Promoviendo la sostenibilidad

Incorporando la sostenibilidad dentro de nuestras marcas – página 16

Multiplicando nuestros impactos positivos – página 28

Avanzando cada vez más rápido al carbono y residuos líquidos cero – Página 06

Nuestros eventos sostenibles – Página 40

Cultura compartida de nuestros colegas – página 46

Informe de Sostenibilidad de Informa **2023**

informa

Introducción a Informa

Estamos aquí para apoyar al especialista, conectando a personas con conocimiento para ayudarlas a aprender más, saber más y hacer más.

Presentamos:

Contenido especializado. Eventos inteligentes. Servicios de conocimiento académico. Datos de clientes propios. Servicios de comprador y descubrimiento de productos. Plataformas de networking y alianzas. Servicios de encuesta abierta. Encuesta y datos de especialistas. Servicios de desarrollo de público. Aprendizaje avanzado. Entrenamientos registrados. Generación de demanda digital

Para especialistas en mercados y categorías, incluso:

Biotecnología y Farmacéutica, Salud y Nutrición, Inteligencia Artificial, Medicina y Salud, Finanzas, Servicios de Alimentación, Educación, Rótulos y Embalajes, Belleza, Psicología.

Vea nuestro Informe Anual

Ranking ESG 2023 de Informa

MSCI

AAA

Líder:
AAA y AA;
Mediano:
A, BBB y BB;
Bajo desempeño:
B y CCC

SUSTAINALYTICS

10.2

Nivel de riesgo:
0-10 = Insignificante
10-20 = Bajo
20-30 = Mediano
30-40 = Alto
40+ = Grave

ISS ESG

90%

Porcentual del sector

Member of
Dow Jones Sustainability Indices
Powered by the S&P Global CSA

99%

Porcentual del sector

Sustainability Yearbook Member

S&P Global Corporate Sustainability Assessment (CSA) Score 2023

S&P Global CSA Score 2023: 65/100
Score date: February 7, 2024
The S&P Global Corporate Sustainability Assessment (CSA) Score is the S&P Global ESG Score without the inclusion of any modelling approaches. Position and scores are industry specific and reflect exclusion screening criteria. Learn more at https://www.spglobal.com/esg/csa/yearbook/methodology/

CDP
DISCLOSURE INSIGHT ACTION

B

Puntuación A – F

Nuestras Divisiones

informa connect

Eventos B2B presenciales y bajo demanda orientados por contenido
Ofrece eventos presenciales y por demanda, contenido digital y datos de marca, orientados por contenido, permitiendo conexiones y compartimiento de conocimiento durante todo el año.

informa markets

Eventos B2B en vivo y por demanda liderados por transacciones
Crea oportunidades para que empresas del mundo entero se conecten, aprendan y negocien. Atendemos mercados especializados por medio de contenido y datos digitales especializados, además de eventos B2B liderados por transacciones presenciales y por demanda.

informa tech

Servicios digitales B2B
Suministramos conocimiento y conexiones entregadas por medio de investigaciones especializadas, datos B2B, acceso al mercado y generación de demanda, además de eventos B2B presenciales y bajo demanda.

Taylor & Francis

Investigación académica especializada, aprendizaje avanzado e investigación abierta
Ayuda a las comunidades académicas y de investigación a descubrir, aprender y promover nuevos avances.

Seleccionamos y publicamos investigaciones de alta calidad, revisadas por pares, conectando a especialistas al conocimiento que los ayuda a aprender más e impulsa el progreso en su campo de estudio y en la sociedad en general.

Nuestras divisiones son consolidadas por:

Suporte Global

Esta área de nuestro negocio ofrece soporte a cada división operativa y abarca las funciones del Grupo Informa y las Operaciones del Grupo.

Declaración del Presidente

Progreso continuo

Seguimos haciendo grandes progresos en la sostenibilidad. Desde la reducción de nuestras emisiones de carbono y la involucración con parceiros, hasta la contribución de valor para grupos comunitarios y el compartimiento de conocimiento sobre sostenibilidad, es óptimo ver nuestros esfuerzos siendo apoyados por compañes, reconocidos por parceiros y reflejando positivamente clasificaciones de rankings e índices de ESG.

John Rishton
Presidente

Aunque algunos elementos principales del FasterForward se hayan pausado durante la pandemia debido a la falta de eventos presenciales, nuestro programa de sostenibilidad está ahora a todo vapor con el retorno de eventos presenciales en el mundo entero y, como describimos en este informe, estamos haciendo un óptimo progreso.

Para mí, el progreso más emocionante en 2023 es la adopción creciente de prácticas más sostenibles en todo el sector de eventos.

Estamos compartiendo nuestros programas locales de forma proactiva con la industria, incluso Fundamentals y Better Stands, porque creemos que es esencial que progresemos juntos y compartamos para el bien de todos. La alianza y la colaboración son la única manera de tener éxito en la sostenibilidad. Y el éxito en la sostenibilidad es esencial para los negocios, para la sociedad y para el planeta.

Liderado por la Sustainability Inside

Nuestra capacidad de reunir conocimientos especializados con un público interesado, involucrado y responsable en exposiciones, eventos y publicaciones académicas es, sin duda, el mayor impacto que podemos tener en el mundo. Suministramos una plataforma para llegar a públicos que pueden influenciar el abordaje adoptado por los sectores y la importancia de esa función no se debe subestimar.

Gobernación cuidadosa para orientar nuestro abordaje

Durante mis visitas a distintas oficinas y eventos globales de Informa, la sostenibilidad es siempre un tema para conversar. El Consejo tuvo dos presentaciones formales relacionadas a la sostenibilidad en 2023, cubriendo nuestro progreso en FasterForward y Fundamentals, y un análisis profundizado en Better Stands. Espero que este compromiso sólo crezca en el futuro.

El cumplimiento de las metas de sostenibilidad, incluso eventos que se comprometen y progresan a través del programa Fundamentals, forma parte de la remuneración de la alta administración.

Eso es esencial para alcanzar nuestras ambiciones, aunque tengamos que tener cuidado para que no se transforme en sólo un ejercicio de marcar la caja. Se trata de asumir e incorporar cambios positivos, y tengo gran confianza en nuestro equipo para seguir promoviendo los comportamientos ideales en todo lo que hacemos a medida que expandimos a nuevos eventos y llegamos a nuevos colegas.

Progresando en metas FasterForward

Nuestras metas FasterForward son deliberadamente desafiadoras. El mundo no tiene el lujo del tiempo, por eso estamos todos en una corrida para encontrar soluciones sostenibles, considerando las consecuencias potencialmente irreversibles del fracaso.

Tener el abordaje correcto es crucial.

Creo que la mejora continua y un movimiento constante en la dirección correcta son mucho más importantes que buscar soluciones perfectas inmediatas. Para Informa, tengo confianza de que, con nuestra amplia experiencia, podemos seguir navegando hasta por los problemas más desafiadores y aprovechar nuestro impulso en 2024.

Conversación con el Director Ejecutivo del Grupo

P & R con Stephen A. Carter y Ben Wielgus

> En Informa, tenemos la suerte de beneficiarnos de un fuerte sentido de comunidad y cultura para orientar las decisiones.

Stephen A. Carter
Jefe Ejecutivo del Grupo

Ben Wielgus
Jefe de Sostenibilidad

B.W. Ya hablamos antes sobre el papel de la sostenibilidad en Informa. En 2024, ¿cómo usted ve la sostenibilidad – un factor de higiene? ¿Un diferencial competitivo?¿Una responsabilidad colectiva?

S.C. Es definitivamente una responsabilidad colectiva.

Claro que, hasta cierto punto, las personas pueden considerarlo como un "factor de higiene" debido a la asociación con requisitos reglamentarios y, en parte, puede ser un diferencial competitivo, si usted tiene éxito en eso. Pero para Informa es una responsabilidad colectiva porque hicimos con que sea central para nuestro propósito y en nuestra forma de operar. Los colegas de Informa incorporan la sostenibilidad en sus tomas de decisión. Eso forma parte de la administración de una empresa de éxito y es parte de quien somos.

Administrar una empresa significa tener un plan operativo coherente para los próximos tres años y tener una perspectiva estratégica para los próximos cinco años.

También precisamos aplicar ese pensamiento a la sostenibilidad. En cinco años, el mundo puede estar en un lugar muy distinto en lo que se refiere a este tema y precisamos estar preparados. En 2029, le golpearemos la puerta a las metas de 2030.

Hay una necesidad de rapidez y adaptación para enfrentar esos desafíos de sostenibilidad, y la forma como abordamos eso, como incorporamos la sostenibilidad en nuestros negocios, definirá nuestro éxito.

B.W. Cree usted que el progreso en la sostenibilidad está siendo rápido lo suficiente para enfrentar la crisis climática?

S.C. Los hechos tratan sobre la existencia de la crisis climática y eso, por si sólo, puede llevar a un comprensible sentimiento de pánico. El problema del pánico es que no es productivo. Eso no quiere decir que no debamos movernos en un ritmo acelerado, sino que debemos ser urgentes y determinados, sin perder el foco.

En Informa, tenemos una buena tendencia para la acción. Entonces, la pregunta es: ¿cómo usted puede implantar esa práctica para la acción de una forma que sea proporcional y urgente?

Creo que hicimos un buen trabajo de concientización y comprensión de los puntos de sostenibilidad dentro de la empresa y en todos nuestros sectores. Hicimos un buen trabajo al hacer con que las personas reconocieran la importancia de esas cuestiones. Ahora, es una cuestión de implementación. Eso significa hacer elecciones y establecer prioridades. No es una tarea fácil, pero estamos caminando para eso conscientemente.

B.W. Eso me lleva a mi próxima pregunta. Hay un impulso en toda la empresa en la implementación de programas de sostenibilidad. Tenemos una meta ambiciosa de abarcar 500 eventos en los Fundamentos de Eventos Sostenibles hasta fines de 2026. Eso es realmente positivo, pero exige un gran compromiso y un alcance realista los próximos años. ¿Cuál es su consejo a los colegas al intentar priorizar objetivos comerciales y de sostenibilidad?

S.C. Ambos requieren una aportación consciente. Tenemos que mantener el foco en la productividad y en el desempeño, mientras hacemos algunas cosas de otra forma. Si usted mantiene su ganancia, podrá tomar decisiones mejores y más consecuentes sobre cuestiones de sostenibilidad y ayudar al sector en esto también.

En esa perspectiva, se trata de hacer lo que es correcto, hasta cuando nadie lo está viendo. Es realmente una cuestión de cultura y valores, y en Informa tenemos la suerte de beneficiarnos de un fuerte sentido de comunidad y cultura para orientar las decisiones.

B.W. Con relación a la cultura, Informa está creciendo en ritmo acelerado por medio de un crecimiento orgánico y adquisiciones. ¿Qué papel está desempeñando FasterForward en la integración de esos nuevos negocios en nuestra cultura?

S.C. Esa es una cuestión interesante y creo que una de las maneras más claras es que, como una empresa conocida por nuestras perspectivas de sostenibilidad, muchos de los que se unen están ansiosos para empezar nuestros programas e iniciativas. Tenemos la infraestructura existente para permitir un progreso mayor que al que capaz que algunos ya hayan tenido acceso antes.

Otro ángulo sobre eso es como las perspectivas externas y las distintas perspectivas en el alrededor del mundo ven la sostenibilidad, a medida que crecemos globalmente. Obviamente, hay muchas maneras como las personas en distintos países piensan sobre la sostenibilidad. Pero no creo que eso signifique que estemos muy distantes en los problemas principales.

Nuestra función de facilitador, convocador y capacitador está profundamente enraizada en nuestro modelo de negocios como editorial y organizadora de eventos. Creamos plataformas para los otros. Nuestros clientes vienen primero, no nosotros. Debemos proporcionar un espacio imparcial para que las personas se reúnan y conversen sin que les impongamos nuestros valores a ellas.

En Informa, nunca llegaríamos a nuevos lugares, ya sean ellos empresas o países, y simplemente diríamos "bueno, es así que hacemos las cosas". Precisamos siempre demostrar un alto grado de adaptabilidad cultural, ser flexibles y encontrar puntos de propósito compartido.

Creo que por eso Fundamentals, nuestro abordaje para mejorar la sostenibilidad de eventos, está teniendo una aceptación de forma tan amplia. Ellos permiten que todos los colegas trabajen hacia las mismas metas generales de sostenibilidad, al mismo tiempo que permiten la elección de como cada marca llega allá, apoyada por conocimiento y orientación centrales.

B.W. ¿En qué usted cree que los colegas deben realmente concentrarse en 2024 en la sostenibilidad?

S.C. Mencioné la implementación anteriormente. Creo que estamos en un punto en que se trata de juntar todos los detalles, como un buen especialista. Y los colegas son expertos en la mejor receta para la implementación en sus productos, para sus mercados.

También creo que si usted mide e inspecciona algo con regularidad y rigor, el progreso viene. Los programas Fundamentals y Better Stands son excelentes ejemplos de eso.

Fundamentals son una herramienta para que los equipos perfeccionen sus eventos y mejoren la involucración del cliente en este ciclo de eventos, orientando las decisiones al comienzo del proceso. No se trata apenas de un informe, sino de una lente para analizar nuestros productos y hacer con que sean los mejores.

Claro que los informes y análisis nos ayudan a aprender y pasar al próximo ciclo de eventos. Los clubes de fútbol siguen centenas de métricas distintas sobre su equipo y sus jugadores, no apenas quien hizo un gol. Eso mejoró el juego. Por medio de la inspección e informes vamos a seguir mejorando nuestro juego.

FASTER FORWARD

Richard Menzies-Gow
Diretor de RI e Comunicações,
Informa Group, Londres

Siguiendo nuestro progreso hacia un negocio más sostenible

Como líder en eventos B2B presenciales y Bajo Demanda y publicaciones académicas, reconocemos y asumimos nuestra responsabilidad de también ser líder en cuestiones de sostenibilidad en nuestros sectores. Lo que es más importante aún, lo vemos como una oportunidad de crear valor y, al mismo tiempo, apoyar el desarrollo de la industria en general, abriendo nuestro conocimiento en áreas como Eventos con Emisión de Carbono Cero y Better Stands.

Abordamos cuestiones relevantes de sostenibilidad a través de nuestro programa FasterForward, junto con los principales compromisos e iniciativas del grupo, como nuestra propuesta de valor para colegas, Life@Informa; actividades de conformidad (por ejemplo, privacidad de datosy gestión de salud y seguridad. Nuestras mediciones e informes de puntos de sostenibilidad se siguen expandiendo para atender las expectativas de las partes interesadas y los requisitos regulatorios, como TCFD y CSRD. Este informe resume nuestras acciones y progreso en esas cuestiones, con más informaciones disponibles en www.informa.com/sustainability.

Cuando lanzamos el FasterForward en 2020, establecimos algunas metas desafiadoras y los obstáculos de la pandemia global seguramente agravaron eso, debido a la incapacidad de realizar eventos presenciales por varios años. Sin embargo, tenemos orgullo de nuestro progreso hasta este momento y seguimos ampliando nuestra inversión. Fuimos una de las primeras empresas de nuestro sector que estableció una meta de reducción de emisiones con base científica y que nos comprometimos públicamente a enfrentar los principales desafíos, como la reducción de residuos de las cadenas de suministro de nuestros eventos.

Los últimos tres años, nuestro compromiso e inversión nos permitieron incorporar una cultura de sostenibilidad en toda Informa. Creamos oportunidades de negocios a partir de la involucración con los clientes en contenido de sostenibilidad, atrajimos talentos con base en nuestra estrategia y compromiso claros y creamos conexiones para centenas de miles de personas desconectadas por medio de nuestros productos, además de apoyar empleos y puestos de trabajo en nuestras ciudades sede de eventos.

Específicamente en 2023, el impacto de nuestro programa Fundamentals de eventos sostenibles fue reconocido por medio de varios premios y mantuvimos nuestro compromiso de invertir en electricidad renovable en nuestras oficinas y eventos. También ampliamos los programas existentes para combatir el desperdicio, apoyar la diversidad, la equidad y la inclusión y medir los impactos en toda la ciudad.

La falta de eventos presenciales durante el período de la Covid-19 atrasó la implementación de algunas iniciativas, como Better Stands y pilotos comerciales de eventos neutros en carbono, pero ahora estamos duplicando el ritmo en esas áreas para recuperar el atraso, reclutando aliados dentro del sector para ayudar a acelerar el progreso de una forma más amplia.

Uno de los puntos fuertes de Informa es la capacidad de estar siempre en movimiento, está siempre buscando oportunidades de crecimiento futuro. A medida que expandimos nuestro portfolio por medio de nuevos lanzamientos y adquisiciones, incluso Tarsus y Winsight, eso aumenta nuestras metas de reducción de emisiones y residuos de alcance 3, pero también ofrece la oportunidad de influenciar un alcance mayor de la cadena de suministros. Y aunque la desinversión de nuestro negocio Informa Intelligence en 2022 haya removido una serie de productos digitales en los cuales incorporamos la capacidad de conectar efectivamente a personas desconectadas, estamos encontrando nuevas maneras de alcanzar esa meta por medio de nuestros otros productos, con foco en conexiones más profundas y significativas para un grupo más diversificado. Este año fue un paso positivo más hacia nuestras metas de sostenibilidad, y eso tiene reflejos en el fuerte reconocimiento que seguimos recibiendo por medio de clasificaciones e índices independientes de ESG. Todavía hay mucho trabajo que hacer, pero confío en nuestra capacidad de incorporar prácticas sostenibles cada vez más grandes en nuestros negocios e influenciar positivamente a nuestros sectores de forma más amplia.

Un resumen de las iniciativas para abordar nuestras metas FasterForward

Lea más sobre nuestras iniciativas aquí

FASTER TO ZERO

Nos estamos moviendo más rápido para transformarnos en una empresa con cero desperdicio y cero carbono líquido.

Para ayudar a enfrentar los desafíos urgentes de un mundo en transformación, estamos actuando más rápido para reducir nuestra pegada de carbono y residuos, con el objetivo de transformarnos en una empresa con cero residuos y cero carbono líquido hasta 2030.

Siempre que es posible, también ayudamos activamente a nuestros aliados, clientes y mercados más amplios para que hagan lo mismo.

Nuestros compromisos

1. Pasar a ser neutro en carbono como empresa y en todos nuestros productos hasta 2025
   > **Vea más en las páginas 06-11**

2. Reducir a la mitad los residuos generados a través de nuestros productos y eventos hasta 2025
   > **Vea más en las páginas 12-15**

3. Pasar a ser zero waste y zero carbon líquido hasta 2030 o antes
   > **Vea más en las páginas 06-15**

SUSTAINABILITY INSIDE

Incorporar la sostenibilidad dentro de cada una de nuestras marcas para ayudar a nuestros clientes a acelerar el desarrollo sostenible en sus mercados especializados.

Informa existe para conectar a las personas con el conocimiento, y nuestro mayor impacto en el mundo es a través del contenido y de las conexiones que ofrecemos a nuestros clientes.

Para ayudar a nuestros clientes a ir más rápido y acelerar el progreso sostenible de los mercados especializados que atendemos, estamos incorporando contenido de sostenibilidad relevante en cada una de nuestras marcas.

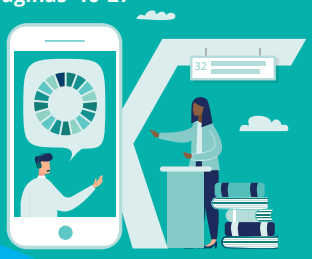
Ya sea por medio de eventos, inteligencia, investigación o entrenamiento, les proporcionamos a nuestros clientes el contenido

y las conexiones que pueden impulsar un futuro más sostenible para sus mercados especializados.

Nuestros compromisos

4. Incorporar la sostenibilidad en un 100% de nuestras marcas hasta 2025
   > **Vea más en las páginas 16-27**

5. Ayudar y promover la realización de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU por medio de nuestras marcas
   > **Vea más en las páginas 16-27**



IMPACT MULTIPLIER

Multiplicar el impacto positivo que podemos crear cuando mejoramos el acceso al conocimiento, ayudar a las personas a conectarse de forma más eficiente e invertir en nuestras comunidades.

A través del contenido que proporcionamos, podemos ayudar a conectar e informar a aquellos que luchan para tener acceso a conocimiento y redes.

Cuando ellos se conectan en nuestros eventos y online, podemos ayudar a los clientes a ser aún más inteligentes y eficientes con su tiempo y viajes.

Cuando trabajamos en una comunidad local o especializada, podemos hacer alianzas con ellos e invertir de tal forma a ayudarlos a que tengan éxito y, a su vez, crear impactos más positivos.

Nuestros Compromisos

6. Permitir que un millón de personas desconectadas tengan acceso a redes y conocimiento hasta 2025
   > **Vea más en las páginas 28-31**

7. Contribuir con US$ 5 mil millones por año en valor para nuestras ciudades sede hasta 2025
   > **Vea más en las páginas 32-33**

8. Contribuir con la suma de por lo menos el 1% de la ganancia antes de los impuestos para grupos comunitarios hasta 2025
   > **Vea más en las páginas 34-37**

9. Reducir la pegada de carbono de nuestros clientes más que lo que emitimos como empresa hasta 2025.
   > **Vea más en las páginas 38-39**

FASTER TO ZERO

Guión para Net Zero

Los desafíos colocados al mundo por los cambios climáticos son serios. Hicimos grandes progresos en la reducción de nuestras emisiones y avaliar los riesgos y oportunidades de la transición a una economía de bajo carbono.

