

BORGES



International
GROUP

**MEMORIA DE
RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIAL**

2013-2014



Ramón Pont
*Presidente Borges
International Group*



Josep Pont
*Consejero Delegado
Borges International Group*



David Prats
*Consejero Delegado
Borges International Group*

INFORME DE SOSTENIBILIDAD COMPARTIDA

Reforzando nuestro compromiso, en el presente ejercicio hemos seguido esforzándonos en nuestro empeño de generar valor compartido a través de nuestras prácticas en sostenibilidad, apostando de manera firme por éstas, como elemento fundamental de nuestro modelo de negocio y, una de las principales marcas de identidad de nuestro Grupo, las cuales queremos compartir con nuestros grupos de interés a través de este “Informe de Sostenibilidad Compartida”.

Es responsabilidad de todos seguir trabajando para, independientemente de las circunstancias coyunturales continuar generando valor y confianza a los mercados y a la sociedad. La capacidad de Borges International Group para conjugar la faceta empresarial con su compromiso social y ambiental, nos convierte en una entidad que da respuesta activa a las necesidades de nuestros grupos de interés y de nuestro entorno. La creación de valor con nuestros grupos de interés es nuestro principal objetivo. Cada día trabajamos en mantener nuestro compromiso con la sociedad, con el entorno medioambiental que intentamos proteger, y con los objetivos de solvencia y rentabilidad a largo plazo que promueven nuestras decisiones.

En el ámbito social, nuestro esfuerzo se ve materializado con proyectos que contribuyen a mejorar la calidad de vida de las comunidades donde operamos, trabajando para, y con otras personas. Entendemos el equilibrio medioambiental como un importante reto para el sector empresarial. La lucha contra el cambio climático es uno de los ejes fundamentales, en línea con ello, hemos puesto en marcha un estudio encaminado a conocer la huella de carbono de nuestra producción de nueces y pistachos, lo que permitirá determinar el impacto ambiental de dicho proceso en las emisiones de gases efecto invernadero que influyen en el cambio climático.

Como en el ejercicio anterior, seguimos apostando por una cadena de suministro sostenible, que incluya principios de equilibrio social y ambiental a su estrategia y modelo de negocio. Hemos actualizado el mapa de riesgo, utilizando criterios éticos, de derechos humanos y ambientales, entre otros.

En relación a la rendición de cuentas, buscamos ofrecer a nuestros grupos de interés información clara, veraz y relevante, acerca de nuestro desempeño corporativo.

El trabajo realizado por cuantos representamos a Borges International Group ha sido reconocido por diferentes organismos e instituciones. Durante el presente ejercicio hemos sido galardonados con el Premio Alimentos de España a la Internacionalización Alimentaria concedido por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente por nuestro espíritu emprendedor, el afán de superación y la constancia en perseguir nuestros objetivos, haciendo de nuestra empresa un modelo de comercialización internacional, estando la marca Borges reconocida mundialmente.

La Misión, Visión y Valores de nuestro Grupo es proyectada en compromisos y responsabilidades con sus grupos de interés. Este Informe simboliza nuestro compromiso ético, social, ambiental y de desempeño económico para la generación de valor para todos los stakeholders de la organización.



CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO DE ADHESIÓN AL GLOBAL COMPACT AÑO 2015

Estimados Señores,

Borges International Group un año más renueva su compromiso con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Global Compact). Esta renovación se traduce en la publicación del presente Informe de Sostenibilidad, a través del cual el Grupo informa sobre las acciones realizadas en la implementación de los 10 principios del Pacto Mundial a sus grupos de interés.

Durante el año 2014 se vio cumplido nuestro objetivo de impulsar el análisis del desempeño ambiental de una serie de productos emblemáticos de la Compañía así como de sus procesos. De este modo, Borges International Grupo ha calculado la huella de carbono de su producción de nueces y pistachos en todas las fases del proceso productivo, identificando las fases más influyentes en la emisión de gases efecto invernadero, así como las áreas susceptibles de mejora a través de medidas y planes de reducción con objeto de contribuir de forma significativa a la mitigación del cambio climático.

Cada año pretendemos cumplir con todos los compromisos adquiridos con nuestros grupos de interés, así como añadir otros nuevos que se desarrollen en todos los ámbitos protegidos por el Pacto Mundial, fomentando nuestra proactividad en ese campo.

Queremos ser más proactivos en las operaciones que llevamos a cabo, no sólo para garantizar que las actividades que realizamos se apeguen estrictamente a las leyes de los países en donde estamos presentes, sino también para asegurar la aplicación de los más elevados estándares y principios de responsabilidad social empresarial. En base a ello, en Borges International Group vamos a promover nuestros compromisos con respecto a la lucha contra la corrupción y a implementar un mecanismo de quejas adherido a los principales derechos humanos sobre las preocupaciones de los trabajadores, con procesos especiales para establecer su confianza que les permita expresar sus quejas de forma anónima y sin temor a represalias, contra cualquier práctica que viole nuestro Código de Conducta. Con el presente informe, Borges International Group está convencido de renovar su compromiso de apoyo y divulgación de los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, así como de mantener una actitud de “mejora continua” en los aspectos sociales, medioambientales, y respeto de los derechos humanos.

Cordialmente,

David Prats Palomo
CEO-Director general

BORGES INTERNATIONAL GROUP RESPONSABLE

La Responsabilidad Social Empresarial es para Borges International Group un modo de entender el papel de la empresa en la sociedad, considerando los impactos ambientales, sociales y económicos de la actividad y las relaciones con los distintos grupos de interés.

Borges International 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.

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.

Trabajamos para que Borges International Group sea rentable y viable, para atender a nuestros empleados/as, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y de la sociedad en general, para cuidar el entorno que nos rodea y para gestionar la empresa con criterios de ética y compromiso. Queremos ser percibidos como una empresa sólida y solidaria, y trabajar bajo criterios de Responsabilidad Social contribuye a ello.

Esta Memoria expresa el grado de compromiso de todos cuantos representamos a Borges International 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



International

GROUP

BORGES INTERNATIONAL GROUP

Borges 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 International 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 International 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 este último año, evolucionamos nuestro nombre corporativo hacia “Borges International Group”, impulsando así la necesidad de establecer nuevas iniciativas en distintos frentes, en más lugares y de mayor dimensión.



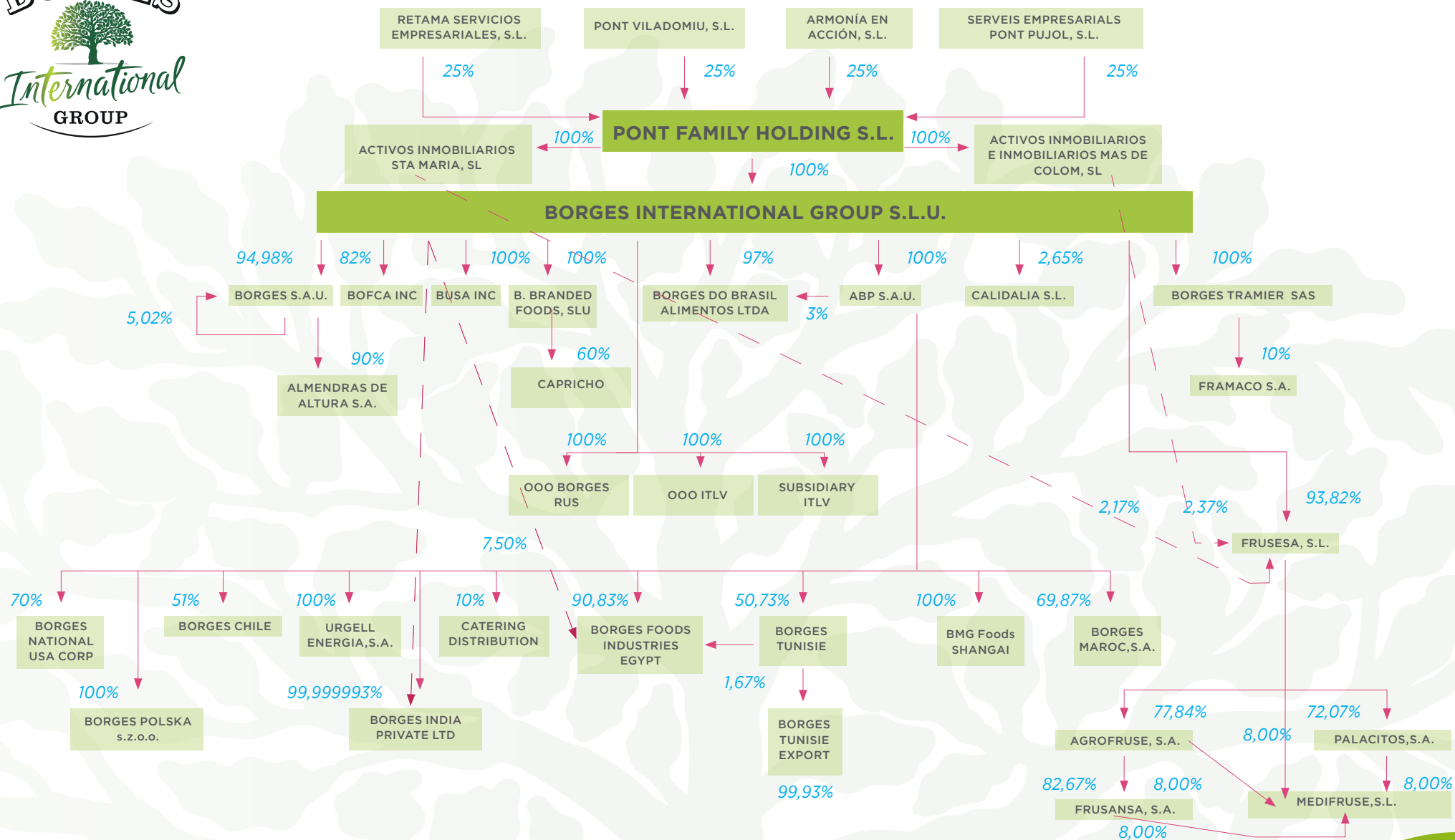
EMPRESAS

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

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



ORGANIGRAMA DEL GRUPO BORGES HOLDING



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 International 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 International 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 International 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 International 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 International 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 INTERNATIONAL GROUP FOOD SHANGAY CO.LTD.
Se constituye la filial Borges International 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 International 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 International 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 las países árabes.

Actualmente está presente en Arabia Saudí, Qatar, Bahrein, Emiratos Árabes, Egipto y próximamente en más mercados del norte de África y Oriente Medio.



CAPRICO ANDALUZ

En junio de 2012 Borges International 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 International 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.

NUESTROS PRODUCTOS

La Gestión de la Innovación es la herramienta con la que Borges International Group busca crear valor y poner nuevas ideas al servicio de toda la Compañía.

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 International 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 y 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 International Group REFERENTE DE MED-LIFE & QUALITY en todo el mundo.

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 International 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 International 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 el 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. Permitió 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. Permitió 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 sazadores 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.

2013: siguiendo con el lanzamiento del año anterior del “Oli de 1ª collita”, lanzamos la 2ª edición, manteniendo las mismas características de su lanzamiento: obtener un aceite como el de antes, tradicional, fresco y de extraordinario sabor y color.

2013: nueva salsa de soja de sabor único. A diferencia de otras salsas de soja existentes en el mercado, Borges lanzó una salsa de soja con un toque muy Mediterráneo y muy Borges, ya que la nueva salsa de soja lleva añadido vinagre balsámico de Módena. Una sorprendente combinación que permite disfrutar de todo el sabor de la salsa de soja pero con un más aroma.

2014: lanzamiento en el mercado español de la nueva gama de Popitas para llevar, creada para incrementar las ventas durante los meses de verano y posicionar Popitas como una marca snackera para compartir y poder disfrutar fuera de casa. Disponible en 3 sabores, dulces, al punto de sal y caramelo, son más crujientes y sabrosos, como recién hechas.



2014: lanzamiento en España de una nueva gama de frutos secos 100% natural a base de frutos secos crudos y frutas desecadas sin freír ni tostar, sin conservantes ni colorantes y sin sal añadida. Dos cocktails ideales para completar tus ensaladas o para picar. A nivel internacional, en el 2014, nuestras filiales han ampliado su portafolio de productos, entre otras innovaciones, destacan las siguientes:



Borges Tramier:

- Aceite de Oliva Virgen Extra Omega 3. El primer aceite funcional que lanza Tramier en Francia para satisfacer las necesidades de los consumidores con beneficios saludables para el corazón, la mente y la vista.
- Nuevo aceite de girasol Natursol.
- Pack con cinco vinagretas de 20ml. Una única oferta en el mercado consistente en una mezcla de aceite de oliva y de vinagre balsámico, fácil de usar en casa y muy cómodo para llevar fuera.
- Nueva gama de aceitunas verdes con menos sal.



STAR Fine Foods:

- STAR lanza dos referencias de monodosis, Aceite y Vinagre y Vinagretas, ofreciendo al consumidor una solución cómoda para aliñar sus ensaladas fuera de casa.
- STAR ofrece al consumidor una promoción de valor añadido, 33% de producto gratis en Aceite de Oliva Virgen Extra.
- Nuevos productos y renovación del diseño de la gama Cara Mia. Cara Mia se renueva con una imagen más fresca y natural y lanza al mercado nuevos productos: Alcachofas asadas en aceite y pimientos del piquillo.
- STAR lanza al mercado un Vinagre de Modena Premium. Vinagre más dulce y espeso que ofrece al consumidor un toque especial, ideal no solo para ensaladas, sino también para carnes, pescados y pizzas.



