

## MEMORIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

2010 · 2012

Desde Borges Mediterranean Group  
nos complace presentarles nuestro  
tercer informe bianual de  
Responsabilidad Social Empresarial.





# CONTENIDO

Enfoque de Gestión de la Organización

Desempeño económico

Enfoque de Gestión de Indicadores Ambientales

Enfoque de Gestión de Indicadores Sociales

La Memoria de Responsabilidad Social es un documento público, de los criterios, compromisos y actividades del Grupo Borges en materia de Responsabilidad Social Empresarial, en su triple dimensión: económico-financiera, social y medioambiental.

Esta memoria fundamentalmente contiene una descripción de las relaciones que el Grupo mantiene con los Grupos de Interés con los que se relaciona así como las acciones que viene desarrollando con la sociedad y los colectivos con los que opera.

Por tercera vez rendimos cuentas sobre nuestra actuación económica, social y ambiental y sobre la relación con nuestros grupos de interés. En este tiempo, la organización ha introducido mejoras en su manera de informar sobre su desempeño. Así, en la anterior publicación ya apostamos por el formato on-line del Informe de Sostenibilidad con el fin de contribuir a la protección del medio ambiente sin dejar de proporcionar la información con rigor.

En el periodo cubierto por este informe, Borges Mediterranean Group ha creado empleo y el resultado de explotación ha reflejado un aumento de la productividad. Esto nos permite posicionarnos de forma más sólida frente a los importantes desafíos a los que nos enfrentamos para gestionar el negocio de forma sostenible.

Los retos que propone el contexto sólo pueden ser superados con ideas innovadoras a partir de un enfoque responsable en todos los niveles de operación y un servicio de calidad adaptado a las nuevas exigencias y necesidades.

Estamos convencidos de que la integridad y los valores son elementos clave del éxito de una compañía. Desarrollar todas nuestras actividades con arreglo a unos estrictos estándares éticos es una prioridad en Borges Mediterranean Group.

El compromiso con la Legalidad, nuestro Equipo Humano, la Integración Social, el medio ambiente y en general, los principios de sostenibilidad forman parte de nuestro modelo de negocio y de nuestra actividad diaria. En este contexto, el Grupo da respuesta a su compromiso de adhesión a los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas e incluye en sus informes de Responsabilidad Social indicadores de desempeño del Global Reporting Initiative.

La difícil coyuntura actual la estamos compensando con mucho trabajo y dedicación. El camino que tenemos por delante no es un camino fácil, pero sabemos que el Equipo de Borges Mediterranean Group dará lo mejor de sí mismo para que sean unos años llenos de éxitos en el que seamos capaces de aprovechar todas las oportunidades que se nos presenten, realizando nuestro trabajo de forma responsable.



**Ramón Pont**  
Presidente Borges  
Mediterranean Group



**Josep Pont**  
Consejero Delegado  
Borges Mediterranean Group



**David Prats**  
Consejero Delegado  
Borges Mediterranean Group



## **CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO DE ADHESIÓN AL GLOBAL COMPACT. AÑO 2013.**

Estimados Señores,

Borges Mediterranean Group, un año más renueva los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas con la finalidad de integrarlos en la estrategia, en la cultura y en las acciones de la Organización.

Queremos mejorar la vida de las personas, facilitar el desarrollo de los negocios y contribuir al progreso de las comunidades donde operamos. Nos consideramos una empresa responsable, lo que nos compromete a todos de forma transversal y nos involucra cada vez más en las metas de la Compañía de una forma solidaria, contribuyendo, comprometiendo y responsabilizando de forma compartida.

Los nuevos proyectos que hemos emprendido en los últimos años están contribuyendo a que Borges Mediterranean Group sea aún mejor Compañía. Diversas entidades han reconocido nuestros logros, animándonos a continuar en el camino de la mejora continua.

Durante el 2012, la empresa FRUSANSA (Frutos Secos Andaluces), ha dado continuidad al proyecto de plantación de especies autóctonas, *Quercus ilex* y *Pinus Halepensis*, en la Finca "El Carqui", término municipal Valle de Zalabí (Granada), con el fin de recuperar el hábitat natural de la zona.

La plantación forestal, en un terreno no productivo con un total de 73,22 hectáreas, se ha llevado a cabo en una zona de la finca con terreno calcáreo y grandes pendientes, zona que se erosionaba constantemente como consecuencia de las lluvias. El objetivo de este proyecto, con un marco de 5 x 4: 500 plantas por hectárea, es evitar la erosión y mantener el terreno en su sitio, al tiempo que mejora notablemente el hábitat de la zona.

Borges Mediterranean Group sigue avanzando en integrar las mejores prácticas de Responsabilidad Social en su actividad diaria. Tenemos previsto un Plan de Acción Social y Ambiental en nuestra filial de Borges Tunisie para los años 2013 y 2014 con el fin de avanzar en materia de Sostenibilidad. Reduciremos los riesgos relacionados con la cadena de suministro incentivando el uso de las mejores prácticas por los productores y molineros, desarrollando e implementando los procedimientos pertinentes para el cumplimiento de las normas laborales en la cadena de suministro de nuestras fábricas. Del mismo modo seguiremos fortaleciendo el Plan de Integración en origen de Borges Tunisie, incluyendo los avances y los riesgos relacionados con la Biodiversidad.

Las personas que trabajamos en Borges Mediterranean Group compartimos sus fines y sus valores. Nuestro compromiso y nuestra lealtad institucional se manifiestan en la disposición para colaborar junto a la Compañía en alcanzar los objetivos corporativos más allá de lo mínimamente exigible, y en nuestro esfuerzo constante para mejorar en todo lo que hacemos.

Cordialmente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "D. Prats", with a stylized flourish at the end.

*David Prats Palomo*

*CEO-Director General*

# ENFOQUE DE GESTIÓN DE LA ORGANIZACIÓN





## ESTRATEGIA Y ANÁLISIS

### Impactos principales de la Organización en materia de Sostenibilidad y sus efectos sobre los grupos de interés.

En Borges Mediterranean Group procuramos cubrir siempre las expectativas de todos nuestros grupos de interés. Desarrollamos herramientas para conocer sus inquietudes y necesidades, lo que nos aporta ideas con las que orientar nuestros esfuerzos.

Contamos con una estrategia de Responsabilidad Social integral que nos ayuda a tomar decisiones en unas condiciones económicas, sociales y ambientales en continua evolución. La estrategia identifica nuestras principales cuestiones en materia de Responsabilidad Social basándose en un análisis de materialidad que define las áreas más importantes para el Grupo y para sus grupos de interés. Nuestra estrategia de empresa se fundamenta en dos pilares básicos: el liderazgo de marcas y la innovación.

Ante los retos que se nos presentan consideramos básico llevar a cabo acciones proactivas que no solo gestionen riesgos sino también creen oportunidades de negocio.

Borges Mediterranean Group tiene como Misión generar confianza a sus grupos de interés, siendo un referente en el Estilo de Vida Mediterráneo, innovando en la elaboración y comercialización de productos y servicios de valor, cumpliendo con los compromisos con la Sociedad, respondiendo a las exigencias de los clientes, desde la extensión de los principios de sostenibilidad a la cadena de suministro y la incorporación de la variable ambiental y social a los productos, y contando, con unas herramientas de gestión empresarial actualizadas que favorezcan el desarrollo de personas.

El motor de la innovación en Borges Mediterranean Group son las personas, y éstas son por ello, impres-

cindibles para conseguir ser líderes en el mercado, en un entorno de trabajo en el que nos desarrollemos y crezcamos, tanto a nivel personal como profesional.

El área de Recursos Humanos ha evolucionado en paralelo a los cambios experimentados en otros ámbitos de la Compañía, donde la gestión de las personas es tan importante como la gestión de los objetivos del negocio. Ello hace que se promueva la gestión humana siguiendo los valores fundamentales como crecimiento constante, personas con capacidad de decisión y constitución de relaciones basadas en responsabilidad y de confianza. En Borges Mediterranean Group seguimos trabajando para reducir nuestro impacto ambiental, consideramos que los recursos son limitados y por tanto hay que hacer un buen uso de los mismos.

Proteger y conservar los recursos naturales es clave para un crecimiento sostenible. Pretendemos reducir la huella medioambiental de nuestros productos y ahorrar costes en toda la cadena de valor. Queremos aumentar el contenido de papel reciclado de los embalajes y usar materiales reciclables. Iremos desarrollando nuestra experiencia en prácticas sostenibles en agricultura, en línea con nuestras necesidades de aprovisionamiento de ingredientes, lo que garantiza nuestros estándares de calidad, trazabilidad, contenido nutricional y continuidad del suministro. Nuestra tercera Memoria de Responsabilidad Social Empresarial recoge todas las actuaciones del Grupo en materia de sostenibilidad durante los dos últimos ejercicios financieros y al tiempo, nos invita a hacer una reflexión sobre el cumplimiento de las expectativas de nuestros grupos de interés.

**"BUSINESS IS THE MOST POWERFUL  
VEHICLE FOR DEVELOPMENT...  
OUR FIRST ORDER JOB RIGHT NOW IS  
TO GET BUSINESS TO THINK  
DIFFERENTLY ABOUT ITS ROLE"**



## Impactos de las tendencias, riesgos y oportunidades de sostenibilidad en las perspectivas a largo plazo y en el comportamiento financiero de la Organización

Aspectos tales como los riesgos, las oportunidades y el desempeño derivados de los impactos de la Compañía en materia de sostenibilidad, se desarrollan de forma precisa en cada punto de esta memoria. Exponemos una visión general de los más relevantes:

### Ámbito financiero

En la actualidad, la economía global se encuentra en un momento mutante que marcará la tendencia a largo plazo. En base a ello, desde la perspectiva financiera y de proyección a la Sociedad, cabe señalar que los principales riesgos de la misma son los propios de la actividad y del sector en que ésta opera. Sin embargo, la adecuada gestión y los sistemas de control aseguran una sólida posición económica-financiera y una excelente proyección futura.

La evolución prevista se ha basado en el conocimiento del plan de actuación de las condiciones económicas-financieras propias del entorno en que se encuentra la Sociedad.

La proyección de dichos parámetros presenta expectativas favorables que hacen prever la continuidad del incremento de presencia en el mercado así como un equilibrio económico y financiero de la Sociedad.

### Calidad y Seguridad

Borges Mediterranean Group garantiza que ningún fruto seco o aceite procesado en sus instalaciones haya sido manipulado genéticamente. Ello es debido al respeto por la tierra, por sus frutos y por nuestros clientes. Un compromiso que nos ha permitido obtener de forma progresiva las certificaciones y homologaciones más exigentes en cuanto a calidad y seguridad de nuestros procesos, productos, instalaciones y sistemas de trazabilidad.

Para el control y seguimiento de los procesos mencionados contamos con herramientas informáticas específicas que permiten disponer de información detallada del producto, desde el origen de la materia prima hasta su llegada al cliente final.

En este contexto, Borges Mediterranean Group organiza periódicamente cursos de formación específicos que permiten agilizar la implantación y actualización de sistemas de gestión de calidad.

## Ámbito Social y Laboral

Uno de los principales riesgos en materia de sostenibilidad en estos aspectos es la adecuada gestión de la información y el posible incumplimiento de nuestro Código Ético.

Progresivamente se han ido estableciendo procedimientos internos y externos, de seguimiento y control de estos riesgos de forma directa por parte de nuestra Organización y también de forma conjunta con nuestras partes interesadas.

### Ámbito medioambiental

El control de los aspectos medioambientales en nuestras fábricas realizado en las auditorías tanto internas como externas, unido a la optimización de las diferentes instalaciones, hace que este impacto así como los riesgos derivados del mismo, estén identificados y controlados.

### Cooperación con la Sociedad

Borges Mediterranean Group tanto en los países donde fábrica sus productos como en los que los comercializa, causa diferentes impactos, como la generación de actividad económica y de empleo, y consecuentemente también en la calidad de vida y las condiciones de nuestros trabajadores y trabajadoras.

El principal riesgo que se desprende de ello sería el de no cubrir las expectativas, tanto propias, como de los diferentes grupos de interés en estos aspectos. Como se está realizando actualmente, la cooperación y el trabajo conjunto con nuestras partes interesadas es determinante para su evaluación y seguimiento.

# PERFIL DEL LA ORGANIZACIÓN

## Borges Mediterranean Group

Es un Grupo Familiar agroalimentario español cuya sede central está compartida entre Reus y Tárrega y desde su fundación pertenece a la familia Pont.

Después de 115 años de historia, en mayo de 2011, Grupo Borges reafirma su estrategia y basa su posicionamiento en el Estilo de Vida Mediterráneo pasando a denominarse “Borges Mediterranean Group” y ajusta la Misión empresarial a la difusión, a través de sus alimentos, los valores del mediterranean life & quality entre los consumidores e industria de todo el mundo. El mediterranean life & quality va mucho más allá de la Dieta mediterránea; Borges hace posible que personas de todo el mundo disfruten de los beneficios físicos y emocionales de una alimentación basada en los valores de la vida mediterránea a través de sus productos y servicios, adaptándose a cada mercado y a cada segmento.

Estos valores son los que Borges internacionaliza a través de su amplia gama de productos saludables a los que añade valor a su cadena productiva, gracias al cuidado en cada uno de los procesos y al esfuerzo en innovación e investigación, desarrollando nuevas soluciones y consiguiendo productos de mayor calidad para sus consumidores. El Grupo apuesta por la creación de valor para todos los grupos de interés, con una gran defensa del consumidor por medio de la calidad de sus productos.

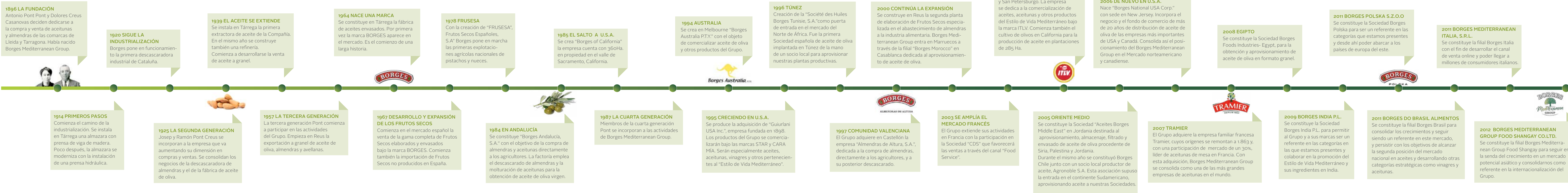
El fin es favorecer a que los consumidores disfruten de los estándares y cualidades de la vida mediterránea como un concepto global cultural que incluye la alimentación como fuente de salud y placer, una experiencia cultural única: el mediterranean life & quality.





## NUESTROS ORÍGENES

En la actualidad, la cuarta generación familiar de la familia Pont ha sabido cuidar los máximos principios del Grupo y ha hecho de Borges Mediterranean Group una empresa donde tradición, innovación y calidad se unen para ofrecer los mejores productos de la dieta mediterránea, reconocidos y avalados en todo el mundo.



## PRINCIPALES ORGANIZACIONES A LAS QUE PERTENECEMOS:



- Foro de las marcas renombradas
- ASSET: Asociación Española de Financieros de Empresa
- CALIDALIA
- Instituto de la Empresa Familiar
- ECOEMBES
- Federatios des Industries Condiment de France
- Genfa S.A
- Independent Handler Export Coalition
- California Farm Bureau Federation
- Willows Chamber of Commerce
- FIEF: Fédération de les Industries de Conserves Françaises
- AFOEX: Asociación para el fomento de exportadores
- CEPTA: confederación de Empresas de la Provincia de Tarragona
- FIAB: Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas de España



### ACEITES

- AMINEVEC: Asociación Nacional de Envasadores
- ASOLIVA: Asociación de Exportadores de Aceite de Oliva Español
- ANIERAC: Asociación Nacional de Industrias Refinadoras y Envasadoras de Aceites Comestibles
- Asociación de Fabricantes de envases PET
- ASEOBRA
- FEDIOL
- Australian Olive Oli Association
- NAOOA: North American Olive Oil Association
- Asociación de Exportadores de Huille d'olive de la Tunisie
- Comité Oleícola Internacional
- California Olive Oil Council
- Cámara de comercio de Tárrega



### FRUTOS SECOS

- ALMENDRAVE: Asociación de Exportadores de Almendras y Avellanas
- NUCIS: Fundación Privada Nucis, Salud y Frutos Secos
- AIM: Asociación Internacional de Marcas
- FRUCOM: Asociación Europea de Importadores de Frutos Secos
- Tecnoparc
- Centro Tecnológico de Nutrición y Salud de Reus
- INC: Internacional Nut Council
- California Walnut Board
- California Walnut Commission
- Almond Board of California
- AIABECA: Asociación de Industrias Alimentarias y Bebidas de Cataluña
- CEFROUTE: Consejo español de Frutos Secos
- Cámara de comercio de Reus

## Principales marcas, productos y/o servicios

El objetivo es entrar en el futuro en nuevas categorías de productos ampliando el actual elenco y siempre bajo la fórmula de creación de valor. Borges Mediterranean Group aspira a conseguir posiciones de liderazgo en mercados internacionales con una amplia gama de productos sanos y placenteros, que aporten rentabilidad y crecimiento sostenido en el tiempo, especialmente a través de sus marcas.

En Borges no sólo vendemos aceites y Frutos Secos ni encurtidos, sino que damos la posibilidad a las personas de todo el mundo de disfrutar de la calidad y el Estilo Mediterráneo a través de nuestros productos y servicios; con el objetivo de ser Borges Mediterranean Group REFERENTE DE MED-LIFE & QUALITY en todo el mundo.



### Borges

La Calidad y la Mediterraneidad son los dos activos más importantes sobre los que se construye esta marca líder en el mercado global. Presente en la mayoría de países en los que el Grupo opera, Borges es percibida hoy en día como una marca “top of mind” en todas sus referencias.



### Star

Es la marca que desde 1898 importa y comercializa productos tradicionalmente mediterráneos, en un mercado tan exigente como el norteamericano. En este mercado, la marca está asociada a los valores de mediterraneidad, de calidad y disfrute de vida, que la han consolidado como Nº 1 en ventas de aceite de oliva, vinagre de vino español y aceitunas verdes. Hoy en día sus referencias pueden encontrarse en las principales cadenas comerciales del país.



### Cara mia

La marca que comercializa las conservas y alcachofas de Borges Mediterranean Group para el mercado norteamericano, ha conseguido posicionarse como marca “premium” gracias a su calidad y sabor, siendo líder en USA en el segmento de alcachofas marinadas con una receta única en el mercado.



### Pacific choice

La marca se introdujo en California en 1998 comercializando aceitunas, cerezas marachino, pimientos, alcaparras, condimentos y otros productos de Horeca principalmente para Distribuidores de Productos de Alimentación y Distribuidores en el oeste de los Estados Unidos. Pacific Choice se ha convertido en la principal marca de estos productos para prácticamente todos los principales distribuidores de Horeca en la Costa Oeste, así como muchos de los principales hoteles y casinos en Las Vegas y varios importantes Distribuidores de Productos de Alimentación desde Texas hasta Hawaii.



### Tramier

Ofrecer al consumidor todo el placer y el disfrute de los productos naturales Borges ha convertido a Tramier en una de las marcas líderes en Francia en el mercado de las aceitunas. Además, Tramier está ganando cuota de mercado en otros productos mediterráneos como son encurtidos, aceites de composición y aceite de Oliva Virgen, entre otros. Y cuenta con un gran nivel de aceptación gracias a su posicionamiento como marca con una fuerte personalidad mediterránea



### ITLV

Desde 2004, esta marca es una de las principales de Borges Mediterranean Group en cuanto a volumen de negocio. Abarca el gran mercado potencial de Rusia y los países del Este y es una marca de gran notoriedad allí donde se comercializa. Su extensa gama de referencias se adapta a las necesidades y gustos de los consumidores, llevando a su mesa la mediterraneidad a través de sus productos.



### Popitas

Presente en diferentes países, es uno de los lanzamientos más destacados del Grupo, el maíz para microondas Popitas.



### Alferdous

Marca lanzada recientemente, Alferdous ofrece la mediterraneidad desde el punto de vista árabe, con un producto de gran calidad envasado en Túnez para el gusto del consumidor local de los países árabes. Actualmente está presente en Arabia Saudí, Qatar, Bahrein, Emiratos Árabes, Egipto y próximamente en mas mercados del Norte de África y Oriente Medio.



## Estructura, países y mercados en los que opera Borges Mediterranean Group

Borges Mediterranean Group cree en un modelo global, con filiales internacionales propias en los principales países del mundo. Actualmente fuera de España está presente con equipos propios en Estados Unidos, Brasil, Chile, Francia, Polonia, Rusia, India, China, Túnez, Jordania, Marruecos, Egipto e Italia.

El Grupo ha extendido su proyecto internacional en más de cien países de los cinco continentes. En la actualidad cuenta con diez factorías, seis en España y cuatro en el extranjero; ocupa 836 empleados/as y factura 520.000 miles de euros anuales de los que un 71% provienen de ventas en los mercados del exterior. La expansión internacional es un objetivo dentro de la estrategia del Grupo.

**Las Unidades comerciales:** Además de una extensa red de importadores y agentes, tenemos once empresas comerciales que nos permiten estar presentes

en más de **cien países** (Borges Headquarters España, Borges Brasil, Borges National USA, Borges USA, Borges Francia-Tramier, Borges Francia Cds, Borges Rusia-ITLV, Borges Australia PTY, Borges India PL, Borges Italia S.R.L, Borges Polonia).

El esfuerzo de expansión internacional del Grupo ha sido reconocido a través de organismos oficiales especialmente por los Planes de Implantación y Crecimiento en Rusia y Estados Unidos entre los años 2004 y 2008. Durante el año 2009 Borges Mediterranean Group expande su proyecto empresarial al continente asiático estableciendo una filial comercial en India (Borges India P.L). Durante el año 2011 seguimos expandiendo nuestro proyecto empresarial con la implantación en Polonia, Brasil, e Italia, y en el año 2012 continuamos creciendo constituyendo la filial en China.



**Las unidades Comerciales de Consumo,** comprenden todas las ventas de producto envasado destinado al consumo final, incluyen tanto las marcas propias del Grupo como las marcas de distribución (marcas blancas). Su comercialización es a través de canales de retail o bien a través del canal de Food Service.

**Las Unidades Comerciales de Ingredientes,** engloban todas las ventas de producto a granel semi-industrializado destinado a aquellas industrias o sectores que utilizan los productos del Grupo como ingredientes en sus procesos, o para su posterior envasado de marcas de terceros industriales para su posterior comercialización.

## DIVISIÓN GRAN CONSUMO

Comercialización, creación y desarrollo de productos para clientes de: Gran Distribución, Canal Tradicional, Food Service, Distribución Especializada, Mercados de Impulso y Marcas Privadas.

Elabora aceite de oliva, girasol, vinagres, vinagretas, aceitunas, cremas balsámicas, Frutos Secos, futas desecadas, etc.

Las divisiones internacionales comercializan los productos con marca Borges.

Marcas: Borges, Popitas, Star, Cara Mia, Tramier, ITLV, Pacific Choice y Alferdous.

Presencia en más de cien países.

## DIVISIÓN INGREDIENTES

Creación, desarrollo y distribución para la industria alimentaria como la de Salsa y Mayonesas, Conservas, Aperitivos, Bollería y Panificación, Galletas, Hidrogenación y Margarinas y Envasadores.

Presencia en más de 50 países.

Ofrecemos un abanico de formatos industriales como cisternas, flexi-tanks, contenedores paletizados, bidones metálicos, envases plásticos, etc.

Creación, desarrollo y distribución para la industria alimentaria, como la del Turrón y Mazapán, Chocolate, Helado, Galletas, Confeitería y Pastelería Artesanal.

Presencia en más de 60 países.  
Líder en la exportación española.

Líder en la exportación española.  
-Operador global del mercado de almendras en todos los orígenes y destinos de consumo.





**Filiales de aprovisionamiento**, situadas principalmente en las zonas productoras de origen. En la actualidad Borges Mediterranean Group dispone de las siguientes empresas dedicadas al aprovisionamiento: Grupo Frusesa (Badajoz), Frusansa (Granada), Borges Almería, Almendras de Altura en Castellón, USA. Borges of California, USA. Olive Glenn Orchards, Borges Chile, Borges Morocco, Borges Túnez, Borges Jordania y Borges Egipto.



**Plantaciones de Pistacho**  
Frusansa (Granada)



**Plantaciones de Nogales**  
Frusesa (Badajoz)





**Divisiones agrícolas:** Corresponden a las plantaciones propias (básicamente de nogales, almendras y olivos), situadas esencialmente en la comunidad de Extremadura y Andalucía en España, y en el Estado de California en USA. Sumando más de 1.080 hectáreas de plantaciones propias.

#### España

- Más de 900 Ha de nogales, pistachos y almendros en Granada y Badajoz
- Capacidad de producción de 1500TM
- Contratos de suministro con organizaciones de productores agrarios que aglutinan más de 100.000 Ha asociadas

#### Grupo Frusesa Badajoz

Plantaciones propias de nogales, pistachos y almendros

#### Grupo Frusansa Granada

Plantaciones propias de nogales, pistachos y almendros

#### USA Borges of California

688 acres de nogales en el Valle de Sacramento, con una producción de 1200Tn  
· Descascaradora propia

#### USA Olive Glenn Orchards

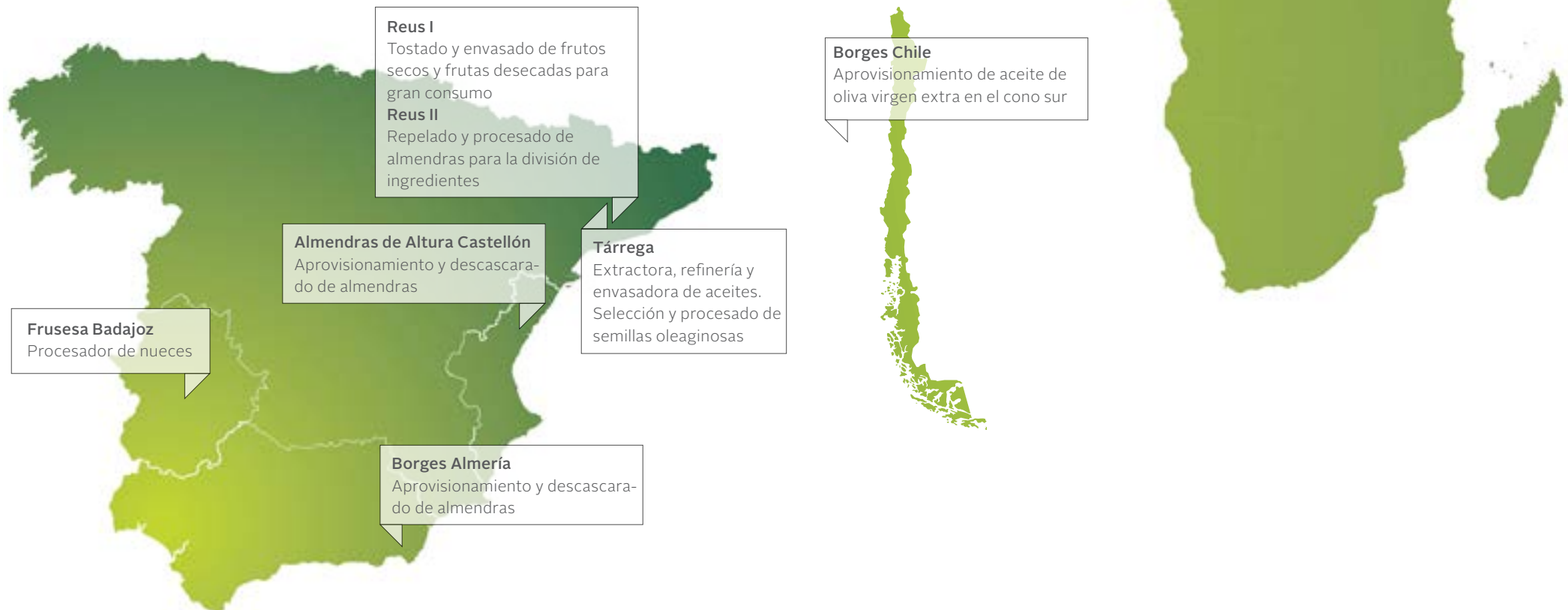
103 acres de olivos y 33 acres de almendros en cultivo de alta densidad.  
· Almazara propia



**Unidades Productivas:** Borges Mediterranean Group cuenta con varias plantas distribuidas por la geografía española:

- Borges División Consumo (Reus), en adelante, Borges DC.
- Borges División Ingredientes (Reus), en adelante, Borges DI.
- Aceites Borges Pont (Tárrega).
- Frusea (Badajoz).
- Frusansa (Granada).
- Borges Almería.
- Almendras de Altura (Castellón).
- En el exterior: California, Túnez, Marruecos, Egipto, Jordania y Chile.