En 2019, establecimos metas científicas alineadas con la ciencia más reciente para limitar el calentamiento global a menos de 1,5°C y ellas se actualizarán en 2024 para que reflejen los cambios en nuestros negocios. También definimos dos metas adicionales relacionadas al clima como parte de nuestro programa FasterForward. Enfocamos primero en la reducción de emisiones y después también invertimos en iniciativas de reducción de carbono en la economía global para compensar nuestras fuentes aún inevitables de emisiones de carbono, que vienen principalmente de nuestra cadena de valor.

Compromisos de FasterForward

1. Transformarse en una empresa neutra en carbono y en todos nuestros productos hasta 2025
3. Transformarse en net zero carbon hasta 2030 o antes

Destaques del progreso

Excelente progreso en nuestras propias operaciones

83%

reducción en las emisiones de GEE de alcances 1 y 2 y reducción del 13% en las emisiones de alcance 3 entre 2017 y 2023 (excluyendo la reciente adquisición de Tarsus)

B

puntuación del CDP, la principal referencia mundial en cambios climáticos

85/100

puntuación obtenida en la dimensión 2023 S&P Global Corporate Sustainability Assessment

377

eventos acreditados en Programa Fundamentales de Eventos Sosteniblesntos de Eventos Sostenibles, que incluye la reducción de emisiones

Mantuvimos nuestra certificación CarbonNeutral® Company

Todos los libros y periódicos físicos de Taylor & Francis recertificados como CarbonNeutral® Publications

Decenas de eventos están trabajando en la certificación CarbonNeutral® Event

Uso de electricidad renovable para el 95% de las oficinas por consumo y el 86% de los eventos por los participantes*

650+

organizaciones de eventos adhirieron ahora a la Iniciativa de Eventos Net Zero Carbon, que ayudamos a fundar en 2021

Próximos pasos

- Publicar un plan de transición net zero actualizado y más detallado
- Revisar nuestras líneas de base y metas con base en la ciencia para incorporar a Tarsus
- Medición completa de las emisiones de todos nuestros productos digitales
- Seguir expandiendo nuestra gama de productos neutros en carbono
- Seguir interactuando con los proveedores para medir y reducir las emisiones
- Colaborar con colegas para entregar la Iniciativa de Eventos Net Zero Carbon

* Excluyendo eventos recién adquiridos de Tarsus y de Winsight

Fuerte progreso con relación a nuestras metas climáticas

Cumplir metas con base en la ciencia

Meta	Progresso	Meta ano
55% reducción de las emisiones de alcance 1 y 2	83%* reducción alcanzada	2030
20% reducción en las emisiones de alcance 3	13%* reducción alcanzada	

* Excluyendo la adquisición reciente

Lanzamiento de FasterForward

Empresa CarbonNeutral®	100% alcanzado	2025
Publicaciones T&F físicas CarbonNeutral	100% alcanzado	
Eventos CarbonNeutral®	3 eventos en caminos de ser certi icados en 2023 y decenas explotando la certi icación	
Productos digitales neutros en carbono	Medición mejorada a través del DIMPACT	
Net zero	Desarrollar un plan de transición net zero más detallado	2030

Reducir las emisiones de alcance 1 y 2

Programas clave 2018-2023	Programas clave 2024-2025
– Adquirimos electricidad renovable para más del 95% de las o icinas desde 2019. – Espacio consolidado para o icinas. – Adquirió compensaciones de carbono certi icadas y de alta calidad.	– Seguir migrando a la electricidad renovable en las o icinas y reducir el consumo de combustible de los generadores. – Seguir adquiriendo compensaciones certi icadas.

Reducir las emisiones de alcance 3

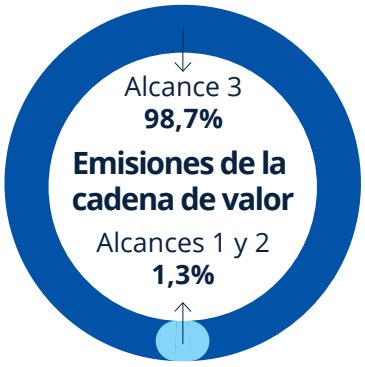
– Lanzamos los programas Fundamentals, Accelerator y Better Stands para reducir las emisiones de nuestros eventos. – T&F se expandió a publicaciones digitales e impresión bajo demanda.	– Seguir implementando nuestros principales programas en nuestros eventos. Involucrarse con nuestra cadena de suministros. – Desarrollar una meta net zero con base en la ciencia de largo plazo y un plan de transición net zero.

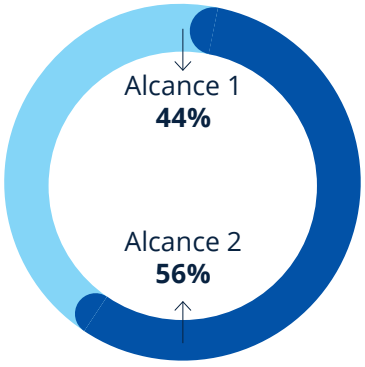
El papel de las compensaciones

Cuando se trata de nuestro programa Faster to Zero, nuestro foco es reducir las emisiones de nuestros negocios y productos. Pero es difícil reducir algunas emisiones – en particular, las emisiones en nuestras cadenas de suministros, donde tenemos influencia limitada, como las elecciones que hacen los expositores para enviar mercaderías y construir ciertos tipos de estands. Aunque sigamos apoyando a nuestros aliados de la cadena de valor en la descarbonización, sabemos que eso lleva tiempo. Para ayudar a mitigar esas emisiones, compramos compensaciones de alta calidad certificadas por terceros, que también suministran cobeneficios sociales o ambientales a las comunidades locales.

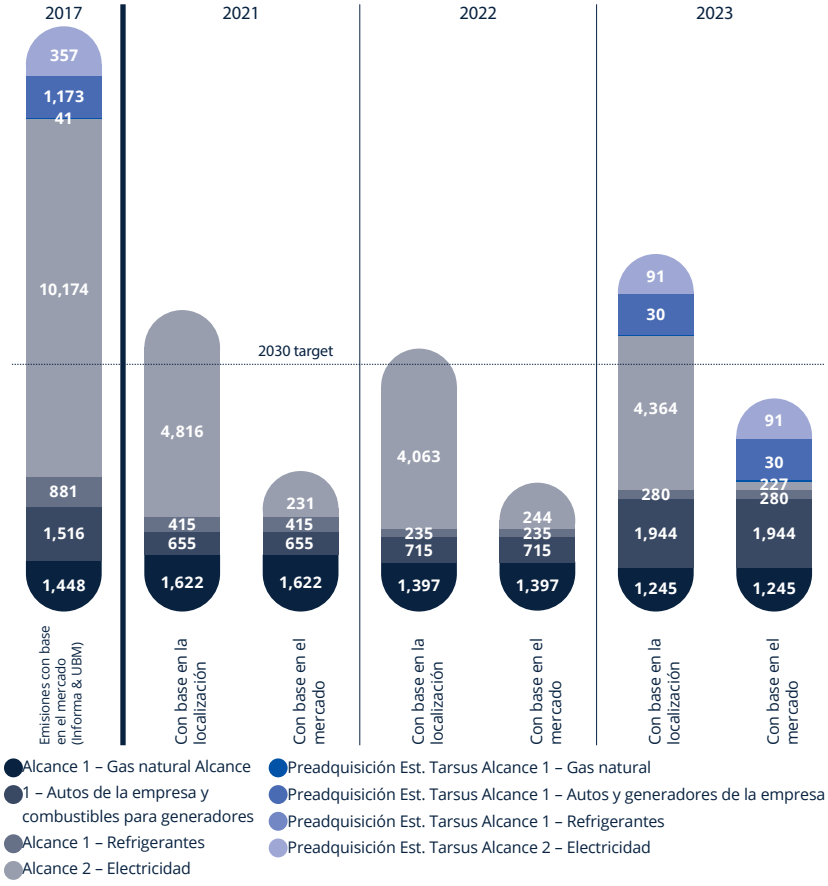
Reducción de las emisiones de carbono

Perfil de emisiones





Cambio en nuestras emisiones de alcance 1 y 2 a lo largo del tiempo (tCO_2e)



Nota: Los datos de 2023 incluyen las emisiones de Tarsus a partir de la fecha de adquisición. Las emisiones de 2017 de Tarsus y las emisiones de 2023 antes de la adquisición se agregaron al gráfico para comparabilidad. Los datos de emisiones usados para nuestra meta con base en la ciencia se relatan en:

informa.com/sustainability/sustainability-reports/sustainability-kpis-summary/

* Las emisiones con base en el mercado toman en cuenta la compra de electricidad renovable

Nuestro objetivo es reducir nuestras emisiones de alcances 1 y 2 en un 55% y nuestras emisiones de alcance 3 en un 20% hasta 2030, a partir de una línea de base de 2017. Eso está aprobado por la Science Based Targets Initiative, de acuerdo con la limitación del calentamiento global a menos de 1,5°C. Estamos explotando la viabilidad de establecer una meta de Net Zero con Base en la Ciencia, con las directrices preliminares del VCMI siendo un escalón para llegar al net zero en 2030 por medio de reducciones y compensaciones.

CDP DISCLOSURE INSIGHT ACTION

2023 CDP puntuación de B

CERTIFIED CARBON NEUTRAL® company

Empresa CarbonNeutral® certificada

CERTIFIED CARBON NEUTRAL® publication

Publicaciones CarbonNeutral® certificadas para todos los libros y periódicos físicos de T&F

95%

de la electricidad de nuestras oficinas vino de fuentes renovables

4

de nuestras principales oficinas tienen una certificación verde (BREEAM o LEED), representando el 25% de los colegas de la oficina

98%

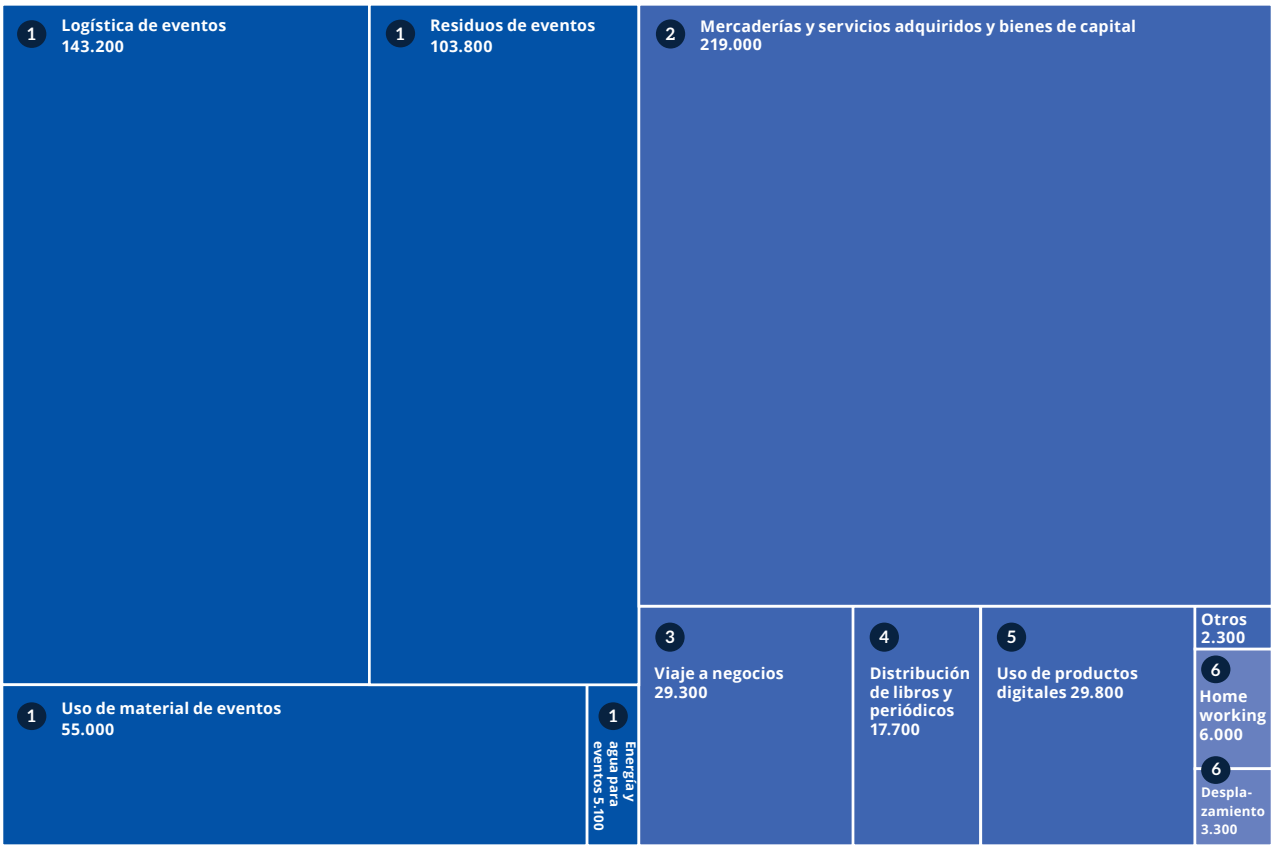
de papel certificado como de origen sostenible

86%

de los participantes fue a un evento impulsado por electricidad renovable en 2023*

* excluyendo adquisiciones recientes de Tarsus y de Winsight

Detalle de nuestras emisiones de alcance 3 de 2023 relacionadas a nuestras metas con base en ciencia (tCO_2e)



Ejemplos de algunos de nuestros programas de reducción de carbono

1 Reducción de emisiones en eventos
Nuestro sistema de gestión de eventos sostenibles está ayudando a reducir, en nuestros eventos, su pegada de carbono, incluso el cambio a electricidad renovable; incentivar a los proveedores a que sean más eficientes en cuestiones como logística; eliminar estands desechables; y reducir el desperdicio.

2 Mercaderías y servicios adquiridos y bienes de capital
Estamos trabajando con nuestros equipos de compras y operaciones para involucrarnos con nuestros principales proveedores para medir nuestras emisiones de la cadena de suministros con más precisión, incluso programas para compartir nuestro conocimiento con locales, Gráficas y otros contratados sobre sostenibilidad. Les pedimos a nuestros proveedores que se unan a nosotros en el cambio a la energía renovable y en la reducción del carbono, de acuerdo con programas como la Iniciativa de Eventos Net Zero Carbon.

3 Viaje a negocios
Estamos incentivando viajes eficientes para nuestros colegas. Estamos trabajando con aliados de viaje para incentivar opciones de hoteles y viajes más sostenibles. Todas las emisiones de nuestros viajes se compensan con créditos de carbono certificados y de alta calidad.

4 Distribución de libros y periódicos
Seguimos cambiando a publicaciones digitales en respuesta a la demanda de los clientes. El movimiento hacia la impresión bajo demanda, más cerca de los mercados de los clientes, también nos ayuda a reducir el desperdicio y las emisiones de carbono de la impresión, almacenamiento y envío de nuestros productos.

5 Distribución y consumo de productos digitales por parte del cliente
Informa es miembro fundador de DIMPACT, una colaboración entre científicos de la Universidad de Bristol y grandes empresas de media, con el objetivo de ayudar a la industria a entender y gestionar las emisiones de carbono de contenido digital (consulte la página 10).

6 Desplazamiento de funcionarios y trabajo en casa
Desde que adoptamos un modelo de trabajo equilibrado, nuestras emisiones de desplazamiento disminuyeron a medida que los colegas van a la oficina con menos frecuencia en comparación con lo que sucedía antes de la pandemia. Sin embargo, las emisiones de trabajo en casa aumentaron. Al involucrar a colegas en puntos relacionados a los cambios climáticos, esperamos ayudarlos a reducir esas emisiones. Como parte de nuestra certificación de la empresa CarbonNeutral®, compensamos todas las emisiones del trabajo en casa. Para obtener más detalles sobre nuestros datos de emisiones de alcance 3, incluso las emisiones en el alcance de nuestras metas con base en la ciencia, consulte nuestra tabla de KPIs en:

Lea más aquí

Lea más aquí

Calculando nuestra pegada digital

Cálculos adecuadamente precisos de las emisiones de carbono son la base para hacer y relatar reducciones y seguimos evolucionando y actualizando nuestras metodologías para capturar más emisiones con más precisión.

DIMPACT es una iniciativa de la industria para medir y gestionar mejor la huella de carbono del contenido digital. No es la mayor parte de la huella de carbono de Informa, pero aún es importante que la entendamos mejor y la reduzcamos.

Taylor & Francis (T&F) hizo progresos significativos en la recolección de datos esenciales relacionados a dispositivos de usuarios y centros de datos para sus mayores productos digitales: T&F Online y T&F E-books. En comparación con los resultados de nuestro método anterior de estimativa con base en proxy, la herramienta DIMPACT, desarrollada en colaboración con investigadores y otros aliados de media, mejoró substancialmente nuestra precisión de datos y nos permite dirigir reducciones en áreas clave, trayendo a colegas de distintas partes de nuestra empresa, incluso marketing, operaciones o compras. En 2023 expandimos ese trabajo más allá de las publicaciones en eventos digitales.

Mark Roke, de nuestro equipo de Tecnología, habla sobre su involucración en la medición de la pegada de carbono de Informa a partir de contenido digital.

Mark Roke
Gerente de Producto – Eventos Digitales, Soporte Global, UK home

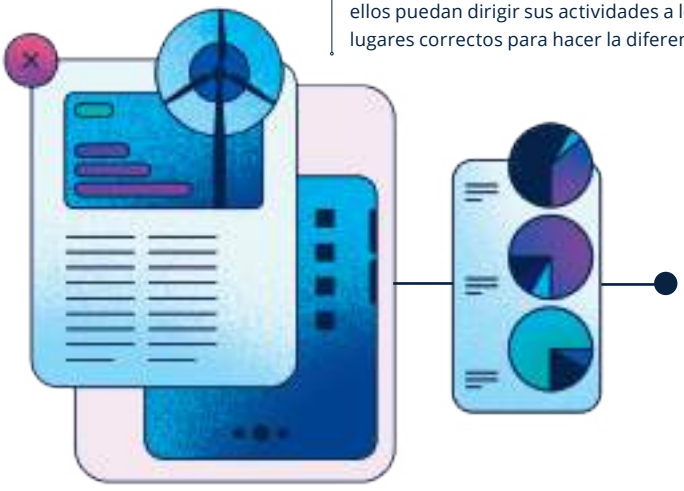
Apoyar al equipo DIMPACT está muy lejos de mi 'trabajo diario' en Servicios y Soluciones de Tecnología, pero, sin embargo, es muy importante para lo que hacemos como empresa.

Mi función era recoger datos de actividades digitales de nuestra plataforma de eventos ConnectMe y datos del Google Analytics para alimentar el modelo desarrollado por la Universidad de Bristol.

El evento que elegimos usar fue uno de los muchos eventos bajo demanda para el portfolio Greenbuild, que se dedica a la construcción sostenible, por eso no podría ser más adecuado.

Con eventos presenciales es un poco más fácil entender la cantidad de materiales y energía usados para colocar en esas ferias. Es fácil olvidarse que el tiempo consumido adelante de nuestras pantallas y nuestras actividades digitales diarias también generan emisiones de carbono a partir de la energía usada por nuestros muchos dispositivos e infraestructura de entrega de datos digitales.

Realmente me pareció que los resultados eran absolutamente fascinantes y estoy ansioso para apoyar al equipo en 2024 con la ambición de cubrir más eventos para que ellos puedan dirigir sus actividades a los lugares correctos para hacer la diferencia.



Fuerza Tarea sobre Divulgaciones Financieras Relacionadas al Clima (TCFD)

La naturaleza de la economía del conocimiento y de la información en que operamos y las acciones de mitigación que tenemos en vigor significan que nuestros riesgos de cambio climático son menores que en muchos otros sectores. La necesidad urgente de conocimiento y networking relevantes que apoyan el combate a los cambios climáticos en todos los sectores presenta oportunidades significativas de negocios y clientes. Identificamos 11 impactos climáticos en Informa y cuantificamos el valor en riesgo de los cuatro impactos más materiales en cuatro escenarios climáticos.

En 2023, actualizamos nuestro informe Impactos Climáticos (informa.com/climate impacts), así como nuestro análisis del valor en riesgo en los próximos cinco años para Informa de los cambios climáticos.

Consulte las páginas 84-87 de nuestro Informe Anual 2023

Colaboración de la industria editorial para promover cadenas de suministro de impresión sostenibles

Catherine Hodgson
Gerente de Sostenibilidad,
Taylor & Francis, UK Home

Como muchos sectores, la publicación depende mucho de relaciones complejas e interconectadas en la cadena de suministro para producir libros y periódicos y colocarlos en las manos de los lectores. Desde las fábricas de celulosa y papel hasta impresoras, proveedores de embalajes, distribuidores y minoristas, hay una comprensión creciente de por que precisamos colaborar para reducir el impacto ambiental en toda la cadena de valor en el sector editorial. Esa colaboración ya se puede ver en grupos e iniciativas intersectoriales para mejorar la disponibilidad de datos y recursos, y ayudar a los editores a construir cadenas de suministro más sostenibles.

Taylor & Francis participa de tres grupos de la industria: The Publishers Association Sustainability Taskforce, el Book Chain Project y el Book Industry Communication (BIC) Green Supply Chain Group.

Grupo de Trabajo de Sostenibilidad de la Asociación de Editores

Como miembros fundadores de la Fuerza Tarea de Sostenibilidad de la Asociación de Editores, compartimos nuestro abordaje existente para ayudar a desarrollar la primer calculadora de carbono de la industria editorial de Reino Unido. Suministrada por RISE (Research Institute of Sweden), la calculadora es gratuita para los miembros de Publishers Association. Es particularmente útil para las editoras que están empezando a medir el impacto de las emisiones de sus negocios y operaciones de la cadena de suministro. Publishers Association seguirá desarrollando la herramienta para obtener datos suficientes de los miembros para relatar las emisiones en la industria editorial de Reino Unido.

