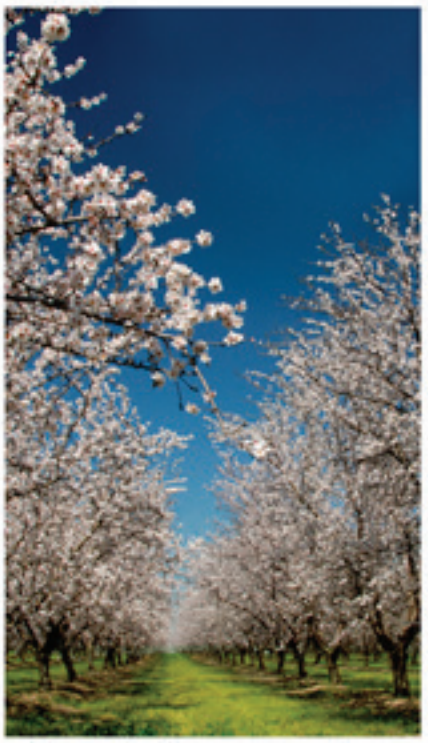


Memòria corporativa
2014-15

BORGES
International
GROUP

BORGES International GROUP

Memòria corporativa 2014-15

MEMÒRIA CORPORATIVA 2014-2015

SUMARI

CARTA DEL PRESIDENT 4

QUI SOM 6
Els nostres orígens 8
Les nostres marques 12
Els nostres productes 14

GESTIÓ RESPONSABLE 18
Medi ambient 20
Equip humà 22
Consumidors i clients 24
Cadena de subministrament 26
Comunitat i aliances 27

ORGANITZACIÓ 28
Govern corporatiu 29
Model de negoci 30
Borges International Group 32
Borges Branded Foods 36
Borges Agricultural & Industrial Edible Oils 42
Borges Agricultural & Industrial Nuts 46

RESULTATS 50

CARTA DEL PRESIDENT

RAMON PONT AMENOS
President de
Borges International Group

En un entorn molt complicat de pujades de preus de les matèries primeres i de grans fluctuacions de divises als països emergents, a Borges hem estat capaços d'arribar a la nostra xifra rècord de benefici, fet que suposa un 10% més que en l'exercici anterior, mentre que les nostres vendes s'han incrementat un 9% fins als 675 MM €. Això posa de manifest per una banda la solidesa i sostenibilitat dels nostres negocis operatius i de l'altra, el bon fer d'un equip humà cohesionat i alineat amb els objectius i valors de l'empresa.

D'altra banda i a nivell de balanç, els elevats preus de matèria primera i la poca disponibilitat al mercat d'oli d'oliva, degut a l'escassa collita a Espanya, ens han obligat a fer grans compres de producte que ha suposat altes posicions temporals de circulant a data de tancament de l'exercici.

La decidida aposta comercial a pràcticament tots els mercats internacionals, tant B2C com B2B, són les bases estratègiques que donen garantia de creixement al Grup. Això ve reforçat per una banda per la implantació a filials agrícoles i d'aprovisionament a països i regions d'origen, productors de les matèries primeres que necessitem per l'àmplia gamma dels nostres envasats i de l'altra, per la disponibilitat d'eficients instal·lacions industrials per al seu processament i condicionament.

Volem a través d'aquesta Memòria Anual no només retre comptes sobre la nostra actuació econòmica sinó també sobre la nostra actuació en matèria de responsabilitat social corporativa. A data de tancament de l'exercici, l'equip humà de la Gent Borges s'ha vist incrementat en un 3% respecte l'any anterior, arribant a la xifra de 1.058 empleats.

La inesperada mort aquest any de la nostra directora de Recursos Humans, Dolors Salguero, va ser un dolorós revés per al Grup. Era una persona molt estimada i apreciada per tots els nivells de l'organització, més enllà de ser una excel·lent professional. Un cop més, hem apostat per una promoció interna per cobrir aquesta posició tan clau per a l'organització.

Durant l'exercici 2014-2015 hem emprès una important organització interna societària i organitzativa que ha d'aportar-nos un major focus a cada àrea de negoci i permetre'ns emprendre amb garantia processos futurs de creixement inorgànic.

Els reptes que proposa el context actual només poden ser superats amb idees innovadores a partir d'un enfocament responsable a tots els nivells d'operació i un servei de qualitat adaptat a les noves exigències i necessitats.

Estem convençuts que la integritat i els valors són elements clau de l'èxit d'una companyia. Desenvolupar totes les nostres activitats d'acord a uns estrictes estàndards ètics és i serà sempre una prioritat a Borges International Group.

RAMON PONT AMENOS
President de Borges International Group

QUI SOM

BORGES INTERNATIONAL GROUP

Som un Grup familiar agroalimentari que des de la seva fundació, al 1896, s'ha mantingut fidel als seus orígens, a la terra, a la seva tradició familiar i a uns valors d'acord amb l'estil de vida mediterrani. Des del principi hem perseguit l'excel·lència i hem sabut mantenir el caràcter familiar sense renunciar a un alt grau de professionalitat que té com a constant un esperit de creixement i superació.

Actualment, els nostres productes són presents a 111 països dels cinc continents a través de les nostres filials, que compten amb un total de 14 oficines comercials i 12 centres productius, situats als orígens i mercats estratègics per al Grup, a més d'una extensa xarxa de col·laboradors a la resta del món.

Aquesta visió internacional forma part del nostre ADN i del dels nostres equips des que el 1957 iniciéssim el procés d'internacionalització de la companyia. A dia d'avui comptem amb una xarxa de més de 6.000 professionals, entre interns i externs, que cada dia donen servei als nostres clients i consumidors de tot el món, fent de la marca Borges la de major presència internacional del sector.