Borges Brasil:

Lanzamiento de Sybaris, Aceite de Oliva VirgenExtra. Sybarisesunaobraexclusiva delartegastrónomicodelamásaltacalidad. Borges ha seleccionado la mejor fruta de los majestuosos olivos centenarios del Mediterráneo, con una gran calidad debida a su proceso de fabricación natural.



ITLV:

- Nuevas variedades de Aceite de Oliva: Clásico delicado y Extra Virgen intenso.
- Nuevos vinagres ITLV; Vinagre de Frambuesa y de Soja y Módena.
- Cremas Balsámicas.
- Popitas Zero: Avance en la fórmula de Popitas Zero, resaltando sus principales beneficios nutricionales.



En este último año se ha lanzado el tapón DUO. Se trata de una innovación en packaging a nivel global. Marcas TRAMIER, BORGES, STAR, ITLV, y en todos los mercados en los que operamos con aceite.



En el 2014, también se ha lanzado a nivel internacional **la Pasta Borges**. Concretamente en Brasil, Rusia, India, China, Israel, Singapur, Kuwait, Nepal, Qatar, Hong, E.A.U, Corea del Sur, Indonesia, Azerbairyan, Oman, Pakistan, Arabia Saudi, Mexico, Paraguay, Uruguay y Mauritania. Pasta tricolor y pasta integral con el objetivo de continuar con el extensión del portafolio de pasta para cubrir las máximas necesidades de los consumidores.



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

Para una información detallada acerca de todos los productos consultar:
www.borgesinternationalgroup.es

EL MODELO DE NEGOCIO DE BORGES INTERNATIONAL GROUP

Borges International 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, Francia, Polonia, Rusia, India, China, Túnez, Egipto, Marruecos, Chile y Australia.

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 111 mercados del mundo y disponemos de filiales en 12 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 empresas comerciales que nos permiten estar presentes en más de cien países, BORGES DO BRASIL ALIMENTOS LTDA, BORGES INDIA PRIVATE LIMITED, BMG Foods Shanghai Co. LTD., BORGES TRAMIER SASU, BORGES USA INC, OOO ITLV, CATERING DISTRIBUTION SERVICES SAS, BORGES POLSKA S.P z o.o. y BORGES NATIONAL USA CORP. 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 International 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 (actualmente no existe), y en el año 2012 continuamos creciendo constituyendo la filial en China y con la adquisición de Capricho Andalúz.

- **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 International Group dispone de las siguientes empresas dedicadas al aprovisionamiento: Grupo Frusesa (Frusansa, Palacitos, Agrofruse), Almendras de Altura en Castellón, Capricho andaluz en Cabra (Córdoba), Borges of California, USA., Borges Chile, Borges Morocco, Borges Túnez, y Borges Egipto.

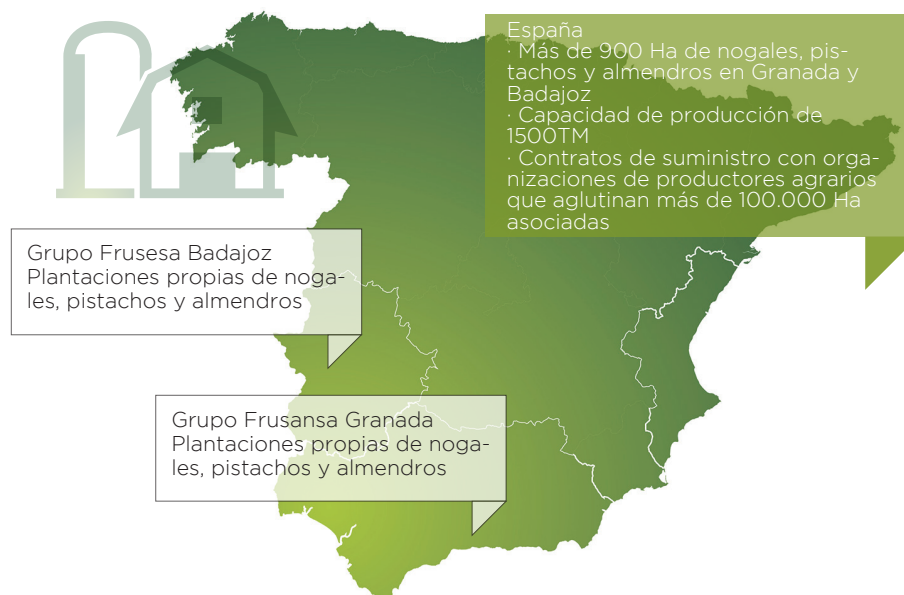


Plantaciones de Pistacho Frusesa (Badajoz)

• **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.

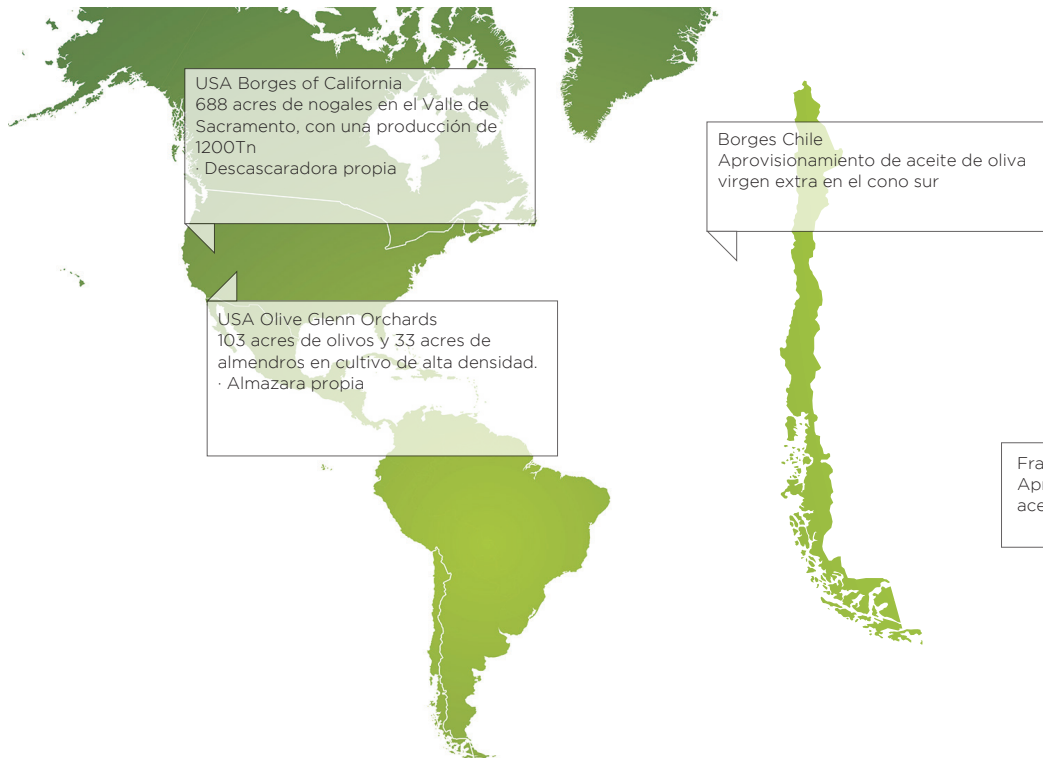
“El 80% de los productos que comercializamos procede de campos españoles y posteriormente son procesados, elaborados y envasados en España”



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 International 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 International 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 (Tàrrega).
- Frusea (Badajoz).
- Frusansa (Granada).
- Borges Descascaradora Viator.
- Almendras de Altura (Castellón).
- En el exterior: California, Túnez, Marruecos, Egipto 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
I PREMIO ENTORNO DE TRABAJO SALUDABLE (2014)	Recursos Humanos	ORH-Observatorio de Recursos Humanos y Pysa
PREMIO ATLANTE (2014)	Internalización de la Prevención de Riesgos	Foment de Treball Nacional
PREMIO FIDEM (2014)	Recursos Humanos	FIDEM
PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA (2014)	Internacionalización Alimentaria (Córdoba)	Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente
PREMIO A LA INTERNALIZACIÓN (2014)	Internacionalización Alimentaria (Cámara Comercio Reus)	Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente
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
PREMIO CÁMARA DE COMERCIO (1999)	Innovación Tecnológica, imagen, volumen, crecimiento del negocio y dinamismo	Tarragona)
RANKING DE EMPRESAS MÁS ADMIRADAS (1998)	PUESTO 41º EN ESPAÑA 5ª EMPRESA DE ALIMENTACIÓN	Cámara comercio Tàrrrega Actualidad Económica

PREMIO		ORGANISMO
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	CATEGORÍA	ORGANISMO
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 INTERNATIONAL 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, Borges International Group publica su quinta Memoria de Sostenibilidad siguiendo las directrices del Global Reporting Initiative (GRI), recogidas en la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad (versión 3.1), así como las características propias de la Compañía y las expectativas de los grupos de interés.

Esta Publicación, que tiene carácter anual, recoge números y datos cuantitativos correspondientes a nuestro ejercicio fiscal que va desde el 1 de junio 2013 hasta 31 de mayo de 2014, si bien, se ha puesto énfasis en todos los avances realizados durante el último año. Se ha tomado como referencia la información sobre políticas, actuaciones y desempeño proporcionado en los anteriores informes de Sostenibilidad del Grupo. Asimismo, se han tenido en consideración diferentes fuentes de información entre las que se encuentran grupos de interés y organizaciones internacionales.

Hemos 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 International 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.

El alcance del Informe de Sostenibilidad corresponde a Borges International Group como empresa matriz y sociedades dependientes. El alcance se ha identificado en cada uno de los indicadores.



