamente los requisitos planteados por los potenciales clientes.	•				•	NO
24	Las necesidades de superficie de la feria no encajan en el espacio disponible en las fechas adecuadas para su celebración.	•		•			NO
25	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).	•		•		•	NO
26	No se cuenta con toda la información necesaria, con lo que se retrasa el lanzamiento de la feria/evento.	•		•			NO
27	Se ha comprometido una capacidad por encima de la disponible, con lo que no se puede dar respuesta a todas las solicitudes de clientes.	•		•		•	NO
28	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.	•				•	NO
29	La información y mensajes utilizados en la comercialización es ambigua y puede producir confusión en las expectativas de los clientes.	•				•	NO

(Continúa)

N.º	Descripción del riesgo	Tipología de impactos					Nivel de riesgo relevante
		Financiero	Ambiental / social	Operativa interna	Normativa	Reputacional	
30	Inexactitud o errores en la transmisión de información referente a los servicios contratados por expositores.	•		•		•	NO
31	Riesgo de seguridad con respecto a las mercancías que trasladan a la feria los expositores.	•		•	•	•	NO
32	Riesgo físico (seguridad de las personas) durante los días de montaje de la feria.	•	•	•	•	•	NO
33	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.	•		•	•	•	NO
34	Como consecuencia del no cumplimiento del presupuesto, no pueden llevarse a cabo adecuaciones previstas en pabellones (zonas comunes, decoración, etc.), comprometidas con los clientes.			•		•	NO
35	No presentación de expositores a última hora, dejando vacío el espacio contratado para su participación.			•		•	NO
36	Las salas de conferencias y actividades no están dotadas con las necesidades previamente solicitadas.			•		•	NO
37	Circunstancias externas (huelga, avería, accidentes, etc.) impiden el acceso correcto de visitantes al recinto.	•		•		•	NO
38	Riesgo físico durante la celebración, montaje y desmontaje de ferias y espectáculos públicos.	•	•	•	•	•	NO
39	Riesgo de intoxicación alimentaria durante la celebración de la feria.	•	•	•	•	•	NO
40	Riesgo de seguridad sobre las mercancías de los expositores en el período de salida de mercancías.			•	•	•	NO
41	Riesgo físico durante los días de desmontaje de la feria.	•	•	•	•	•	NO
42	No se termina el desmontaje en el plazo y horario previstos, suponiendo una grave incidencia para el siguiente montaje.	•		•	•	•	NO
43	No se cuenta con la información convenientemente procesada (número de visitantes, procedencia, etc.).			•			NO
44	Se producen desajustes entre los datos económicos de las distintas fuentes.			•	•		NO
45	No se cuenta con las certificaciones solicitadas para aplicar a la celebración de un congreso, feria o evento internacional.	•				•	NO

(Continúa)

Listado de riesgos y sus impactos asociados (continuación)

N.º	Descripción del riesgo	Tipología de impactos					Nivel de riesgo relevante
		Financiero	Ambiental / social	Operativa interna	Normativa	Reputacional	
46	No existe posibilidad de encajar el evento externo entre el calendario de certámenes propios.	•		•			NO
47	La información proporcionada por el operador sobre las necesidades de los expositores no es completa.			•			NO
48	No se cuenta con información que debería de aportar el organizador externo.			•			NO
49	Se incumple la ley de contratación pública.	•			•	•	NO
50	El contenido del pliego no contempla las exigencias mínimas al proveedor en materia de cumplimiento legal, calidad, medioambiente, energía, seguridad, etc.		•		•		NO
51	Se incumple la legislación ambiental en materia de residuos, productos químicos, mercancías peligrosas, vertidos y/o emisiones a la atmósfera.	•	•		•	•	NO
52	Se están destinando los residuos valorizables a eliminación.		•		•	•	SÍ
53	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.		•		•	•	SÍ
54	Se incumplen el convenio y la ley sociolaboral de aplicación en IFEMA MADRID.	•	•	•	•	•	NO
55	Algún proveedor o cliente incumple los principios de gobierno para el desarrollo sostenible de IFEMA MADRID.		•		•	•	NO
56	No hay control sobre los contenidos de conferencias o congresos, pudiendo incluir mensajes contrarios a nuestros principios de gobierno para el desarrollo sostenible.					•	NO
57	La publicidad de clientes en nuestro recinto puede incluir mensajes contrarios a nuestros principios de gobierno para el desarrollo sostenible.					•	NO
58	Se incumple la ley en materia de seguridad industrial (mantenimientos reglamentarios de alta tensión, baja tensión, equipos a presión, instalaciones térmicas, etc.).	•	•		•	•	NO
59	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...				•		NO