Proyecto Book Chain

El Proyecto Book Chain es un proyecto colaborativo administrado por Carnstone Consultancy, que equipa a los editores con las herramientas para tomar decisiones más informadas en su cadena de suministro: el impacto ambiental de las fábricas y existencias de papel, las empresas de impresión que usamos, así como datos sobre materiales, productos químicos y las condiciones de trabajo. Usando la base de datos Book Chain obtuvimos informaciones valiosas sobre el impacto de las emisiones de nuestras existencias de papel más usado. Un análisis preliminar del papel que usamos en nuestros periódicos reveló que algunas de las marcas de papel que usamos son el 40%-50% menos intensivas en emisiones que otras. Ese insight nos permite investigar las alternativas más adecuadas y de baja emisión para nuestras publicaciones.

Book Industry Communication (BIC) Green Supply Chain Group

A través del BIC Green Supply Chain Group, contribuimos para un informe de toda la industria que analiza como las editoras pueden reducir el desperdicio y mejorar la sostenibilidad de los libros en la fase de diseño. Los descubrimientos incluyen etapas prácticas, como: elegir fuentes que ahorran espacio y que no comprometen la legibilidad, pero que reducen el uso general de papel; imprimir de maneras que minimicen el número de páginas en blanco; y elegir papeles con menores emisiones de fábricas que sean más eficientes con el consumo de agua y usen electricidad renovable.

Reducción de desperdicios

Para alcanzar nuestros objetivos de reducir a la mitad nuestros residuos hasta 2025 y transformarnos en una empresa desperdicio cero hasta 2030, nos concentramos en la fuente más significativa de residuos en nuestras operaciones: los residuos generados en nuestros eventos, en particular de los estands de uso único de los expositores

Como una empresa con base en oficinas, los residuos de nuestras operaciones directas son pequeños e incentivamos a colegas y propietarios a reciclar. Nuestro foco está en los flujos de residuos muy grandes en nuestra cadena de suministro y productos que son más difíciles de influenciar, pero que son absolutamente esenciales para que alcancemos nuestros objetivos.

Compromisos de FasterForward

2. Reducir a la mitad los residuos generados a través de nuestros productos y eventos hasta 2025
3. Llegar a cero desperdicio hasta 2030 o antes

Destaques del progreso

Implementación de programas en marcha

377

evaluaciones de eventos sostenibles realizadas en 2023, trabajando con pabellones y proveedores para reducir el desperdicio en eventos, abordando los residuos creados por nuestras moquetas, señalización, catering y credenciales

8%

reducción de residuos de eventos por m2 desde 2019 y una reducción general del 4%, a pesar del crecimiento de nuestro negocio de eventos

Expandimos nuestro programa Better Stands a todas las divisiones y regiones para acelerar la eventual eliminación de productos desechables

75%

Remoción de las capas de polietileno olywrap removidas de más del 75% de los títulos de periódicos estimados

10

Reclutamos a otros 10 organizadores de exposiciones internacionales para probar el Better Stands y ayudar a apoyar el cambio en todo el sector

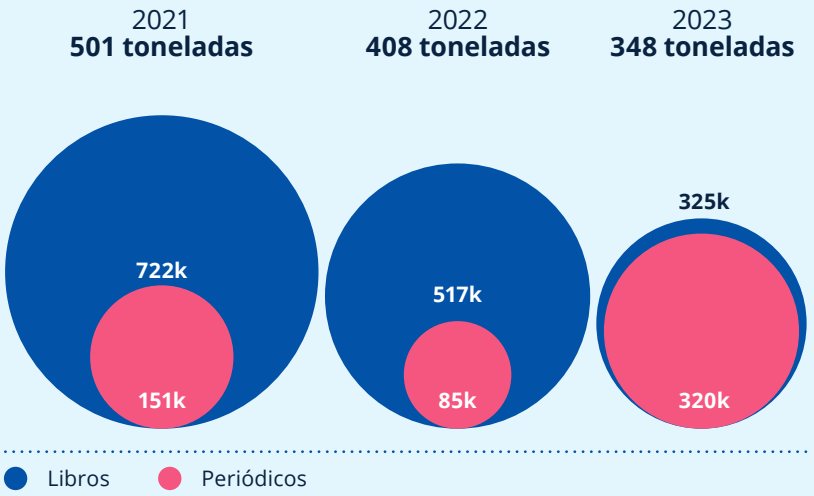
Próximos pasos

- Aumentar la escala y la velocidad de la implantación de nuestro programa Better Stands globalmente
- Involucrarse con la cadena de suministro para reducir el desperdicio de alimentos y mejorar el reciclaje en los lugares
- Seguir el trabajo en T&F para reducir el desperdicio y los embalajes
- Seguir explotando la viabilidad de eventos sin moquetas

Gestión de residuos en libros y periódicos

Dentro de Taylor & Francis, las acciones que no se venden son financiera y ambientalmente insostenibles. Aunque los residuos se reciclen, todavía estamos trabajando para reducir la cantidad de celulosa por medio de donaciones de existencia, expandiendo nuestros recursos de impresión bajo demanda y aumentando nuestras ofertas digitales. La línea de tendencia general en la reducción del consumo de celulosa es positiva, pero, a medida que el negocio crece y se expande, agregando negocios y listas de libros, lleva tiempo para incorporar nuestras propias prácticas, lo que puede crear fluctuaciones en los datos de año a año.

Número de libros/diarios enviados para pasta



La reducción de residuos es un punto alto de la agenda de Pharmapack

Laura Indriksone
Gerente de Marca – Farmacéutica, Informa Markets, Ámsterdam

Vea más aquí

Los últimos 25 años, Pharmapack creció de una conferencia con una pequeña feria de exposiciones a un evento de dos días en París, con más de 370 expositores y más de 5.000 participantes de 75 países distintos. Ahora es el evento europeo para embalajes farmacéuticos, distribución de medicamentos, dispositivos médicos y máquinas.

A medida que el evento creció, nuestro abordaje a la sostenibilidad también. Es cada vez más importante para nuestros clientes.

La reducción del impacto ambiental del evento es un punto alto de la agenda y el trabajo en conjunto con el lugar del evento, Paris Expo, fue esencial para reducir el consumo de energía y el desperdicio.

Pasamos a usar credenciales y divulgaciones digitales, señalización reutilizable y cordones reciclables, además de reciclar nuestra moqueta en vez de enviarla a vertederos sanitarios. Todo lo que construimos para nuestras áreas de presentación también es reutilizable.

También estamos trabajando para encontrar soluciones innovadoras para reducir la necesidad de construir paredes: por ejemplo, en 2023, aislamos el Laboratorio de Aprendizaje del programa con plantas.

También creo que nuestro proyecto de compostaje es particularmente interesante. Pharmapack ofrece almuerzo para colegas y expositores. En 2023, convencimos al lugar de que deberíamos apropiarnos de nuestro desperdicio de alimentos y, de acuerdo con nuestros esfuerzos de FasterForward para apoyar a las comunidades locales, encontramos una empresa local para que recogiera 348 kg de sobras de alimentos, que se transformaron en 115 kg de compostaje. También estamos usando cápsulas de café el 100% biodegradables.

En 2024, tenemos un nuevo acuerdo con nuestra empresa de catering, donde donaremos recipientes de almuerzos de expositores no consumidos para un banco de alimentos local.
Otras iniciativas futuras para reducir nuestro desperdicio general incluyen suministrar a los expositores estands totalmente reutilizables, de acuerdo con nuestro programa Better Stands.

Informa BetterStands significa mayor calidad, menor desperdicio y construcciones más seguras

Nuestro programa Better Stands, que ahora lo están probando otros organizadores de eventos, tiene el objetivo de crear un cambio sistémico en el combate a los estands de exposición desechables y de uso único. Esa y otras fuentes de desperdicio se monitorean en cada evento por medio de nuestros programas Fundamentals y Accelerator (páginas 40-41).
Reducir el desperdicio en eventos es una tarea desafiadora que era vista como casi imposible por muchos hace apenas algunos años. Pero ahora estamos viendo un compromiso y progreso en muchas áreas gracias a las colaboraciones del sector que ayudamos a iniciar.

Por medio de nuestro programa Better Stands, incentivamos a los expositores a usar estands reutilizables en vez de desechables. Eso resulta en una reducción significativa de residuos y emisiones de carbono, así como en una mejor calidad y experiencia del cliente, además de un proceso de construcción más seguro, más rápido y, muchas veces, más económico. Mi trabajo es ayudar a implantar el programa Better Stands en toda nuestra empresa y, en 2023, centramos ese programa en cuatro objetivos:

Objetivo nº1 Desarrollar la concientización interna global y el apoyo del programa

Producimos programas de entrenamiento interno volcados hacia distintos públicos, desde equipos comerciales hasta marketing y operaciones, para ayudar a los colegas a entender completamente el programa Better Stands y como ellos les pueden hablar sobre él a los clientes y a sus casas montadoras.

Creamos un centro de recursos Better Stands y realizamos sesiones en varios Town Halls, reuniones de gestión divisional y otras reuniones de equipo.
El foco ha sido como mejorar la experiencia del cliente y atender la creciente demanda.

Objetivo nº2 Crear grupos de foco geográfico

Usando datos de residuos de eventos, identificamos las ciudades donde podríamos tener el mayor impacto y formamos grupos de foco con los siguientes objetivos:

- **Colaborar en eventos o entre divisiones para transmitir mensajes consistentes en una ciudad**
- **Involucrarse con la cadena de suministro local y otros organizadores locales**
- **Crear estudios de caso sobre implementaciones de éxito de Better Stands en eventos**
- **Apoyar a los equipos en la creación e implementación de sus planes Better Stands**
- **Compartir conocimiento y experiencia de entrega, incluso el caso de negocios**

Tenemos grupos de discusión en marcha en Xangai, São Paulo, Dubái y Abu Dhabi, Tahaluf (KSA) y Barcelona, que representan los principales mercados para la implementación de nuestros Better Stands. En cada grupo, tenemos representantes del gerente local de sostenibilidad, del liderazgo del evento, de los equipos de marketing, comercial y de operaciones.

Leah Riddell
Gerente de Sostenibilidad,
Informa Group, Londres

En 2023, realizamos

+30

sesiones de entrenamiento sobre Better Stands

Aproximadamente

600

colegas foram contatados

Objetivo nº 3
Mejorar el seguimiento de datos de Better Stans

Establecimos un seguidor del progreso global para permitir que nuestras tres divisiones registren su progreso hacia la implementación del Better Stands en seis etapas:

1. **Estrategia general del Better Stands implementada**
2. **Establecer la línea de base de datos**
3. **Organizar la fuerza tarea dedicada**
4. **Armar planes de implementación específicos del evento**
5. **Piloto con un grupo específico**
6. **Programa totalmente implementado**

Eso nos ayuda a seguir el progreso del evento con relación a las metas de la división e identificar áreas de mejora. Más de la mitad de los eventos en el alcance de Better Stands pasaron por una investigación o auditoría para evaluar su progreso.

Objetivo nº 4
Construir una coalición externa para Better Stands en toda la industria de eventos

Como un de los mayores organizadores globales de eventos, es importante que lideremos el camino del desarrollo sostenible en nuestra industria, abriendo nuestro conocimiento e invitando a otras personas a colaborar. Al estar dispuestos a compartir nuestra experiencia, herramientas y recursos con otras organizaciones, podemos ayudarlas a acelerar la remoción de stands desechables de sus eventos.

Eso, en último análisis, beneficiará a Informa, pues los clientes no verán más a Better Stands como algo apenas para un evento de Informa. En vez de eso, los Better Stands se transformarán en "estándar" para los expositores, que pasarán a considerar la reutilización y la circularidad de los estands en todas las exposiciones y eventos de que participen.

En 2023, un grupo de 11 organizadores de eventos, incluso Informa, creó un Comité Gestor para expandir a Better Stands en todo el sector y actualmente está probando la iniciativa en sus organizaciones. Esperamos que eso nos ayude a alcanzar nuestras metas de desperdicio cero más rápido.

Lea más aquí

https://www.informamarkets.com/pt/sustentabilidade/better-stands.html

SUSTAINABILITY INSIDE

Incorporando la Sustainability Inside en todo lo que hacemos

Por medio de nuestro contenido, ayudamos a nuestros clientes a hacer con que sus empresas y mercados sean más sostenibles. A su vez, eso contribuye para los ODS y, al mismo tiempo, genera oportunidades de negocios para Informa.

Nuestra propia evaluación de materialidad y el trabajo del Foro de Media Responsable muestran que la incorporación de contenido sostenible en nuestros productos y servicios puede ser nuestro impacto más significativo en el mundo.
Al defender a especialistas y conectar a personas al conocimiento y a las redes que precisan, todos nosotros podemos saber más y hacer más – mucho más que lo que cada persona y organización habría sido capaz de alcanzar individualmente. Si todos los productos tienen elementos de sostenibilidad relevantes, así podemos contribuir más para la transición a una sociedad sostenible. Muchas de nuestras marcas defienden la sostenibilidad hace años: por ejemplo, WasteExpo y Greenbuild ya hace más de 50 y 20 años, respectivamente. Otras son relativamente nuevas, agregando más contenido de sostenibilidad desde que lanzamos el FasterForward. Eso puede incluir puntos tan diversos como el acceso a los cuidados de la salud, la eficiencia de los recursos, la descarbonización y la diversidad.

Compromisos del FasterForward

4. Incorporar la Sustainability Inside a al 100% de nuestras marcas hasta 2025
5. Ayudar y promover la realización de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU por medio de nuestras marcas

Destaques do progresso

Mejor medición e involucración

Lanzamos el programa Fundamentals 2.0, que incluye un Fundamental específicamente para seguir la Sustainability Inside

86%

de los eventos puntuados en los Fundamentals incluyeron algún nivel de contenido de sostenibilidad en sus productos

Calculamos nuestras contribuciones ponderadas para los ODS a partir de nuestro contenido y nuestras operaciones (vea el gráfico que está al costado)

18%

de nuestras principales marcas de eventos ya atendieron criterios mucho más rigurosos para incorporar la Sustainability Inside en su contenido

2920

libros publicados por Taylor & Francis en 2023 relacionados a por lo menos uno de los ODS*

81%

de nuestras principales marcas Taylor & Francis también atendieron los criterios para incorporar la Sustainability Inside

40.773

artículos en periódicos publicados por Taylor & Francis en 2023 relacionados a por lo menos uno de los ODS*

Próximos pasos

- Seguir trabajando con las marcas para incorporar la Sustainability Inside a nuestro contenido
- Medir y ampliar el valor comercial de este contenido

* Con base en las evaluaciones de Dimension Data

¿Qué queremos decir con Sustainability Inside?

Nuestra meta es que todas nuestras marcas incluyan contenido significativo de sostenibilidad hasta 2025, con foco en nuestras 100 principales marcas. En nuestras divisiones de eventos, seguimos el progreso por medio de los Fundamentals (páginas 40-41) y en Taylor & Francis usamos una herramienta de terceros para evaluar la relevancia de nuestro contenido para los ODS. En todos nuestros productos incentivamos a los equipos de marca a pensar en como pueden atender mejor las necesidades de sus mercados, o hasta de nuevos mercados, identificando puntos e interactuando con los clientes en cuestiones relevantes de sostenibilidad.

Nuestra definición de Sustainability Inside es rigurosa, pero flexible: esperamos que las marcas tengan un contenido significativo sobre sostenibilidad y que ese contenido sea relevante. Los equipos de marca se deben involucrar con sus públicos, como paneles de partes interesadas o asociaciones del sector, para identificar cuestiones relevantes de sostenibilidad.

Ellos deben, entonces, dejar claro que problemas están ayudando al sector a solucionar a largo plazo. Finalmente, ellos deben tener un elemento significativo de su contenido dedicado a esa cuestión.

En Taylor & Francis eso se determina con un análisis de palabras clave en libros y artículos que constan en periódicos, hecho por una empresa de análisis tercerizada, Dimensions. En nuestro negocio de eventos, esperamos que haya un sendero entero de conferencias sobre sostenibilidad, una zona de sostenibilidad o un espacio educativo sobre este tema. Nuestras definiciones significan que no todas nuestras marcas alcanzaron la Sustainability Inside, pero que casi todas presentan contenido de sostenibilidad y lo están desarrollando.

Como nuestros contenidos y redes contribuyen para los ODS

Contribución para el ODS 4

Asegurar la educación inclusiva y equitativa de calidad, promoviendo oportunidades de aprendizaje para todos a lo largo de la vida.

Nuestro objetivo es defender al especialista y en su cerne está nuestra meta de conectar a personas al conocimiento de alta calidad. Cuanto mejor lo hacemos, más valor generamos para los otros y para nosotros mismos. Nuestras metas FasterForward de incorporar la Sustainability Inside en todas nuestras marcas, junto con nuestra meta Impact Multiplier de conectar a un millón de personas desconectadas al conocimiento que precisan para tener éxito, contribuyen para el ODS 4, así como para la agenda más amplia de desarrollo sostenible.

Contribución para el ODS 17

Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la alianza global para el desarrollo sostenible.

Creamos maneras eficientes de generar millones de conexiones entre especialistas y conocimiento todos los años, así como espacios de reunión para colaboración. Eso ayuda a que nuestros clientes aprendan unos con los otros, además de formar y mantener las alianzas necesarias para promover el desarrollo sostenible en sus mercados.

Nuestro impacto relativo

Como nuestros contenidos y redes contribuyen para los ODS.

Al posibilitar conexiones y acceso a conocimiento especializado, hacemos nuestras mayores contribuciones para los ODS 4 (sobre Educación de Calidad) y 17 (sobre Alianzas). Por medio de nuestro contenido, también contribuimos para los otros ODS. El diagrama que está al costado muestra el tamaño estimado de nuestro impacto en cada uno.

A lo largo de este informe, incorporamos logotipos de los ODS en que un compromiso o historia se vincula a uno o varios ODS.

Cambio inspirador en la industria de la moda

Andreu David
Vicepresidente, SOURCING at MAGIC, Informa Markets Fashion, Santa Monica

Conozco bien la industria de la moda. Antes de entrar al equipo de Informa Markets Fashion, hace más de cuatro años y medio, fui diseñador de moda por 27 años. Quería alinear mis valores personales con mi trabajo y me di cuenta que, en Informa, yo tenía una plataforma y quería usarla para inspirar cambios en el sector. ¡Felizmente, eso también está alineado con los objetivos de Informa!

La industria de la moda no es conocida por sus prácticas ecológicamente correctas debido a los residuos, a la polución del agua y a las emisiones de gases de efecto invernadero que genera. Cuestiones de Derechos Humanos y condiciones de trabajo precarias también son desafíos que han sido bien documentados en el sector.

Es muy difícil influenciar a los clientes para que hagan elecciones más sostenibles en el punto de venta, pero, ¿y se pudiéramos afectar el desarrollo de los productos? Si pudiéramos convencer a empresas, fábricas, proveedores y marcas a que fabriquen con responsabilidad, el efecto residual se manifestaría en el nivel del consumidor.

En *Sourcing at Magic*, un encuentro internacional de fabricantes, proveedores y prestadores de servicios de moda, tenemos esa oportunidad. Nuestra meta es auxiliar a nuestros expositores en su jornada de sostenibilidad. Hicimos una alianza con Hey Social Good para evaluar las credenciales de sostenibilidad de nuestros expositores, combatir el greenwashing y ayudar a los compradores a encontrar a proveedores más sostenibles. También creamos una comunidad volcada hacia la sostenibilidad, en la cual los expositores pueden aprender e inspirarse entre ellos.

Hey Social Good evalúa de forma independiente a los expositores que optan por participar del programa con base en los 17 ODS de la Organización de las Naciones Unidas y analiza sus datos y documentación. Para los tres eventos que produjimos en 2023, de los 2.671 expositores, 1.024 se autodeclararon sostenibles y se evaluaron, 304 suministraron una documentación satisfactoria y 56 se verificaron por sus prácticas comerciales positivas.

Los expositores que Hey Social Good evalúe como atendiendo los más altos estándares de sostenibilidad recibirán una placa en su stand para demostrar ese compromiso y ayudar a los compradores a que los encuentren más fácilmente. Hey Social Good puede trabajar directamente con los expositores que no obtuvieron el status de verificación para que sigan su jornada de sostenibilidad y que se pasen a verificar.

Nuestra galería sostenible en el *Sourcing at Magic* presenta esos expositores y suministra informaciones sobre sostenibilidad. La galería duplicó de tamaño entre 2021 y 2023 e incluye expositores sostenibles verificados y organizaciones filantrópicas, así como programación y activaciones de sostenibilidad. El foco del *Sourcing at Magic* en la sostenibilidad vendrá primero en 2024, en nuestro evento en Las Vegas, donde nuestra colaboración continua con Hey Social Good será la principal, dando a los visitantes informaciones sobre como nuestro sector puede ser más gentil con nuestro planeta y unos con los otros cuando ellos pasen por la puerta. El éxito del programa con nuestros clientes en ese evento hizo con que se extendiera a todos nuestros otros eventos de moda.

Reuniendo a los profesionales ambientales de México en un único lugar

Paul St Armour
VP América Latina,
Informa Markets,
Ciudad de México

Informa realiza eventos como WasteExpo y Greenbuild hace décadas y posee un fuerte portfolio de eventos de energía renovable y agua en el mundo entero. En marzo de 2023, Informa anunció la adquisición de Tarsus, lo que agregó fuerza al portfolio de eventos B2B de Informa en varios sectores, incluso en el de sostenibilidad.
Uno de esos eventos, GREEN Expo, ahora en su 30ª edición, es el principal evento de América Latina para soluciones sostenibles y de punta.