En estas plantas se realizan procesos de transformación como la extracción, el refinado, el envasado, la selección, el descascarado y el tostado. Importantes multinacionales y fabricantes del sector de la alimentación más exigentes apuestan por la calidad de nuestros aceites y Frutos Secos como ingredientes para sus productos.

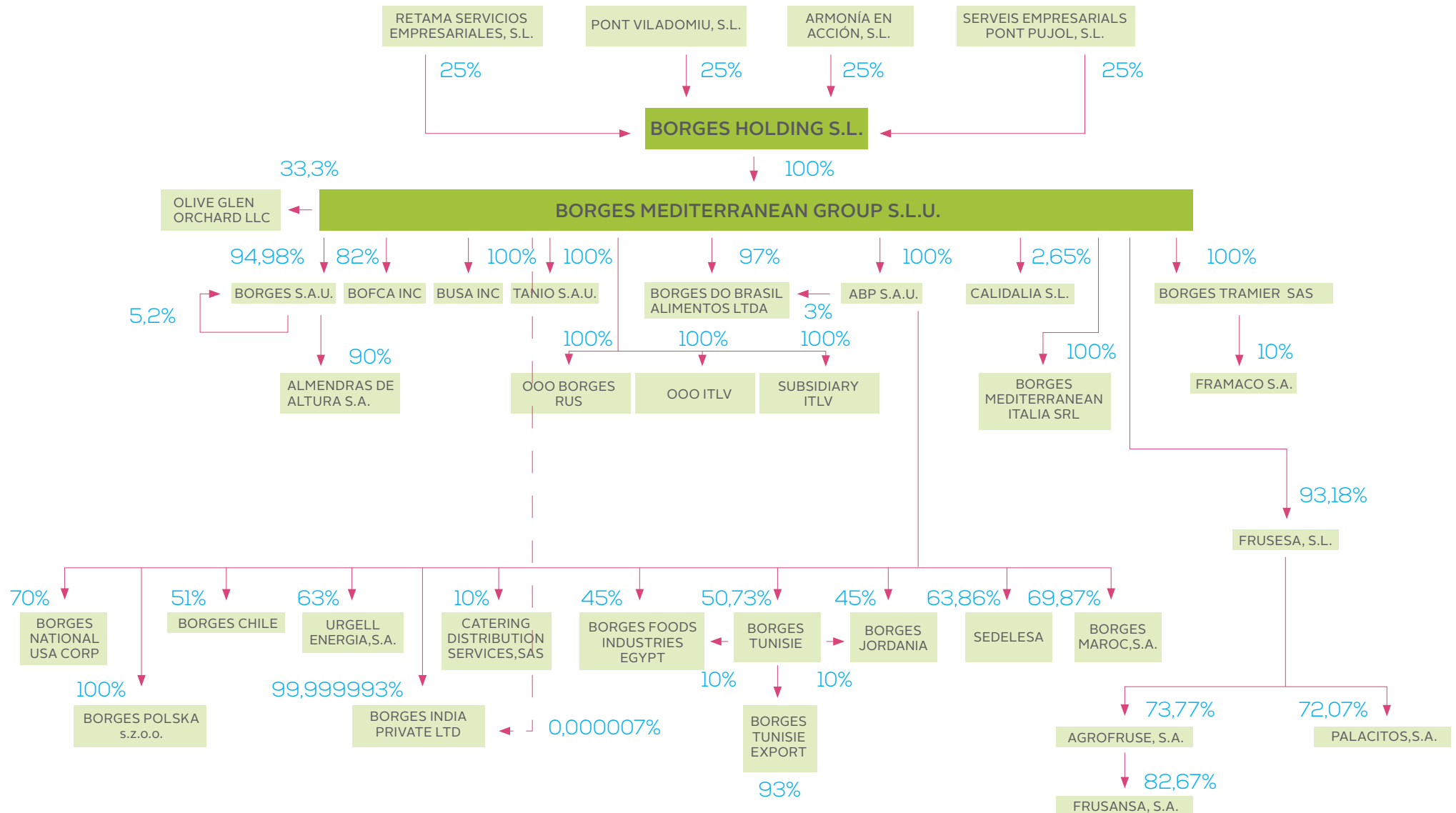


## Naturaleza de la propiedad y forma jurídica

### Organigrama societario

La Sociedad Borges Holding posee los medios materiales y personales que le permiten gestionar y dirigir apropiadamente sus filiales que aparecen en el organigrama societario siguiente;

## ORGANIGRAMA DEL GRUPO BORGES





VOCACIÓN DE LIDERAZGO

- Líder en la exportación española de Aceite de Oliva envasado con marca propia.
- Líder en aceite de oliva marca Borges en 25 países.
- Líder en vinagres especiales y de Módena marca Borges en el mercado español. Entre los principales operadores del mundo de almendras y de nueces.
- Líderes españoles en exportación de almendras.
- Líder nacional de comercialización de Frutos Secos y Frutas Desecadas envasadas marca Borges y Pizarro.
- Líder en aceitunas de mesa marca ITLV en Rusia.
- Líder en la comercialización de aceite de oliva, aceitunas de mesa y vinagres de marca Star y alcachofas marinadas marca Cara mía en la Costa Oeste de los EE.UU.
- Líder en palomitas para Microondas marca Popitas en España.
- Líder en extracción de aceite de pepita de uva en España y segundos a nivel mundial.

PREMIOS Y DISTINCIONES

PREMIOS	CATEGORÍA	ORGANISMO
PREMIO CCNIEC (2012)	Nutrición, Salud y Estilos de Vida Saludables	Centre Català de la Nutrició d l'Institut d'Estudis Catalans
PREMIO ANTONIO BARÓ (2011)	Prevención de riesgos laborales	Accesit Mc MUTUAL
DISTINTIVO IGUALDAD (2011)	Recursos Humanos	Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad
DISTINTIVO IGUALDAD (2010)	Recursos Humanos	Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad
PREMIO BEST PACK Y LIDERPACK (2010)	Envase, Embalaje y Publicidad en el lugar de venta	BEST PACK: Alimentaria Exhibitions LIDERPACK: Salón Hispack de Fira de Barcelona y Graphispack Asociación
PREMIO A LA EXCELENCIA FINANCIERA (2008)	Excelencia Internacional	ASSET
PREMIO AL TRABAJO PRESIDENT MACIÀ (2008)	Promoción de políticas por la igualdad de oportunidades	Generalitat de Catalunya
PREMIO ANTONIO BARÓ (2007)	Prevención de riesgos laborales	Accesit Mc MUTUAL
PREMIO PRINCIPE FELIPE A LA EXCELENCIA EMPRESARIAL, X EDICIÓN (12/12/2005)	Gestión de la Marca Renombrada Internacionalización	Ministerio de Industria, Turismo y Comercio
MEJOR EMPRESA ALIMENTARIA ESPAÑOLA (9/3/2001)	Exportación	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
MEJOR EMPRESA ALIMENTARIA ESPAÑOLA (9/3/2001)	Exportación	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
RANKING DE EMPRESAS MÁS ADMIRADAS (1998)	Puesto 41º en España 5ª Empresa de alimentación	Actualidad Económica
ENTRE LAS EMPRESAS MÁS DINÁMICAS DE LA CEE (1996 y 1998)		Europe's Top 500 Dynamic Entrepreneurs
UNA DE LAS MARCAS MÁS RECONOCIDAS (1996 y 1998)		Premio Dympanel
EMPRESA CON MEJOR VOCACIÓN EXPORTADORA (1996 y 1998)		La Actualidad Económica
PREMIO GASPAR DE PORTOLÀ (1991)	Promoción de negocios entre California y Cataluña	Fundación Gaspar de Portolà

# PARÁMETROS, ALCANCE Y VERIFICACIÓN DE LA MEMORIA

Borges Mediterranean Group ha aplicado en la elaboración de esta memoria la guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad (G3) del Global Reporting Initiative.

La memoria recoge los principales impactos sociales, medioambientales y económicos de Borges Mediterranean Group en el periodo cubierto por la misma, tanto internos como externos de acuerdo al principio de materialidad, presentando el desempeño del Grupo dentro del contexto más amplio de la sostenibilidad a través del compromiso con valores generales sobre los que actúan las políticas de Responsabilidad Social Empresarial.

## Periodo cubierto por la información contenida en la memoria

Esta memoria recoge los periodos 2010-2011 y 2011-2012.

La información económica y los valores cuantitativos están generalmente referidos a nuestro ejercicio económico, que tiene como inicio el 1 de junio de cada año y finaliza el 31 de mayo del año siguiente.

## Fecha de la memoria anterior más reciente

La última memoria (segunda del Grupo, contempla los ejercicios 2008-2009 y 2009-2010).

## Ciclo de presentación de memorias

Es propósito de Borges Mediterranean Group presentar una memoria con carácter anual.

## Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido

En la web corporativa se dispone información sobre RSE, donde también se contemplan aspectos e informes vinculados a la gestión de la entidad.

## Proceso de definición del contenido de la memoria

La memoria se centra en gran medida en las relaciones mantenidas con los grupos de interés y subraya que, en el marco de un diálogo abierto, se ha creado valor para todos ellos conforme a la misión, visión y valores de Borges Mediterranean Group.



Las líneas de elaboración de la memoria son coherentes con la concepción de sostenibilidad del Grupo, el análisis de materialidad, las necesidades de información de los grupos de interés, las tendencias de mercado y las directrices de la guía GRI. De forma más detallada, los principios seguidos en la elaboración de esta memoria son los siguientes:

#### **Materialidad**

Informando de los aspectos principales para la Organización y partes interesadas de carácter económico, social y ambiental.

#### **Participación de los Grupos de interés**

Borges Mediterranean Group ha tenido la colaboración de los distintos departamentos y unidades de negocio de la Organización.

#### **Exhaustividad**

La información incluida en la memoria es suficiente para reflejar los impactos económicos, sociales y ambientales significativos de Borges Mediterranean Group y para facilitar que los grupos de interés puedan valorar los resultados durante el ejercicio cubierto por la misma.

#### **Equilibrio**

En el presente informe se destacan aquellos aspectos positivos de la Organización así como aquellos susceptibles de mejora, informando sobre las debilidades del Grupo en determinados variables.

#### **Comparabilidad**

Se ha definido la estructura del informe siguiendo el orden recomendado por la guía GRI-G3, facilitando de este modo la comparabilidad bianual en materia de sostenibilidad de la Organización.

#### **Precisión**

Seguimiento de los indicadores GRI para la realización del presente informe y proporcionando información cuantitativa o cualitativa en función de la naturaleza de la misma.

#### **Periodicidad**

Publicación anual del informe.

#### **Claridad**

Utilización de un lenguaje claro y sencillo en todo el informe, así como de diferentes herramientas (gráficos, mapas, etc.) con el fin de hacer más ilustrativo su contenido. La información se publica de forma comprensible y de fácil localización.

#### **Fiabilidad**

Los órganos de decisión del Grupo han promovido la redacción de esta memoria.

#### **Cobertura de la memoria y cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria**

El alcance de la Memoria de Sostenibilidad corresponde a Borges Mediterranean Group como empresa matriz y Sociedades dependientes.

#### **Bases para incluir información en el caso de negocios conjuntos, filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones**

Para la elaboración de este informe se ha seguido exclusivamente el contenido de la guía GRI, favoreciéndose así, la homologación de los informes entre las diferentes empresas.

#### **Técnicas de medición de datos**

Se han aplicado los protocolos del GRI. De esta manera, cada uno de los indicadores recogidos en el informe aporta indicios acerca de los métodos de cálculo utilizados, a excepción de aquellos indicadores cuyo cálculo pueda realizarse de manera directa. En cualquier caso, la información económica y los valores cuantitativos están referidos generalmente a nuestro ejercicio económico, que tiene como inicio el día 1 de junio de cada año y finaliza el 31 de mayo del año siguiente.

#### **Verificación de la memoria**

La presente memoria no ha sido verificada por ningún organismo externo independiente.



# GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Estructura de Gobierno de la Organización, incluyendo el comité del máximo órgano de gobierno responsable de la definición de la estrategia o supervisión



Desde su fundación, Borges Mediterranean Group ha pertenecido a la familia Pont. La tercera generación familiar comparte la propiedad del Grupo, haciendo de Borges Mediterranean Group una empresa donde tradición, innovación y calidad se unen para ofrecer los mejores productos de la dieta mediterránea, reconocidos y avalados en todo el mundo.

Una empresa familiar, que sin perder las señas de identidad propias, se ha adaptado a los cambios y a la profesionalización extendiendo su proyecto empresarial a más de cien países de los cinco continentes

El Grupo dispone de una estructura sólida y eficaz en la toma de decisiones y en la gestión diaria. La familia Pont ejerce el control y dirección por medio de los órganos de gobierno (Consejo de Administración y Comisiones Delegadas), y a través del Consejero Delegado, José Pont Amenós, se derivan las directrices al Equipo Ejecutivo.

El nombramiento de los órganos de gobierno se hace desde el seno de cada rama familiar, con dos miembros en el Consejo de Administración y uno más en las Comisiones Delegadas.

Anualmente, el Consejo de Administración autoevalúa su propio desempeño y mensualmente el de la Organización a través de reuniones con directivos y de un informe mensual donde se recogen los aspectos económicos, sociales y medioambientales.

Cabe recordar que Borges Mediterranean Group es un grupo familiar, ello, junto a la política de puertas abiertas de la Organización facilita la comunicación de los colaboradores/as con el equipo directivo y con los accionistas. Los accionistas, miembros del Consejo de Administración, participan directamente en su administración y gestión, por lo que la comunicación en todos los ámbitos, situaciones y decisiones de la empresa es eficaz y permanente a todos los niveles. Los miembros del Consejo de Administración son los únicos accionistas del Grupo.

## Compromiso con iniciativas externas

GRUPO	ACEITES	FRUTOS SECOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Foro de las marcas renombradas • CALIDALIA</li> <li>• ASSET • Instituto de la Empresa Familiar • ECOEMBES • Federatios des Industries Condiment de France • Genfa S.A. • Independent Handler Export Coalition • California Farm Bureau Federation</li> <li>• Willows Chamber of Commerce • FIEF: Fédération de les Industries de Conserves Françaises • AFOEX: Asociación para el fomento de exportadores</li> <li>• CEPTA: Confederación de Empresas de la Provincia de Tarragona • FIAB: Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas de España • ASEMESA (sociación de exportadores de aceitunas de mesa)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AMINEVEC: Asociación Nacional de Envasadores</li> <li>• ASOLIVA: Asociación de Exportadores de Aceite de Oliva Español • ANIERAC: Asociación Nacional de Industrias Refinadoras y Envasadoras de Aceites Comestibles • Asociación de Fabricantes de Envases PET • ASEOBRA • FEDIOL • Australian Olive Oil Association • NAOOA: North American Olive Oil Association • Asociación de Exportadores de Huille d'olive de la Tunisie • Comité oleícola internacional</li> <li>• California Olive Oil Council</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ALMENDRAVE: Asociación de Exportadores de Almendras y Avellanas • NUCIS: Fundación Privada Nucis, Salud y Frutos Secos • AIM: Asociación Internacional de Marcas • FRUCOM: Asociación Europea de Importadores de Frutos Secos • Tecnoparc • Centro Tecnológico de Nutrición y Salud de Reus • INC: Internacional Nut Council • California Walnut Borrad</li> <li>• California Walnut Commission • Almond Board of California • International Nut and Dried Fruit Council • DFA of California</li> </ul>

## Grupos de interés

Borges Mediterranean Group procura cumplir siempre las expectativas de todos sus grupos de interés, trabajando conjuntamente con todos ellos atendiendo a sus inquietudes e iniciativas.

La identificación de los grupos de interés, la transparencia en la comunicación y el diálogo fluido, son pilares básicos para garantizar una respuesta adecuada a las expectativas de nuestros stakeholders.

En Borges somos conscientes de la importancia que tienen las personas con las que nos relacionamos para el devenir de nuestra Compañía. La interacción y el diálogo con todos nuestros colaboradores ayudan a crear un clima de confianza que es determinante para la implicación social del Grupo con una estrategia empresarial innovadora.

En el periodo cubierto por este informe, los principales grupos de interés con los que ha interactuado Borges Mediterranean Group en toda la cadena de valor han sido objeto de políticas responsables: responsabilidad con los empleados/as, colaboración con clientes y proveedores, relaciones fluidas con las Administraciones Públicas y empresas del sector, apoyo a la cultura y al deporte, fomento de la nutrición y salud y contribución al desarrollo de la Sociedad.

En base a los procesos de compromiso y comunicación con los grupos de interés que han sido adoptados por el Grupo durante el periodo que cubre la memoria cabe indicar los siguientes aspectos;

- **Accionistas:** Como queda reflejado en el epígrafe de gobierno corporativo, Borges Mediterranean Group es un grupo familiar donde los miembros del Consejo de

Administración son los únicos accionistas del Grupo. Con su participación y confianza seguimos avanzando y añadiendo valor a cada una de las acciones de nuestro trabajo.

- **Empleados:** El colectivo de los emplead@s es una de las bases en las que se sustenta el crecimiento y actividad del Grupo. En esta línea, los canales de comunicación y diálogo son amplios, fomentando su participación en el día a día del negocio. El compromiso de las personas que conforman el equipo de profesionales del Grupo es imprescindible para el éxito empresarial. Queremos retener su talento y compromiso por lo que buscamos crear el mejor entorno de trabajo. Impulsamos la escucha, la implicación, la participación, la motivación y su progreso profesional. Además disponemos de un amplio elenco de beneficios sociales con el objeto de mejorar su calidad de vida y conciliación.

- **Clientes:** La satisfacción y fidelidad mutua con el cliente final es una de las razones de ser de nuestra Organización. Satisfacemos las necesidades y las demandas de los clientes con un trato directo y personalizado, compartimos con ellos objetivos y buscamos el beneficio común en nuestras relaciones.

- **Gobierno y Administraciones:** relaciones fluidas con administraciones públicas en aspectos medioambientales y laborales entre otros.

- **Grupos de opinión:** Diálogo abierto con los grupos de opinión ya que son los transmisores de la información y de nuestros valores corporativos.

- **Proveedores:** Son parte integrante de nuestro proyecto empresarial. La relación con nuestros proveedores es una relación a largo plazo basada en

un sistema de planificación y trabajo conjunto, junto a un apoyo directo en sus centros de producción.

- **Sociedad:** La participación con la Sociedad civil se realiza de forma continua a través de diferentes mecanismos.

Trabajamos para identificar y satisfacer sus expectativas interactuando con ellos de manera activa.

LA MISIÓN, VISIÓN Y VALORES DE NUESTRO GRUPO ES PROYECTADA EN COMPROMISOS Y RESPONSABILIDADES CON SUS GRUPOS DE INTERÉS





# DESEMPEÑO ECONÓMICO

*Aquest any  
hem arribat  
a 105 països*



# DIMENSIÓN ECONÓMICA

La Misión de Borges Mediterranean Group se consolida en difundir, a través de sus alimentos, los valores del Mediterranean life & quality entre los consumidores e industria de todo el mundo. Nuestro reto es seguir siendo exportadores de la dieta y el Estilo de Vida Mediterráneo mediante el posicionamiento de nuestras marcas. Buscamos la excelencia en nuestros resultados y forjamos relaciones duraderas basadas en la confianza para vivir con intensidad nuestros valores esenciales. Como parte del compromiso de crecimiento sostenible, Borges Mediterranean Group debe perseguir la rentabilidad de sus inversiones, garantizando a su vez la solidez operativa y financiera de sus actuaciones.

Esta búsqueda de rentabilidad lleva consigo un compromiso con los agentes y entidades que se relacionan con la Organización, un compromiso con la información y una clara apuesta por la transparencia. Partiendo de la estrategia del Grupo, cuyo objetivo es mantener un crecimiento rentable a corto, medio y largo plazo, Borges Mediterranean Group desarrolla su estrategia en una serie de palancas de crecimiento:

## Una sólida presencia en el Mercado.

Tanto en términos de alcance geográfico como por la variedad y calidad de nuestros productos. El Grupo apuesta por Compañías con las que pueda aportar la más amplia gama de productos basada en los criterios del Estilo de Vida Mediterráneo. La fortaleza de Borges Mediterranean Group se sustenta en una fuerza de ventas propia cuya organización nos permite ir más allá de la mera comercialización de nuestros productos. Así como el apoyo de una distribución mundial estratégica. No solo pretendemos abastecer eficazmente el mercado, además procuramos mantener continuamente informado al cliente con el objetivo de entender bien sus necesidades e identificar la mejor forma de entenderlas.

## Innovación.

Inversión continuada orientada a la innovación de productos y conceptos claramente posicionados en la Dieta Mediterránea, así como en procesos productivos.

## Consolidación en marcas líderes.

Capitalización de la imagen de Marca a nivel nacional e internacional, especialmente en aquellos mercados en los que pueda ostentar una posición de liderazgo, diferenciando la estrategia en países en que la inversión convencional ha quedado obsoleta y en los que la oportunidad está en estrategias de marketing alternativas, respecto de los países emergentes en que los impactos publicitarios tienen todavía repercusión en los medios convencionales.

## Excelencia operativa para la reducción de nuevos impactos.

Maximización de la eficiencia operativa de nuestras instalaciones. Ello conlleva minimizar el consumo de recursos a lo largo de todo el proceso productivo y de comercialización de nuestros productos y también reducir al máximo el impacto sobre el Medio Ambiente.

**La gestión integral del talento** de nuestra plantilla es un claro elemento diferenciador de nuestra Organización. El actual contexto económico exige a nuestros colaboradores una gran capacidad de adaptación a un entorno dinámico y les requiere potenciar al máximo su capacidad de innovación, elemento imprescindible para el éxito del Grupo en el futuro. Para favorecer el talento y la capacidad de innovación, Borges Mediterranean Group pone a disposición de sus profesionales diversas herramientas y recursos. Los planes individuales de desarrollo también persiguen contribuir a la mejora de la gestión del talento de la plantilla, trazando un camino que permita al trabajador/ra su desarrollo profesional en la Compañía. Del mismo modo, apoyamos la gestión del talento a través de iniciativas para conciliar la vida personal y familiar.

**Sostenibilidad**, elemento unificador y potenciador del resto de elementos de nuestra estrategia.

# DESEMPEÑO ECONÓMICO

## Valor económico directo generado y distribuido

Las principales magnitudes económicas de nuestro Grupo en los dos últimos ejercicios son:

	2010-2011	2011-2012
Total activos	308.996	328.776
Ventas netas	529.892	519.183
Costes de personal	32.055	31.430
Servicios exteriores	68.114	67.976
Resultado de explotación	18.509	19.680
Resultado financiero	-5.541	-6.156
Resultado antes impuestos	12.969	13.445
Impuesto sobre beneficios	-3.164	-2.878
Resultado neto	9.805	10.567



## Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la Organización debido al cambio climático

La eficiencia operativa es y ha sido uno de los pilares estratégicos de Borges Mediterranean Group a lo largo de su historia, y es especialmente importante en el actual contexto económico.

### Inmovilizaciones materiales relacionadas con el Medio Ambiente :

Durante el presente ejercicio se ha realizado una nueva evaluación de las inversiones en medio ambiente y de acuerdo a la legislación vigente se han identificado inversiones entre el ejercicio 2001 y el actual por un total de 8.200 miles de euros (6.956 miles de euros hasta 31 de mayo de 2012) que han tenido un impacto positivo en el medio ambiente.

Los gastos medioambientales incurridos en el ejercicio ascienden a 246 miles de euros (241 miles de euros a 31 de mayo de 2012). Las posibles contingencias, indemnizaciones y otros riesgos de carácter medioambiental en las que pudiera incurrir el Grupo están adecuadamente cubiertas con las pólizas de seguro de responsabilidad civil que tiene suscritas.

La Organización viene apostando por el estudio para su implementación, de proyectos en energías renovables además de las diferentes iniciativas detalladas en el apartado de enfoque de gestión de indicadores ambientales.

### Ayudas financieras significativas recibidas de administraciones

#### Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio:

Durante el ejercicio el Grupo obtuvo y reconoció como ingreso subvenciones oficiales de explotación por importe de 813 miles de euros para actividades relacionadas principalmente con las actividades por investigación y desarrollo, la formación, el cultivo de Frutos Secos y la actividad promocional en los mercados de exportación.

Así mismo el Grupo ha recibido durante el ejercicio subvenciones de capital por importe de 159 miles de euros correspondientes a los programas de ayuda de los diferentes organismos públicos para nuevos proyectos y planes de mejoras de eficiencia energética así como proyectos en el ámbito de la innovación y el desarrollo.