(Continúa)

N.º	Descripción del riesgo	Tipología de impactos					Nivel de riesgo relevante
		Financiero	Ambiental / social	Operativa interna	Normativa	Reputacional	
60	Mediciones en continuo obtenidas con equipos (contadores) no sometidos a control periódico (verificación interna).		•	•	•		NO
61	Verificaciones internas realizadas con patrones que no han sido calibrados o verificados externamente.		•	•	•		NO
62	No se definen acciones o, si están definidas, no se ejecutan para la solución de las desviaciones energéticas detectadas.		•	•	•		NO
63	Dificultad para la detección de desviaciones en los consumos por no estar el sistema de control unificado.		•	•			SÍ
64	Caídas de la red eléctrica que pudieran suponer tener que poner en marcha los grupos electrógenos, que operan sólo en condiciones de emergencia. Este tipo de focos tienen un potencial de contaminación mayor, ya que queman gasóleo frente a gas natural.		•	•			NO
65	Los contadores de la distribuidora no están verificados.	•	•				NO
66	Fallos en la lectura de los consumos que realiza la distribuidora.	•	•				NO
67	Fallos en los datos que vuelca la comercializadora en la factura.	•	•				NO
68	Se incumple la legislación de prevención de riesgos laborales o de coordinación de actividades empresariales.	•	•	•	•	•	NO
69	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.).	•	•	•	•	•	NO
70	La prestación del servicio (vigilancia, detectives, restauración, limpieza, accesos, botiquín, azafatas, etc.) no cumple con lo solicitado o contratado.	•	•	•	•	•	NO
71	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).				•		NO
72	Se incumple con la estructura de mando y control definida para un evento como necesaria.	•	•	•	•	•	NO
73	No se comunican los planes de seguridad o normas operativas de un evento a las partes interesadas.	•	•	•	•	•	NO
74	No se constituye un EAE en uno o varios pabellones o en uno o varios eventos.	•	•	•	•	•	NO

(Continúa)

Listado de riesgos y sus impactos asociados (continuación)

N.º	Descripción del riesgo	Tipología de impactos					Nivel de riesgo relevante
		Financiero	Ambiental / social	Operativa interna	Normativa	Reputacional	
75	No se puede prever el viaje con la suficiente antelación para conseguir las mejores condiciones.	•			•		NO
76	Se detecta incumplimiento legal.	•	•	•	•	•	NO
77	Se detecta incumplimiento en materia de protección de datos.	•	•	•	•	•	NO
78	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 de riesgos laborales, etc.).	•	•	•	•	•	NO
79	Retraso en la solución de no conformidades que tengan como participante de la misma o parte responsable a 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.	•		•	•	•	SÍ
80	Quedarnos obsoletos a la hora de comunicarnos con nuestros clientes de manera personalizada.			•		•	NO
81	Errores en el control de datos por fallos humanos ante la ausencia de herramientas digitales.	•		•		•	NO
82	Fallos en la comunicación interna debidos a errores humanos ante la ausencia de herramientas digitales.		•	•			NO
83	Solapamiento de sectores y competencia mutua en ferias propias.	•		•			NO
84	Falta de posicionamiento de nuestras ferias como marcas internacionales.	•				•	NO
85	Falta de eficacia/falta de recursos de nuestras ferias a la hora de promover las relaciones comerciales internacionales.	•	•	•			NO
86	No identificar los nichos de mercado y no reaccionar con la suficiente rapidez ante las oportunidades detectadas.	•		•			NO
87	Error en la determinación del aliado adecuado.	•	•	•		•	NO
88	Imprecisa definición de las responsabilidades de cada parte durante el establecimiento de alianzas con otros operadores.	•	•	•		•	NO
89	Falta de control de aspectos económicos y legales del país donde se organiza el evento o consultoría.	•		•	•	•	NO

