



BORGES



Mediterranean
GROUP

**MEMORIA DE
RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIAL**

2012-2013





Ramón Pont
*Presidente Borges
Mediterranean Group*



Josep Pont
*Consejero Delegado
Borges Mediterranean Group*



David Prats
*Consejero Delegado
Borges Mediterranean Group*

Un año más hemos seguido preocupándonos por el desarrollo de una gestión socialmente responsable y por continuar avanzando en la definición de aquellas estructuras, modelos y procesos que nos permitan continuar creciendo de un modo sostenible, exponiendo a todos nuestros grupos de interés la transparencia de nuestro modelo de negocio.

Somos una empresa familiar española que ya hoy es un referente internacional consolidado. Operamos en más de cien países de los cinco continentes con el fin de 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. En este periodo hemos continuado ampliando nuestra presencia global, una evolución enfocada en desarrollar nuestro negocio de manera que beneficie a nuestros consumidores, colaboradores, clientes, comunidades donde operamos, el medio ambiente y la sociedad en general. El ejercicio, en general, ha sido satisfactorio en cuanto a resultados para nuestro Grupo, ello se ha conseguido esencialmente porque nuestra Organización está construida sobre una cultura y unos valores que nos hacen diferentes. Reconocemos el compromiso de nuestro equipo en la evolución de la Compañía. Su mentalidad abierta, diversidad, flexibilidad y talento nos conducen a seguir evolucionando con entusiasmo y constancia hacia nuevos proyectos.

Liderazgo, orientación a resultados, transparencia y comunicación, formación y desarrollo, trabajo en equipo, Responsabilidad Social, son elementos inherentes a la cultura del Grupo que guían nuestra forma de hacer negocio y que junto a nuestros estrictos estándares éticos, es lo que nos ayuda a avanzar firmemente.

Y todo ello sin dejar de lado la razón de ser de nuestra existencia: el compromiso de aportar valor a nuestros grupos de interés y a nuestro entorno en unos momentos en los que es especialmente necesario, dado los efectos que sobre la sociedad está produciendo la crisis que estamos padeciendo. Tenemos el deber de hacer las cosas siempre mejor y en esta línea, suscribimos un año más el compromiso de Borges Mediterranean Group con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas sobre Derechos Humanos, Derechos Laborales, Protección del Medio Ambiente y Anticorrupción. Estos principios están plenamente asumidos por el Grupo y se encuentran incorporados en su cultura corporativa, estrategia de negocio y relaciones con sus grupos de interés. Este Informe se presenta con los avances producidos en la implantación de los Diez principios del citado pacto. Es el fiel reflejo del grado de responsabilidad de todos cuantos representamos Borges Mediterranean Group con un modelo de empresa comprometido con su entorno, responsable con la sociedad y económicamente exitoso.

Nuestro objetivo es mejorar la comunicación de las distintas acciones conducidas por la Compañía en el ámbito de la Responsabilidad Social y presentarlo con periodicidad anual acorde a los criterios del Global Reporting Initiative (GRI).



CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO DE ADHESIÓN AL GLOBAL COMPACT AÑO 2014

Estimados Señores,

Borges Mediterranean Group un año más renueva su compromiso con la iniciativa del Pacto Mundial y presenta su informe de Responsabilidad Social Empresarial en el que se recogen las acciones llevadas a cabo para apoyar y difundir los 10 Principios del Pacto Mundial, siguiendo la apuesta establecida de incorporar la Responsabilidad Social a nuestra actividad.

Dando cumplimiento a nuestro compromiso adquirido, hemos avanzado en Sostenibilidad. Durante el 2013 se ha llevado a cabo el Plan de Acción Social y Ambiental en nuestra filial de Borges Tunisie y hemos cumplido nuestro objetivo de desarrollar y aplicar procedimientos de respeto a las normas laborales en la cadena de suministro de nuestras fábricas.

Dentro de su política de desarrollo sostenible, la Compañía ha decidido participar en un enfoque dinámico y proactivo con objeto de garantizar la seguridad de sus empleados, el desarrollo de acciones económicamente viables y limitar el impacto de sus actividades sobre el medio ambiente. Convencidos de que nuestros proveedores juegan un papel clave en la realización idónea de estos objetivos, Borges Mediterranean Group ha fomentado el desarrollo de enfoques similares en sus propias estructuras, desarrollando relaciones de comunicación y conocimiento mutuo a través de la mejora de los canales de comunicación, el trato continuo, la difusión de sus principios éticos y la formación, para compartir las mejores prácticas y el posicionamiento de las empresas en estas materias. Desarrollamos estas iniciativas con la expectativa de generar valor, en interés y beneficio de todos.

En el 2014 Borges Mediterranean Group seguirá avanzando en el desarrollo de su compromiso por incorporar los 10 Principios del Pacto Mundial en nuestra actividad, creciendo de manera sostenible sin descuidar las necesidades de nuestros grupos de interés y respetando el medio ambiente. Entre los objetivos a llevar a cabo, se plantea impulsar el análisis del desempeño ambiental de una serie de productos emblemáticos de la Compañía así como de sus procesos.

Certificar como es la contribución al cuidado y conservación del Medio Ambiente es un valor añadido para el producto. Este enfoque servirá de base para las estrategias de comunicación ambiental de las empresas y productos del Grupo.

La consecución de los objetivos se ha logrado gracias al compromiso y participación de todas las personas que trabajamos en Borges Mediterranean Group, lo cual supone un estímulo para la consecución de los retos planteados.

Cordialmente,

David Prats Palomo
CEO-Director general

NUESTRA RESPONSABILIDAD SOCIAL

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, imprescindibles para conseguir ser líderes en el mercado, en un entorno de trabajo en el que nos desarrollamos 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.

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. En base a ello, afrontamos el futuro buscando no sólo el crecimiento económico sino también la creación de valor social para todos nuestros grupos de interés, con el fin de cubrir siempre sus expectativas, desarrollando herramientas para conocer sus inquietudes y necesidades, lo que nos aporta ideas con las que orientar nuestros esfuerzos.

Entendemos la Responsabilidad Social como un conjunto de acciones desarrolladas para establecer relaciones de confianza, estables y de beneficio mutuo con nuestros grupos de interés. La adecuada relación con el entorno es fundamental, imprescindible para la generación de valor y para la Sostenibilidad de la Organización a largo plazo. Por eso invertimos en habilidades, formación, salud, y en aspectos de desarrollo social y empresarial que den lugar a beneficios económicos y sostenibles para el entorno donde operamos. La protección y el mantenimiento del entorno natural es también nuestra prioridad.

Objetivos generales de Responsabilidad Social en Borges Mediterranean Group

- Mantener una posición de liderazgo en rentabilidad económica.
- Conseguir el reconocimiento de la Sociedad en términos de transparencia y compromiso social.
- Gestión adecuada de los recursos naturales resultantes del desarrollo del negocio, cumpliendo la legislación y normativas vigentes en materia medioambiental.
- Responder a las expectativas de nuestros grupos de interés.

Esta Memoria expresa el grado de compromiso de todos cuantos representamos a Borges Mediterranean Group con un modelo de empresa vinculado a su entorno, responsable con la Sociedad y el Medio Ambiente y económicamente ventajoso.

PERFIL DE LA
ORGANIZACIÓN

BORGES



Mediterranean

GROUP

BORGES MEDITERRANEAN GROUP

Borges Mediterranean Group es un Grupo Familiar agroalimentario español cuya sede central está compartida entre Tàrrega (Lleida) y Reus (Tarragona) 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, de 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 Mediterranean Group 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 Mediterranean Group 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 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.

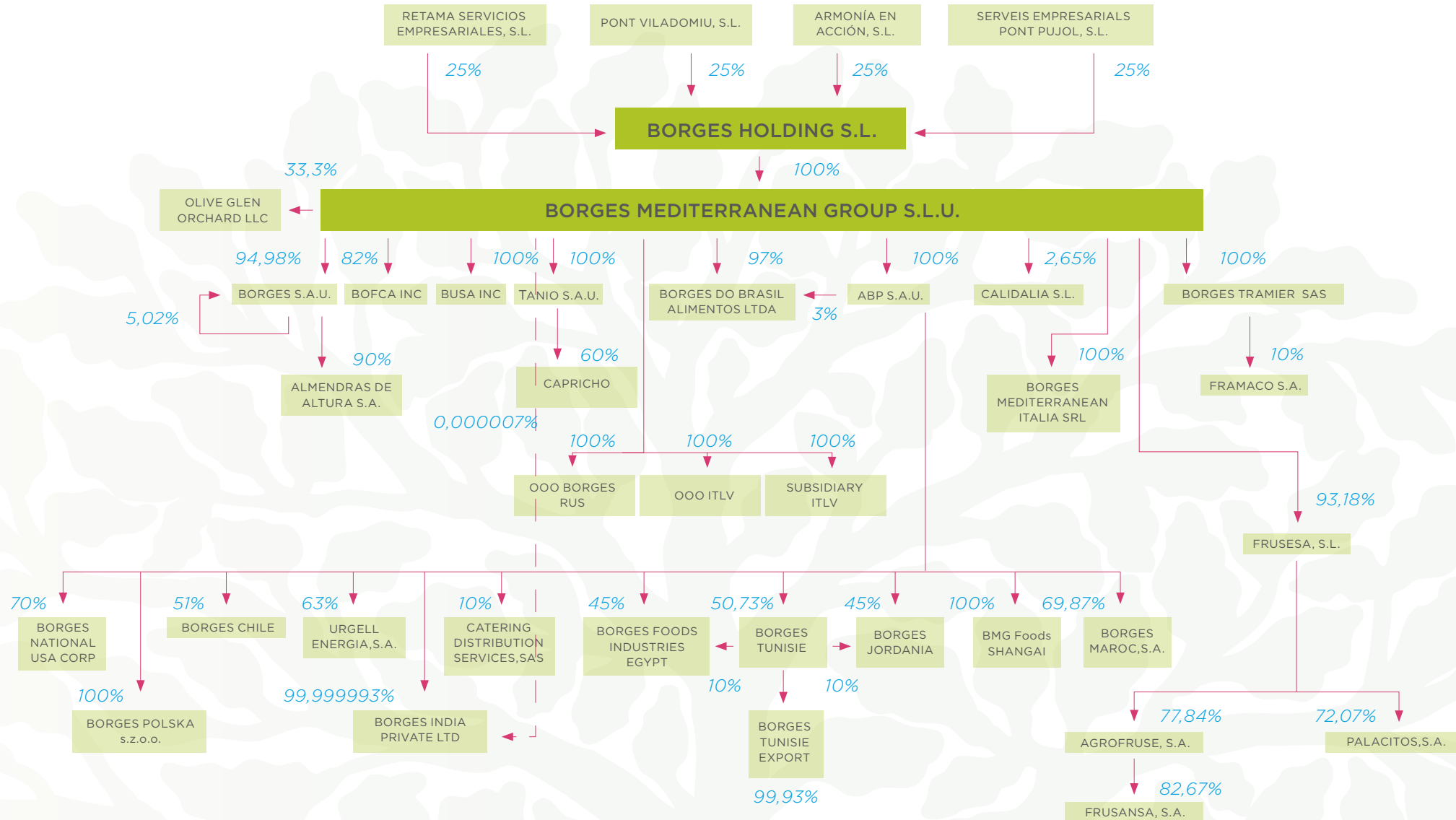
Y todo ello siendo siempre fieles a los valores instaurados en el Grupo desde sus inicios:

- Ética profesional
- Calidad como principio
- Tradición
- Confianza
- Rentabilidad
- Respeto a la madre Tierra
- Futuro
- Dimensión mundial
- Orientación al cliente
- Innovación

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.



Borges Holding está formado por Borges Mediterranean Group, SLU, como sociedad principal y por una red de diferentes sociedades dependientes de la sociedad principal.



NUESTROS ORÍGENES



1896 LA FUNDACIÓN

Antonio Pont Pont y Dolores Creus Casanovas deciden dedicarse a la compra y venta de aceitunas y almendras de las comarcas de Lleida y Tarragona. Había nacido Borges Mediterranean Group.

1914 PRIMEROS PASOS

Comienza el camino de la industrialización. Se instala en Tàrrrega una almazara con prensa de viga de madera. Poco después, la almazara se moderniza con la instalación de una prensa hidráulica.

1920 SIGUE LA INDUSTRIALIZACIÓN

Borges pone en funcionamiento la primera descascaradora industrial de Cataluña.



1925 LA SEGUNDA GENERACIÓN

Josep y Ramón Pont Creus se incorporan a la empresa que va aumentando su dimensión en compras y ventas. Se consolidan los negocios de la descascaradora de almendras y el de la fábrica de aceite de oliva.

1939 EL ACEITE SE EXTIENDE

Se instala en Tàrrrega la primera extractora de aceite de la Compañía. En el mismo año se construye también una refinería. Comienza a desarrollarse la venta de aceite a granel.

1957 LA TERCERA GENERACIÓN

La tercera generación Pont comienza a participar en las actividades del Grupo. Empieza en Reus la exportación a granel de aceite de oliva, almendras y avellanas.



1964 NACE UNA MARCA

Se constituye en Tàrrrega la fábrica de aceites envasados. Por primera vez la marca BORGES aparece en el mercado. Es el comienzo de una larga historia.

1967 DESARROLLO Y EXPANSIÓN DE LOS FRUTOS SECOS

Comienza en el mercado español la venta de la gama completa de Frutos Secos elaborados y envasados bajo la marca BORGES. Comienza también la importación de Frutos Secos no producidos en España.

1978 FRUSESA

Con la creación de "FRUSESA", Frutos Secos Españoles, S.A." Borges pone en marcha las primeras explotaciones agrícolas nacionales de pistachos y nueces.



1984 EN ANDALUCÍA

Se constituye "Borges Andalucía, S.A." con el objetivo de la compra de almendras y aceitunas directamente a los agricultores. La factoría emplea el descascarado de almendras y la molturación de aceitunas para la obtención de aceite de oliva virgen.

1985 EL SALTO A U.S.A.

Se crea "Borges of California" la empresa cuenta con 360 hectáreas. en propiedad en el valle de Sacramento, California.

1987 LA CUARTA GENERACIÓN

Miembros de la cuarta generación Pont se incorporan a las actividades del Borges Mediterranean Group.



1995 AUSTRALIA

Se crea en Melbourne "Borges Australia P.T.Y." con el objeto de comercializar aceite de oliva y otros productos del Grupo.

1995 CRECIENDO EN U.S.A.

Se produce la adquisición de "Guiurlani USA Inc.", empresa fundada en 1898. Los productos del Grupo se comercializarán bajo las marcas STAR y CARA MÍA. Serán especialmente aceites, aceitunas, vinagres y otros pertenecientes al "Estilo de Vida Mediterráneo".

1996 TÚNEZ

Creación de la "Société des Huiles Borges Tunisie, S.A." como puerta de entrada en el mercado del Norte de África. Fue la primera Sociedad española de aceite de oliva implantada en Túnez de la mano de un socio local para aprovisionar nuestras plantas productivas. Actualmente somos una de las diez primeras empresas del país en cuanto a volumen de facturación y la primera en el sector de la alimentación.

Aprovisionamiento: más de 200 molinos repartidos por todo el territorio y con acuerdos preferenciales de compra que permiten un mejor control de las calidades y cantidades.

Almacenaje: su capacidad se sitúa entorno a las 10.000 Tm.

Envasado: se dispone en la actualidad de 2 líneas de envasado.

Exportación de aceite de oliva: lidera el sector privado de exportación de aceite desde su creación.

Instalaciones: tenemos una plantilla con formación específica para las diversas áreas de trabajo. Además, contamos con un laboratorio propio donde se realizan todos los análisis precisos para garantizar la calidad de nuestros productos.

1997 COMUNIDAD VALENCIANA
El Grupo adquiere en Castellón la empresa "Almendras de Altura, S.A.", dedicada a la compra de almendras, directamente a los agricultores, y a su posterior descascarado.

2000 CONTINÚA LA EXPANSIÓN
Se construye en Reus la segunda planta de elaboración de Frutos Secos especializada en el abastecimiento de almendras a la industria alimentaria. Borges Mediterranean Group entra en Marruecos a través de la filial "Borges Morocco" en Casablanca dedicada al aprovisionamiento de aceite de oliva. Comienza la implantación en Francia mediante la creación de "Borges France, S.A." que se dedica a la comercialización de los productos del Grupo a la gran distribución.

2003 SE AMPLÍA EL MERCADO FRANCÉS
El Grupo extiende sus actividades en Francia con la participación en la Sociedad "CDS" que favorecerá las ventas a través del canal "Food Service".



2004 MÁS PRESENCIA INTERNACIONAL
Adquisición en Rusia de la Sociedad "Industrial Tecnológica Laintex Veterinari, S.A." con sedes en Moscú y San Petersburgo. La empresa se dedica a la comercialización de aceites, aceitunas y otros productos del Estilo de Vida Mediterráneo bajo la marca ITLV. Comienza también el cultivo de olivos en California para la producción de aceite en plantaciones de 285 hectáreas.

2005 ORIENTE MEDIO
Se constituye la Sociedad "Aceites Borges Middle East" en Jordania destinada al aprovisionamiento, almacenaje, filtrado y envasado de aceite de oliva procedente de Siria, Palestina y Jordania. Durante el mismo año se constituyó Borges Chile junto con un socio local productor de aceite, Agronoble S.A. Esta asociación supuso la entrada en el continente Sudamericano, aprovisionando aceite a nuestras Sociedades.

2006 DE NUEVO EN U.S.A.
Nace "Borges National USA Corp." con sede en New Jersey. Incorpora el negocio y el fondo de comercio de más de 20 años de distribución de aceite de oliva de las empresas más importantes de USA y Canadá. Consolida así el posicionamiento del Borges Mediterranean Group en el Mercado norteamericano y canadiense.



2007 TRAMIER
El Grupo adquiere la empresa familiar francesa Tramier, cuyos orígenes se remontan a 1863 y, con una participación de mercado de un 30%, líder de aceitunas de mesa en Francia. Con esta adquisición, Borges Mediterranean Group se consolida como una de las más grandes empresas de aceitunas en el mundo.

2008 EGIPTO
Se constituye la Sociedad Borges Foods Industries-Egypt, para la obtención y aprovisionamiento de aceite de oliva en formato granel.

2009 BORGES INDIA P.L.
Se constituye la Sociedad Borges India P.L. para permitir al Grupo y a sus marcas ser un referente en las categorías en las que estamos presentes y colaborar en la promoción del Estilo de Vida Mediterráneo y sus ingredientes en India.

2011 BORGES POLSKA S.Z.O.O
Se constituye la Sociedad Borges Polska para ser un referente en las categorías que estamos presentes y desde ahí poder abarcar a los países de Europa del este.

2011 BORGES DO BRASIL ALIMENTOS
Se constituye la filial Borges Brasil para consolidar los crecimientos y seguir siendo un referente en este mercado, y persistir con los objetivos de alcanzar la segunda posición del mercado nacional en aceites y desarrollando otras categorías estratégicas como vinagres y aceitunas.

2011 BORGES MEDITERRANEAN ITALIA, S.R.L.
Se constituye la filial Borges Italia con el fin de desarrollar el canal de venta online y poder llegar a millones de consumidores italianos.

2012 BORGES MEDITERRANEAN GROUP FOOD SHANGAY CO.LTD.
Se constituye la filial Borges Mediterranean Group Food Shangay para seguir en la senda del crecimiento en un mercado potencial asiático y consolidarnos como referente en la internacionalización del Grupo.

2012 CAPRICO ANDALUZ
Adquisición en junio de 2012 de la empresa Capricho Andaluz, empresa líder en el sector de tarrinas de aceite de oliva.

NUESTRAS MARCAS

El prestigio de nuestras marcas, la calidad reconocida de nuestros productos y procesos, la difusión de los valores mediterráneos y nuestro modelo de gestión del negocio contribuyen a generar confianza en las empresas españolas en los mercados en los que operamos.



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.



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.



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.