El 69% del valor de les nostres vendes provenen dels mercats internacionals. Som mediterranis per origen, per cultura i pels nostres productes. El nostre objectiu permanent és la creació de valor sostenible per als nostres clients i accionistes, amb una aposta clara per la qualitat i la innovació. Amb això, contribuïm a que els consumidors gaudeixin dels estàndards i qualitats de la vida mediterrània com a un concepte cultural global que defineix l'alimentació com a font de salut i plaer, una experiència cultual única: el Mediterranean Life & Quality.

I tot això sent sempre fidels a uns valors perpetuats al Grup per la tradició familiar des dels nostres inicis:

ÈTICA PROFESSIONAL	RESPECTE A LA MARE TERRA
QUALITAT COM A PRINCIPI	LA VISIÓ DE FUTUR
TRADICIÓ	DIMENSIÓ MUNDIAL
CONFIANÇA	ORIENTACIÓ AL CLIENT
RENDIBILITAT	INNOVACIÓ

PRESENTS A

111

PAÏSOS

DE LES VENDES AL MERCAT INTERNACIONAL

1896
LA FUNDACIÓ

Antonio Pont Pont amb la seva dona, Dolors Creus Casanovas, decideixen dedicar-se a la compra i venda d'olives i ametlles de les comarques de Lleida i Tarragona, sent l'inici del que avui és Borges International Group.

1914
PRIMERS PASSOS

Comença el camí de la industrialització. S'instal·la a Tàrrega una almàssera amb premsa de biga de fusta. Poc després, l'almàssera es modernitza amb la instal·lació d'una premsa hidràulica.

1920
SEGUEIX LA INDUSTRIALITZACIÓ

Borges posa en funcionament la primera trencadora industrial de LLeida.

1925
LA SEGONA GENERACIÓ

Josep i Ramón Pont Creus, fills dels fundadors, s'incorporen a l'empresa, que va augmentant la seva dimensió en compres i vendes. Es consoliden els negocis de la trencadora d'ametlles i el de la fàbrica d'oli d'oliva.

1939
L'OLI S'ESTÉN

S'instal·la a Tàrrega la primera extractora d'oli de la Companyia. Al mateix any es construeix també una refineria. S'inicia la venda d'oli a granel.

1957
LA TERCERA GENERACIÓ

La tercera generació Pont comença a participar en les activitats del Grup. Es trasllada a Reus l'activitat d'exportació a granel d'oli d'oliva, ametlles i avellanes.

1964
NEIX UNA MARCA

Per primera vegada la marca BORGES apareix al mercat. Per a això, es construeix a Tàrrega una fàbrica d'olis envasats. És el començament d'una llarga història.

1967
DESENVOLUPAMENT I EXPANSIÓ DELS FRUITS SECS

Comença la venda de la gamma completa de Fruits Secs elaborats i envasats sota la marca Borges. S'inicia també la importació directa d'aquells Fruits Secs dels que no existeix producció local.

1978
FRUSESA

Amb la creació de "FRUSESA - Frutos Secos Españoles, S.A. ", Borges posa en marxa les primeres explotacions agrícoles nacionals de festucs i nous.

1984
A ANDALUSIA

Es constitueix "Borges Andalucía, S.A." dedicada a la compra d'ametlles i olives directament als agricultors. La factoria realitza la trencadora d'ametlles, així com la mòlta d'olives per a l'obtenció d'oli d'oliva verge.

1985
EL SALT A U.S.A.

Es funda "Borges of California, Inc.", fet que suposa la internacionalització de l'activitat agrícola amb l'adquisició de 360 Has a la vall de Sacramento, zona de referència mundial en la producció de nous.

1987
LA QUARTA GENERACIÓ

Membres de la quarta generació Pont s'incorporen a les activitats de Borges International Group.

ACCÈS AL MERCAT DE CAPITALS

El projecte agrícola es consolida amb la fundació de "Agrofruse -Mediterranean Agricultural Group, S.A. ", empresa cotitzada en el 2n mercat de la Borsa de Madrid dedicada a l'explotació de finques agrícoles.

1995
CREIXENT A U.S.A.

S'adquireix "Giurlani USA Inc", empresa fundada el 1898 que comercialitza productes mediterranis -principalment olis, olives i vinagres- al mercat americà sota les marques STAR, CARA MÍA i PACIFIC CHOICE.

1996
BORGES TUNISIE

Es funda "Société des Huiles Borges Tunisie, S.A. " per entrar al mercat del Nord d'Àfrica i aprovisionar les nostres plantes productives. Som la primera empresa nacional d'oli d'oliva amb implantació a Tunísia.

.

1997
COMUNITAT VALENCIANA

El Grup adquireix a Castelló l'empresa "Almendras de Altura, S.A.", dedicada a la compra d'ametlles, directament als agricultors, i al seu trencament.

2000

CONTINUA L'EXPANSIÓ

Es construeix a Reus la segona planta d'elaboració de Fruits Secs especialitzada en productes per a la indústria alimentària i l'elaboració de les seves especialitats.

2003

S'AMPLIA EL MERCAT FRANCÈS

El Grup estén les seves activitats a França amb la participació a la Societat "CDS-Catering Distribution Services, SAS " per potenciar les vendes a través del canal "Food Service ".

2004

MÉS PRESÈNCIA INTERNACIONAL

Adquisició a Rússia de la Societat "Industrial tecnologica Laintex veterinari, S.A." amb seus a Moscou i Sant Petersburg. Dedicada a la comercialització d'olis, olives i altres productes de l'Estil de vida Mediterrani sota la marca ITLV.

2006

S'AMPLIA EL MERCAT AMERICÀ

Neix "Borges National USA Corp." amb seu a Nova Jersey. Incorpora el negoci i el fons de comerç de més de 20 anys de distribució d'oli d'oliva a les empreses més importants d'USA i Canadà. Consolidant així el posicionament de Borges International Group al Mercat nord-americà i canadenc.