(Continúa)

N.º	Descripción del riesgo	Tipología de impactos					Nivel de riesgo relevante
		Financiero	Ambiental / social	Operativa interna	Normativa	Reputacional	
90	Fallo en la selección de visitantes internacionales.	•				•	NO
91	Coste excesivo de las acciones de captación de expositores y visitantes internacionales.	•					NO
92	Pérdida de expositores y de visitantes en nuestras ferias propias debido a la inestabilidad económica.	•		•		•	SÍ
93	Pérdida de contratos de eventos externos debido a la inestabilidad económica.	•					NO
94	Pérdida de cuota de negocio debido a la competencia con otros operadores más ágiles, más digitalizados o internacionalizados.	•				•	NO
95	Pérdida de cuota de negocio debido a la competencia desleal por parte de otros operadores nacionales apoyados económicamente.	•					NO
96	Problemas de valoración a efectos de la aplicación de la ley de contratos del Estado.	•		•		•	NO
97	Pérdida de oportunidades (trabajar con proveedores que ofrecen mejores condiciones técnicas) por aplicación estricta de la ley de contratación pública.	•		•		•	NO
98	Ralentización de procesos de aprovisionamiento.	•		•	•	•	NO
99	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.	•				•	NO
100	Pérdida de proyectos internacionales externos debido a la competencia desleal por parte de otros operadores nacionales apoyados económicamente.	•				•	NO
101	Riesgo de incendio.	•	•	•	•	•	NO
102	Incidente NRBQ.	•	•	•	•	•	NO
103	Vinculación de la marca IFEMA MADRID a empresas con reputación empresarial negativa.					•	NO
104	Incumplimiento por parte del socio de los compromisos adquiridos con IFEMA MADRID.	•		•		•	SÍ
105	Fallos de coordinación entre departamentos (horizontal y vertical) que generan una mayor probabilidad de errores e ineficiencias.		•	•			NO

(Continúa)

Listado de riesgos y sus impactos asociados (continuación)

N.º	Descripción del riesgo	Tipología de impactos					Nivel de riesgo relevante
		Financiero	Ambiental / social	Operativa interna	Normativa	Reputacional	
106	Desconexión por parte de la plantilla de aquellas decisiones que no comparte/comprende/conoce, con falta de sensación de pertenencia.		•	•			NO
107	Mayor probabilidad de error en las tomas de decisiones estratégicas, por no involucrar a los directores/mandos intermedios del área responsable.	•	•	•			NO
108	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.	•	•	•			NO
109	Falta de reacción organizada frente a contingencias externas no evitables.	•	•	•		•	NO
110	Decisiones que toman los responsables de proyectos sin información económica suficiente, multiplicando la posibilidad de que sean erróneas.	•		•		•	NO
111	Pérdida de contratos por aparición de nuevos espacios, algunos de ellos singulares, para la realización de ferias y eventos.	•					NO
112	Inadecuación entre nuestro modelo de negocio tradicional y la mayoría de nuestros recursos, con el nuevo modelo digital que está imponiendo el mercado.	•		•		•	NO
113	El incremento en costes fijos supondrá una carga en los presupuestos globales y en los de cada certamen, reduciendo el margen.	•		•			SÍ
114	Corrupción pasiva (en contratación de servicios, organización de ferias, aceptación de regalos, etc.).	•	•		•	•	NO
115	Corrupción activa (en la venta, ofreciendo regalos, condiciones especiales, etc.).	•	•		•	•	NO
116	Incumplimiento de la legislación de seguridad en lo referente a planificación de los espacios, condiciones mínimas, etc.	•	•	•	•	•	NO
117	Incumplimiento de la Ley de Seguridad Privada.	•	•	•	•	•	NO
118	Incumplimiento de la normativa recogida en el Código Técnico de la Edificación en lo referente a ampliaciones u obras de mantenimiento.		•		•	•	NO
119	Ausencia de medidas de accesibilidad, incumpliendo criterios DALCO.		•		•	•	SÍ
120	Errores de configuración de los sistemas.		•	•		•	SÍ