ALFERDOUS

Marca que 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 estamos presentes en Arabia Saudí, Qatar, Bahrein, Emiratos Árabes, Egipto y Kuwait.



CAPRICO ANDALUZ

En junio de 2012 Borges Mediterranean Group adquiere la empresa Capricho Andaluz. Capricho Andaluz es un referente en el mercado de la monodosis de aceite y vinagre que cuenta con una trayectoria de más de catorce años en el sector. La marca “Capricho Andaluz” es un referente en formatos monodosis.

La actual arquitectura de marcas comerciales presenta una combinación entre la marca global Borges, marcas locales y marcas especializadas. Como marca global, Borges está presente en la mayoría de países en los que opera el Grupo y se identifica como líder en el sector por su calidad e innovación. Las marcas locales aportan proximidad y conocimiento de los mercados locales donde operan, adaptando el valor de mediterraneidad a las características de cada uno de ellos, tanto en preferencias de consumo como en aspectos de carácter cultural, económico y social. Las marcas especializadas se definen por las características del producto, desarrollando nuevas categorías con vistas a su extensión a distintos mercados. Borges Mediterranean Group contribuye a la consolidación y difusión de la marcas del Grupo con un apoyo de 20 millones de euros anuales entre medios y promociones.



MARCA CORPORATIVA

Como expresión de marca de un operador global, desde 2011 identifica las acciones corporativas del Grupo en sus operaciones en todo el mundo y simboliza un cambio de modelo en la gestión empresarial.

- Mantiene, el logotipo histórico en forma de arco de Borges, como expresión de herencia, orgullo, tradición y saber hacer. El logotipo ha sido aligerado gráficamente para su convivencia con el resto de elementos de la marca.
- El olivo reconoce los orígenes de la Compañía y su fidelidad a la tierra. Simboliza los valores de vida, sabor, color, historia y cultura.
- Enmarcando el concepto de “Group”, el trazo inferior expresa una sonrisa motivada por la suavidad del clima mediterráneo y de una geografía amable.
- Incorpora formalmente el concepto “mediterráneo” a la marca corporativa mediante un trazo sencillo y con personalidad, que representa la parte más humana del Mediterráneo y su proximidad con los consumidores.

La denominación de Borges Mediterranean Group en 2011 supuso la reafirmación del modo de entender el negocio que Borges ha desarrollado de forma natural a lo largo de sus más de 117 años de historia: la difusión de un estilo de vida saludable y natural mediante algunos de los productos más característicos de la Dieta Mediterránea (principalmente, aceite de oliva, aceitunas y frutos secos).

La consolidación de la estrategia de expansión internacional iniciada en 1957 y acelerada en la década de los ochenta se planteó también desde el objetivo de extender nuestra cultura y los beneficios y valores de la Dieta Mediterránea a nuevos países. Esta aproximación inicial ha ido progresando mediante la adaptación de la gama a cada mercado y segmento, actuando con la marca más adecuada en cada país. La agrupación de las marcas bajo el paraguas de Borges Mediterranean Group elevó el concepto de “mediterraneidad” hasta integrarlo en la misma marca corporativa, al tiempo que actualizó la misión empresarial añadiendo los valores de mediterranean life & quality.

NUESTROS PRODUCTOS

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.



Ampliar nuestro portafolio en el mercado e ir mejorando los que ya están presentes es el motor de la Compañía.

La innovación es un punto clave en nuestra actividad, por ello seguimos destinando esfuerzos a la innovación y desarrollo de nuestros productos que nos permitan ser pioneros en nuestro sector, alcanzando así lo más altos estándares de calidad y de esa manera poder asegurar a nuestros consumidores productos que cubran sus necesidades y cumplan sus expectativas. La inversión en innovación y desarrollo tecnológico nos otorga una ventaja competitiva única que nos ha permitido ganar la confianza de mercados muy complejos y distintos entre ellos.

“Los recursos anuales asignados a innovación y desarrollo alcanzan el 20% del beneficio”

Desde el año 2007 contamos con una dirección corporativa de Investigación y Desarrollo, con responsabilidad sobre todas las actividades de innovación del Grupo alrededor del mundo. En 2012, como consecuencia de un continuo crecimiento en el número de innovaciones y con el objetivo de afianzar y consolidar nuestro reto internacional en esta área, el departamento de Innovación evoluciona hacia Tanio Mediterranean Research, el centro de investigación que concentra todo el talento innovador de Borges Mediterranean Group liderando estudios, desarrollando proyectos agrícolas y, en definitiva, concibiendo nuevos conceptos para los cinco continentes, adaptándonos a las diferentes realidades y paladares de cada mercado.

Tanio cuenta con un equipo humano formado por seis técnicos expertos con dedicación exclusiva a las actividades de I+D+i más otros 13 profesionales de perfil técnico y multidisciplinar. En los proyectos impulsados por Tanio

colaboran estrechamente los departamentos de calidad de los principales centros productivos del Grupo formados por 33 técnicos de laboratorio especializados en aceites, vinagres, aceitunas, encurtidos y frutos secos.

“19 profesionales directos dedicados a la innovación en Tanio Mediterranean Research”

El principal objetivo de Tanio consiste en el desarrollo de nuevos productos y procesos, así como la transferencia de know-how a las filiales productivas para proporcionar conceptos cada vez más atractivos y saludables para el consumidor. En este sentido, Tanio garantiza la actividad innovadora de Borges Mediterranean Group necesaria para impulsar su liderazgo en un mercado global altamente competitivo.

Enfocamos nuestra actividad a la satisfacción del consumidor, a quien le entregamos nutrición, salud y bienestar día a día a través de nuestros productos. Por ejemplo, hemos sido pioneros en aspectos como la reducción de sodio, azúcar y nivel de grasas en algunos de nuestros productos, siendo sensibles con los objetivos que persigue la Estrategia NAOS (Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad), impulsada desde el Ministerio de Sanidad y Consumo. Siguiendo esta línea de trabajo, los productos actuales de nuestro portafolio no contienen grasas trans y predomina la proporción de ácidos grasos poliinsaturados frente a los saturados.

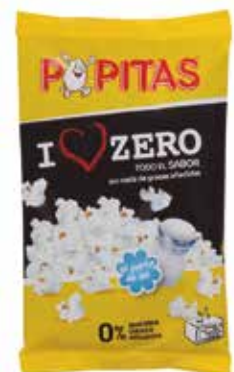
Nuestras alianzas son vitales para alcanzar nuestro compromiso de promover un estilo de vida saludable. Colaboramos con los centros de investigación de mayor prestigio del país, entre ellos, Instituto de la Grasa de Sevilla, Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), Centre Tecnològic de Nutrició i Salut (CTNS), Centro de Tecnología Agroalimentaria de Extremadura (CTAEX), Institut de Recerca i Tecnologia Agroalimentari (IRTA), Instituto de Investigación y Formación Agraria y Pesquera (IFAPA), Universitat Rovira i Virgili (URV), Universitat de Lleida (UdL), Centro Nacional de Tecnología y Seguridad Alimentaria (CNTA), Centre de Noves Tecnologies i Processos Alimentaris (CENTA) o AINIA Centro Tecnológico.

Nuestro reto es seguir investigando y desarrollando productos y procesos priorizando en las vías de salud, Sostenibilidad y Estilo de Vida Mediterráneo. Hoy atendemos la demanda de un mercado que solicita, por un lado, productos adaptados a un estilo de vida cambiante y, al mismo tiempo, se muestra cada vez más preocupado por la salud y bienestar. Para ello, trabajamos en el desarrollo de alimentos on the go, con formatos que permiten tener un mayor control de las porciones y proporcionan una experiencia de consumo adecuada a cada situación y momento.

“On the go, productos para un nuevo estilo de vida”

Consecuencia de ello, en los últimos años hemos eliminado la salmuera de las aceitunas de bolsa para una mayor practicidad y conveniencia, y hemos ampliado nuestras gamas de snacks, con productos más saludables. Entre las innovaciones más sobresalientes destacan:

- **Pop&Friends:** la tortita ligera y saludable, un snack para compartir, con variedad de sabores, tanto suaves como intensos.
- **Energía de la Tierra:** los cócteles 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 ayudar a combatir 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.
- **Solnatur**, primer aceite de girasol 100% natural fabricado mediante **NATUR PROCESS®**, un proceso exclusivo desarrollado por Borges que elimina todos los agentes químicos que intervienen en el proceso de refinado con el objetivo de ofrecer al consumidor un aceite más sano y natural.



Nuestro compromiso histórico con la innovación

1979: primeras plantaciones tecnificadas de nogales en todo el territorio nacional mediante la introducción de nuevas variedades de nuez, adaptadas al clima y al suelo de Extremadura. Permitted desarrollar nuevas técnicas de regadío necesarias para su producción, que hoy posibilitan árboles sanos y fructíferos.

1980: pioneros en dar nuevos usos industriales a las almendras, creando distintos formatos del fruto con el laminado, los palitos y los troceados. Supusieron un ennoblecimiento del uso de la almendra que quedaba partida.

1998: creación de una planta de cogeneración eléctrica que supuso un punto de inflexión. Aceites Borges Pont fue la primera empresa del sector del aceite en instalar un sistema para generar energía eléctrica por cogeneración optimizando el consumo energético mediante el aprovechamiento del vapor y gases en los procesos industriales a la vez que reduciendo el impacto medioambiental.

2000: desarrollo del concepto de aceites macerados con un proceso industrial que buscaba la naturalidad y artesanidad, junto al chef Ferran Adrià. Esta innovación permitió a la rápida y cambiante cocina de nuestros hogares mantener costumbres culinarias propias de nuestro territorio.

2004: proyecto de elaboración y envasado de alcachofas marinadas para el mercado estadounidense.

2006: cambio en el proceso de refinado de químico a físico, suponiendo una mejora para el Medio Ambiente con la reducción de más de 5.000 toneladas de residuos. Permitted revalorizar el producto core de la compañía, el aceite, que pasó a ser refinado usando muchos menos componentes químicos.

2008: proyecto internacional de aceitunas. Nuevos conceptos de envases y nuevas formulaciones con especies sin salmueras para mercados centroeuropeos y norteamericanos.

2009: nuevos aliños para alimentación infantil, salsas y cremas.

2010: desarrollo de las palomitas de maíz para preparación directa en sartén. Producto adaptado a las necesidades del mercado de la India.

2012: innovación en el canal vending mediante una máquina que permite disfrutar de palomitas recién cocinadas y saborizadas con un sistema de topping único en el canal. Diseñada para instalarse en cualquier lugar, ya está disponible en distintas localidades de nuestra geografía.

2012: lanzamiento a nivel internacional de las tarrinas monodosis adaptándose a las necesidades de los mercados donde el aceite de oliva no es un producto todavía de uso generalizado.

2013: lanzamiento de Solnatur, primer aceite de girasol 100% natural fabricado mediante NATUR PROCESS®, un proceso exclusivo desarrollado por Borges que elimina todos los agentes químicos que intervienen en el proceso de refinado con el objetivo de ofrecer al consumidor un aceite más sano y natural.

2013: lanzamiento de sazónadores para Popitas, innovación que permitirá adaptar este producto a los paladares de los diferentes mercados en los que operamos.

2013: lanzamiento de una nueva gama de aceites bajo la gama Star en Estados Unidos. Destacan el aceite con sabor a mantequilla, creado para recetas de repostería y platos aderezados; o los aceites para cocinar Star Cuisine, con sabores adaptados a cocinas de diversos países del mundo.

Para una información detallada acerca de todos los productos consultar:

www.borgesmediterraneangroup.es

EL MODELO DE NEGOCIO DE 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.

La internacionalización forma parte de nuestro ADN y del de nuestros equipos. Nuestra estrategia de internacionalización se inició en 1957 y, desde entonces, no hemos dejado de crecer. Hemos consolidado una red formada por más de 6.000 personas que diariamente atienden a nuestros clientes en más de 109 mercados del mundo y disponemos de filiales en 15 países, desarrollando en algunos casos alianzas con socios en origen, siendo la marca Borges la de mayor presencia internacional del sector.

“El 75% de nuestro volumen de negocio se concentra fuera de España”

Las Unidades comerciales: Además de una extensa red de importadores y agentes, tenemos diez empresas comerciales que nos permiten estar presentes en más de cien países, BORGES DO BRASIL ALIMENTOS LTDA, BORGES NATIONAL USA CORP., BORGES USA INC, BORGES TRAMIER SASU, CATERING DISTRIBUTION SERVICES SAS, OOO ITLV, BORGES INDIA PRIVATE LIMITED, BORGES MEDITERRANEAN ITALIA SRL, BORGES POLSKA S.P z o.o. y BMG Foods Shanghai Co. LTD.

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 comercialización.

DIVISIÓN GRAN CONSUMO	DIVISIÓN INGREDIENTES	
<ul style="list-style-type: none"> • 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. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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. 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación, desarrollo y distribución para la industria alimentaria, como la del Turrón y Mazapán, Chocolate, Helado, Galletas, Confitería y Pastelería Artesanal. • Presencia en más de 60 países. • 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, Borges of California, USA. Olive Glenn Orchards, Borges Chile, Borges Morocco, Borges Túnez, Borges Jordania y Borges Egipto.



Plantaciones de Pistacho 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 mil hectáreas de plantaciones propias. Prácticamente la totalidad de la materia prima de los productos que comercializamos alrededor de mundo procede de plantaciones españolas y ha sido procesada y envasada en España. La cercanía y las relaciones de confianza con nuestros proveedores nos permite un conocimiento exhaustivo del producto y el control de toda la cadena de valor.

“El 80% de los productos que comercializamos procede de campos españoles y posteriormente son procesados, elaborados y envasados en España”



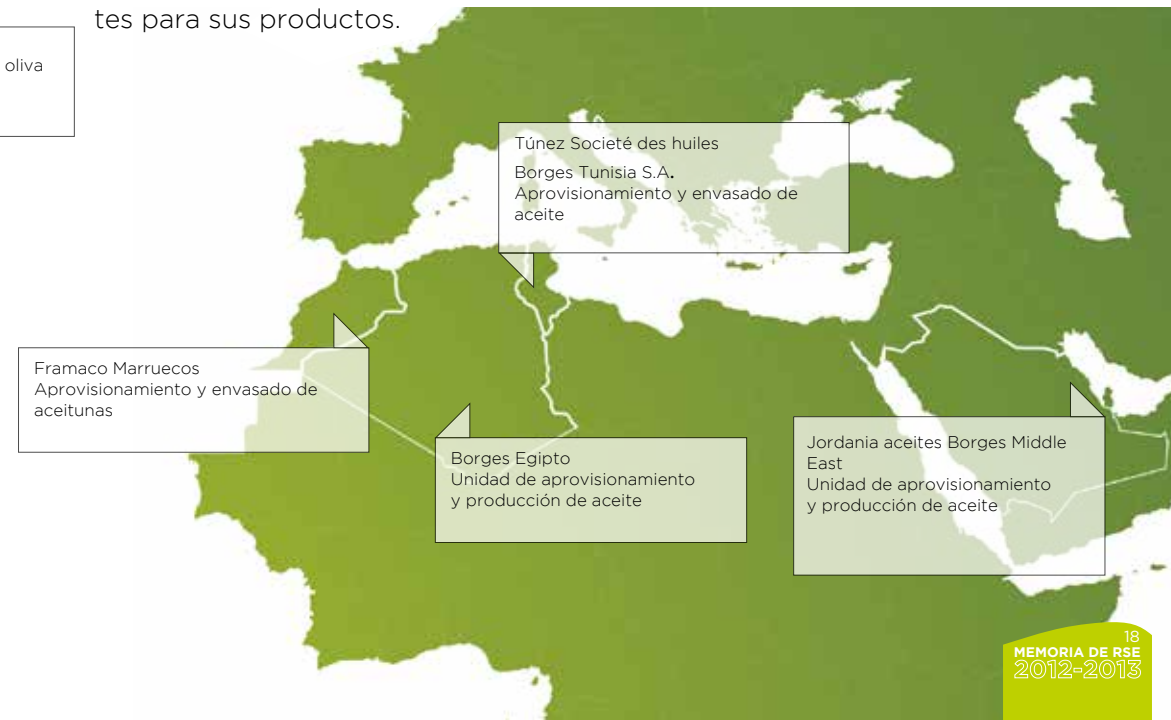
Contamos con proveedores en prácticamente todas las comunidades españolas, con una presencia especialmente relevante en Cataluña, Comunidad Valenciana, Murcia, Andalucía, Extremadura y Castilla-La Mancha. Junto con los cerca de 17.000 proveedores con los que trabajamos, contamos con fincas propias de cultivo intensivo de frutos secos en Andalucía y Extremadura. Las filiales agrícolas de Borges Mediterranean Group facilitan la integración vertical en toda la cadena de valor y aseguran el suministro de las materias primas clave para salvaguardar nuestra posición en determinados productos clave y mercados.

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 (Tàrraga).
- 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.



PREMIOS Y DISTINCIONES

PREMIO	CATEGORÍA	ORGANISMO
PREMIO FEM TALENT (2013)	Recursos Humanos	Departament d'Economia, Empresa y Ocupació de la Generalitat de Catalunya
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	Accésit Mc MUTUAL
PREMIO PRINCIPE FELIPE A LA EXCELENCIA EMPRESARIAL, X EDICIÓN (2005)	Gestión de la Marca Renombrada Internacionalización	Ministerio de Industria, Turismo y Comercio
MEJOR EMPRESA ALIMENTARIA ESPAÑOLA (2001)	Exportación	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
PREMIO A LA INTERNACIONALIZACIÓN (1999)	Excelencia Internacional	CEPTA (Confederación Empresarial de la Provincia de Tarragona)
PREMIO CÁMARA DE COMERCIO (1999)	Innovación Tecnológica, imagen, volumen, crecimiento del negocio y dinamismo	Cámara comercio Tàrrrega
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
EMPRESA AGROALIMENTARIA QUE REPRESENTA CALIDAD (1996)		Continente
PETXINA DE INFORMACIÓN (1996)		Colegio de periodistas de Tarragona
MEJOR INICIATIVA EMPRESARIAL (1994)		El periódico
PREMIO GASPAR DE PORTOLÀ (1991)	Promoción de negocios entre California y Cataluña	Fundación Gaspar de Portolà
PREMIO A LA EXPORTACIÓN (1991)	Excelencia internacional	Club de Marketing de Tarragona
LÍDER DE MARKETING (1987)	Marketing	Club de Marketing de Barcelona
PREMIO AL FOMENTO Y A LA EXPORTACIÓN (1988)	Excelencia internacional	Generalitat de Catalunya
SALIMA DE ORO EN BRNO (1979)		Brno
PREMIO A LA EXPORTACIÓN (1969 y 1973)	Excelencia internacional	Cámara de comercio de Barcelona



BORGES MEDITERRANEAN GROUP ES LÍDER EN...

- Aceite de oliva en 25 países.
 - Exportación de aceite envasado con marca Borges desde España.
 - Frutos secos nobles en España con la marca Borges.
 - Palomitas de microondas en España con la marca Popitas.
 - Nueces en España con las marcas Borges y Pizarro.
 - Mercado de vinagre de Módena y cremas balsámicas con la marca Borges.
 - Sector Food Service en tarrinas monodosis en España con la marca Capricho Andaluz.
 - Aceitunas en Francia con la marca Tramier.
 - Actor principal en Francia en el mercado de la restauración con la marca Borges.
 - Aceite de oliva en la costa oeste de Estados Unidos con la marca Star.
-
- Alcachofas marinadas en Estados Unidos con la marca Cara Mia.
 - Vinagres en la costa oeste de Estados Unidos con la marca Star.
 - Segunda posición en vinagres en Estados Unidos con la marca Star.
 - Segunda posición en aceitunas verdes en Estados Unidos con la marca Borges.
 - Borges es la única marca de aceite de oliva español comercializada en Israel, cumpliendo las más estrictas regulaciones Kosher del país.
-
- Aceites de oliva en Rusia con la marca Borges, y segunda posición con la marca ITLV.
 - Entre las tres posiciones en Rusia con aceitunas de mesa con la marca Borges.
 - Aceites de oliva en India con la marca Borges.
 - Aceites de oliva en Singapur con la marca Borges.