## PRESENCIA EN EL MERCADO

**Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas**

La calidad en Borges forma parte de nuestra cultura: “dar siempre lo que se espera de quienes formamos esta Organización, en el momento, la cantidad y la forma adecuados”. Entendemos la calidad como una mejora continua en todas las fases y actividades en las que también involucramos a nuestros proveedores, tanto a través de nuestros controles y programas de trazabilidad, como con la promoción de técnicas y métodos de gestión de la calidad. Se han actualizado los requisitos para nuestros proveedores resaltando la importancia de la calidad alimentaria y las expectativas de seguridad de las empresas colaboradoras. Los contratos de compra incluyen cláusulas relativas a las operaciones de nuestros colaboradores como parte de la gestión ética de la cadena de aprovisionamiento y de nuestra política de calidad. Además, incluimos controles para asegurarnos de que cumplen con la normativa laboral y medioambiental del país. Gracias a ello, no hemos registrado ningún incidente entre los mismos en relación a los Derechos Humanos o al Medio Ambiente.

Del mismo modo, Borges Mediterranean Group considera a sus entidades colaboradoras determinantes para el logro de sus objetivos de crecimiento y desarrollo, y se compromete a trabajar activamente para trasladarles sus valores y principios de actuación, incentivando la colaboración con aquellos proveedores que aseguren estándares sociales, ambientales y de orden ético evolucionado.

**Procedimientos para la contratación local y proporción de directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas**

Borges Mediterranean Group dispone de un modelo global e integrado de gestión del capital humano, con el objetivo de impulsar una mejora continua en todos los procesos de la Organización.

Brindamos igualdad de oportunidades a toda la plantilla, además la gestión del talento en Borges Mediterranean Group se realiza sin ningún tipo de discriminación.

## ASPECTO: IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS

**Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono o en especie**

Los impactos económicos indirectos del Grupo son aquellos que se generan en el desarrollo de sus actividades. Por tener el matiz de indirectos, estos impactos son difícilmente cuantificables.

La política en este sentido, acorde con la misión de la Organización, está ligada a:

Diversificación de las inversiones o participaciones en empresas.

El Grupo tiene una política expansiva con creación de empresas en diferentes países y con diferentes funciones. Borges ha contribuido al desarrollo social con creaciones de empresas en Egipto e India y en los últimos ejercicios en Polonia, Brasil e Italia.

Apoyo a proyectos y acciones sociales y ambientales. Apostamos por el desarrollo sostenible y trabajamos para minimizar los impactos de la actividad empresarial en el entorno y nos comprometemos con la Sociedad a través de políticas de acción social tanto en su dimensión interna como externa.

# ENFOQUE DE GESTIÓN DE INDICADORES AMBIENTALES





## Política y sistemas de gestión ambiental

Desde Borges Mediterranean Group apostamos por lograr el equilibrio entre nuestra actividad y la sostenibilidad a través de nuestro compromiso con el Medio Ambiente. Reconocemos que toda Organización debe desarrollar su actividad de forma sostenible, integrando los aspectos económicos, sociales y ambientales en su estrategia y política.

El respeto por el Medio Ambiente es un principio básico de nuestra política de Gestión Empresarial, constituye la marca para la mejora continua de la Organización y queda recogido en la política ambiental del Grupo.

**“LA BASE DE NUESTRA POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL:  
HACER COMPATIBLE EL DESARROLLO ECONÓMICO  
CON LA PRESERVACIÓN.”**

La incorporación de criterios ambientales en nuestras actuaciones para minimizar el impacto ambiental, y promover la conservación de los recursos naturales, nos conduce a implantar la mejora continua, y la prevención de la contaminación, en las actividades realizadas.

Desde hace diez años, en las principales plantas del Grupo (Borges SAU, Aceites Borges Pont SAU y Borges Túnez -Oshas 18001-) contamos con la certificación ISO 14001, que garantiza la eficacia del Sistema de Gestión Ambiental en las instalaciones. Anualmente se superan con éxito todas las auditorías de seguimiento y renovación de dicha certificación. En mayo del 2012, hemos superado con éxito la última auditoría para la renovación del certificado que será válido hasta el año 2015.





## Principios Implantados

Nuestro compromiso con la Naturaleza y el Medio Ambiente es inherente a la cultura del Grupo.

Nuestra mejor aportación es un estricto y respetuoso trato medioambiental a lo largo de todo nuestro ciclo de actividades garantizando que son realizadas dentro del marco legislativo y que cumplen con la reglamentación aplicable, cumpliendo con otros requisitos que la Organización suscriba y promoviendo los siguientes principios:

- *Proporcionar información y formación para aplicar en cada puesto de trabajo procedimientos que aseguren la protección del Medio Ambiente y la prevención de la contaminación.*
- *Medir, evaluar y controlar sistemáticamente el proceso que se sigue en la implantación de las medidas medioambientales para asegurar la mejora continua de la protección del Medio Ambiente.*
- *Promover que los proveedores y subcontratistas adopten la misma actitud y principios medioambientales del Grupo aplicables a los bienes y servicios utilizados.*
- *Comunicar abiertamente la naturaleza de las actividades y progresos que se realizan en la protección del Medio Ambiente.*

Borges Mediterranean Group no sólo asume los compromisos de cumplimiento de la legislación ambiental que le compete y otros requisitos que le son aplicables, sino que nuestro objetivo es establecer planes encaminados a la mejora continua de nuestro comportamiento ambiental. La identificación de los aspectos ambientales significativos nos lleva a definir objetivos ambientales de forma bienal en el sistema de gestión.

Se ha llevado a cabo un proceso de identificación y evaluación de los riesgos ambientales que nuestra Organización puede comportar allí donde estamos presentes. Con ello, en todos nuestros centros de producción, hemos diseñado programas con los procedimientos e instrucciones de actuación necesaria para desarrollar nuestras actividades generales y para reaccionar ante emergencias ambientales y situaciones accidentales. Además, formamos continuamente a

nuestra plantilla en las buenas prácticas y en la sensibilización medioambiental de forma que se asegure el desarrollo de su labor con el máximo respeto al Medio Ambiente.

Estamos dando continuidad a diversos proyectos como la puesta en marcha de un Proyecto Agrícola y trabajando en otras temáticas resultantes de una Evaluación y Auditoría Energética.

- **Proyecto Agrícola;** *mediante el que se pretende la potenciación de la unidad agrícola del Grupo, promoviendo la plantación de 2.000 Has en los lugares del mundo más apropiados para la consecución de los objetivos del Grupo y del propio proyecto como son la creación de puestos de trabajo, la contribución al desarrollo económico de áreas geográficas con bajo nivel de empleabilidad, la reconversión de terrenos para actividades económicas impidiendo la despoblación en los núcleos rurales, y con la plantación de no menos de 600.000 árboles contribuiremos a frenar el cambio climático ya que permitirán fijar aproximadamente 8.400 toneladas anuales de CO<sub>2</sub>, transformándolo en madera y Frutos Secos.*

Dando continuidad a dicho proyecto, se han iniciado plantaciones de nogal en nuestra división agrícola de Frusansa, concretamente en la finca El Carquí (Granada), donde se están llevando a cabo plantaciones con nuevas variedades de nogal con muy buenas referencias y se espera que se desarrollen exitosamente. Estas plantaciones van acompañadas de unas instalaciones de riego muy novedosas, donde prima el ahorro energético y de agua, al estar dotadas dichas instalaciones con las últimas tecnologías de control.

- **Evaluación y Auditoría Energética;** *En nuestras plantas de Reus ha tenido lugar una Auditoría Energética y su consiguiente evaluación ha conducido a diversas mejoras, como la instalación de compresores de aire con tecnología que lleva incorporada variador de frecuencia automático que reduce el consumo de los mismos en un 30% y la sustitución de lámparas en nuestras naves más grandes que siempre están iluminadas.*

Actualmente los objetivos fijados incluyen mejoras a realizar en diferentes sectores ambientales: aguas residuales, residuos generales, consumos de combustibles y energía eléctrica.

## OBJETIVOS MEDIOAMBIENTALES Ejercicios 2011-2012 y 2012-2013



### CONSUMOS:

**Centro:** Borges SAU (Borges DC y Borges DI)  
*Reducción del 10% del consumo de aditivos de depuradora.*

**Indicador:** Kg reactivo /m<sup>3</sup> vertidos.

**Centro:** Aceites Borges Pont, S.A.U.  
*Reducción del 50% del consumo de aditivos de depuradora por cambio en sistema de depuración.*

**Indicador:** Kg reactivo /m<sup>3</sup> vertidos.



### EFICIENCIA ENERGÉTICA:

**Centros:** Borges SAU (Borges DC y Borges DC)  
*Reducción del 5% del consumo de energía eléctrica.*  
**Indicador:** kwh / toneladas producción.

**Centro:** Aceites Borges Pont, S.A.U.  
*Reducción del 1% del consumo de energía eléctrica.*  
**Indicador:** kwh / toneladas producción.



### AGUAS RESIDUALES:

**Centro:** (Borges SAU DC)  
*Mejora de la calidad de los vertidos. Reducción del 10% del promedio de DQO de las muestras analizadas.*

**Indicador:** Promedio del valor de DQO (mg O<sub>2</sub>/l)  
*Mejora la calidad de los vertidos. Reducción del 2% del promedio de cloruros de las muestras analizadas.*

**Indicador:** Promedio del valor de Cloruros (mg Cl/l)

**Centro:** (Borges SAU DI)  
*Mejora de la calidad de los vertidos. Reducción del 10% del promedio de DQO de las muestras analizadas.*

**Indicador:** Promedio del valor de DQO (mg O<sub>2</sub>/l)

**Centro:** Aceites Borges Pont, S.A.U.  
*Reducción del 10% del promedio de Conductividad de las muestras analizadas por cambio en sistema de depuración.*

**Indicador:** Promedio del valor de Conductividad (uS/cm).



### SEGREGACIÓN DE RESIDUOS:

**Centro:** (Borges SAU DC)  
*Reducción del 10% del residuo aceites/grasas*  
**Indicador:** kg residuo/ tonelada producción.  
*Mejora del almacenamiento y gestión de este residuo, y en consecuencia mayor orden y limpieza de la zona. Otras optimizaciones sobre residuos.*

**Centro:** (Borges SAU DI)  
*Reducción del 2% de la basura general por implantación de la segregación del plástico.*  
**Indicador:** kg basura / toneladas producción.

**Centro:** Aceites Borges Pont, S.A.U.  
*Mejoras de orden, limpieza, segregación y gestión por construcción de una nueva zona de residuos. Reducción del 10% del residuo de fangos de depuradora.*  
**Indicador:** kg fangos / m<sup>3</sup> vertidos.

Los objetivos fijados serán objeto de ampliación o modificación después de la valoración del ejercicio 2011/2012 si aparecen nuevas metas estratégicas de Dirección, si aparecen nuevos aspectos medioambientales destacables en la nueva evaluación o si alguno de los aspectos anteriores sufriera variaciones importantes.

## Cumplimiento principios anteriores

Los objetivos fijados en los anteriores años fiscales, y que aparecen reflejados en la memoria anterior, fueron alcanzados e incluso superados con éxito, en su mayoría.

Destacan particularmente las mejoras de calidad en las aguas residuales de los centros productivos de Borges SAU, consecuencia directa del mejor control operacional y de seguimiento de sus estaciones depuradoras, de esta forma se supera ampliamente el objetivo inicial de optimización de su funcionamiento, tomando como indicador la reducción de uno de los parámetros más significativos de la contaminación de las aguas vertidas (DQO). Con este seguimiento funcional también se consigue una reducción en el consumo de los aditivos químicos utilizados en este tratamiento de depuración superior a los objetivos marcados.

Por otro lado, y a pesar de no estar cuantificada la mejora conseguida, se considera fundamental, por su fuerte impacto ambiental, la modificación en el destino de la mezcla de basura general de los centros de Borges SAU. Un nuevo sistema de acondicionamiento por parte del gestor le ha permitido, después de pruebas con este residuo, su aplicación como CSR (combustible sólido recuperable), consiguiendo la valorización energética de un residuo anteriormente eliminado por vertedero.

En Aceites Borges Pont SAU es remarcable una vez más la disminución en el consumo de gas natural del ejercicio 10/11, muy superior a lo previsto, puesto que la nueva instalación de secado de semillas se puso en marcha en el año 2009, consiguiendo una drástica reducción en el consumo de este combustible. En este ejercicio la disminución alcanzada es consecuencia de un mejor aprovechamiento del sistema y un ajuste de los equipos utilizados.

## CUMPLIMIENTO OBJETIVOS (ejercicio 09/10 + 10/11)

BORGES SAU (Borges DC)			
Descripción	Indicador Ambiental	Valor Objetivo	Valor Conseguido
<b>CONSUMOS</b>  <b>Reducción del consumo de aditivos de depuradora:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Reducción del 5% del consumo de cloruro férrico.</li> <li>•Reducción del 2% del consumo de hidróxido cálcico y/o polielectrolito.</li> </ul>	Kg reactivo/m3 vertido.	$\leq 4,28$ kg cloruro férrico /m3 $\leq 3,52$ kg hidróxido cálcico/m3	<b>OBJETIVO SUPERADO</b> <b>Valor ejercicio 10/11:</b> 4,01 kg cloruro férrico/m3 vertido. Reducción de 11% vs. 2008 <b>Valor ejercicio 10/11:</b> 3,21 kg cal/m3 vertido. Reducción del 11% vs. 2008
<b>AGUAS RESIDUALES</b>  Optimización del 5% del tratamiento de depuración y mejora del procedimiento de prevención y control de averías e incidencias.	Nº muestras analizadas con valor DQO >promedio DUCA / Nº total de muestras (%)	$\leq 22,8\%$ de las muestras	<b>OBJETIVO SUPERADO</b> <b>Valor ejercicio 10/11:</b> 7% de las muestras Optimización del 70% vs. 2008.
<b>SEGREGACIÓN RESIDUOS</b>  <b>Mejora ambiental en la gestión de la mezcla de la basura general.</b> Objetivo redefinido en febrero 2011 por mayor trascendencia ambiental que el anterior: <i>implantación de segregación de residuos de envase en comedores.</i>	kg de basura / t producción	El objetivo es implantar y mantener el cambio si es adecuado.  Sin definir valor cuantitativo, posterior a determinar por gestor.	<b>OBJETIVO IMPLANTADO</b> Implantado <b>el cambio de gestión de la basura general (marzo 2011).</b> Sustitución de deposición en vertedero por VALORIZACIÓN ENERGÉTICA de residuo de combustible sólido.



## CUMPLIMIENTO OBJETIVOS (ejercicio 09/10 + 10/11)

### BORGES SAU (Borges DI)

Descripción	Indicador Ambiental	Valor Objetivo	Valor Conseguido
<b>AGUAS RESIDUALES</b>  Optimización del 5% del tratamiento de depuración y mejora del procedimiento de prevención y control de averías e incidencias.	Nº muestras analizadas con valor DQO >promedio DUCA / Nº total de muestras (%)	≤ 60,8% de las muestras	<b>OBJETIVO SUPERADO</b> <b>Valor ejercicio 10/11:</b> 4,5% de las muestras. Optimización del 93% vs. 2008
<b>SEGREGACIÓN RESIDUOS</b>  <b>Reducción del 2% del residuo de palets.</b>	Kg residuo palets/ t producción	9,8 kg residuo palet/ t producción	<b>OBJETIVO SUPERADO</b> <b>Valor ejercicio 10/11:</b> 3,6 kg de residuo palets/t producción. Reducción del 64% vs. 2008

## CUMPLIMIENTO OBJETIVOS (ejercicio 09/10 + 10/11)

### ACEITES BORGES PONT SAU

Descripción	Indicador Ambiental	Valor Objetivo	Valor Conseguido
<b>CONSUMOS</b>  <b>Reducción del 2% consumo de aditivos de depuradora</b>	Kg reactivo/m <sup>3</sup> vertido.	$\leq 2,22$ kg cloruro férrico /m <sup>3</sup> vertido $\leq 1,36$ kg cal/m <sup>3</sup> vertido	<b>OBJETIVO SUPERADO</b> <b>Valor ejercicio 10/11:</b> 1,78 kg cloruro férrico/m <sup>3</sup> vertido. Reducción de 21% vs. 2008 <b>Valor ejercicio 10/11:</b> 0,55 kg cal/m <sup>3</sup> vertido. Reducción del 60% vs. 2008
<b>CONSUMOS Y EMISIONES</b>  Reducción del 5% en consumo de gas natural (incrementar la reducción conseguida en el periodo anterior) y mejora de las emisiones de partículas.	Kwh gas natural / t producida	$\leq 19,95$ kwh gas/t producida	<b>OBJETIVO SUPERADO</b> <b>Valor ejercicio 10/11:</b> 14,2 Kwh/t producida Reducción del 32% vs. ejercicio 08/09
<b>CONSUMOS Y EMISIONES</b>  Reducción del 5% en consumo de disolvente extractora. Mejora en las emisiones de COV's de extractora.	kg de disolvente/ t semilla extractada	$\leq 1,07$ kg disolvente / t semilla	<b>OBJETIVO IMPLANTADO</b> <b>Valor año 2010:</b> 1,06 kg disolvente/ t semilla extractada Reducción del 6% vs. 2008

## OTROS COMPROMISOS MEDIOAMBIENTALES

El Medio Ambiente estará siempre presente en el futuro de las empresas, hoy en día las empresas tienen que ser competitivas y las exigencias de competitividad deben inducirlos a entender el Medio Ambiente como una oportunidad de evolucionar. La participación de los trabajadores y trabajadoras es clave en la implicación de Borges Mediterranean Group en el “Compromiso Verde” con el Medio Ambiente.

Todo está en la línea del desarrollo sostenible, existen muchas formas para conseguir un desarrollo sostenible pero todas pasan por el compromiso de Borges Mediterranean Group en abordar políticas preventivas, tanto en Medio Ambiente, como en Salud Laboral. Y todas las formas consideran que los trabajadores/as nos comprometamos en participar o en luchar por conseguir esta participación en las actuaciones que al respecto inicie el Grupo.

Continuamos con la política medioambiental, y dentro de las acciones de Responsabilidad Social, hemos elaborado una guía de consejos medioambientales para el ahorro energético y de agua y papel adaptados a los centros de trabajo para hacer sostenibles las oficinas de los colaboradores/as.

La guía se compone de varios bloques para los que se especifican prácticas concretas.

### En relación al cambio climático se plantea:



Uso correcto de la calefacción y aparatos de aire acondicionado, configurar los equipos informáticos para una correcta gestión del consumo, gestión de uso de los equipos informáticos, aprovechamiento máximo de la luz natural, utilización de los detectores de presencia en las zonas de paso.

### En relación al uso de energía la guía plantea acciones con el objeto de:



Uso correcto de la calefacción y aparatos de aire acondicionado, configurar los equipos informáticos para una correcta gestión del consumo, gestión de uso de los equipos informáticos, aprovechamiento máximo de luz natural, utilización de los detectores de presencia en las zonas de paso.

### En relación al uso de agua:



Uso eficiente del agua por parte de los trabajadores/as.



## Materiales utilizados por peso o volumen

Una de las formas de fomentar el uso de materiales reciclables y contribuir de este modo al desarrollo sostenible, es utilizar para la actividad diaria productos reciclados.

El consumo de materiales reciclados en la industria alimentaria es siempre mínimo, siendo aplicable únicamente a actividades auxiliares.

Uno de los materiales fundamentales es el papel, que desde el último trimestre del año 2009 se consume casi en su totalidad reciclado. Nuestra tendencia es seguir reduciendo el consumo de papel blanco hasta llegar a ser inexistente.

Borges Mediterranean Group ha continuado con la implantación de medidas orientadas a la reducción del consumo de papel, destacando entre otras, las siguientes:

- Priorización de las comunicaciones internas a través de la Intranet corporativa así como vía email.
- La memoria de cuentas anuales se ha distribuido en soporte digital en lugar de formato papel, al igual que la última memoria de responsabilidad social y otros documentos más extensos.
- Se mantiene la utilización de tarjetas de visita de los/as empleados/as, con menor tamaño.

Igualmente, en el envasado de nuestros productos se optimiza el material de envase utilizado, priorizando en lo posible, el incremento de la cantidad de producto contenido por peso de envase puesto en el mercado. De esta forma se pretende contribuir a minimizar los numerosos residuos de envase que origina el consumidor en su vida diaria.

## Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias

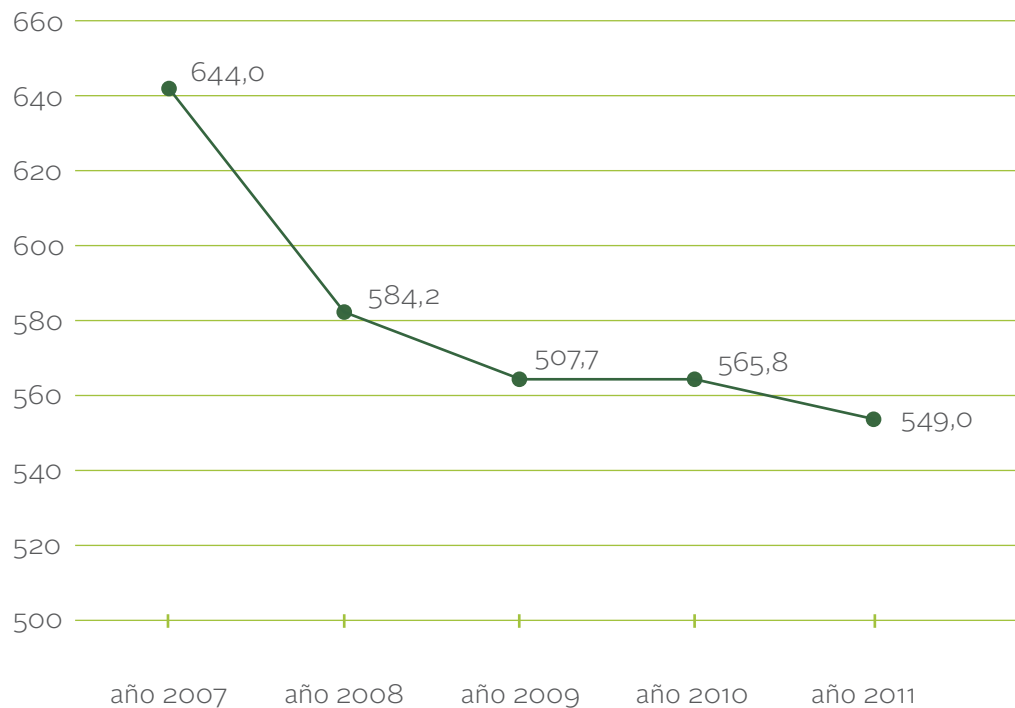
## Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias



El consumo de este recurso es fundamental en las principales industrias del Grupo, especialmente en el centro de Borges SAU División Industrial, por su uso directo en el proceso de repelado de la almendra. Es por ello que en los últimos años se han intensificado esfuerzos en mejoras de acondicionamiento de líneas e instalaciones para evitar pérdidas de calor y disminuir el consumo del gas utilizado.

En este mismo sentido, destaca un proyecto de cambio importante en esta factoría, actualmente en fase de estudio y desarrollo, que implicaría el cambio de caldera y de combustible aprovechando biomasa residual, con lo que la reducción en el consumo de gas natural sería notable.

**CONSUMO GAS NATURAL BORGES SAU (Borges División Industrial)**  
(kwh gas / tonelada producción)\*

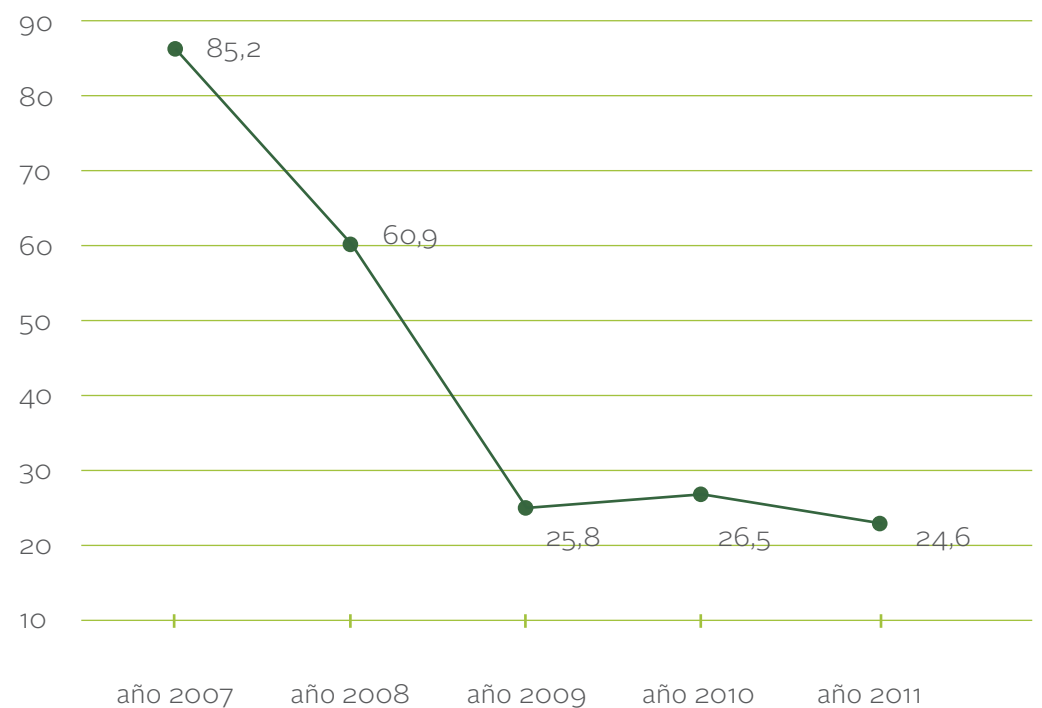


\*Se consideran las ventas de exportación y nacional de Borges DI

También en Borges SAU División Comercial está prevista la baja de la antigua caldera de vapor, por sus capacidades y potencia actualmente desproporcionadas, y el cambio a pequeñas calderas o calefactores, equipos más modernos por lo que cabe esperar un mejor aprovechamiento del consumo de gas natural.

En Aceites Borges Pont SAU el descenso más fuerte en el consumo de gas natural se consiguió en el año 2009 con la instalación de un nuevo secadero de semillas que aprovecha gases de combustión en lugar de consumir gas natural, contribuyendo muy notoriamente a la reducción global del consumo de la Organización. Recientemente se ha aislado parte del secadero en continuo a prensa, para optimizar el aprovechamiento de los gases.

**CONSUMO GAS NATURAL ACEITES BORGES PONT SAU**  
(kwh gas / tonelada producción)\*



\*Se consideran las toneladas de semillas de extracción de aceite

## ENERGÍA ELÉCTRICA

En el plan estratégico del Grupo es objetivo primordial el estudio de la eficiencia energética habiéndose realizado varias auditorias por parte de empresas especializadas para establecer puntos de mejora viables.

En la primera parte del año 2012 ya se han implantado algunas de estas mejoras. En las plantas de Frutos Secos se han instalado nuevos compresores de caudal variable con dispositivos de frecuencia, para las máquinas de envasado y seleccionadoras de almendras, que garantizan ahorro de energía.