(Continúa)

N.º	Descripción del riesgo	Tipología de impactos					Nivel de riesgo relevante
		Financiero	Ambiental / social	Operativa interna	Normativa	Reputacional	
121	Incumplimiento legal - incumplimiento en materia de coordinación de actividades empresariales (por estrés del calendario ferial, etc.).	•	•	•	•	•	SÍ
122	Incumplimiento legal - Incumplimiento de la normativa aduanera en participaciones internacionales.	•		•	•	•	SÍ
123	Desastre en CPD 2 (salida fuera de la red / interconexión con los pabellones con la red).	•	•	•		•	NO
124	Sistemas - Desastre en CPD 1.	•	•	•		•	NO
125	Sistemas - Fallo en la integridad de la información.	•	•	•	•	•	NO
126	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.).	•	•	•		•	SÍ
127	Instalaciones - Fallo de los grupos de emergencia.	•	•	•	•	•	NO
128	Personas- Baja del vicepresidente.	•		•	•		NO
129	Incumplimiento legal - Incumplimiento en materia de seguridad y/o autoprotección.	•	•	•	•	•	NO
130	Información - Difusión de información falsa perjudicial para la reputación de IFEMA MADRID, sus eventos, personal, etc. o lesiva, incidiendo en la celebración de alguna feria.	•		•		•	NO
131	Información - Conocimiento y difusión de información privada de IFEMA MADRID que pueda ser perjudicial para su actividad.	•		•		•	NO
132	Información - Publicación de una información errónea que no se detecte a tiempo y lleve consigo consecuencias negativas para la reputación y/o actividad.	•		•		•	NO
133	Información - Utilización fraudulenta o inadecuada de la marca.					•	NO
134	Incumplimiento legal en materia de contratación en los proveedores críticos.	•	•	•	•	•	NO

Listado de oportunidades y niveles de impacto en la estrategia

N.º	Descripción de la oportunidad	Nivel de impacto en la estrategia	
		Relevante	No relevante (*)
1	Nuevos productos / Diversificación.	•	
2	Desarrollo digital.	•	
3	Apertura de nuevos mercados internacionales para intervención directa mediante delegaciones internacionales.	•	
4	Incrementar la captación de expositores y visitantes internacionales.	•	
5	Mejora del consumo energético y de agua de las instalaciones.	•	
6	Unificar el sistema de control energético de las instalaciones.	•	
7	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-medio plazo en la ampliación del alcance de la certificación ISO 50001.		•
8	Establecer un mínimo de contenido en materia ambiental, de sostenibilidad de eventos y eficiencia energética para todos los pliegos.		•
9	Apoyo al desarrollo sostenible del sector.		•
10	Reducir las toneladas de CO ₂ emitidas a la atmósfera.	•	
11	Reducir la dependencia energética y crear nuevas fuentes de ingresos mediante proyectos de generación de energía verde.	•	
12	Incrementar la sectorización de los consumos energéticos y la toma de datos de manera automatizada.	•	
13	Mejorar el nivel de accesibilidad del Recinto Ferial y del Palacio Municipal.	•	

(*) No relevante, en cuanto a que no impacta directamente en la estrategia de la Institución, o bien que es una oportunidad que ya se ha aprovechado o está parcialmente aprovechada.