ACERCA DE ESTA MEMORIA

Un año más, y desde el año 2008, en Borges Mediterranean Group presentamos la cuarta edición de la Memoria de Responsabilidad Social con el objetivo de informar a nuestros grupos de interés y a la Sociedad en general acerca del desempeño en materia social, ambiental y económico del Grupo. Esta memoria pone énfasis en los avances realizados durante el periodo 2012-2013, coincidiendo con nuestro ejercicio fiscal y tomando como referencia la información sobre políticas, actuaciones y desempeño proporcionada en las anteriores memorias de Responsabilidad Social del Grupo. Asimismo, se han tomado en consideración diferentes fuentes de información entre las que se encuentran grupos de interés y organizaciones internacionales.

Se han lanzado diferentes canales de comunicación para conocer la prioridad de las personas trabajadoras (grupo de interés estratégico del Grupo) que ayudan a determinar la materialidad de los temas presentados e identificar aquellos que resultan más relevantes para los mismos.

Como aspectos materiales de Borges Mediterranean Group hemos considerado el enfoque estratégico de la Responsabilidad Social del Grupo, incluyendo los valores, políticas y sistemas de gestión implantados y certificados, la gestión de riesgos actuales y futuros que puedan afectar a nuestras operaciones, así como la contribución del Grupo, presente y futura, en la mejora de las condiciones sociales, económicas y ambientales derivadas de su actividad.

Continuando con el principio de relevancia, hemos hecho benchmarking de mejores prácticas entre empresas del sector, así como una valoración cuantitativa de los asuntos analizados.

Para la elaboración de la memoria, que tiene una periodicidad anual, se han seguido las indicaciones de la Guía para la elaboración de memorias de Sostenibilidad, versión 3.1 Global Reporting Initiative, principal estándar internacional para la elaboración de memorias de este tipo, facilitando de este modo la comparabilidad anual en materia de Sostenibilidad de la Organización.

El alcance de la Memoria de Sostenibilidad corresponde a Borges Mediterranean Group como empresa matriz y sociedades dependientes. El alcance se ha identificado en cada uno de los indicadores.

BORGES

*Aquest any
hem arribat
a 105 països*



BUEN GOBIERNO

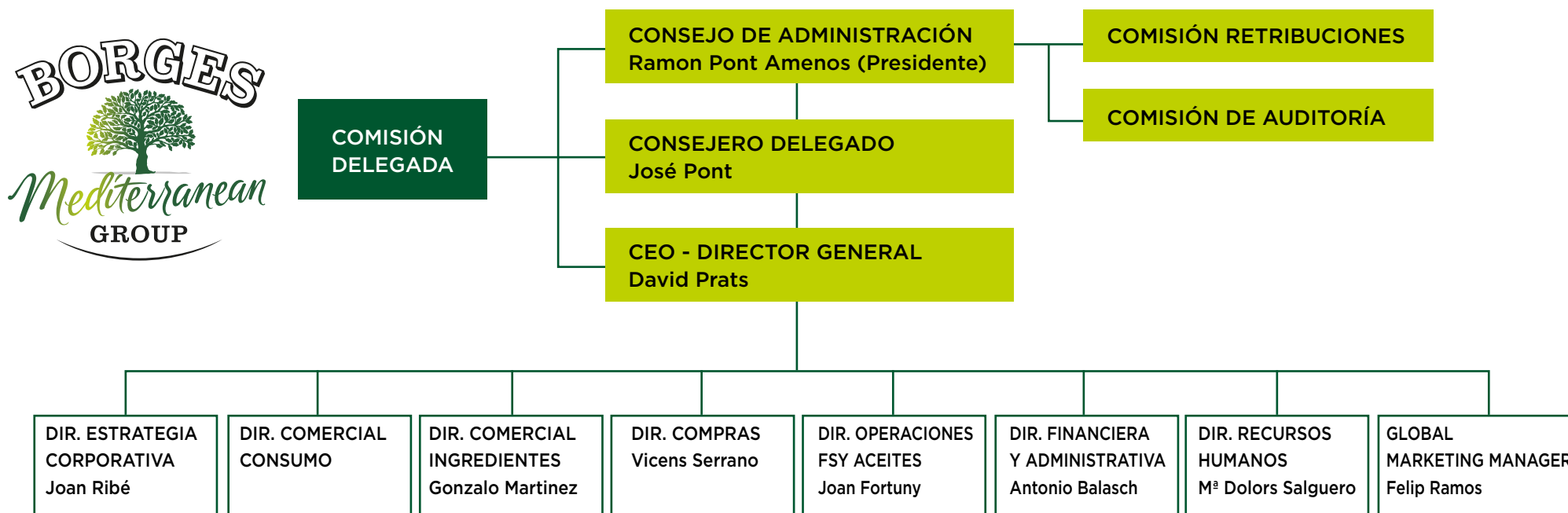
ÓRGANOS DE GOBIERNO Y GESTIÓN

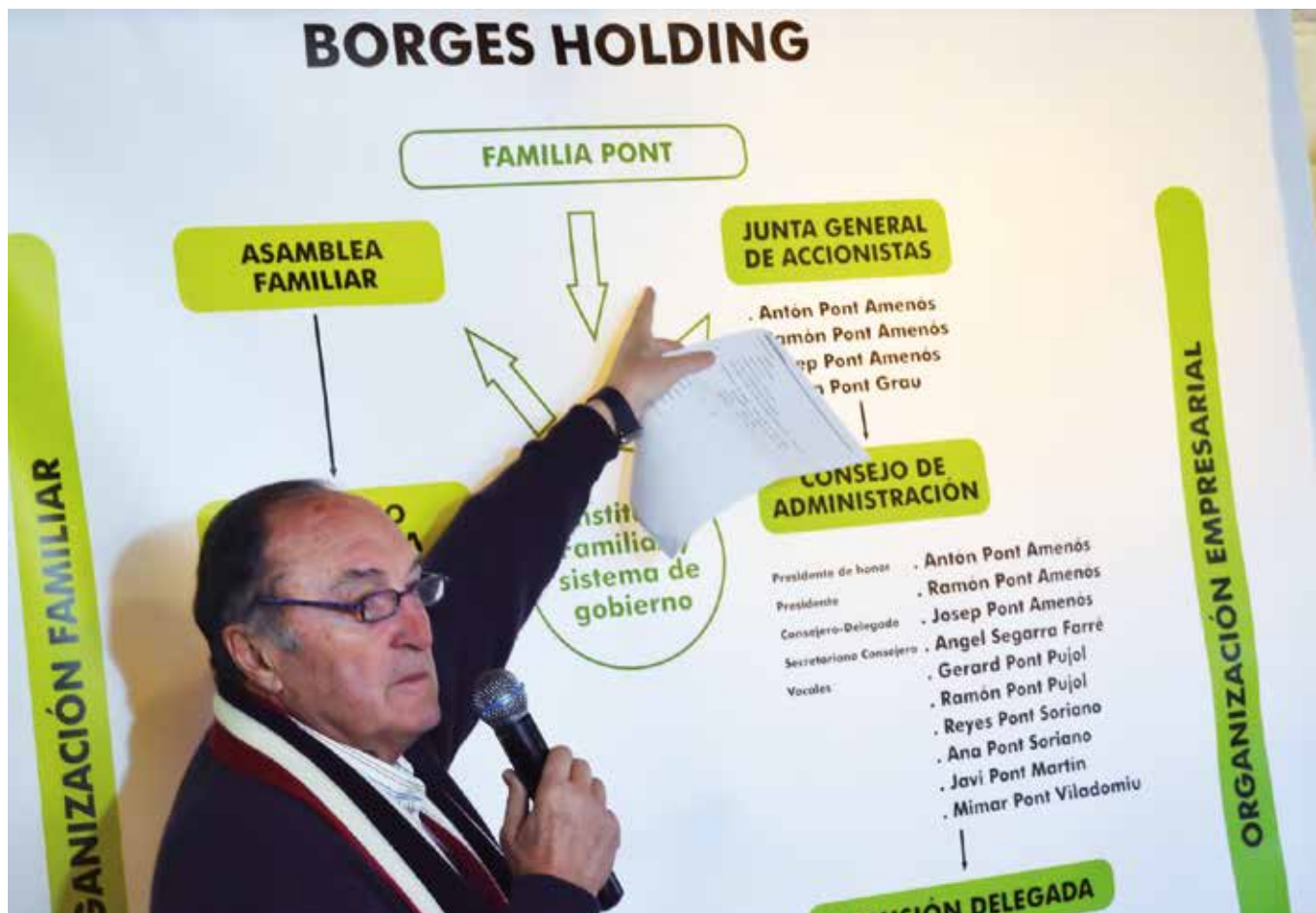
Desde su fundación, Borges Mediterranean Group ha pertenecido a la familia Pont. La tercera generación familiar comparte la propiedad del Grupo, haciendo de Borges Mediterranean Group una empresa donde tradición, innovación y calidad se unen para ofrecer los mejores productos de la Dieta Mediterránea,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

En enero de 2013 tuvo lugar la 1ª Asamblea Familiar en la que se reunieron los miembros de la 3ª, la 4ª y la 5ª generación de la familia Pont. Una empre-

sa 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.

El consejo de Administración es el máximo órgano de gobierno del Grupo, dotado de todas las facultades necesarias para la toma de decisiones que afecten a cualquier campo relacionado con su administración y gestión.

Borges Mediterranean Group como grupo familiar que es, junto a la política de puertas abiertas de la Organización, facilita la comunicación de los colaboradores con el equipo directivo y con los accionistas. Los 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.

COMPROMISO CON INICIATIVAS EXTERNAS

Formamos parte de las principales organizaciones empresariales y sectoriales de los países en los que operamos, además de asociaciones del ámbito de la nutrición y la salud.

BORGES MEDITERRANEAN GROUP

- Foro de las marcas renombradas
- ASSET: Asociación de Financieros y
- Tesoreros 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 Tàrrega

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
- CEFRUSE: Consejo español de Frutos Secos
- Cámara de comercio de Reus

GRUPOS DE INTERÉS

La misión, visión y valores de nuestro Grupo es proyectada en compromisos y responsabilidades con sus grupos de interés

En Borges Mediterranean Group procuramos cumplir siempre las expectativas de todos nuestros 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 empleados/as 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.





ECONOMÍA

ECONOMÍA

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.

Nuestra estrategia se basa en dos pilares: la Sostenibilidad y el bienestar social como ejes del crecimiento económico, el respeto por el Medio Ambiente y el desarrollo social.

Borges Mediterranean Group cuenta con una plantilla 941 profesionales y ha alcanzado en el presente ejercicio unas ventas de 610 millones de euros, siendo la cifra un 17% superior al ejercicio anterior.

Con un proyecto empresarial que al término del ejercicio 12-13 abarcaba 110 países de los cinco continentes, debemos destacar los siguientes hitos del ejercicio:

- Consolidamos en nuestro portafolio de empresas la adquisición de Capricho Andaluz, líder mundial en venta de monodosis de aceites y vinagres.
 - Consolidamos la internacionalización en Brasil, India y China con un total de empleados/as en destino de 95 personas.
 - Crecimientos del 54% y del 30% en sus dos más recientes lanzamientos de nuevos productos; las Popitas Zero y las Cremas Balsámicas.
- Alcanzamos el 79% de ventas en mercados internacionales.

- 316.000 Toneladas comercializadas.
- Nos encontramos en plena ejecución de un plan trienal de inversiones industriales de 20 MM para incrementar capacidades almacenaje, productivas y de envasado en aceites y mejoras tecnológicas en nuestras industrias de frutos secos y aceites.

La satisfactoria evolución de los resultados de explotación y el resultado neto son consecuencia de una estrategia basada en productos de calidad y valor añadido como el aceite de oliva virgen extra y sus marcas propias, con el soporte agrícola de nuestras plantaciones.

Disponemos de filiales propias, además de las españolas, en países como Estados Unidos (3 filiales), Brasil, Francia, Polonia, Rusia, India, China, Túnez, Marruecos y Egipto, la gran apertura internacional se traduce en el 79% de exportaciones respecto al total de facturación.

Por ello, por la clara, firme y decidida apuesta por la internacionalización, Borges se ha situado como la marca de aceite con mayor distribución en el mundo, uno de los cinco primeros operadores mundiales de nueces y el primer exportador nacional de frutos secos. Borges Mediterranean Group está presente en toda la cadena de producción. Cuenta con plantaciones propias, más de 1.500 hectáreas en California, Extremadura y Granada, así como doce factorías.

La sólida evolución de los resultados operativos

nos permite crecer a nivel de Grupo con la incorporación de nuevas actividades.

DESEMPEÑO ECONÓMICO

Valor económico directo generado y distribuido.

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

Total Activos:	414.022
Ventas netas:	609.604
Costes de personal:	34.711
Servicios exteriores:	74.983
Resultado de explotación:	28.051
Resultado financiero:	10.515
Resultado antes de impuestos:	17.522
Impuesto sobre beneficios:	4.272
Resultado neto:	13.250

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 hasta el 31 de mayo de 2012, por un total de 5.538 miles de euros que tuvieron un impacto positivo en el Medio Ambiente.

Siguiendo los mismos criterios establecidos en el ejercicio anterior, el Grupo ha realizado nuevas inversiones relacionadas con el Medio Ambiente por importe de 2.052 miles de euros.

El gasto medioambiental a finales del ejercicio ha ascendido a 246 miles de euros.

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

Durante el ejercicio el Grupo obtuvo y reconoció como ingreso subvenciones oficiales de explotación por importe de 974 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 111 miles de euros correspondientes a los programas de ayuda de los diferentes organismos públicos para nuevos proyectos y planes de mejora 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 ALTOS 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 todos los empleados/as, 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, Italia y China.

Apoyamos proyectos y acciones sociales y ambientales. Tenemos una apuesta firme por el desarrollo sostenible y trabajamos para minimizar los impactos de la actividad empresarial en el entorno, comprometiéndonos con la Sociedad a través de políticas de acción social tanto en su dimensión interna como externa.

MEDIO AMBIENTE



MEDIO AMBIENTE

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 Organización se compromete a examinar y revisar de forma periódica su política medioambiental como base para sus objetivos y metas medioambientales, a comunicarla a todos sus empleados/as y divulgarla a requerimiento del público en general.

POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL

BORGES es sinónimo de calidad, de garantía, de productos naturales, de compromiso con nuestros millones de consumidores, con la Sociedad en general y con el Medio Ambiente.

Nuestro compromiso con la naturaleza y el Medio Ambiente es inherente a la cultura de BORGES. 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 reglamentación aplicable, cumpliendo con otros requisitos que la organización suscriba y promoviendo la implantación de 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 de BORGES 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.

SISTEMAS DE GESTIÓN AMBIENTAL

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 y Aceites Borges Pont SAU) 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/o renovación de dicha certificación. 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.

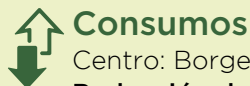
En el ejercicio 2012/2013, hemos dado continuidad

a diversos proyectos anteriores como la puesta en marcha de un Proyecto Agrícola y se han aplicado medidas resultantes de una exhaustiva Evaluación y Auditoría Energética, como la instalación de compresores de aire con tecnología que incorpora variador de frecuencia automático reduciendo el consumo de los mismos en un 30%, y la sustitución de lámparas en nuestras naves más grandes por el sistema LED de más duración y menor consumo energético.



OBJETIVOS MEDIOAMBIENTALES

Estas y otras mejoras han contribuido a la consecución de los objetivos bienales fijados para los ejercicios 2011/2012 y 2012/2013 según tabla resumen adjunta.



Consumos

Centro: Borges SAU (Borges DC y Borges DI)

Reducción del 10% del consumo de aditivos de depuradora.

Indicador: Kg reactivo /m3 vertidos.

VALOR OBTENIDO (Ejercicio 12/13) BORGES SAU-DC:

REDUCCIÓN 29% vs año2010

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 /m3 vertidos.

VALOR OBTENIDO (Ejercicio 12/13) ACEITES BORGES PONT SAU:

REDUCCIÓN 98% vs promedio2008-2010 2010



Aguas Residuales

Centro: Borges SAU (Borges DC y Borges 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 O2/l)

VALOR OBTENIDO (Ejercicio 12/13) BORGES SAU-DC:

REDUCCIÓN 39% vs año2010

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).

VALOR OBTENIDO (Ejercicio 12/13)

ACEITES BORGES PONT SAU:

REDUCCIÓN 50% vs promedio2008-2010



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.

VALOR OBTENIDO (Ejercicio 12/13) BORGES SAU-DC: REDUCCIÓN 31% vs año2010

Centro: (Borges SAU DI)

Reducción del 2% de la basura general por implantación de la segregación del plástico.

Indicador: kg basura / toneladas producción.

VALOR OBTENIDO (Ejercicio 12/13) BORGES SAU-DI: REDUCCIÓN 14% vs año2010

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 / m3 vertidos.

VALOR OBTENIDO (Ejercicio 12/13)

ACEITES BORGES PONT SAU: REDUCCIÓN 60% vs año2010



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.

VALOR OBTENIDO (Ejercicio 12/13)

REDUCCIÓN vs año2011 de:

13% en BORGES SAU-DC

5% en BORGES SAU-DI

REDUCCIÓN vs año2010 de: 11% en ACEITES BORGES PONT SAU

Estos valores de reducción y mejora se introducen en los diferentes apartados de esta Memoria según la temática relacionada: reducción de consumos de reactivos de depuración, mejoras de calidad de vertidos, reducción de residuos y reducción de consumo eléctrico.

Además de la mejora energética indicada, destacan las importantes reducciones relacionadas con el cambio de tratamiento de depuración de aguas residuales implantado en Aceites Borges Pont SAU, consiguiendo no sólo cambios de calidad en las aguas depuradas sino también la reducción de residuos de fangos y de reactivos químicos y el cambio en su peligrosidad,

pasando a utilizarse productos menos peligrosos en su manipulación y menos contaminantes.

Los nuevos objetivos definidos por Dirección para los dos nuevos ejercicios 2013/2014 y 2014/2015 se centrarán en continuar con las mejoras de consumo eléctrico y su eficiencia, en la reducción de combustible no renovable utilizado en nuestras plantas y en seguir manteniendo las estaciones depuradoras para optimizar su funcionamiento y mejorar la calidad de aguas residuales y fangos de depuración.

OTROS COMPROMISOS MEDIOAMBIENTALES Y ACTUACIONES DE MEJORA CONTINUA

Entre las actuaciones realizadas en los últimos ejercicios para minimizar el impacto de nuestra actividad en el Medio Ambiente destacan:

- Renovación continua de equipos industriales por nuevas tecnologías más eficientes y menos contaminantes (codificadores, calderas, compresores variadores de frecuencia, etc.).
- Mejores técnicas y de explotación en las plantas depuradoras propias, disminuyendo el consumo de los productos químicos utilizados y consiguiendo aguas residuales de mejor calidad ambiental.
- Reducción de residuos generados por mejoras de proceso y optimización de gestión (grasas, lodos, etc.), priorizando destinos de recuperación, reciclado o valorización energética, como en el caso del residuo banal no seleccionable.
- Priorización de las comunicaciones internas a través de tecnologías de la información fomentando el uso de las videoconferencias para ahorrar desplazamiento y favorecer una mejor gestión del tiempo.
- Realización de auditorías energéticas en cada uno de los centros productivos, iniciando ya la implantación de varias mejoras apuntadas.
- Realización de estudios continuados para favorecer el reciclado y reducción de gramajes de todos los envases usados en todas las plantas productivas.
- Formación continua anual en materia de protección medioambiental en todas las empresas del Grupo.