También en estas plantas se ha iniciado el proceso de cambio de iluminación a LED en zonas que requieren luz artificial durante todo el día, esperando un ahorro eléctrico por su mayor durabilidad y una mejora cualitativa en la luminosidad de estas zonas de trabajo. Se espera aplicar en breve estas medidas también en la planta de Aceites Borges Pont SAU. En todas ellas, se incorporan temporizadores y detectores de presencia en almacenes, cámaras, zonas de servicio... etc., y se prioriza el aprovechamiento de la luz natural y la adaptación del nivel de iluminación ajustado a las necesidades reales de la zona.

La introducción de nuevas seleccionadoras automáticas de óptica cromática en Borges SAU División Ingredientes permite la reducción del rechazo en esta selección y por tanto del consumo energético asociado al siguiente reprocesado.

En Aceites Borges Pont SAU los cambios en las prensas de extracción de aceite de semillas, las ampliaciones realizadas en las líneas de envasado y las mejoras en los circuitos del vapor, aportan igualmente una mayor eficiencia en el consumo de energía.

### Captación de agua por fuentes

El agua que se utiliza en nuestras plantas de producción y en los cultivos de nuestras fincas procede tanto de la red municipal como pozos particulares de la empresa. En los principales centros productivos la proporción de agua de red municipal es muy superior a la captación de pozo propio. Especialmente importante es el consumo de agua en Borges SAU DI puesto que se utiliza directamente en el proceso de repelado de la almendra, y en las torres de refrigeración de

la industria de Aceites Borges Pont SAU.

Día a día, Borges Mediterranean Group, sigue realizando una mejora continua en sus centros y plantaciones para garantizar el ahorro de agua y preservar los recursos hídricos.

De este modo, en sus fincas se implantan instalaciones de sistemas de riego eficiente y adaptado a cada región y plantación. Asimismo, en los procesos de producción se aplican tecnologías y métodos más eficientes como por ejemplo, para el lavado de Frutos Secos donde hay implantados sistemas denominados "secos". Además, se realizan revisiones periódicas de las tuberías y se instalan dispositivos reductores de presión y difusores que permiten la reducción del consumo de agua.

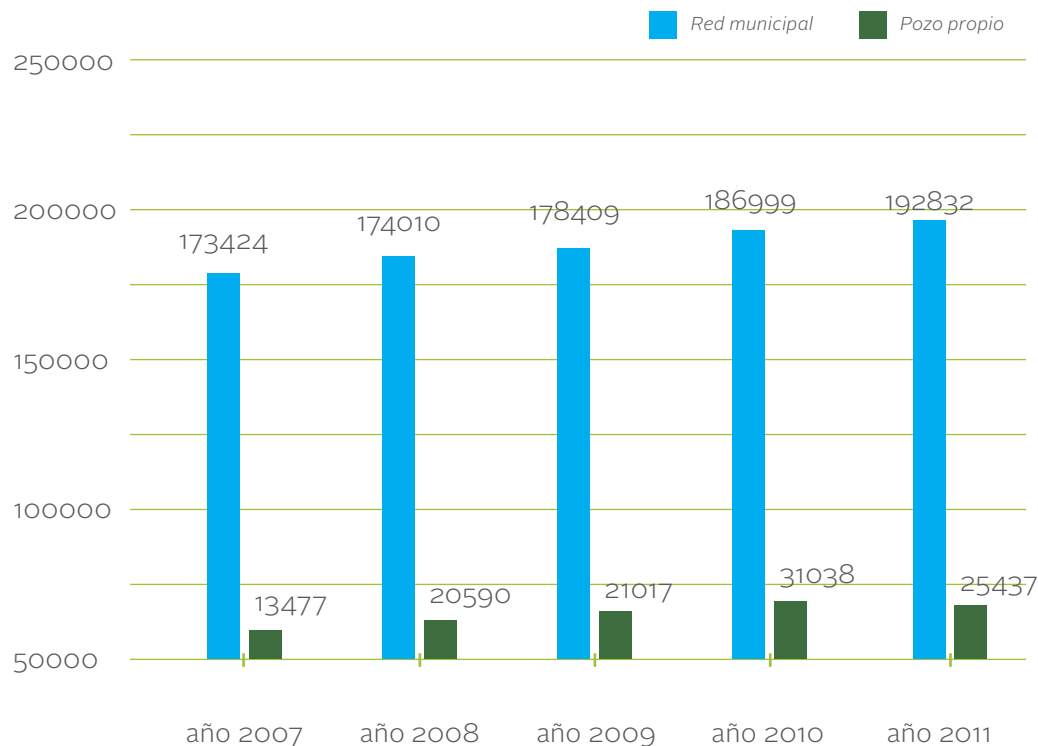
EL GRUPO APUESTA POR TECNOLOGÍAS Y TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN EFICIENTES EN EL CONSUMO DE AGUA, A TRAVÉS DE INSTALACIONES, EQUIPOS Y BUENAS PRÁCTICAS QUE INCIDEN EN EL MÁXIMO APROVECHAMIENTO DE ESTE RECURSO TAN VALIOSO

En este sentido, a lo largo de estos dos años, destacan las siguientes actuaciones:

- Continuación con el sistema de riego implantado en el último ejercicio mediante la colocación, entre otros, de tensiómetros que miden las necesidades hídricas del terreno en nuestras fincas agrícolas de Granada.
- Se completa la Instalación de caudalímetros en las mismas fincas.
- Reducción del consumo de agua en las operaciones de limpieza en el centro de Borges División Consumo, incrementando las limpiezas de maquinarias y estructuras por aspiración.



## FUENTES DE CONSUMO AGUA BORGES SAU + ACEITES BORGES PONT SAU



## Descripción terrenos adyacentes

Además de nuestros propios cultivos, los cuales nos ayudan a contrarrestar nuestras emisiones y minimizar nuestra huella de carbono, y dentro de nuestra estrategia contra el cambio climático, y de nuestros programas de respeto al medioambiente y a la diversidad, llevamos a cabo varias iniciativas a través de nuestras explotaciones agrícolas como el desarrollo de nuevas plantaciones de pistachos y nogales en la finca El Carquí de Granada.

Durante este periodo, se han llevado a cabo plantaciones de más de 30 hectáreas de estos cultivos. Por otro lado, el Grupo sigue manteniendo en esta misma finca la plantación de forestación de 73,22 hectáreas con especies autóctonas de la zona.

Emisiones totales, directas o indirectas, de gases efecto invernadero, en peso.

Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero en peso.

Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.

No, so y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.

Las explotaciones agrícolas del Grupo nos ayudan a contrarrestar las emisiones de nuestras plantas productivas y minimizar nuestra huella de carbono. Con ello hacemos una aportación importante al cambio climático.

Los centros productivos acompañan esta visión del negocio y sus valores con el desarrollo continuo de procesos con emisiones menos contaminantes.

Las emisiones atmosféricas de nuestros centros son básicamente:

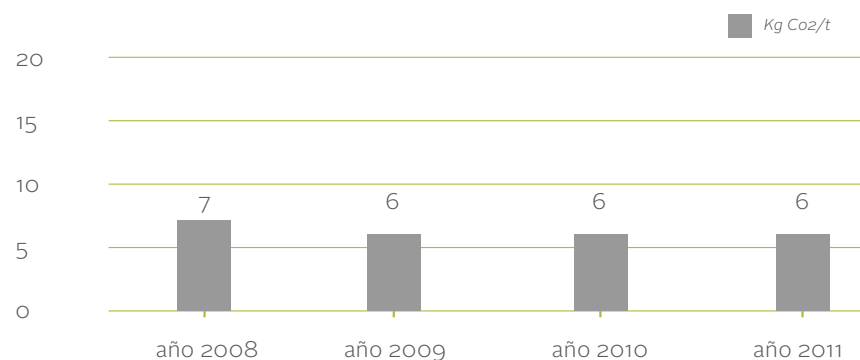
- Gases de combustión de calderas, freidoras y tostadoras, etc.
- Emisiones de partículas de equipos de secado, repelado, tostado, etc.
- Emisión de componentes orgánicos COV's provenientes de la planta extractora de aceites.

Aceites Borges Pont SAU comunica, oficialmente y de forma anual, sus emisiones principales que son integradas en el PRTR Registro Europeo de Emisiones y Transferencias de Contaminantes. Este inventario se considera una herramienta útil de seguimiento a nivel autonómico, estatal y europeo con el objetivo de fomentar el acceso público a la información ambiental y facilitar la toma de decisiones al respecto, ayudando a prevenir y reducir la contaminación.



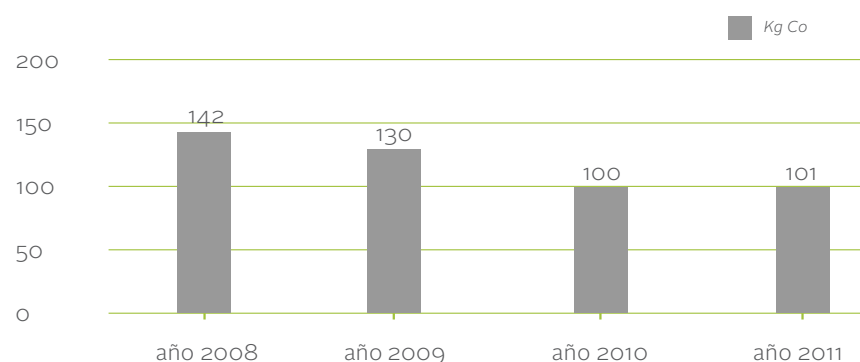
#### EMISIONES GASES ACEITES BORGES PONT SAU

Kg CO<sub>2</sub> /t producción \*



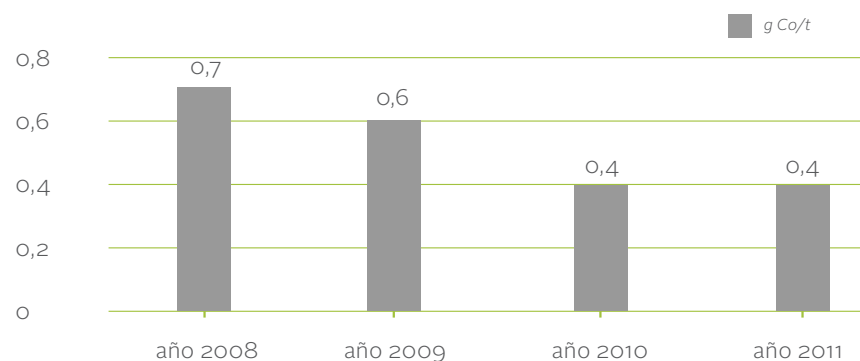
#### EMISIONES GASES ACEITES BORGES PONT SAU

Kg CO



#### EMISIONES GASES ACEITES BORGES PONT SAU

g CO<sub>2</sub> /t producción \*



## Vertido total de aguas residuales, según naturaleza y destino

Las principales plantas productivas del Grupo, Borges SAU División Consumo, Borges SAU División Ingredientes y Aceites Borges Pont SAU cuentan con estaciones depuradoras propias para tratar las aguas residuales procedentes de sus procesos productivos. Una vez depuradas convenientemente, estas aguas son vertidas al colector municipal que las conduce a la depuradora del municipio, donde serán nuevamente depuradas junto al resto de aguas vertidas por la población de Reus y Tárrega respectivamente.

El correcto funcionamiento de estas depuradoras internas es un aspecto fundamental en el desarrollo diario de las actividades de las plantas y es por ello que su optimización es un objetivo ambiental constante para la Organización. De esta forma, en las plantas de Frutos Secos en este último año, se ha complementado el tratamiento físico-químico existente con un sistema previo de digestión biológica, con la doble finalidad de mejorar la calidad de las aguas vertidas y la reducción de los consumos de aditivos químicos. En este año se espera confirmar su efectividad y estudiar un posible ahorro energético asociado en Borges SAU División Consumo, si los resultados lo permiten.

En Aceites Borges Pont SAU se ha optado por modificar el tratamiento general y el sistema de separación de fangos mediante flotador DAF. Después de un periodo de ajustes y puesta a punto en este año 2012, los primeros resultados del cambio han sido satisfactorios tanto en calidad del vertido como en el empleo y manipulación de reactivos químicos. Además, se espera conseguir una reducción en la cantidad de residuo de fangos de depuración.

## Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento

El vector ambiental de los residuos es, sin duda, uno de los de mayor incidencia y repercusión para cualquier industria agroalimentaria. Es por ello, que el sistema de gestión ambiental de Borges SAU y Aceites Borges Pont SAU, contiene varios procedimientos e instrucciones para asegurar su correcta actuación. En este último ejercicio se ha realizado la revisión completa de todas las instrucciones relacionadas, actualizando las operativas y añadiendo fotos y esquemas para facilitar su comprensión y practicidad.

Los residuos de Borges SAU y Aceites Borges Pont SAU se gestionan adecuadamente a través de transportistas y gestores autorizados por la autoridad competente de la Generalitat de Cataluña: Agencia de Residuos de Cataluña. En general, los residuos son seleccionados y segregados potenciando la valorización de los mismos frente al resto de operaciones de eliminación.

En este sentido es especialmente destacable el porcentaje anual de residuos de estos centros productivos que son valorizados (en gráficas siguientes %VALORIZADO). Entendiendo por valorización la operación de reciclado o recuperación que realiza el gestor para posteriormente reutilizar su material. Operaciones tan diversas como recuperaciones de cartón, plástico, madera, vidrio....etc., fabricación de compost para uso agrícola ó fabricación de piensos para alimentación animal.

Gracias a la correcta y particular segregación en planta y oficinas de los residuos de embalajes de cartón, papel de oficinas, cartuchos de impresoras, plástico de paletización, botellas defectuosas de plástico y vidrio, residuos de tierras de filtración, fangos de depuradoras, aceites de frituras, restos de producción de Frutos Secos...etc, se consigue la adecuada recuperación de estos materiales por parte de la empresa gestora especializada.

Así, la continua labor de formación de buenas prácticas ambientales en estos centros de trabajo, se traduce en una mejora continua de la segregación en origen, aumentando la cantidad de las fracciones valorizables extraídas y disminuyendo la mezcla de basura banal.

De las operaciones de recuperación de los residuos generados por Borges SAU resulta interesante mencionar, por su consiguiente implicación ambiental, la fabricación de biodiesel a partir de los aceites usados de freidora de Borges SAU División Consumo. El aceite consumido para las producciones de Frutos Secos fritos una vez descartado para su uso es acumulado en depósito hasta su retirada y posterior recuperación como materia prima en la fabricación de combustible biodiesel.

#### GESTION RESIDUOS **BORGES SAU (Borges DC)** año 2011

■ % Valorizado

■ % Resto eliminación  
y tratamiento\* / incluye  
transferencia a otro  
centro de valorización

25%



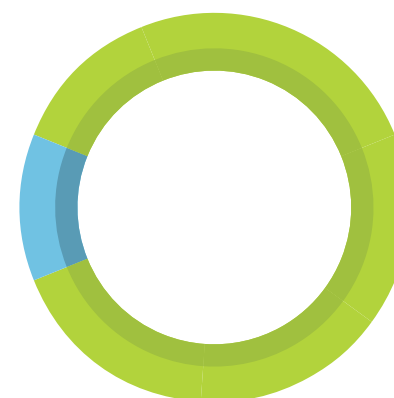
75%

#### GESTION RESIDUOS **BORGES SAU (Borges DI)** año 2011

■ % Valorizado

■ % Resto eliminación  
y tratamiento\* / incluye  
transferencia a otro  
centro de valorización

7,9%



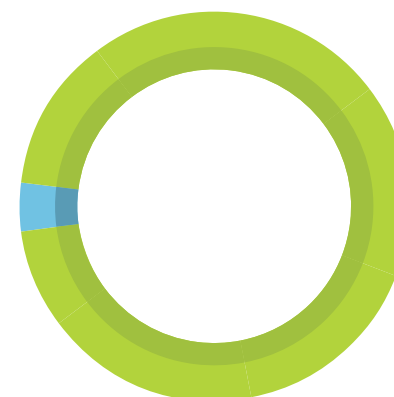
92,1%

#### GESTION RESIDUOS **ACEITES BORGES PONT SAU** año 2011

■ % Valorizado

■ % Resto eliminación  
y tratamiento\* / incluye  
transferencia a otro  
centro de valorización

1,4%



98,6%



Sobre el resto de residuos sin valorización directa, la cantidad mayor es la mezcla de basura general que se eliminaba a través de deposición en vertedero controlado. En este sentido, resulta especialmente destacable la mejora ambiental introducida en los centros de Frutos Secos en 2011, donde la mezcla de residuo banal deja de eliminarse vía vertedero y pasa a gestionarse como Combustible Sólido Recuperado “CSR”. Después de una selección, mezcla, triturado y preparación de este residuo por parte del gestor, se obtiene el “CSR” utilizado como fuente de energía para terceras empresas del sector del cemento. Con ello se consigue una valorización energética en un residuo anteriormente eliminado por deposición en vertedero. La incorporación del “CSR” en el mercado energético aporta numerosas ventajas, tanto a nivel económico como ambiental, aportando una gestión de residuos más sostenible.

También los residuos especiales generados en los laboratorios de control de calidad de estas plantas o en sus operaciones de mantenimiento o auxiliares, son enviados a centros de recogida y transferencia, por ello se consideran en el porcentaje de los no valorizados, pero en su mayoría a partir de allí son sometidos a operaciones de regeneración o reciclaje. Por tanto, considerando que en la proporción de residuos que aparecen en estos gráficos dentro del % RESTO se incluyen los residuos dirigidos a un centro de recogida y transferencia, cuyo destino final será la valorización energética (para el caso más abundante de la basura general) o los tratamientos específicos para el caso de residuos especiales más minoritarios como regeneración de disolventes o reciclaje de envases, actualmente sólo queda realmente una pequeñísima fracción cuyo destino es la deposición controlada de residuos inertes.

En este apartado debe destacarse igualmente la inversión realizada en la planta de Aceites Borges Pont SAU para el acondicionamiento y mejora en la zona de almacenado de residuos. El espacio del patio destinado a este almacenado se ha delimitado y aislado convenientemente de la zona productiva,

mejorando la distribución de los contenedores y compactadores, facilitando las maniobras de llenado y movimientos de carga, aumentando el orden y limpieza de la zona y reduciendo el impacto visual de un área de residuos en el acceso de visitas y paso de personal.

Por otra parte, y en cumplimiento de la ley de envases y residuos de envases, Borges SAU y Aceites Borges Pont SAU se encuentran adheridas al Sistema Integrado de Gestión de Envases de Ecoembes, encaminado a la recogida selectiva y a la recuperación de residuos de envases para su posterior tratamiento, reciclado y valorización. Anualmente se informa a Ecoembes de las ventas de producto envasado y se contribuye económicamente a su reciclado en función del material de envases utilizado. Paralelamente se participa en los Planes Empresariales de Prevención de Envases a nivel sectorial, elaborados por Ecoembes, introduciendo medidas de reducción y optimización de los envases cuyo grado de cumplimiento debe asegurarse adecuadamente. Combinar los diseños de envases más respetuosos con el Medio Ambiente con las exigencias de conservación de nuestros productos resulta complejo.

En este sentido, junto a las mejoras de peso en las botellas y tapones de aceite en los últimos años, destacar la nueva línea en el diseño de envases de Frutos Secos y frutas desecadas que consigue una reducción del peso de envase por kg de producto contenido, el cambio de film retráctil en los palets de producto acabado por una referencia más ligera y la modificación de algunos mosaicos de paletización que ayudan a la optimización de transportes y en consecuencia reducen emisiones asociadas.

#### **Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos**

En los principales centros productivos se realizan periódicamente simulacros ambientales que incluyen derrames accidentales de combustibles y productos químicos auxiliares. Las actuaciones correspondientes se encuentran convenientemente definidas en las instrucciones técnicas que conforman el plan de

emergencia del sistema de gestión medioambiental. Además, los centros de trabajo disponen de las medidas de seguridad adecuadas para retener los derrames de productos peligrosos que pudieran producirse por envases o depósitos defectuosos o incorrectas manipulaciones de los mismos. Estos simulacros y los goteos o pequeños derrames sin incidencia, confirman la validez de estos procedimientos y la formación del personal al respecto. No se han producido derrames accidentales de significancia considerable en ninguna de las empresas del Grupo.

#### **Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental**

Las empresas del Grupo reciben constantemente inspecciones y controles de revisión de Licencias o Autorizaciones Ambientales, permisos y legalizaciones industriales y de seguridad industrial, inspecciones de Organismos Oficiales municipales y autonómicos de Sanidad, Industria, Medio Ambiente, etc., que aseguran el cumplimiento de estas y otras normativas.

#### **Inversiones realizadas por Borges Mediterranean Group durante los dos últimos ejercicios**

Durante los dos últimos ejercicios, Borges Mediterranean Group ha continuado mejorando sus instalaciones productivas año tras año para obtener un alto grado de competitividad y calidad alimentaria, y al mismo tiempo, conseguir una repercusión favorable en el Medio Ambiente que garantice una producción responsable. De este modo, se han destinado recursos para mejoras en Seguridad Industrial y Prevención de Riesgos, así como otras inversiones que favorecen las condiciones de trabajo de todos los colaboradores y colaboradoras de las distintas plantas productivas. Muchas de las inversiones realizadas consiguen varios objetivos a la vez, siendo de gran importancia para el futuro estratégico de la Organización.

## VENTAJAS COMPETITIVAS DIVISIÓN ACEITES

### MEJORAS DE AHORRO ENERGÉTICO Y MEDIOAMBIENTALES

#### **CALORIFUGACIÓN SECADERO DE SEMILLAS.**

Se ha aislado parte del secadero en continuo a prensa para aprovechar mejor las calorías que llevan los gases de combustión de la cogeneración para secar las semillas.

#### **MEJORA CIRCUITO AGUA EXTRACTORA.**

Se han distribuido los circuitos y las bombas de las torres de refrigeración para que la temperatura de trabajo en verano sea más homogénea en todos los circuitos.

#### **AHORRO VAPOR EN INSTALACIÓN GENERAL.**

Se va a aprovechar la temperatura de los condensados de vapor de alta presión para revaporizarlos a una menor presión y aprovechar dicho vapor para otros usos.

#### **ACONDICIONAMIENTO ZONA RESIDUOS.**

Se ha habilitado toda una zona en fábrica donde se han ubicado todos los contenedores de residuos para mejorar su gestión y control.

#### **MEJORA DEPURADORA.**

Se han realizado cambios en el proceso para disminuir la cantidad de productos químicos de depuradora y mejorar los parámetros de vertido de las aguas residuales.

### MEJORAS TECNOLÓGICAS Y PRODUCTIVAS

#### **NUEVAS PRENSAS PARA SEMILLAS.**

Se está realizando la sustitución de las antiguas prensas por unas nuevas que aumentarán la capacidad de producción y disminuirán los costes de mantenimiento.

#### **AMPLIACIÓN FASE DECOLORACIÓN SEMILLAS.**

Se está creando una nueva línea de refinación de semillas para aumentar la capacidad, básicamente para la pepita de uva.

#### **MEJORAS DE ESTANQUEIDAD EN LAS BOTELLAS DE 1 LITRO.**

Para evitar problemas de estanqueidad en las botellas de 1 litro para que se pudiera admitir un tapón estándar.

#### **MEJORAS EN FINALES DE LÍNEAS DE ENVASADO EN PLANTA DE EXPORTACIÓN EN VIDRIO (V1 Y V2).**

Se sustituyó la encajadora V2 por una nueva, se restauró la antigua V2 para la línea V1 y se sustituyeron los dos robots finales de línea para aumentar la productividad de dichas líneas.

#### **NUEVAS CODIFICADORAS EN PLANTAS ENVASADORAS.**

Se han adquirido nuevas codificadoras más eficientes para mejorar la calidad de impresión tanto en caja como en botella.

#### **MEJORAS EN LÍNEAS DE ENVASADO EN PLANTA PET (P3 Y P4).**

Línea P4 (3L-5L): Restaurar la llenadora para optimizar los cambios de aceite y nueva encajadora para aumentar en conjunto la velocidad de la línea y la calidad del producto final. Línea P3(44oz-2L): Sustitución de llenadora, etiquetadora y encajadora para aumentar la calidad y velocidad del producto final.

#### **INSTALACIÓN LÍNEA INDIVIDUAL EN PLANTA DE EXPORTACIÓN DESDE ALMACÉN NODRIZA HASTA ENVASADO.**

Para aumentar la flexibilidad del envasado, pudiendo envasar más tipos de aceite en diferentes líneas al mismo tiempo.

#### **MEJORAS PARA LA CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA**

#### **MEJORAS EN CUBIERTAS DE SILOS HARINERA.**

Se han recubierto los silos de arena para aumentar la estanqueidad y evitar la entrada de agua en su interior.

#### **NUEVA MARQUESINA ZONA CARGA DE CUBAS.**

Se ha construido una cubierta para proteger la carga de cubas de las inclemencias meteorológicas.

#### **MEJORAS EN DEPÓSITOS DE ACEITE CON AGITADORES Y SERPENTINES.**

Se han instalado serpentines de calentamiento y agitadores en diferentes depósitos para homogeneizar el producto para su tratamiento.

#### **MEJORAS TOLVAS PET.**

Se han cubierto las tolvas de PET de las botellas de 33 gr para evitar la entrada de cuerpos extraños.

**MEJORAS DE  
SEGURIDAD Y  
PREVENCIÓN DE  
RIESGOS LABORALES**

**PINTURAS IGNIFUGAS NAVE CENTRAL.**

Para cumplir con la normativa de seguridad contra incendios, se ha pintado la nave central donde se almacenan cajas.

**CÁMARAS VIGILANCIA.**

Se han instalado en todo el perímetro de fábrica, así como en los puntos de cargas de contenedores y cisternas un circuito interno de cámaras de vigilancia.

**DETECCIÓN INCENDIOS PLANTA CARTÓN.**

Se ha instalado el sistema de detección de incendios en las dos naves de cartón adyacentes a la Planta de Envasado de Vidrio.

**DETECTORES HEXANO EXTRACTORA.**

Para evitar fugas de hexano se han instalado equipos de detección de hexano en la entrada del grano y en la salida del aceite y la harina.

**INSTALACIÓN ESPUMÓGENO EN ZONA EXTRACTORA.**

Se han instalado diferentes equipos espumógenos en la extractora para utilizarlos en caso de incendio.

**MEJORA FILTROS EXTRACTORA.**

Se han modificado los filtros para mejorar el sistema de sustitución de telas para eliminar la presencia de hexano durante el proceso de sustitución.

**ALARMA CONTRA INCENDIOS.**

Se ha instalado un conjunto de alarmas independientes para garantizar que en caso de emergencia tanto en el interior como en el exterior de la fábrica se sepa que hay una emergencia.

**OTRAS MEJORAS**

**INSTALACIÓN CALEFACTORES EN PLANTA FOOD SERVICE.**

Se ha instalado un sistema de calefacción en la Planta Envasadora de Food Service para el bienestar de la plantilla.