ANEXO 6. Cuadro de mando de indicadores 2024

Cuadro de mando integral de indicadores del año 2024

N.º	Indicador	Proceso	Tipologías de indicadores del cuadro de mando integral				
			Clave (estrategia)	Procesos	Cultura	Sostenibilidad	Negocio
1	Grado de cumplimiento de objetivos de mejora al año (%)	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 n.º de días de contestación de las 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 de eventos propios/coorganizados (por evento)	Experiencia de cliente		•	•	•	
13	Media NPS de expositores de eventos propios/coorganizados (servicios generales)	Experiencia de cliente		•	•	•	
14	Media NPS de visitantes de eventos propios/coorganizados	Experiencia de cliente		•	•	•	
15	NPS de patrocinadores	Experiencia de cliente		•	•	•	
16	NPS de organizadores externos	Experiencia de cliente		•	•	•	
17	NPS de proveedores	Experiencia de cliente		•	•	•	

(Continúa)

Cuadro de mando integral de indicadores de 2024 (continuación)

N.º	Indicador	Proceso	Tipologías de indicadores del cuadro de mando integral				
			Clave (estrategia)	Procesos	Cultura	Sostenibilidad	Negocio
18	NPS de trabajadores	Gestión de las personas		•	•	•	
19	NPS de medios de comunicación	Necesidades y expectativas de las partes interesadas		•	•	•	
20	Media NPS de clientes (expositores, visitantes, organizadores externos y patrocinadores)	Experiencia de cliente		•	•	•	
21	Media NPS de partes interesadas al año	Experiencia de cliente	•	•	•	•	
22	Contribución de IFEMA MADRID al desarrollo económico local de la ciudad de Madrid (% del PIB)	Necesidades y expectativas de las partes interesadas y Planificación estratégica	•	•	•	•	
23	N.º de incidencias detectadas al año en materia de mantenimiento (averías)	Mantenimiento de infraestructuras		•		•	
24	N.º de incidencias detectadas en materia de seguridad	Seguridad de las personas		•		•	
25	N.º de incidencias detectadas en los planos de seguridad	Seguridad de las personas		•		•	
26	N.º de incidencias detectadas en materia de tratamiento de datos de carácter personal	Tratamiento de datos de carácter personal		•		•	
27	N.º de incidencias detectadas en los despliegues de sistemas	Seguridad TIC		•		•	
28	N.º de incidencias de ciberseguridad detectadas	Seguridad TIC		•		•	
29	Ratio de generación total de residuos	Gestión ambiental Sostenibilidad de eventos		•	•	•	
30	Ratio de generación de residuos peligrosos	Gestión ambiental Sostenibilidad de eventos		•	•	•	
31	Ratio de generación de residuos no peligrosos	Gestión ambiental Sostenibilidad de eventos		•	•	•	
32	Porcentaje de residuos generados valorizados	Gestión ambiental Sostenibilidad de eventos		•	•	•	
33	Ratio de consumo de agua potable total	Gestión ambiental Sostenibilidad de eventos		•	•	•	
34	Porcentaje de agua regenerada con respecto al total del consumo de agua (%)	Gestión ambiental Sostenibilidad de eventos		•	•	•	
35	Ratio de consumo de electricidad	Gestión ambiental Sostenibilidad de eventos	•	•	•	•	
36	Ratio de consumo de electricidad corregido	Gestión ambiental Sostenibilidad de eventos	•	•	•	•	

(Continúa)

N.º	Indicador	Proceso	Tipologías de indicadores del cuadro de mando integral				
			Clave (estrategia)	Procesos	Cultura	Sostenibilidad	Negocio
37	Ratio de consumo de gas natural	Gestión ambiental Sostenibilidad de eventos	•	•	•	•	
38	Ratio de consumo de gas natural corregido	Gestión ambiental Sostenibilidad de eventos	•	•	•	•	
39	Ratio de consumo de moqueta	Gestión ambiental Sostenibilidad de eventos		•	•	•	
40	Ratio de consumo de papel al año	Gestión ambiental Sostenibilidad de eventos		•	•	•	
41	Ratio de toneladas de CO ₂ emitidas	Gestión ambiental Sostenibilidad de eventos	•	•	•	•	
42	Media del nivel de sostenibilidad de los eventos propios	Sostenibilidad de eventos		•	•	•	
43	Ratio acciones sostenibilidad por evento propio	Sostenibilidad de eventos		•	•	•	
44	N.º de horas cedidas por la empresa en proyectos de voluntariado	Compromiso social		•	•	•	
45	Porcentaje de plantilla dedicada al voluntariado	Compromiso social		•	•	•	
46	N.º de beneficiarios del voluntariado	Compromiso social		•	•	•	
47	N.º de simulacros de seguridad al año	Seguridad de las personas		•		•	
48	N.º de pruebas de continuidad de negocio	Continuidad de negocio	•	•		•	•
49	N.º de personas externas formadas en gestión de emergencias al año	Seguridad de las personas		•		•	
50	N.º de personas de IFEMA MADRID formadas en gestión de emergencias al año	Seguridad de las personas		•		•	
51	N.º de horas de formación del personal externo en gestión de emergencias al año	Seguridad de las personas		•		•	
52	N.º de horas de formación del personal de IFEMA MADRID en gestión de emergencias al año	Seguridad de las personas		•		•	
53	Índice de frecuencia de accidentabilidad	Prevención de riesgos laborales		•		•	
54	Índice de rotación de empleados	Gestión de personas		•		•	
55	Porcentaje de contratos fijos	Gestión de personas		•		•	