Además, con objeto de implicar a todos los trabajadores/as de la Organización en los objetivos de nuestra política de gestión ambiental, hemos publicado la Guía práctica oficina verde, que recoge consejos para el ahorro energético, de agua y papel adaptados al trabajo en oficinas. Por ejemplo, se ofrecen consejos en relación al uso correcto de la calefacción y aparatos de aire acondicionado, la configuración de los equipos informáticos para una correcta gestión del consumo, el aprovechamiento de la luz natural o el uso eficiente del agua.

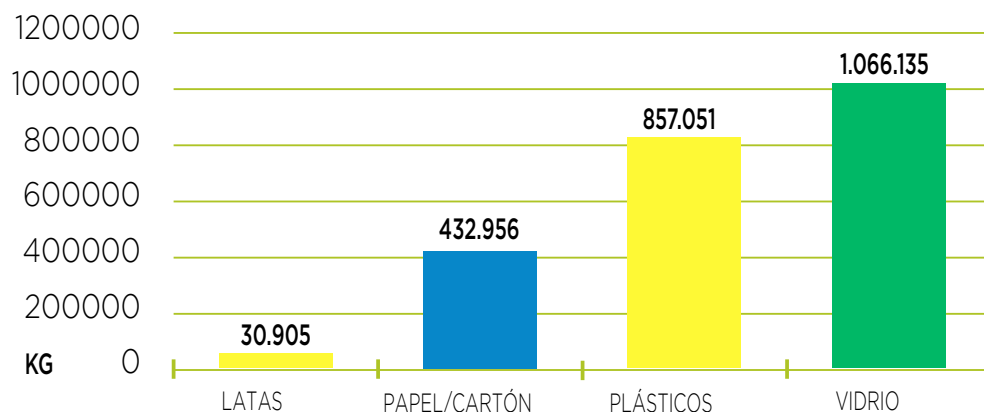


MATERIALES UTILIZADOS POR PESO O VOLUMEN

El consumo de materiales principal en las plantas productivas se concentra en el material de envase y embalaje (plástico, cartón, vidrio,...etc.).

De esta forma, según datos de las ventas nacionales, en Aceites Borges Pont SAU el vidrio y el plástico constituyen los materiales más consumidos en el último año 2012.

MATERIALES DE ENVASE - AÑO 2012



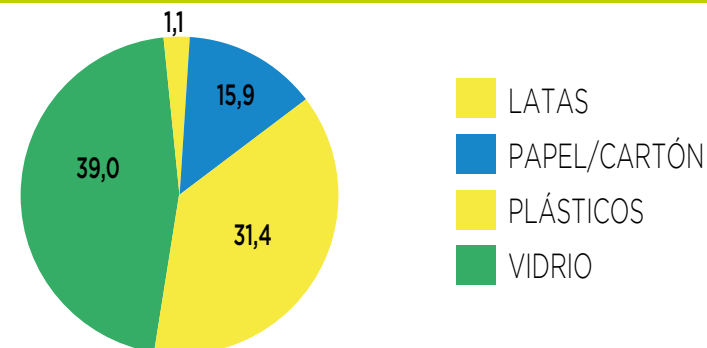
**Se incluye todo el material de envase (primario, secundario,...etc) de las ventas nacionales de producto*

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.

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.

En este sentido, junto a las mejoras de peso en las botellas y tapones de Aceites Borges Pont SAU en los últimos años, destacar la reducción de peso del material de fijación en el paletizado de los productos de Borges SAU.

MATERIALES DE ENVASE - AÑO 2012 ACEITES BORGES PONT SAU kg envase / T producto envasado*



**Se incluye todo el material de envase (primario, secundario,...etc) de las ventas nacionales de producto*

En el año 2012 BORGES SAU modifica el material terciario del producto paletizado, poniendo en el mercado un 19% menos de cartón en sus elementos de fijaciones (planchas y esquinas) al reducir el gramaje de los mismos. Se cuantifica esta reducción en 16.600 kg menos de cartón ese año.

Por otro lado, para contribuir al desarrollo sostenible es importante fomentar el uso de materiales reciclables en las actividades diarias. El consumo de materiales reciclados en la industria alimentaria es de menor aplicación pero en nuestras oficinas, el papel consumido es reciclado casi en su totalidad desde el año 2009 y se han implantado medidas orientadas a la reducción del consumo de papel, destacando entre otras, las siguientes:

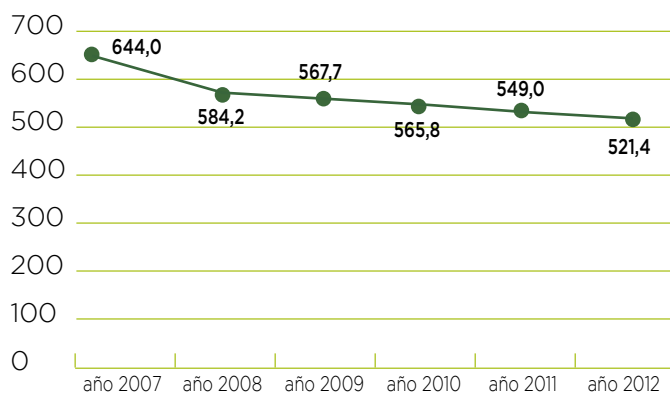
- Priorización de las comunicaciones internas a través de la Intranet corporativa así como vía email.
- La Memoria de cuentas anuales se ha distribuido en soporte digital en lugar de formato papel, al igual que la última Memoria de Responsabilidad Social y otros documentos más extensos.
- Se mantiene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

CONSUMO DIRECTO E INDIRECTO DE ENERGÍA DESGLOSADO POR FUENTES PRIMARIAS

Gas Natural

El consumo de este recurso es fundamental en las principales industrias del Grupo, especialmente en el centro de Borges SAU DI, 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.

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



*Se consideran toneladas totales de ventas producto nacional y exportación.

También en Borges SAU DC se ha iniciado la sustitución de la antigua caldera de vapor, de capacidad y potencia actualmente desproporcionadas, por pequeñas calderas o calefactores, equipos más modernos y eficaces con un mejor aprovechamiento del consumo de gas natural después de ajustarlos convenientemente.

En Aceites Borges Pont SAU el descenso más pronunciado 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.

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 habían implantado algunas de estas mejoras.

En las plantas de Borges SAU DC y Borges SAU DI 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.

La introducción de nuevas seleccionadoras automáticas de óptica cromática en Borges SAU DI 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.

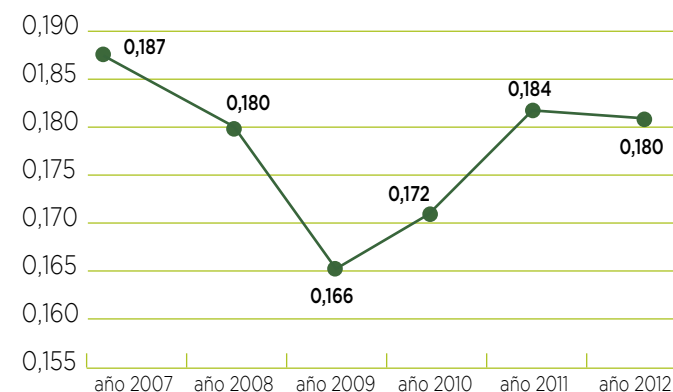
En todas las plantas, se incorporan temporizadores y detectores de presencia en almacenes, cámaras, zonas de servicio... etc., y se prioriza el aprovechamiento de la luz natural y la adaptación del nivel de iluminación ajustado a las necesidades reales de la zona.

Además, en este mismo aspecto, en las plantas de Borges SAU DC y Borges SAU DI se ha realizado el cambio de iluminación a LED en zonas que

requieren luz artificial durante todo el día, consiguiendo un ahorro eléctrico por su mayor durabilidad, y una mejora cualitativa en la luminosidad de estas zonas de trabajo.

CONSUMO ENERGÍA ELÉCTRICA
ACEITES BORGES PONT SAU + BORGES SAU

Mwh/Tproducción



*NOTAS INDICADOR

ACEITES BORGES PONT SAU: CONSIDERADAS TONELADAS TOTAL DE ACEITE PRODUCIDO (ENVASADO+GRANEL)

BORGES SAU-DC: CONSIDERADAS TONELADAS TOTAL PRODUCTO ENVASADO

BORGES SAU-DI: CONSIDERADAS TONELADAS TOTAL VENTAS PRODUCTO NACIONAL Y EXPORTACIÓN

 **EJERCICIO 2012/2013**
13% DE REDUCCIÓN DE ENERGÍA ELÉCTRICA EN BORGES SAU-DC RESPECTO AL AÑO 2011

EJERCICIO 2012/2013
5% DE REDUCCIÓN DE ENERGÍA ELÉCTRICA EN BORGES SAU-DI RESPECTO AL AÑO 2011

EJERCICIO 2012/2013
11% DE REDUCCIÓN DE ENERGÍA ELÉCTRICA EN ACEITES BORGES PONT SAU RESPECTO AL AÑO 2010

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 la industria de Aceites Borges Pont SAU y en Borges SAU DI puesto que se utiliza directamente en el proceso de repelado de la almendra. 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 instala-

ciones de sistemas de riego eficiente y adaptado a cada región y plantación.

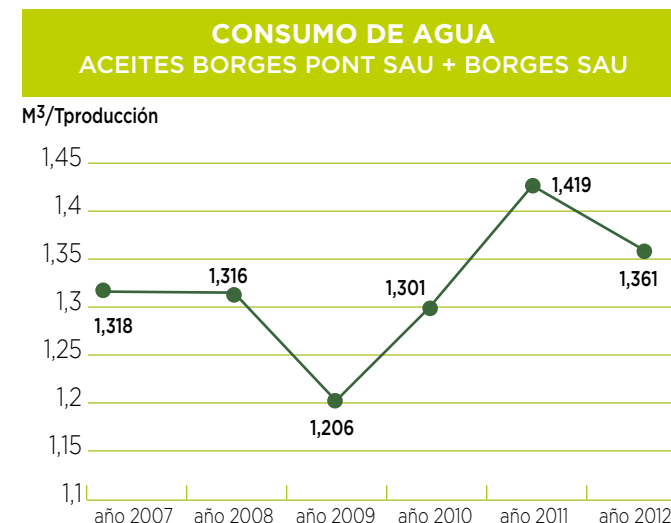
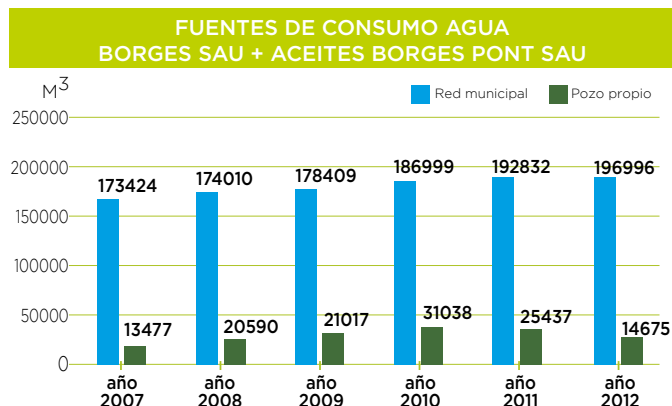
Asimismo, en los procesos de producción se aplican tecnologías y métodos más eficientes como por ejemplo, para el lavado de Frutos Secos donde hay implantados sistemas denominados “secos”. Además, se realizan revisiones periódicas de las tuberías y se instalan dispositivos reductores de presión y difusores 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 DC, incrementando las limpiezas de maquinarias y estructuras por aspiración.



*NOTAS INDICADOR

ACEITES BORGES PONT SAU: CONSIDERADAS TONELADAS TOTAL DE ACEITE PRODUCIDO (ENVASADO+GRANEL)
BORGES SAU-DC: CONSIDERADAS TONELADAS TOTAL PRODUCTO ENVASADO
BORGES SAU-DI: CONSIDERADAS TONELADAS TOTAL VENTAS PRODUCTO NACIONAL Y EXPORTACIÓN

DESCRIPCIÓN TERRENOS ADYACENTES EN11/12

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; por el que se pretende apostar por la integración vertical y estudiar nuevos proyectos de plantaciones de más de 2.000

hectáreas en los lugares óptimos para el desarrollo del cultivo, que aporten rentabilidad dentro del plan de negocio del Grupo y valor del propio proyecto, como son la creación de puestos de trabajo directos e indirectos, la dinamización económica 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 unos 600.000 árboles que contribuyen a frenar el cambio climático, ya que son un sumidero de absorción de aproximadamente 8.400 toneladas anuales de CO2 transformándolo en biomasa y Frutos Secos.

Dando la continuidad a dicho proyecto, se han iniciado plantaciones de nogal en nuestras divisiones agrícolas de FRUSESA y FRUSANSA, concretamente en la finca El Carquí (Guadix) y Benavides (Badajoz), donde se están introduciendo nuevas variedades de nogal con un alto potencial productivo y cualitativo que pretenden cubrir de forma exitosa las tendencias del mercado.

Estas plantaciones van acompañadas de unas instalaciones de riego con un elevado nivel tecnológico donde controlamos el ahorro energético y consumo de agua.

-Evaluación y Auditoría Energética; En nuestras plantas de Reus ha tenido lugar una Auditoría Energética y su consiguiente evaluación ha conducido a la realización de diversas mejoras, como la instalación de compresores de aire con tecnología que incorpora variador de frecuencia automático, reduciendo el consumo en un 30%, y la sustitución de lámparas por LEDS en nuestras naves de mayor superficie que requieren de iluminación permanente.

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

Desarrollamos un proyecto agrícola destinado a incrementar la plantación de cultivos estratégicos a nivel nacional en las zonas más adecuadas.

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 la realización de un protocolo para el desarrollo sostenible de nuevas plantaciones de pistachos y nogales en nuestras fincas de Guadix y Badajoz. Durante este periodo 2012-2013, En La finca el Carquí (Guadix) se han llevado a cabo nuevas

plantaciones de 36 hectáreas de nogal y 4 hectáreas de pistacho y en la finca Benavides (Badajoz), 47 hectáreas de plantaciones de nogal. 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. EMISIONES DE NO₂ 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.

Y en Aceites Borges Pont SAU se añaden los 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.



*T PRODUCCIÓN: CONSIDERADAS TONEIADAS TOTALES DE ACEITE PRODUCIDO (ENVASADO+GRANEL)

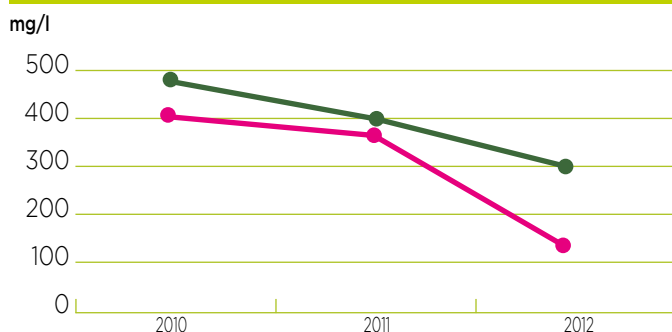
VERTIDO TOTAL DE AGUAS RESIDUALES, SEGÚN NATURALEZA Y DESTINO

Las principales plantas productivas del Grupo, Borges SAU DC, Borges SAU DI 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 Tàrraga 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 Borges SAU DC y Borges SAU DI, 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.

CALIDAD VERTIDOS DEPURADORA BORGES SAU



EJERCICIO 2012/2013
39% DE REDUCCIÓN
DE DQO EN AGUA
RESIDUAL BORGES-DC
RESPECTO AL AÑO 2010

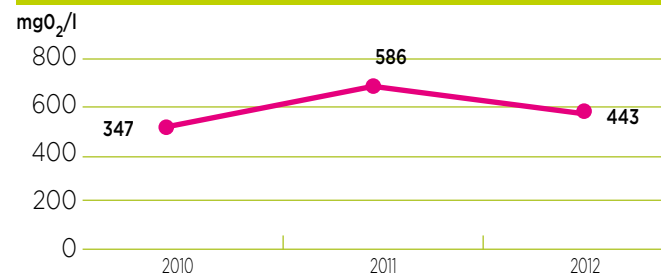
EJERCICIO 2012/2013
61% DE REDUCCIÓN
DE DQO EN AGUA
RESIDUAL BORGES-DI
RESPECTO AL AÑO 2010

● DQ
DEPURADORA
BORGES DC

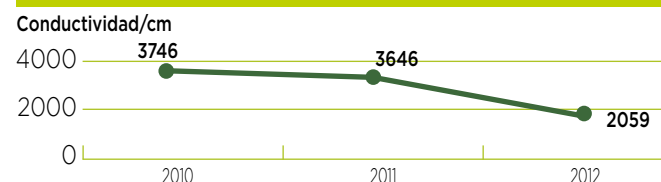
● DQ
DEPURADORA
BORGES DI

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.

CALIDAD VERTIDOS DEPURADORA ACEITES BORGES PONT SAU



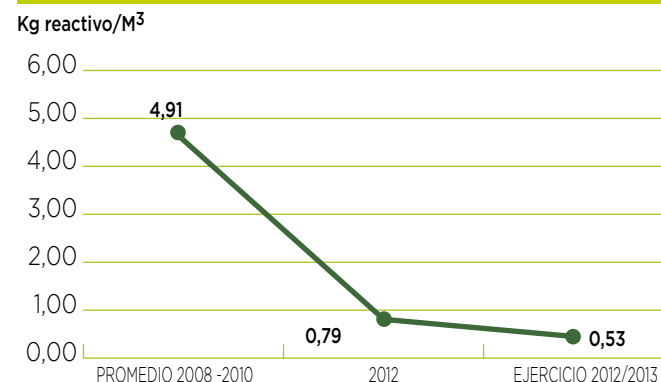
CALIDAD VERTIDOS DEPURADORA ACEITES BORGES PONT SAU



● DQO

EJERCICIO 2012/2013:
REDUCCIÓN DEL 50%
DE LA CONDUCTIVIDAD
DEL AGUA RESIDUAL
ACEITES BORGES PONT
SAU RESPECTO AL AÑO
2010

REDUCCIÓN PRODUCTOS REACTIVOS DEPURADORA ACEITES BORGES PONT SAU



EJERCICIO 2012/2013:
REDUCCIÓN DEL 89%
DEL CONSUMO
DE REACTIVOS DE
DEPURACIÓN EN ACEITES
BORGES PONT SAU
RESPECTO AL PROMEDIO
DE LOS AÑOS 2008-
2010

REDUCCIÓN FANGOS DEPURADORA ACEITES BORGES PONT SAU



EJERCICIO 2012/2013
60% DE REDUCCIÓN
DE RESIDUO DE FANGOS
DE DEPURADORA EN
ACEITES BORGES PONT
SAU RESPECTO AL AÑO
2010

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 Catalunya: Agencia de Residuos de Catalunya.

Por tipologías, los residuos generados son prácticamente en su totalidad no peligrosos. Sólo un porcentaje inferior al 0,5% son residuos peligrosos o especiales derivados de laboratorios, talleres y otras operaciones auxiliares. 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 o fabricación de pienso 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.

En el año 2012, se reciclaron:

• 732 toneladas de residuo de cartón en las principales plantas industriales del Grupo

• 145 toneladas de plástico
• 96 toneladas de vidrio
• 141 toneladas de madera

Ejercicio 2012/2013

14% de reducción de basura general en Borges DI respecto al año 2010

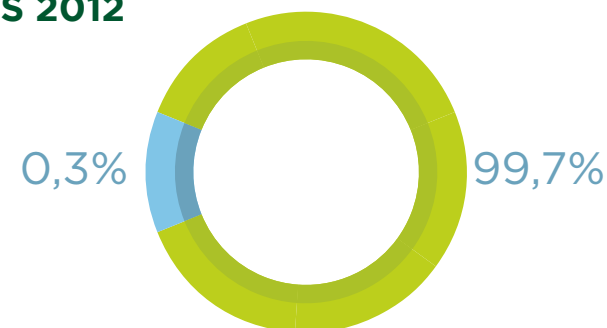
De las operaciones de recuperación de los residuos generados por Borges SAU resulta interesante mencionar, por su consiguiente implicación ambiental, la fabricación de biodiesel a partir de los aceites usados de freidora de Borges SAU DC. El aceite consumido para las producciones de frutos secos fritos 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.