2007

BORGES - TRAMIER SASU

El Grup adquireix Tramier, empresa familiar francesa fundada el 1863 i líder d'olives de taula a França, amb una quota de mercat del 30%. Amb aquesta adquisició, Borges International Group es consolida com una de les més grans empreses d'olives del món.

2008

EGIPTE

Es constitueix "Borges for Food Industries-Egypt ", instal·lant una almàssera per a l'obtenció d'oli d'oliva a partir de les olives que adquireix als agricultors locals per aprovisionar les nostres plantes productives.

2009

BORGES ÍNDIA P LTD.

Es constitueix la societat "Borges Índia PLTD " per desenvolupar una xarxa comercial pròpia amb la qual consolidar el creixement assolit en aquest mercat i aconseguir una major capil·laritat a tot el país, permetent al Gup seguir sent un referent en Productes i Estil de Vida Mediterrani.

2011

BORGES DO BRASIL ALIMENTOS

Es constitueix la filial "Borges Brasil " per reforçar els bons resultats obtinguts i persistir amb els objectius d'aconseguir la segona posició del mercat nacional en olis i desenvolupar altres categories estratègiques com vinagres i olives.

2012

BMG FOODS (SHANGAI), CO. LTD

Es constitueix la filial "BMG Foods (Shangai), Co. LTD " per seguir pel camí del creixement al mercat asiàtic i consolidar-nos com a referent a la internacionalització del Grup.

CAPRICHO ANDALUZ

S'adquireix el 60% de la societat Capricho Andaluz, S.L., empresa líder al sector de terrines monodosi d'oli d'oliva, enfortint així la nostra presència al canal Food Service. A més de potenciar la xarxa d'almàsseres del Grup i ampliant la capacitat d'envasament.

BORGES INTERNATIONAL GROUP A L'ACTUALITAT

Borges International Group és avui una empresa líder en el seu sector, present als cinc continents i que segueix esforçant-se dia rere dia per mantenir la seva tradició i els seus valors per assegurar un projecte sostenible de futur.

14 SEUS COMERCIALS

12 CENTRES PRODUCTIUS

34 MILIONS D'EUROS **EBITDA**

675 MILIONS D'EUROS DE FACTURACIÓ

302 MIL TONES VENUDES

1.047 EMPLEATS

LES NOSTRES MARQUES

El prestigi de les nostres marques, la qualitat reconeguda dels nostres productes i processos, la difusió dels valors mediterranis i el nostre model de gestió del negoci són el resultat d'anys de treball i de l'esforç constant per superar les expectatives dels nostres clients i consumidors.

L'actual arquitectura de marques comercials presenta una combinació entre la marca global Borges, les marques locals i les marques especialitzades. Com a marca global, Borges és present a la majoria de països en els quals opera el Grup i s'identifica com a líder en el sector per la seva qualitat i innovació. Les marques locals aporten proximitat i coneixement dels mercats locals on operen, adaptant el valor de mediterraneïtat a les característiques de cadascun d'ells, tant en les preferències de consum com en aspectes de caràcter cultural, econòmic i social.

Les marques especialitzades es defineixen per les característiques del producte, desenvolupant noves categories amb vista a la seva extensió a diferents mercats i l'ampliació de la nostra base de consumidors.

BORGES La Qualitat i la Mediterraneïtat són els dos actius més importants sobre els quals es construeix aquesta marca líder al mercat global. Present a la majoria de països en els quals el Grup opera, Borges és percebuda avui dia com una marca "top of mind" a totes les seves referències.

STAR des del 1898 importa i comercialitza productes mediterranis a un mercat tan exigent com el nord-americà. Els seus valors de mediterraneïtat i qualitat l'han consolidat com a n.1 en vendes d'oli d'oliva, vinagre i olives als seus mercats.

TRAMIER la marca líder a França en el mercat de les olives amb una forta personalitat mediterrània. Gaudeix d'una creixent quota de mercat en altres productes mediterranis com oli d'oliva, olis de composició i confitats.

CAPRICHO ANDALUZ és la marca referent al mercat de les monodosi d'oli i vinagre, principalment al canal "Food Service ". És situada a Còrdova a la Denominació d'origen Baena, una de les principals i més prestigioses zones productives d'oli d'oliva d'Espanya.

CARA MIA la marca que comercialitza les conserves i carxofes per al mercat nord-americà, ha aconseguit posicionar-se com a marca "Premium" gràcies a la seva qualitat i sabor, sent líder als Estats Units en el segment de carxofes marinades amb una recepta única al mercat.

PACIFIC CHOICE des del 1998 comercialitza olives, cireres Maraschino, pebrots i altres productes de Food Service. Es pot trobar en alguns hotels i casinos a Las Vegas i Distribuïdors de Productes d'Alimentació des de Texas fins a Hawaii.

ITLV és present principalment a Rússia i als països de l'Est amb una gran notorietat. La seva extensa gamma de referències s'adapta a les necessitats i gustos dels consumidors, portant a la seva taula la mediterraneïtat a través dels seus productes.

ALFERDOUS aquesta és la marca del Grup especialitzada en els mercats dels països àrabs, amb una gamma de productes de gran qualitat, envasats a Tunísia d'acord als gustos i requisits específics d'aquests consumidors.

POPITAS és el líder al mercat espanyol de blat de moro per a microones. En la seva gamma incorpora les Popitas Zero, unes crispetes per a microones sense greixos, úniques al mercat, així com les noves Popitas Expansionadas, ideals per emportar.

Borges International Group reforça el posicionament de les seves marques amb una clara aposta per la innovació i amb campanyes de promoció i màrqueting a tot el món.