La energía renovable es un mercado en rápido crecimiento en México. En COP27, en 2022, el país se comprometió a duplicar su generación de electricidad renovable hasta 2030.

Gracias a nuestra alianza con el Congreso Internacional de Medio Ambiente del Consejo Nacional de Industriales Ecologistas (CONIECO) y otros aliados del sector, GREEN Expo reúne a cerca de 8.000 profesionales nacionales e internacionales del área ambiental en México y a 300 expositores todos los años.

Como el sector de sostenibilidad creció y se consolidó, unimos los eventos para permitir un mayor compartimiento de ideas en la plataforma. Ahora, desde 2023, él incluye públicos de gestión ambiental, energía renovable, la feria de gestión de agua de Aquatech Mexico, InterSolar Mexico y nuestra feria de energía eólica WindPower Mexico. Ahora tenemos una grande y de éxito con cuatro marcas y tres aliados del sector. Se transformó en un evento obligatorio para la comunidad ambiental de la región y aborda cuestiones críticas de sostenibilidad en México y en otros países.

Eso también nos permite colaborar con otros organizadores de eventos para obtener aún más alcance. Aquatech, ahora en su séptimo año, es una empresa joint venture entre Tarsus y RAI Ámsterdam con otras ferias de gestión de agua en el mundo entero. Aquatech aborda puntos importantes en México, como infraestructura hídrica, impactos de los cambios climáticos, estrés hídrico, circularidad del agua y como podemos usar la tecnología para mejorar la gestión del agua y de las aguas residuales.

El viento a nuestro favor

Los eventos Mexico WindPower e InterSolar Mexico se llevan a cabo hace 11 y hace cuatro años, respectivamente, y presentan las últimas tendencias tecnológicas en generación de energía eólica y fotovoltaica, mantenimiento y almacenamiento de energía.

También realizamos una feria anual de energía por hidrógeno, cuyo objetivo es promover el desarrollo y el uso de tecnologías de hidrógeno y células de combustible en México. Ella reúne a todos los participantes involucrados en ese sector en expansión, que ofrece muchas oportunidades para apoyar el cambio hacia una economía líquida de carbono cero.

Estamos entusiasmados en ver que nuestras marcas siguen creciendo y contribuyendo para sus sectores y para la sociedad en general.
También estamos animados con la posibilidad de trabajar más de cerca con nuestros nuevos colaboradores de Informa, que realizan ferias ambientales semejantes en el mundo entero.

Muchos de nuestros eventos tienen programas que ayudan a las mujeres a que tengan éxito en sectores tradicionalmente dominados por hombres.

Promoción de la diversidad en el sector nutracéutico

Natasha Berrow
Vicepresidente Ejecutiva – Alimentos, Informa Markets, Ámsterdam

Como parte importante de la comunidad nutracéutica, Vitafoods tiene como objetivo ayudar a mejorar la sostenibilidad del sector, conectando a personas y promoviendo ideas nuevas, innovadoras y diversificadas. Eso les da el conocimiento necesario para atender las expectativas de los clientes con relación a productos sostenibles, desarrollo de ingredientes, biodiversidad y transparencia de la cadena de suministro. En 2023, esos puntos se presentaron en el nuevo "Sustainability Resource Centres", que reúne contenido Enfocado hacia la sostenibilidad, reuniones y eventos de networking.

Abordamos la diversidad y la inclusión en el sector por medio de sesiones y alianzas que incluyó mujeres en STEM y mujeres emprendedoras, así como recepciones de networking para celebrar la igualdad de género y la inclusión LGBTQ+ en alianza con Naturally Proud.

Presentamos nuestra nueva alianza con Solidaridad, una organización internacional dedicada a hacer con que la sostenibilidad sea la norma en toda la cadena de suministros y permitir que agricultores y trabajadores, especialmente mujeres, tengan una renta decente.

Vitafoods introdujo el "Start Up Innovation Challenge", destacando las pequeñas empresas: 12 de las 20 empresas seleccionadas eran lideradas por mujeres. La 'Solución Sostenible Más Innovadora' fue para Terraseed, que produce multivitaminas sostenibles para veganos.

Tenemos pasión por el tema de la paridad de género y del empoderamiento femenino y defendemos esos puntos de distintas maneras en nuestros productos, garantizando que la programación de la conferencia de Vitafoods y de Food Ingredients sea equilibrada en términos de género.

También presentamos los resultados de la investigación Women In Nutraceuticals (WIN) sobre diversidad de género en el sector de nutracéuticos. WIN es una organización sin fines de lucro que la cofundó una excolaboradora de Informa, Heather Granato. Informa es patrocinadora platina de WIN, con las marcas Vitafoods, SupplySide y Natural Products, apoyando las actividades de WIN por medio de nuestros eventos y plataformas.

Women In Nutraceuticals

Un mensaje de Heather Granato, Presidente de Women In Nutraceuticals

Después del atraso de Vitafoods Europe 2021 en Ginebra y el retorno de SupplySide West en Las Vegas, un grupo de amigos del sector se preguntó por que no había más mujeres en cargos de liderazgo en el sector nutracéutico global. ¿Por qué no hay una financiación para empresas de suplementos lideradas por mujeres? ¿Y donde están las investigaciones sobre poblaciones femeninas que apoyan la eficacia de esos ingredientes nutricionales, especialmente cuando la mayoría de los consumidores de esos productos son mujeres?

Esas conversaciones estimularon el deseo de causar un impacto en el sector nutracéutico en general, y Women In Nutraceuticals (WIN) tomó forma. En marzo de 2022 habíamos reunido los conceptos iniciales y, un mes después, WIN fue incorporada como una organización sin fines de lucro con decenas de empresas apoyadoras.

Tenemos cuatro objetivos principales:

1. Aumentar el número de mujeres en cargos de liderazgo.
2. Expandir las oportunidades de inversión para empresas lideradas y controladas por mujeres.
3. Aumentar el número de mujeres en la ciencia.
4. Asegurar mejores oportunidades para líderes femeninas en ascensión.

Con el apoyo de Informa Markets, el primer evento WIN con marca pública fue un panel de discusión en el palco principal de Vitafoods Europe 2022. Las prioridades de WIN incluyen el lanzamiento de un programa de mentoria, la creación de un cuadro de empleos y la búsqueda de oportunidades de becas de estudio.

Vea más aquí

Mujeres de SuperReturn en Private Equity

Dorothy Kelso
Directora Administrativa – Mercados Privados, Informa Connect, Londres

SuperReturn International se lanzó por primera vez en 1998. Desde entonces, se transformó en el evento de private equity (PE) de más prestigio en el mundo entero. El sector de private equity es tradicionalmente dominado por hombres, con poquísimas mujeres ocupando cargos séniores, especialmente en el área de negociaciones, y no creó espacio para estilos de liderazgo femenino. En 2015, una organización sin fines de lucro que se llama Level 20 se fundó con el objetivo de mejorar la diversidad de género en el sector de PE, donde las líderes femeninas están poco representadas, con un promedio del sector de cerca del 10% de mujeres en cargos de nivel sénior.

SuperReturn International estableció una relación estrecha con Level 20 y, desde entonces, invitó a muchos de sus miembros para que asumieran funciones de poniente de alto nivel. Trabajamos juntos para cumplir una misión conjunta, ofreciendo a las mujeres en PE una plataforma para que sean vistas y oídas. Level 20 quiere que las mujeres ocupen por lo menos el 20% de los cargos sénior en PE (en comparación con el actual 12%). El objetivo de SuperReturn International es aumentar el número de mujeres que discursan y participan del evento año tras año, abordar la desigualdad de género en los mercados de PE y mostrar talentos diversos.

En 2023 tuvimos el orgullo de lanzar nuestro Foro Women in Private Markets, enfocado en capacitar a profesionales del sexo femenino en PE, liberando su potencial personal y profesional, fortaleciendo sus redes e incentivando el compartimiento de conocimiento.
El Foro se agotó totalmente en una semana. El lugar estaba lleno, con 110 participantes y ponientes, y tuvimos a un patrocinador principal.
También mejoró el número general de mujeres participantes de la conferencia SuperReturn International, pues la mayoría de las participantes permaneció para ver el evento principal.

SuperReturn International 2023 tuvo el 34% de ponientes mujeres, un aumento significativo con relación a los años anteriores, y el Foro seguramente ayudó a obtener esos números. El feedback del Foro de 2023 fue extremamente positivo y, por eso, estamos muy animados con la posibilidad de ampliar el Foro Women in Private Markets en SuperReturn International 2024.

Decidimos ofrecer un lugar nuevo y más grande para 2024 y expandir el programa de un día para incluir a más ponientes y patrocinadores y permitir la participación de un número más alto de representantes. El nuevo lugar tiene capacidad para más de 400 participantes, lo que abrirá el Foro Women in Private Markets para un público más grande. También organizaremos una fiesta con drinks para networking al final del día, dando a los representantes más oportunidades de mezclarse, compartiendo sus percepciones, experiencias y conocimientos. Estamos trabajando en estrecha colaboración con los líderes del sector para ofrecer apoyo a las mujeres en PE, garantizando que un porcentaje más alto esté representado de forma justa en los niveles más altos del sector e incentivando la diversidad y la inclusión a florecer en SuperReturn International.

Yendo a fondo en el compartimiento del conocimiento sobre sostenibilidad

Davide Savenije
Editor Jefe, Industry Dive, Informa Tech, Washington, DC

En septiembre de 2022, nos unimos a Informa Group cuando se adquirió la Industry Dive para agregar a la creación de contenido B2B especializado y al desarrollo de público de Informa.

Industry Dive tiene casi 40 boletines diarios, cada uno cubriendo mercados distintos, y las publicaciones tienen un tema en común: la disrupción. ¿Qué eventos, tendencias y reglamentaciones están sucediendo en cada mercado y que están afectando la forma como los ejecutivos operan sus negocios? Entre esas tendencias crecientes, la principal es la sostenibilidad.
Los últimos años, las cuestiones ambientales, sociales y de gobernación permearon todos los sectores, haciendo con que las empresas repensaran sus estrategias, desde los estándares de diversidad e inclusión hasta las inversiones que reducen sus pegadas de carbono y mejoran la eficiencia energética.

Esas tendencias están frecuentemente en el centro de la pauta de las publicaciones del Industry Dive.

Apenas algunos ejemplos que me vienen a la mente recientemente son:

1. El Packaging Dive relató como les está yendo a las principales empresas y a sus proveedores de embalajes con relación a sus objetivos de sostenibilidad.
2. El CFO Dive relata como los equipos financieros están trabajando cada vez más para atender los requisitos de informes de datos para la gobernación ambiental, social y corporativa.
3. Los suscriptores del Waste Dive aprenden sobre el impacto de los llamados productos químicos "eternos" y los desafíos de descartarlos.
4. El Supply Chain Dive ofrece estudios de caso que examinan los desafíos y los éxitos de empresas que están descarbonizando cada vez más sus cadenas de suministro.
5. En el HR Dive, los lectores obtienen percepciones de como las principales empresas están abordando las cuestiones de DEI e iniciativas.

La demanda por noticias y análisis sobre sostenibilidad aumentó mucho entre ejecutivos y profesionales. Eso creó una oportunidad para que el Industry Dive lanzara el ESG Dive en octubre de 2023 para que llegara a líderes de todos los sectores que buscan navegar por esos cambios, desde directores de sostenibilidad de grandes minoristas hasta ejecutivos financieros de empresas de manufactura.

A fines de noviembre, el Industry Dive tenía decenas de miles de suscriptores con funciones volcadas hacia la sostenibilidad. Creemos que, a medida que incorporamos más la sostenibilidad en nuestras actividades, eso es apenas el comienzo.

Promoción de juegos para el bien

Ashley Corrigan
Gerente de Conferencias de GDC, Informa Tech, Los Ángeles

El sector de juegos tiene la oportunidad de influenciar a millones de personas por medio de su contenido. En GDC defendemos a los desarrolladores de juegos y el avance de su arte, pero también abordamos puntos que van desde diversidad, equidad e inclusión (DEI) en el sector hasta la crisis climática.

GDC tiene seis pilares relacionados al diseño de juegos, y varios puntos de sostenibilidad abarcan todos los pilares. Uno de esos puntos es la defensa, que abarca cuestiones sociales y ambientales relacionadas al sector de juegos. En 2023, un consejo consultivo externo nos ayudó a crear más de 80 sesiones sobre defensa de intereses que estaban disponibles para todos los participantes.

Además, nuestro *Fair Play Summit* se concentra en la creación de juegos más diversificados e inclusivos. Realizamos sesiones sobre salud mental entre desarrolladores, interacciones saludables entre jugadores y combate al prejuicio en juegos, además de abordar el acoso de funcionarios.

También hicimos una alianza con Independent Game Developers Association para realizar workshops y mesas redondas sobre la crisis climática. Por ejemplo, realizamos un workshop interactivo de un día entero con el título *'Climate Crisis Workshop: Use Your Game Developer Superpowers to Fight The Climate Crisis'* (Workshop sobre la Crisis Climática: Use sus superpoderes de desarrollador de juegos para combatir la crisis climática), con foco en como los desarrolladores de juegos pueden usar su arte para contribuir con la mitigación del clima.

Los participantes obtuvieron una comprensión más profunda de los impactos posteriores de la crisis climática sobre los individuos y de los abordajes para desarrollar la tratar de las personas a esos impactos. Ellos salieron del workshop capacitados con el conocimiento, los abordajes y los procesos necesarios para agregar mensajes eficaces de resiliencia climática a sus juegos.

El *'Playing for the Planet Climate Check: 10 Steps to Climate Leadership'* (Jugando por la verificación climática del planeta: 10 etapas para el liderazgo climática), presentado en alianza con la Organización de las Naciones Unidas, ayudó a los participantes del workshop a promover cambios sostenibles en sus organizaciones. Los participantes aprendieron lo que el sector de juegos está haciendo para enfrentar los mayores desafíos ambientales que estamos enfrentando y como sus empresas pueden actuar en pro del medio ambiente.

Vea más aquí

Buscando voces más diversas

También tuvimos mucho contenido dedicado a juegos independientes y ayudamos a apoyar voces independientes y diversas en el sector de juegos, incluso comunidades indígenas.

Todos los años, el Consejo Consultivo de GDC busca sometimientos de desarrolladores de juegos, investigadores, educadores y líderes de pensamiento ansiosos para compartir lo que funciona, lo que debe cambiar y hacia donde el futuro de los videojuegos está yendo. El Consejo está ansioso para oír a nuevos creadores, nuevas historias y nuevas ideas, con foco en la diversidad de voz, experiencia y perspectiva. Muchas veces tenemos dificultad en obtener envíos de personas más diversificadas, lo que es un problema de todo el sector. El domingo anterior a la conferencia realizamos workshops sobre la ampliación de nuevas voces en el sector para ayudar a ofrecer un camino de carrera a desarrolladores de comunidades poco representadas y para orientarlos sobre como enviar propuestas y presentarse en el palco.

Durante los siete años en que estuve en Informa y en GDC, vi como la sostenibilidad se transformó en más integrada en nuestro contenido y más prominente en todo lo que hacemos. Lo que es realmente emocionante es cuanto nuestros clientes recibieron eso bien.

Juegos Climáticos

Los videojuegos contribuyen para los cambios climáticos, ¿pero será que ellos también pueden ser parte de la solución? El Developer's Field Guide for Climate Games ofrece un método paso a paso comprobado para estructurar la jornada creativa de los desarrolladores y garantizar que ellos maximicen el potencial de impacto de su juego.

Vea más aquí

Compartimiento gratuito de contenido digital de sostenbilidad

Sarah Austin
Editora – Streamly,
Informa Connect, Londres

Streamly es la plataforma de Informa Connect para eventos bajo demanda y contenido de video hecho para plataformas digitales. Publicamos videos digitales bajo medida en diez mercados especializados, que van desde energía hasta RRHH y transporte.

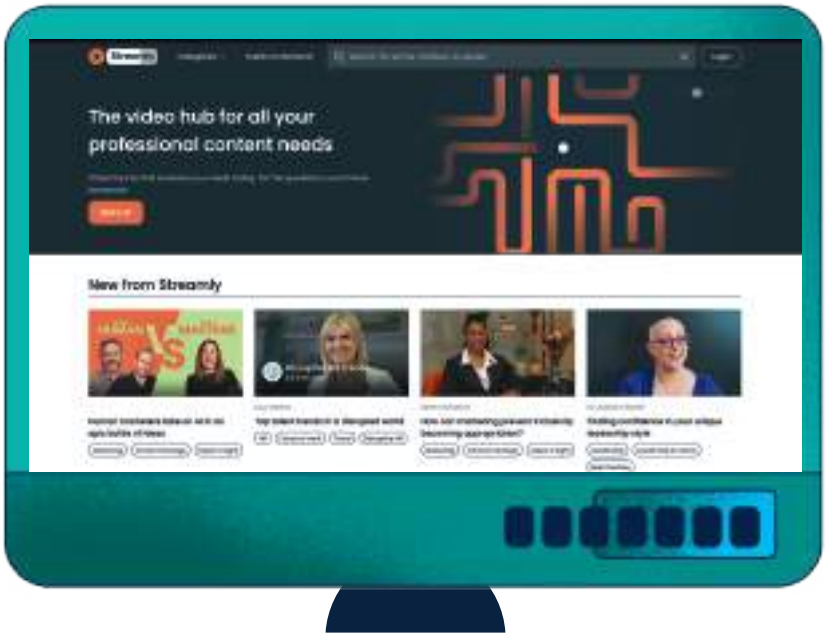
Identificamos tres categorías para un foco especial: fintech, marketing y sostenibilidad.
Aunque nuestro contenido esté abierto a todos, nuestro público blanco para la página de sostenibilidad son pequeñas y medianas empresas que desean aprender sobre y abordar cuestiones de sostenibilidad. Nuestra ambición es proporcionar a nuestro público una mejor comprensión y darle las próximas etapas prácticas que se deberán implementar.

Lanzamos la página de sostenibilidad en enero de 2023 y ahora tenemos más de 70 videos, que abarcan todo, desde las normas para informes hasta finanzas sostenibles y bienestar en el lugar de trabajo. Aunque sea una de nuestras páginas más nuevas, la página de sostenibilidad fue la segunda con mayor compromiso en 2023, con más de 4.000 reproducciones de videos.

También tenemos mucho contenido de sostenibilidad en otras páginas. Por ejemplo, la página de transporte abordó la descarbonización y tenemos contenido sobre diversidad en nuestras páginas de marketing, RRHH y liderazgo. A medida que aumentamos nuestro contenido, la sostenibilidad seguirá siendo un área importante de foco y una excelente manera de atraer nuevos públicos.

Vea más aquí

> Lanzamos la página del Streamly en 2023 y ahora tenemos más de 70 videos, que abarcan todo, desde las normas para informes hasta finanzas sostenibles y bienestar en el lugar de trabajo.



Revelando el impacto de nuestra investigación

Leah Kinthaert
Gerente Sénior de Medias Sociales y Contenido, Taylor & Francis, EE.UU.

El equipo de Comunicaciones Corporativas Externas de Taylor & Francis se creó para inspirar, informar y construir relaciones con nuestras comunidades, que incluyen todos, desde investigadores académicos hasta equipos de I&D, formuladores de políticas y financiadores. También muestra el impacto del conocimiento que publicamos y nuestro trabajo para moldar el futuro de la publicación académica y avanzar el conocimiento humano.

En 2023 pretendemos revelar el impacto de la investigación publicada por Taylor & Francis en la creación de un planeta habitable para todos, documentando la influencia que la investigación publicada tuvo en la solución de problemas globales, como pobreza, condiciones crónicas de salud y cambios climáticos. Reunimos varios artículos que demuestran donde nuestros estudios de punta ayudaron a los especialistas a incorporar la sostenibilidad en su trabajo, desde la agricultura hasta la industria farmacéutica, y donde ellos capacitaron a los formuladores de políticas para que actuaran con relación a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Eso incluye participantes globales, como la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación (FAO).

Investigación en Acceso Abierto en destaque

Usando una herramienta independiente que se llama Altmetric, monitoreamos el alcance de nuestra investigación por medio de interacciones online. Estamos satisfechos de ver que, los últimos cinco años, casi 8.000 documentos de política relacionados a los ODS, desde la OMS hasta la FAO, citaron la investigación de Taylor & Francis. Tenemos el porcentaje más alto de documentos citados relacionados a los ODS que cualquier otra gran editora.

En nuestro blog Insights destacamos la importancia del trabajo de los investigadores que se está colocando en práctica, desde historias sobre la situación de los periodistas aplicadas directamente a las recomendaciones del Parlamento de la UE sobre interacciones con países no pertenecientes a la UE, para un estudio sobre las prácticas financieras de las personas que viven en extrema pobreza en Vietnam, usándose en la elaboración de programas de ayuda del Banco Mundial liderados por el gobierno.

Conectando a más personas a la investigación

Uno de los objetivos de Informa es permitir que un millón de personas desconectadas tengan acceso a las redes y al conocimiento hasta 2025.

La inclusión de diversos investigadores lleva a mejores soluciones y, por eso, prestar soporte a académicos en países y regiones en desarrollo con acceso a la investigación, publicar sus investigaciones y ofrecer entrenamiento y workshops es una parte vital de lo que hacemos. Usando a Altmetric para analizar la investigación de Taylor & Francis, vimos evidencias de que investigadores de países del Sur Global, como Jordania, Sudán, Egipto, Líbano, Dubái, Qatar, Colombia, Etiopía y África del Sur, se citaron en documentos de políticas, desde la Brookings Institution hasta la OMS. Estamos satisfechos con el hecho de que nuestras iniciativas de desarrollo que apoyan a investigadores en el Sur Global están empezando a causar impacto en esas comunidades.