BUEN GOBIERNO

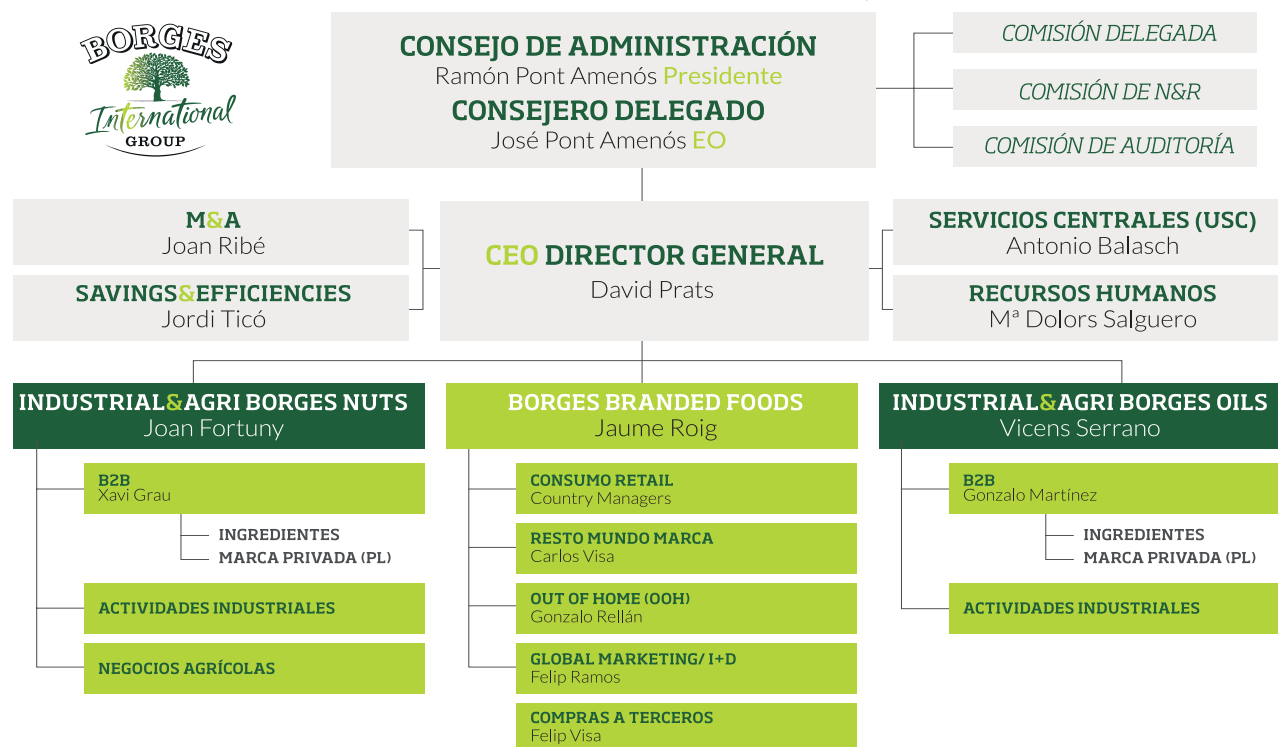
ÓRGANOS DE GOBIERNO Y GESTIÓN

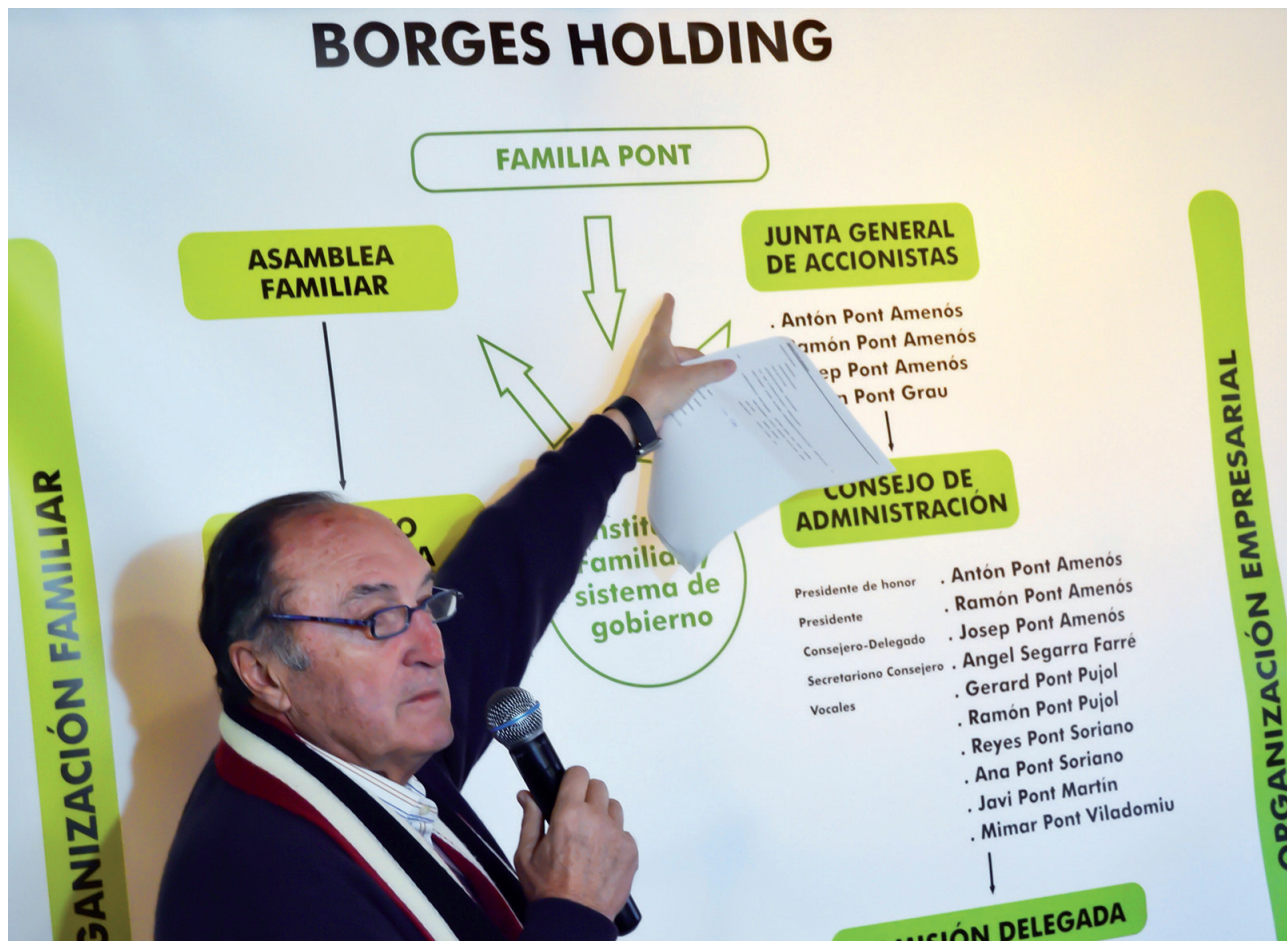
Desde su fundación, Borges International Group ha pertenecido a la familia Pont. La tercera generación familiar comparte la propiedad del Grupo, haciendo de Borges International Group una empresa donde tradición, innovación y calidad se unen para ofrecer los mejores productos de la Dieta Mediterránea, 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 empresa familiar que sin perder las señas de identidad propias, se ha adaptado a los cambios y a la profesionalización extendiendo su proyecto empresarial a más de cien países de los cinco continentes.

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

En estos últimos años hemos llevado a cabo una tarea importante y necesaria de consolidación de nuestro Grupo bajo parámetros de Sostenibilidad y Rentabilidad aceptables. Para poder seguir avanzando en esta línea de crecimiento sostenible se ha dibujado una nueva estructura de Borges International Group.





Estamos convencidos de que la nueva estructura del Grupo nos permitirá dar pasos sólidos hacia el futuro deseado

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 International 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 INTERNATIONAL 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

DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

“Aquellos cuya opinión importa”

El diálogo continuo con nuestros grupos de interés nos permite un acercamiento constructivo a las diferentes expectativas e intereses, haciendo posible una estrategia que ofrece respuestas prácticas y sostenibles.

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 International 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 hemos creado valor con todos ellos, considerando sus expectativas en la gestión de las prácticas de sostenibilidad de la Compañía.

Sostenibilidad Compartida con:

• **Accionistas:** Como queda reflejado en el epígrafe de gobierno corporativo, Borges International 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.

En los demás capítulos de este informe se incluyen ejemplos de actuaciones que Borges International Group ha llevado a cabo con sus grupos de interés, durante el periodo cubierto por el mismo.



ECONOMÍA



ECONOMÍA

La Misión de Borges International 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 International Group cuenta con una plantilla de 1.008 profesionales y ha alcanzado en el presente ejercicio unas ventas de 620.856 millones de euros, siendo la cifra un 2% superior al ejercicio anterior.

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 International 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:	371.220
Ventas netas:	620.856
Costes de personal:	35.617
Servicios exteriores:	74.227
Resultado de explotación:	27.136
Resultado financiero:	10.052
Resultado antes de impuestos:	17.386
Impuesto sobre beneficios:	4.442
Resultado neto:	12.944

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 International 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 y siguiendo los mismos criterios establecidos en ejercicios anteriores, el Grupo ha realizado nuevas

inversiones relacionadas con el Medio Ambiente por importe de 2.503 miles de euros (2.052 miles de euros en el ejercicio 2012/2013).

El gasto medioambiental a finales del ejercicio ha ascendido a 240 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 550 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 20 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 International 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 International 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 International 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 (actualmente no existe) 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 International 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 International 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.



BUREAU VERITAS
Certification

Certificación
Certification

Concedida a / Awarded to
BORGES SAU
ACEITES BORGES PONT SAU

VER ANEXO/SEE ANNEX

Bureau Veritas certifica que el Sistema de Gestión ha sido auditado y encontrado conforme con los requisitos de la norma:
Bureau Veritas certify that the Management System has been audited and found to be in accordance with the requirements of standard:

NORMA / STANDARD

ISO 14001:2004
El Sistema de Gestión se aplica a:
Scope of certification:

VER ANEXO/SEE ANNEX

Número del Certificado Certificate Number	ES043433-1	Director General / General Manager Bureau Veritas Certification, S.A.
Aprobación original : Original approval date :	17/07/2009	
Certificado en vigor: Effective date:	20/07/2012	
Caducidad del certificado: Certificate expiration date:	19/07/2015	

Este certificado está sujeto a los términos y condiciones generales y particulares de los servicios de certificación
This certificate is valid, subject to the general and specific terms and conditions of certification services

Managing Office/ Oficina Central: Bureau Veritas Certification, S.A.
Issuing Office/ Oficina de emisión: Bureau Veritas Certification, S.A.
C/ Valportillo Primera 22-24, Edificio Caoba, Pol. Ind. La granja, 28108 Alcobendas Madrid



ENAC
CERTIFICACIÓN
Nº 03/C-MA007

OBJETIVOS MEDIOAMBIENTALES

Desde que se implantó el sistema de gestión medioambiental estos objetivos han ido contemplando aspectos de los diferentes vectores: aguas residuales, consumos energéticos, emisiones atmosféricas, ruidos y residuos. Su estudio y consecución ha permitido evolucionar positivamente en el impacto ambiental de los centros productivos. En general, las mejoras en depuración de aguas residuales, segregación de residuos y reducciones energéticas han sido prioritarias en estos últimos 10 años. Según procedimiento interno, además de las mejoras derivadas de las actividades productivas, se establecen objetivos ambientales de carácter

bienal. Actualmente los objetivos vigentes corresponden a los ejercicios 2013/2014 y 2014/2015, por tanto todavía en desarrollo y sin concluir. Esta vez los objetivos se centran en la reducción de consumos de combustibles, gas natural y electricidad. Además de proponer la reducción también de algunos productos auxiliares de importancia como el nitrógeno o reactivos de depuradora. En tabla adjunta se muestran estos objetivos y algunos valores obtenidos hasta el momento.

Ejercicios 2013/2014 y 2014/2015

Consumo combustibles

Centro: Borges SAU (Borges DC y Borges DI)

Reducción del 10% del consumo de gasoil

Indicador: Kg reactivo /m3 vertidos.

VALOR 2013, BORGES SAU-DC: REDUCCIÓN 4% vs año2012

VALOR 2013, BORGES SAU-DI: REDUCCIÓN 26% vs año2012

Centro: Aceites Borges Pont, S.A.U.

Reducción del 25% del consumo de gasoil

Indicador: litros gasoil /toneladas producción

VALOR nov13-may14 ACEITES BORGES PONT SAU: REDUCCIÓN 46% vs año 2012.

Eficiencia Energética

Centros: Borges SAU (Borges DC y Borges DI)

Eliminación fugas de aire comprimido

(a definir % de reducción del consumo de energía eléctrica)

Indicador: kwh electricidad / toneladas producción.

VALOR 2013-14, BORGES SAU-DC: REDUCCIÓN 17% vs año2012.

Consumo Gas Natural

Centro: Borges SAU (Borges DC y Borges DI)

Reducción del 2% del consumo de gas natural

Indicador: Kwh gas natural / toneladas producción.

Consumo productos químicos depuradora

Centro: Aceites Borges Pont, S.A.U

Reducción del 20% del residuo de hidróxido cálcico

Indicador: kg hidróxido cálcico / m3 vertidos.

Consumo Nitrógeno

Centro: Aceites Borges Pont, S.A.U

Reducción del 50% del consumo de nitrógeno de compras

Indicador: Kg nitrógeno / toneladas aceite refinera.

VALOR 2013-14, ACEITES BORGES PONT SAU: REDUCCIÓN 58% vs año 2012.

Aguas Residuales

Centro: Borges SAU (Borges DC)

Caracterización del vertido para instalación de tomamuestras automático.

Indicador: Objetivo no cuantificable.

EJERCICIO 2013/2014, Borges SAU-DC: Realizada caracterización e instalado equipo jun14.

Para reducir el consumo de combustibles se ha iniciado un proceso de sustitución de las carretillas eléctricas en nuestras dos plantas de Reus, previsto de finalizar en el ejercicio 2014/2015. En Aceites Borges Pont, S.A.U, la reducción está prevista gracias a la reciente construcción de depósitos para semillas y la automatización de su llenado. Se eliminan todos los movimientos anteriores de traslado de materias primas que realizaban las palas mecánicas utilizando gasoil como combustible. Se espera obtener una reducción de consumo de gasoil en mayo 2015 según objetivo.

El proceso de detección y eliminación de fugas de aire comprimido en las Plantas de Borges S.A.U de Reus será valorado en el próximo ejercicio, donde se evaluará los resultados energéticos obtenidos con la mejora. Las mejoras en el consumo de gas natural están basadas en la reciente sustitución de las antiguas calderas de vapor en Borges SAU y Aceites Borges Pont SAU por equipos más modernos y mejor dimensionados a sus nuevos usos.

Otros consumibles como el Nitrógeno en Aceites Borges Pont SAU son ahora generados directamente en planta (siguiendo los pasos de Borges SAU), reduciendo la compra de este gas e indirectamente el impacto ambiental de su transporte asociado.

El control del funcionamiento de las depuradoras propias es un constante en el día a día de todas las plantas. En años anteriores se han conseguido mejoras muy significativas tanto en la calidad de los vertidos como en la operativa. En Aceites Borges Pont SAU el nuevo sistema ha eliminado de su tratamiento productos corrosivos y reducción de fangos. En estos últimos objetivos se mantiene el control del reactivo utilizado para acondicionar los fangos de depuración obtenidos del proceso. La intención es ajustar dosis y reducir al máximo. En Borges DC además, se ha instalado a la salida del vertido un equipo muestreador automático que toma muestras representativas a diario, del agua residual depurada para su análisis.

OTROS COMPROMISOS MEDIOAMBIENTALES Y ACTUACIONES DE MEJORA CONTINUA

Durante el presente ejercicio, Borges International Group ha calculado la huella de carbono de la producción de nueces y pistachos Pizarro en todas las fases de su proceso productivo, identificando las fases más influyentes en la emisión de gases efecto invernadero, así como las áreas susceptibles de mejora a través de medidas y planes de reducción con objeto de contribuir de forma significativa a la mitigación del cambio climático. Actualmente, se está recogiendo información para trasladar dicho estudio a nuestras principales referencias de Aceite de Oliva.

Dentro de nuestro compromiso con el Medio Ambiente, en el último año se ha presentado un proyecto para plantar 50 hectáreas de pistachos en el canal Segarra-Garrigues, con la voluntad de compartir conocimiento y facilitar la comercialización de los productores de la zona. En base a ello, en la finca Mas de Colom se han plantado 15,3 hectáreas en una zona exclusiva de regadío.

El Grupo acumula más de 25 años de experiencia en el cultivo del pistacho en sus plantaciones de Badajoz y Granada (1.200ha en total). Es un árbol muy rústico y resistente, originario de las regiones montañosas de Asia Central, con una vida útil que puede llegar a los 40 o 50 años.

Por las características de este fruto se piensa que se puede adaptar muy bien a la zona de influencia del canal Segarra-Garrigues con veranos calurosos e inviernos fríos. Borges International Group quiere que el cultivo de este fruto seco en el Mas de Colom sea un referente en la zona y pueda contribuir a la transferencia tecnológica del cultivo para todos aquellos que estén interesados en plantarlo.