**AIRE ACONDICIONADO PLANTA NACIONAL.**

Se ha instalado un equipo de aire acondicionado en la Planta Envasadora de PET para el confort de los trabajadores/as.

**EQUIPO PARA ANÁLISIS DE LABORATORIO NIR.**

Se ha dotado de un nuevo equipo NIR para medir diferentes parámetros analíticos en aceites y sólidos (pipas, pepita de uva y harina).



## Inversiones realizadas en las plantas agroindustriales de Frutos Secos

Se recogen en este apartado las mejoras más significativas aplicadas a los centros siguientes:

- Borges DC y Borges DI de Reus (Tarragona), elaboración y envasado de Frutos Secos.
- Viator (Almería), descascarado de almendras.
- Almendras de Altura (Castellón), descascarado de almendras.

### VENTAJAS COMPETITIVAS DIVISION FRUTOS SECOS

#### MEJORAS DE AHORRO ENERGÉTICO Y MEDIOAMBIENTALES

##### **INSTALACIÓN DE NUEVOS COMPRESORES DE AIRE EN LAS PLANTAS DE REUS.**

Se han instalado compresores de aire con la tecnología más avanzada de ahorro energético y eficacia, disponiendo cada uno de un variador automático de frecuencia.

##### **INSTALACIÓN DE PLANTA DE GENERACIÓN DE NITRÓGENO EN BORGES DC.**

Planta con capacidad de generar todo el nitrógeno consumido en líneas de envasado, evitando consumo externo y posibles fallos de suministro.

##### **AISLAMIENTO DE PUERTAS LATERALES EN SECADEROS DE LÍNEAS 1,2 Y 3 EN REPELADO EN BORGES DI.**

Se ha dispuesto de un aislamiento de acero inoxidable mediante el forrado de las puertas laterales para evitar fugas de calor en el funcionamiento de los secaderos.

##### **CONSTRUCCIÓN DE POZO-SIFÓN DE AGUAS PLUVIALES, EN FACHADA PRINCIPAL DE BORGES DC.**

Para mejora general de desagües de las instalaciones.

##### **GENERADOR DE AIRE CALIENTE UTILIZANDO BIOMASA COMO COMBUSTIBLE** en las instalaciones de descascarado de almendras de Viator (Almería), en el proceso de secado del grano.

Se han realizado Auditorías Energéticas por empresas especializadas en las plantas de Borges DC y DI de Reus, y se han detectado aspectos de mejora que se irán implementando en los próximos años.

## MEJORAS TECNOLÓGICAS Y PRODUCTIVAS

### AMPLIACIÓN DE LAS LÍNEAS DE ELABORACIÓN Y ENVASADO PARA PALOMITAS DE MICROONDAS.

Se ha completado la línea pop3 e iniciado la línea pop4.

### INSTALACIÓN DE MÁQUINA SLEEVADORA (FUJI SEAL) EN BORGES DC.

Se ha instalado para líneas Pet de Sabores de la Tierra y para el sellado de los envases de cremas balsámicas. Realiza una envoltura que asegura el cierre hermético.

### INSTALACIÓN DE LÍNEA DE ELABORACIÓN POP ZERO EN BORGES DC .

Se trata de una línea de elaboración de palomitas, resultado de un proceso de investigación, con la particularidad de obtener productos sin introducir grasas añadidas y que se espera tengan una buena acogida en el mercado.

**INSTALACIÓN DE SELECCIONADORA CROMÁTICA PARA ALMENDRAS SCAN MASTER EN BORGES DI.** Es una seleccionadora de alta tecnología para mejorar la calidad del producto repelado.

**MEJORAS TECNOLÓGICAS EN LÍNEA 5 DE REPELADO EN BORGES DI,** para conseguir mayor rendimiento y calidad final.

**INSTALACIÓN DE LÍNEAS DE ELABORACIÓN Y ENVASADO EN BORGES DC PARA LA GAMA DE PRODUCTOS “SABORES DE LA TIERRA Y SABORES DEL MUNDO”,** con una partidora y dos separadoras de última generación para aumentar y perfeccionar el proceso.

## MEJORAS PARA LA CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA

**INSTALACIÓN DE LAVADERO AUTOMÁTICO DE CONTENEDORES CT EN BORGES DI** para la limpieza adecuada y sanitaria de los mismos.

**ADECUACIÓN DE PAVIMENTOS Y MEJORAS DIVERSAS EN ZONAS DE ELABORACIÓN Y ENVASADO DE BORGES DC Y DI,** para ubicación de nuevas líneas de proceso o adaptación a exigencias de auditorías de calidad (principalmente naves 5,6 y 11).

**ACONDICIONAR ZONAS DE ENTRADA A INSTALACIONES,** para cumplimentar normas de calidad y sanitarias, unificando criterios para accesos de personas a las plantas, tanto en Borges DC como DI.

**MEJORA CONTINUA DE LAS INSTALACIONES DE FORMA GENERAL CON DIVERSAS REALIZACIONES PARA AUMENTAR LA CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA,** extensiva a todas las plantas.

**IMPLANTACIÓN EN ALMENDRAS DE ALTURA DEL SISTEMA ARRPPC,** que ha merecido la aprobación de las inspecciones de sanidad.

**MEJORAS DE  
SEGURIDAD Y  
PREVENCIÓN DE  
RIESGOS LABORALES**

**INSTALACIÓN DE MATERIAL PERIMETRAL EN BORGES DI**, con cámaras de alta definición, sistema de grabado instantáneo, monitores, etc.

**DIVERSAS SECTORIZACIONES EN BORGES D.I.**, para adaptar los edificios a la normativa de prevención de incendios.

**INSTALACIÓN DE EXUTORIOS EN CUBIERTA DE NAVE PRINCIPAL, BORGES DI**, como requisito para la obtención de la licencia de actividades.

**INSTALACIÓN DE EQUIPOS DE AIRE PARA REFRIGERAR VARIAS ZONAS DE BORGES DC** (elaboración, sala de columnas, nave 11, etc.) y de Borges DI (láminas y harinas), para evitar estrés térmico.

**SEGUIMIENTO DEL PLAN PREVEA CON NUMEROSAS ACTUACIONES DE MEJORA DE LAS CONDICIONES DE TRABAJO** en Borges DC y DI que mereció la aprobación de las autoridades laborales.

**SEÑALIZACIÓN DE VÍAS DE PASO DE CARRETILLAS EN BORGES ALMERÍA.**

**OTRAS MEJORAS**

**ACONDICIONAMIENTO DE OFICINAS COMERCIALES EN BORGES DI PARA DIVISIÓN DE INGREDIENTES**, de más de 400 m2, dotadas de mobiliario moderno, instalación de aire acondicionado, sistemas informáticos, sala de reuniones, archivos, etc.

## Inversiones realizadas en la División Agrícola

En relación a las mejoras realizadas en los dos centros de FRUSESA y FRUSANSA que están situados respectivamente en:

- Finca Benavides (Badajoz) Frusesa
- Finca Carquí. Valle de Zalabí (Granada) Frusansa

En estas fincas con cultivo intensivo de plantaciones de Frutos Secos se encuentran las instalaciones de procesado de nuez y pistacho y la maquinaria de cultivo más adecuada a dichas plantaciones.

De igual modo que en las áreas de Aceites y Frutos Secos, Borges Mediterranean Group sigue las directrices de mejora continua en ambas filiales agrícolas y por ello se han realizado inversiones significativas que agrupamos a continuación.

### VENTAJAS COMPETITIVAS DIVISION AGRÍCOLA

#### MEJORAS DE AHORRO ENERGÉTICO Y MEDIOAMBIENTALES

##### CONTROL DE EMISIONES EN FRUSESA

Se han continuado realizando los controles de emisiones de los generadores de aire caliente utilizados en el secado de los Frutos Secos. Estos generadores tienen como combustible biomasa y producen unas emisiones que cumplen con la normativa vigente.

##### CONSTRUCCIÓN DE Balsa para recogida de Aguas Residuales en Frusesa

Según las directrices de la normativa medioambiental, se ha construido de modo estratégico una balsa de más de 5.000 metros cúbicos de capacidad para recoger las aguas residuales procedentes del procesado de los Frutos Secos.

##### MEJORAS DE RIEGO EN FRUSANSA

Se han continuado realizando mejoras relevantes en la instalación de riego existente, como igualmente en las nuevas instalaciones. Todo ello genera un ahorro importante en el consumo de agua, y a su vez, un ahorro energético en los equipos de bombeo, mediante:

Colocación de tensiómetros, medidores de humedad en el suelo que favorecen la eficiencia de aplicación del agua en riego.

Mejoras en los equipos de programación de riego e instalación de caudalímetros en los pozos de captación para un mejor control del agua consumida.

Automatismos en los depósitos de abono para inyección de éstos en riesgo, con notables ahorros de productos químicos.



<b>MEJORAS TECNOLÓGICAS Y PRODUCTIVAS</b>	<p><b>INCORPORACIÓN DE NUEVOS EQUIPOS EN FRUSESA</b> Incorporación de nuevos equipos y elementos en la línea de procesado de pistacho que inciden en el rendimiento de la calidad del proceso, como seleccionadora, envasadora, etc.</p> <p><b>ADQUISICIÓN DE ATOMIZADORES EN FRUSESA Y FRUSANSA</b> Adquisición de un atomizador para cada división agrícola, diseñados especialmente para tratamientos más eficaces de árboles grandes.</p>
<b>MEJORAS PARA LA CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA</b>	<p><b>FRUSESA:</b> Mejora sensible en la potabilización del agua en las instalaciones con la instalación de un nuevo equipo automático de 14 m<sup>3</sup> /h de capacidad que lleva incorporado un sistema de osmosis inversa. Con ello se asegura sanitariamente el agua de consumo en el procesado y del personal.</p>
<b>MEJORAS DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES</b>	<p><b>FRUSESA:</b> <b>INSTALACIÓN DE VARIAS BARANDILLAS Y ESCALERAS</b> adecuadas en las líneas de operaciones para evitar caídas en las operaciones del personal. Se ha completado la instalación de protección de incendios y la señalización en general.</p>
<b>OTRAS MEJORAS</b>	<p><b>FRUSESA:</b> Adecuación de viviendas y habitaciones existentes en los caseríos, para facilitar la estancia vacacional y de descanso a todo el personal del Borges Mediterranean Group que lo solicite y desee pasar unos días disfrutando del entorno de las plantaciones y lugares turísticos cercanos.</p>

# ENFOQUE DE GESTIÓN DE INDICADORES SOCIALES



# PRÁCTICAS LABORALES

## Empleo y estabilidad de plantilla

Para Borges Mediterranean Group uno de sus valores esenciales son las personas, eje sobre el que se articula su vocación de servicio a la Sociedad y el compromiso de Sostenibilidad y Responsabilidad Ética dirige el desarrollo de sus actividades. El compromiso del Grupo con los profesionales que trabajan en su seno se expresa mediante la implantación, desarrollo y mejora continua de políticas, sistemas de gestión y actuaciones orientados a incrementar su satisfacción, motivación y compromiso con el proyecto empresarial.

Así, durante los dos últimos ejercicios se han desarrollado distintos elementos del nuevo modelo de gestión de personas que integra la práctica de la gestión de Recursos Humanos (clasificación profesional, gestión por competencias, selección, formación, evaluación, desarrollo y modelo retributivo), y cuya finalidad principal es ampliar el horizonte de desarrollo profesional del capital humano de la empresa y aumentar la eficiencia organizativa.

### Principales ejes de actuación

- La creación de empleo estable y de calidad
- La protección de la salud y la seguridad laboral
- El diálogo social
- La formación y el desarrollo profesional
- La igualdad de oportunidades
- La conciliación entre la vida laboral y personal
- El fomento de las acciones de Responsabilidad Social entre la plantilla

Borges Mediterranean Group tiene un Código de Conducta donde asume el compromiso de desarrollar sus actividades empresariales y profesionales conforme a la legislación vigente en cada uno de los lugares donde opera. Borges Mediterranean Group y sus empleados/as están regidos por la ley, el cumplimiento de la misma es siempre punto de partida de la conducta ética del Grupo.

Defender los Derechos Humanos dentro de la Organización, y en las áreas sobre las que se ejerce influencia es clave para el Grupo, siempre bajo el respeto de la diversidad cultural local y las situaciones económicas, que forman la percepción local de que son los derechos humanos y de la violación de los mismos.

Borges Mediterranean Group suscribe en su totalidad la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, la política social de la Organización Internacional del Trabajo y los Principios del Global Compact de la ONU.

El modelo de gestión responsable fija los principios de actuación para garantizar:

- La libertad de asociación y el reconocimiento real del derecho a la negociación colectiva.
- La abolición real del trabajo infantil.
- La eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio.
- La eliminación de discriminación en materia de empleo y ocupación.

No hemos identificado ninguna operación propiedad del Grupo en la que esté en riesgo el derecho a la libertad de asociación, el trabajo infantil o el trabajo forzoso.

### Creación de empleo estable y de calidad

El incremento del 1,9% del Grupo respecto al ejercicio anterior nos sitúa en 836 personas. El mayor crecimiento de la plantilla se centra en las filiales de aprovisionamiento (Túnez y Egipto), India, y la nueva filial de Polonia, si bien es España donde se centra principalmente la actividad del Grupo con un aumento del 1,05 %.

### Composición de la plantilla

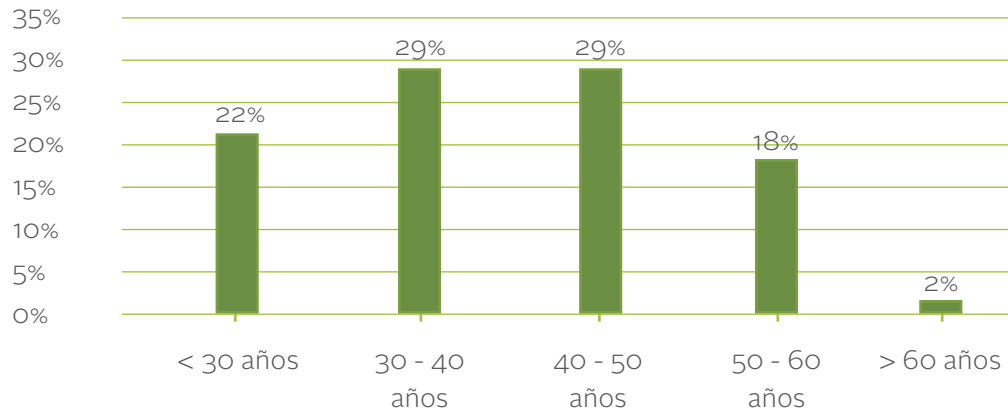
La gran mayoría de las personas que componen la plantilla del Grupo están en España. Desde el punto de vista geográfico, el 39,4% están en el centro de Reus provincia de Tarragona, el 32,6% en Tárrega provincia de Lleida, principales ciudades donde tenemos nuestras plantas productivas y los Headquarters.

Como Grupo profesional la plantilla se caracteriza por tener una profesionalidad elevada acorde con las funciones a desarrollar en las empresas del Grupo.

La estructura de edades en nuestra plantilla refleja la combinación de diferentes experiencias, momentos vitales y realidades con la que se logra un grupo humano más interesante donde todos aprenden y todos aportan su parte.

La edad media de la plantilla es de 41 años. Por otro lado, aproximadamente el 57% de la plantilla se sitúa en un tramo amplio de edad comprendido entre los 30 y 50.

## EDADES

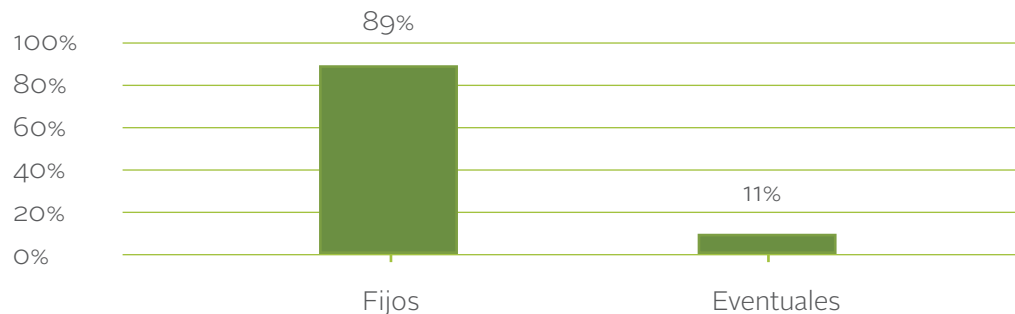


El Grupo define su plantilla de forma sostenible, en función de criterios de eficiencia, y de acuerdo a necesidades derivadas del cumplimiento de las estrategias y objetivos establecidos. Así, una vez analizadas las necesidades de la plantilla, la incorporación de nuevas personas al Grupo se lleva a cabo con vocación de permanencia y con carácter indefinido.

La política de contratación de la Compañía se basa en cubrir las necesidades estructurales de la misma por medio de contratos indefinidos y la cobertura de bajas temporales a través de contratación temporal.

El 89% de la plantilla trabaja con contrato fijo, dato que constata el esfuerzo de la Compañía por integrar un equipo sólido y estable que pueda desarrollar una larga carrera profesional.

## TIPO DE CONTRATO



La creación de empleo estable y de calidad incide positivamente en el sentido de pertenencia y compromiso de los empleados/as con el proyecto empresarial, como demuestra la antigüedad media superior a los 12 años y una rotación que apenas alcanza el 1,88%.

Borges Mediterranean Group cuenta con un equipo humano de 836 personas distribuidas por todos sus centros de trabajo.

## Gestión del empleo

La política de empleo de Borges Mediterranean Group establece un conjunto de principios y directrices que enmarcan el proceso de gestión de empleo de la Compañía con transparencia y objetividad.

Borges Mediterranean Group promueve la promoción y rotación interna y el desarrollo de su equipo humano ofreciendo a sus profesionales la oportunidad de promocionar y optar a las vacantes que se generan.

Para el reclutamiento externo de candidatos se hace mediante base de datos interna y consultoras especializadas en selección.

Además, participamos en diferentes ferias y foros de empleo, entre los que destacamos el Forum de la Universidad Rovira y Virgili y Leserp. Colaboramos con las diferentes Universidades y centros de Formación Profesional de las provincias donde operamos, donde ofrecemos prácticas en la Compañía a estudiantes y recién titulados con el fin de facilitar su iniciación en el mundo de la empresa, así como la participación en el programa de intercambio de estudiantes a nivel internacional IASTE. Queremos retener y desarrollar el talento y el estímulo y el compromiso de todos/as. Es objetivo del Grupo la generación de empleo estable en la contratación de sus colaboradores y colaboradoras y la aproximación del mundo laboral al académico favoreciendo la inserción laboral de los jóvenes.

## Principios de la política de Borges Mediterranean Group





# ÁMBITO INTERNO

El buen clima de trabajo en el Grupo se debe a las oportunidades generadas por un importante crecimiento de la Organización y a la existencia de un equipo con calidad humana, motivado, flexible, capaz de adaptarse a los cambios y potenciarlos.

Los aspectos sociales y laborales más significativos que se llevan a cabo dentro del ámbito interno de la Organización y que contribuyen a mantener este entorno se detallan a continuación:

## Aportación fluida de ideas y sugerencias

La participación a todos los niveles se basa en una comunicación transparente, tanto sobre asuntos específicos del negocio como acerca de las actividades de la Compañía en general. Existen diferentes canales de comunicación, iniciativas como el “buzón de sugerencias” por la que todos los empleados/as pueden aportar sus ideas y propuestas para lograr un funcionamiento más eficiente de la empresa. La plataforma de sugerencias permite a la plantilla proponer ideas de mejora en todos los ámbitos de la Organización. Esta plataforma interactiva constituye además un excelente canal de comunicación en el que los empleados y empleadas pueden transmitir dudas y compartir experiencias sobre procesos y productos.



## Política de remuneraciones adecuada a cada situación

Se está trabajando la política retributiva de las empresas del Grupo para armonizarla más con el modelo organizativo y el modelo de desarrollo profesional y poder disponer así de un sistema de gestión de personas más eficiente. En la revisión se está teniendo en cuenta los siguientes principios generales:

- Coherencia con el modelo organizativo y de desarrollo.
- Ofrecer oportunidades de progresión salarial a corto, medio y largo plazo.
- Reconocimiento económico a la carrera técnica como alternativa a la carrera directiva.
- Reconocimiento diferenciador del rendimiento superior.

Como consecuencia de estas mejoras el modelo de retribución sigue respondiendo a criterios de equidad interna, no discriminación, transparencia y mejora de las posibilidades de reconocimiento diferenciador al contar con una retribución fija dentro de unas bandas salariales amplias y disponer de una modelo de retribución variable para determinadas posiciones. A el personal de Borges Mediterranean Group le es de aplicación el Convenio Colectivo correspondiente.

## Libertad de Asociación y negociación colectiva

Defender los Derechos Humanos dentro de la Organización es fundamental, pero ha de hacerse siempre bajo el ángulo local de qué son los Derechos Humanos y qué constituye una violación de los mismos.

El modelo de gestión responsable de Borges Mediterranean Group asegura el derecho de todo personal a la libre asociación y al derecho de sindicalización. Esta libertad de asociación se traduce en una igualdad de oportunidades y de trato y los representantes de los trabajadores/as están protegidos contra cualquier tipo de discriminación y pueden desempeñar libremente sus funciones como representantes en su lugar de trabajo.

En España existen comités de empresa y Comités de Seguridad y Salud, encontrándose el 100% de la plantilla cubierta por convenios colectivos. Las empresas de ámbito nacional con más de 50 trabajadores/as disponen de comités de empresa como órgano de representación formal de los trabajadores/as. La Organización tiene en cuenta el entorno local al tiempo de favorecer la representación de los trabajadores/as en la forma en que se concierte en cada lugar. En relación a los cambios organizativos que se puedan realizar, los periodos de preaviso se ajustan siempre de acuerdo a la legislación vigente.

## Aportaciones sociales y económicas

Otras ventajas de las que disfrutaban todos los empleados/as de Borges Mediterranean Group en España son:

- Complementos de IT
- Complemento de AT
- Servicio médico de empresa
- Premios por nacimiento de hijos e hijas
- Seguro de Accidente e incapacidad
- Seguro por defunción
- Premio a la nupcialidad
- Ayudas para estudios para hijos/as de empleados/as
- Premios a la constancia
- Premios a la jubilación anticipada
- Retribución flexible
- Obsequio aniversario

De igual manera, se ofrecen otros beneficios sociales en un esquema de compensación flexible que se aplica a los trabajadores/as de las plantas y oficinas corporativas. A opción del trabajador/a se ofrece:

- Seguro médico
- Cheque Guardería
- Cheque comida
- Compra de ordenadores
- Alquiler de vivienda

Por otro lado, y con el objetivo de favorecer la conciliación de la vida personal y laboral de la plantilla, se ofrece la posibilidad de reducir la jornada y el personal que se acoge a la reducción de jornada para el cuidado de hijos y ascendentes es del 3,57% de la plantilla.



## Servicio de Resolución de Conflictos

Borges Mediterranean Group dispone de un Código de Conducta cuyo objetivo es establecer los valores que deben guiar el comportamiento del Grupo, reforzando una cultura y pautas de actuar compartidas, aceptadas y respetadas por todos sus Se facilita a todos los empleados/as comunicar confidencialmente, de buena fe y sin temor a represalias, acciones contrarias a este Código al comité de seguimiento, basado en el Código Ético y en los valores de la Organización.

## Igualdad de Oportunidades

Borges Mediterranean Group dispone de un Plan de Igualdad para garantizar la Igualdad de oportunidades en el seno de la empresa.

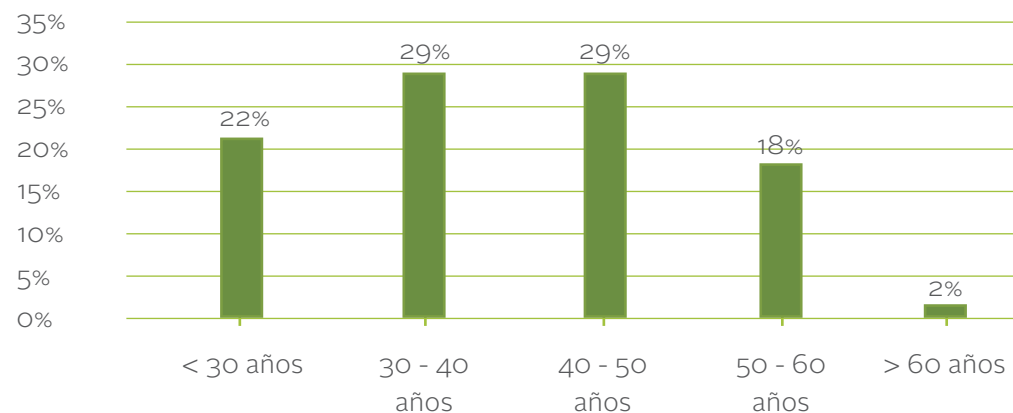
El Grupo tiene la figura de agentes de Igualdad en los principales centros de trabajo, así como comisiones de Igualdad que revisan de forma periódica los objetivos fijados.

Los procesos de incorporación a la Compañía se basan en la capacidad, la cualificación, los conocimientos y la experiencia, asegurando que no exista distinción, exclusión o preferencias basadas en otras cuestiones.

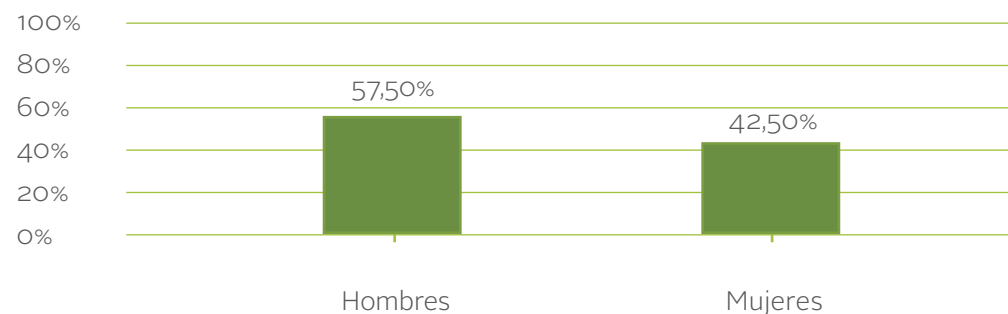
Fruto de una apuesta clara por la capacidad de las personas, en este sentido destacamos dos aspectos relevantes de nuestra empresa:



EDADES



TIPO DE CONTRATO





La presencia de mujeres en Borges Mediterranean Group representa el 42,50%. Actualmente, en el Grupo predomina la presencia masculina, sobre todo en las áreas comercial e industrial. Nuestro objetivo es promover una mayor incorporación de mujeres a nuestra plantilla. Nuestro plan de Igualdad vela por asegurar las mismas oportunidades, tanto en la contratación como en la formación y desarrollo profesional.