SDGOnline

La colección online de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Taylor & Francis proporciona soporte a estudiantes, profesores, investigadores y profesionales de enseñanza superior mientras ellos aprenden, enseñan, investigan y escriben sobre los ODS, y trabajan para solucionar las cuestiones más críticas del mundo.

2.272
artículos de periódicos (aumento del 12,3% con relación a 2022)

23198
capítulos de libros (aumento del 12,1% con relación a 2022)

336
materiales de enseñanza y aprendizaje (aumento del 2%)

104
instituciones tienen acceso a los SDGO (aumento del 4%)

Promoción de futuros sostenibles

Shoma Choudhury
Gerente de Colocación en Funcionamiento – Routledge India, Taylor & Francis, Nueva Delhi

Routledge, una de las principales editoras de investigación en ciencias sociales, creó a Routledge India Originals (RIO) en 2006, para diseminar la creciente investigación realizada en esa parte del Sur Global y, en las últimas dos décadas, establecimos una conexión directa y más profunda con los autores, académicos y lectores de la región.

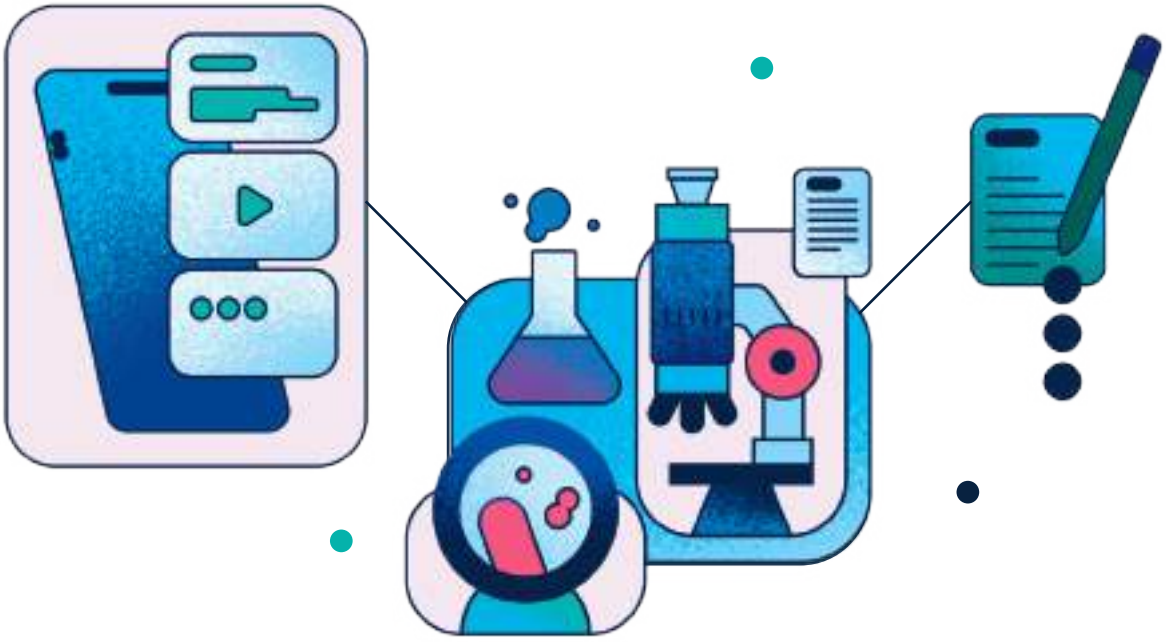
Una gran parte del contenido de esa comunidad está alineada naturalmente con los ODSs porque esos puntos son cuestiones cotidianas para nosotros en el Sur de Asia y forman parte de la realidad de la vida en nuestras comunidades.

Aunque hayamos lanzado libros sobre los ODS desde el comienzo del programa RIO, estoy muy feliz en compartir que también estamos comisionando proactivamente proyectos relacionados a esos objetivos. Nuestra contribución para esa área ha crecido de forma constante. Cubrimos puntos de los ODS, como educación, igualdad de género, energía limpia y acción climática. Pero también creamos una nueva serie dedicada de una docena de libros sobre sostenibilidad (“Towards Sustainable Futures”) y contribuimos con más de 400 registros para la SDGOnline, la colección de contenido relacionado a los ODS de Taylor and Francis. Algunos de nuestros contenidos relacionados a los ODS también están disponibles en Acceso Abierto.

El hecho de que podamos ofrecer a nuestros autores una plataforma para publicar sobre esos puntos importantes significa mucho para nosotros y para ellos. Estamos entrando en contacto con universidades, institutos y departamentos relevantes en ciudades metropolitanas y también en ciudades más chicas, dándoles acceso a redes globales de publicación para diseminar sus ideas en el mundo entero. Algunas de esas organizaciones incluyen el International Centre for Integrated Mountain Development en Katmandu, el Tata Institute of Social Sciences en Mumbai y el National Institute of Fashion Technology en Raebareli.

La pandemia de Covid-19, las continuas crisis climáticas y los conflictos armados son un apelo por soluciones humanas, viables y accesibles en un mundo cada vez más frágil. Una serie enfocada en los ODS nos ayuda a suministrar las herramientas necesarias a los formuladores de políticas, activistas y académicos involucrados con futuros sostenibles. Creemos que los ODS son importantes para nosotros no apenas como empresa, sino también como un manifiesto para una vida inclusiva.

“El hecho de que podamos ofrecer a nuestros autores una plataforma para publicar sobre esos puntos importantes significa mucho para nosotros y para ellos.”



T&F apoya el acceso abierto en la industria farmacéutica

Liz Knowles
Directora de Portfolio Global, Medicina, Taylor & Francis, Reino Unido

En Taylor & Francis tenemos un compromiso con los principios de investigación abierta y colaboramos hace muchos años con Open Pharma, una iniciativa que trabaja para conectar empresas farmacéuticas con innovaciones en publicación para aumentar la transparencia y el acceso a los resultados de una investigación.

En 2023 pasamos a ser una Apoyadora oficial de Open Pharma y somos una de las principales apoyadoras financieras de Open Pharma en el sector editorial, con base en nuestras contribuciones continuas para reuniones, investigaciones y proyectos de comunicación.

Nuestra función como Apoyadora incluye compartir perspectivas sobre como funcionan los derechos de autor en la publicación, especialmente con relación al acceso abierto. Eso es importante porque una de las barreras para hacer con que quede abierta la investigación financiada por la industria farmacéutica es garantizar que el modelo de derechos de autor y licenciamiento atienda las necesidades de los financiadores.

Otros desafíos y barreras para que quede abierta la investigación financiada por la industria farmacéutica incluyen preocupaciones con el uso indebido y la mala interpretación de las informaciones. Para solucionar eso, estamos trabajando con Open Pharma para hacer con que el contenido de artículos de periódicos publicados sea más relevante para públicos más amplios, produciendo resúmenes y pósteres en lenguaje simple.

El apoyo formal de Taylor & Francis a Open Pharma enriquece nuestro abordaje a la publicación de acceso abierto en ese importante sector del mercado y nos permite ser una voz positiva y constructiva dentro de la amplitud de las perspectivas de las partes interesadas involucradas en ese importante proyecto. Esperamos que más editoras se inspiren en nuestra decisión y se unan a esa iniciativa.

> Nuestra función como Apoyadora incluye compartir perspectivas sobre como funcionan los derechos de autor en la publicación, especialmente con relación al acceso abierto.

IMPACT MULTIPLIER

Nuestros impactos positivos en el mundo se multiplican cuando mejoramos el acceso al conocimiento, contribuimos económicamente para las ciudades que nos reciben, invertimos en nuestras comunidades y ahorramos en los desplazamientos de los participantes de los eventos, pues hacemos muchas cosas en un único lugar.

Connecting the disconnected

Los eventos, productos digitales y servicios de investigación académica de Informa conectan a especialistas con conocimiento a las redes.

Por medio de nuestras ambiciones de "Connecting the disconnected" pretendemos también conectar a personas que normalmente no consiguen tener acceso a nuestros productos y servicios debido a cuestiones de accesibilidad, igualdad social, comprensión o recursos.

Al desarrollar nuestros productos para hacer con que sean más accesibles para personas de distintos orígenes, con distintos atributos físicos o mentales, niveles de recursos e idiomas, y al acoger a distintos grupos sociales y culturas, pretendemos llegar a un millón de individuos que no tendrían acceso a ese conocimiento sin nuestra contribución adicional.

En los eventos, atraer a ponientes y expositores más diversificados puede traer una mayor diversidad de percepciones y conocimientos, para el beneficio de todos.

Compromiso de FasterForward

6 Permitir que un millón de personas desconectadas tengan acceso a las redes y al conocimiento hasta 2025

Destaques del progreso

Muchas conexiones fuertes, difíciles de medir

192000
conexiones estimadas por T&F desde 2020 por medio de sus programas

78000
conexiones de nuestras empresas en eventos medidas desde 2020

270K
conexiones de alta calidad desde el lanzamiento del FasterForward en 2020

Fortalecemos nuestros procesos de elaboración de informes para cuantificar las conexiones creadas en todas las divisiones

Compartimos orientaciones para ayudar para que en los eventos se implemente nuestra DEI Fundamentals, una extensión del sistema de gestión de eventos sostenibles de Informa

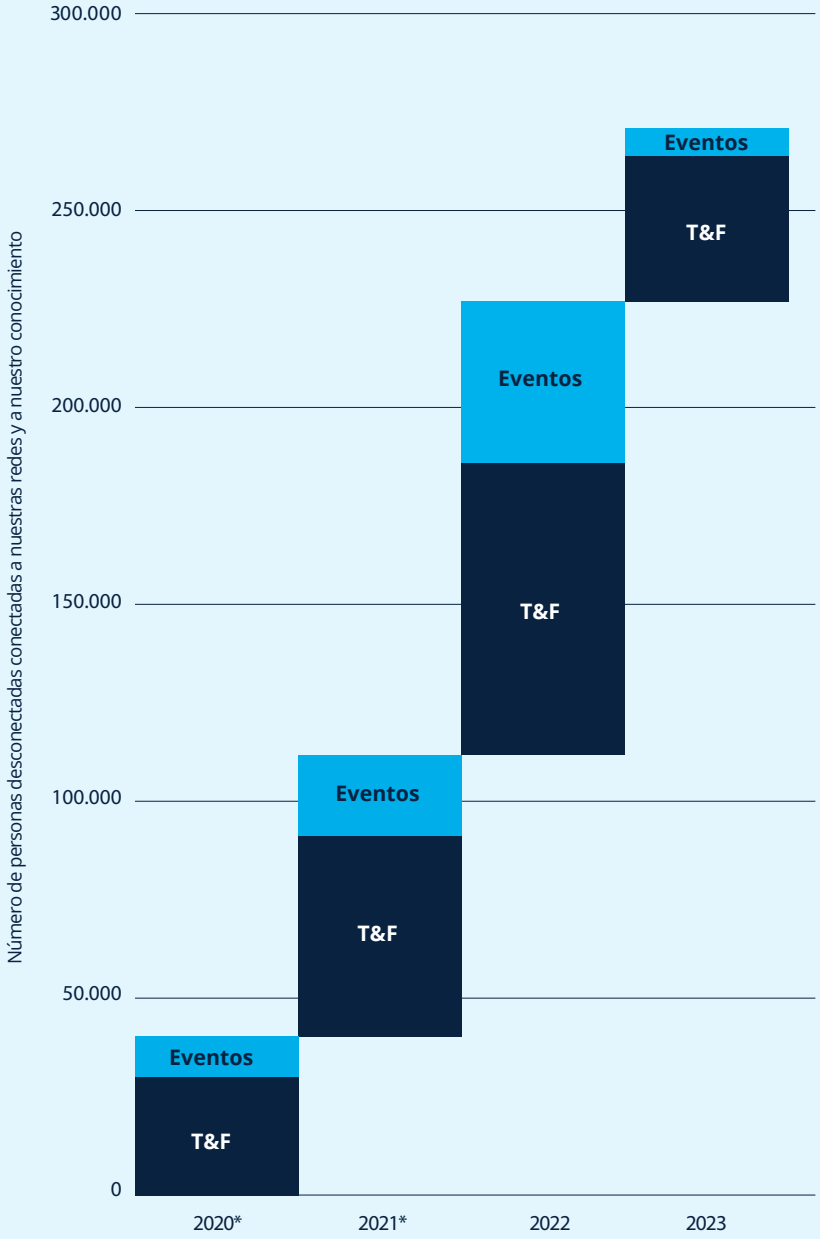
Trabajamos con cada portfolio de marcas y marcas digitales para identificar los principales programas existentes y futuros

Realizamos centenas de workshops gratuitos, ofreciendo acceso gratuito a nuestras publicaciones de la T&F para autores e investigadores en países de baja renta

Próximos passos

- Lanzar la DEI Fundamentals para más eventos en una nueva plataforma digital
- Expandir nuestro programa de alianza con Diversity Org en las empresas de eventos
- Seguir buscando maneras de proporcionar conexiones significativas y de alta calidad personalmente y escalar digitalmente
- Medir aún más los números y el impacto, especialmente en T&F

Número de personas desconectadas que recibieron acceso a las redes y al conocimiento



* Observación: Los datos se estimaron para 2020 y 2021

Reconocimiento

En T&F, nuestro trabajo para hacer con que nuestras publicaciones sean accesibles para todos, independientemente de necesidades físicas individuales, se reconoció en **ASPIRE Publishers List, en la certificación Global Certified Accessible™ (GCA)** y en **Accessible Books Consortiu**m. También apoyamos iniciativas que apoyan el acceso a comunidades académicas desfavorecidas por medio de la exención de tasas de acceso abierto.

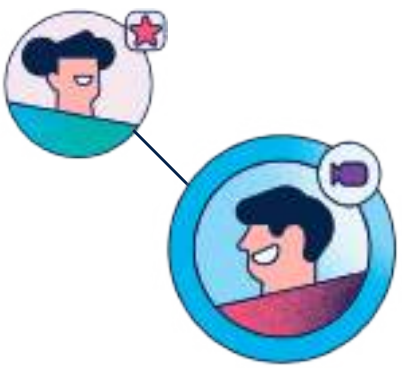
¿Qué queremos decir con conectar a los desconectados?

Los tipos de iniciativas de eventos varían según la marca y el país e incluyen todo, desde sesiones de networking especializadas, becas de estudio, acceso con descuento, características del evento, divulgación direccionada y alianzas con grupos sociales relevantes.

Vimos las necesidades de la sociedad cambiando los últimos años, y nuestros negocios evolucionaron con desinversiones, como Informa Intelligence, y aumentos, como Tarsus e Industry Dive. Aunque algunas conexiones previstas no hayan sucedido debido a cambios comerciales y externos - como la desinversión de nuestras empresas de inteligencia y la postergación de eventos en vivo durante la pandemia - otras oportunidades están surgiendo en áreas como eventos más inclusivos y servicios digitales.

Tomamos la decisión de concentrarnos en conexiones de alta calidad en detrimento del volumen puro de conexiones, como las provenientes de nuestras becas de estudio y de nuestra alianza con Diversity Org, que proporcionan gran valor a los individuos. Damos algunos ejemplos en las próximas páginas.

Por lo tanto, aunque mantengamos nuestra ambición de conectar a un millón de personas desconectadas, nuestra prioridad es crear el mayor número posible de conexiones significativas, proporcionando beneficios profundos a aquellos que más lo necesitan.



Ejemplos de conexiones

Alianzas conectan alumnos

Mike Sealy
VP de Diversidad, Equidad e Inclusión (DE&I), Informa Markets, Londres

¡Estoy profundamente apasionado por DE&I y se que Informa también está! A lo largo de 2023, creamos eventos e iniciativas para seguir incorporando las mejores prácticas en toda Informa Markets. La representación diversificada es crucial para el futuro de todos los sectores que atendemos.

El **Diversity Bridge** es un nuevo y emocionante programa desarrollado en alianza con **The Diversity Org.**

El programa se creó para conectar a estudiantes de comunidades subrepresentadas a oportunidades de carrera en los sectores que atendemos y capacitarlos para que alcancen su potencial y tengan éxito. Los especialistas del sector y los expositores de los eventos de Informa Markets crean conexiones con los profesionales del mañana, exponen a los alumnos la carreras que ellos capaz que no saben que existen, comparten ideas sobre como tener éxito en esos sectores y los ayudan a construir sus redes profesionales.

Inicialmente, ejecutamos tres programas piloto en 2023.

- En febrero, 260 alumnos de enseñanza secundaria de California participaron de nuestro evento IM Engineering (IME);
- En marzo, 50 alumnos de escuelas especiales participaron del programa en Phoenix; y
- En abril, el evento MRO Americas de Aviation Week invitó a 30 estudiantes de Facultades y Universidades Históricamente Negras (HBCUs, Historically Black Colleges and Universities).

En esos tres eventos, vi como los alumnos estaban impresionados. ¡Un alumno de HBCU de Morehouse College recibió una pasantía en ese momento!

Realizamos ocho eventos en total en 2023, incluso uno en Londres, en Brand Licensing Europe. Treinta y dos expositores y 64 especialistas del sector dedicaron su tiempo a conocer y conversar con los alumnos, tanto en los workshops como durante las visitas a la feria. La respuesta de los alumnos y expositores fue extremamente positiva, con óptimos resultados en la encuesta.

Los programas piloto también fueron bien recibidos por los expositores, especialmente los de sectores que tienen dificultades de reclutamiento.

Todos los eventos que participaron en 2023 (IME, SupplySide, Aviation Week MRO Americas, Brand Licensing Europe y Advanced Manufacturing) ya se inscribieron para realizar el programa Diversity Bridge en 2024. Otros eventos, como IM Fashion's Magic, participarán por primera vez.

En general, éste fue un año emocionante y gratificante para este programa. Nada de eso habría sucedido sin el apoyo de los colaboradores, aliados, expositores y especialistas del sector que donaron su tiempo y concordaron en ser las 'cobayas' de esos pilotos.

Teniendo en vista 2024, pretendemos ampliar aún más y esperamos que el número total de alumnos participantes llegue a 1.500.

100%

de los estudiantes entrevistados dijo que los workshops de The Diversity Org, de Informa Markets y de sus empresas aliadas...

...los motivaron a tener un mejor desempeño académico con base en su comprensión de las empresas en que pueden trabajar;

...los ayudó a pensar más seriamente sobre sus opciones de carrera; y

...les enseñó sobre carreras que no conocían antes

Educación gratuita para alumnos

Soha Abdelrahman
Productora de Conferencias Sénior, Informa Markets, Dubái

Anida D'Costa
Productora de Conferencias Sénior, Informa Markets, Dubái

Nigeria Energy es el principal evento de energía de África Occidental, atrayendo a centenas de proveedores locales e internacionales y a miles de visitantes profesionales.

La edición de 2023 recibió a 175 alumnos como representantes. Los alumnos participaron del Seminario Técnico y recibieron certificados de Desarrollo Profesional Continuado como cortesía. Aunque la mayoría de los alumnos haya venido de distintas regiones de Nigeria, también tuvimos alumnos participantes de Camarones, Sudán del Sur, Chade, Argelia, Gana, Egipto, Benín y Kenia.

Ese programa forma parte del esfuerzo de la división de Energía en todas nuestras exposiciones para ofrecer a los alumnos acceso a la educación y perfeccionar los esfuerzos de capacitación técnica en las regiones en que operamos.

Contribución económica para las ciudades anfitrionas

Cuando miles de personas se reúnen en una ciudad para participar de uno de nuestros eventos, la economía local es impulsada por sus gastos con empresas locales y crea oportunidades de inversión con las industrias locales que exponen.

Nuestros cálculos de impacto económico incluyen los gastos de Informa con proveedores locales, así como los gastos de los participantes y visitantes del evento con hospedaje, transporte local y alimentación. También tomamos en cuenta el porcentaje de gastos que permanece en las empresas locales y recircula en la economía local. Los cálculos se basan en un modelo desarrollado para Informa por un consultor tercerizado, Little Blue Research, y estamos trabajando para capturar otros impactos en 2024.

Compromiso de FasterForward

7 Contribuir con US$ 5 mil millones por año en valor para nuestras ciudades anfitrionas hasta 2025

Estimativa del impacto económico en las ciudades anfitrionas con el mayor número de participantes en nuestros eventos

Principales (en millones de US$)

- 501-1.000
- 301-500
- 151-300
- 0-150

Destaques del progreso

Meta alcanzada

US$ 5,2 mil millones

de nuestros eventos en 25 ciudades tienen un impacto económico estimado en US$ 5,2 mil millones, a partir de una selección de eventos que, juntos, representan el 64% del total de participantes de eventos (*)

(*) Estimamos que el valor real podría ser más alto si los pagos de impuestos locales por los visitantes, los gastos de los expositores con proveedores locales y las ventas generadas por los expositores locales en nuestros eventos se incluyeran, lo que estamos trabajando para incorporar.