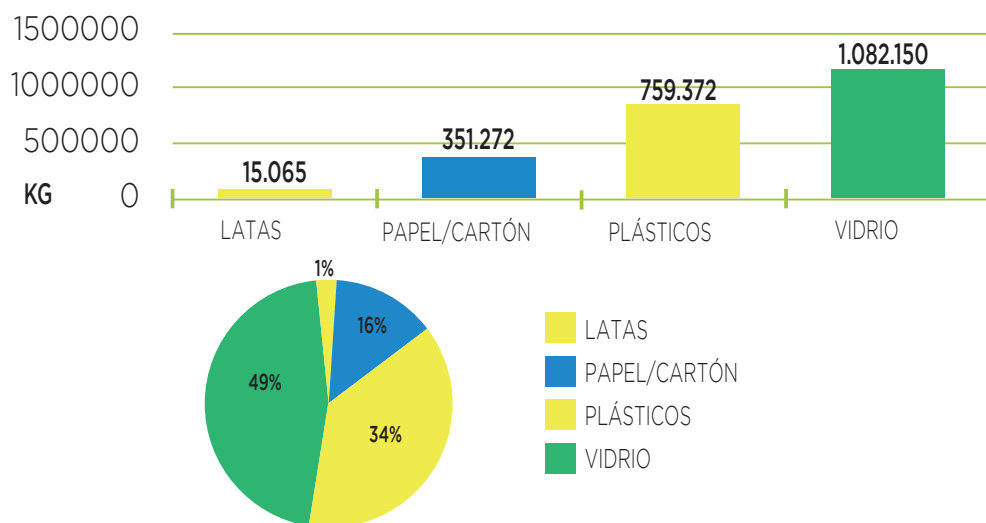


MATERIALES UTILIZADOS POR PESO O VOLUMEN

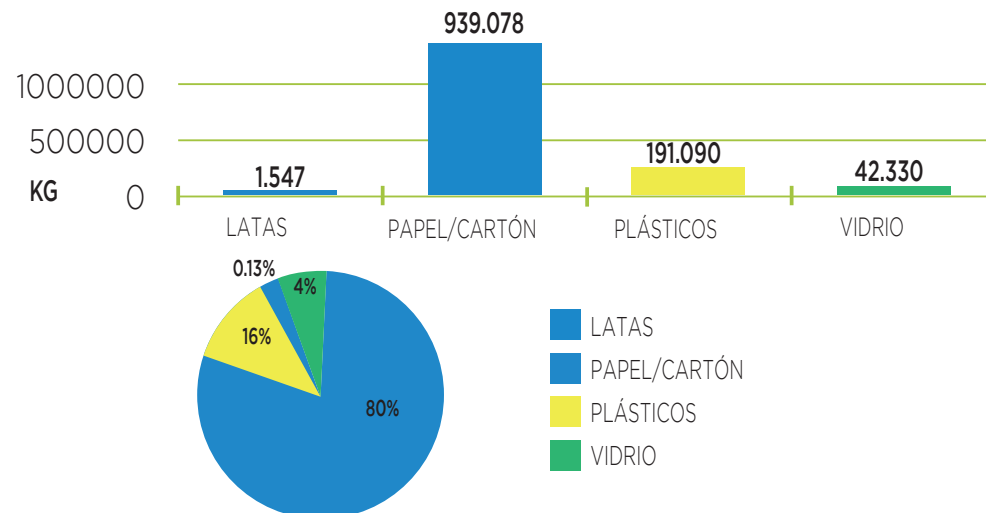
El consumo de material principal en las plantas productivas se concentra en el material de envase y embalaje (plástico, cartón, vidrio,...etc.).

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 2013, mientras que para las plantas de producción de frutos secos Borges SAU, los principales materiales de envase son el papel, el cartón y el plástico.

**MATERIALES DE ENVASE - AÑO 2013
ACEITES BORGES PONT SAU**



**MATERIALES DE ENVASE - AÑO 2013
BORGES SAU**



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

A modo de ejemplo, este año 2013 se ha conseguido poner en el mercado 5.515kg menos de cartón, únicamente modificando el diseño de algunos packs de palomitas para microondas y optimizando su capacidad.

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

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, en nuestro caso se centra en las cajas de cartón de los embalajes secundarios. En las 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

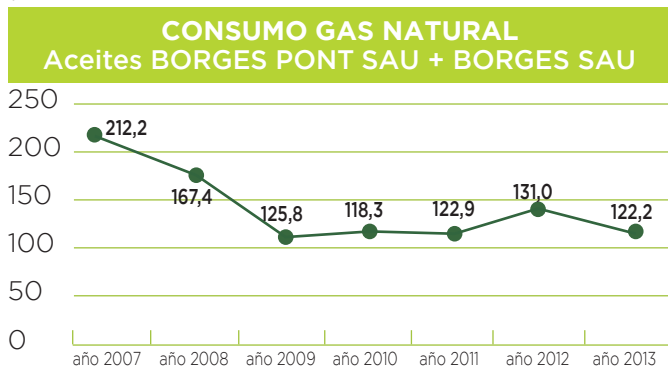
Gas Natural

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.

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

A continuación, se muestra gráfica del consumo global de las principales plantas por tonelada producida.



Energía Eléctrica

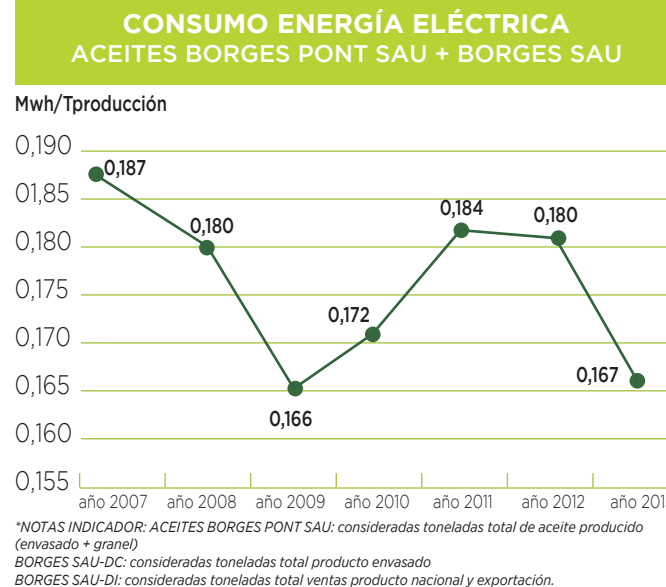
En el plan estratégico del Grupo es objetivo primordial el estudio de la eficiencia energética habiéndose realizado varias auditorias por parte de empresas especializadas para establecer puntos de mejora viables.

Muchas de las mejoras posibles detectadas ya se han implantado, como son los nuevos compresores de caudal variables o la iluminación LED en Borges SAU DC y Borges SAU DI, las nuevas seleccionadoras ópticas de Borges SAU DI, o los cambios en las prensas de extracción de aceite de semillas y mejoras en el circuito de vapor de Aceites Borges Pont SAU. En este ejercicio 2013/2014 se ha realizado también la revisión de las fugas de aire comprimido en Borges SAU, su reparación repercutirá en mayor o menor medida en la reducción del consumo eléctrico.

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.

Los datos de la gráfica adjunta muestran la reducción de este año 2013 considerando el global de las principales plantas y de sus producciones.

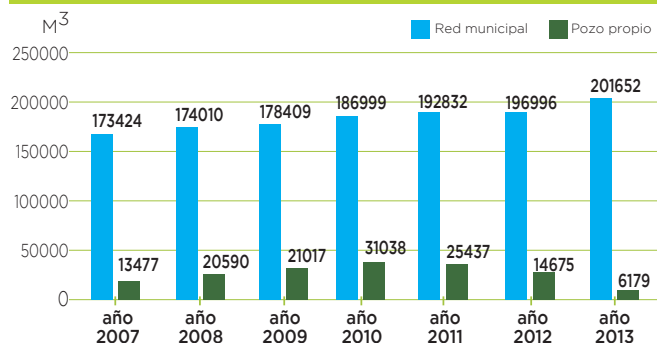
*NOTAS INDICADOR: ACEITES BORGES PONT SAU: consideradas toneladas total de aceite producido (envasado + granel)
BORGES SAU-DC: consideradas toneladas total producto envasado
BORGES SAU-DI: consideradas toneladas total ventas producto nacional y exportación.



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 International Group sigue realizando una mejora continua en sus centros y plantaciones para garantizar el ahorro de agua y preservar los recursos hídricos. De este modo, en sus fincas se implantan instalaciones de sistemas de riego eficiente y adaptado a cada región y plantación.

**FUENTES DE CONSUMO AGUA POR FUENTES
ACEITES BORGES PONT SAU + BORGES SAU**



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

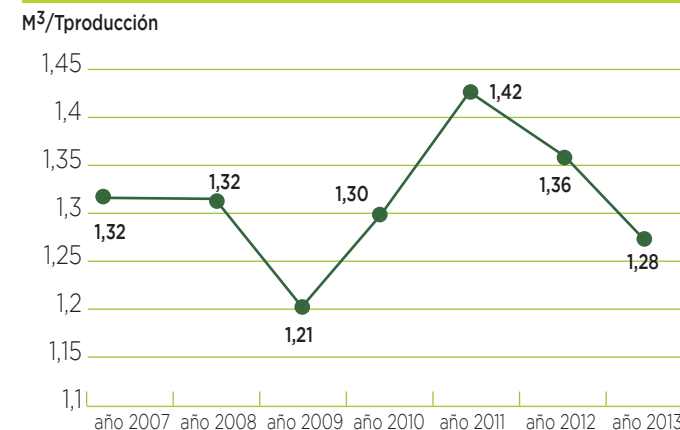
En este sentido, a lo largo de estos dos años, destacan las siguientes actuaciones:

- 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 la limpieza de maquinarias y estructuras por aspiración.



La evolución del indicador de consumo de agua global de las tres plantas de fabricación principales respecto a su producción, muestra la tendencia de reducción de los últimos años.

**CONSUMO DE AGUA
ACEITES BORGES PONT SAU + BORGES SAU**



*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

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 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 Auditoria Energética; En nuestras plantas de Reus ha tenido lugar una Auditoria 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 2011-2014, 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 con especies autóctonas de la zona.

EMISIONES TOTALES, DIRECTAS O INDIRECTAS, DE GASES EFECTO INVERNADERO, EN PESO. EMISIONES DE NO, SO Y OTRAS EMISIONES SIGNIFICATIVAS AL AIRE POR TIPO Y PESO.

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

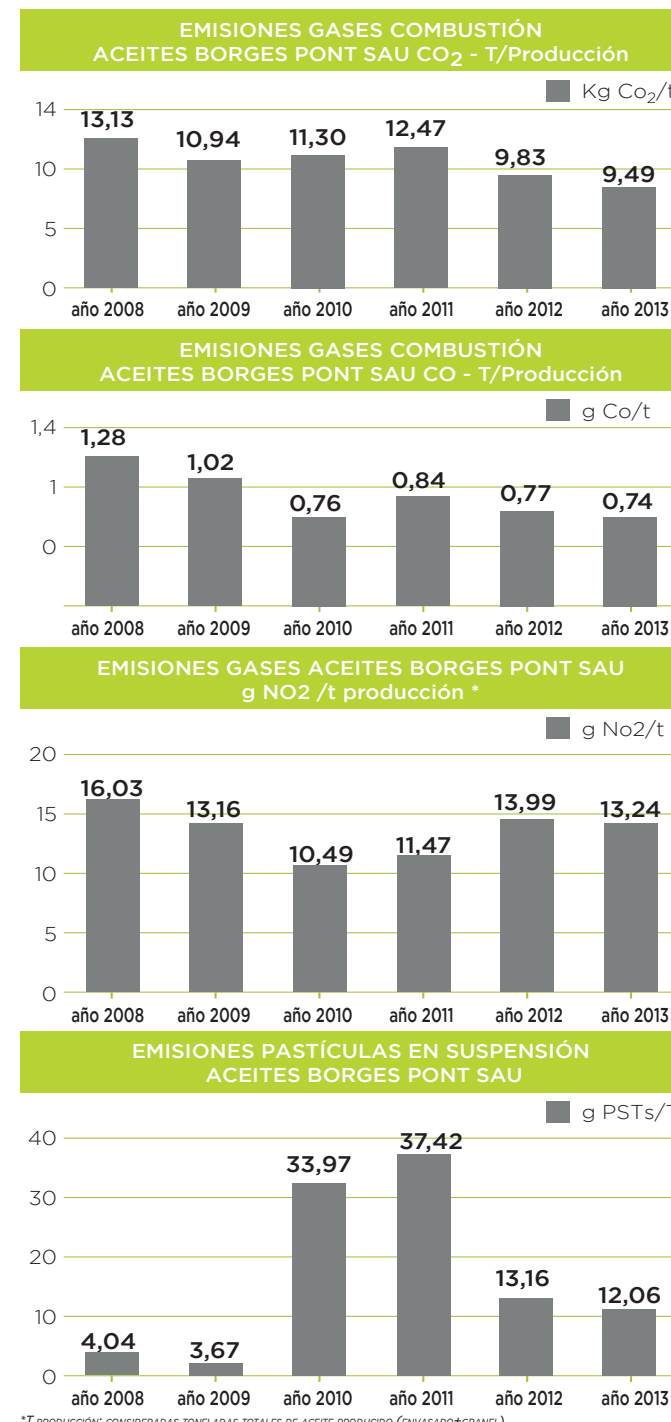
Los centros productivos acompañan esta visión del negocio y sus valores con el desarrollo continuo de procesos con emisiones menos contaminantes.