(Continúa)

Cuadro de mando integral de indicadores de 2024 (continuación)

N.º	Indicador	Proceso	Tipologías de indicadores del cuadro de mando integral				
			Clave (estrategia)	Procesos	Cultura	Sostenibilidad	Negocio
56	N.º de empleados formados / N.º de puestos de formación	Gestión de personas		•	•	•	
57	Horas de formación recibidas por el personal de IFEMA MADRID	Gestión de personas		•	•	•	
58	Porcentaje de mujeres en plantilla	Gestión de personas		•	•	•	
59	Porcentaje de mujeres en mandos intermedios en puestos operativos	Gestión de personas		•	•	•	
60	Porcentaje de mujeres en puestos directivos	Gestión de personas		•	•	•	
61	Porcentaje de plantilla que no alcanza la puntuación mínima establecida para el rol asignado a la competencia	Gestión de personas		•	•	•	
62	N.º de compras menores realizadas	Gestión de compras		•			
63	N.º de expedientes gestionados al año	Gestión de compras		•			
64	Media de la valoración global de proveedores evaluados al año	Gestión de compras		•		•	
65	N.º medio de empresas concurrentes por licitación	Gestión de compras		•		•	
66	Porcentaje de expedientes de contratación declarados desiertos	Gestión de compras		•			
67	Porcentaje de expedientes de contratación declarados bajo la modalidad de desistimiento o renuncia	Gestión de compras		•			
68	Incremento del n.º de visitantes al año con respecto al año anterior (en %)	Comercialización		•			•
69	Incremento del n.º de visitantes digitales con respecto al año anterior (%)	Comercialización		•	•	•	•
70	Incremento del n.º de visitantes internacionales con respecto al año anterior (en %)	Comercialización	•	•	•		•
71	Incremento del n.º de expositores con respecto al año anterior (%)	Comercialización		•			•
72	Incremento del n.º de expositores digitales con respecto al año anterior (%)	Comercialización		•	•	•	•

(Continúa)

N.º	Indicador	Proceso	Tipologías de indicadores del cuadro de mando integral				
			Clave (estrategia)	Procesos	Cultura	Sostenibilidad	Negocio
73	Incremento del n.º de expositores internacionales con respecto al año anterior (%)	Comercialización	•	•	•		•
74	Incremento del n.º de eventos/congresos internacionales con respecto al año anterior	Comercialización		•			•
75	Incremento de M2 vendidos con respecto al año anterior (%)	Comercialización	•	•			•
76	N.º de nuevos canales (comunidades) incorporados en LIVE Connect	Comercialización		•	•		•
77	Incremento del n.º de personas de la comunidad con respecto al año anterior (%)	Comercialización		•	•		•
78	N.º de nuevos eventos propios/coorganizados viables	I+D. Nuevos proyectos		•	•		•
79	N.º de nuevos servicios incorporados	Comercialización		•	•		•
80	N.º de nuevos patrocinadores/partners	Comercialización		•			•
81	Porcentaje de patrocinadores o partners que repiten	Comercialización		•			•
82	N.º de proyectos en el exterior	Comercialización	•	•	•		•
83	N.º total de eventos de público celebrados al año	Necesidades y expectativas de las partes interesadas		•	•		•
84	Media del ratio de ocupación de pabellones al año	Producción presencial de ferias/eventos: preparación, celebración y desmontaje		•			•
85	Índice de rotación de pabellones al año	Producción presencial de ferias/eventos: preparación, celebración y desmontaje	•	•			•
86	Beneficio medio por evento	Comercialización	•				•
87	Porcentaje de ferias que cumplen o superan el presupuesto	Definición estratégica de la feria/evento, seguimiento y lanzamiento de la feria/ evento	•	•			•
88	Incremento del precio medio de venta con respecto al año anterior (%)	Definición estratégica de la feria/evento, seguimiento y lanzamiento de la feria/ evento	•	•			•
89	Incremento de la facturación de patrocinios con respecto al año anterior (%)	Comercialización	•	•			•