ELS NOSTRES PRODUCTES

A Borges no només venem olis, vinagres, olives, fruits secs, pasta i confitats, sinó que donem la possibilitat a les persones d'arreu del món de gaudir de la qualitat i l'Estil de vida Mediterrània a través dels nostres productes i serveis; amb l'objectiu de ser referent del Mediterranean Life & Quality.

A Borges International Group volem seguir aconseguint posicions de lideratge en els mercats de tot el món. Per aconseguir-ho comptem amb una àmplia gamma de productes sans i plaents, a més d'invertir constantment en innovació i desenvolupament per millorar-la i ampliar-la. El nostre objectiu és que aportin rendibilitat i creixement sostingut en el temps. Avui atenem la demanda dels mercats més exigents que sol·liciten, per una banda, productes adaptats a un estil de vida canviant, i al mateix temps, es mostren cada vegada més preocupats per la salut i benestar.

Per tot això, la Gestió de la Innovació és per a nosaltres una eina clau en la creació de valor. En una clara aposta de futur, continuem destinant esforços al desenvolupament de productes i processos que ens permetin ser pioners en el nostre sector. A més la nostra prioritat és fer-ho sempre aconseguint els més alts estàndards de qualitat i assegurant

OLIS

El nostre objectiu és ser referent del Mediterranean Life & Quality arreu del món

als nostres clients i consumidors productes que cobreixin les seves necessitats i compleixin les seves expectatives en mercats molt complexos i diferents entre ells.

La nostra clara aposta per la innovació ens ha dut a ser pioners en aspectes com la reducció de sodi, sucre i nivell de greixos en alguns dels nostres productes, sent sensibles amb els objectius que persegueix l'Estratègia NAOS (Nutrició, Activitat Física i Prevenció de l'obesitat), impulsada des del Ministeri de Sanitat i Consum.

Les nostres aliances són vitals per assolir el nostre compromís de promoure un estil de vida saludable. Treballem juntament amb els centres d'investigació de major prestigi del país com, per exemple, l'Institut del Greix de Sevilla, el Consell Superior d'Investigacions Científiques (CSIC), el Centre tecnològic de Nutrició i Salut (CTNS), el Centre de tecnologia Agroalimentària d'Extremadura (CTAEX), l'Institut de Recerca i tecnologia Agroalimentari (IRTA), l'Institut de Recerca i Formació Agrària i Pesquera (IFAPA), la Universitat Rovira i Virgili (URV), la Universitat de Lleida (UDL), el Centre Nacional de tecnologia i Seguretat Alimentària (CNTA), el Centre de Noves tecnologies i Processos Alimentaris (CENTA) o el Centre tecnològic AINIA.

20%
DEL BENEFICI DESTINAT A I+D+i

ALIANCES
AMB ELS CENTRES D'INVESTIGACIÓ DE MAJOR PRESTIGI DEL PAÍS

FRUITS SECS

OLIVES, PASTES, SALSES I MARINATS

VINAGRES I SALSES

GAMMA OUT OF HOME

BORGES INTERNATIONAL GROUP ÉS LÍDER A:

- Oli d'oliva amb marca Borges a 25 països.
- Exportació d'oli d'oliva envasat.
- Fruits secs nobles a Espanya amb la marca Borges.
- Crispetes de microones a Espanya amb la marca Popitas.
- Nous a Espanya amb les marques Borges i Pizarro.
- Vinagre de Mòdena i cremes balsàmiques amb la marca Borges a Espanya.
- Sector "Food Service" en terrines monodosi a Espanya amb la marca Capricho Andaluz.
- Olives a França amb la marca Tramier.
- Sector "Food Service" a França amb la marca Borges.
- Segona posició en vinagres als Estats Units amb la marca Star.
- Carxofes marinades als Estats Units amb la marca Cara Mia.
- Oli d'oliva i vinagres a la costa oest dels Estats Units amb la marca Star.
- Segona posició en olives verdes a la costa oest dels Estats Units amb la marca Star.
- Olis d'oliva a Rússia amb la marca Borges, y segona posició amb la marca ITLV.
- Entre les dues primeres posicions a Rússia amb olives de taula amb la marca ITLV.
- Olis d'oliva a l'Índia amb la marca Borges.
- Exportació d'oli d'oliva des de Tunísia.
- Oli de granet de raïm a granel a Corea del Sud.
- Entre els cinc principals operadors d'ametlles a Europa.
- Producció de nous a Espanya.

PREMIS I DISTINCIONS

	PREMIS	CATEGORIA	ORGANISME
ÚLTIM ANY	I PREMI ENTORN DE TRABALL SALUDABLE (2014)	Recursos Humans	ORH-Observatori de Recursos Humans i Pysa
	PREMI ATLANTE (2014)	Integració de la Prevenció de Riscos	Foment del Treball Nacional
	PREMI FIDEM (2014)	Recursos Humans	FIDEM
	PREMI ALIMENTS D'ESPANYA (2014)	Internacionalització Alimentària (Còrdova)	Ministeri d'Agricultura, Alimentació i Medi Ambient
	PREMI A LA INTERNALITZACIÓ (2014)	Internacionalització Alimentària (Càmera Comerç Reus)	Ministeri d'Agricultura, Alimentació i Medi Ambient
DESTACADOS	PREMI CCNIEC (2012)	Salut, Nutrició i Estils de Vida Saludables	Centre Català de la Nutrició
	DISTINTIU IGUALTAT (2011)	Recursos Humans	Ministeri de Sanitat, Política Social i Igualtat
	PREMI A L'EXCEL·LÈNCIA FINANCERA (2008)	Excel·lència Internacional	ASSET
	PREMI PRÍNCIPE FELIPE A L'EXCEL·LÈNCIA EMPRESARIAL, X EDICIÓ (2005)	Gestió de la Marca Anomenada - Internacionalització	Ministeri Indústria, Turisme i Comerç
	MILLOR EMPRESA ALIMENTÀRIA ESPANYOLA (2001)	Exportació	Ministeri d'Agricultura, Pesca i Alimentació