Las emisiones atmosféricas de nuestros centros son básicamente:

- Gases de combustión de calderas, freidoras y tostadoras, etc.
- Emisiones de partículas de equipos de secado, repelado, tostado, etc.

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 TONELADAS 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 Tárrega respectivamente.

El correcto funcionamiento de estas depuradoras internas es un aspecto fundamental en el desarrollo diario de las actividades de las plantas y es por ello que su optimización es un objetivo ambiental constante para la Organización.

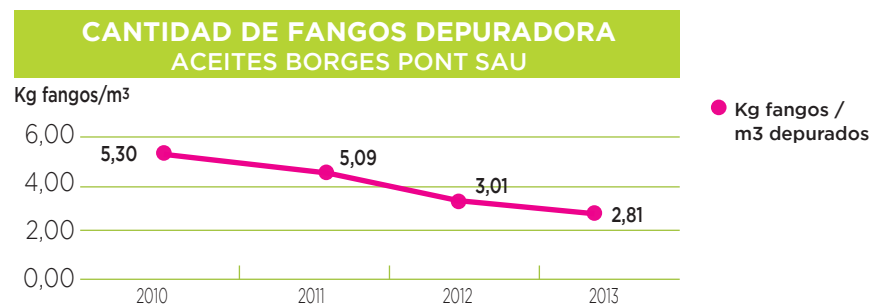
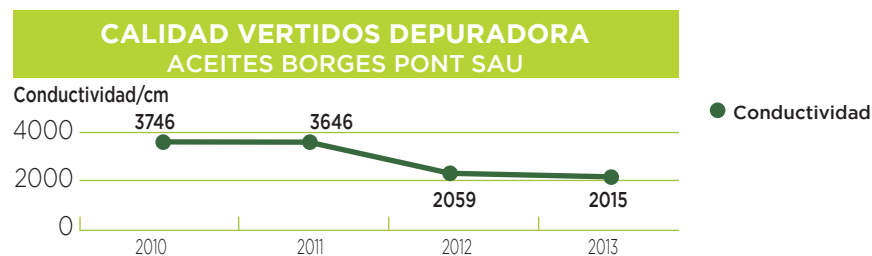
De esta forma en Borges SAU DC y Borges SAU DI en los últimos años, la calidad de los vertidos ha mejorado significativamente, fundamentalmente por un más exhaustivo seguimiento y control.

En Aceites Borges Pont SAU en el año 2012 se modificó el sistema de depuración y de separación de fangos empleado, obteniendo resultados satisfactorios, tanto en la calidad del vertido como en la reducción de fangos de depuración a gestionar como residuo. Los continuos ajustes y mejoras permiten seguir reduciendo valores de contaminación de estas aguas y cantidad de lodos a gestionar, como se observa en los siguientes gráficos de evolución..

EJERCICIO 2013/2014:
REDUCCIÓN DEL 27%
DE DQO EN AGUA
RESIDUAL BORGES DC
RESPECTO AL AÑO 2010

EJERCICIO 2013/2014:
REDUCCIÓN DEL 35%
DE DQO EN AGUA
RESIDUAL BORGES DI
RESPECTO AL AÑO 2010

(*) DQO (demanda química de oxígeno) es un parámetro que mide la cantidad de sustancias susceptibles de ser oxidadas por medios químicos y se utiliza para establecer el grado de contaminación de las aguas residuales. Es un ensayo muy útil para la apreciación del funcionamiento de las depuradoras.



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.

Los residuos de Borges SAU y Aceites Borges Pont SAU se gestionan adecuadamente a través de transportistas y gestores autorizados por la autoridad competente de la Generalitat de Cataluña: Agencia de Residuos de Cataluña.

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.

TIPOLOGÍA RESIDUOS 2013

BORGES SAU - DC



BORGES SAU - DI



ACEITES BORGES PONT SAU



PELIGROSOS NO PELIGROSOS

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 2013, se reciclaron:

- 682 toneladas de residuo de cartón en las principales plantas industriales del Grupo
- 118 toneladas de plástico
- 113 toneladas de vidrio
- 193 toneladas de madera

Año 2013: 20% de reducción de basura general en Borges DC respecto al año 2012
Año 2013: 13% de reducción de basura general en aceites Borges Pont SAU respecto al año 2012

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.

También cabe mencionar los residuos destinados a la fabricación de compost para aplicaciones agrícolas y biogás. En este grupo encontramos a los fangos de todas las depuradoras y el residuo de tierras de filtración de Aceites Borges Pont SAU.

Los porcentajes de valorización de residuos son los siguientes:

GESTIÓN RESIDUOS 2013

BORGES DC

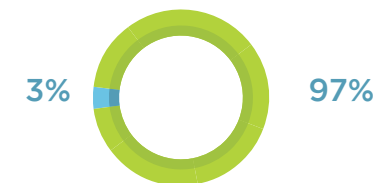
SIN EMBARGO, EL 99% DE ESTE RESIDUO NO VALORIZADO DIRECTAMENTE DE BORGES SAU ES LA BASURA GENERAL. SERÁ SELECCIONADA Y MEZCLADA POR EL GESTOR Y DESPUÉS SERÁ TRANSFERIDA A OTRAS PLANTAS PARA SU VALORIZACIÓN ENERGÉTICA FINAL: POR TANTO, VALORIZADO FINALMENTE.



BORGES DI



ACEITES BORGES PONT SAU



OTRAS GESTIONES VALORIZADOS

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 el 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

misimos. 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.

En el caso del transporte de personal se promueve el uso de la bicicleta también para acudir al centro de trabajo. En Marzo 2014 se ha instalado un aparcamiento para bicicletas en el interior del recinto de Borges SAU-DC. Todo ello como parte del Plan Estratégico de Seguridad Vial 2014-2017 del Grupo, elaborado con la finalidad de mejorar día a día la seguridad vial de nuestros colaboradores y promover una movilidad más sostenible.

INVERSIONES REALIZADAS POR BORGES INTERNATIONAL GROUP DURANTE LOS DOS ÚLTIMOS EJERCICIOS

Durante los dos últimos ejercicios, Borges International Group ha continuado mejorando sus instalaciones productivas año tras año para obtener un alto grado de competitividad y calidad alimentaria, y al mismo tiempo, conseguir una repercusión favorable en el Medio Ambiente que garantice una producción responsable. De este modo, se han destinado recursos para mejoras en Seguridad Industrial y Prevención de Riesgos, así como otras inversiones que favorecen las condiciones de trabajo de todos los

colaboradores y colaboradoras de las distintas plantas productivas. Muchas de las inversiones realizadas consiguen varios objetivos a la vez, siendo de gran importancia para el futuro estratégico de la Organización.

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

VENTAJAS COMPETITIVAS DIVISIÓ ACEITES

MEJORAS DE AHORRO ENERGÉTICO Y MEDIOAM-BIENTALES	<p>Generador de nitrógeno Equipo con una técnica de separación de nitrógeno y oxígeno para producir nitrógeno gas de alta calidad a varias purzas y caudales. Es una alternativa a las botellas de alta presión convencionales y a los suministros de gas líquido</p> <p>Caldera nueva y reserva de vapor Sustitución de la vieja caldera Sadecap por una de Instman Field más eficiente junto con una batería de vapor que complementa el secado de la pipa.</p>	MEJORAS PARA LA CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA	<p>Secador de Adsorción Finalización del montaje comenzado en el anterior ejercicio.</p> <p>Sopladora Sicma botellas 1 litro Nueva sopladora de botellas en la línea P1 para eliminar posibles objetos extraños dentro de las botellas.</p> <p>Instalación de niveles en depósitos Instalación de radares control de niveles en depósitos y su programación para conocer los niveles remotamente en tiempo real.</p> <p>Ampliación Bodega Planta envasado de vidrio Nueva bodega en la planta de envasado de vidrio para aumentar capacidad y flexibilidad.</p>
MEJORAS TECNOLÓGICAS Y PRODUCTIVAS	<p>Mejora Línea V2 (cambio llenadora y etiquetadora). Nuevas máquinas para aumentar la velocidad de envasado en la V2.</p> <p>Unificación V4-V5 Nueva línea de envasado de latas de distintas capacidades que minimiza el volumen de aceite mermado en los cambios de lote de fabricación.</p> <p>Centrifuga RSE220 Equipo de mayor capacidad productiva para el desgomado, neutralización y lavado de los aceites de alta eficiencia.</p> <p>Etiquetas EAN128 Aplicación de etiquetas EAN en las cajas de las plantas de envasado.</p> <p>Colocación de corbatas V1 y V2 Sistema de colocación de corbatas automáticas en V1 y V2.</p> <p>Cromatógrafo Agilent Nuevo cromatógrafo en la zona de laboratorio.</p> <p>Sustitución de redlers salida secadero Nuevos vises simplificando todo el movimiento del producto en el secadero.</p>		

MEJORAS DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES	<p>Sustitución y ampliación detección incendios Sustitución de todo el sistema de detección de incendios y ampliación de algunas zonas.</p> <p>Mejoras Auditoría Hazop extractora Se están implementando unas medidas de seguridad en la zona de la extractora asociadas a una auditoria de seguridad de proceso Hazop.</p> <p>Líneas de Vida Se ha implementado una primera línea de vida para evitar accidentes en la carga de cubas.</p>	OTRAS MEJORAS	<p>Adquisición de estanterías Se han adquirido estanterías para ampliar el almacenamiento de material auxiliar en las plantas de envasado de Pet y de Food Service.</p> <p>Instalación Biposte Estructura de soporte para cartelera publicitaria con el logotipo de Borges de 15 metros de altura de madera y cartel de 20,5 x 10m.</p> <p>Nueva línea V10 Nueva línea comodín para complementar la línea V2 en periodos de máxima demanda.</p> <p>Sustitución transformador ET5 Consecuencia de una avería se ha aprovechado para sustituir el anterior transformador por otro mayor.</p>
---	--	----------------------	--

INVERSIONES REALIZADAS EN BORGES S.A.U

VENTAJAS COMPETITIVAS DIVISIÓN FRUTOS SECOS REUS

MEJORAS DE AHORROS ENERGÉTICO Y MEDIOAMBIENTALES	<p>Tostadero enfriadero Wolverine Proctor MOD 800 MOD Equipodetostaciónqueconllevaunmenorconsumodeenergía.</p>	MEJORAS PARA LA CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA	<p>Detector de metales Fortress “Phantom” Mod. Vector Detector de metales con la última tecnología en el procesamiento digital de señales para detectar y rechazar metales ferrosos y no ferrosos, incluidos los aceros inoxidables grado 316 con el más alto poder de procesamiento.</p> <p>Seleccionadora Genius 1200 Optica Server Seleccionadora con una combinación de varias tecnologías situadas en distintos puntos del equipo que proporcionan una selección mejorada. El equipo incluye cámaras de alta resolución, láser y fluolasers que se pueden combinar para cada área con diferentes tipos de iluminación fluorescente o LED en un área y UV o IR iluminación en otra zona. IR-transmisión también se puede utilizar para escanear los contornos de un producto o para comprobar su traslucidez.</p>
MEJORAS TECNOLÓGICAS Y PRODUCTIVAS	<p>Transformación envasadora Flex Can Stabilo Seal Compresor Blitzzer en central frigorífica. Equipo de comprensión para refrigeración. Los compresores Blitzzer son fabricados con tecnología alemana de alta eficiencia energética y ofrecen un importante ahorro en costes de operación.</p>		

INVERSIONES REALIZADAS EN FRUSESA, FRUSANSA Y ALMENDRAS DE ALTURA

VENTAJAS COMPETITIVAS DIVISIONES AGRÍCOLAS

MEJORAS DE AHORROS ENERGÉTICO Y MEDIOAMBIENTALES.	<p>Ampliación de la instalación de riego del nogal en FRUSESA Ampliación de riego por goteo de alta eficiencia para nuevas plantaciones de nogal así como para cubrir las necesidades de los campos experimentales de este fruto para la obtención de variedades de nogal mejoradas en potencial productivo y calidad de nuez.</p> <p>Ampliación cabezal de riego en FRUSANSA</p>	<p>Ampliación del cabezal de riego para cubrir las necesidades hídricas y nutritivas que precisando diferentes ensayos experimentales para la obtención de variedades de nogal mejoradas en potencial productivo y calidad de nuez.</p>
MEJORAS TECNOLÓGICAS Y PRODUCTIVAS	<p>Carretilla elevadora electrónica en FRUSANSA Nueva carretilla con capacidad de 2.500 kg de carga y 4 metros y medio de altura de elevación.</p>	<p>MEJORAS PARA LA CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIAS</p> <p>Ampliación instalación de procesado en FRUSESA Incorporación de tromel, accesorio para peladora de nueces.</p> <p>Medidores de humedad de alta precisión en ALMENDRAS DE ALTURA Medidor portátil de humedad que ofrece resultados precisos al instante de la mayoría de los granos comunes. En este caso para tener mayor control sobre el secado y calidad de grano de la almendra.</p>

INVERSIONES REALIZADAS EN CAPRICO ANDALUZ

VENTAJAS COMPETITIVAS CAPRICO ANDALUZ

MEJORAS TECNOLÓGICAS Y PRODUCTIVAS	<p>Decanter y bomba Pieralisi Extractor centrífugo de 250 KW capaz de ofrecer soluciones a cualquier problema tecnológico de separación sólido-líquido y sólido-líquido-líquido.</p>	<p>MEJORAS PARA LA CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIAS</p> <p>Estructura Cubierta Patio y Molino Instalación de una marquesina que cubre toda la zona de descarga, limpieza y preparación de la aceituna, así como los silos de almacenamiento de la aceituna limpia y el silo del hueso de la aceituna. Instalación que supone una mejora cualitativa del proceso, y al tiempo una protección de las instalaciones de los agentes ambientales externos.</p> <p>Separadora de Pulpa y Hueso mixta Equipo de separación de pulpa y hueso de la aceituna de fijación giratoria mediante rodamientos. Esta instalación permite incrementar el valor añadido de los subproductos obtenidos del procesado del aceite oliva.</p>
---	---	--



SOCIAL

PRÁCTICAS LABORALES

Personas

Las personas que trabajan en Borges International Group son el principal activo de la Compañía. Cada uno de los empleados/as tiene un papel fundamental y la estrategia de Responsabilidad Social atiende a sus situaciones y necesidades. Así, nuestras actuaciones se desarrollan con un amplio elenco de objetivos:.