Expandimos nuestros cálculos de impacto económico en nivel de ciudad para 25 ciudades

Creamos una herramienta digital para que se usara en cualquier evento para medir su propio impacto económico

Próximos pasos

- Liderar discusiones con las ciudades anfitrionas sobre como aumentar el impacto de los eventos en sus ciudades
- Expandir los criterios de medición, especialmente para intentar capturar los gastos de los expositores con prestadores de servicios locales

Pagos de impuestos de manera responsable

El pago de impuestos forma parte de nuestra contribución para las comunidades en que operamos. Nuestros impuestos ayudan a los gobiernos a prestar los servicios y suministrar la infraestructura vital en nivel local, de los cuales dependemos para administrar nuestros negocios con éxito. En 2023, la contribución fiscal total de Informa fue de £ 510,3 millones, incluso £ 194,1 millones de impuestos costeados por el Grupo y £ 316,2 millones de impuestos cobrados a nombre de los gobiernos.

£ 510,3 millones

total de la contribución fiscal en 2023

Valor agregado a las comunidades

Además del impacto económico de nuestros eventos (páginas 32-33), también contribuimos con valor para grupos comunitarios locales por medio de donaciones en dinero y productos, dando exposición a grupos comunitarios, compartiendo habilidades por medio del voluntariado y siendo un catalizador para actividades de recaudación de fondos.

Medimos nuestras contribuciones cuando es práctico, pero algunas cosas las hacemos simplemente porque es lo correcto que se debe hacer. Nuestra capacidad de captar y valorizar la recaudación de fondos en especie e inducida mejoró los últimos años, gracias a la orientación perfeccionada, al compromiso y a los procesos de medición de nuestra asociación a organizaciones como Business for Societal Impact (B4SI).

El retorno significativo de los eventos desde 2022, junto con el resurgimiento de la capacidad de nuestros productos de prestar soporte a organizaciones comunitarias, perfeccionó aún más nuestras alianzas con organizaciones sin fines de lucro.

Compromiso de FasterForward

8 Contribuir con el valor de por lo menos el 1% de la ganancia antes de los impuestos para grupos comunitarios hasta 2025

Destaques del progreso

Meta alcanzada en 2022 y 2023

£11,9 millones

valor total aportado a los grupos comunitarios en 2023

1,4%

El valor aportado a los grupos comunitarios de ganancias antes de los impuestos en 2023 fue equivalente al 1,4% de la ganancia antes de los impuestos

Seguimos ofreciendo cuatro días remunerados por año para que los colaboradores se ofrezcan como voluntarios, subsidios de £750 para voluntarios regulares de instituciones de caridad y hasta £500 para cada colaborador

£239 mil

Nuestro principal programa de recaudación de fondos, el Walk The World, nos ayudó a recaudar £239.000 para instituciones de caridad en 2023

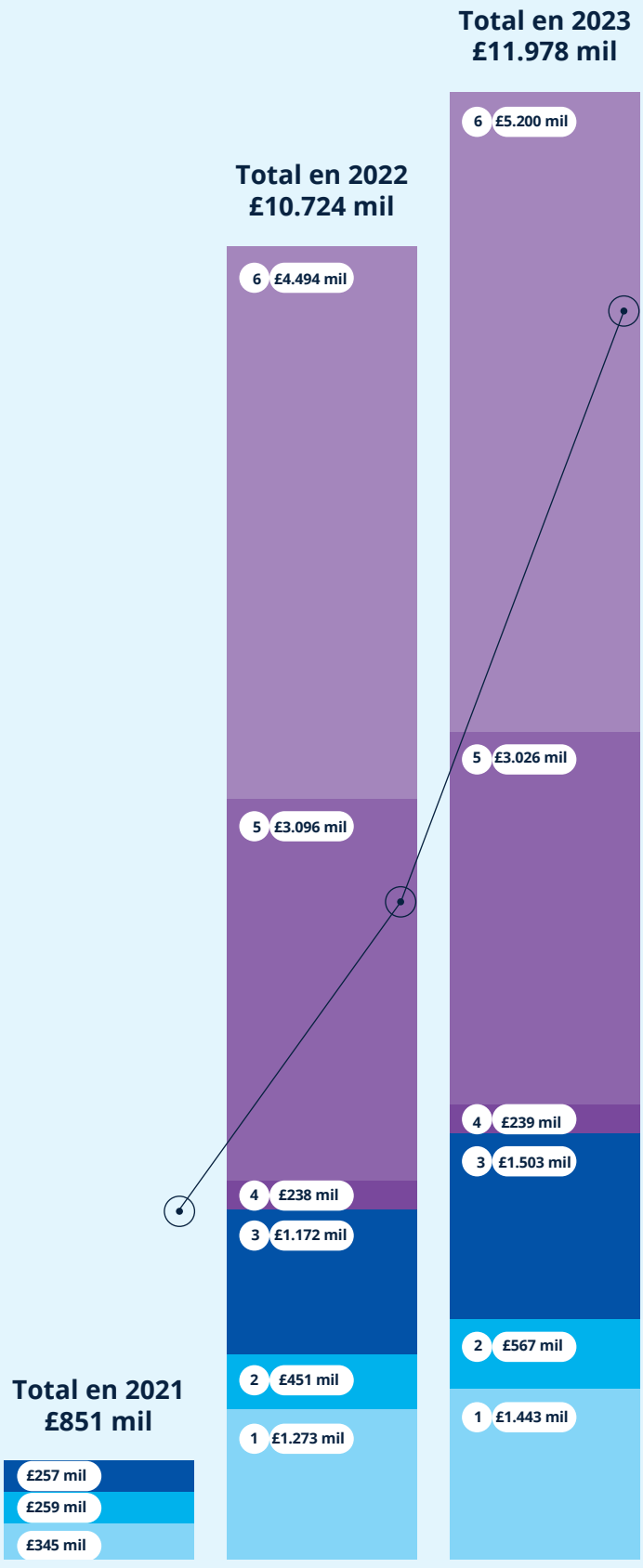
16500

horas de voluntariado

Próximos pasos

- Seguir ampliando nuestras alianzas que apoyan y aumentan el impacto de nuestras contribuciones de tiempo, esfuerzo, conocimiento y recursos
- Mejorar el % de colaboradores voluntarios en por lo menos el 2% en 2024

Valor agregado



1

Donaciones en dinero de la empresa

2

Costo del programa de voluntariado

Incentivamos a nuestros colaboradores a que se ofrezcan como voluntarios hasta cuatro días por año. Eso incluye el tiempo que los colaboradores consumen en actividades de voluntariado y el tiempo consumido para organizar esas actividades.

3

Donaciones en especie de la empresa

Donaciones de equipos, entradas de eventos para estudiantes o espacio expositor para organizaciones caritativas.

Medidas recientemente desde 2022

4

Captación de recursos inducida de los colaboradores

Dinero recaudado por nuestros colaboradores como parte de nuestro programa Walk The World (páginas 50-51).

5

Productos o servicios gratuitos o con grandes descuentos de T&F

En Taylor & Francis ofrecemos servicios de publicación gratuitos o con grandes descuentos, entrenamiento y contenido accesible a autores, estudiantes e investigadores que normalmente no los pueden pagar.

6

Captación de recursos inducida en eventos

Nuestras mayores contribuciones vienen del trabajo con asociaciones del sector para organizar subastas caritativas en nuestros eventos. Nuestras dos mayores subastas se llevan a cabo en WasteExpo y en World of Concrete. En 2023, ellos recaudaron un total de US$ 5,2 millones para proporcionar becas de estudio para estudiantes que ingresan en los Programas de Gestión del Sector de Hormigón y para apoyar a Environmental Research & Education Foundation.

Ganancia Antes de los Impuestos

○ Ganancia ajustada de las operaciones continuas antes de los impuestos

Un futuro mejor para los niños

Athena Gong
VP, Asia, Informa Markets, Xangai

En octubre de 2023, siete colaboradores de Informa y de la Fundación Shanshu dedicaron su tiempo de voluntariado para ayudar a dos escuelas primarias en el área de Daliangshan, en China.

El objetivo era mejorar el ambiente de aprendizaje de los alumnos y abrir las puertas para un futuro más amplio para ellos.

Una de nuestras mayores ferias en China es CBME, un evento dedicado a productos infantiles y de maternidad, por lo tanto, apoyar la educación infantil fue algo natural para nosotros. Además, como Informa se expandió a la parte occidental de China, queríamos apoyar a las comunidades de esa área.

El área de Daliangshan, localizada en el sudoeste de la provincia de Sichuan, es una área rural de gran belleza natural. Los últimos años, las instalaciones de las escuelas rurales de la región mejoraron mucho.

Sin embargo, las escuelas de allá siguen enfrentando una escasez de profesores. Los niños locales caminan para ir a la escuela durante una o dos horas todos los días, y, desde temprano, asumen la pesada responsabilidad de cuidar a sus hermanos más chicos y hacer el trabajo agrícola, lo que muchas veces puede limitar sus aspiraciones con relación al futuro.

En 2023, Informa donó aproximadamente £5.000 a escuelas para materiales educativos, pero, lo que es mucho más importante, los voluntarios de Informa también realizaron visitas domiciliarias para conocer a los alumnos y a los padres y entender mejor como prestar soporte para su formación y compartir historias sobre sus funciones, sus vidas y habilidades.

Durante una de las visitas domiciliarias fuimos a la casa con los niños de una familia que vivía más lejos de la escuela. La carretera de la montaña era accidentada y difícil. Sentimos de verdad las dificultades del trayecto diario de los niños locales y quedamos impresionados con su tenacidad y coraje. Toda esa experiencia conmovió profundamente a todos los involucrados.

Esperamos que, por medio de la cooperación entre empresas y fuerzas sociales, podamos dar más atención y apoyo a las escuelas rurales de la región de Daliangshan y llevar esperanza y cambio a más niños.

Apoyamos a instituciones de caridad relacionadas a la infancia hace años. Estamos ahora al comienzo de un proyecto de largo plazo para auxiliar en la educación de esos niños hasta la enseñanza secundaria. Con los esfuerzos conjuntos de todos, podemos inyectar más poder en la educación y crear un futuro mejor y sostenible para nuestra sociedad.

El año que viene pretendemos involucrar a más colaboradores y aliados de Joint Venture para expandir nuestro apoyo y perfeccionar nuestras propias relaciones.

La empresa en Brasil adapta su apoyo a las necesidades locales

Todos los años, nuestros eventos en Brasil donan equipos, alimentos o dinero a varias organizaciones de caridad. Nosotros demostramos aquí dos ejemplos de donaciones de alimentos.

Agrishow Brasil

En 2023 donamos el equivalente a 700 comidas durante nuestros cinco días de evento en Agrishow Brasil, utilizando 500 kg de alimentos que, de otra forma, se desperdiciarían. Las comidas se distribuyeron a cuatro organizaciones de caridad locales. Las donaciones se hicieron en alianza con MatchFood, una start-up enfocada en evitar el desperdicio de alimentos, y el Grupo El Dorado, la empresa responsable por la operación de nuestra plaza de alimentación.

Fispal Food Service

Más de 52.000 profesionales del sector alimenticio visitan el evento Fispal Food Service y se conectan a la plataforma digital a lo largo del año para conocer las tendencias y soluciones del sector. El evento hizo alianza con una organización local sin fines de lucro, Quebrada Alimentada, para recoger alimentos y donar canastas básicas a familias carentes de la región de São Paulo. Para incentivar las donaciones de los participantes, Informa ofreció un descuento del 50% en el precio de las entradas para quien donara un quilo de alimento. En total se recogieron y donaron cuatro toneladas de alimentos.

Voluntariado en Tailandia

Sarah Caren
Jefe de Gestión de Eventos y Anfitriones, Informa Markets, Manchester

Antes de Routes Asia 2023, que sucedió en Chiang Mai, en Tailandia, los miembros del equipo de Routes tuvieron el privilegio de quedarse un tiempo trabajando como voluntarios en una escuela local apoyada por una organización sin fines de lucro que se llama Grandma Cares Partnership Programme (GCPP).

El GCPP es un pequeño programa comunitario que originalmente se estableció para ayudar a las personas que viven con VIH y SIDA en la provincia de Chiang Mai, así como para dar soporte a las necesidades de los niños que quedaron huérfanas debido a la muerte de los padres por causa del SIDA.

Los últimos años, la organización evolucionó para ofrecer programas educativos y humanitarios más amplios en toda la comunidad. Eso incluye encontrar a aliados que contribuyan con tiempo, energía y dinero para construir y mantener playgrounds, comedores y equipos de sala de clase, además de ayudar a prestar soporte y educar a los niños en edad escolar.

En Banlukpan School, en la región de Sannameng, en Chiang Mai, los funcionarios de Routes se dividieron en grupos y recibieron la tarea de ayudar a enseñar inglés y educación física a alumnos de 12 a 18 años de una forma divertida y cautivante.

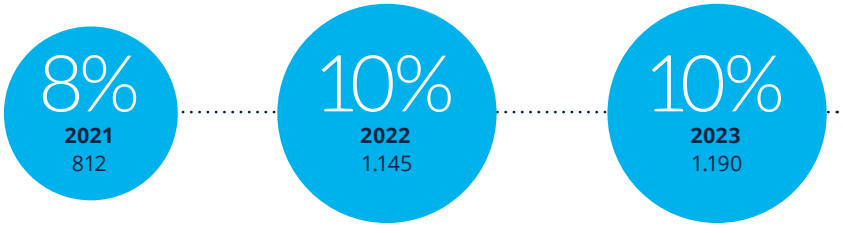
¡Aunque eso haya sido un poco asustador para algunos miembros del equipo al comienzo, cada grupo estableció rápidamente una relación con los alumnos y la clase pasó volando!

Después del término de las clases, el equipo de Routes les sirvió el almuerzo a los niños, suministrado por Airports of Thailand, anfitriona de Routes Asia 2023 y aliada fundamental de nuestro evento. Routes también hizo una donación para ayudar a la escuela a mejorar y reformar un área común.

En general, fue un día muy gratificante para todo el equipo de Routes que participó y nos sentimos privilegiados por conocer a los niños de la escuela y ayudar el GCPP, además de haber sido una óptima manera de construir relaciones con el país anfitrión y con los clientes.

¡Para todos nosotros, fue una manera realmente inspiradora de retribuir a nuestra ciudad anfitriona y apoyar a la comunidad local!

% de colaboradores voluntarios



número de horas

Consolidadores de viajes

Una de las principales propuestas de valor de los eventos es que ellos son una manera increíblemente eficiente de que los participantes alcancen varios objetivos en un único lugar.

En particular, eso incluye la capacidad de encontrar a muchos clientes, aliados y proveedores en un único lugar, aprovechando al máximo los viajes que ellos hacen y evitando varios viajes separados para obtener los mismos resultados.

Con base en nuestros cálculos de la presencia total de nuestra cadena de valor, sabemos que hay una oportunidad significativa de reducir la pegada de carbono de nuestras compras y de la operación de eventos, especialmente en la cadena de suministro de los estands elegidos y especificados por los expositores.

También sabemos que, muchas veces, la mayor parte de la pegada de carbono más amplia de los eventos es el viaje de las personas al evento y sus acomodaciones. Queremos incentivar a los participantes de nuestros eventos, así como a las compañías aéreas y a los hoteles, a trabajar para reducir su pegada de carbono el máximo posible, lo más rápido posible.

Mientras ellos trabajan para hacer eso, nuestro objetivo es garantizar que, en total, nuestros participantes ahorren más carbono que lo que generan al participar de nuestros eventos, ofreciendo el mejor lugar para reunirse y hacer negocios con eficiencia.

Compromiso de FasterForward

9 Ahorrar más carbono para los clientes que lo que emitimos hasta 2025

Destaques del progreso

Meta alcanzada

En 2023 se desarrollaron preguntas estándar en todas las organizaciones piloto

190000

vuelos que estimamos que se hayan ahorrado en una pequeña muestra de 15 eventos.
Al comienzo de 2020 realizamos un programa piloto para medir el número de vuelos que los participantes de nuestros eventos creían que habían ahorrado al realizar una serie de actividades en un único lugar en un evento

550

En 2022, iniciamos una colaboración entre cinco grandes organizadores de eventos globales para hacer un estudio en 10 eventos, incluyendo más de 550 entrevistas detalladas con clientes, para entender mejor el papel que nuestros eventos desempeñan en la consolidación de viajes y como medir mejor eso como parte de la Iniciativa Net Zero Carbon Events

Enseguida, mejoramos las mediciones en investigaciones post ferias para centenas de eventos en 2021 y 2022, aunque los cambios en los estándares de viaje durante la Covid-19 hayan llevado a resultados no comunes

Próximos pasos

- Se compartió un informativo con todo el sector por medio de Net Zero Carbon Events con contribuciones substanciales de Informa

Vea más aquí

- Preguntas acordadas en todo el sector sobre consolidación de viajes a implementar en investigaciones post ferias en Informa
- Codi icar y probar iniciativas en nuestros eventos para aumentar la 'consolidación de viajes' proporcionada por nuestros eventos, reduciendo los vuelos de los clientes

Saldo de los Viajes para Ferias de Negocios

Ben Wielgus
Jefe de Sostenibilidad, Grupo Informa, Londres

Hace muchos años sabemos que el sector de ferias de negocios genera un enorme valor. La pandemia apenas enfatizó el hecho de que las personas se quieren encontrar personalmente: la conexión presencial genera más compromiso, confianza, innovación, comprensión, placer y, finalmente, más negocios. Eso significa más empleos y más soluciones

También sabemos que hay impactos ambientales, principalmente que derivan del desplazamiento de las personas a los eventos, que nos gustaría minimizar o eliminar totalmente sin perder todos esos beneficios. Creo que también es importante recordar que los clientes nos dicen que suelen venir a ferias de negocios, principalmente porque pueden hacer tantas cosas en un único lugar que, en verdad, ahorran tiempo, dinero, noches lejos de casa y, más recientemente, carbono.

En 2019, por primera vez en el sector, nos propusimos a intentar usar grandes conjuntos de datos para entender mejor si las ferias y conferencias eran consolidadoras de viajes o no. Nuestros resultados iniciales fueron prometedores, con 10.000 personas contestando las encuestas de 15 eventos, mostrando claramente que esos eventos fueron consolidadores netos de viajes, ahorrando 180.000 vuelos en total.

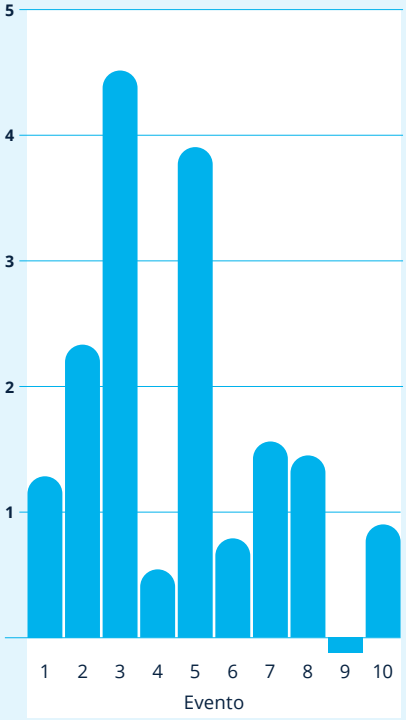
Buscamos perfeccionar y normalizar esa metodología en todo el sector y, aunque la pandemia haya afectado substancialmente los estándares de viaje, salimos de ese período en colaboración con cinco de los mayores organizadores de eventos del mundo como parte de la Iniciativa Net Zero Carbon Events. Eso nos ayudó a desarrollar aún más nuestra metodología y financiar entrevistas presenciales con más de 550 participantes en 10 eventos en Europa y en EE.UU.

Eso creó una percepción mucho más profunda sobre las personas de las personas en eventos y sus diversas visiones sobre la consolidación de viajes, además de ayudarnos a perfeccionar los conjuntos de preguntas para suministrar resultados más imparciales, precisos y auditables.

Un tercio de ellas afirmó que tendría que tomar más vuelos si el evento no existiera. Es interesante notar que una pequeña proporción de los entrevistados (menos del 15%) dijo que tomaría menos vuelos si el evento no existiera. Sin embargo, el resultado fue claro: 9 de los 10 eventos ahorraron vuelos en general, aunque haya habido una variación significativa entre los eventos. Esos resultados fueron deliberadamente conservadores. Sabemos que precisamos reducir la pegada de carbono de los eventos, pero esos resultados indican que, en un mundo en que las personas se quieren encontrar personalmente, los eventos son una manera muy eficaz y eficiente de hacer eso.

Nuestro próximo paso es compartir los resultados con todo el sector para que los datos se puedan recoger en una escala mucho más grande. Eso nos permitirá identificar las características de un evento que generan la mayor consolidación de viajes, para que se puedan dimensionar e implementar en todo el sector.

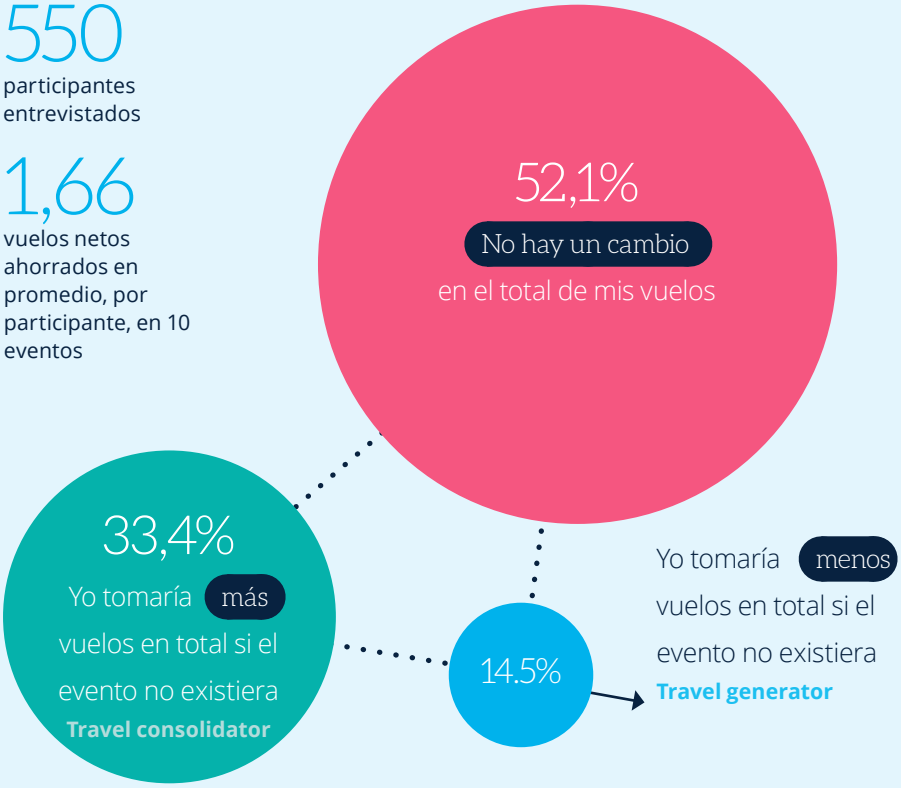
Promedio de vuelos netos ahorrados por persona, por evento



Si ese evento no existiera, cómo eso afectaría sus viajes aéreos de negocios en general?