(Continúa)

Cuadro de mando integral de indicadores de 2024 (continuación)

N.º	Indicador	Proceso	Tipologías de indicadores del cuadro de mando integral				
			Clave (estrategia)	Procesos	Cultura	Sostenibilidad	Negocio
90	Incremento de la facturación de servicios con respecto al año anterior (%)	Comercialización	•	•			•
91	Incremento de la facturación de eventos externos con respecto al año anterior (%)	Comercialización	•	•			•
92	Incremento de la facturación global con respecto al año anterior (%)	Gestión económico-financiera Planificación estratégica	•	•	•		•
93	Incremento de los ingresos por conciertos, festivales y espectáculos (%)	Gestión económico-financiera Planificación estratégica	•	•			•
94	Incremento de los ingresos digitales (%)	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	Grado de cumplimiento de hitos en la implantación del sistema de control interno	Secretaría general	•	•		•	
TEMP	N.º de acciones implantadas de comunicación interna	Gestión de personas	•	•	•	•	
TEMP	N.º de nuevas tareas gestionadas por la UAN	Definición estratégica de la feria/evento, seguimiento y lanzamiento de la feria/evento	•	•			•
TEMP	Herramienta de PBI con datos financieros	Gestión económico-financiera	•	•			•
TEMP	Reducción del n.º de incidencias en Servifema	Gestión de sugerencias, quejas y reclamaciones	•	•			•
TEMP	N.º de nuevas delegaciones internacionales creadas	Comercialización	•				•
TEMP	N.º de mercados de la campaña Only in Madrid		•				
TEMP	Reducción del n.º de horas/hombre destinadas al marcaje de pabellones	Producción presencial de ferias/eventos: preparación, celebración y desmontaje	•	•		•	•
TEMP	Porcentaje de ferias/eventos incluidos en el CRM	Definición estratégica de la feria/evento, seguimiento y lanzamiento de la feria/evento Comercialización	•	•			•
TEMP	Tramitación del plan especial de reordenación urbanística		•				•
TEMP	Elaboración de un proyecto ejecutivo y solicitud de licencias/permisos		•				•

(Continúa)

N.º	Indicador	Proceso	Tipologías de indicadores del cuadro de mando integral				
			Clave (estrategia)	Procesos	Cultura	Sostenibilidad	Negocio
TEMP	Creación del equipo de Fórmula 1		•				•
TEMP	Incremento del nivel de satisfacción con la restauración	Experiencia de cliente	•				•
TEMP	N.º de eventos propios con cálculo de la huella de carbono (alcances 1-2-3)	Sostenibilidad de eventos	•		•	•	•
TEMP	N.º de acciones implantadas para impulsar la diversidad e inclusión	Sostenibilidad de eventos	•		•	•	
TEMP	Porcentaje de informes de activación PAU con el nuevo modelo propuesto	Autoprotección	•	•		•	

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: <ul style="list-style-type: none"> 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, 1.4 y 1.5: páginas 7-13 Anexos 1, 2, 3, 4 y 5: páginas 143-165
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 13-17 Anexo 6: páginas 166-172
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 13-17 Anexo 5: páginas 154-165