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

En el periodo cubierto por este informe, gracias a sus 1.008 colaboradores, nuestra Compañía ha llevado a cabo su Misión empresarial, difundir a través de sus alimentos, los valores del mediterranean life & quality entre los consumidores e industria de todo el mundo.

Por medio de la Dirección de la Compañía y Recursos Humanos, Borges International Group establece las estrategias, políticas y procedimientos del Grupo relacionados con nuestras personas.

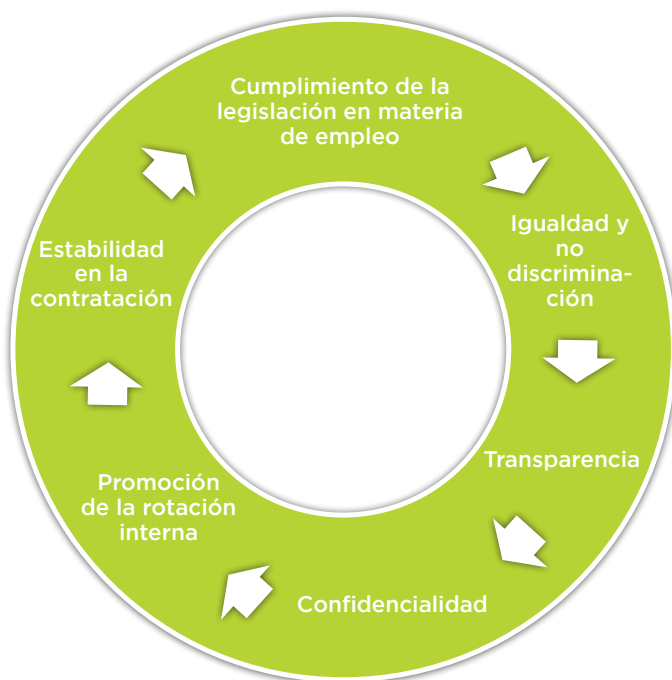
Durante este último año, hemos mantenido el compromiso con los empleados/as, ayudando, a la vez, a su continuo desarrollo, profesionalización y motivación, así como a su adecuación a los valores y estrategias de empresa para la consecución de los objetivos establecidos.



EMPLEO Y ESTABILIDAD DE PLANTILLA

Creación de empleo estable y de calidad

Principios de la política de empleo de Borges International Group



Datos a 31 mayo 2014

1.008 empleados/as

70,63% prestan sus servicios en España

Composición de la plantilla

La edad media de la plantilla se sitúa en 40,73 años. Por otro lado, aproximadamente el 58% de la plantilla se sitúa en un tramo amplio de edad comprendido entre los 30 y 50.

La estabilidad en el empleo es otra apuesta que nos caracteriza. 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.

En este periodo, se ha alcanzado un número de trabajadores/as con contrato fijo de 873 personas (86,60 % de la plantilla) y 135 personas con contrato temporal (13,40%).

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 27 % de la plantilla posee una antigüedad de 20 a 25 años, y está plenamente implicado en nuestros valores corporativos.

40,73 %

Edad media de la plantilla de Borges International Group

873

Trabajadores/as con contrato fijo

135

Trabajadores/as con contrato temporal

FORMACIÓN Y DESARROLLO

La política de empleo de Borges International 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 International 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.

HORAS DE FORMACIÓN

Ejercicio fiscal 12-13
Ejercicio fiscal 13-14

11,139 horas

11,516 horas

INVERSIÓN EN FORMACIÓN

Ejercicio fiscal 12-13
Ejercicio fiscal 13-14

145,000 euros

140,411 euros

RATIO HORAS DE FORMACIÓN/ EMPLEADO

Ejercicio fiscal 12-13
Ejercicio fiscal 13-14

24,7%

21%

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 International 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 24 personas en prácticas, de las cuales, dos, han estado en periodo de inserción.

Convenios de formación profesional dual

Buscamos 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.

Actualmente, nuestro centro de Tàrrega, está adherido a los siguientes Convenios de Formación Profesional Dual:

- Ciclo Formativo Grado Superior sobre procesos y calidad en la industria alimentaria.
- Ciclo Formativo Grado Medio de mantenimiento electromecánico.
- Ciclo Formativo de Grado Superior de mecatrónica industrial.
- Ciclo Formativo de Grado Medio de Aceites y Vinos.

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.



POLÍTICA DE REMUNERACIONES ADECUADA A CADA SITUACIÓN

Borges International 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 International Group le es de aplicación el Convenio Colectivo correspondiente.

LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA

Como refleja nuestro Código de Conducta, Borges International 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 International 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 Tàrraga, está vigente un convenio colectivo provincial para las industrias del aceite y sus derivados para los años 2.012, 2.013 y 2.014 y, actualmente, se está negociando un nuevo convenio para el periodo 2015-2017.

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 disfrutan todos los empleados/as de Borges International 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

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 9,20 % 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”

Borges International Group asume una serie de conductas con el objeto de impulsar medidas positivas con sus empleados/as y su entorno, que favorezcan su bienestar laboral y faciliten la conciliación de vida laboral, personal y familiar. De este compromiso se desarrollan múltiples actuaciones.

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

El compromiso de Borges International Group con la igualdad efectiva entre mujeres y hombres se pone de manifiesto con el avance en nuestros objetivos fijados en esta materia.

Nuestro 2º Plan de Igualdad para los años 2012-2016, ha dado continuidad al desarrollo del Plan de Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres iniciado en el 2007.

Durante este ejercicio, un 41% de la plantilla ha estado formada por mujeres. En referencia a mujeres con cargos directivos, el porcentaje se sitúa en un 2,4 %.

Últimas iniciativas de relevancia en materia de Igualdad:

- Red de empresas Distintivo de Igualdad:

Borges International Group participa en la Red Distintivo de igualdad del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad que potencia el intercambio de buenas prácticas entre las empresas poseedoras del Distintivo de Igualdad a través de jornadas técnicas y foros.

- Acuerdo de colaboración con el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad: Borges International Group ha firmado un acuerdo de colaboración con el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad para la adopción de medidas para aumentar la presencia de mujeres en puestos directivos y comités de dirección.



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).



- Proyecto Promociona: En base al acuerdo de colaboración mencionado, Borges International Group actualmente está participando el proyecto Promociona de la CEOE. Iniciativa que con el apoyo del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad y ESADE, pretende mejorar el acceso de la mujer a los puestos directivos y los consejos de administración de las empresas en España para promover un liderazgo compartido.

- Curso de sensibilización en materia de Igualdad a la Comisión de Igualdad: Borges International Group ha realizado un curso con el fin de sensibilizar a su comisión de de Igualdad entre mujeres y hombres y transmitir una cultura de Igualdad en el seno de la Organización.

- Día Internacional de Lucha contra la Violencia de Género: Borges International Group se sumó al Día Internacional de la Lucha contra la Violencia de Género con la publicación de un mensaje en varios canales corporativos así como en la Red de Empresas con el Distintivo de Igualdad.

- Convenio de colaboración entre el Ministerios de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad para promover la sensibilización sobre la Violencia de Género:

Borges International Group se va a adherir en el 2015 a la iniciativa Empresas por una sociedad libre de violencia de género, suscribiendo un acuerdo con el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad para promover la sensibilización sobre la violencia de género.

- Enclave laboral de diez personas con discapacidad: Borges International Group ha llevado a cabo un enclave laboral de diez personas con discapacidad a través del Grupo Sifu.



Los enclaves laborales vienen contemplados en el Real Decreto 290/2004, de 20 de febrero (refundido en la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social de 2013). Son una herramienta para la creación de empleo para personas con discapacidad y su posible incorporación al mercado abierto con el objetivo de que estas personas puedan disfrutar de todos los derechos constitucionales como el resto de los ciudadanos.

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 especiales de empleo como Talleres Baix Camp y Fundación Alba que orientan laboralmente a este colectivo. En Borges International 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. 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. 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 (24): España, Alemania, Argentina, Bolivia, Brasil, Bulgaria, Chile, Colombia, Egipto, Francia, Holanda, Marruecos, México, Paraguay, Polonia, Portugal, Rumania, Rusia, Senegal, Suecia, Túnez, Ucrania, Perú y Letonia. 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.

COMUNICACIÓN INTERNA Y DIÁLOGO CON LOS EMPLEADOS

Dentro de la Compañía, la comunicación interna busca convertirse en una herramienta fundamental para la cohesión de los colaboradores. Cabe destacar las siguientes vías de comunicación:

- **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 International Group, con el fin de acercar la visión de negocio y crear identidad de grupo. Periodicidad: cuatrimestral



Borges S.A. - Intranet

172.17.1.10/noticias.php?id=xxxxxxxxx1783150526141021bd[c90d489a8e71563facb815f4af5db]1024

INTRANET

(ES) | INICIAR SESIÓN COMO OTRO USUARIO | SALIR

NOTICIAS GRUPO BORGES

Noticias | Borges en la prensa | Ofertas | Normas

Empresa: Borges S.A.U. | Búsqueda: |

Noticia	Empresa	Fecha
Menús catering mayo'15 (Bon día, En relación al server de CATERING...)	Grupo Borges	28/04/2015
19 abril, Caminata Solidaria en favor del Parkinson (Agradecemos colaboradores, El próximo 1...)	Grupo Borges	15/04/2015
Menús catering abril'15 (Bon día, En relación al server de CATERING...)	Grupo Borges	31/03/2015
Menús catering març'15 (Bon día, En relación al server de CATERING...)	Grupo Borges	02/03/2015
Menús catering febrero'15 (Bon día, En relación al server de CATERING...)	Grupo Borges	28/01/2015
Menús catering enero'15 (Bon día, En relación al server de CATERING...)	Grupo Borges	30/12/2014
Nota de prensa resultados ejercicio 2013-2014 (Nota de prensa resultados ejercicio 2013-2014, Nop...)	Grupo Borges	27/11/2014
Menús catering diciembre'14 (Bon día, En relación al server de CATERING...)	Grupo Borges	26/11/2014
Menús catering noviembre'14 (Bon día, En relación al server de CATERING...)	Grupo Borges	28/10/2014
Menús catering octubre'14 (Bon día, En relación al server de CATERING...)	Grupo Borges	26/09/2014
Menús catering septiembre'14 (Bon día, En relación al server de CATERING...)	Grupo Borges	25/08/2014
Menús catering agosto'14 (Bon día, En relación al server de CATERING...)	Grupo Borges	24/07/2014
Menús catering julio'14 (Bon día, En relación al server de CATERING...)	Grupo Borges	01/07/2014
Menús catering junio'14 (Bon día, En relación al server de CATERING...)	Grupo Borges	29/05/2014
BORGES MEDITERRANEAN GROUP GUARDONADA AMB ELS PREMIS A LA INTRANSCALITZACIÓ 2014 (BORGES MEDITERRANEAN GROUP)	Grupo Borges	22/05/2014
Menús catering mayo'14 (Bon día, En relación al server de CATERING...)	Grupo Borges	24/04/2014
Menús catering abril'14 (Bon día, En relación al server de CATERING...)	Grupo Borges	28/03/2014
Clínica Bovera (Agradecemos colaboradores y colaboradores, Ventas Opel (Estimados colaboradores, Con el objeto d...)	Grupo Borges	12/03/2014
Menús catering març'14 (Bon día, En relación al server de CATERING...)	Grupo Borges	06/03/2014
Menús catering març'14 (Bon día, En relación al server de CATERING...)	Grupo Borges	03/03/2014

Total: 137 [21/40] >>

Acciones sociales para la gente Borges

GENTE BORGES

En Borges International 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 International 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 hectárea a hectárea, 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 International Group

La pequeña Gente Borges: Concursos literario y de dibujo infantil y Taller de cocina para la “pequeña Gente Borges”.

Concurso de fotografía “momentos Borges”: Concurso para toda la plantilla de Borges International Group consistente en la presentación de una fotografía que represente el mejor “momento Borges”, ya sea compartido con la familia en una mesa preparada para comer, con los amigos en la celebración de un picnic, preparando la cena, o cualquier otro momento que se quiera compartir.

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 siete entradas dobles al encuentro de la Copa del Rey entre el FC Barcelona y SD Huesca.



OTRAS ACTIVIDADES SOCIALES

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

Los centros de producción de Borges International 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 Arbequina, hasta las más intensas y picantes como la Picual. Acto que tiene un alto acogimiento siendo muchas las muestras de cariño por los visitantes que han disfrutado de la actividad.

Finalmente y dependiendo de la visita, se hacen diferentes presentaciones corporativas relacionadas con la propia historia de la marca BORGES.