Ejercicio 2012/2013

31% de reducción del residuo total de grasas en Borges DC respecto al año 2010

TIPOLOGÍA RESIDUOS 2012

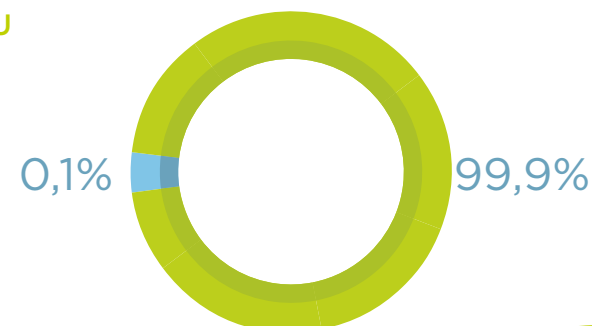
BORGES SAU - DC



BORGES SAU - DI



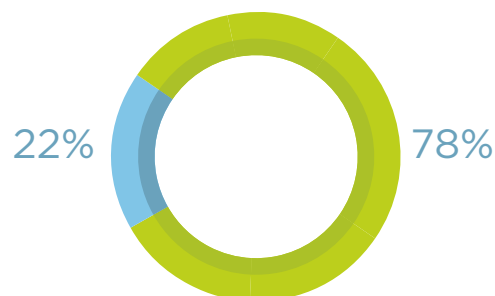
ACEITES BORGES PONT SAU



GESTIÓN RESIDUOS 2012

BORGES DC

SIN EMBARGO, EL 99% DE ESTE RESIDUO NO VALORIZADO DIRECTAMENTE DE BORGES DC ES LA BASURA GENERAL. SERÁ SELECCIONADA Y MEZCLADA POR EL GESTOR Y DESPUÉS SERÁ TRANSFERIDA A OTRAS PLANTAS PARA SU VALORIZACIÓN ENERGÉTICA FINAL. POR TANTO, VALORIZADO FINALMENTE.

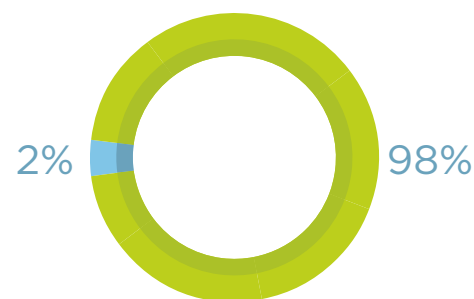


BORGES DI

SIN EMBARGO, EL 93% DE ESTE RESIDUO NO VALORIZADO DIRECTAMENTE DE BORGES DI ES LA BASURA GENERAL. SERÁ SELECCIONADA Y MEZCLADA POR EL GESTOR Y DESPUÉS SERÁ TRANSFERIDA A OTRAS PLANTAS PARA SU VALORIZACIÓN ENERGÉTICA FINAL. POR TANTO, VALORIZADO FINALMENTE.



ACEITES BORGES PONT SAU



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 Borges SAU DC y Borges SAU DI en este año 2011, donde la mezcla de residuo banal dejó de eliminarse vía vertedero y pasa a gestionarse como Combustible Sólido Recuperado “CSR”. Como se puntualiza anexo a las gráficas anteriores, 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 grupo %OTRAS GESTIONES 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.

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.

IMPACTOS AMBIENTALES DEL TRANSPORTE DE PRODUCTOS Y OTROS MATERIALES UTILIZADOS, ASÍ COMO DEL TRANSPORTE DE PERSONAL.

Uno de los objetivos de los siguientes ejercicios es la reducción del combustible gasoil utilizado en las plantas productivas de Borges SAU mediante la sustitución de las carretillas diesel por carretillas eléctricas. En Aceites Borges Pont SAU se espera también una reducción importante derivada de la construcción y utilización de los nuevos silos de materia prima con el correspondiente descenso en movimientos de palas mecánicas en los patios y por tanto del gasoil combustible.

Para los transportes de nuestros productos se optimizan las rutas logísticas en distancia y capacidad.

Actualmente estamos trabajando en el Plan Estratégico de Seguridad Vial 2014-2017 del Grupo con la finalidad de mejorar día a día la seguridad vial de nuestros colaboradores y promover una movilidad más sostenible.

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 los colaboradores

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

INVERSIONES REALIZADAS EN LAS PLANTAS AGROINDUSTRIAL DE TÀRREGA DE ACEITES BORGES PONT SAU

VENTAJAS COMPETITIVAS DIVISIÒN ACEITES

MEJORAS DE AHORRO ENERGÉTICO Y MEDIOAMBIENTALES

Demolición y Desamiantado del silo triangular

Demolición del silo triangular y desamiantado de la cubierta de 1.885,70 m2. Esta actuación supone una mejora ambiental y de salubridad de las instalaciones ya que el amianto es un agente contaminante para el ecosistema y la salud humana.

Instalación de silos para materia prima

Construcción de seis silos para el almacenamiento de la materia prima que representa una serie de mejoras a nivel ambiental.

- Reducción de lixiviados en la recogida de aguas pluviales.
- Reducción de olores por confinamiento de la materia prima.
- Reducción del ruido de actividad por efecto pantalla de los silos hacia la población.

Mejora del proceso de decoloración en refinería

La mejora consiste en una modificación del proceso de decoloración del refinado del aceite con la instalación de dos nuevas batidoras más dos filtros de tierras decolorantes para poder concentrar los repases de la decoloración en continuo. La modificación ha requerido ampliar el edificio de refinería en 152 m2 a través de una estructura metálica similar a la existente.

Mejoras depuradora

Se ha modificado parte del proceso de depuración para la reducción de la aplicación de aditivos químicos mejorando el rendimiento del proceso.

MEJORAS TECNOLÓGICAS Y PRODUCTIVAS

Nuevas prensas KEK

Instalación de dos nuevas prensas de tornillo modelo KEK para el prensado de semillas de girasol, adoptando tecnología avanzada internacional hecha con acero de alta calidad y de fácil manejo, ofreciendo una calidad pura del aceite.

Filtración

Se han incorporado dos nuevos filtros para aceite de oliva ubicados en el almacén de filtración y mezclas permitiendo un aumento de la capacidad de filtración del 50%. Estos filtros representan una mejora de la calidad y presentación de los aceites.

Depósitos

Incorporación de tres nuevos depósitos de INOX de 100 TN para la recepción de aceite de oliva virgen extra.

Mecanización, descarga de semillas y silos de materia prima

Instalación de dos tolvas de recepción para semillas de girasol y granilla de uva, una torre de acondicionado y limpieza de la materia prima, transportadores de carga y descarga a seis silos de 1800tn.

MEJORAS PARA LA CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA

Silos y mecanización descarga de semillas

Se ha iniciado la modificación integral de la recepción de la materia prima en silos evitando género en el exterior, atomizando su gestión y preservando su buena conservación. Esta medida permite obtener una mejor trazabilidad y creación de lotes de producción.

Agitadores de depósitos de Virgen

Para poder homogeneizar el contenido de seis depósitos y obtener un análisis más preciso de su contenido.

Agitadores de depósitos de Crudo

Para poder homogeneizar el aceite y evitar la acumulación de sólidos en los fondos del depósito.

Secador de adsorción

Equipo para garantizar una mejor calidad del aire de baja presión, empleado entre otros usos, para el soplado de botellas de vidrio.

MEJORAS DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

CIP de limpieza

Se ha comprado un CIP de limpieza industrial para realizar la limpieza de circuitos cerrados.

Medidor de humedad salida extractora

Para conocer en todo momento la humedad de la harina y poder evitar su introducción demasiado húmeda en los silos.

Dosificador de ajo

Instalación de un equipo para dosificar el ajo de forma automática evitando el riesgo de atrapamiento del operario.

Saneamiento decoloración

Se han eliminado las vagonetas de eliminación de tierras decolorantes y saneado la zona. Las tierras van directamente a un dumper.

OTRAS MEJORAS

Maquinaria Fontselva

Adquisición de una serie de máquinas: compresores, encajadoras y formadoras de packs.

Paramento y acondicionado marquesina Planta de Vidrio

Se han tapado los laterales y se ha instalado estanterías para poder almacenar más materia auxiliar.

Analizador de proteínas

Se ha comprado un equipo con este objetivo.

Equipo medidor de durezas

Equipo de control para garantizar que la dureza del agua descalcificada sea la correcta.

ET6

Nueva estación transformadora de alta tensión en la zona de descarga de semillas.

Mejoras oficinas

Se ha dotado de una sala auxiliar anexa al departamento técnico para el personal técnico que sube semanalmente de Borges S.A.U.

INVERSIONES REALIZADAS EN LAS PLANTAS AGROINDUSTRIALES DE FRUTOS SECOS

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 DIVISIÓN FRUTOS SECOS

MEJORAS DE AHORRO ENERGÉTICO Y MEDIOAMBIENTALES

Sustitución de luminarias en Borges DC

Continuación con la sustitución de luminarias de vapor mercurio por el tipo LED de bajo consumo.

Acondicionamiento cubiertas nave 11 y MAC en Borges DC

Sustitución parcial de las cubiertas de la nave 11 y Mac con más de 2.000 m² de chapa metálica.

Generador de vapor perelló PMV-4 para línea de cremas balsámicas y aceites aromáticos en Borges DC

Se trata de un generador de producción rápida de vapor con una cámara de reserva o acumulación que da mucha ventaja sobre otros generadores de producción rápida.

La calidad del vapor producido: vapor seco (sin arrastre de agua)

de alto rendimiento térmico, del orden de un 15% a un 20% superior al de otros sistemas de obtención de vapor.

Sus dimensiones son las más reducidas del mercado para este tipo de generadores de tubos de humo, con lo que se ahorra espacio, pudiéndose instalar en el lugar que ocupaba cualquier otra caldera vertical de menor potencia. Las pérdidas por radiación son mínimas al verse favorecido el generador por un doble aislamiento. Gracias a las ventajas anteriormente citadas se obtienen un real y efectivo ahorro de combustible.

Continuación en la sustitución de luminarias de vapor de mercurio por tecnología LED en Borges DI

MEJORAS TECNOLÓGICAS Y PRODUCTIVAS	<p>Envasadora UVA_BUTLER 4-220 en Borges DC Se trata de un equipo de alto rendimiento para el envasado en vertical, forma, relleno y sellado. Su capacidad es de 120 bolsas/minuto y puede trabajar con tamaños máximos de bolsa en plano de 220 mm.</p> <p>Dos agrupadoras BLUE PRINT-COLLATOR para líneas VPR3-V250.4. en Borges DC Las agrupadoras Bag Collator son un equipo de soporte al embalaje semiautomático para aumentar la velocidad de embalaje manuales que colocan los envases de forma muy bien apilada verticalmente sobre un transportador de acumulación. Esta presentación permite una velocidad de embalaje manual elevada.</p> <p>Montaje de una nueva línea de cremas balsámicas en Borges DC Nueva línea de cremas balsámicas con formato PET sleeveado 60-80 unidades/min.</p> <p>Tres seleccionadoras SORTEX Z+ en Borges DI La SORTEX Z+ permite obtener la almendra grano más limpia de impurezas, permitiendo al mismo tiempo adaptar la calidad de aceptación de acuerdo a las distintas especificaciones de calidad, evitando rechazar producto conforme que reducen la rentabilidad.</p>	<p>Se han instalado dos máquinas SORTEX Z+2 (Línea Almendra Natural + Línea 6 Repelado), y otra máquina SORTEX Z+3 para la Línea Almendra Natural.</p> <p>Una desimétrica PEKTUS MOD.KD 200 con capacidad para 2500kg/hora en Borges DI Clasifican de acuerdo con el principio de peso específico de cada grano y se usan fundamentalmente en las empresas productoras de semillas. Las mesas densimétricas pueden proporcionar capacidades de separación muy precisas que normalmente se incluyen al final del procesamiento estándar de semillas para alcanzar el más alto nivel de calidad. El volumen y la distribución del flujo de aire pueden ser controlados mediante la adaptación de ventiladores especialmente diseñados y el funcionamiento general de las máquinas puede ser ajustado usando varias variables de control de funciones. Las máquinas pueden ser configuradas en diferentes versiones para la separación de grano, legumbres o semillas finas.</p> <p>Una desinmétrica SMART en Almendras de Altura Se trata de un sistema de repaso final de la almendra descascarada mediante un sistema de vibración y separación por densidad.</p>
MEJORAS PARA LA CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA	<p>Mejora continua de las instalaciones de forma general con diversas actuaciones para aumentar la calidad y la seguridad alimentaria de todas la secciones según indicaciones de las distintas auditorias de calidad y sanitarias en Borges DC y DI</p>	<p>MEJORAS DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES</p> <p>Mejora de la sectorización de las plantas para su adaptación a la normativa contra incendios en Borges DC Exutorios de cubierta F-100 CL en Borges DI Instalación de diecisiete exutorios que permiten el control de temperatura y evacuación de humos de las naves. Son obligatorios para la "seguridad contra incendios" y cumplen con la Norma UNE EN 12101-2 con marcaje CE. El sistema CI-SYSTEM Exutorio F100 está diseñado para aportar una iluminación de luz natural con alta eficiencia energética y de ventilación natural. Posibilidad de incluir protección de vida permanente según EN 795 para posteriores trabajos de mantenimiento en cubiertas (EPD).</p>
OTRAS MEJORAS	<p>Acondicionamiento recinto para zona de compresores en Borges DI</p>	<p>Lavasuelas LS900 con fotocélula en Borges DI Instalación de una lavasuelas LS900 CON FOTOCÉLULA ubicado en el corredor previo a las distintas secciones productivas para minimizar el riesgo de contaminación cruzada.</p>

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

VENTAJAS COMPETITIVAS DIVISIÓN AGRÍCOLA

MEJORAS DE AHORROS ENERGÉTICO Y MEDIOAMBIENTALES.	<p>Balsa de recogida de aguas residuales en FRUSESA Legalización de la balsa para recogida de aguas residuales y estudio hidrológico de la misma.</p> <p>Calefactor Biomasa en FRUSANSA Instalación de un calefactor con biomasa para el secado de la nuez, así como la ampliación de las celdas de secado.</p> <p>Mejoras de riego en FRUSANSA Se han continuado realizando mejoras en la instalación de riego</p>	<p>para el nogal y pistacho existente, como en las nuevas plantaciones con un sistema totalmente automatizado que garantiza el uso eficiente del agua y consumo energético.</p> <p>Potabilización de agua FRUSANSA Mejora para garantizar la potabilización de agua en los edificios de la explotación agrícola.</p>
MEJORAS TECNOLÓGICAS Y PRODUCTIVAS	<p>Legalización de procesado en FRUSESA</p> <p>Línea descascarado de nuez grano en FRUSESA Línea de procesado para producción de nuez en grano con una capacidad de 1.000 kg/h que incluye descascaradora, separadora, cinta de selección manual y envasado al vacío.</p> <p>Instalación de envasado en mallas en FRUSESA Línea de envasado de nuez en mallas con una capacidad de 500 kg/h.</p> <p>Nueva cosechadora de nueces ORCHARD-RITE en FRUSESA Máquina que permite un rápido sistema de lubricación proporcionando una protección superior a los árboles y una recolección más eficiente.</p> <p>Nuevas plantaciones de nogal en FRUSESA Se ha iniciado la preparación del terreno e instalación de riego para 31,5 hectáreas de nogal así como 5,33 hectáreas de plantación experimental para el desarrollo de un nuevo material vegetal pionero en toda la geografía española.</p> <p>Ampliación de instalaciones en FRUSANSA -Construcción de una nave almacén de 500 m2 para maquinaria agrícola. -Construcción de una nave almacén de 700 m2 para la recepción y almacenamiento incluyendo tolva de recepción, pesadora en continuo y distribuidor en celdas. -Construcción de oficinas de 96 m2 con servicios.</p>	<p>Mejoras sistema de riego en FRUSANSA Se ha continuado realizando mejoras en la instalación de riego para el nogal y pistacho existente con un sistema totalmente automatizado que garantiza el uso eficiente del agua y consumo energético con un nuevo cabezal de fertirrigación automatizado.</p> <p>Nuevas plantaciones en FRUSANSA Ampliación de las plantaciones de nogal 35 hectáreas y 3,6 hectáreas de pistacho. Así como la implementación de un campo experimental de nogal 3,46 hectáreas, con un material vegetal mejorado pionero en la geografía española.</p> <p>Mejoras en la línea de procesado en FRUSANSA Mejora en la línea de procesado actual para nuez y pistacho mediante adaptaciones para obtener una instalación más flexible para la recepción de almendra.</p>
MEJORAS PARA LA CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIAS		<p>Mejora de cerramiento en edificios en FRUSESA Medidas de protección para evitar la entrada de pájaros en las instalaciones.</p>
OTRAS MEJORAS		<p>Mejora de accesos a la fábrica el Carquí con vallado puerta corredera y abertura y cierra por telecontrol en FRUSANSA</p>

INVERSIONES REALIZADAS EN CAPRICHIO ANDALUZ

VENTAJAS COMPETITIVAS CAPRICHIO ANDALUZ

MEJORAS TECNOLÓGI- CAS Y PRO- DUCTIVAS	Un decantar pierlisi Equipo de separación de fases líquido y sólido de elevada eficiencia para la purificación del aceite con una capacidad de 2.500 l/hora. Agrupadora de tarrinas para Nuevos enchufes	OTRAS MEJORAS	Realización y legalización de un pozo de agua potable
-----------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------	--------------------------------------------------------------



SOCIAL

PRÁCTICAS LABORALES

Personas

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. Nuestro compromiso es detectar, retener y promover a los mejores profesionales con capacidad para adaptarse, integrarse y desarrollarse en la cultura de Borges Mediterranean Group.

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.

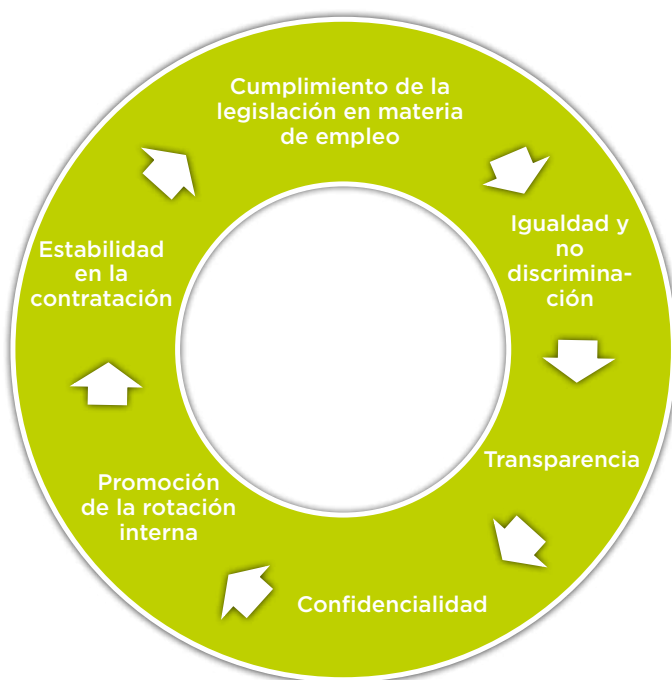
No hemos identificado ninguna operación propiedad del Grupo en la que esté en riesgo el derecho a la libertad de asociación, el trabajo infantil o el trabajo forzoso.



EMPLEO Y ESTABILIDAD DE PLANTILLA

Creación de empleo estable y de calidad

Principios de la política de empleo de Borges Mediterranean Group



Nuestro objetivo en materia de contratación es la generación de empleo estable. En los últimos ejercicios, el Grupo ha ido aumentando progresivamente el número de empleados/as hasta las 941 personas, un 80% de las cuales prestan sus servicios en España.