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	Punto 2.1: páginas 21-29
	Procedimientos de evaluación o certificación ambiental.	GRI 2-23: Compromisos y políticas Ley 26/2007 de Responsabilidad Medioambiental (si aplica)	Anexo 3: páginas 148-150
	Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales.		
	Aplicación del principio de precaución.		
Contaminación	Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales.		
	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 30-32
Economía circular y prevención 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 33-38
	Acciones para combatir el desperdicio de alimentos.	GRI 3-3: Gestión de los temas materiales	Punto 2.3: páginas 33-38
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 39-44
	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	
Cambio climático	Uso de energías renovables.	GRI 302-1: Consumo de energía dentro de la organización	
	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 45-50
	Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático.	GRI 3-3: Gestión de los temas materiales	Punto 2.5: páginas 45-50
	Metas de reducción establecidas voluntariamente.	GRI 3-3: Gestión de los temas materiales	Punto 2.5: páginas 45-50
Protección de la biodiversidad	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad.	GRI 3-3: Gestión de los temas materiales	Punto 2.6: página 51
	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 55-68	
	Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo.		Punto 3.1: páginas 55-68	
	Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial por sexo, edad y categoría profesional.	GRI 2-7: Empleados	Punto 3.1: páginas 55-68	
	Número de despidos por sexo, edad y categoría profesional.	Marco interno: información cuantitativa obtenida de los expedientes personales	Punto 3.1: páginas 55-68	
	Brecha salarial.	Marco interno: el cálculo se ha realizado con la siguiente fórmula: (salario medio de mujeres - salario medio de hombres) / salario de medio de mujeres	Punto 3.1: páginas 55-68	
	Remuneración media por sexo, edad y categoría profesional.	Marco interno: remuneración media (incluye la retribución total del año, el 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 55-68	
	Remuneración media de los consejeros por sexo.		-	No hay consejeros.
	Remuneración media de los directivos por sexo.		Punto 3.1: páginas 55-68	
	Implantación de políticas de desconexión laboral.	GRI 3-3: Gestión de los temas materiales	Punto 3.1: páginas 55-68	
Organización del trabajo	Empleados con discapacidad.	Marco interno: información cuantitativa obtenida de los expedientes personales	Punto 3.1: páginas 55-68	
	Organización del tiempo de trabajo.	GRI 3-3: Gestión de los temas materiales	Punto 3.2: páginas 69-70	
	Número de horas de absentismo.	Marco interno: información cuantitativa obtenida de la herramienta gestor de presencia Soft Machine	Punto 3.2: páginas 69-70	
	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 69-70	

(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 70-71
	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 pérdidas x 1.000.000 / n.º de horas trabajadas (excluyendo los accidentes <i>in itinere</i>)	Punto 3.3: páginas 70-71
Relaciones sociales	Organización del diálogo social.	GRI 3-3: Gestión de los temas materiales	Punto 3.4: página 71
	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: página 71
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 71-73
	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 73-74	
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 74-77
	Planes de igualdad, 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 la 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 81-82	
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 81-82	
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 81-82	
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 81-82	

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 85-86	
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 85-86	
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	Marco interno: información cuantitativa extraída de la herramienta SAP	Punto 5: páginas 85-86	

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 89-116	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 los años 2024 y 2023, no se ha medido el impacto de nuestra actividad en el PIB de Madrid, ya que se ha decidido realizar en el año 2025.
	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 117-140	
	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 117-140	
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	Punto 6.2: página 117	
	Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.	GRI 2-24: Incorporación de los compromisos y políticas		
	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 89-116	
	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 89-116	
	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 89-116	

(Continúa)

Información sobre la sociedad (continuación)

Ámbitos	Marco de reporting	Referencia	Comentarios/ Razón de la omisión	
Información fiscal	Beneficios obtenidos país por país.	Punto 6.4: página 140		
	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
Dirección de Comunicación
y Relaciones Institucionales
Dirección de Marketing

Maquetación
www.cegeglobal.com

© IFEMA MADRID

**Siente la
inspiración.**

Recinto Ferial
Avenida del Partenón, 5
Madrid. España

ifema.es