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 International 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 International 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 INTERNATIONAL GROUP

Borges International Group apuesta firmemente por la implementación en la estructura de la Organización de una cultura preventiva sólida, basada en la constante adaptación de todos y cada uno de los puestos de trabajo al personal que forma nuestra plantilla. Garantizar la seguridad y la salud de todas las personas que se encuentran en nuestras instalaciones es una premisa primordial, del mismo modo que lo es minimizar cualquier afectación derivada de las tareas asignadas a los diferentes puestos de cada área y/o departamento. A través del desarrollo y la integración de un Sistema de Gestión de la Prevención de Riesgos Laborales (SGPRL), aseguramos el cumplimiento de todas las disposiciones legales concernientes a las condiciones laborales de nuestros colaboradores. Dicho sistema se articula en una serie de procedimientos que nos permiten gestionar la interacción existente entre las dos grandes esferas concurrentes; por un lado las instalaciones y los requerimientos del trabajo, y por otro, la capacitación de todas las personas que ocupan dichos puestos. Las principales características de nuestro sistema preventivo son:

- Está basado en una Política Preventiva aprobada por la Dirección del Grupo como muestra del compromiso de la Organización frente a cualquier aspecto relacionado con la prevención y la mejora continua de las condiciones laborales.
- Está gestionado directamente por el Departamento de Recursos Humanos mediante personas cualificadas específicamente a tal efecto.
- La gestión preventiva existente es extensiva 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 contratado para cada uno de los centros de trabajo del Grupo.

- Apuesta por la colaboración y la cooperación interdepartamental en busca de la consecución de objetivos que permitan la mejora continua del Grupo.

La cultura preventiva de Borges International Group avanza día a día de forma dinámica a través de la sensibilización constante de todo el personal de la plantilla con el objetivo de crear de este modo un entorno de trabajo seguro y saludable. Para conseguirlo, es imprescindible la participación y la implicación de todos y cada uno de nuestros colaboradores y en especial de las personas que gestionan equipos, puesto que se trata de posiciones claves dentro de cualquier estructura organizacional. Conseguir un entorno de trabajo seguro, tal y como hemos comentado, supone incidir principalmente en dos esferas: el estado de las instalaciones y nuestros recursos humanos. Referente a la seguridad en nuestras instalaciones, debemos:

Evaluar exhaustivamente los riesgos existentes

a través de la realización de un análisis periódico de las instalaciones y de los puestos de trabajo de cada centro. Una vez identificados y evaluados todos los riesgos existentes, debemos proponer una planificación de medidas adecuadas para minimizarlos, o bien, erradicarlos. Además, mediante evaluaciones específicas como por ejemplo el estudio de ruido, presencia de contaminantes químicos en la atmósfera, ergonomía del puesto de trabajo, vibraciones, y atmósferas explosivas, entre otras, podemos evitar la exposición de nuestros colaboradores a riesgos derivados del diseño del propio puesto que ocupan, o bien, evitar la existencia de contaminantes físicos y/o químicos en sus respectivos ambientes de trabajo.



Realizar visitas preventivas de seguridad

para difundir una cultura preventiva adecuada es imprescindible la presencia en fábrica transmitiendo observaciones oportunas que permitan corregir aquellas situaciones que puedan generar un riesgo y por tanto, llegar a ocasionar un daño. Para ello, se realizan visitas periódicas a las instalaciones conjuntamente con los responsables de cada área, de las cuales existe un registro que nos permite comprobar aquellos aspectos preventivos que requieren de mejora.

Disponer de Planes de Emergencia actualizados e integrados

a través de la realización de simulacros de incendio, revisiones de las instalaciones contra incendios, entrega de información de forma periódica a toda la plantilla y en especial, formando e informando a todos/as los miembros que forman parte del Equipo de Emergencias de los respectivos centros de trabajo del Grupo.

Cooperar activamente con el personal del Departamento Técnico, asegurando de este modo la correcta adecuación de todos los equipos de las instalaciones y la integración de la prevención en el diseño, además de garantizar la idoneidad de todos aquellos aspectos relacionados propiamente con la seguridad industrial. Por otro lado, como Organización, debemos asegurar la capacitación de todos/as nuestros colaboradores para conseguir una adaptación adecuada a sus respectivos puestos de trabajo. Dicha capacitación podemos conseguirla mediante:

- **La aportación periódica de información a todos los trabajadores/as** que realicen tareas en nuestros centros de trabajo, independientemente de su sección, área o departamento, tanto si pertenecen a nuestra plantilla como por el contrario, si se trata de colaboradores de empresas contratadas o subcontratadas. El contenido de la información debe ser apropiado para cada puesto de trabajo, de forma que puedan llevar a cabo sus tareas siendo conscientes de los riesgos derivados de las mismas y de la posible afectación para su propia seguridad y para el resto de personas concurrentes a su alrededor. Dicha información, debe hacerse extensiva al personal de contratación temporal y al personal externo contratado a través de una coordinación de actividades empresariales específica para cada situación, tarea, o servicio, que deba realizarse en nuestras instalaciones.

- **Formación continua del trabajador/a** mediante la definición anual de un Plan de Formación basado en las necesidades formativas detectadas en materia de Prevención de Riesgos Laborales, sumadas a formaciones periódicas a modo de recordatorio. El alcance de nuestro Plan de Formación abarca a toda la plantilla, de manera que el personal de oficina también

realiza periódicamente formaciones a través de plataformas online facilitadas por los diferentes Servicios de Prevención contratados para cada centro de trabajo. Dicha metodología formativa nos permite aportar a nuestros colaboradores conocimientos específicos en materia de Prevención de Riesgos de una forma cómoda, ágil y flexible.

Tal y como hemos mencionado, existen jornadas formativas planificadas en función de necesidades detectadas a raíz de la realización de simulacros de incendio, incidentes acontecidos, evolución de la actividad, o bien como consecuencia de los resultados de la propia evaluación de riesgos de las instalaciones. Algunas de estas formaciones impartidas recientemente han sido:

- Conocimientos básicos en Primeros Auxilios
- Conducción segura de plataformas y cestas elevadoras
- Conducción segura de carretillas elevadoras
- Plan de Emergencia de las instalaciones (miembros del Equipo de Emergencia)
- Formación anual específica del puesto de trabajo (destinada a toda la plantilla)

- **Vigilancia de la salud de la plantilla** a través de la realización anual de reconocimientos médicos laborales en todos nuestros centros de trabajo. En dichos reconocimientos se aplican protocolos específicos dependiendo del puesto de trabajo ocupado y se llevan a cabo a través de unidades móviles desplazadas en nuestras instalaciones, aportando de este modo flexibilidad y comodidad a la organización de los mismos.

Otra de las acciones contempladas dentro del área de vigilancia de la salud, es poner a disposición de todos nuestros colaboradores la posibilidad de vacunarse anualmente contra



la gripe estacional y disponer de un servicio médico en nuestras instalaciones, que aparte de ofrecer asistencia propiamente sanitaria, día a día progresa de forma proactiva en el fomento de hábitos saludables entre nuestros colaboradores.

• **Gestión de Equipos de Protección Individual,** además de disponer de diversos puntos de entrega de los equipos de protección necesarios para que todos nuestros trabajadores/as realicen sus respectivas tareas con la máxima seguridad posible, también hacemos entrega de otros elementos a modo de protección pasiva como son: fajas de compresión, muñequeras, rodilleras, etc. De esta forma, siendo conocedores de las características de cada puesto de trabajo, pretendemos preventivamente minimizar cualquier afectación a nivel muscular derivada de los mismos.

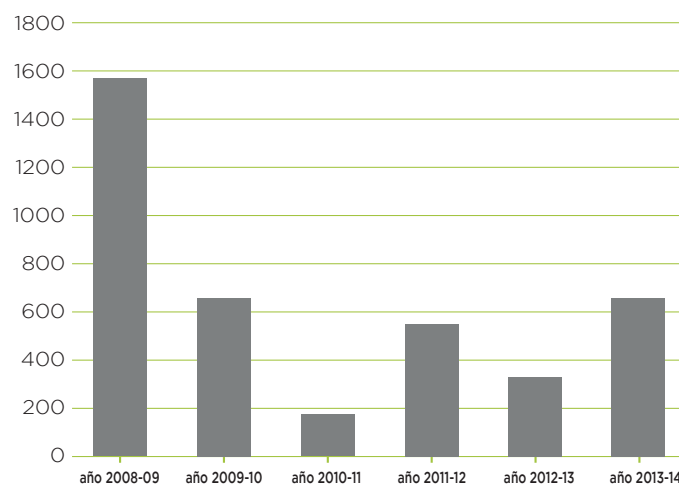
Disponiendo de unas instalaciones día a día más seguras, de unos recursos humanos capacitados y sobre todo de la participación de todos/as nuestros colaboradores, nos marcamos como objetivo principal la mejora continua de la gestión preventiva de la Organización. La participación de la plantilla canalizada a través de la representación de los trabajadores/as supone uno de los aspectos más importantes dentro de la consolidación de la cultura preventiva de Borges International Group. La realización de reuniones periódicas con el Comité de Seguridad y Salud nos permite poner en común todos aquellos aspectos en materia preventiva que puedan surgir durante el desarrollo de la actividad y tratarlos desde un punto de vista constructivo. Además de los representantes de los trabajadores/as, el resto de miembros que forman dicho Comité son: los Responsables de Producción, los Responsables Técnicos y los Responsables de Calidad, garantizando de esta manera que cualquier cuestión expuesta pueda valorarse, integrarse y

solucionarse, de forma efectiva.

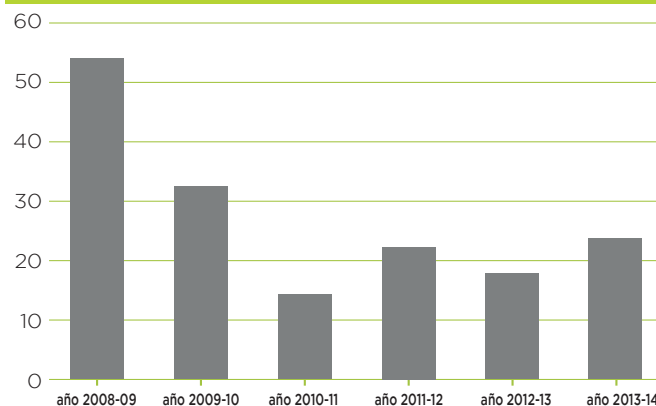
La ejecución de todos y cada uno de los procedimientos que dan forma a nuestro Sistema de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales (SGPRL), se lleva a cabo en estrecha colaboración con el resto de áreas existentes en la Organización. Dicha colaboración recíproca con áreas como Producción, Departamento Técnico, Calidad, y Medio Ambiente, entre otras, supone una muestra inequívoca de la integración efectiva de la Prevención en la estructura organizativa del Grupo. Esta integración nos permite mejorar día a día nuestros registros de siniestralidad, mostrando una evidente tendencia positiva, además de reforzar y consolidar nuestra cultura preventiva de forma progresiva.

La evolución de nuestros resultados a nivel de siniestralidad en los últimos años es la siguiente:

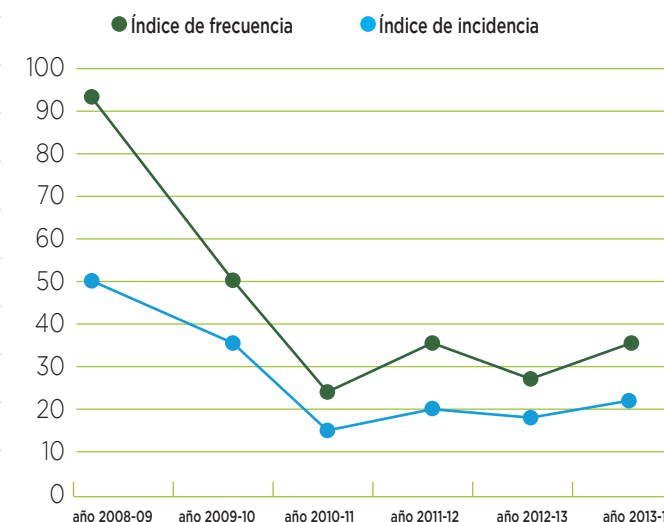
EVOLUCIÓN DE LAS JORNADAS PERDIDAS POR ACCIDENTE LABORAL



EVOLUCIÓN DE LA SINIESTRALIDAD CON BAJA



EVOLUCIÓN DE LOS ÍNDICES DE SINIESTRALIDAD



DERECHOS HUMANOS

EL COMPROMISO DE BORGES INTERNATIONAL GROUP CON LA CADENA DE SUMINISTRO

Borges International 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.

Se han fomentado relaciones de comunicación y conocimiento mutuo con nuestros proveedores, a través de la mejora de los canales de comuni-

cación, 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/as.

Con la mejora de nuestros sistemas de gestión y análisis de riesgos, Borges International Group garantiza la transparencia en los procesos de contratación y vela para que sus proveedores cumplan

unos principios mínimos que aseguren una cadena de suministro responsable.

Uno de los objetivos prioritarios de la Compañía en el 2015 es conocer en profundidad su cadena de suministro, identificando a los principales proveedores, conociendo la localización de éstos, y siendo consciente de aquellos proveedores que son críticos para el buen desarrollo del negocio, para así mejorar su gestión y control.

ÁMBITO DE ÉTICA E INTEGRIDAD

Borges International 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

Los valores que deben guiar el comportamiento de todas las personas que conforman Borges International Group quedan recogidos en el Código de Conducta de la Compañía, vigente desde junio del 2011 y actualizado durante el presente ejercicio.

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 International 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. A través de este Código, Borges International 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 y en base a los más elevados estándares internacionales, 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.