En reconocimiento a nuestro esfuerzo en este ámbito, en 2010 Borges S.A.U recibió por parte del Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad, el distintivo "Igualdad en la Empresa" y en 2011 nuestro centro de Tárrega, Aceites Borges Pont, S.A.U.



## GESTIONAR LA IGUALDAD



es una necesidad legal pero  
también una Oportunidad

## Diversidad e Integración

Somos conscientes de que una plantilla plural nos fortalece como empresa. Tenemos el compromiso de garantizar la diversidad en términos de raza, cultura, sexo, orientación sexual, edad, nacionalidad, experiencia, habilidades y estilos de trabajo. Siguiendo esta política, en el ámbito nacional, cumplimos con la Ley de Integración Social de los minusválidos (LISMI), superamos el 2% de contratación de personal discapacitado y colaboramos con centros de empleo especial como Talleres Baix Camp y Fundación Alba que orientan laboralmente a este colectivo.



CHARTER DE LA DIVERSIDAD  
ESPAÑA

Borges Mediterranean Group se adhirió a principios del 2012 al Charter de la Diversidad en España.

El Charter es una Directiva Europea para la mejora de la eficacia empresarial, sostenibilidad social y respeto a la legislación vigente en materia de Igualdad y No-discriminación. Como empresa firmante, nos comprometemos con un decálogo de principios que incluyen, entre otros, el compromiso de:

- La sensibilización sobre los principios de igualdad de oportunidades y respeto a la diversidad dentro de los valores de la empresa.
- Avanzar en la construcción de una plantilla diversa.
- Promover la integración sin discriminación laboral.
- Considerar la diversidad en todas las políticas de dirección de las personas.
- Extender y comunicar este compromiso con estos valores nuestro entorno.





“ES DERECHO DE TODAS LAS PERSONAS, INDEPENDIENTEMENTE DE SU GÉNERO, RAZA, NACIONALIDAD DE ORIGEN, EDAD, CULTURA, RELIGIÓN, DISCAPACIDAD Y ORIENTACIÓN SEXUAL A TENER IGUALDAD DE OPORTUNIDADES EN SU ACCESO AL TRABAJO, PROMOCIÓN Y SALARIO”

Nuestra Organización se caracteriza por la diversidad cultural como consecuencia de la internalización de nuestro negocio.

En nuestras sedes centrales trabajan conjuntamente personas de diferentes nacionalidades. Las nacionalidades de nuestra plantilla son las siguientes (26):

España, Túnez, Rusia, EE.UU, Marruecos, Egipto, India, Francia, Rumania, Colombia, Polonia, Senegal, Jordania, Argentina, Italia, Suecia, Portugal, Alemania, Bolivia, Ucrania, Paraguay, Chile, Bulgaria, Dominica, Brasil y Ecuador.

### Promoción y facilitación de la vida laboral, personal y familiar

**“Las medidas de conciliación tienen que permitir que ganen las personas y que gane la empresa”** La conciliación del trabajo y la vida personal es uno de los retos más importantes a los que se enfrenta el mundo empresarial hoy en día. Borges Mediterranean Group siempre ha mostrado respeto y consideración a las circunstancias y necesidades personales, un sincero interés por aportar soluciones específicas conciliables con las necesidades de la propia empresa y especial atención a las circunstancias más complejas y difíciles.



Trabajar por una mejor conciliación de la vida personal y profesional de la plantilla del Grupo es uno de los objetivos que contribuye a mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores.

A parte de las medidas de conciliación establecidas por la ley vigente, se encuentran las propias implantadas por la empresa con el objeto de favorecer nuestra realidad empresarial.

- Posibilidad de acumular las horas de permiso de lactancia para sumarlas al periodo de suspensión por maternidad.
- Ampliación del permiso de maternidad en una semana más a lo establecido en la ley a cuenta de la empresa.
- Maternidad a tiempo parcial con la finalidad de facilitar la conciliación.
- En determinados centros de trabajo y colectivos, jornada intensiva todos los viernes del año y vísperas de los días festivos señalados.
- Licencias de asistencia y acompañamiento a visitas médicas.
- Excedencias de corta duración para favorecer las necesidades personales de la plantilla.
- Teletrabajo parcial durante una parte de la jornada o bien unos días determinados durante un periodo de tiempo concreto.
- Hora límite inicio reuniones a las cinco de la tarde con el fin de que no se alargue la jornada laboral y se sobrepase innecesariamente la hora de salida.

Estas medidas se dirigen a toda la plantilla del Grupo excepto a aquellos empleados/as cuya ausencia en el puesto de trabajo exija de un servicio externo para cubrirlo, o su puesto de trabajo tenga asignados turnos rotativos.

Alcanzar el equilibrio entre la vida privada y laboral no sólo es una necesidad individual, sino que también fomenta orgullo de pertenencia entre la plantilla, lo que conlleva una satisfacción individual y una mejora del rendimiento laboral, y resulta ser un vehículo de retención del talento.

Borges Mediterranean Group ha participado en el programa “temps x TEMPS”, proyecto impulsado por el Departamento de economía y empresa de la Generalitat de Cataluña y subvencionado por el Servicio de Ocupación de Cataluña y el Fondo Social Europeo, cuyo fin es contribuir a transformar el modelo productivo actual buscando nuevas estrategias y nuevas actuaciones que pongan valor al tiempo de las personas.

## Comunicación interna y diálogo con los empleados

El fin de nuestra política de comunicación interna es aumentar la competitividad de la Compañía mediante la creación de un clima de confianza, credibilidad, colaboración, motivación y compromiso que haga que los profesionales aporten su creatividad y talento.

La comunicación es un aspecto fundamental en la relación con la plantilla, contribuyendo a la cohesión de la misma y fomentando la implicación del empleado/a y su sentimiento de pertenencia.

*La comunicación interna en Borges Mediterranean Group se apoya en las siguientes herramientas:*

- **Correo electrónico**, para la difusión de noticias o comunicados con carácter inmediato como nombramientos, campañas de seguridad y salud laboral o información de cursos o actos.
- **Plan de Acogida**, manual dirigido a todas las personas de nueva incorporación.
- **Tablón de Anuncios**, espacios con información de interés para los miembros de la Organización.
- **Buzón de Sugerencias**, canal dedicado a la recogida de información para que las ideas y opiniones de la plantilla puedan ser atendidas.
- **Intranet**, en la que cada departamento cuenta con un espacio propio para publicar lo que considere de valor e interés para la Organización.
- **Evaluaciones de ejercicio**, sistema por el que se fijan objetivos, se recogen aportaciones y se establecen requerimientos de formación personalizados.
- **Feedback 360º**, herramienta de evaluación interactiva basada en las opiniones de responsables, compañeros, clientes internos y subordinados para la mejora continuada del desarrollo competencial en el puesto de trabajo.
- **Procedimientos internos**, herramienta que recoge las políticas y procedimientos del Grupo.
- **Política de Puertas Abiertas**, flexibilizar las relaciones interpersonales entre la plantilla y la Organización dotando de un espacio abierto e informal para cualquier consulta o aclaración.
- **Revista Gente Borges**, Gente Borges es una revista interna, que desde su nacimiento la reciben los colaboradores de Borges Mediterranean Group en España y a sus colaboradores más cercanos. Se trata de un medio de comunicación bidireccional: de la empresa hacia los empleados y de éstos hacia la empresa. Las páginas de la revista están abiertas a la participación y sugerencias de todos y todas.



# ACCIONES SOCIALES PARA LA GENTE BORGES

## Gente Borges

Con el objetivo principal de fomentar la adhesión de la plantilla se ofrecen distintas actividades al personal y se llevan a cabo encuentros y visitas de interés cultural o relacional organizados a través de actividades sociales.

- **Borges con la Gente:** Borges Mediterranean Group pone a disposición de sus colaboradores la finca agrícola que posee en Badajoz como lugar de reposo y vacaciones en que los empleados/as y sus familias pueden acercarse a conocer la vida rural, el trabajo de una finca agrícola, así como la cultura y la gastronomía del pueblo extremeño.



*Estimados colaboradores,  
Aprovecho esta oportunidad para daros la bienvenida al “**Cortijo de Benavides**”, lugar desde el que queremos establecer un vínculo de proximidad con todos aquellos profesionales que componen el Borges Mediterranean Group. Sin duda, “El Cortijo” ha seguido conservando su tradición para poder sumergir a los visitantes en la magia de lo auténtico, en la experiencia real que se respira entre sus parajes naturales, donde conviven en armonía las plantaciones de nogal y pistacho. El “**Cortijo de Benavides**” pone a disposición de todo aquél que busque la esencia de lo auténtico y lo diferente, todos sus medios para que el paso por estas tierras extremeñas sea algo más, sea una experiencia inolvidable! Partiendo de aquella pequeña empresa que fuimos y siendo actualmente un próspero grupo de reconocida solidez y prestigio, tenemos el ambicioso reto de continuar creciendo en todas nuestras divisiones de negocio de la misma forma que hasta ahora, creando riqueza para la Sociedad y para todos aquellos entornos, tanto nacionales como internacionales, donde nuestra ambición, objetivos y saber hacer nos lleven. Confío en que esta estancia os resulte agradable y contribuya a conocer más y mejor el proyecto de nuestra división agrícola en Frusesa-Badajoz.*

**Ramón Pont**  
Presidente Borges  
Mediterranean  
Group

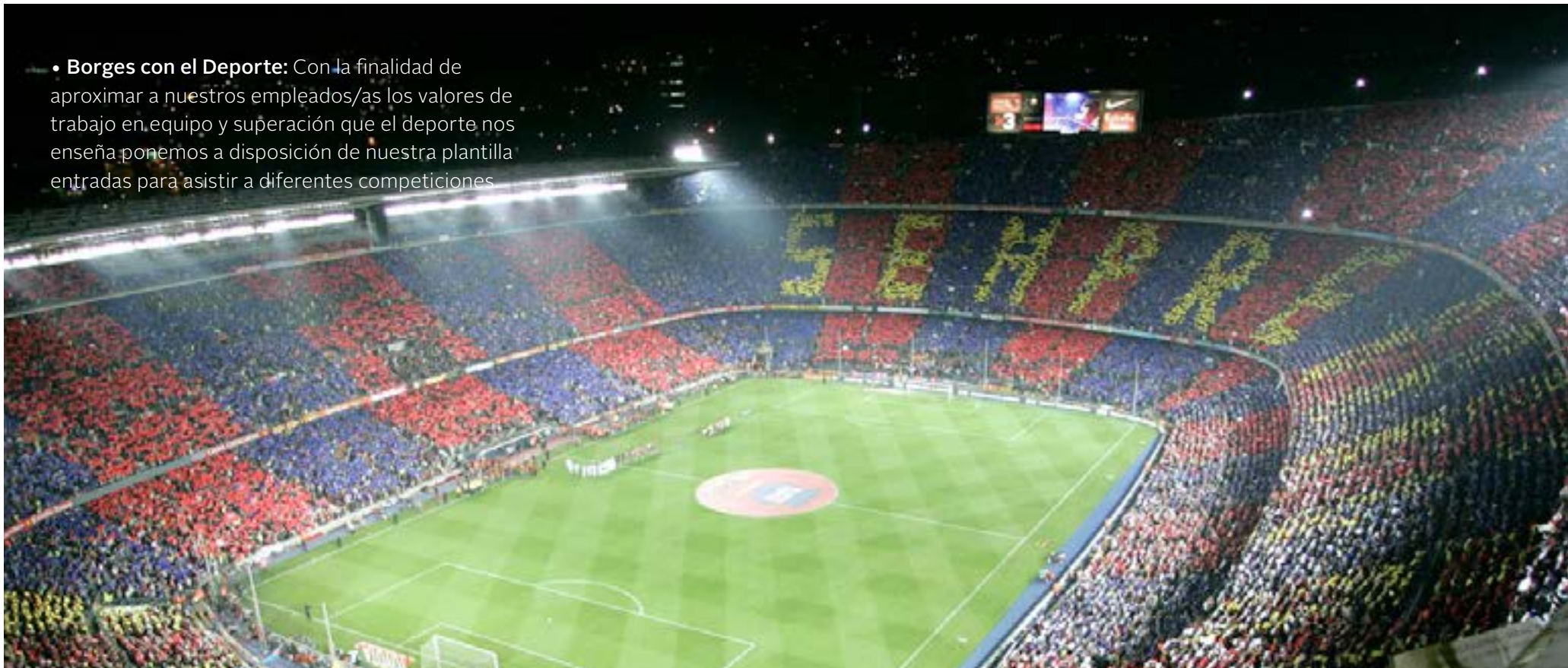


- **Borges con la Cultura:** A lo largo del año ofrecemos a nuestros colaboradores entradas para asistir a conciertos de todo tipo de música.





- **Borges con el Deporte:** Con la finalidad de aproximar a nuestros empleados/as los valores de trabajo en equipo y superación que el deporte nos enseña ponemos a disposición de nuestra plantilla entradas para asistir a diferentes competiciones





## Programa de Nutrición y Salud:

Dando continuidad a su Misión empresarial, desde finales de 2011, Borges Mediterranean Group cuenta con un programa de Nutrición y Salud denominado “Borges Te Cuida” para todo el Colectivo Borges basado en tres pilares fundamentales: Nutrición, Salud, y Actividad Física y Deporte, que persigue potenciar la salud y el bienestar de las personas como valores empresariales y seguir aplicando las políticas de flexibilidad propias.

Se han realizado jornadas de nutrición dentro del programa. Con finalidad educativa y divulgativa, un especialista en nutrición facilita a la plantilla herramientas para adquirir hábitos alimenticios saludables y comparte conocimientos con todos los trabajadores y trabajadoras interesados.

El estar saludable está mundialmente clasificado como el primer factor dentro de las aspiraciones más importantes. Con periodicidad bimensual “Borges Te Cuida” invita a fruta de temporada a toda la plantilla, al tiempo que se informa sobre las propiedades y nutrientes de dicha fruta, y promoviendo una dieta con consumo saludable de productos, trimestralmente celebramos los desayunos de la “Gente Borges”.



Taller de nutrición y salud



Día de la fruta



“Desayunos saludables”

La Salud es el estado de completo bienestar físico, mental y social. Borges Mediterranean Group ha adquirido el compromiso de promover estilos de vida más saludables entre sus empleados/as, entendiendo la necesidad de generar cada día una mayor conciencia sobre la salud y el bienestar.

Nos hemos propuesto ser promotores de salud, y por ello hemos realizado diferentes talleres prácticos y educativos. En las instalaciones de nuestros centros de Reus y Tárrega se han llevado a cabo talleres sobre Etiquetado de Alimentos con el objetivo de aprender a interpretar la información nutricional del etiquetado alimentario para poder manejar el contenido de algún nutriente a controlar entre la gran cantidad de productos nuevos que la industria alimentaria nos ofrece.

La vida sedentaria, el estrés, las posturas repetitivas del trabajo y el desconocimiento de las medidas de higiene postural, son las principales causas de alteraciones, dolores y contracturas musculares. Dentro del Plan de Actividad Física y Salud de “Borges Te Cuida” hemos realizado caminatas populares y diferentes eventos deportivos, y siendo el dolor de espalda motivo de consulta médica y una de las primeras causas de baja laboral se ha realizado una escuela de espalda con talleres eminentemente prácticos, y con presentaciones audiovisuales, se han expuesto los contenidos y prácticas con el objeto de optimizar la comprensión y facilitar la ejecución de los ejercicios y técnicas.



Caminata Gente Borges



Caminata Gente Borges



Comer de forma sana es, cada vez más, un requisito necesario para mantener una buena salud. A través de talleres de cocina se pretende aportar de una manera práctica consejos y pautas para aprender a vivir de una forma más saludable.

“BORGES TE CUIDA” QUIERE  
TRASLADAR VALORES, FOMEN-  
TAR HÁBITOS SALUDABLES Y GE-  
NERAR COMPROMISO PARA SER  
UNA EMPRESA SOSTENIBLE, SA-  
LUDABLE Y SOLIDARIA







## Otras actividades sociales

### Cena de Navidad

La Cena de Navidad es uno de los eventos más importantes y esperados del año para empresas y colaboradores, y es un perfecto momento para estrechar lazos, para acercar posiciones, y para hacer teambuilding, a parte de un momento excelente para reforzar la comunicación.

### Visitas guiadas a nuestras plantas por parte de nuestros grupos de interés:

Borges Mediterranean Group encuentra en las visitas a sus instalaciones otras formas de difusión de la cultura mediterránea.

Las empresas del Grupo reciben durante el año visitas de colectivos muy diversos. Visitas institucionales, de estudiantes de diferentes culturas, centros de la 3ª edad, clientes, proveedores, etc.



*Gracias a estas actividades, diferentes personas tienen la oportunidad de entrar en contacto con la cultura mediterránea, íntimamente relacionada con la propia historia de la marca BORGES. Los visitantes tienen la posibilidad de visitar nuestras plantas, ver el proceso productivo de elaboración de Frutos Secos, frutas desecadas y palomitas para microondas; conocer el proceso de elaboración del aceite de oliva y acudir a la sala de cata donde tienen la ocasión de hacer una cata de aceite orientada por el personal de Borges, pudiendo catar variedades distintas de aceite de oliva, y de este modo poder percibir las diferencias entre ellas, desde las más frutadas como la Arbequina, hasta las más intensas y picantes como la Picual. Acto que tiene un alto acogimiento siendo muchas las muestras de cariño por los visitantes que han disfrutado de la actividad. Finalmente y dependiendo de la visita se hacen diferentes presentaciones corporativas relacionadas con la propia historia de la marca BORGES.*



## Salud y seguridad en el trabajo

La Seguridad en nuestro Grupo tiene máxima prioridad, entendemos que la Seguridad no es negociable y por ello la Prevención de Riesgos Laborales es parte integrante de los objetivos del Grupo y de las políticas de Recursos Humanos para garantizar el bienestar de todos los que participan en la actividad diaria.

La gestión de la Prevención de Riesgos Laborales está plasmada en el Plan de Prevención y establecida en el sistema general de gestión de la empresa. El Plan también recoge la Política Preventiva del Grupo la cual se basa en el compromiso de la empresa de proporcionar un entorno de trabajo seguro y saludable a todos sus colaboradores.

Nuestro modelo de gestión se articula en base a la planificación de la actividad preventiva con el fin de eliminar o minimizar al máximo los riesgos existentes para disponer de unas instalaciones y procesos seguros, además de incidir de forma continua en el incremento de la cultura preventiva de nuestros colaborador por medio de campañas preventivas, información y formación en prevención de riesgos.

**Formación – información en prevención de riesgos laborales:** Borges Mediterranean Group apuesta por la formación en prevención como herramienta imprescindible para conseguir un entorno seguro para sus colaboradores y de este modo mejorar día a día nuestros índices de siniestralidad.

La elaboración de un plan formativo es fundamental ya que además de formar al empleado/a, nos permite que adquiera conductas seguras en el trabajo. Para diseñar dicho plan, analizamos detenidamente cuales son los puntos que debemos mejorar o bien, cuales son las conductas que debemos reforzar; de este modo podemos dar forma a un calendario de actividades formativas anuales ajustado al máximo a las necesidades existentes en nuestros centros de trabajo.

Periódicamente se realizan formaciones de reciclaje en aquellas materias importantes como por ejemplo los Planes de Emergencia de todas nuestras instalaciones. Se trata de sesiones teórico-prácticas dirigidas a los Equipos de Emergencia e impartidas directamente por el cuerpo de bomberos, quienes se encargan de explicar las principales directrices a tener en cuenta en caso de incendio, con la única finalidad de orientar y salvaguardar la salud de la plantilla.

Otras formaciones realizadas periódicamente con la finalidad de reforzar los conocimientos de nuestros colaboradores son:

- Manejo de carretillas elevadoras
- Primeros auxilios
- Nivel básico en Prevención de Riesgos Laborales
- Manipuladores de calderas.

**“PARA TRABAJAR DE FORMA SEGURA HAY QUE PODER HACERLO, SABER HACERLO Y QUERER HACERLO. Y PARA QUE UNA COMPAÑÍA TRABAJE CON SEGURIDAD HA DE CUMPLIR ESTAS TRES MISMAS PRECISIONES”**



Dentro de los Planes de Formación también otorgamos especial atención a la formación e información de todas nuestras nuevas incorporaciones. Es muy importante que cualquier nuevo colaborador conozca y disponga de toda la información, en materia de Prevención de Riesgos Laborales, referente a su puesto de trabajo. Es intención que todo trabajador/a que se incorpore al Grupo, independientemente de la sección a la que pertenezca, disponga de una visión global del centro de trabajo, a través de la entrega de información referente a todos aquellos aspectos relevantes relacionados con la Prevención. El paquete informativo entregado contiene:

- Ficha de riesgos de la sección a la que pertenece el trabajador/a y las correspondientes medidas preventivas.
- Información acerca de otros riesgos a tener en cuenta del resto de secciones del centro de trabajo.
- Información acerca del Comité de Seguridad y Salud y nombres de los Delegados de Prevención de cada centro de trabajo.
- Secuencia de actuación en caso de accidente, o bien en caso de emergencia.
- Principales puntos a recordar en materia de Seguridad Vial.
- Secuencia de actuación en materia de Primeros Auxilios PAS (Proteger Avisar Socorrer).

La finalidad de todas y cada una de las acciones formativas-informativas desarrolladas, es fomentar y aumentar la sensibilización en Prevención de Riesgos de todos nuestros colaboradores. Uno de los objetivos de nuestra política de Seguridad y Salud Laboral es invertir en los conocimientos de nuestra plantilla en busca de la mejora del comportamiento individual, beneficiando así la retroalimentación de nuestra cultura preventiva.

### Evaluación de riesgos

La identificación y evaluación de los riesgos asociados a los puestos de trabajo forma parte del ciclo de mejora continua en la gestión preventiva de la empresa, tal y como establece la Ley de Prevención de Riesgos Laborales.

Con el fin de evitar estos riesgos o bien minimizarlos al máximo, se realizan periódicamente evaluaciones de los puestos de trabajo existentes, consiguiendo de esta manera mejorar las condiciones de Seguridad y Salud de la plantilla a través del seguimiento de la Planificación Preventiva derivada de dichas evaluaciones.

### Comité de seguridad y salud

Uno de los pilares básicos de nuestra gestión preventiva es la comunicación y la colaboración constante de los Delegados de Prevención designados en el Grupo. En los centros del Grupo en España de más de 50 trabajadores, existe un Comité de Seguridad y Salud Laboral formalmente establecido de acuerdo con la Ley de Prevención de Riesgos Laborales, de forma que exista representación de todos los trabajadores que forman la plantilla.

Los Comités de Seguridad y Salud, permiten involucrar a los trabajadores en la mejora de la seguridad y la salud en el puesto de trabajo, generando así una cultura positiva de prevención. A través de reuniones periódicas, se tratan todos aquellos aspectos en materia de Prevención que requieran alguna mejora, buscando siempre avanzar de forma continua.

### Comunicados de riesgos

Los comunicados de riesgo suponen otro procedimiento interno constituido para fomentar la participación activa de la plantilla en todos aquellos aspectos

relacionados con la Seguridad y la Salud en nuestros centros de trabajo. Cualquier trabajador/a puede elaborar un comunicado de riesgo indicando una situación que conlleve un riesgo, o bien una propuesta que pueda suponer una mejora de las condiciones de trabajo. Desde su entrada en vigor se han recibido un total de 21 comunicaciones de riesgo.

### Visitas de seguridad y observaciones de trabajo

A parte de los procedimientos propiamente establecidos en el Plan de Prevención de cada uno de nuestros centros de trabajo, el fomento de una cultura preventiva conlleva la necesaria presencia en fábrica, comprobando factores como la utilización de equipos de protección individual en aquellas secciones donde sea necesario, o bien el control de conductas inseguras por parte de cualquier persona de la plantilla o subcontratado que pueda generar algún riesgo para la Seguridad y la Salud.

Con la finalidad de controlar dichos factores, se realizan visitas periódicas a las instalaciones comprobando todos los aspectos relativos a Prevención de Riesgos (utilización de equipos de protección individual, comprobación de los elementos de seguridad de la maquinaria, estado de los elementos de extinción de incendios, etc.) y dejando constancia de todos aquellos puntos que requieran de una mejora.



## Borges tunisie

La Planta de Borges Tunisie (Sfax) ofrece a sus clientes la mayor calidad posible de producto, del mismo modo que vela por la seguridad y la salud de sus colaboradores. Es por este motivo, que sus instalaciones reúnen todas las condiciones requeridas en materia de prevención de riesgos laborales siguiendo las directrices de la certificación OSHAS 18001.

La seguridad en el trabajo y la vigilancia de la salud de la plantilla son aspectos muy importantes dentro de la perspectiva laboral actual. Borges Tunisie presenta un sistema integrado en el que Calidad, Medio Ambiente y Seguridad están al mismo nivel. Sus instalaciones muestran la dedicación y la implicación llevada a cabo para conseguir una empresa segura; en la que sus colaboradores desempeñan sus tareas de forma confiada.

La cultura preventiva de Borges Tunisie muestra claramente que debemos avanzarnos a la materialización de todo riesgo, erradicándolo en su origen y realizando cualquier tarea con precaución y seguridad.

## Análisis de la accidentalidad

El objetivo perseguido como empresa es erradicar la accidentabilidad de nuestros centros de trabajo y en el caso de sufrir cualquier tipo de accidente, que la gravedad del mismo sea mínima. Para poder lograr nuestro propósito, es necesario el compromiso activo de todos nuestros colaboradores.

Del mismo modo, es fundamental la participación, cooperación y colaboración de los mandos intermedios que gestionan equipos. Éstos son piezas claves para una eficiente gestión de la seguridad en nuestras instalaciones ya que son quienes dirigen y controlan de primera mano las actividades desarrolladas en nuestros centros de trabajo.

Debemos ser perfectos conocedores de los riesgos existentes en todos y cada uno de nuestros centros de trabajo e intentar prevenir la posible materialización de dichos riesgos en forma de accidente. Para ello, necesitamos la colaboración de todos los miembros de la plantilla, de forma que todos sean conscientes de los peligros de su entorno y apliquen las medidas

adecuadas para combatirlos. Para hacer conocedores a todos de la existencia de algún accidente laboral en nuestras instalaciones, disponemos de carteles indicativos donde se registran las jornadas transcurridas sin ocurrir ningún accidente.



## EVOLUCIÓN DE LA SINIESTRALIDAD



Los índices de siniestralidad en Borges Mediterranean Group han evolucionado en los últimos años (2008-2012), mostrando una reducción paulatina y creando un patrón y una tendencia encaminada a la mejora por lo que respecta a número de accidentes, gravedad de los mismos y por consiguiente, reducción de las jornadas de trabajo perdidas por accidente laboral.

Todos los accidentes acontecidos en el periodo cubierto por el presente informe son leves, no habiéndose registrado ningún accidente grave o mortal.