GESTIÓ RESPONSABLE

EL COMPROMÍS DE BORGES INTERNATIONAL GROUP

Borges International Group treballa dia a dia per generar confiança als seus grups d'interès. Amb aquesta finalitat, treballem per continuar sent un referent en l'Estil de vida mediterrani, innovant en l'elaboració i comercialització de productes i serveis de valor. També complim els nostres compromisos amb la societat i els nostres clients responent a les seves necessitats. Alhora que fomentem els principis de Sostenibilitat en la cadena de subministrament i incorporem les variables ambiental i social als nostres productes. Per tot això, actualitzem constantment les nostres eines de gestió empresarial per afavorir el desenvolupament de les persones que formen la nostra organització.

L'adequada relació amb l'entorn és fonamental, imprescindible per a la generació de valor i per a la Sostenibilitat de l'organització a llarg termini.

Per això invertim en habilitats, formació, salut, i en aspectes de desenvolupament social i empresarial que donin lloc a beneficis econòmics i sostenibles per a l'entorn on operem. La protecció i el manteniment de l'entorn natural és també la nostra prioritat.

Treballem perquè Borges International Group sigui rendible i viable, per atendre els nostres empleats i empleades, per satisfer les necessitats dels nostres clients i de la societat en general, per tenir cura de l'entorn que ens envolta i per gestionar l'empresa amb criteris d'ètica i compromís.

OBJECTIUS GENERALS DE RESPONSABILITAT SOCIAL A BORGES INTERNATIONAL GROUP

- Mantenir una posició de lideratge en rendibilitat econòmica
- Aconseguir el reconeixement de la societat en termes de transparència i compromís social
- Gestionar adequadament els recursos naturals resultants del desenvolupament del negoci, complint la legislació i la normativa vigent en matèria mediambiental
- Respondre a las expectatives dels nostres grups d'interès

La base de la nostra política ambiental és fer compatible el desenvolupament econòmic amb la preservació.

Hem desenvolupat el Pla de Sostenibilitat Ambiental del Grup per disminuir i minimitzar el nostre impacte ambiental on s'inclouen entre altres les següents iniciatives:

REGADIU ZONA CANAL SEGARRA-GARRIGUES
Borges abandera la conversió a regadiu de la zona del canal Segarra-Garrigues, invertint en una plantació de festucs de 50 hectàrees a Tàrrega. Volem que aquesta plantació sigui un referent a la zona i contribueixi a la transferència tecnològica del conreu per a tots aquells que estiguin interessats a conrear-ho, dinamitzant així la zona i millorant la renda agrícola. Per això, compartirem coneixements i experiència amb els productors de la zona que se sumin al conreu d'aquest fruit, i comercialitzarem les produccions.

PLA ESTRATÈGIC DE SEGURETAT VIÀRIA 2014-2017
Per tal de millorar dia a dia la seguretat viària dels nostres col·laboradors i promoure una mobilitat més sostenible s'ha creat el Pla Estratègic de Seguretat viària 2014-2017 del Grup.

CÀLCUL DE LA PETJADA DE CARBONI
S'ha calculat la petjada de carboni de la producció de nous i festucs Pizarro a totes les fases del nostre procés productiu, identificant les fases més influents en l'emissió de gasos d'efecte hivernacle, així com les àrees susceptibles de millora a través de mesures i plans de reducció a fi de contribuir de manera significativa a la mitigació del canvi climàtic.

ESTALVI D'ENERGIA, AIGUA I PAPER
La il·luminació tradicional contaminant ha estat substituïda per LEDS, incorporant sistemes de detecció de presència a zones de pas. Així mateix, s'ha creat la "Guia pràctica oficina verda " amb consells per a l'estalvi energètic, d'aigua i de paper, entre altres mesures implantades a les nostres oficines.

Els nostres principals centres productius compten amb les certificacions més estrictes en matèria mediambiental, com la ISO 14001.

EQUIP HUMÀ

Les persones que treballen a Borges International Group són el principal actiu de la Companyia. Aquest any hem mantingut el compromís amb els empleats i empleades, ajudant, alhora, al seu continu desenvolupament, professionalització i motivació. Els principals eixos d'actuació són:

- La creació d'ocupació estable i de qualitat
- La protecció de la salut i seguretat laboral
- El diàleg social
- La formació i el desenvolupament professional
- La igualtat d'oportunitats
- La conciliació entre la vida laboral i personal
- El foment de les accions de Responsabilitat Social entre la plantilla

PROMOCIÓ I FACILITACIÓ DE LA VIDA LABORAL, PERSONAL I FAMILIAR

Borges International Group assumeix una sèrie de conductes amb l'objectiu d'impulsar mesures que afavoreixin el benestar laboral i facilitin la conciliació de vida laboral, personal i familiar més enllà de la legislació vigent, com la possibilitat d'acumular hores de permís de lactància per sumar-les al període de suspensió per maternitat, l'ampliació del permís de maternitat, la maternitat a temps parcial o els divendres de jornada intensiva durant tot l'any.

FOMENT D'ACCIONS ENTRE LA PLANTILLA

Nutrició i Salut "Borges et cuida" per al col·lectiu Borges. Amb aquesta iniciativa es vol traslladar valors, fomentar hàbits saludables i generar compromís per ser una empresa Sostenible, Saludable i Solidària.