Para velar por el cumplimiento del Código, Borges International Group dispone de 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.

En su última revisión, se ha desarrollado un “Mecanismo de Quejas”. Política que viene a desarrollar el canal ético de la Compañía con una serie de principios para identificar, y siempre que se posible, resolver las preocupaciones que se han planteado por los trabajadores/as.



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 francés e 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 International 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 International 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

Somos una Compañía próxima y comprometida con la sociedad, especialmente en las comunidades en las que estamos presentes. Contribuimos a su desarrollo con nuestra forma de hacer las cosas y con las iniciativas que llevamos a cabo.

“Participación en iniciativas con entidades y causas relacionadas con apoyo a los colectivos con escasez de recursos, apoyo a iniciativas relacionadas con la cultura, la salud y el deporte”

INICIATIVAS SOCIALES



CAMPAÑA SOLIDARIA JUNTO A CRUZ ROJA Y CÀRITAS



COLABORADORES DE BORGES EN EL EVENTO "SOMOS UNO" JUNTO A LA FUNDACIÓN INVEST FOR CHILDREN



"DÍA VERMELL DE LA GENTE BORGES"



AFORTUNADO SORTEO MARATÓ TV3



15.000 LITROS DE ACEITE DE GIRASOL A LOS BANCOS DE ALIMENTOS DE NUESTRO ENTORNO, PARA SU CORRECTA DISTRIBUCIÓN ENTRE LOS MÁS NECESITADOS.



Nuestra filial **Star Fine Foods** en USA colabora con ValleyPBS donando una cesta de productos mediterráneos. En el 2014, Star donó una cesta de nuestros productos para las subastas de primavera y verano.

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

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.

WAVS Dine & Discover Evento

Wavs es una organización no lucrativa que trabaja directamente con los líderes locales en Guinea-Bissau para ofrecer capacitación laboral y programas de desarrollo económico. La sede central de Estados Unidos para Wabs, está en Fresno, California.

En el citado Evento, STAR ofreció una cesta



de artículos STAR para la subasta silenciosa y donó vinagretas a todos y todas las asistentes al banquete.

Nuestra colaboración en este evento demuestra el firme compromiso de STAR con su comunidad local.

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.

Silent Auction Items

Local Artist's Photography Prints
Marred and signed print, "St. Francis Amongst His Vines" from local photographer Gary Christiansen. Donated by Gary Christiansen of Expressive Arts Connection.

Four Tickets to The Nutcracker
Come see this classic performance with three others at the Saroyan Theatre. Tickets must be used on November 29, 2014 at 1:00pm. Donated by the Fresno Convention Center.

Violin Lessons with Patrick Contreras
Receive 4 half-hour private lessons and a signed copy of his most recent CD. Donated by Patrick Contreras.

Ted and Bernie Brooks' Famous Burritos
Get up to 50 breakfast burritos for the whole office! Donated by Ted and Bernie Brooks.

Fresno Chaffee Zoo Family 4 Pack
Take you and 3 others to one of Fresno's greatest attractions: the Fresno Chaffee Zoo! Donated by the Fresno Chaffee Zoo.

Star Fine Foods Gift Basket
This basket contains an assortment of high-quality Star Fine Foods, including olive oil, olives, marinated asparagus, and much more! Donated by Star Fine Foods.

Eureka Burger Gift Card
Treat you and a friend to some of the best burgers and beers you can find in Fresno with the donated \$50 gift card. Donated by Eureka Burger.

Trelis Restaurant Gift Card
Spend a leisurely evening in downtown Clovis enjoying gourmet food and choosing from one of the best wine lists in the Central Valley with the donated \$100 gift card. Donated by Trelis Restaurant.

Elbow Room Restaurant Gift Card
Enjoy the donated \$20 gift card at Fig Garden's classic restaurant. Donated by the Elbow Room Bar & Grill.

California Pizza Kitchen Gift Certificate
Dine on a wide variety of California-inspired pizzas with the donated gift certificate for two entrees and soft drinks. Donated by California Pizza Kitchen.

Gazebo Gardens Rose Bushes
Add beautiful rose bushes to your home garden, compliments of Gazebo Gardens. Donated by Gazebo Gardens.

Jacks Urban Eats Gift Certificate
Go check out Fresno's newest restaurant in Fig Garden with a gift certificate for 2 meals, including 2 entrees, sides, and soft drinks. Donated by Jack's Urban Eats.

Fresno State Farm Basket
Win this basket and receive local wine, nuts, and olive oil grown and produced by students and staff, and CSU Fresno apparel. Donated by California State University, Fresno.

Peeve's Public House
Enjoy a \$50 gift card for a delicious selection of local seasonal food and craft beer in downtown Fresno. Donated by Peeve's Public House.

Thank you to these Event Sponsors



Susan G. Komen - Central Valley

Patrocinio de Susan G. Komen y participación en un capítulo local de Susan G. Komen, donando vinagreras para los participantes en la dieciseisava anual de Central Valley Race for the Cure, evento muy popular en Fresno.

En nuestra filial de la India se llevan a cabo aportaciones a la Organización Delhi Common Wealth Women's Organization (DCWA) para impulsar el bienestar de las mujeres menos favorecidas.

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 International 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.
- Colaboración con AETAPI (Asociación española de profesionales de autismo).

PRESENCIA EN ORGANIZACIONES E INICIATIVAS

Borges International 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 International 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 Auditoria SMETA, Auditoría de comercio ético de miembros de Sedex.

- En el 2014 hemos vuelto a superar la Auditoria SMETA. 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.



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.

- Colaboración con la Asociación Española contra el cáncer de mama.



DESARROLLO SUSTENTABLE

Nuestros centros de Reus y Tàrrrega tienen 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 International 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.

Los productos de Borges International 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 International 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. Disponemos de la certificación AIB desde el 2007 en nuestro centro principal de Reus, y desde el 2012, Aceites Borges Pont, S.A.U cuenta con el sistema de certificación FSSC-22000 (Food Safety System Certification).



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

ISO 9001	IFS	AIB	BRC	FSSC 22000
 BUREAU VERITAS		 Since 1919		
				

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.

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 APPC, cursos de diseño higiénico de locales y equipos de instalaciones en establecimientos alimentarios, y otros cursos, como de análisis sensorial en la industria alimentaria y de control microbiológico de alimentos para no microbiólogos.



Laboratorio de Aceites Borges Pont SAU reconocido por el Consejo Oleícola Internacional desde 1999.



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



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 el último ejercicio los centros de Reus y de Tàrraga se han inscrito en el sistema Product Recall de Aecoc con el objetivo de mejorar continuamente el sistema de retirada de productos de la empresa.

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



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

clientes y otros grupos de interés, aparte de las relacionadas con el Halal y el 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 International Group es susceptible de implantar procesos de mejora y posee un sistema de gestión que permite su independencia y auto-control.

Desde sus orígenes, Borges International 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 International 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 International 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 International 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 International 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 web corporativa de Borges International 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.

Durante este 2014 se han renovado completamente las páginas web de marca Borges, con un diseño más visual y contenidos más dinámicos, apostando por una mejor accesibilidad y más interacción entre los usuarios, desarrollando una imagen y contenidos específicos para los mercados en los que la marca tiene mayor presencia, como Brasil (portugués), India (inglés), Polonia (polaco), Rusia (ruso) o España (castellano y catalán), además de una versión genérica en inglés y castellano para el mercado internacional. La nueva web nace con la voluntad de crecer en contenidos y en utilidad para el usuario, permitiendo más participación e interacción. Con un nuevo

diseño, ofrece una experiencia más ágil y completa, con mejoras a nivel técnico y estético. Ahora, es más dinámica, visual y funcional, así como con una distribución más óptima y ordenada de los diferentes contenidos, con el objetivo de poner a disposición de nuestros consumidores las últimas novedades y productos de la marca, noticias sobre salud y nutrición, recetas para compartir, consejos prácticos e informaciones de interés, todo ello dentro de un nuevo plan de contenidos online (blog, imágenes, recetas, trucos, videos...) del que también se podrán alimentar otras marcas del grupo.



Precisamente en lo referente al resto de marcas del Grupo, se ha abordado con éxito la renovación tanto de imagen como a nivel de contenidos de la web de la marca ITLV, y se ha seguido la estrategia de dotar de contenidos propios a las de otras marcas como Popitas o Tramier, creando un blog asociado a la web de marca. La marca Tramier, por otro lado, ha iniciado su presencia en redes sociales con la apertura de perfil propio en Facebook y Youtube.

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) y continuando con éxito la expansión online de la marca en España con presencia en Twitter, Youtube o Instagram. Asimismo, se ha reforzado también la presencia de los nuevos canales sociales para la marca Borges creados en 2013 para España y países de habla hispana (Facebook, Twitter, Youtube e incluyendo Google+, Pinterest e Instagram) gracias al plan de contenidos online que también dota de información al resto de países con redes sociales de marca, especialmente en Facebook (Brasil, India, Polonia, Estonia) y Twitter (Brasil).



www.fb.com/Borges1896
www.twitter.com/Borges_es
www.instagram.com/Borges_es
www.pinterest.com/Borges1896
www.youtube.com/CanalBorges

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 2013-2014:

Durante el periodo 2013-2014, se han recibido y atendido en su totalidad, 293 consultas de clientes y consumidores. De ellas, 64 han correspondido con reclamaciones e incidencias, y las 229 restantes, con simples consultas sobre productos.

Otro de los canales de comunicación de Borges International Group hacia sus consumidores finales son las campañas publicitarias.

Una de las campañas más destacadas durante el presente periodo ha sido “¿HACEMOS POPITAS?”, nueva gama de popitas para llevar con irresistibles sabores; al punto de sal, dulce y de sabor caramelo.



Con esta promoción Borges International Group ha querido fidelizar a su consumidor y ayudar a incrementar las ventas fuera del periodo estacional. Por otro lado, con el objetivo de acercar nuestras nueces Borges Pizarro a los consumidores, desde el programa Fabricando Made in Spain de TVE1 se emitió un documental para dar a conocer nuestras nueces nacionales Borges Pizarro.

El telespectador pudo ver todo el proceso de la nuez, desde la cosecha en nuestras plantaciones de nogales en Badajoz, pasando por el proceso de recolección y procesado hasta su posterior envasado en nuestras instalaciones.

Con esta acción se ha querido acercar Borges Pizarro a los consumidores españoles, mostrando nuestro compromiso, pasión y profesionalidad para conseguir las mejores nueces nacionales, prestigiando la marca Borges Pizarro, e insistiendo en el consumo diario de las nueces, con múltiples beneficios para el organismo.



Otras actividades de comunicación: tiendas de Borges International Group

Borges International 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 International 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 International 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. 6
	2.2	• Principales marcas, productos y/o servicios.	p. 10-16
	2.3	• Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (JVs).	p. 17-19
	2.4	• Localización de la sede principal de la organización.	p. 6
	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. 17-19
	2.6	• Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	p. 7
	2.7	• Mercados servidos (incluyendo desglose geográfico, sectores que abastece y tipos de clientes/beneficiarios).	p. 17-19
	2.8	• Dimensiones de la organización informante.	p. 17-19
	2.9	• Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	p. 17-19
	2.10	• Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	p. 20-21

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. 23
	3.2	• Fecha de la memoria anterior más reciente.	p. 23
	3.3	• Ciclo de presentación de memorias.	p. 23
	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. 23
	3.6, 3.7	• Cobertura de la memoria y existencia o no de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	p. 23
	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. 23
	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. 23
	3.10	• Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a informes anteriores. Cambios significativos de la memoria.	p. 23
	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.25-26
	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.25-26
	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.25-26
	4.4	• Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	p.25-26
	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 International 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.6 Perfil de la Organización. p.65-66 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.25-26
	4.10	• Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	p.25-26
	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 apoye.	p.71 Presencia en organizaciones e iniciativas
	4.13	• Principales asociaciones a las que pertenezca.	p.33 Impactos económicos indirectos
	4.14	• Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	p.27
	4.15	• Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	p.28
	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.28
	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.23 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.30
	EC2	• Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	p.31
	EC4	• Ayudas financieras significativas recibidas de administraciones.	p.31
PRESENCIA EN EL MERCADO	EC6	• Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	p.32
	EC7	• Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en operaciones significativas.	p.32
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.33
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.35-36 p.39 p.40
	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.41 p.41-42

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.42
	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.42
	EN21	• Vertido total de aguas residuales, según su naturaleza o destino.	p.43
	EN22	• Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	p.44-45
	EN23	• Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	p.45
	EN28	• Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	p.46
	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.46
	EN30	• Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	p.31 Parte económica, consecuencias financieras
		• Inversiones realizadas por Borges International Group durante los dos últimos ejercicios.	p.46
		• Inversiones realizadas en la planta agroindustrial de Tàrrega de Aceites Borges Pont.	p.47-48
		• Inversiones realizadas por Borges International Group en las plantas de Frutos Secos.	p.48
		• Inversiones realizadas por Borges International Group en la División Agrícola.	p.49
		• Inversiones realizadas por Borges International 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 <i>Aportaciones sociales y económicas.</i>
	LA4	• Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	p.55 <i>Libertad de asociación y negociación colectiva.</i>
	LA5	• Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	<i>Borges International 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.62-64 Salud y seguridad en el trabajo.
	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.62-64 Salud y seguridad en el trabajo.
	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 International 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.65
	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 International 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.65-66
	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 International 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.65-66

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.68-71
	SO2	• Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	p. 65-66 Ética e Integridad
	SO3	• Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	p. 65-66 Ética e Integridad
	SO4	• Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	p. 65-66 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 International 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.46 Coste de las multas significativas p.66 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 International 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