Composición de la plantilla

La estructura de edades en nuestra plantilla refleja la combinación de diferentes experiencias, momentos vitales y realidades con las que se consigue un grupo humano heterogéneo donde todos aprenden y todos aportan su parte. La edad media de la plantilla es de 41 años. Por otro lado, aproximadamente el 63% de la plantilla se sitúa en un tramo amplio de edad comprendido entre los 30 y 50.

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 88% de la plantilla trabaja con contrato indefinido, dato que constata el esfuerzo de la Compañía por integrar un equipo sólido y estable que pueda desarrollar una larga carrera profesional.

Con vistas a ampliar el horizonte de desarrollo profesional del capital humano de la empresa

y aumentar la eficiencia organizativa, en los últimos años se han implantado unas políticas de Recursos Humanos que integran programas de clasificación profesional, gestión por competencias, selección, formación y desarrollo, y evaluación del desempeño. El departamento se convierte, de este modo, en un socio estratégico para aplicar las directrices empresariales, aumentando la flexibilidad en la Organización, orientándose al cambio, focalizándose en el desarrollo del talento y priorizando el desarrollo de las personas.

Este modelo también permite fortalecer nuestra política de promoción interna y extenderla al resto de filiales del Grupo. Así contamos con un equipo que en un elevado porcentaje ha sido partícipe de la expansión internacional de la Compañía. El 40 % de la plantilla posee una antigüedad de 20 a 25 años, y está plenamente implicado en nuestros valores corporativos.

FORMACIÓN Y DESARROLLO

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.

Para cumplir con nuestros objetivos y ayudar a

construir el éxito de la Compañía a largo plazo, necesitamos personas motivadas y cualificadas. En base a ello, 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. Invertir en planes de desarrollo profesional y personal y ofrecer oportunidades de formación continua es clave para el Grupo. Participamos en diferentes ferias y foros de empleo, entre los que destacamos el Forum de la

Universidad Rovira y Virgili. 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, el estímulo y el compromiso de todos. Es objetivo del Grupo la generación de empleo estable en la contratación de sus colaboradores y la aproximación del mundo laboral al académico favoreciendo la inserción laboral de los jóvenes.

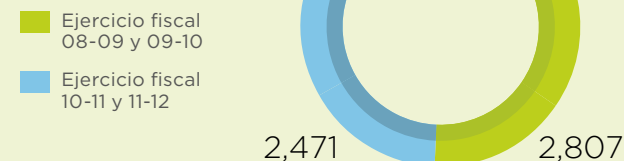
El objetivo es contar con sistemas objetivos para obtener información sobre los perfiles y su desarrollo profesional. Para completar estos perfiles hemos desarrollado instrumentos como la Gestión del Desempeño, que permiten realizar un seguimiento personalizado de cada colaborador y poner en funcionamiento 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,

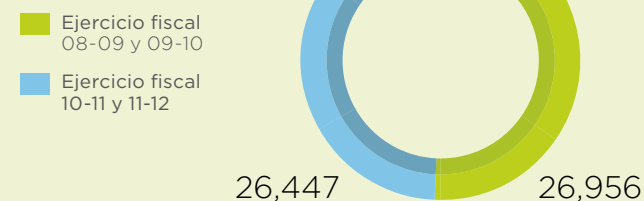
atiende y fomenta solicitudes para realizar estudios universitarios, profesionales, etc. El Plan de Formación tiene como finalidad garantizar el desarrollo de la plantilla y lograr una mayor adecuación de la persona a su puesto de trabajo, así como potenciar la adquisición de habilidades y conocimientos 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.

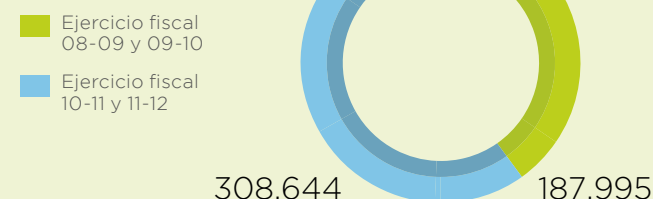
PARTICIPANTES EN ACCIONES FORMATIVAS



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 30 personas en prácticas, de los que el 40% eran estudiantes universitarios y el 60% de formación profesional.

Convenios de formación profesional dual

Actualmente, nuestro centro de Tàrrega está adherido al Convenio de Formación Profesional Dual del Ciclo Formativo en Industrias Alimentarias, así como al Convenio de Grado Medio de Mantenimiento Electromecánico y el Ciclo Formativo de Grado Superior de Mecatrónica Industrial.

Borges Mediterranean Group cuenta con cuatro alumnos donde desarrollan 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.

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.

POLÍTICA DE REMUNERACIONES ADECUADA A CADA SITUACIÓN

Borges Mediterranean Group continua trabajando en 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.

Al personal de Borges Mediterranean Group le es de aplicación el Convenio Colectivo correspondiente.

LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA

Tal y como refleja el Código de Conducta, Borges Mediterranean Group promueve y respeta el derecho de libertad de asociación y negociación colectiva en el ámbito laboral.

La mayor parte de la plantilla de Borges Mediterranean Group está sujeta a Convenios colectivos y tiene representantes legales.

Durante el periodo cubierto por este informe se han celebrado reuniones

formales con los representantes legales de los trabajadores/as. Los principales temas tratados, además de los periódicos y habituales, han sido los relacionados con la negociación colectiva.

En nuestro centro de Tàrrega, se ha aprobado un nuevo convenio colectivo provincial para las industrias del aceite y sus derivados para los años 2.012, 2.013 y 2.014.

APORTACIONES SOCIALES Y ECONÓMICAS

La creación de un empleo de calidad y estable, la satisfacción de nuestros colaboradores y la cohesión del equipo es fundamental en nuestra Compañía.

En base a ello, ofrecemos ventajas de las que disfrutaban todos los empleados/as de Borges Mediterranean Group en España:

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

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 10,56 % de la plantilla.

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 los empleados/as 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 facilitan la conciliación entre la vida privada y laboral, y favorecen la igualdad de género o diversidad en la empresa. 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.

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES Y DIVERSIDAD

Borges Mediterranean Group tiene un compromiso firme a favor de la Igualdad de Oportunidades y en contra de la Discriminación, entendiendo la Diversidad como una ventaja competitiva y una experiencia enriquecedora para sus colaboradores. Nuestro compromiso se pone de manifiesto con la elaboración del 2º Plan de Igualdad para los años 2012-2016, dado continuidad al desarrollo del Plan de Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres iniciado en el 2007.

En el periodo cubierto por este informe un 47,71 % de la plantilla ha estado formada por mujeres. En referencia a mujeres con cargos directivos, el porcentaje se sitúa en un 2,35 %. La integración de personas con discapacidad está contemplada por la legislación estatal. Siguiendo esta premisa, 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.



Acciones de Igualdad de Oportunidades:

- Revisión de los objetivos fijados en el Plan por las comisiones de Igualdad.
- Revisión del Protocolo de acoso y el procedimiento en caso de incumplimiento.
- Revisión del manual práctico de lenguaje no sexista.
- Renovación de nuestro compromiso con la Igualdad de Oportunidades fruto de la obtención del Distintivo de Igualdad en la empresa por el Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad, obtenido en nuestros centros principales de Borges S.A.U (2010) y Aceites Borges Pont, S.A.U (2011).

En Borges Mediterranean Group creemos que la Diversidad es muy importante, y que todos debemos ser capaces de trabajar juntos de forma eficiente y beneficiarnos de nuestra diversidad cultural.

Aseguramos nuestra ventaja competitiva teniendo equipos con personas de orígenes, experiencias y perspectivas muy diversas, que se sientan valorados por la aportación positiva que puedan hacer al éxito de la Compañía.

En nuestras sedes centrales trabajan conjuntamente personas de diferentes nacionalidades. Las nacionalidades de nuestra plantilla son las siguientes (26): España, Alemania, Argentina, Bolivia, Brasil, Bulgaria, Chile, Colombia, China, Egipto, Francia, Holanda, Italia, Lituania, Marruecos, México, Paraguay, Polonia, Portugal, Rumania, Rusia, Senegal, Suecia, Túnez, Ucrania, Uruguay. En ello se sustenta nuestra ventaja competitiva, en equipos de trabajo formados por personas que provienen de diferentes entornos, valorados por sus méritos y capacidades. Recientemente tuvimos el honor de ser galardonados en la categoría de empresa consolidada con valores fem.talent, en un reconocimiento a la trayectoria de impulso y creación de talento y de incentivación de las capacidades personales y profesionales como estrategia dentro del proyecto empresarial.



CHARTER DE LA DIVERSIDAD
ESPAÑA

En el 2012 nos adherimos al Charter de la Diversidad en España comprometiéndonos con un decálogo de principios de Igualdad de Oportunidades y respeto a la Diversidad dentro de los valores de la empresa.



Entrega del galardón fem.talent, por parte Departamento de Economía, Empresa y Empleo de la Generalitat de Cataluña.

COMUNICACIÓN INTERNA Y DIÁLOGO CON LOS EMPLEADOS

En el periodo cubierto por este informe Borges Mediterranean Group ha seguido manteniendo una línea de comunicación y diálogo con la plantilla que contribuye tanto a la difusión de las iniciativas de recursos humanos y de otros departamentos de la Compañía, promoviendo la participación de los empleados/as para que hagan visibles sus ideas, comentarios, dudas y consultas. Cabe destacar las siguientes:

- **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. Periodicidad: permanente
- **Plan de Acogida**, manual dirigido a todas las personas de nueva incorporación. Periodicidad: permanente
- **Tablón de Anuncios**, espacios con información de interés para los miembros de la Organización. Periodicidad: permanente
- **Buzón de Sugerencias**, canal dedicado a la recogida de información para que las ideas y opiniones de los trabajadores/as puedan ser atendidas. Periodicidad: permanente
- **Intranet**, por el que los colaboradores pueden acceder a información corporativa, a una serie de aplicaciones personales y a trámites profesionales, además de las presentaciones de los proyectos. Periodicidad: permanente
- **Evaluaciones de ejercicio**, sistema por el que se fijan objetivos, se recogen aportaciones y se establecen requerimientos de formación personalizados. Periodicidad: según necesidades
- **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. Periodicidad: según necesidades

• **Procedimientos internos**, herramienta que recoge las políticas y procedimientos del Grupo. Periodicidad: permanente

• **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. Periodicidad: según necesidades

• **Revista Gente Borges**, Medio de comunicación bidireccional cuyo objetivo es difundir las acciones y proyectos que se llevan a cabo en Borges Mediterranean Group, con el fin de acercar la visión de negocio y crear identidad de grupo. Periodicidad: cuatrimestral

El valor de crecer juntos y la comunicación con y entre el equipo son grandes bases que guían el recorrido de las personas que forman parte del Grupo.



Titulo	Fuente	Fecha
Noticia rotativa: grupo 14	Grupo Borges	26/05/2014
Noticia rotativa: grupo 15	Grupo Borges	22/05/2014
Noticia rotativa: grupo 16	Grupo Borges	24/04/2014
Noticia rotativa: grupo 17	Grupo Borges	28/05/2014
Noticia rotativa: grupo 18	Grupo Borges	22/05/2014
Noticia rotativa: grupo 19	Grupo Borges	06/03/2014
Noticia rotativa: grupo 20	Grupo Borges	07/05/2014
Noticia rotativa: grupo 21	Grupo Borges	18/05/2014
Noticia rotativa: grupo 22	Grupo Borges	03/03/2014
Noticia rotativa: grupo 23	Grupo Borges	14/02/2014
Noticia rotativa: grupo 24	Grupo Borges	05/02/2014
Noticia rotativa: grupo 25	Grupo Borges	24/01/2014
Noticia rotativa: grupo 26	Grupo Borges	22/01/2014
Noticia rotativa: grupo 27	Grupo Borges	22/01/2014
Noticia rotativa: grupo 28	Grupo Borges	15/01/2014
Noticia rotativa: grupo 29	Grupo Borges	07/01/2014
Noticia rotativa: grupo 30	Grupo Borges	03/01/2014
Noticia rotativa: grupo 31	Grupo Borges	28/12/2013
Noticia rotativa: grupo 32	Grupo Borges	24/12/2013
Noticia rotativa: grupo 33	Grupo Borges	21/12/2013

Acciones sociales para la gente Borges

GENTE BORGES

En Borges Mediterranean Group además de apostar por la conciliación de la vida personal y laboral, ofrecemos actividades extralaborales con el objetivo principal de fomentar la adhesión de la plantilla.

Borges con la Gente: El Grupo pone a disposición de sus colaboradores la finca agrícola que posee en Badajoz como lugar de reposo y vacaciones donde 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.



Aprovecho esta oportunidad para daros la bienvenida al “Cortijo de Benavides”, lugar desde el que queremos establecer un vínculo de proximidad con tod@s 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 hectáreasta 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.



Ramon Pont Amenos
Presidente de Borges Mediterranean Group

La pequeña Gente Borges: Celebración del 3º concurso literario y de dibujo infantil para los hijos e hijas de los empleado/as.

Borges con la Cultura: con el fin de acercar el acceso a los colaboradores y sus familiares a museos, teatros, conciertos.

Borges con el Deporte: Sorteos de entradas para actividades deportivas. Un ejemplo es el sorteo de tres entradas dobles para ir a Montmeló y poder ver los entrenamientos de la Fórmula 1.

Nuestros colaboradores también tuvieron la oportunidad de participar en el sorteo de seis entradas para la inscripción en la 21 edición de la Cabrerès BTT, marcha en bici muy popular en Cataluña.



OTRAS ACTIVIDADES SOCIALES

Visitas guiadas a nuestras plantas por parte de nuestros Grupos de Interés

Los centros de producción de Borges Mediterranean Group están abiertos a la realización de visitas a diferentes grupos de interés interesados en conocer el proceso de producción de nuestros productos.

El público que nos visita está compuesto por particulares, estudiantes de institutos y universidades, clientes, distribuidores y profesionales.

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 Arbe-

quina, 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. La planta que recibe un mayor número de visitas es Aceites Borges Pont. Durante el periodo cubierto por este informe han visitado nuestras fábricas 457 personas en un total de 80 visitas.

PROGRAMA DE NUTRICIÓN Y SALUD

Desde el año 2011, desde Borges Mediterranean Group cuenta con un programa de Nutrición y Salud denominado “Borges Te Cuida” para todo el Colectivo Borges que se compone de un conjunto de acciones que tienen una excelente receptividad entre nuestros colaboradores.

El programa incluye:

- Desayunos saludables. Trimestralmente celebramos los desayunos de la “Gente Borges”.
- Día de la Fruta. Con periodicidad bimensual “Borges Te Cuida” invita a fruta de temporada a toda la plantilla, al tiempo que informa sobre las propiedades y nutrientes de dicha fruta, promoviendo una dieta con un consumo saludable de productos.
- Campaña de vacunación antigripal. Para toda la plantilla de Borges Mediterranean Group.
- Ergonomía. Visita por un especialista, puesto de trabajo por puesto de trabajo, corrigiendo posturas y dando consejos personalizados.
- Caminatas extra laborables. Caminatas populares de la Gente Borges en un ámbito de compañerismo.

Borges “Te Cuida” quiere trasladar valores, fomentar hábitos saludables y generar compromiso para ser una empresa Sostenible, Saludable y Solidaria



SALUD Y SEGURIDAD EN BORGES MEDITERRANEAN GROUP

La salud y seguridad laboral de nuestros colaboradores es un elemento clave para Borges Mediterranean Group. Apostamos por una ética empresarial que vela por la salud y seguridad en el trabajo en todas nuestras actividades.

Mejorar la seguridad en el transporte de personas constituye uno de los ámbitos clave de acción en nuestra Compañía. Por ello, desarrollamos diversas acciones para controlar los riesgos asociados. Disponemos de un Sistema de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales cuya finalidad es dar cumplimiento a todas y cada una de las disposiciones normativas al respecto buscando de este modo, la mejora constante de las condiciones laborales existentes. Las principales características de nuestro sistema preventivo son:

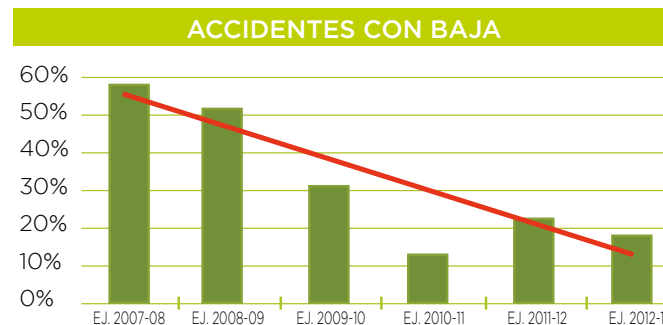
- Está basado en una Política Preventiva definida e integrada. Dicha política plasma fehacientemente el compromiso de mejora del Grupo minimizando/eliminando los riesgos que puedan afectar a nuestros colaboradores.
- Está gestionado directamente por el Departamento de Recursos Humanos mediante personas cualificadas específicamente a tal efecto.
- Es extensivo a todas las filiales que forman el Grupo.
- Apuesta por la participación del personal de la organización a todos los niveles.
- Cuenta con el asesoramiento externo de un Servicio de Prevención Ajeno en cada uno de los centros de trabajo del Grupo.
- Apuesta por la colaboración interdepartamental en busca de la consecución de objetivos que permitan la mejora continua del Grupo.

La cultura preventiva de Borges Mediterranean Group avanza día a día a través del desarrollo de numerosos procedimientos que nos permiten establecer un marco dinámico del que todo el personal de la plantilla forma parte. La sensibilización

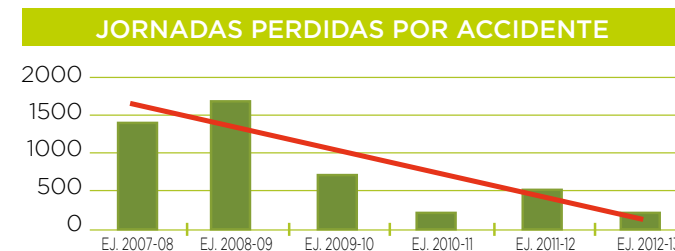
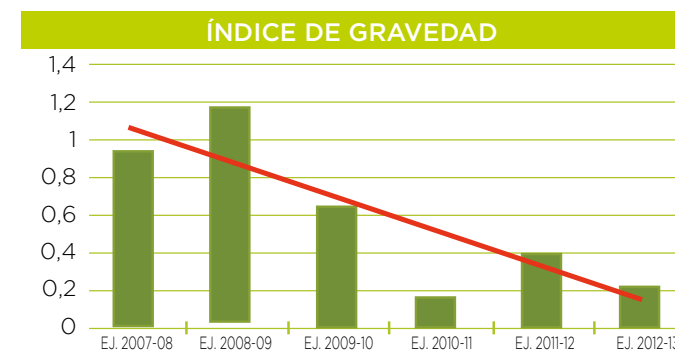
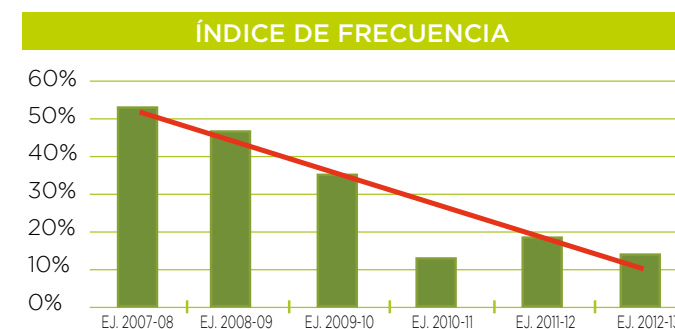
en materia de seguridad supone un aspecto que alimentamos de forma continua de manera que todos/as seamos conscientes de la necesidad de disponer de un entorno seguro donde desarrollar nuestra actividad. Uno de los principales niveles jerárquicos en el que incidimos es el correspondiente a Mandos Intermedios. Como gestores de equipos de personas, suponen posiciones claves dentro de cualquier sistema preventivo y es por este motivo, fomentamos de forma constante su implicación y colaboración en materia de seguridad y salud.