IGUALTAT D'OPORTUNITATS I NO DISCRIMINACIÓ

El nostre compromís amb la igualtat efectiva entre dones i homes es manifesta amb l'avenç en els nostres objectius en aquesta matèria. El 2n Pla d'Igualtat per 2012-2015 ha donat continuïtat al desenvolupament del Pla d'Igualtat d'oportunitats entre dones i homes iniciat el 2007. Durant aquest exercici, un 41% de la plantilla ha estat formada per dones. Borges International Group participa a la Xarxa Distintiu d'Igualtat del Ministeri de Sanitat, Serveis Socials i Igualtat, que potencia l'intercanvi de bones pràctiques entre les empreses posseïdores del Distintiu d'Igualtat a través de jornades tècniques i fòrums.

CONCURSOS LA PETITA GENT BORGES:

Concursos literaris i de dibuix infantil i taller de cuina per a la "Petita Gent Borges". Aquests concursos es realitzen anualment coincidint amb la festivitat de Sant Jordi i està destinat als fills i filles de la nostra plantilla.

El Grup defineix la seva plantilla de manera sostenible: analitzades les necessitats de la plantilla, la incorporació de noves persones es porta a terme amb vocació de permanència i amb caràcter indefinit.

41,7
ANYS D'EDAT MITJANA DE LA PLANTILLA

88%
DE TREBALLADORS AMB CONTRACTE FIX

88.116
EUROS INVERTITS EN FORMACIÓ

8.881
HORES DE FORMACIÓ

CONSUMIDORS I CLIENTS

COMPROMÍS DE QUALITAT

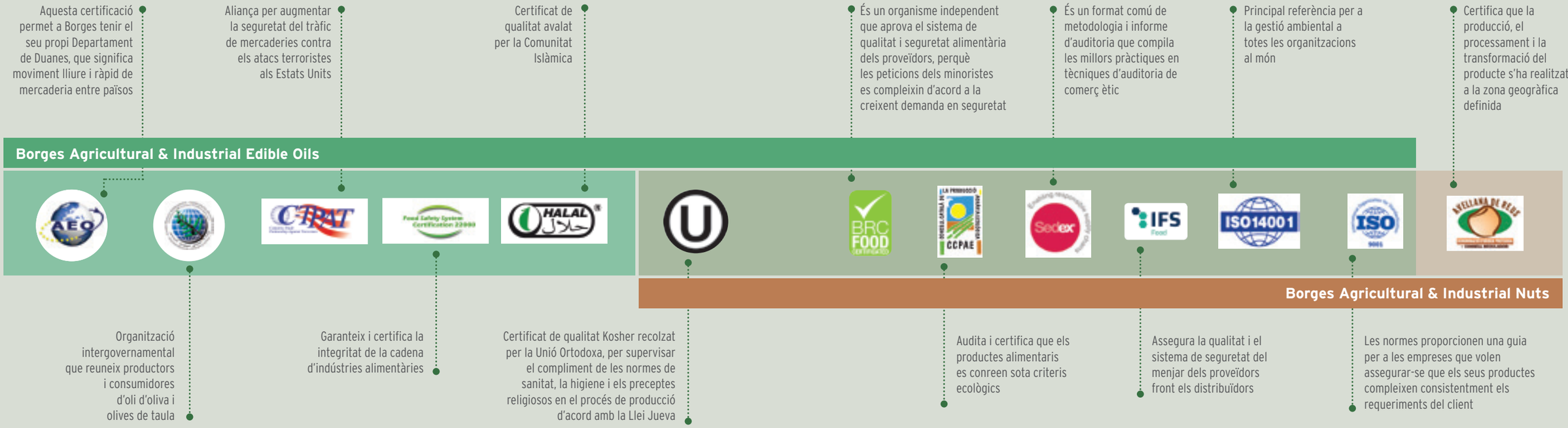
Considerem la qualitat com un compromís adquirit amb els nostres clients més enllà del compliment de la normativa legal i reglamentària dels mercats en què operem. Els nostres departaments de qualitat estan formats per professionals preparats específicament per al sector de l'oli i dels fruits secs. Tenim cura de la qualitat en el seu sentit més ampli, des de la selecció de les millors fonts i productes disponibles en qualsevol moment, fins a la seva elaboració i envasament.

Complim amb els més estrictes estàndards de qualitat, el que fa possible conservar les qualitats intrínseques del producte, garantir la seva seguretat alimentària i traçabilitat en tot moment. Comptem amb els principals certificats de qualitat del sector, a més de les freqüents auditories internes, de clients i d'administracions

QUALITAT DE VIDA

Millorem la qualitat de vida dels consumidors amb productes saludables que garanteixen una nutrició equilibrada. Promovem l'Estratègia NAOS (Nutrició, Activitat Física i Prevenció de l'obesitat) a través de:

- **Productes que formin part d'una dieta sana i equilibrada**. Els productes actuals del nostre porta foli no contenen greixos trans i predomina la proporció d'àcids grassos poliinsaturats davant dels saturats.
- **Foment de l'activitat física**. Afavorim iniciatives esportives a les zones on operem. Apostem per l'esport com a element integrador. Per això, patrocinem el Club Futbol Reus Deportiu i col·laborem en esdeveniments esportius de diferent índole: curses escolars, caminades populars, unions d'excursionistes, associacions diverses, etc.



CADENA DE SUBMINISTRAMENT

Articulem una cadena de subministrament responsable, fomentant criteris de sostenibilitat entre els nostres proveïdors, identificant els principals proveïdors, coneixent la localització d'aquests, i sent conscients d'aquells proveïdors que són crítics per al bon desenvolupament del negoci, per tal de millorar la seva gestió i control.

PRINCIPALS INICIATIVES

Foment de la contractació amb proveïdors locals..

Impuls de les relacions de comunicació i coneixement mutu amb els nostres proveïdors, a través de la millora dels canals de comunicació, el tracte continu, la difusió dels nostres principis ètics i la formació.