550
participantes entrevistados

1,66
vuelos netos ahorrados en promedio, por participante, en 10 eventos



EVENTOS SOSTENIBLES

El principal programa que nos ayuda a alcanzar las metas del FasterForward en nuestros eventos es el Sustainable Events Fundamentals Framework.

El Fundamentals es una estructura operativa de 16 puntos para la realización de eventos más sostenibles, mientras el programa Accelerator se profundiza para ayudar en una selección de eventos importantes a adoptar las mejores prácticas. Juntos, ellos forman el Sistema de Gestión de Eventos Sostenibles de Informa y abarcan todos los aspectos del FasterForward.

La expansión del Fundamentals en nuestros principales eventos es fundamental para que alcancemos nuestros objetivos de sostenibilidad. El número de eventos registrados en el Fundamentals forma parte de la remuneración de nuestros Directores (consulte la página 121 del Informe Anual) y la mejora en la puntuación del Fundamentals se está distribuyendo cada vez más por las metas de los gerentes en toda la empresa.

Compromiso

Aumentar el número de Fundamentals concluidos a 500 hasta 2026 (de 377 en 2023)

Destaques del progreso

en el camino correcto para alcanzar la meta

1012

Fundamentals de Eventos Sostenibles concluidos desde 2019, incluso 377 en 2023

12%

aumento en las puntuaciones promedias entre 2020 y 2023

Invertimos en una nueva herramienta de gestión de flujo de trabajo del Fundamentals en 2023

Lanzamos el Fundamentals 2.0, incluyendo cuatro criterios más para atender y aumentar las expectativas mínimas para todos los eventos

80

eventos únicos evaluados a través del Accelerator los últimos tres años

Número de eventos registrados en el Fundamentals

Próximos pasos

- Lanzar la nueva plataforma digital Fundamentals 2.0 para toda la empresa
- Seguir incorporando el Fundamentals 2.0 y progresar con relación a los 16 objetivos

Un nuevo evento construido sobre la sostenibilidad

Chloe Birnbach
Especialista en Eventos Sénior, Seatrade Cruise, Informa Markets, Sede en EE.UU.

Nuestro evento F&B@Sea nació en 2023, a partir de nuestra marca de gran éxito, Seatrade Cruise Global. Por más de 30 años, los profesionales de cruceros se han reunido en nuestros eventos de Seatrade.

Vimos que los participantes estaban ansiosos para seguir las tendencias de alimentos y bebidas (A&B) y reunirse con proveedores para desarrollar soluciones innovadoras y sostenibles. Esa ansia es impulsado por las propias expectativas de nuestros clientes con relación a alimentos y bebidas sostenibles en sus productos, lo que se transformó en un punto importante en nuestra reciente encuesta con la comunidad.

En marzo de 2023, más de 1.100 profesionales se reunieron en nuestro primer evento en Fort Lauderdale (EE.UU.). Seatrade Cruise Global ha trabajado para incorporar la sostenibilidad en sus operaciones y contenido hace varios años. Pero, como se trataba de un evento nuevo, el equipo de F&B@Sea aprovechó la oportunidad para construir con la sostenibilidad en mente desde el comienzo y establecer un precedente para futuros shows, al mismo tiempo en que se beneficiaba con la experiencia, el conocimiento y la red de Seatrade Cruise Global. También usamos la estructura Fundamentals para considerar todos los principales aspectos de la sostenibilidad en el evento desde el comienzo. Estamos muy satisfechos con el registro y la clasificación máxima (12 de 12) en el Fundamentals para nuestro evento inaugural.

Sustainability Inside

Para mí, crear contenido significa concentrarse en los expositores, ponientes y demostraciones - preguntándoles lo que precisan saber sobre la agenda.

También se trata de garantizar que contemos con las personas y los expositores correctos en la sala. Todos los expositores del F&B@Sea deben llenar un formulario de cualificación, que incluye preguntas sobre sus credenciales de sostenibilidad. Solamente expositores que proporcionen respuestas satisfactorias pueden exponer en la feria.

En nuestro primer evento, muchos de nuestros ponientes abordaron puntos de sostenibilidad, como el suministro responsable. Tuvimos el honor de recibir a los principales ponientes de las principales asociaciones de suministro sostenible, incluso el Marine Stewardship Council y Responsible Fishery Management.

En nuestras demostraciones promovimos experiencias sostenibles y locales, incluso una demostración de culinaria con un chef vegano local y sostenible.

Recibimos un feedback positivo tanto de los participantes como de los ponientes, y creo que nuestro programa tuvo un impacto significativo en la forma como el sector de cruceros piensa sobre la sostenibilidad.

Faster to Zero (Más rápido hasta el cero)

El evento F&B@Sea se creó con base en la utilización de menos recursos, teniendo en mente la posibilidad de reutilización. Menos energía reduce nuestra pegada de carbono: el lugar se reformó con equipos de LED, con las luces y el aire acondicionado apagados en los horarios en que no hay shows.

La economía circular también fue fundamental en nuestra planificación y abarcó moqueta, papel, señalización, estands, platos, vasos y utensilios. Eso redujo el desperdicio y las emisiones de carbono que derivan de la fabricación y del descarte de ítems. La mayor parte de la señalización y de las comunicaciones en el F&B@Sea era digital. No usamos moqueta en la mayoría de las áreas y lo que usamos se reutilizará en otro evento o se reciclará.

En todo el F&B@Sea, los estands hechos de madera tratada con presión se almacenan localmente y se reutilizan durante los próximos cinco años. Como el 95% de los estands del evento lo armó la gerencia de la feria, redujimos al mínimo los estands desechables y ya obtuvimos la clasificación 'bronce' en el programa Better Stands de Informa, uno de los primeros nuevos eventos que consiguió eso.

Impact Multiplier

Como una feria de alimentos y bebidas para el sector de cruceros, era natural que donáramos todos los alimentos excedentes de la feria a un banco de alimentos local y siguiéramos el ejemplo de Seatrade Cruise Global al hacer una alianza con Mercy Ships, una institución de caridad internacional que proporciona ayuda humanitaria y actualmente opera el mayor barco hospital no gubernamental del mundo. También donamos equipos de cocina necesarios para la cocina del barco.

También nos concentramos en conectar a niños de escuelas locales con informaciones sobre carreras en el sector de cruceros por medio de un programa que se llama 'Tomorrow's Talent Today'. Nosotros los invitamos a participar de la feria F&B@Sea y también organizamos un webinar A Future in Cruise para los alumnos, que tuvo casi 700 visualizaciones en el YouTube.

Vea más aquí

Lanzando el Fundamentals 2.0 para abarcar más del FasterForward

Naomi Warmington
Gerente de Sostenibilidad Sénior,
Grupo Informa, Londres

¿Qué es el Fundamentals?

El Fundamentals es una estructura operativa de 16 puntos, que ganó varios premios, que establece los requisitos mínimos de sostenibilidad que un público moderno espera. La estructura abarca tres categorías: producto, medio ambiente y comunidades.

¿Cómo ayuda en los eventos?

Gracias al Fundamentals, podemos orientar a los equipos de eventos sobre como pueden pasar a ser más sostenibles y medir el progreso con relación a nuestras ambiciones de sostenibilidad usando una estructura simple y articulada que se concentra en las cuestiones más relevantes alineadas a las expectativas de nuestras partes interesadas y del FasterForward.

¿Por qué lanzar el Fundamentals 2.0?

Cuando el programa se lanzó en 2019, era una estructura de 12 puntos y nosotros lo actualizamos en 2023 para que sea el Fundamentals 2.0, a fin de que refleje una expectativa creciente de nuestras partes interesadas y garantizar que las ambiciones del evento estén alineadas con la amplitud del FasterForward.

El Fundamentals 2.0 lleva la Sustainability Inside aún más lejos, es más osado en lo que dice respecto a Connecting the Disconnected, significa que estamos implementando nuestros Better Stands en ritmo acelerado y aborda el impacto de los viajes de los participantes.

Más de 377 eventos adoptaron la estructura Fundamentals en 2023, incluso varias de nuestras más recientes adquisiciones en Tarsus. Cada evento autoevaluó su progreso con relación a las 16 medidas y trabajó en planes para mejorar, antes de enviar su desempeño a nuestro equipo central de sostenibilidad. Cada envío entonces se analiza para registro y se proporciona un feedback sobre los perfeccionamientos que se podrán implementar al año siguiente.

¿Cómo usted mejora la sostenibilidad de más de 400 eventos?

Estamos siempre buscando maneras de mejorar y desarrollar el proceso del Fundamentals para garantizar que los equipos se concentren en mejorar sus eventos y no en llenar formularios. Esperamos que nuestra inversión en la nueva plataforma online Fundamentals reduzca a la mitad la participación de la administración en el Fundamentals y permita una colaboración mucho mejor, además de proporcionar una selección de datos básicos en el punto de entrada

La nueva plataforma también facilitará el proceso de evaluación y registro de eventos con base en el Fundamentals, lo que se espera que incentive que un número más alto de eventos adopte la estructura operativa. La plataforma nos permitirá suministrar datos y percepciones útiles, como clasificar eventos, compartir buenas prácticas y permitir un mejor seguimiento año tras año de las tendencias y desafíos sistémicos, en los cuales podemos desarrollar un entrenamiento para distintas partes de nuestro negocio.

El Fundamentals 2.0

Objetivo

1. Para que la sostenibilidad se incluya en el contenido del evento.
2. Para que la marca del evento incorpore con éxito la Sustainability Inside, ayudando a nuestros clientes a acelerar el desarrollo sostenible en su mercado especializado.
3. Para que el evento tenga una alianza significativa sin fines de lucro.

Involucración con las Partes Interesadas

4. Para que haya seis comunicaciones de sostenibilidad significativas.
5. Para que el equipo del evento se involucre en la sostenibilidad y ella forme parte de las decisiones del evento.

Texto mostrado en las cajas de color agregadas en el F2.0

Carbono y Residuos

6. Para que toda la iluminación especificada por Informa sea de LED y que las luces y el aire acondicionado del lugar se usen de forma eficiente.
7. Para que el evento tenga una generación mínima o nula de residuos de las áreas del evento construidas por Informa, y para que la moqueta se reutilice o recicle.
8. Para que todos los stands de expositores hayan alcanzado por lo menos el nivel Bronce en el programa Better Stands, según su estructura de diez ítems.
9. Para que haya por lo menos tres iniciativas para optimizar el impacto de los viajes de los participantes.

Adquisiciones

10. Para que tres ítems adquiridos para el evento tengan credenciales de sostenibilidad perfeccionadas.
11. Para que haya por lo menos tres maneras por las cuales la sostenibilidad de los alimentos y bebidas (A&B) del evento se haya perfeccionado.

Comunidad y Bienestar

12. Para que el evento tenga por lo menos dos iniciativas que apoyen la comunidad local alrededor del lugar del evento.
13. Para que el evento tenga por lo menos tres iniciativas que mejoren el bienestar, la igualdad, la accesibilidad y el respeto a todos
14. Para que el evento haya implementado y medido con éxito el impacto de por lo menos una iniciativa significativa para 'Connect the Disconnected', removiendo barreras a nuestras redes y al conocimiento de un grupo identificado.

Gobernación

15. Para que el evento esté de conformidad con las Directrices de Salud y Seguridad de Informa.
16. Para que los datos de sostenibilidad del evento se envíen hasta seis semanas después del evento.

Colaboración para crear un centro de eventos sostenibles en Singapur

Baxter Tailford
Gerente de Entrega de Proyectos de Sostenibilidad, Informa Markets, Londres

Al comienzo de 2022, Informa Markets y Singapore Tourism Board (STB) iniciaron una misión para transformar el sector de Reuniones, Incentivos, Conferencias y Exposiciones (MICE, Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions) en el país en un centro sostenible.

Creamos una Alianza de Sostenibilidad en 2023 con los aliados Constellar Holding, representando a Singapore Expo, SACEOS, la Asociación MICE regional y tres prestadores de servicios – Kingsman, Pico y CityNeon. Decidimos usar el FHA Food and Beverage (F&B), el mayor evento de Informa en la región, como el evento piloto para alcanzar nuestros objetivos de largo plazo:

- Convertir el FHA F&B en un evento sin desperdicio;
- Reducir la pegada de carbono del FHA F&B y obtener el status de evento certificado CarbonNeutral®; y
- Suministrar un legado duradero de conocimiento para diseminar prácticas de eventos sostenibles en toda la región.

Desde el comienzo de la Alianza de Sostenibilidad, Informa ha liderado una serie de iniciativas pioneras, abarcando activamente su extensa cadena de suministros para preparar el camino hacia un cambio transformador. Por ejemplo, una línea de base de residuos establecida por Zero Waste City mostró que los estands de exposición desechables representaban la mayor parte de nuestros residuos y una colaboración con LHT Limited resultó en un piloto innovador de reciclaje de madera para estands de expositores.

Informa incentivó a sus expositores a priorizar los Better Stands reutilizables. Eso se basa en una serie de proyectos de estands innovadores que recibieron reconocimiento por medio de nuestros premios de estands sostenibles por su sostenibilidad e innovación excepcionales. Además, un estand pionero de residuos cero reciclados, creado en colaboración con STB y MiniWiz, estableció una referencia en el sector usando moqueta reciclada para las paredes y seguramente creando una repercusión en el área de exposición.

Nuestro modelo colaborativo y las alianzas con las partes interesadas buscan llevar la edición del próximo año del FHA F&B a un nuevo nivel de desarrollo sostenible. Informa pretende basarse en ese modelo para implementar eventos sostenibles en otros eventos de la región.

Lia Basyuni
Directora de Portfolio,
Informa Markets, Jacarta

Ingeniería de sostenibilidad en uno de nuestros mayores eventos asiáticos

Indonesia Energy & Engineering Series es el mayor encuentro industrial del Sudeste Asiático, reuniendo a 2.100 expositores y a 47.700 participantes.

Siempre incluimos aspectos de sostenibilidad en nuestros eventos, principalmente los relacionados al contenido y, gracias a la orientación del equipo de Sostenibilidad del Grupo Informa y a nuestra participación en el programa Accelerator de eventos sostenibles por primera vez en 2023, expandimos substancialmente el alcance de nuestras actividades de sostenibilidad.

nuestro guión de sostenibilidad

Antes del evento

Obtuvimos la mentalidad correcta

1. Realizamos reuniones de equipo sobre temas de sostenibilidad
2. Incorporamos la sostenibilidad a los KPIs del equipo
3. Definimos metas de corto, mediano y largo plazo

Trabajamos junto con las partes interesadas

1. Nos involucramos con líderes del sector para identificar las principales cuestiones de sostenibilidad para los sectores que atendemos
2. Usamos su feedback para incorporar el contenido al Indonesia Energy & Engineering Series
3. Seleccionamos a proveedores que nos pueden ayudar a reducir los impactos ambientales del evento

Desarrollamos el contenido

1. Determinamos el tema principal de Indonesia Energy & Engineering: 'Rumbo a la Sostenibilidad Industrial'
2. Organizamos una serie de webinars con duración de un año sobre ese tema
3. Mapeamos los links para los ODS

Promoción

1. Realizamos un torneo de golf benéfico generando US$100.000
2. Incorporamos la sostenibilidad en la organización y en el tema de la conferencia de prensa antes del evento
3. Incorporamos tópicos de sostenibilidad en el plano de contenido de marketing

Para mí y para mi equipo, es importante que los proyectos de sostenibilidad vengan del corazón, y no apenas de la orientación. Tenemos la suerte de tener un equipo muy apasionado y usamos nuestra cabeza y nuestro corazón para ser creativos y ayudar a nuestros mercados a repensar el futuro con la sostenibilidad en mente.

Creamos un equipo de defensores y líderes de sostenibilidad e hicimos alianzas con ONGs y asociaciones del sector para evitar el greenwashing. El equipo también creó un guión con metas para 2024 (corto plazo), 2027 (mediano plazo) y post 2028 (largo plazo). Nuestras metas se alinean al programa FasterForward de Informa.

El programa Accelerator ayudó a estructurar la aplicación de nuestra pasión y mostramos en esta línea del tiempo como sucedió eso este año, para que otros eventos, dentro y fuera de Informa, puedan adaptarlo para atender sus necesidades.

Durante el evento

Contenido

1. Realizamos sesiones de seminarios sobre puntos de sostenibilidad, como electricidad renovable, reducción de emisiones de metano y construcción e infraestructura sostenibles
2. Suministramos entrenamiento y certificaciones a los participantes
3. Invitamos a más de 600 alumnos para que aprendieran sobre el sector
4. Recibimos a expositores que presentaron lo que hay de más reciente en equipos eléctricos

Recursos e instalaciones del evento

1. Presentamos en 2023 un programa de compensación de carbono para viajes de los participantes
2. Pusimos a disposición ómnibus eléctricos gratuitos para eventos por medio de una alianza con un fabricante de vehículos eléctricos
3. Trabajamos con empresas locales para deseñar uniformes y bolsos VIP del equipo
4. Establecimos una alianza con el lugar del evento para ofrecer comida vegetariana y cubiertos reutilizables
5. Presentamos el programa Better Stands a los expositores para que ellos piensen sobre sus opciones
6. Redujimos el desperdicio por medio de decisiones de compras, instalaciones de reciclaje y sustitución de papel por comunicaciones digitales
7. Garantizamos un ambiente seguro e inclusivo

Después del evento

Feedback

1. Reunimos feedbacks de expositores y participantes sobre sostenibilidad
2. Realizamos dos auditorías de Better Stands en el lugar para medir nuestra línea de base
3. Analizamos los datos sobre el impacto del evento
4. Concluimos el informe del Accelerator

Promoción

1. Reconocimos a los aliados de sostenibilidad por medio de una campaña de promoción que se hizo después del evento
2. Reconocimos a los ganadores del Better Stands

Planificado para 2024

1. Actualizamos nuestras metas de corto, mediano y largo plazo

COLABORADORES

Life@Informa es nuestro compromiso de dar apoyo a los colaboradores y hacer con que el trabajo en Informa sea lo más gratificante posible. Se desarrolló con base en el feedback de los colaboradores y se concentra en cuatro áreas principales: libertad, impacto, comunidad y oportunidad. Nos estamos esforzando al máximo para hacer con que el trabajo aquí sea lo más satisfactorio posible para todos los colaboradores.

80%
colaborador involucración puntuación

96%
de los colaboradores concluyó Entrenamiento sobre el Código de Conducta

98%
de los colaboradores está apto a participar de un plan de correspondencia de acciones de Informa

Más de 140
Eventos de DE&I realizados con colaboradores en 2023

30%
de colaboradores aptos participó del ShareMatch en 2023 y el 13% del US Employee Share Purchase Plan (Plan de Compra de Acciones de Funcionarios en EE.UU.)

Principales 20
Mejores Lugares para Trabajar en Reino Unido de acuerdo con Glassdoor, el sitio de evaluación de empleadores

Nuestro Poder

Sally Ashford
Directora de RRHH del Grupo,
Grupo Informa, Londres

En el evento Leadership Summit 2023 de Informa para 50 de nuestros principales líderes, hablamos sobre 'The Power of Us' (Nuestro Poder) – nuestra capacidad colectiva de hacer con que las cosas sucedan. Cuando miro hacia 2023 y pienso en todo lo que conquistamos, esa frase siempre me viene a la mente.

El año pasado les dimos la bienvenida a casi 3.000 nuevos colaboradores en la comunidad de Informa, cerca de un tercio de los cuales se unió a nosotros por medio de nuestros nuevos negocios: Tarsus, Winsight, LSX, HIMSS Global Health Conference, Canalys y FSG. Muchos pasaron por nuestro nuevo Programa de Integración en el Grupo entero, que estamos implementando globalmente después de la implementación de éxito en Reino Unido y en EE.UU. El programa es una experiencia de integración inmersiva con duración de 12 meses para nuevos integrantes, con el apoyo de un equipo de orientación dedicada, conocida en Informa como 'BOBs' (Best Orientation Buddies [Mejores Aliados de Orientación]).

Más colaboradores también están optando por permanecer en Informa en 2023 y nuestra tasa de «atrito» voluntario está alrededor del 9%, en parte debido a nuestra inversión continua para hacer con que Life@Informa sea una experiencia gratificante.

2023 vio nuevos programas para ayudarnos a retener talentos. Lanzamos el Informa Anywhere, que ofrece a los colaboradores la flexibilidad de trabajar desde cualquier lugar del mundo por hasta cuatro semanas, para prolongar el tiempo con la familia y amigos o simplemente quedarse algunos días en un ambiente distinto. También expandimos nuestro programa de participación accionaria ShareMatch a 14 países más, y el 30% de los colaboradores aptos ahora participa.