Las mutuas asociadas en todos nuestros centros de trabajo se encargan de proporcionar y realizar los correspondientes reconocimientos médicos a todos los miembros de la plantilla de forma periódica, garantizando la confidencialidad de los resultados y expidiendo el correspondiente informe de aptitud médica de todos nuestros colaboradores.

Otra actuación realizada por nuestros servicios médicos subcontratados es la vacunación anual contra la gripe.

Del mismo modo, los servicios de prevención subcontratados nos ofrecen el asesoramiento oportuno en cualquiera de las disciplinas que engloban la Prevención de Riesgos además de llevar a cabo aquellas actividades que debamos realizar como por ejemplo: estudios de ruido en las instalaciones, estudios de las condiciones ergonómicas de determinados puestos de trabajo, etc.

Es evidente que una correcta gestión de la Prevención de Riesgos Laborales, acaba aportando unos resultados óptimos basados en la mejora de los índices de siniestralidad registrados.

Dicha mejora es el resultado de:

- Implicación, cooperación y colaboración de los mandos intermedios de todos nuestros centros de trabajo.
- Establecimiento de objetivos preventivos basados en la mejora continua e implicación de los estamentos jerárquicos superiores de la Organización en los mismos.
- Colaboración con otros departamentos como el Departamento Técnico, Calidad, Mantenimiento, etc.
- Aplicación y mejora continua de todos los procedimientos plasmados en el Plan de Prevención.
- Coordinación con entidades subcontratas (mutuas, servicios de prevención, etc.).
- Compromiso de todos los colaboradores para velar por su propia seguridad y la de sus compañeros.

## Formación y desarrollo

Borges Mediterranean Group ha establecido una amplia política de formación permanente. El objetivo es contar con sistemas objetivos para obtener información sobre los perfiles y su desarrollo profesional. Para completar estos perfiles hemos desarrollado instrumentos como la Gestión del Desempeño, que permiten realizar un seguimiento personalizado de cada colaborador y poner en funcionamiento un plan específico para cada persona.

La gestión de las personas en el Grupo se fundamenta en un modelo de Gestión por Competencias. Para cada nivel de la Organización se definen las competencias necesarias para obtener un desempeño óptimo.

Desde el departamento de Recursos Humanos se potencia los aspectos necesarios para el buen funcionamiento de la formación, atendiendo tanto las necesidades técnicas (idiomas, ofimática, etc) como las humanas (crecimiento personal, valores, gestión de equipos, etc.). La mayor parte de esta formación se imparte In Company, con un modelo homogéneo para toda la plantilla. También se lleva a cabo formación externa que atiende a necesidades específicas y que los diferentes centros especializados, asociaciones empresariales, universidades y escuelas de negocio ofrecen como un complemento en la trayectoria profesional.

Este departamento, en colaboración con los diferentes responsables de otros departamentos, atiende y fomenta solicitudes para realizar estudios universitarios, profesionales, etc.

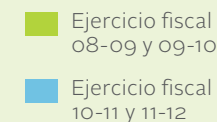
El Plan de Formación tiene como finalidad garantizar el desarrollo de la plantilla y lograr una mayor adecuación de la persona a su puesto de trabajo, así como potenciar la adquisición de habilidades y conocimientos necesarios para acceder a los puestos de mayor responsabilidad.



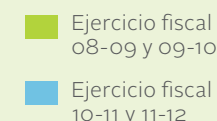
El Plan de Formación se renueva anualmente con el reto de disponer de los mejores profesionales que permitan afianzar nuestra posición en el mercado. De un modo general recoge los siguientes ámbitos;

- **Formación de Iniciación / Acogida:** Programa cuyo fin es dotar a los trabajadores/as que se incorporan a la Compañía de los conocimientos necesarios para el correcto desempeño de sus funciones.
- **Formación de Mantenimiento y Reciclaje:** Mediante las diferentes comunidades que se unen en acciones formativas para intercambiar experiencias, opiniones y procedimientos más allá del propio lugar de trabajo y en un marco de aprendizaje y estimulación compartido.
- **Formación de Perfeccionamiento:** Consecuencia de las nuevas necesidades, objetivos y exigencias surgidos en la empresa.
- **Formación de Promoción y de Reconversión:** Facilita la adquisición de nuevas competencias para el cambio de funciones garantizando una correcta adecuación persona-puesto de trabajo.
- **Formación de Prevención de Riesgos Laborales, Medio Ambiente y Calidad:** Velar por la salud de los trabajadores/as, el respeto al Medio Ambiente y las exigencias del producto es inherente a la cultura del Grupo.

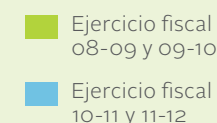
#### PARTICIPANTES EN ACCIONES FORMATIVAS



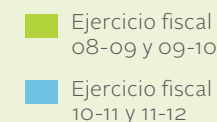
#### HORAS DE FORMACIÓN



#### INVERSIÓN EN FORMACIÓN



#### RATIO HORAS DE FORMACIÓN/ EMPLEADO





### **Programa operación cantera**

Proyecto que nació en el año 2007. Es un programa que incluye a un grupo de jóvenes recién licenciados de alto potencial, los cuales pasarán por todas las áreas y unidades de negocio del Grupo tanto a nivel Nacional como Internacional, con un programa definido de Plan de Carrera y desarrollo profesional en el que irán adquiriendo conocimientos sobre el Grupo a todos los niveles y se complementará con formación externa, con el objetivo de disponibilidad de cantera, preparando a los futuros mandos para afrontar nuevos proyectos de negocio.

### **Prácticas profesionales**

Con el fin de establecer un vínculo entre los estudiantes y la Organización, Borges Mediterranean Group participa en foros de empleo al tiempo que mantiene un contacto continuo con diferentes centros de estudios. En el periodo cubierto por este informe recibimos a 56 personas en prácticas, de los que el 50% eran estudiantes universitarios y el 50% de formación profesional.

### **Convenio de formación profesional dual del ciclo formativo en industrias alimentarias**

Nuestro centro de Tárrega, Aceites Borges Pont, S.A.U, se adhirió en julio del 2012 al Convenio de Formación Profesional Dual del Ciclo Formativo en Industrias Alimentarias junto a otras empresas de la alimentación, comprometiéndose a acoger a dos alumnos del Ciclo Formativo de Grado Superior en Procesos y Calidad en la Industria Alimentaria, en régimen de formación en alternancia con el Instituto de Guissona para desarrollar actividades directamente relacionadas con el ciclo formativo de FP que están estudiando. La actividad realizada por los alumnos en la empresa será reconocida académicamente y está basada en el modelo de Formación Profesional Alemán.

Del mismo modo, nos hemos adherido en las mismas condiciones al Convenio de colaboración entre la Administración de la Generalitat de Cataluña, el Ayuntamiento de Tárrega, y la Cámara de Comercio e Industria de Tárrega, junto a otras empresas de diferentes sectores con el fin de promover, impulsar y desarrollar la Formación Profesional en régimen de alternancia y con Formación Dual en el Instituto Alfons Costafreda de Tárrega, en el Ciclo Formativo de Grado Medio de Mantenimiento Electromecánico y el Ciclo Formativo de Grado Superior de Mecatrónica Industrial.

Este tipo de Formación Dual establece una mayor vinculación y corresponsabilidad en la Formación Profesional entre los centros y las empresas, facilitando la compatibilización de la actividad laboral con la formativa.

Se busca mejorar la formación, la calificación, la motivación, y el desarrollo personal y profesional de jóvenes que inician su profesionalización alternando la formación en un centro formativo y la actividad en una empresa.

“Para nosotros, la formación continua de nuestros colaboradores es un reto constante, entendemos que da respuesta a una triple necesidad: satisfacer la exigencia de nuestros grupos de interés de una permanente mejora en la calidad de nuestras actuaciones, favorecer el desarrollo de los colaboradores, y vincularse y ayudar al logro de los objetivos de nuestra compañía”.



# DERECHOS HUMANOS

## Código de conducta

La transparencia, el rigor, la objetividad, la unificación de criterios y la Igualdad rigen cada uno de los procesos que se llevan a cabo en Borges Mediterranean Group.

El Grupo dispone de un Código de Conducta basado en los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y en las convenciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), así como en otros valores y principios de Borges Mediterranean Group.

Ello significa entre otras cosas: respetar los Derechos Humanos, renunciar a la explotación infantil, conseguir buenas condiciones de trabajo, promover la protección del Medio Ambiente y evitar las prácticas corruptas.

El Código de Conducta, fundamentado en los valores corporativos del Grupo, pretende conducir las relaciones entre Borges Mediterranean Group y sus Grupos de interés.



Borges Mediterranean Group considera a sus contratistas, proveedores, y en general, entidades colaboradoras determinantes para el logro de sus objetivos de crecimiento y desarrollo, y trabaja activamente para trasladarles sus valores y principios de actuación, incentivando la colaboración con aquellos proveedores y contratistas que aseguren estándares sociales, ambientales y de orden ético evolucionado.

A través de los diferentes sistemas de gestión, Borges Mediterranean Group se ha propuesto como objetivo alcanzar el poder garantizar que todos los grupos de interés de la Organización se comprometen a respetar y aplicar los principios y valores que forman parte de su Política de Responsabilidad Empresarial.

## INDICADORES SOCIALES

### Global compact

La Responsabilidad Social de Borges Mediterranean Group se extiende a todas sus operaciones en todos los países donde opera, así como a sus proveedores y subcontratistas para que estos, a su vez, puedan seguir los mismos principios de responsabilidad en sus actividades. Para su logro es necesario difundir los valores que marcan el comportamiento de las personas que lo forman por medio de un diálogo abierto con sus grupos de interés. La ética de Borges Mediterranean Group basada en sus valores corporativos, en la honestidad e integridad de sus colaboradores y en la transparencia respecto a las relaciones con terceros, es un instrumento preciso para conseguir este objetivo. Se han suscrito y renovado los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas con la finalidad de

integrarlos en la estrategia, en la cultura y en las acciones de la Organización. Esta decisión en Borges Mediterranean Group viene siendo firme desde el año 2010 en que solicitamos nuestra pertenencia al Global Compact de Naciones Unidas, y por ello hemos seguido avanzando en la definición de áreas de mejora e introducción de compromisos claros para acercarnos a los objetivos del Milenio.

En este tiempo Borges Mediterranean Group no sólo lo ha valorado como un proceso positivo, sino que ha ido sentando bases de progreso en los principios que lo conforman, lo que ha servido para ganar confianza al interior de nuestra empresa y para sensibilizar a la Sociedad más cercana que nos percibe como comprometida con la Responsabilidad Social.

Durante el periodo contemplado por este informe no se han producido incumplimientos de los citados principios, ni se han producido sanciones derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.

### Proyectos sociales

En Borges estamos convencidos de que el diálogo y la comunicación son indispensables. Nuestra relación con la comunidad comporta tener la sensibilidad necesaria para advertir la situación de nuestro entorno y mantener un diálogo abierto, honesto y fluido con nuestros diferentes grupos de interés. Esta actitud nos permite tener un mejor conocimiento de las necesidades de nuestro entorno y nos orienta en nuestros esfuerzos. En los últimos años hemos estado trabajando con diferentes asociaciones y entidades sin ánimo de lucro, incentivando la participación de todos los colaboradores de Borges Mediterranean Group en actividades diversas, todas ellas vinculadas a valores tradicionales como la nutrición y la salud, la solidaridad y el deporte entre otros.



CUMPLIMOS FIRMEMENTE LA LEGISLACIÓN ALLÍ DONDE OPERAMOS Y ASUMIMOS COMPROMISOS VOLUNTARIOS PARA SER AUN MÁS RESPONSABLES

#### Colaboración con cruz roja

- Colaboramos cada año en la Campaña de Navidad de recogida de juguetes organizada por la Cruz Roja de Reus y de Tárrega; “ Ningún niño sin juguetes ”, porque jugar es un derecho no un privilegio.



#### Donaciones

- En diciembre de 2010 Borges Mediterranean Group y el Banc d'Aliments de Catalunya renovaron el acuerdo para la donación de 30.000 litros de aceite de girasol a lo largo de todo el 2011, iniciativa enmarcada dentro de las políticas sociales del Grupo.



Conjuntamente, también nos unimos a la Campaña Gran Recapte del Banc de Aliments mediante la donación de productos. Además, a lo largo del año se realizan diversas colaboraciones con la mencionada entidad.



La situación de crisis económica que estamos viviendo ha provocado que cientos de personas de nuestro entorno se hayan visto afectadas por la necesidad, lo que ha supuesto que no puedan asegurar ni siquiera la alimentación básica. Ante esta realidad Borges Mediterranean Group se ha unido este último año de la mano de la Cruz Roja a una nueva iniciativa solidaria de recogida de alimentos para familias tan necesitadas en la difícil situación actual.

- Dentro de nuestro compromiso con la Sociedad y el Medio Ambiente nos hemos sumado a la campaña “Dona tu móvil”, campaña organizada y promovida por Cruz Roja Española y la Fundación Entreculturas que incentiva la donación de móviles usados para la obtención de fondos que se destinan a proyectos medioambientales, de educación y de desarrollo.



#### Colaboración con caritas

Periódicamente se realizan aportaciones de producto a Caritas para contribuir a paliar las necesidades básicas de los menos favorecidos de nuestro entorno.

#### Colaboración con el banco de sangre y tejidos de cataluña

Con periodicidad anual nuestros empleados/as participan en la campaña de donación de sangre con la ayuda del Banco de Sangre y Tejidos de Cataluña. Estas campañas cuentan con una alta participación. El “día vermell” de Borges Mediterranean Group se ha convertido en una acción fija en nuestro calendario debido a su buen recibimiento, consolidándose así una acción de civismo y de solidaridad.





### Iniciativas dirigidas a personas con Discapacidad

- Dentro de sus principios empresariales el Grupo colabora en diversas actividades con nuestra Sociedad. En una acción de solidaridad, voluntarios del Grupo compartieron una tarde con alumnos de la escuela de educación especial Montserrat Montero con la donación de entradas de un partido del Handbol Barça. Dar una sonrisa es muy fácil, afirman nuestros colaboradores dispuestos a repetir la experiencia.
- Trabajando y compartiendo con instituciones y asociaciones locales conseguimos desarrollar un magnífico proyecto “JUNTOS”. El Grupo puso a disposición de un centro especial de empleo, entradas para disfrutar de un partido de Copa del Rey en el que jugaba el F.C. Barcelona.
- Apoyo y asistencia a la firma de un Convenio para el fomento de la inserción dentro del programa Incorpora de la Caixa. Se trata de un Convenio de colaboración entre la Cámara de comercio de Tárrega, Foment Targarí y la Asociación Alba, centro especial de empleo con el que colaboramos y que pretende un compromiso de todos para favorecer la inserción laboral de personas que por diferentes razones tienen dificultades para acceder al mercado laboral.



### Concursos de la pequeña gente borges

- Concurso literario y de dibujo: Con motivo de la celebración del día de Sant Jordi por segundo año consecutivo en las instalaciones de nuestros centros de Reus y Tárrega se ha celebrado un concurso literario y de dibujo infantil, y en función de la edad, han participado los hijos de los trabajadores/as entre seis y doce años.

Los ganadores recibieron todo tipo de regalos, desde portátiles hasta telescopios y reproductores de música dependiendo de la modalidad del concurso. Debido a la gran acogida de estos dos últimos años ya se ha convertido en una cita anual.



- Concurso de postales navideñas con el objeto de escoger la felicitación con la que Borges Mediterranean Group felicitará la Navidad a sus principales grupos de interés.

Los fondos obtenidos son aportados a Cruz roja de Reus y Tárrega para su destino a proyectos de la infancia.





### Patrocinios y colaboraciones

Nuestras líneas de actuación se enmarcan en varias áreas y tienen como fin constituir una ayuda y apoyo para el entorno local.

Apoyamos iniciativas culturales y deportivas en las áreas donde operamos. Apostamos por el deporte como elemento integrador, en base a ello se han llevado a cabo diversos patrocinios como el Handbol Barça Borges entre otros, así como colaboraciones en eventos deportivos de diferente índole: carreras escolares, caminatas populares, uniones de excursionistas, asociaciones diversas, etc.

Continuamos participando en el progreso de la Sociedad trabajando para que las personas estén cada día más unidas a la cultura, colaborando en proyectos con diversas entidades culturales y lúdicas entre otras.

- Colaboración con los ayuntamientos de Reus-Tárrega en distintos eventos.



- Patrocinio del 150 aniversario de la creación del parque de bomberos de Reus.

- Patrocinio del XIX Congreso EBEN ESPAÑA. Transformar el mundo-humanizar la técnica. "Ética, Responsabilidad Social e Innovación". El fin del Congreso es aportar una reflexión en torno a estas proposiciones, plantear su aplicabilidad y contribuir a la construcción de experiencias y desarrollo de esas teorías.

- Patrocinio del ViJazz. Evento festivo y participativo en el que se dan a conocer los vinos y cavas de la zona del Penedés.

Con el objetivo de dar a conocer los nuevos productos funcionales del Grupo hemos estado presentes en centros de ocio infantil, colegios y gimnasios entregando muestras de diferentes variedades para potenciar hábitos de consumo saludables entre los más jóvenes.



Parte de la misión de Borges Mediterranean Group es estar al servicio de la Sociedad, tal y como apuntan nuestros principios fundamentales. Nuestras colaboraciones son tanto de alcance general como vinculadas a las áreas donde operamos.

Ejemplo de ello son aportaciones a la Organización Delhi Common Wealth Women's Organisation (DCWA) en nuestra filial de la India para impulsar el bienestar de las mujeres menos favorecidas, así como donaciones monetarias o en especie en Borges U.S.A destinadas a Asociaciones de distrofia muscular o a programas integrales de adición entre otros.

En nuestra filial rusa ITLV se ha colaborado en diversos eventos. El festival "Samovar" celebra cada año la llegada del año nuevo en San Petersburgo, es una fiesta multitudinaria donde participan muchas personas y cada participante puede obtener un paquete de nuestras "popitas".





También hemos estado presentes en la fiesta popular rusa “Malestinasa” con motivo del final del invierno, distribuyendo entre los asistentes paquetes de “popitas”.



Son las pequeñas acciones las que nos hacen grandes. El equipo de Borges Polska durante el mes de diciembre llevó a cabo una acción de caridad llamada “Szlachetna Paczka” (Paquete Noble). La finalidad de esta acción es ayudar a familias en situación de necesidad aportándoles productos para satisfacer sus necesidades básicas.

### Desarrollo social de nuestro entorno

Anualmente colaboramos con la Marató de TV3 solidarizándonos con diferentes patologías y lesiones contribuyendo a buscar nuevos métodos y técnicas que permitan curar a los enfermos o mejorar de forma significativa su calidad de vida.

A través del sorteo de varios premios y gracias a la solidaridad de la Gente Borges se han obtenido recursos económicos para impulsar la investigación en el avance contra la lucha de estas patologías.

LA GENTE BORGES ES CLAVE PARA QUE TODOS LOS PROYECTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL QUE SE REALIZAN TENGAN ÉXITO. EL ÉXITO LO CONSEGUIREMOS ENTRE TODOS Y ÉSTOS, SERÁN ÉXITOS COM-PARTIDOS

Hemos hecho llegar nuestro compromiso a otros públicos como el infantil y juvenil por medio de campañas de comunicación en nutrición que tienen como objetivo difundir los valores de la gastronomía mediterránea para que puedan disfrutar de unos hábitos de vida saludable.

Fieles a nuestra Misión y relacionado con el estilo de vida sano y saludable que Borges Mediterranean Group exporta al mundo, se realizan diferentes aportaciones y colaboraciones con asociaciones, entidades sin ánimo de lucro y entes públicos entre otros:

- La Asociación de Diabéticos de Cataluña.
- La Asociación española de trasplantados.
- Colaboraciones en las escuelas de la mano de la cadena de supermercados Caprabo impulsando un estilo de vida saludable entre profesores y alumnos.
- Participación en la producción del programa de TV3, "Benviguts al'Hort".

Se trata de un espacio de divulgación, entretenimiento y servicio público, que fomenta la práctica de la horticultura dirigido a todos aquellos consumidores habituales de los huertos. Una conocida cocinera utiliza nuestros productos en la sección de creación de recetas.





Contribuimos a crear valor social colaborando en diferentes proyectos. Por segundo año consecutivo colaboramos con la Fundación Invest for children y la Fundación Theodora, que con la participación de la Fundación F.C Barcelona y Fundación Real Madrid, cada año realizan una cena benéfica cuyo fin es recaudar fondos para proyectos con los más pequeños. Los beneficios son destinados a financiar el trabajo de los Doctores sonrisa en el Hospital Vall d'Hebron de Barcelona y 12 de Octubre de Madrid.





Paralelamente, con la finalidad de cubrir las inquietudes solidarias de la plantilla, en 2012 se ha lanzado el programa de Voluntariado Corporativo **“JUNTOS”** por el que el colectivo Borges puede prestar servicios sociales en muy diversos sectores a través de asociaciones sin ánimo de lucro como Cáritas, Cruz Roja, y la Asociación Española contra el Cáncer, entre otras.

En los últimos años, como ya se ha reflejado en el presente informe, hemos ido intensificando nuestros esfuerzos en la promoción de proyectos e iniciativas con un posicionamiento de marcado carácter social. El voluntariado corporativo es un compromiso ya existente entre nosotros. Con esta perspectiva nace nuestro programa de voluntariado **“JUNTOS”** dirigido a todos los empleados/as de la Organización con inquietudes sociales, con el objetivo de construir un futuro mejor día tras día.

**“JUNTOS”** tiene el objetivo de nacer de la unión de nuestro compromiso social y del compromiso hacia nuestros propios trabajadores/as, y está abierto a la participación del entorno familiar y relacional de todos los empleados/as, jubilados y colaboradores del Grupo con el fin de aumentar lo máximo posible el número de personas que quieran colaborar en beneficio de nuestro entorno.

**“EL VOLUNTARIADO ES UN GRUPO DE IDEALISTAS QUE RESPONDE A UN LLAMAMIENTO DE LA SOCIEDAD”**

Profundizar en el compromiso con la comunidad es uno de nuestros objetivos. Somos conscientes de la necesidad de impulsar un futuro sostenible y de fomentar y desarrollar actitudes solidarias y de compromiso entre todos que contribuyan a una mejor calidad de vida, favoreciendo tanto el desarrollo personal como el de la Sociedad en general.

## RESPONSABILIDAD DEL PRODUCTO

### Responsabilidad sobre productos

La Calidad en Borges forma parte de nuestra cultura: “dar siempre lo que se espera de quienes formamos esta Organización, en el momento, la cantidad y la forma adecuados”. La Calidad en nuestro Grupo es un proceso de mejora continua en todas las fases y actividades en las que debemos involucrar a nuestros proveedores.

Es un derecho de nuestros millones de consumidores, y una obligación por nuestra parte que, además de nuestro firme compromiso en el cumplimiento de la normativa legal y reglamentaria, debemos renovar a diario nuestro compromiso por el que todos los productos que envasamos han sido sometidos a los más rigurosos controles para garantizar que cumplen con los estándares más altos de la industria de la alimentación en cuanto a calidad y seguridad alimentaria.

La calidad no se circunscribe solamente a los alimentos que envasamos, también debemos satisfacer en nuestras relaciones con nuestro grupos de interés, en cada contacto y oportunidad que dispongamos, pues puede ser única.

Estos principios deben presidir nuestra tarea cotidiana a fin de preservar el activo más importante de nuestra empresa, que es la reputación de la marca BORGES, construida a lo largo de los años con el buen hacer de quienes nos han precedido, y es nuestro deber preservar y potenciar todos sus valores como sinónimo de productos naturales y de alta calidad.

Dos factores son determinantes en la búsqueda de elevados estándares de calidad, uno el equipo humano y otro disponer de las técnicas más avanzadas para afrontar el reto de la calidad, complementados a su vez, con la política del Grupo de disponer de colaboradores externos plenamente identificados con nuestros objetivos.

Se han actualizado los requisitos para nuestros proveedores, resaltando la importancia de la calidad alimentaria y las expectativas de seguridad de las empresas colaboradoras. Los contratos de compra incluyen cláusulas relativas a las operaciones de nuestros proveedores como parte de la gestión ética de la cadena de aprovisionamiento y de nuestro código de calidad. Hemos ampliado equipos de supervisión interno para la homologación y evaluación continuada de colaboradores nacionales e internacionales.

Nuestra cultura de innovación y de mejora continua se basa en nuestra visión y valores y en nuestros principios de liderazgo. Estamos comprometidos con la integridad y el pleno cumplimiento de las normas, en nuestros contratos de suministro incluimos cláusulas de compromiso de seguridad alimentaria y de calidad a nuestros proveedores con respeto al gluten y otros alérgenos. Esta información la transmitimos a nuestros consumidores ya que para nosotros es esencial asegurar su salud, especialmente cuando se trata de consumidores con necesidades específicas. Reconocemos que la calidad, la seguridad y la eficacia están relacionadas entre sí, y siempre forman parte de nuestra toma de decisiones para lograr y mantener los más altos estándares.

Desde el año 1997, tenemos implantado un sistema de calidad de acuerdo con la Norma Internacional ISO 9001. Internacional Food estándar (IFS), British Retail Consortium (BRC) se renuevan también anualmente desde hace años y desde el 2012 se dispone de FSSC-22000 (Food Safety System Certification). En nuestra planta de Reus tenemos la certificación Denominación de origen Avellana Reus desde el año 2009.



ISO 9001	IFS	AIB	BRC	FSSC 22000

Contamos con el certificado de Operador **Económico Autorizado en Simplificaciones Aduaneras y Seguridad (OEAF)**, certificación otorgada por el Departamento de Aduanas de la Agencia Tributaria. Dicha certificación nos cataloga como operador fiable y logístico dentro de la cadena logística en la Unión Europea.



La mejora de la calidad de los servicios es una constante en el desarrollo de nuestro trabajo hacia nuestros stakeholders. Por ese motivo poseemos una certificación de calidad que nos homologa frente a los estándares de calidad que establece la norma de calidad ISO 9001. Aunque se permite que la certificación sea parcial, en nuestro caso hemos logrado la certificación total de nuestras plantas y procesos, pensando en nuestros clientes y consumidores. En su documentación se incluye el sistema APPCC (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control), que permite identificar, establecer y en su caso prevenir los posibles riesgos que el uso de productos fabricados y distribuidos por nuestro Grupo pueda representar para la salud del consumidor.

En la búsqueda de la satisfacción, la excelencia y la calidad se han conseguido las acreditaciones de producto Kosher y Halal, símbolos internacionales de trazabilidad y pureza de los alimentos.



***El reconocimiento de la aptitud y de la competencia de nuestro laboratorio de análisis químico de los aceites de oliva es acreditado por el Consejo Oleícola Internacional (COI) desde hace tiempo y para los próximos periodos***

Anualmente se realizan cursos de formación específicos; cursos de Calidad, Seguridad e Higiene, de APPC, cursos de diseño higiénico de locales y equipos de instalaciones en establecimientos alimentarios, y

otros cursos, como de análisis sensorial en la industria alimentaria y de control microbiológico de alimentos para no microbiólogos.