Millora dels nostres sistemes de gestió i anàlisi de riscos per garantir la transparència en els processos de contractació

Codi de conducta per a proveïdors.

Aprovació dels Principis Ètics per a proveïdors i col·laboradors.

Qüestionari d'Autoavaluació en Responsabilitat social i sostenibilitat en la cadena de subministrament.

ÈTICA I INTEGRITAT

Borges International Group disposa de normes corporatives que recullen les pautes d'actuació aplicables a la Companyia en un àmbit d'ètica i integritat

CODI DE CONDUCTA

Vigent des del 2011 i actualitzat regularment, recull els valors que han de guiar el comportament de totes les persones que conformen Borges International Group

Borges International Group compta amb una comissió de seguiment del Codi Ètic, òrgan que vetlla pel seu compliment i disposa d'un Canal Ètic que permet comunicar les conductes irregulars relacionades amb el Codi. Com a complement del Codi s'ha elaborat un Mecanisme de Queixes que recull una sèrie de passos d'un procés per identificar, i sempre que sigui possible, resoldre les preocupacions que s'han plantejat pels treballadors / es, de manera anònima i sense por a represàlies.

GLOBAL COMPACT

Des de la nostra adhesió al Global Compact el 2010, cada any ratifiquem el nostre compromís social amb els deu principis del Pacte Mundial de les Nacions Unides.

FOOD DEFENSE

Formació anual en Food Defense als nostres principals centres per sensibilitzar la plantilla de com incrementar la seguretat de l'empresa davant possibles amenaces o sabotatges intencionats.

COMUNITAT I ALIANCES

Participació en iniciatives amb entitats i causes relacionades amb suport als col·lectius amb escassetat de recursos, suport a iniciatives relacionades amb la cultura, la salut i l'esport

BANCO DE ALIMENTOS

CÁRITAS

CRUZ ROJA

INVEST FOR CHILDREN

BANC DE SANG I TEIXITS

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE TRASPLANTADOS

LA MARATÓ DE TV3

ASSOCIACIÓ DE DIABÈTICS DE CATALUNYA

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA CONTRA EL CÁNCER

Formem part d'iniciatives internacionals i de les principals organitzacions empresarials i sectorials dels països on operem. A més, som membres d'organitzacions compromeses amb el progrés social i ambiental

PACTE MUNDIAL DE LAS NACIONS UNIDES

SUPLIER ETHICAL DATA EXCHANGE

CHARTER DE LA DIVERSIDAD

MEDALLA D'OR ALS PRINCIPALS CENTRES PEL NOSTRE DESENVOLUPAMENT

MEMBRES DE AECOC I ADHESIÓ AL PROJECTE " L'ALIMENTACIÓ NO TÉ MALBARATAMENT- APROFITA-LA"

ADHESIÓ AL PROGRAMA "EMPRESES PER UNA SOCIETAT LLIURE DE VIOLÈNCIA DE GÈNERE" INICIATIVA DEL MINISTERI DE SANITAT, SERVEIS SOCIALS I IGUALTAT

ORGANITZACIÓ

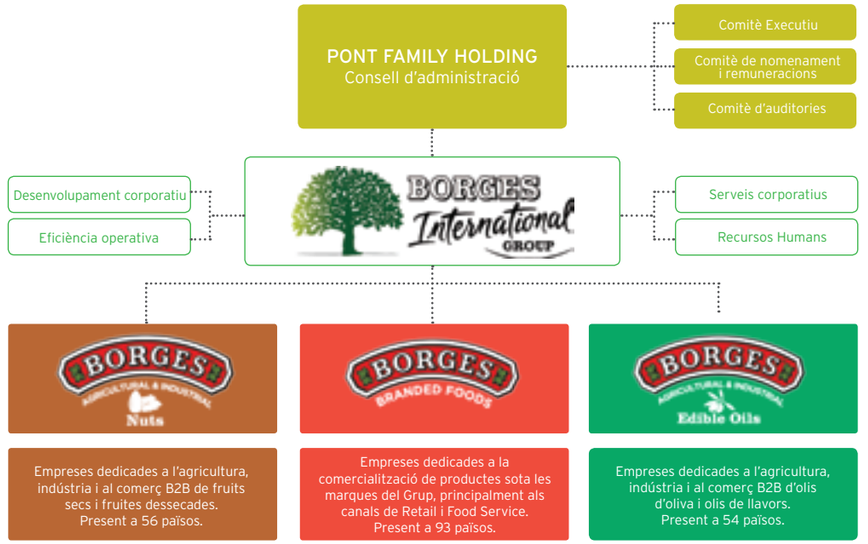
GOVERN CORPORATU

Des de la seva fundació, Borges International Group ha pertangut a la família Pont. Som una empresa familiar que, sense perdre les senyes d'identitat pròpies, s'ha adaptat als canvis i a la professionalització, estenent el seu projecte empresarial a més de cent deu països dels cinc continents.

En l'actualitat quatre famílies de la tercera generació familiar comparteixen la propietat del Grup a parts iguals, fent de Borges International Group una empresa on tradició, innovació i qualitat s'uneixen per oferir els millors productes de la Dieta Mediterrània. El Grup disposa d'una estructura sòlida i eficaç en la presa de decisions i en la gestió diària.

Pont Family Holding S.L, és la societat en la qual la família Pont concentra la seva participació a Borges International Group, SLU. La família Pont exerceix el control i direcció per mitjà dels òrgans de govern (Consell d'Administració i Comissions Delegades), i a través del Conseller Delegat, Josep Pont Amenós, es deriven les directrius a l'Equip Executiu, liderat per David Prats, Conseller Delegat del grup encapçalat per Borges International Group.