En el mundo entero, realizamos casi 150 eventos de diversidad, equidad e inclusión (DE&I) en distintos formatos y lugares a lo largo de 2023, lo que comprueba los esfuerzos increíbles de nuestros equipos de DE&I, así como de nuestras fantásticas redes dirigidas por colaboradores que crearon comunidades desde el comienzo. Este año presentamos el AllInforma Serve, una nueva red administrada por colaboradores para prestar soporte a colaboradores con formación militar o que tengan familiares en la profesión.

Tuvimos niveles récord de participación en nuestra conversación anual con los colaboradores en 2023, Inside Informa Pulse, con una población altamente involucrada de colaboradores, comprometidos en prestar soporte a la empresa, a nuestros clientes, a nuestras comunidades y unos a los otros. Esa conversación destacó varias áreas de oportunidad a medida que avanzamos a 2024. Un tema importante es la movilidad en la carrera.
Ya progresamos mucho en la evolución de nuestro abordaje para la movilidad interna en 2023 y, el año que viene, queremos ir aún más lejos: estamos introduciendo nuevas iniciativas para prestar soporte a los colaboradores en sus jornadas de carrera e incentivando una mentalidad 'Informa-first' cuando se trata de dar el próximo paso.

También tenemos una nueva meta de equilibrio de género, con el objetivo de aumentar la representación de mujeres en los niveles más altos de Informa al 40% en los próximos tres años. Esa es una etapa emocionante, que proporciona responsabilidad, transparencia y, lo que es más importante, la capacidad de medir mejor nuestro progreso.

Estoy ansiosa para ver lo que 2024 nos reserva y trabajar en conjunto para seguir desarrollando nuestra cultura –de la cual todos debemos sentir orgullo.

3.000
nuevos colaboradores

> Estoy ansiosa para ver lo que 2024 nos reserva y trabajar en conjunto para seguir desarrollando nuestra cultura – de la cual todos debemos sentir orgullo.

Redes de colaboradores AllInforma

Nuestras seis redes AllInforma entre empresas defienden y apoyan a las comunidades que son importantes para nosotros. Administradas por colaboradores, ellos se concentran en el equilibrio de género, en colaboradores con deficiencias y condiciones visibles e invisibles, comunidades étnicas minoritarias, colaboradores LGBTQIA+, miembros del ejército y colaboradores al comienzo de la carrera. Cada red se presentó en informes anteriores. A continuación describimos el lanzamiento de nuestra más nueva red, AllInforma Serve.

David Kingston
Gerente de Entrega de Programas, Grupo Informa, Londres

Serve
allinforma

AllInforma Serve tiene como objetivo aumentar la visibilidad de los miembros del servicio militar y de la comunidad más amplia volcada hacia el servicio de socorristas. La red tiene como objetivo crear una comunidad para los miembros de Informa y ayudar a los veteranos activos y de la reserva y a sus familiares a encontrar oportunidades de crecimiento. En nuestro evento de lanzamiento en junio de 2023, los colaboradores suministraron informaciones sobre sus carreras y experiencias en el servicio militar, y como llegaron donde están hoy.

Alianza

AllInforma Serve trabaja junto con el equipo de Recursos Humanos para prestar soporte a los colaboradores que prestan servicios y aumentar la concientización sobre los beneficios para esa comunidad. También trabajamos con otras redes administradas por colaboradores sobre cuestiones importantes, como igualdad, transferencias de carrera y salud mental.

Historias de servicio

Publicamos en el Portal, la intranet de la empresa, historias de colaboradores que ayudan a suministrar informaciones sobre la experiencia vivida por las personas en nuestra comunidad de servicios. Esas historias abordaron puntos como la transición del servicio militar al civil, la importancia de la alianza y la gestión de carreras como familias de militares.

Próximos pasos

La red ya está establecida y seguirá creciendo en 2024, a medida que trabajemos juntos para determinar como podemos apoyar mejor a nuestros colaboradores en esas comunidades y ayudar a todos a que den lo mejor de si y a traer sus habilidades exclusivas para ayudar a los colaboradores y a la empresa a prosperar.

Cultura de seguridad

Steve Dyson
Jefe de Salud, Seguridad y Protección del Grupo, Grupo Informa, Londres

En 2023 lanzamos varias iniciativas para garantizar la mejora continua y el desempeño en salud, seguridad y protección en todas nuestras operaciones en el mundo entero.

Informes de incidentes

Estamos perfeccionando nuestros informes, gestión e investigación de incidentes gracias a un nuevo sistema de informes para colaboradores y prestadores de servicios. Eso nos permitirá recoger datos precisos y en tiempo real de toda la empresa, monitorear la seguridad e investigar y evitar accidentes.

Esquema de prestadores de servicios aprobados

Creamos un esquema para identificar, evaluar y aprobar a prestadores de servicios en cada región, que se recomendarán a nuestros equipos de eventos. Eso es especialmente importante para garantizar que los prestadores de servicios que construyen estands y otras estructuras temporales entiendan y trabajen de acuerdo con nuestros estándares.

Entrenamiento

Más de 500 colaboradores en funciones de operaciones de eventos y 200 gerentes séniores recibieron entrenamiento específico sobre salud y seguridad en 2023. También estamos desarrollando nuevas campañas de seguridad, como trabajo en altura, digitalizando nuestro entrenamiento sobre el Modelo Operativo de Seguridad y lanzando nuevos módulos de e-learning.

Juntas, esas actividades nos ayudan a seguir desarrollando la cultura de seguridad y la resiliencia comercial de Informa.

Como estamos monitoreando nuestro impacto*

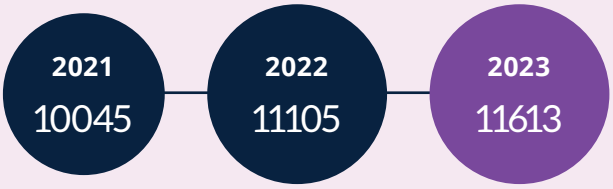
Involucración de los colaboradores

puntuación de involucración de los colaboradores en una serie de preguntas

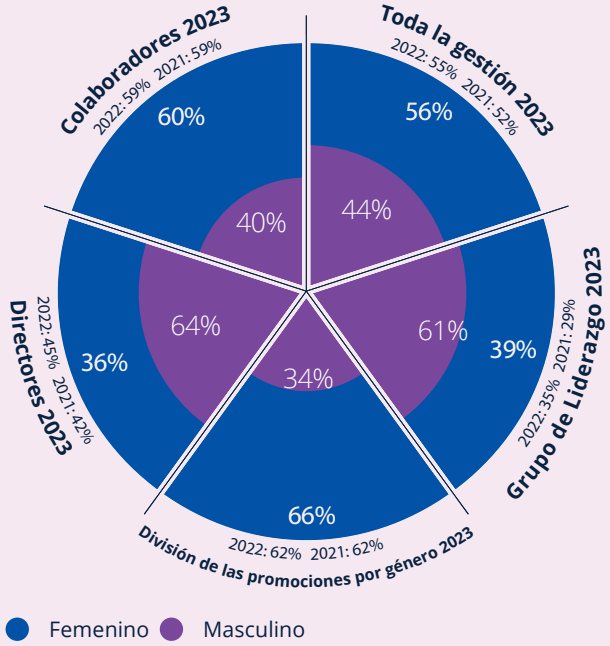
de nuestros colaboradores creen mucho en las metas y en los objetivos de Informa

de nuestros colaboradores dicen que su trabajo les da una sensación personal de realización

Número de colaboradores



Diversidad global de género

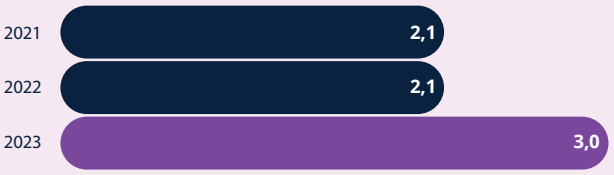


Rotación de colaboradores

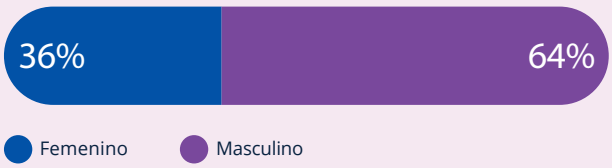
Los números de rotación incluyen a colaboradores que dejaron a Informa como parte de un desinversión empresarial

Absentismo

Promedio de faltas por enfermedad por colaborador (días)



Diversidad de género en el directorio



Remuneración promedia

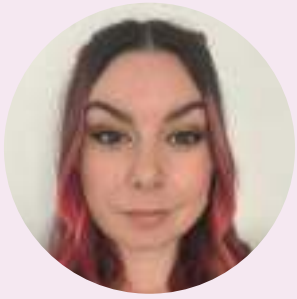
24%

Diferencia en la remuneración promedia entre hombres y mujeres en Reino Unido

Vea más aquí

* Excluye las empresas adquiridas por Informa en 2023

Ocho años de creación de conexiones a través del Walk the World



Bethany Fruen
Gerente de Comunidad e Involucración de Sostenibilidad, Grupo Informa, Londres

Este año marcó el octavo aniversario de Walk the World (WTW) - y que impacto increíble se creó en ese período.

Con casi £1,5 millón recaudado en total, los colaboradores apoyaron a centenas de aliados caritativos y crearon conexiones duraderas entre equipos, divisiones y regiones. ¡WTW ofrece una oportunidad única de permanecer un tiempo con los colaboradores fuera de la oficina y de los estándares de trabajo habituales, con mucha diversión!

WTW ahora va más allá de la simple caminada, aunque ella siga siendo el punto central de cada evento. Este año hubo juegos de formación de equipos en Bengaluru; una recolección de basura en la playa en Penang; y la oportunidad de conocer la historia y la cultura aborigen en Melbourne.

Todo eso mientras recaudamos dinero para buenas causas, tomamos un poco de aire fresco y nos quedamos un tiempo lejos de nuestras pantallas.

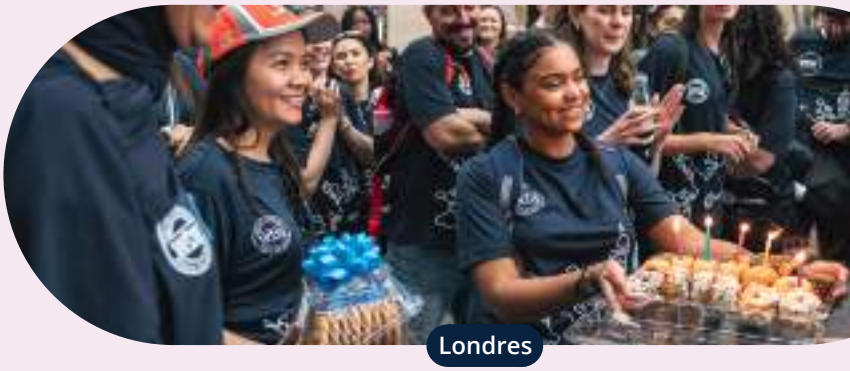
Crear conexiones es muy importante en el trabajo que hacemos, por eso incentivamos a los equipos a que inviten a proveedores y aliados para que aprovechen la WTW con nosotros. También les dimos la bienvenida a muchos colaboradores nuevos este año, muchos de los cuales usaron el Walk the World como su primer oportunidad para conocer aquellos con quien dentro de poco estarían colaborando. ¿Cuál es la mejor manera de empezar a desarrollar conexiones y experimentar lo que hace con que la vida en Informa sea tan especial?

£ 1,5 millón
recaudado en ocho años

Vietnam

Santa Monica

Seúl


Londres

85%
tiene más orgullo de trabajar en Informa

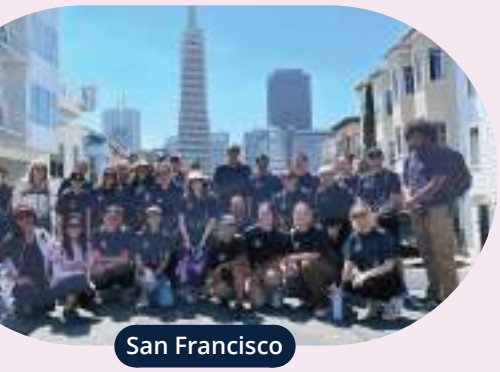
78%
más propenso a recomendar trabajar en Informa

78%
se siente más conectado a su equipo

Nova York

£239.000
recaudados

Xangai


San Francisco

Pequín

Oxford

60%
de los colaboradores que participan

63
caminadas concluidas

Walk the World 2023 – Nueva Delhi: conmemoración de 25 años de Taylor & Francis en India

Nueva Delhi

Londres

100%
de los colaboradores nos dice que WTW es una óptima idea

Ciudad de Kansas

83
oficinas participantes

6.391
participantes

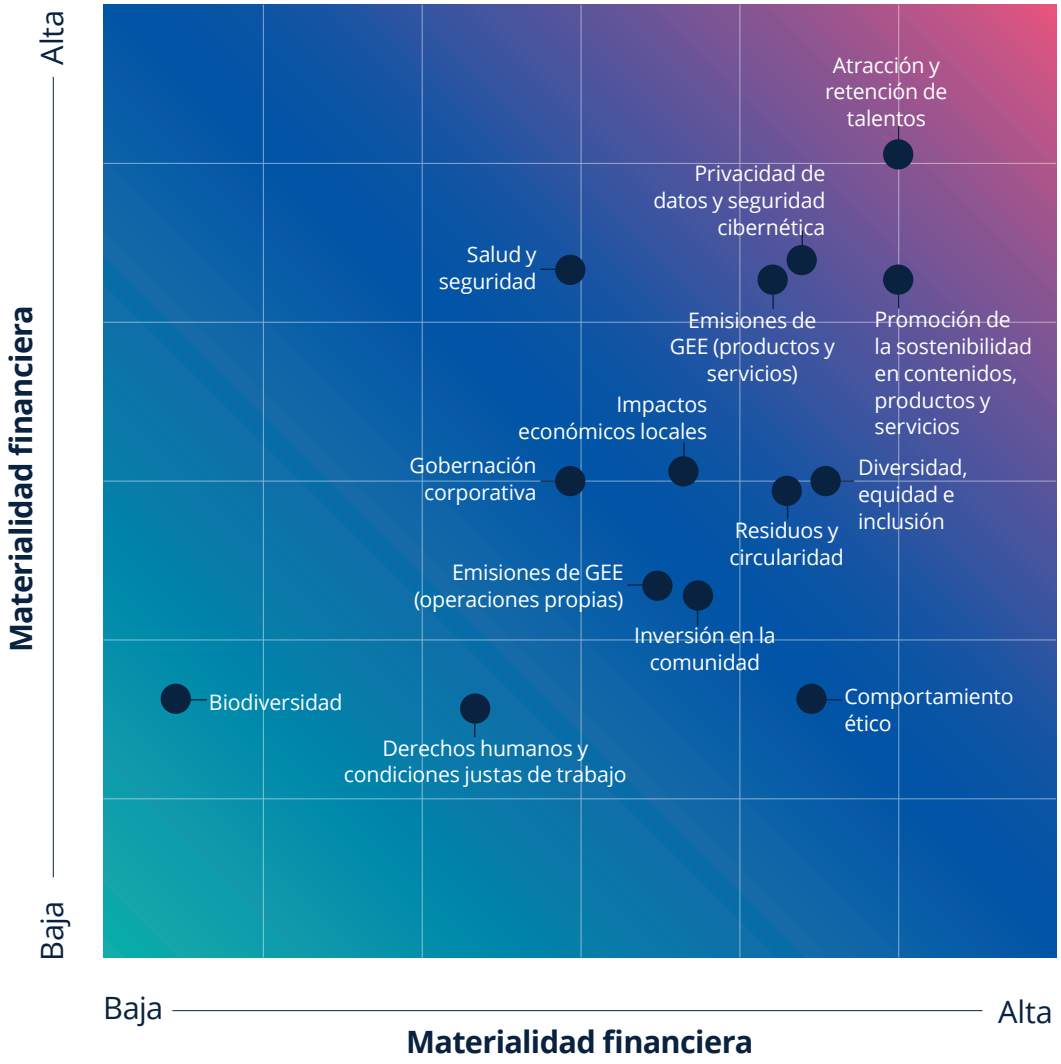
Mumbai

Gobernación

Para garantizar la **eficacia** de nuestros programas de sostenibilidad, varios equipos especializados informan a la gerencia sénior y al Directorio sobre el progreso con relación a nuestras metas. Los equipos de auditoría interna y externa proporcionan **garantía** sobre los principales componentes de nuestros informes de sostenibilidad.

Una parte importante de nuestro abordaje de la sostenibilidad es identificar y enfocar en las cuestiones que son más importantes para Informa y para el mundo en general. En 2023, realizamos una evaluación de doble materialidad actualizada para evaluar si las áreas de foco identificadas en 2020, cuando lanzamos el FasterForward, todavía eran las más relevantes. Los resultados (que se presentan a continuación) confirmaron que el FasterForward, así como otros programas, como Life@Informa, Data Privacy y nuestros programas de gestión de Salud, Seguridad y Protección, están abordando las cuestiones más relevantes. Esos riesgos relacionados a la sostenibilidad se gestionan como parte de nuestra estructura de Gestión de Riesgos Corporativos en toda la empresa.

Temas relevantes y programas y actividades actuales



Asociaciones y premios

Nuestro desempeño con relación a los criterios ambientales, sociales y de gobernación (ESG) tiene reflejos en varias evaluaciones de terceros.

Vea un resumen de nuestras evaluaciones aquí:

Vea más aquí

Member of
Dow Jones Sustainability Indices
Powered by the S&P Global CSA

Principales 1% en nuestro sector

Sustainability Yearbook Member
S&P Global Corporate Sustainability Assessment (CSA) Score 2023

CERTIFIED CARBON NEUTRAL Company
CarbonNeutral.com

CDP
DISCLOSURE INSIGHT ACTION

2023 UFI Sustainable Development Award

MSCI ESG RATINGS AAA
CCC B BB BBB A AA AAA

FTSE4Good

ESG Investing
Sustainability Reporting awards

EN AWARDS
Exhibition News ESG Awards

WE MEAN BUSINESS COALITION

Declaración Resumida de Garantía

Informa PLC («Informa») contrató a Bureau Veritas UK Limited ("Bureau Veritas") para que suministrara una garantía limitada de sus indicadores clave de desempeño (KPIs) seleccionados en el Informe de Sostenibilidad de Informa 2023. Los KPIs seleccionados revisados abarcaron el período del 1º de enero al 31 de diciembre de 2023. Bureau Veritas realizó el trabajo con un nivel limitado de garantía, de acuerdo con la Norma Internacional sobre Compromisos de Garantía (ISAE, International Standard on Assurance Engagements) 3000 (Revisada). La declaración de verificación completa, incluyendo el alcance del trabajo y la conclusión de la garantía de Bureau Veritas, metodología, exclusiones y limitaciones, además de una declaración de independencia e imparcialidad, se publicará junto con el Informe y estará disponible aquí.

Vea más aquí

BUREAU VERITAS

Tablas SASB, GRI y de datos

Descargue nuestras tablas GRI y SASB, metodología de informe, políticas, tabla de datos e informaciones sobre la gobernación de la sostenibilidad en Informa.

Vea más aquí

Fuerza Tarea sobre Divulgaciones Financieras Relacionadas a la Naturaleza (TNFD, Taskforce on Nature-related Financial Disclosures)

Actualizamos nuestra evaluación de doble materialidad. Eso confirmó las conclusiones de nuestro trabajo de selección de TNFD realizado en 2022, según las cuales la biodiversidad es, comparativamente, una cuestión de menor prioridad para Informa.

Directiva sobre la Comunicación de Informaciones de Sostenibilidad Corporativa (CSRD, Corporate Sustainability Reporting Directive)

En este momento estamos analizando nuestros futuros requisitos de informes de acuerdo con la Directiva sobre Comunicación de Informaciones de Sostenibilidad.

informa

Impreso por Pureprint Group, una gráfica registrada por la norma ISO 14001, FSC y CarbonNeutral®.

Este documento se imprimió usando su tecnología de impresión ambiental Pureprint®. Se usaron tintas el 100% a base de vegetales y un revestimiento a base de agua. El 99% de los residuos secos y el 95% de los solventes de limpieza asociados a la producción se reciclaron.

Este documento se imprimió en Revive 100 Uncoated. Un material totalmente reciclado de Denmaur Paper.
El carbono producido en el proceso de fabricación y entrega a Pureprint se neutralizó por el World Land Trust. El papel y la impresión son, por lo tanto, neutros en términos de carbono.

Tanto la fábrica de papel como la gráfica están registradas en el Sistema de Gestión Ambiental de la norma ISO 14001 y poseen certificación de cadena de custodia del Forest Stewardship Council (FSC®).

La capa externa no se laminó para hacer con que el documento sea el 100% reciclable.

WORLD LAND TRUST™
www.carbonbalancedpaper.com
CBP00019082504183028

FSC
www.fsc.org
RECYCLED
Paper made from recycled material
FSC® C022913

Vegetable-based inks

CERTIFIED CARBON NEUTRAL®
CarbonNeutral.com

La dirección de nuestra sede es: 5 Howick Place
Londres, SW1P 1WG
t. +44 (0)20 8052 0400

www.informa.com/sustainability

Para obtener más informaciones sobre su programa de sostenibilidad o si desea participar, entre en contacto por el sustainability@informa.com

luminous

Concepción y producción
www.luminous.co.uk