Disminución de los principales índices de accidentalidad

Los resultados de las iniciativas y la labor de los servicios de prevención de Borges Mediterranean Group se reflejan en los principales índices de siniestralidad que se han reducido en los últimos años. De este modo la evolución seguida es la siguiente:



Las mejoras que se representan en los datos se deben en gran parte a la búsqueda de la excelencia en la gestión de la prevención por parte de Borges Mediterranean Group. Con la finalidad de crear un entorno seguro, actualizamos y desarrollamos constantemente los procedimientos necesarios para que todo el personal que interactúa en nuestros centros de trabajo lo haga de la forma más segura posible.



Formación y sensibilización

La formación es uno de los aspectos relativos a la prevención en los que más recursos se invierten. La Compañía identifica los requisitos de formación por medio de un proceso de análisis de necesidades formativas que hace que la formación se adecue a las características y a la evaluación de riesgos específicos de los distintos puestos de trabajo.

Las actividades de formación y sensibilización se llevan a cabo por división. Toda la plantilla está adscrita a unos itinerarios formativos definidos, elaborados por parte de la Dirección de Recursos Humanos, que establecen cursos de formación en prevención específicos que recogen los riesgos por puesto de trabajo, además de incluir una serie de formaciones de recordatorio periódico como son:

- Manipulación correcta de carretillas elevadoras.
- Primeros auxilios.
- Extinción de incendios.

En función de las necesidades detectadas como consecuencia de la realización de simulacros de incendio, incidentes acontecidos, evolución de la actividad, medidas correctoras o evaluación de riesgos de las instalaciones, se ha llevado a cabo la siguiente formación:



- Plan de Emergencia de las instalaciones (destinada a toda la plantilla).
- Formación específica del puesto de trabajo (destinada a toda la plantilla).
- Trabajos en altura (destinada al personal de mantenimiento).

Borges Mediterranean Group utiliza una plataforma online de formación para hacer llegar a todos/as los trabajadores/as de la Compañía, de modo que el personal de oficina también cursa anualmente formaciones a través de este mecanismo facilitado por los diferentes servicios de prevención subcontractados en cada centro de trabajo. Dicha metodología formativa permite aportar a la plantilla conocimientos específicos en materia de prevención de riesgos laborales de una forma cómoda y ágil. En el presente ejercicio se ha impartido formación en materia de seguridad vial y de sensibilización en prevención de riesgos en oficinas y despachos.



Salud y bienestar en borges mediterranean group

El compromiso de Borges Mediterranean Group con la salud de sus empleados/as va más allá del cumplimiento exigido por la ley. Fruto de esta preocupación por la salud, Borges Mediterranean Group ofrece beneficios médicos comunes a toda la plantilla con independencia de la sección en la que desarrollan su actividad.

Además de nuestro programa de Nutrición y Salud cuyo objetivo es promover el cuidado de la salud y la calidad de vida y cambiar los hábitos de los colaboradores para mejorar la salud física y emocional, apoyando e impulsando conductas saludables, responsables y sostenibles, continúan los esfuerzos de la Compañía en la promoción activa de la salud, a través de la realización de reconocimientos médicos periódicos, campañas de prevención, estudios epidemiológicos y la gestión de seguros de la salud.

Gestión de equipos de protección individual

No solo hacemos entrega de equipos de protección necesarios para que todos nuestros trabajadores/as realicen sus tareas con la máxima seguridad posible, sino también de otros elementos que permitan proteger de forma pasiva a todas las personas como son: fajas de compresión, muñequeras, tobilleras o rodilleras. De esta forma pretendemos facilitar y/o mejorar la manera de llevar a cabo las respectivas tareas, además de buscar aquellos equipos de protección específicos que requiera cualquier trabajador/a en momentos puntuales.

Observaciones preventivas de seguridad

Para difundir una cultura preventiva adecuada, es indispensable la presencia en fábrica transmitiendo a todas las personas observaciones oportunas que nos permitan corregir aquellas situaciones que puedan llegar a producir un riesgo. Para ello, se realizan visitas periódicas a las instalaciones de las cuales existe un registro que nos permite comprobar en qué aspectos debemos incidir.

Los principales puntos objeto de supervisión en dichas visitas son:

- Estado de elementos de extinción.
- Utilización de equipos de protección individual.
- Seguridad en máquinas.
- Conductas observables.
- Estado de equipos de trabajo.

Participación de los trabajadores

La participación de nuestros colaboradores supone uno de los aspectos más importantes dentro de nuestra gestión preventiva. Las reuniones periódicas del Comité de Seguridad y Salud, nos permiten poner en común problemas que puedan surgir y tratarlos desde un punto de vista constructivo. A parte de la representación laboral, otros miembros del Comité son: los Responsables de Producción, Responsables Técnicos y Responsable de Calidad. De esta manera, cualquier cuestión expuesta puede valorarse e integrarse y por tanto, solucionarse de forma efectiva. Todos los colaboradores de Borges Mediterranean Group tienen la posibilidad de elaborar un comunicado de riesgo o propuesta de mejora y entregarlo al Departamento de Recursos Humanos para que se lleve a cabo su valoración y la correspondiente medida correctora si procede.

Evaluación de los riesgos y planificación preventiva

Se trata de un procedimiento fundamental en cualquier Sistema de Gestión Preventiva ya que supone el punto de partida para la realización de una planificación de medidas que nos permita minimizar/erradicar los riesgos que han sido identificados previamente.

Para nosotros es muy importante conocer exhaustivamente cuáles son los riesgos existentes en todas nuestras instalaciones, de manera que podamos definir un calendario de acciones integrado que nos permita mejorar la seguridad en nuestros centros de trabajo.



Plan de emergencia

Tal y como estipula la normativa, disponemos de Planes de Emergencia integrados en todos nuestros centros de trabajo. Las principales características de los mismos son:

- Existen personas designadas, formadas e informadas a tal efecto.
- Contamos con la colaboración de los cuerpos de bomberos de las localidades donde están ubicados nuestros centros de trabajo.
- Se actualizan anualmente de forma que aumente su efectividad.
- Realizamos simulacros periódicos para comprobar la eficacia de las correspondientes secuencias de actuación definidas.

A parte del desarrollo e implementación de todos y cada uno de los procedimientos requeridos dentro del marco de una gestión preventiva adecuada y eficiente, Borges Mediterranean Group realiza los estudios necesarios, previa consulta ante el Comité de Seguridad y Salud, para evaluar las condiciones laborales de todos nuestros colaboradores. Los estudios realizados recientemente son los siguientes:

- Estudios de ruido en las secciones de Producción.
- Estudio ergonómico en las secciones de Envasado.
- Mediciones de contaminantes químicos en la atmósfera en la sección de Refinado de aceite.
- Estudio psicosocial de la plantilla (acordado con el Comité de Seguridad y Salud) para realizarse durante el presente ejercicio fiscal).

La ejecución de todos y cada uno de los procedimientos contemplados en nuestro Plan de Prevención de Riesgos, se lleva a cabo en estrecha colaboración con el resto de áreas existentes en la Organización. Dicha colaboración recíproca con áreas como Producción, Departamento Técnico, Calidad Alimentaria, Medio Ambiente, etc, supone

la muestra más inequívoca de la integración paulatina de nuestro Sistema de Gestión Preventiva en la estructura del Grupo. Esta integración, gracias a la cooperación de todos nuestros colaboradores, nos permite mejorar día a día nuestros registros de siniestralidad, mostrando una tendencia positiva evidente, además de reforzar y consolidar nuestra cultura preventiva de forma progresiva.



DERECHOS HUMANOS

EL COMPROMISO DE BORGES MEDITERRANEAN GROUP CON LA CADENA DE SUMINISTRO

Borges Mediterranean Group potencia la contratación con proveedores locales, contribuyendo al desarrollo económico de las comunidades donde opera. Esta relación genera beneficios mutuos ya que repercute también positivamente en el crecimiento de las áreas de implantación, garantizando una estrecha y fluida colaboración.

Hemos fomentado relaciones de comunicación y conocimiento mutuo con nuestros proveedores, a través de la mejora de los canales de comunicación, el trato continuo, la difusión de nuestros principios éticos y la formación, para compartir las mejores prácticas y el posicionamiento de las

empresas en estas materias. Desarrollamos estas iniciativas con la expectativa de generar valor, en interés y beneficio de todos.

Durante el periodo cubierto por este informe, con los objetivos de difundir los criterios de Sostenibilidad del Grupo a sus proveedores, se ha comenzado a enviar un Check list de Responsabilidad Empresarial y Sostenibilidad en la cadena de suministro a algunos de ellos, incluyendo proveedores en el extranjero, que ha servido para mejorar el conocimiento de sus prácticas en estas materias. Es objetivo del Grupo ampliar el alcance del mismo.

La Compañía ha trabajado activamente en la gestión de riesgos de su cadena de suministro, con el fin de contar con proveedores que respeten unos estándares éticos mínimos. Además, apostamos por integrar criterios de Responsabilidad Empresarial y Sostenibilidad en sus procesos de compras, comprometiéndose a instaurar un proceso de gestión responsable que favorezca la adquisición de productos y la contratación de servicios respetuosos con el Medio Ambiente que hayan sido generados en situaciones socialmente justas.

ÁMBITO DE ÉTICA E INTEGRIDAD

Borges Mediterranean Group dispone de normas corporativas que recogen las pautas de actuación aplicables a la Compañía, en un ámbito de ética e integridad.

Código de Conducta

A través de su Código de Conducta, Borges Mediterranean Group establece los valores que deben guiar el comportamiento de todos los empleados/as del Grupo. Este Código pretende ayudar a consolidar una conducta empresarial aceptada y respetada por todos sus empleados/as y directivos.

Nuestros principios éticos pueden resumirse de la siguiente forma:

- Cumplir las leyes, normas y regulaciones.

- Desarrollo profesional, Igualdad de Oportunidades y no Discriminación.
- Tratamiento de información.
- Fraude, protección de activos del Grupo, contabilidad.
- Corrupción y soborno.
- Conflictos de intereses.
- Competencia legal y defensa de la competencia.
- Protección del Medio Ambiente.
- Relaciones con clientes, proveedores y socios.

Estos principios se aplican a todas las personas de Borges Mediterranean Group y son trasladados a todas las entidades colaboradoras del Grupo, incentivando la colaboración con aquellos proveedores y contratistas que aseguren estándares sociales, ambientales y de orden ético evolucionado. Mediante el Código de Conducta Borges Mediterranean Group asume el compromiso de desarrollar sus actividades empresariales y profesionales de acuerdo a la legislación vigente en cada uno de

los lugares donde opera, observando un elevado comportamiento ético, de acuerdo con estándares reconocidos internacionalmente, tales como la Declaración Universal de los Derechos Humanos de la ONU, las normas de la OIT y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

El Código fija de forma clara el compromiso del Grupo y de sus empleados/as de actuar con respeto a la legalidad, a las personas y al Medio Ambiente, y de establecer medidas basadas en sus principios éticos.

Para velar por el cumplimiento del Código Borges Mediterranean Group ha establecido un canal ético que permite comunicar, de forma confidencial y sin temor a represalias vía e-mail o a través del buzón de sugerencias, cualquier supuesto de incumplimiento o vulneración de las conductas recogidas en el Código de Conducta.

Durante el periodo cubierto por este informe, se han recibido comunicaciones que fueron tramitadas atendiendo a las características de cada caso concreto.

El Código de Conducta se encuentra disponible en la Intranet del Grupo y está editado en inglés.

Global Compact de las Naciones Unidas

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.

Como miembro del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, Borges Mediterranean Group se declara en contra de influir sobre la voluntad de las personas ajenas a la Compañía para obtener algún beneficio mediante el uso de prácticas no éticas. Del mismo modo, el Código de Conducta incluye entre las pautas de conducta medidas contra la corrupción y el soborno, exigiendo a los empleados/as que actúen conforme a las leyes que sean de aplicación y que, de ninguna manera recurran ni soporten sobornos de terceros hacia la Compañía o sus empleados/as o viceversa.

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.

Gestión de riesgos

Sistema diseñado para identificar situaciones potenciales que pueden afectar a la Organización, y evaluar los posibles riesgos y oportunidades en la fabricación y comercialización de nuestros productos en los que también se incluyen criterios de Sostenibilidad.

SOCIEDAD

COMUNIDAD

“Actuamos responsablemente en nuestro entorno, invirtiendo talento y recursos para desarrollar el bienestar de nuestra comunidad”

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.

Nos sentimos parte integrante de nuestra comunidad, es por ello que establecemos vínculos de cooperación y colaboración con diferentes colectivos del territorio.

En los últimos años hemos actuado en los ámbitos social, cultural, deportivo y de la salud, colaborando con instituciones, asociaciones y entidades que comparten nuestros objetivos.

INICIATIVAS SOCIALES

Campaña Gran Recogida de Alimentos

La Compañía ha colaborado en la Gran Recogida de Alimentos con la donación de 25.000 litros de aceite de girasol para su reparto a los Bancos de Alimentos del territorio durante el 2013.



Colaboración con Cruz Roja

Colaboramos cada año en la Campaña de Navidad organizada por la Cruz Roja de Reus y de Tàrraga de recogida de juguetes y de alimentos.

Una vez más conseguimos reunirnos para apoyar la importante labor de desarrollo social que lleva a cabo esta entidad en favor de los más desfavorecidos.



Colaboración con el Banco de Sangre y Tejidos de Cataluña

Cada año organizamos una campaña de donación de sangre en nuestros centros principales.



Colaboración con la Marató de TV3

Dedicada a la recaudación de fondos para la investigación biomédica.



Fundación Invest for Children y Fundación Small

Colaboración con estas dos fundaciones dando un paso adelante a favor de la integración de las personas con discapacidad intelectual y para ayudar a mejor tratamiento médico del cáncer infantil, así como la calidad de la estancia hospitalaria de los niños y niñas y sus familias.



Gavi Alliance

Adhesión a la alianza empresarial para la vacunación infantil.

Sunrise África



Colaboración con la ONG Sunrise África a través de una campaña de recogida de material para cubrir las necesidades básicas de los niños y niñas de Ghana.

Iniciativas dirigidas a personas con discapacidad

Invitación a distintas personas de un centro especial de empleo con el que colaboramos a un partido de fútbol de copa del Rey entre el F.C Barcelona y el Alavés.

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.



Nuestra filial **Star Fine Foods** en USA colabora con **Valley PBS** donando cada primavera una cesta de productos mediterráneos.

Valley PBS proporciona programas no comerciales tanto nacionales como locales en respuesta a las necesidades e intereses de los residentes en el Valley, dedicada para mejorar la calidad de vida para todos los residentes.

Es la fuente más fiable y transparente de noticias publicadas así como el canal más visto por menores. Ha dado servicio durante más de treinta y cinco años, y de la misma manera se ha creado un canal en lengua hispánica.



Made for Them-The Art of Freedom Event. Uno de nuestros colaboradores de Star formó parte del comité para un evento en la comunidad llamado The Art of Freedom. Es una experiencia muy enriquecedora que también beneficia a Made For Them, organización que recolecta recursos para combatir el tráfico humano. Star estuvo presente en el evento donando aceite, aceitunas y encurtidos y cada asistente recibió una mini muestras de aceite Star y Balsámico de Modena.

Calabazas Malibu Wine & Food Festival. Durante los dos últimos años, Star ha donado productos a este festival para combatir los abusos de menores.

Operation Homefront



Operación Homefront da asistencia a los miembros de los servicios militares de los Estados Unidos así como a sus familiares, especialmente con necesidades financieras tras el servicio militar.

Star va a colaborar con Operación Homefront con una donación de un mínimo de \$50.000 entre enero de 2013 y enero de 2015.

En nuestra filial de la India se llevan a cabo aportaciones a la Organización Delhi Common Wealth Women's Organisation (DCWA) 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 ITLV, nuestra filial en Rusia, se ha colaborado en diversos eventos. El festival "Samovar" celebra cada año la llegada del año nuevo en Sant Petesburgo, es una fiesta multitudinaria donde participan muchectáreas personas y cada participante puede obtener un paquete de nuestras "popitas".

La experiencia de ayudar a la comunidad, sin duda nos enriquece como individuos y Compañía, así como también preocuparnos por contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas.



INICIATIVAS CULTURALES

Apoyamos de forma activa a la Sociedad empezando por nuestro entorno más cercano.

- Colaboración con los ayuntamientos de Reus-Tàrrrega en distintos eventos.
- Gran Mecenaz Fira de Tàrrrega.
- Contribución económica y participación en diferentes eventos durante la celebración de las fiestas mayores de la ciudad de Reus.

INICIATIVAS RELACIONADAS CON LA SALUD

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.

INICIATIVAS RELACIONADAS CON EL DEPORTE

Favorecemos iniciativas deportivas en las áreas donde operamos.

Apostamos por el deporte como elemento integrador, en base a ello patrocinamos el Club Fútbol Reus Deportiu y colaboramos en eventos deportivos de diferente índole; carreras escolares, caminatas populares, uniones de excursionistas, asociaciones diversas, etc.



PRESENCIA EN ORGANIZACIONES E INICIATIVAS

Borges Mediterranean Group forma parte de iniciativas internacionales y es miembro de organizaciones comprometidas con el progreso social y ambiental.

PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS

Desde el año 2010 Borges Mediterranean Group es miembro activo del Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Global Compact).



SEDEX

Desde el año 2011 somos miembros de Sedex y disponemos de la Auditoría SMETA, Auditoría de comercio ético de miembros de Sedex.



Sedex es una organización sin ánimo de lucro cuyo objetivo es posibilitar mejoras en las prácticas comerciales responsables y éticas de las cadenas de suministro de todo el mundo.

CHARTER DE LA DIVERSIDAD

En el año 2012 nos adherimos al Charter de la Diversidad. El Charter es una iniciativa europea para la mejora de la eficacia empresarial, Sostenibilidad social y respeto a la legislación vigente en materia de Igualdad y No Discriminación que cuenta con el apoyo directo de la Dirección General de Empleo, Asuntos Sociales e Igualdad de Oportunidades de la Comisión Europea.



DESARROLLO SUSTENTABLE

Nuestros centros de Reus y Tàrrrega han obtenido en este periodo la calificación de “Medalla de Oro” en su Autodiagnóstico de desarrollo sustentable que engloba temáticas medioambientales, económicas, sociales y de gestión empresarial.



Se trata de una herramienta implementada por el Grupo Carrefour con el fin de promover, acompañar, conocer y evaluar las prácticas sustentables llevadas a cabo en su cadena de valor.

AECOC

Borges Mediterranean Group ha suscrito un acuerdo para reducir el desperdicio y optimizar los excedentes alimentarios en el marco de su adhesión a un proyecto liderado por la Asociación Española de Fabricantes y Distribuidores (AECOC) y que cuenta con el apoyo de la Administración Pública a través del Ministerio de Agricultura, y de la Federación Española de Bancos de Alimentos (Fesbal).



RESPONSABILIDAD DE LOS PRODUCTOS

Compromiso con nuestros clientes

SALUD Y SEGURIDAD DE CLIENTES

La calidad en Borges forma parte de nuestra cultura: “Dar siempre lo que se espera de quienes formamos parte de esta Organización, en el momento, la cantidad y la forma adecuados”. Es un proceso de mejora continua en todas las fases y actividades, a fin de preservar el activo más importante de nuestra empresa: la reputación histórica de la marca Borges.

Consideramos la calidad como un compromiso adquirido con nuestros millones de consumidores, más allá del cumplimiento de la normativa legal y reglamentaria de los mercados en los que operamos. Este compromiso abarca la calidad de los productos y el desarrollo de una cultura de innovación y mejora continua.

Nuestras actuaciones están siempre orientadas hacia la mejora continua de nuestros productos y enfocadas a obtener la satisfacción de nuestros clientes.