También llevamos a cabo tests de retirada de producto y procedimientos de gestión de crisis que permiten agilizar la implantación y actualización de sistemas de gestión de calidad.

Para el control y seguimiento de los procesos mencionados contamos con herramientas informáticas específicas (Sap, Lims), que permiten disponer de información detallada del producto, desde el origen de la materia prima hasta su llegada al cliente final garantizando la trazabilidad en toda la cadena de suministro. Cada una de las actividades de Borges Mediterranean Group es susceptible de implantar procesos de mejora y posee un sistema de gestión que permite su independencia y autocontrol.

Desde sus orígenes, Borges Mediterranean Group ha estado continuamente invirtiendo en innovación, en eficiencia en los procesos y en la mejora en los sistemas de trabajo. Por ello el objetivo principal del Grupo ha sido siempre ser líder en aquellos mercados en los que opera.

## Investigación, Desarrollo e Innovación

En Borges Mediterranean Group estamos totalmente comprometidos con nuestros consumidores y por ello nos preocupamos por ofrecer una mayor calidad en nuestros productos.

Tenemos el compromiso de ofrecer una alta calidad y seguridad, porque la salud, la seguridad y la satisfacción de nuestros consumidores es nuestro objetivo principal.

La Compañía otorga un papel fundamental a la Investigación y al Desarrollo. La combinación de calidad y salud ha permitido al Grupo ser pionero en el sector en el que actúa, aplicando nuevos desarrollos tecnológicos a alimentos tradicionales. Esto no sería posible sin un plan estratégico empresarial dirigido a la innovación.

Como resultado de nuestra preocupación por hacer las cosas bien y de anticiparnos a las tendencias del mercado y a las necesidades de los consumidores, nuestros productos se encuentran en la mayoría de los hogares de los países donde operamos.

Para Borges Mediterranean Group es indudable que la innovación y la inversión permanente en tecnología es el motor de la mejora continua, de la obtención de ventaja competitiva y crecimiento, por ello destinamos esfuerzos a la investigación y desarrollo de nuevos productos que nos permitan ser pioneros en nuestro sector alcanzando así los más altos estándares de calidad y de esa manera poder asegurar a nuestros consumidores productos que cubran sus necesidades y cumplan con sus expectativas.

## INVERTIR EN INNOVACIÓN ES CREAR FUTURO

Mantenemos un compromiso con la innovación que nos permite multiplicar nuestras oportunidades e impulsar la investigación de productos y servicios. El equipo de I+D+I trabaja de forma permanente con nuestros equipos comerciales y de marketing, facilitándoles un asesoramiento técnico, directo y profesional.

Entre los objetivos del departamento de I+D+I se encuentran: aportar ventajas competitivas sostenibles en el tiempo, anticiparse a las nuevas tendencias del mercado, procurar una adaptación proactiva al cambio permanente en el que operamos, trasladar al consumidor nuevos productos vinculados al Estilo de Vida Mediterráneo, investigar cómo aprovechar e incrementar el valor de los subproductos resultantes de los procesos industriales, mejorar continuamente los procesos productivos e implementar una cultura de Innovación integral en todo el Grupo.

En Borges Mediterranean Group hacemos un ejercicio constante de revisión de productos, incrementando nuestros esfuerzos en salud y bienestar para ayudar a cumplir las crecientes demandas de los consumidores y de nuestro negocio. Tenemos el compromiso de mejorar aún más la calidad de vida de las personas. Nuestras alianzas son vitales para alcanzar nuestro compromiso de promover un estilo de vida saludable. Colaboramos con diversidad de centros públicos y tecnológicos como el CTNS, del cual además somos patronos. También cooperamos de forma activa, entre otras, con la Universidad de Lérida (UDL), Universidad Rovira y Virgili (URV) en Tarragona y Universidad de Barcelona. También con Agencias de Mercado que realizan para nosotros estudios de mercado y test de consumidores. Y además también tenemos el privilegio de estar asesorados por restauradores de reconocido prestigio.

Un Comité de Innovación gestiona el portafolio de proyectos en base a la estrategia global de la Compañía siendo de esta manera parte activa en las fases decisivas de cada proyecto. Así, podemos ofrecer excelentes productos que se ajustan a un estilo de vida más saludable. Conscientes de que este tema preocupa cada vez más a los consu-

midores, investigamos continuamente en crear snacks que sean cada vez más saludables. Algunos ejemplos incluyen:

- **Pop&Friends:** la tortita ligera y saludable, un snack para compartir, con variedad de sabores, tanto suaves como intensos.
- **Energía de la Tierra:** los cocktails más naturales, frescos y nutritivos de frutos secos y frutas desecadas, formulados pensando en las necesidades de los deportistas, para los juniors incansables y para frenar el envejecimiento con la mejor mezcla de nutrientes antioxidantes.
- **Popitas zero:** todo el sabor de las palomitas sin nada de grasas añadidas. La manera más saludable de divertirse comiendo.

Otra línea de trabajo de interés continuo es la reducción de sodio, azúcar y nivel de grasas, siendo sensibles con los objetivos que persigue la Estrategia NAOS, asumiéndola también como nuestro reto. Es por eso que, siguiendo esta línea de trabajo, un denominador común de los productos actuales de nuestro portafolio es que no contienen grasas trans, y predomina la proporción de ácidos grasos poliinsaturados frente a los saturados.

Enfocamos nuestra actividad a la satisfacción del consumidor, a quien le entregamos: nutrición, salud y bienestar día a día a través de nuestros productos. Borges Mediterranean Group desarrolla, produce y comercializa una amplia gama de alimentos que satisfacen las necesidades de los consumidores en cuanto a contenido nutricional, variedad, placer y conveniencia. Nuestros productos están enfocados a contribuir a una dieta sana y equilibrada que genere bienestar.



Entre las demandas del mercado se encuentra un grupo de alimentos conocidos como alimentos “on the go”, que podemos definir de una manera general y simple como productos innovadores para acelerados estilos de vida.

Principalmente por los cambios de estilo de vida, la salud se ha convertido en una preocupación constante para la Sociedad. Por ello, los alimentos “on the go” satisfacen esta demanda a través de productos con formatos que permiten tener un mayor control de las porciones que se consumen a la vez que proporcionan una experiencia de consumo adecuada a la situación y momento. En Borges Mediterranean Group hemos eliminado la salmuera de las aceitunas de bolsa para una mayor practicidad y conveniencia.

Borges Mediterranean Group adapta sus productos a las políticas de los países donde se comercializan, nuestro departamento de investigación y desarrollo trabaja en el campo de la nutrición y de la alimentación funcional con el objetivo de conseguir ingredientes naturales y alimentos adaptados a las necesidades, no sólo de las diferentes etapas de la vida, sino también de las diferentes condiciones fisiológicas, patológicas, e incluso medioambientales de las personas y países.

Nuestro reto es seguir investigando y desarrollando productos y procesos priorizando en las vías de Salud, Sostenibilidad y Estilo de Vida Mediterráneo.

### Etiquetado de productos

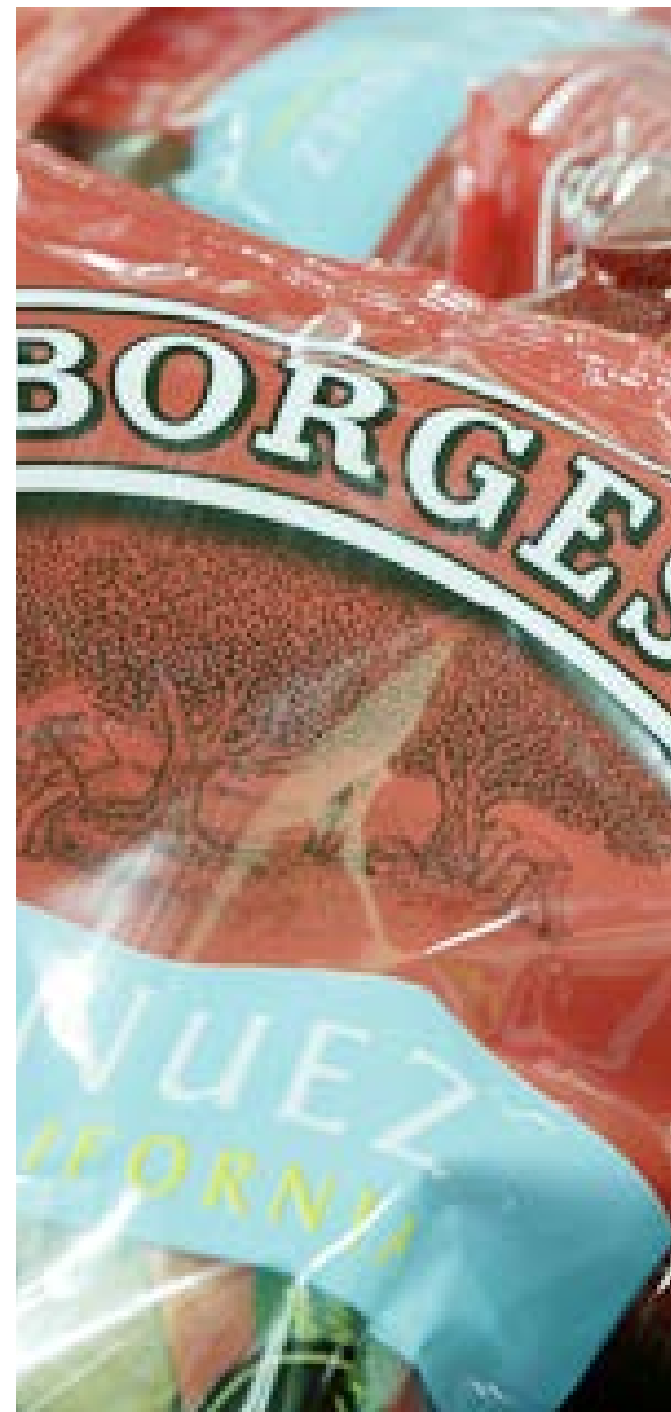
El etiquetado de nuestros productos refleja fielmente la composición, características y propiedades de los mismos, en la tradicional línea corporativa de información al consumidor. Además, añadimos otro tipo de información adicional que consideramos

relevante como el origen de la materia prima, las condiciones de conservación y utilización, el punto verde (eco embalaje), etc.

### LA INFORMACIÓN DEL ETIQUETADO ES UNA EXPRESIÓN MÁS DE LOS VALORES DEL PRODUCTO

En el etiquetado cumplimos escrupulosamente toda la legislación aplicable a nuestro sector y además, la legislación de cada país cuando es producto destinado fuera de la UE, trabajando en estrecha colaboración con nuestros clientes y distribuidores para lograr adaptarnos al máximo a los requerimientos de cada mercado pero manteniéndonos siempre fieles al espíritu del Grupo.

Como parte de la mejora constante en la gestión y manejo del etiquetaje, y con la finalidad de unificar el sistema existente, se ha implementado una nueva aplicación informática en el programa de gestión (SAP) para la creación y consulta de las etiquetas existentes y de las nuevas que se vayan creando paulatinamente en función de los nuevos requerimientos del mercado.



## Comunicaciones de marketing

### Comunicación

El objetivo principal de Borges Mediterranean Group a la hora de presentar sus productos mediante las comunicaciones de marketing es siempre informar al consumidor de los beneficios para la salud y el valor nutricional de los productos, destacando las ventajas que puede aportar un consumo diario para una alimentación sana.

La elaboración de la comunicación parte siempre de una sólida base científica, es decir, se hace llegar a los consumidores informaciones extraídas de los estudios de organismos como la International Nut an Dried Fruit Council Fundation o Predimed, Prevención del Estilo de Vida Mediterráneo, con los que Borges Mediterranean Group colabora regularmente mediante la cesión de producto. La gastronomía mediterránea y los hábitos de vida saludables son valores que están directamente relacionados con nuestros productos.

La comunicación incentiva un consumo equilibrado y responsable y debe ceñirse al público al que va dirigida.

Por ello, respetamos los códigos de comunicación más estrictos en lo referente al marketing infantil y ética publicitaria, controlando el etiquetado de nuestros productos y el contenido y la calidad de nuestras campañas de marketing y publicitarias, lo que nos ha permitido no tener ninguna sanción relevante relativa al incumplimiento normativo relacionado con el suministro, uso de productos y servicios o las comunicaciones de marketing.

Borges Mediterranean Group mantiene las herramientas implantadas en los pasados ejercicios: la

web, teléfono de atención al consumidor y el equipo comercial para conocer mejor a nuestros clientes y consumidores y como novedad, apuesta por los “Social Media”, confirmándose y consolidándose de este modo, nuestra presencia en la Red.

Hemos actualizado el contenido de la actual Borges.es, destacando la versatilidad de páginas y la información constantemente renovada y actualizada en ella.

En la Web de Borges Mediterranean Group no solo facilitamos información sobre nuestros productos y marcas, sino que funciona como plataforma donde los consumidores pueden interactuar con la empresa ya que ésta permite realizar consultas, sugerencias, reclamaciones, acceder a las promociones vigentes, etc.

La Web es también el centro principal de comunicación con los usuarios registrados en el Club Borges, una comunidad en la que los miembros reciben la Newsletter del Grupo, obtienen consejos sobre alimentación, información nutricional, pueden participar en sorteos y concursos, etc. La Web cuenta además con un apartado de recetas donde se cuelgan propuestas y también los usuarios registrados pueden compartir las suyas.

Consideramos con atención toda la información recibida como retroalimentación externa. Mantenemos un claro interés en estudiar los requerimientos de nuestros grupos de interés, concretamente en lo referente a la Nutrición y los Valores de la Dieta Mediterránea, centrando la atención en los consumidores y clientes.

LA COMUNICACIÓN DE NUESTROS PRODUCTOS DEBE ALINEARSE CLARAMENTE CON LA MISIÓN Y VALORES CORPORATIVOS QUE NOS RIGEN.

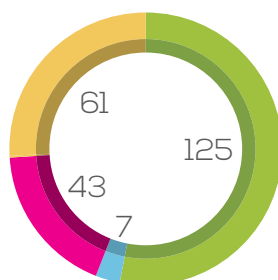


Se han establecido vías de comunicación a través de líneas dedicadas para consultas telefónicas y emails específicos para tal fin. Mediante el Teléfono de atención al consumidor se facilita un interés personalizado a las reclamaciones e incidencias que puedan surgir, normalmente relacionadas con el deterioro, cualidades y envasado del producto. Mediante la potenciación de este canal conseguimos una comunicación fluida que nos permite seguir avanzando en el proceso de mejora continua. Desde el servicio de atención al consumidor se ha optimizado la gestión interna de las demandas de información, consultas y reclamaciones, y la gestión y transmisión del feedback del consumidor a todas aquellas partes interesadas.

#### Total de llamadas recibidas en el 2010: 236

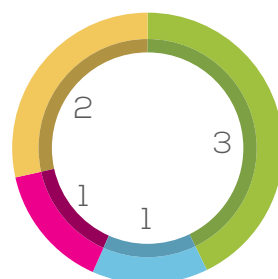
##### SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

- Llamadas informativas
- Incidencias
- Otras llamadas
- Reclamaciones



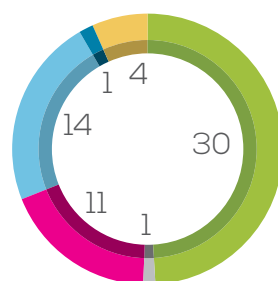
##### INCIDENCIAS

- Frutos secos
- Snaks
- Aceite
- Otros



##### RECLAMACIONES

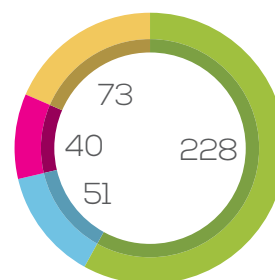
- Frutos secos
- Snaks
- Aceite
- Otros
- Fruta desecadas
- Promociones



#### Total de llamadas recibidas en el 2011: 392

##### SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

- Llamadas informativas
- Incidencias
- Otras llamadas
- Reclamaciones



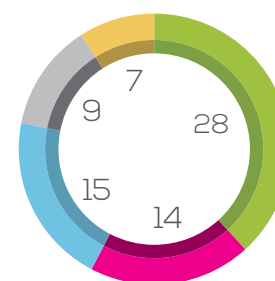
##### INCIDENCIAS

- Frutos secos
- Snaks
- Aceite
- Otros
- Fruta desecadas
- Promociones



##### RECLAMACIONES

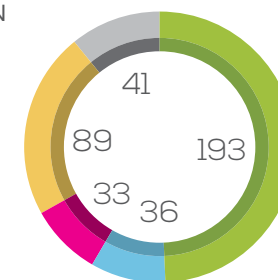
- Frutos secos
- Snaks
- Aceite
- Otros
- Promociones



#### Total de llamadas recibidas en el 2012: 392

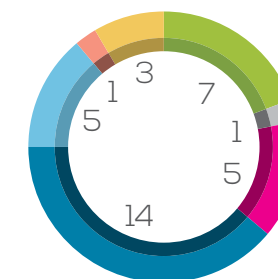
##### SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

- Llamadas informativas
- Incidencias
- Otras llamadas
- Reclamaciones
- Consultas por email



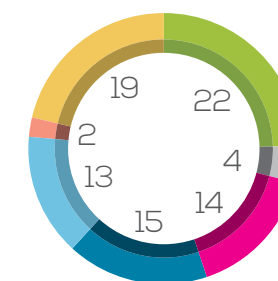
##### INCIDENCIAS

- Seleccionar
- Frutos secos
- Snaks
- Aceite
- Otros
- Fruta desecadas
- Promociones



##### RECLAMACIONES

- Seleccionar
- Frutos secos
- Snaks
- Aceite
- Otros
- Fruta desecadas
- Promociones





### Otras actividades de Comunicación: Tiendas de Borges Mediterranean Group

Borges Mediterranean Group dispone de dos puntos de venta al alcance de sus colaboradores situados en los propios centros de Reus y Tárrega. Las tiendas cuentan con un amplio surtido de productos que el Grupo comercializa para que de esta forma estén presentes en los nuestros hogares, asumiendo un papel fundamental los trabajadores/as en difundir la marca y el espíritu “Borges” en el entorno más cercano.

La apuesta de la “Gente Borges” por este proyecto y el compromiso y entusiasmo en su gestión han hecho posible su éxito.

Por otro también Borges Mediterranean Group cuenta desde octubre de 2011 con una tienda on-line, disponible en su página web, [www.friendsandfamily.es](http://www.friendsandfamily.es), donde los trabajadores/as del Grupo y sus familiares pueden encontrar toda gama de productos Borges.



### Sensibilización

El consumidor ha empezado a cambiar en una nueva dirección con un enorme potencial de transformación social, valorizando determinadas conductas y actitudes empresariales no únicamente vinculadas con los productos o servicios.

La Sociedad empieza a exigir un comportamiento ético por parte de las empresas, relacionado con la sostenibilidad y la calidad de vida de la Sociedad y del planeta.

Los consumidores tienen un verdadero poder a través de su capacidad de elección, y pueden transformar por lo tanto su acto de consumo en un verdadero acto de ciudadanía y de transformación social. De esta manera, el consumidor responsable puede, a través de sus gestos cotidianos, contribuir a un cambio significativo en las reglas y patrones de producción y consumo de la Sociedad.

La Responsabilidad Social se está convirtiendo en un requisito para poder acceder a determinados mercados, cuanto más se extiendan sus herramientas, más se colabora en lograr la equidad y calidad de vida en las comunidades con dificultades sociales, económicas y ambientales.

La comunicación desempeña un papel fundamental para Borges Mediterranean Group, apoyando el crecimiento sostenible de la Organización gracias a la influencia que ejerce sobre los distintos grupos de interés. El liderazgo de clientes contribuye a agilizar el rendimiento de nuestra actividad empresarial promoviendo el trabajo en equipo. La Responsabilidad alcanza a todos nuestros profesionales y está orientada a garantizar el mejor servicio para nuestros clientes.

La función de nuestros equipos comerciales es clave y se centra en la maximización de valor para el consumidor, la satisfacción plena de éste con el fin de elevar la rentabilidad propia de la empresa por el incremento de su participación en el mercado. Por ello, nuestro Departamento Comercial tiene el deber de informar a sus interlocutores nuestras acciones y sus impactos y mantiene una comunicación fluida con los diferentes grupos de interés, en definitiva, trabaja para saber transmitir los valores empresariales en las relaciones externas con todos nuestros clientes para generar compromiso y lealtad.

El soporte comercial a quienes confían en nosotros es una prioridad en nuestro día a día y una forma de desarrollar la estrategia de crecimiento de la marca Borges en las comunidades en las que operamos.

**DETRÁS DE LA ENTRAMADA RED DE RELACIONES DE CONFIANZA ESTÁ PRESENTE LA VOCACIÓN DE SERVICIO RESPONSABLE, QUE DISEÑA UN MODELO DE NEGOCIO SENSIBLE A LAS NUEVAS REALIDADES SOCIALES, GENERANDO PROCESOS DE GESTIÓN SOSTENIBLES QUE AGREGAN CERTIDUMBRE AL FUTURO DE BORGES MEDITERRANEAN GROUP**

## ENFOQUE DE GESTIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

INDICADOR	CÓD. GRI	DESCRIPCIÓN GRI	TIPO
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Declaración del Presidente Carta del Director General</li> <li>• Impactos principales de la Organización en materia de Sostenibilidad y sus efectos sobre los Grupos de Interés.</li> <li>• Impactos de las tendencias, riesgos y oportunidades de Sostenibilidad en las perspectivas a largo plazo y en el desempeño financiero de la Organización.</li> </ul>	<p>prin</p> <p>prin</p> <p>prin</p>
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		<ul style="list-style-type: none"> <li>•Borges Mediterranean Group</li> <li>•Principales marcas, productos y/o servicios</li> <li>•Estructura, Países y Mercados en los que opera el Borges Mediterranean Group.</li> <li>•Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.</li> <li>•Premios y Distinciones</li> </ul>	<p>prin</p> <p>prin</p> <p>prin</p> <p>prin</p>
PARÁMETROS, ALCANCE Y VERIFICACIÓN DE LA MEMORIA		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.</li> <li>• Fecha de la memoria anterior más reciente.</li> <li>• Ciclo de presentación de memorias.</li> <li>• Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.</li> <li>• Proceso de definición del contenido de la memoria.</li> <li>• Cobertura de la memoria y existencia o no de limitaciones del alcance o cobertura del informe.</li> <li>• Bases para incluir información en el caso de negocios conjuntos, filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y</li> </ul>	<p>prin</p> <p>prin</p> <p>prin</p> <p>prin</p> <p>prin</p> <p>prin</p>

		<p>otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnicas de medición de datos.</li> <li>• Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a informes anteriores. Cambios significativos de la memoria.</li> <li>• Política y práctica actual en relación a la verificación externa del informe.</li> </ul>	<p>prin</p> <p>prin</p> <p>prin</p>
GOBIERNO		<ul style="list-style-type: none"> <li>• La estructura de gobierno de la Organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsables de la definición de la estrategia o la supervisión.</li> <li>• Compromisos con iniciativas externas.</li> <li>• Identificación, selección y relación con los Grupos de Interés.</li> <li>• Enfoques adoptados para la inclusión de los Grupos de Interés.</li> </ul>	<p>prin</p> <p>prin</p> <p>prin</p>



## ENFOQUE DE GESTIÓN DE INDICADORES ECONÓMICOS

INDICADOR	CÓD. GRI	DESCRIPCIÓN GRI	TIPO
DESEMPEÑO ECONÓMICO	EC1	• Valor económico directo generado y distribuido.	prin
	EC2	• Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la Organización debido al cambio climático.	prin
	EC4	• Ayudas financieras significativas recibidas de administraciones	prin
PRESENCIA EN EL MERCADO	EC6	• Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas	prin
	EC7	• Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en operaciones significativas	prin
IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS	EC8	• Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono o especie.	prin

## ENFOQUE DE GESTIÓN DE INDICADORES AMBIENTALES

INDICADOR	CÓD. GRI	DESCRIPCIÓN GRI	TIPO
INVERSIONES	EN1, EN2 EN3, EN4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Política y Sistemas de Gestión Ambiental.</li> <li>• Principios Implantados.</li> <li>• Materiales utilizados por peso o volumen.</li> <li>• Consumo directo e indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.</li> </ul>	prin prin
	EN8 EN11, EN12	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Captación total de agua por fuentes.</li> <li>• Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas o áreas protegidas.</li> </ul> <p>Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.</p>	prin prin
	EN16,	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emisiones totales, directas o indirectas, de gases efecto invernadero en peso.</li> </ul>	prin
	EN17,	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero en peso.	
	EN19,	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	
	EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	
	EN21	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vertido total de aguas residuales, según su naturaleza o destino.</li> </ul>	prin
	EN22	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.</li> </ul>	prin
	EN23	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número total y volumen de los derrames</li> </ul>	prin

	EN28	<p>accidentales más significativos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.</li> <li>• Inversiones realizadas por el Borges Mediterranean Group durante los dos últimos ejercicios.</li> <li>• Inversiones realizadas en la planta agroindustrial de Tárrega de Aceites Borges Pont.</li> <li>• Inversiones realizadas por el Borges Mediterranean Group en la planta de Aceites.</li> <li>• Inversiones realizadas por el Borges Mediterranean Group en las plantas de Frutos Secos.</li> <li>• Inversiones realizadas por el Borges Mediterranean Group en la División Agrícola.</li> </ul>	prin
--	------	---	------



## ENFOQUE DE GESTIÓN DE INDICADORES SOCIALES

INDICADOR	CÓD. GRI	DESCRIPCIÓN GRI	TIPO
PRÁCTICAS LABORALES	LA1,LA2, LA13	• Empleo y estabilidad de la plantilla	prin
	LA14	• Gestión de empleo • Aportación fluida de ideas y sugerencias • Política de remuneraciones adecuada a cada situación	
	LA4, LA5	• Libertad de asociación y negociación colectiva	prin
	LA3	• Prestaciones Sociales • Servicio de resolución de conflictos • Igualdad de oportunidades • Diversidad e integración • Promoción y facilitación de la vida laboral, personal y familiar • Comunicación interna y diálogo con los empleados • Gente Borges • Programa de Nutrición y Salud • Actividades Sociales	
	LA7,LA8, LA9 LA8,LA10, LA11	• Salud y Seguridad en el Trabajo • Formación y Desarrollo	prin prin y adic
DERECHOS HUMANOS	HR3	• Código de conducta • Global Compact	
INDICADORES SOCIALES	SO2,SO3, SO4,SO5, SO8	• Proyectos Sociales  • Salud, Cultura y Deporte	
RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO	PR3 PR6,PR7	• Responsabilidad sobre productos • Investigación, Desarrollo e Innovación. • Etiquetado de productos. • Comunicaciones de marketing.	prin prin