“Disponemos de 36 técnicos cualificados, que gestionan el control de calidad en todo el proceso para que la recepción de los productos a nuestros clientes sea excelente”

Los productos de Borges Mediterranean Group se fabrican, construyen y prestan con el máximo rigor, según los requisitos de calidad marcados

por la Compañía y los previstos por las normativas y reglamentaciones obligatorias establecidas. En este sentido, para velar por la seguridad y salud de los clientes, Borges Mediterranean Group cuenta con:

- Incorporación de mecanismos para reforzar la seguridad.
- Monitorización en continuo de las instalaciones.
- Información a los clientes para un uso seguro de los productos y servicios ofrecidos.
- Análisis de puntos críticos y controles de calidad de productos.
- Inspecciones reglamentarias y cumplimiento de requisitos aplicables.
- Implantación de sistemas de control de calidad y seguridad alimentaria.

Para garantizar la calidad y seguridad de los alimentos que ofrecemos a nuestros clientes, utilizamos los más avanzados sistemas de control de calidad:

- Análisis de peligros y puntos críticos de control (APPCC): Sistema estandarizado que garantiza una elevada calidad sanitaria de los alimentos.
- Normas de aseguramiento de la calidad: 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).

La efectividad de estos programas es evaluada regularmente por expertos independientes.



ISO 9001	IFS	AIB	BRC	FSSC 22000

Otros certificados y alianzas



Aceites Borges Pont se certificó en 2011 como Operador Económico Autorizado (OEA). Esta certificación tiene por objeto aumentar la seguridad de la cadena logística y prevenir los riesgos de una amenaza terrorista.



Alianza para incrementar la seguridad del tráfico de mercancías en Estados Unidos, contra ataques terroristas en nuestra división de aceites.



Panel de cata reconocido por el Consejo Oleícola Internacional en Aceites Borges Pont SAU.



Certificado europeo de modo de producción ecológico en Aceites Borges Pont SAU.



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.



En nuestra planta de Reus tenemos la certificación Denominación de origen Avellana Reus desde el año 2009.



Audita y certifica productos alimentarios conreos bajo criterios ecológicos en Cataluña.

Dos factores son determinantes en la búsqueda de elevados estándares de calidad: el equipo humano y el uso de las técnicas más avanzadas, tanto en las operaciones gestionadas directamente por el Grupo como en la labor de nuestros proveedores. Por ello, 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. En los últimos ejercicios, hemos ampliado los equipos de supervisión interno para la homologación y evaluación continuada de colaboradores nacionales e internacionales.

Anualmente se realizan cursos de formación específicos; cursos de calidad, seguridad e higiene, de APPCC, 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.

“Nuestros departamentos de calidad están formados por profesionales preparados específicamente para el sector del aceite y frutos secos”.

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.

Entre los métodos que dispone el Grupo para medir su desempeño, resultan destacables las auditorías internas y la recepción de auditorías de sus

clientes y otros grupos de interés, aparte de relacionadas con el Halal y Kosher. Estas auditorías permiten conocer el grado de adecuación de sus productos y servicios a sus requerimientos y expectativas. 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. Durante el periodo cubierto por este informe Borges Mediterranean Group no tuvo constancia de se hubiesen producido incidentes relacionados con el cumplimiento de la regulación legal o los códigos voluntarios relativos al impacto de sus productos en los clientes.

COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE Y CONSUMIDOR

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 and Dried Fruit Council Foundation 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.

En la nueva web corporativa de Borges Mediterranean Group (creada en enero de 2013), no solo facilitamos información sobre el Grupo, nuestras divisiones y distintas marcas, sino que funciona como plataforma donde los usuarios y stakeholders pueden interactuar con la empresa ya que ésta permite realizar consultas, sugerencias, conocer las ofertas de trabajo en todo el Grupo y consultar un interesante blog sobre salud y nutrición.

Hemos actualizado el contenido de la actual Borges.es, destacando la versatilidad de páginas y la información constantemente renovada y actualizada en ella. La web marca Borges ofrece a nuestros consumidores consejos sobre alimentación, información nutricional, más de 200 recetas y toda la información sobre las últimas novedades y lanzamientos, así como acceso a las promociones, sorteos y concursos vigentes.

En lo referente al resto de marcas del Grupo, se han abordado con éxito las renovaciones tanto de imagen como a nivel de contenidos de las webs de la marca Popitas y Tramier.

Hablando de Redes Sociales, se ha reforzado y ampliado la presencia de los canales sociales de la marca Popitas, consolidando la fan page de la marca en Facebook (España e India) e iniciando con éxito la expansión online de la marca en España con presencia en Twitter, Youtube o Pinterest. Asimismo, se han establecido nuevos canales sociales para la marca Borges en España (Facebook, Twitter, Youtube) que se suman a los ya existentes para Brasil e India.



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 del Estilo de Vida Mediterráneo, centrando la atención en los consumidores y clientes.

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. Por 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

Número de comunicaciones establecidas con clientes durante el ejercicio 2012-2013:

Durante el periodo 2012-2013, se han recibido y atendido en su totalidad, 360 consultas de clientes y consumidores. De ellas, 95 han correspondido con reclamaciones e incidencias, y las 265 restantes, con simples consultas sobre productos.

Otro de los canales de comunicación de Borges Mediterranean Group hacia sus consumidores finales son las campañas publicitarias. Una de las campañas más destacadas desarrolladas en el periodo 2012-2013, ha sido la campaña de vinagres de Modena y cremas balsámicas.

Descuento en Borges

VÁLIDO HASTA: 28/08/2013


(01) 9500229000910026



1,00 €

Crema Balsámica Borges 250g.

Para el CONSUMIDOR: El importe de este cupón le será descontado por la compra del producto/s arriba indicado/s presentándolo en su establecimiento habitual. El establecimiento se reserva el derecho de aceptar o no este cupón. Sólo se aceptará un cupón por producto adquirido. No acumulable con otras ofertas. VÁLIDO PARA: una unidad de cualquier variedad de Crema Balsámica Borges de 250g (Crema balsámica de Modena, de Frambuesa, de Manzana o de Mango).


9 910179 000217


Cod. NCH: 167-06010-2

SR. COMERCIANTE: Aceites Borges Pont. SAU a través de Valassis-NCH le reembolsará el importe de este cupón, más una gratificación por su colaboración enviándolo al Apdo. de Correos 101 - 28300 Aranjuez (Madrid) antes del 28/11/2013. Aceites Borges Pont. SAU se reserva el derecho de anular el reembolso de cupones que hayan sido dañados, alterados, duplicados o que no hayan sido redimidos según las instrucciones facilitadas. ESTE CUPÓN ES ÚNICO Y CONTIENE INFORMACIÓN QUE PERMITE SU SEGUIMIENTO. LAS COPIAS NO SERÁN VÁLIDAS Y SERÁN DETECTADAS.

La Campaña ha sido muy positiva, consiguiendo el consumo de la marca Borges e incrementando la introducción de la marca.



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 Tàrraga. Las tiendas disponen de 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.

Sensibilización

Actualmente, los consumidores son mucho más conscientes de las estrategias comerciales que acompañan a las causas sociales de las Organizaciones. Las estrategias comerciales son claves para la empresa y la inserción de estrategias corporativas de acciones sociales que incidan en éstas trae consigo mayores resultados de negocio, siempre y cuando las empresas escuchen y tengan en cuenta a sus grupos de interés y sobre todo al consumidor.

Los consumidores tienen un verdadero poder a través de su capacidad de elección, son cada vez menos indiferentes ante las acciones sociales de las empresas y su mayor conocimiento les hace estar cada vez más dispuestos al cambio en su actitud de consumo.

La Responsabilidad Social presenta una gran oportunidad para contribuir al desarrollo social con resultados, así como para obtener nuevos clientes y ganar una mayor participación en el mercado al lograr más compromiso por parte de los consumidores, entre otros alcances. El reto está en que las Organizaciones atiendan a dicha demanda, diseñen estrategias integrales de Responsabilidad Social con indicadores de mejora continua e informen de los resultados del impacto social alcanzado.

Borges Mediterranean Group aplica los procesos necesarios para integrar en sus relaciones las preocupaciones sociales, medioambientales y éticas, el respeto de los derechos humanos y las inquietudes de los consumidores. 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”

ESTRATEGIA Y ANÁLISIS			
CONCEPTO	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	Página/Respuesta
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS	1.1	• Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	p. 2
	1.2	• Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	p. 2-4
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN			
CONCEPTO	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	Página/Respuesta
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN	2.1	• Nombre de la organización.	p. 7
	2.2	• Principales marcas, productos y/o servicios.	p. 11-15
	2.3	• Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (JVs).	p. 16-18
	2.4	• Localización de la sede principal de la organización.	p. 7
	2.5	• Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria.	p. 16-18
	2.6	• Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	p. 8
	2.7	• Mercados servidos (incluyendo desglose geográfico, sectores que abastece y tipos de clientes/beneficiarios).	p. 21-26
	2.8	• Dimensiones de la organización informante	p. 16-18
	2.9	• Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	p. 16-18
	2.10	• Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	p. 19

PARÁMETROS DE LA MEMORIA

CONCEPTO	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	Página/Respuesta
PARÁMETROS, ALCANCE Y VERIFICACIÓN DE LA MEMORIA	3.1	• Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.	p. 21
	3.2	• Fecha de la memoria anterior más reciente.	p. 21
	3.3	• Ciclo de presentación de memorias.	p. 21
	3.4	• Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	rse@borges.es
	3.5	• Proceso de definición del contenido de la memoria.	p. 21
	3.6, 3.7	• Cobertura de la memoria y existencia o no de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	p. 21
	3.8	• La base 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.	p. 21
	3.9	• Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria.	p. 21
	3.10	• Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a informes anteriores. Cambios significativos de la memoria.	p. 21
	3.11	• Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	No ha habido cambios significativos respecto al periodo anterior. El alcance, la cobertura y los métodos de valoración son los mismos. No ha habido cambios significativos respecto al periodo anterior. El alcance, la cobertura y los métodos de valoración son los mismos.
	3.12	• Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la memoria.	Índice GRI (incluido al final de la Memoria de Responsabilidad Social).
	3.13	• Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria.	La memoria no ha sido verificada externamente.

GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN GRUPOS DE INTERÉS

CONCEPTO	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	Página/Respuesta
GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN GRUPOS DE INTERÉS	4.1	• La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	p.23-24
	4.2	• Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen).	p.23-24
	4.3	• En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno, según género que sean independientes o no ejecutivos.	p.23-24
	4.4	• Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	p.23-24
	4.5	• Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido el desempeño social y ambiental).	<i>El total de la retribución de los directivos está detallada en las cuentas anuales correspondientes a cada ejercicio.</i>
	4.6	• Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	<i>El Consejo de Borges Mediterranean Group se reúne periódicamente para conducir adecuadamente las funciones de los órganos de gobierno.</i>
	4.7	• Procedimiento de determinación de la composición, capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno y sus comités, incluyendo consideraciones de género y otros indicadores de diversidad.	<i>Los estatutos sociales recogen el marco legal y establecen los principios de actuación de los órganos de gobierno y sus funciones.</i>
	4.8	• Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	p.7 Perfil de la Organización. p.66-67 Derechos Humanos (código de conducta)

CONCEPTO	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	Página/Respuesta
	4.9	• Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	p.23-24
	4.10	• Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	p.23-24
	4.11	• Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	<i>En relación al ámbito económico, en el Informe final del Auditoría se detalla la gestión de los riesgos financieros (riesgo de crédito, riesgo de precios, riesgo de tipo de interés, riesgo de liquidez), así como la explicación de cuál es el estado de cada uno de ellos. En lo relativo a otros riesgos, como los ambientales o los referentes a la calidad, el área/s en cuestión es la encargada de gestionarlos.</i>
	4.12	• Principios o programas sociales, ambientales o económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscribe o apoya.	p.71 Presencia en organizaciones e iniciativas
	4.13	• Principales asociaciones a las que pertenezca.	p.31 Impactos económicos indirectos
	4.14	• Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	p.25
	4.15	• Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	p.26
	4.16	• Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	p.26
	4.17	• Principales temas e inquietudes planteados a través del diálogo con los grupos de interés, y cómo la compañía ha respondido a éstos, incluso a través de su rendición de cuentas.	p.21 Acerca de esta memoria

ENFOQUE DE GESTIÓN DE INDICADORES ECONÓMICOS			
CONCEPTO	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	Página/Respuesta
DESEMPEÑO ECONÓMICO	EC1	• Valor económico directo generado y distribuido.	p.28
	EC2	• Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	p.29
	EC4	• Ayudas financieras significativas recibidas de administraciones.	p.29
PRESENCIA EN EL MERCADO	EC6	• Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	p.30
	EC7	• Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en operaciones significativas.	p.30
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.	p.31
ENFOQUE DE GESTIÓN EN (MEDIO AMBIENTE)			
CONCEPTO	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	Página/Respuesta
INVERSIONES	EN1, EN2 EN3, EN4	• Gestión Ambiental. • Materiales utilizados por peso o volumen. • Consumo directo e indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	p.33-34 p.37 p.38
	EN8 EN11, EN12	• Captación total de agua por fuentes. • 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. Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no	p.39 p.39-40

CONCEPTO	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	Página/Respuesta
		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.	
	EN16	• Emisiones totales, directas o indirectas, de gases efecto invernadero en peso.	p.40
	EN17	• Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero en peso.	EN17 información no reportada
	EN19	• Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	EN19 información no reportada
	EN20	• Emisiones de NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	p.40
	EN21	• Vertido total de aguas residuales, según su naturaleza o destino.	p.41
	EN22	• Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	p.42-43
	EN23	• Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	p.43
	EN28	• Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	p.44
	EN29	• Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como el transporte del personal.	p.44
	EN30	• Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	p.29 Parte económica, consecuencias financieras
		• Inversiones realizadas por Borges Mediterranean Group durante los dos últimos ejercicios.	p.44
		• Inversiones realizadas en la planta agroindustrial de Tàrrega de Aceites Borges Pont.	p.45-46
		• Inversiones realizadas por Borges Mediterranean Group en las plantas de Frutos Secos.	p.46-47
		• Inversiones realizadas por Borges Mediterranean Group en la División Agrícola.	p.48
		• Inversiones realizadas por Borges Mediterranean Group en Capricho Andaluz.	p.49

ENFOQUE DE GESTIÓN LABORAL

CONCEPTO	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	Página/Respuesta
PRÁCTICAS LABORALES	LA1	• Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato, por región y por sexo.	p.52
	LA2	• Número total de empleados y tasa de nuevas contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	p.52
	LA3	• Beneficios sociales para los empleados con jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosados por ubicaciones significativas de actividad.	p.55
	LA4	• Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	p.55
	LA5	• Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	<i>Borges Mediterranean Group cumple con la legislación vigente en ese aspecto con una notificación previa de 45 días.</i>
	LA6	• Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	<i>El 100% de la plantilla está cubierta por estos comités.</i>
	LA7	• Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	p.62-65
	LA8	• Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	p.62-65
	LA9	• Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	<i>No se realizan acuerdos formales con sindicatos.</i>
	LA10	• Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por sexo y por categoría de empleado.	p.52-54
	LA11	• Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión de final de sus carreras profesionales.	p.52-54

CONCEPTO	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	Página/Respuesta
	LA12	• Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional desglosado por sexo.	p.52-54
	LA13	• Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por categoría de empleado, sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	p. 52 Empleo y estabilidad de plantilla. p.56-57 Igualdad de Oportunidades y Diversidad
	LA14	• Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	p.55
	• Adicional	• Promoción y facilitación de la vida laboral, personal y familiar.	p.56
	• Adicional	• Comunicación interna y diálogo con los empleados	p.58 p.59
	• Adicional	• Gente Borges	p.60
	• Adicional	• Actividades Sociales	
	• Adicional	• Programa de Nutrición y Salud	p.61

ENFOQUE DE GESTIÓN HR (DERECHOS HUMANOS)

CONCEPTO	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	Página/Respuesta
DERECHOS HUMANOS	HR1	• Porcentaje y número total de acuerdos de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas que incorporan preocupaciones en materia de Derechos Humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de Derechos Humanos.	<i>Borges Mediterranean Group aplica en sus inversiones y contratos los principios de conducta y todas las normas que garantizan la máxima protección de los Derechos Humanos y asume el cumplimiento de la legislación legal en cada uno de los países donde opera.</i>
	HR2	• Porcentaje de proveedores, contratistas y otros socios comerciales significativos que han sido objeto de análisis en materia de Derechos Humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	p.66
	HR3	• Total horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los Derechos Humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	<i>La plantilla de Borges Mediterranean Group no ha recibido formación específica en materia de Derechos Humanos.</i>

CONCEPTO	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	Página/Respuesta
	HR4	• Número total de incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	p.66-67
	HR5	• Operaciones y proveedores significativos identificados en los que el derecho a la libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda ser violado o pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	<i>No hay operaciones que supongan un riesgo para el derecho a la libertad de asociación y el derecho a acogerse a convenios colectivos.</i>
	HR6	• Operadores y proveedores significativos identificados que conllevan un riesgo significativo de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición efectiva de la explotación infantil.	<i>Durante el periodo cubierto por este informe no se han registrado incidentes de explotación infantil.</i>
	HR7	• Operaciones y proveedores significativos identificados como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado u obligatorio, y las medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio.	<i>Durante el periodo cubierto por este informe no se han registrado incidentes de trabajo forzado no consentido.</i>
	HR8	• Porcentaje del personal de seguridad que ha sido informado en las políticas o procedimientos de la organización es aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	<i>La contratación del personal de seguridad se hace a través nuestro personal interno garantizando la formación en aspectos de Derechos Humanos.</i>
	HR9	• Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	<i>Durante el periodo cubierto por este informe no se ha producido ningún incidente relacionado con la violación de los derechos de los indígenas.</i>
	HR10	• Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones o evaluaciones de impactos en materia de Derechos Humanos.	<i>Borges Mediterranean Group no ha llevado a cabo una evaluación documentada de los impactos en materia de Derechos Humanos en sus actividades.</i>
	HR11	• Número de quejas relacionadas con los Derechos Humanos que han sido presentadas, tratadas y resueltas mediante mecanismos conciliatorios formales.	p.66-67

ENFOQUE DE GESTIÓN SO (SOCIAL)			
CONCEPTO	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	Página/Respuesta
SOCIEDAD	SO1	• Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	p.69-71
	SO2	• Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	p. 66-67 Ética e Integridad
	SO3	• Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	p. 66-67 Ética e Integridad
	SO4	• Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	p. 66-67 Ética e Integridad
	SO5	• Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de lobbying.	p.71
	SO6	• Valor total de las aportaciones financieras o en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	<i>El Código de Conducta de Borges Mediterranean Group establece que no se ofrecerán ni promoverán favores personales o financieros impropios a fin de conseguir un negocio u otra ventaja de parte de un tercero ya sea público o privado.</i>
	SO7	• Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	<i>No hay acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas o contra la libre competencia</i>
	SO8	• Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	p.44 Coste de las multas significativas p.67 Ética e Integridad
ENFOQUE DE GESTIÓN PR (PRODUCTOS Y SERVICIOS)			
CONCEPTO	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	Página/Respuesta
RESPONSABILIDAD DE LOS PRODUCTOS	PR1	• Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en los que se evalúan, para, en su caso, ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y la seguridad de los clientes, y porcentajes de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	p.72-73

CONCEPTO	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	Página/Respuesta
	PR2	• Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	p.72-73
	PR3	• Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	<i>Borges Mediterranean Group dispone de procedimientos de desarrollo de nuevas referencias y de revisión de textos legales en la validación de la imagen y etiquetado de todos los productos. Toda la información acerca de los productos es accesible y se puede consultar en: www.borges.es</i>
	PR4	• Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	<i>No se ha registrado ningún incumplimiento durante el periodo de cobertura de la memoria.</i>
	PR5	• Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados del estudio de satisfacción del cliente.	p.72-73
	PR6	• Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	p.74-76
	PR7	• Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	p.74-76
	PR8	• Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	<i>No se ha registrado ningún incumplimiento durante el periodo de cobertura de la memoria.</i>
	PR9	• Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	p.74-76