Aquest any s'ha dut a terme una reestructuració per tipologia de negocis de les nostres activitats, amb l'objectiu d'ordenar els negocis i els seus equips, potenciant l'especialització i l'enfocament de cada unitat.



MODEL DE NEGOCI

El model de negoci de Borges International Group està altament integrat amb totes les fases de la cadena de valor. L'experiència i capacitat professional dels nostres empleats ens permeten oferir els més alts estàndards de qualitat i traçabilitat dels productes als nostres clients i consumidors. Tenim equips propis als principals orígens dels nostres productes, com Espanya, els Estats Units, Tunísia, així com als nostres mercats estratègics, com els Estats Units, França, Rússia, Brasil, l'Índia i la Xina.

A les nostres finques produïm alguns dels productes que comercialitzem, fet que ens permet comptar amb un gran coneixement de l'evolució de les collites i els mercats. La nostra activitat agrícola, sumada a les relacions de confiança amb els nostres proveïdors, basades en la nostra llarga experiència al sector, ens permet ser experts i capaços de complir qualsevol exigència i requeriment dels nostres clients més exigents, sent una part activa de la seva cadena de valor.

Els nostres processos productius són complexos i requereixen d'experiència i inversió contínua per incorporar els últims avenços en seguretat alimentària. Hi ha un elevat component tecnològic que resulta crític per obtenir un producte d'alta qualitat i per optimitzar la capacitat de transformació en termes de cost i temps. A més, els nostres estrictes controls asseguren la qualitat i seguretat en totes les fases del procés productiu amb la presa de mostres a cada fase que garanteixen la traçabilitat i la total seguretat alimentària.

Tots els nostres productes són part fonamental de la Dieta Mediterrània, especialment l'oli d'oliva i els fruits secs, que han estat reconeguts per nutricionistes de tot el món pels seus efectes positius en els nivells de colesterol i en la prevenció de certes malalties. La nostra xarxa de vendes té el suport de prop de 1.000 professionals en compres, logística, administració comercial, finances, informàtica i tot el suport tècnic i legal perquè qualsevol contacte amb Borges sigui sempre satisfactori.

AGRÍCOLA

- NOUS
- AMETLLES
- FESTUCS

INDUSTRIAL

- SELECCIÓ
- TRENCAT
- MOLTURACIÓ
- EXTRACCIÓ D'OLI DE LLAVORS
- REFINACIÓ
- ENVASAMENT

COMERCIAL

- GRAN CONSUM
- DISTRIBUÏDORS
- FOOD SERVICE
- PASTISSERIA
- INDÚSTRIA ALIMENTÀRIA
- COLECTIVITATS I MILITARS

BORGES INTERNATIONAL GROUP

Centralitza els serveis corporatius de tot el Grup: Direcció general, Finances, Comptabilitat, Controlling, Auditoria Interna, Administració, Recursos Humans, Fiscalitat, Legal, Desenvolupament Corporatiu, Sistemes d'Informació, Eficiència Operativa i Relacions amb l'Administració.
És la capçalera de les tres unitats de negoci del Grup: Borges Branded Foods, Borges Agricultural & Industrial Edible Oils i Borges Agricultural & Industrial nuts.

PRESENT A
111
PAÏSOS

12
FÀBRIQUES
A **5** PAÏSOS

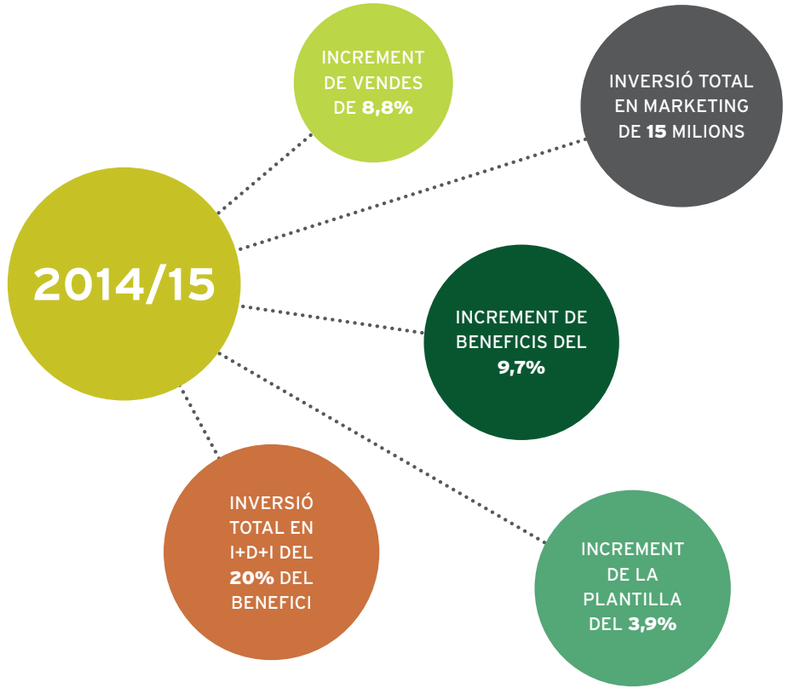
14
OFICINES COMERCIALS
A **8** PAÏSOS

1.047
EMPLEATS

302
MIL TONES
VENUDES

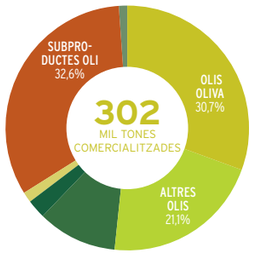
675
MILIONS D'EUROS
EN VENDES

FITES DE L'ANY



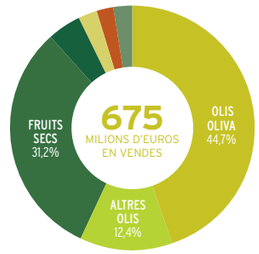
VENDES PER PRODUCTE

VOLUM

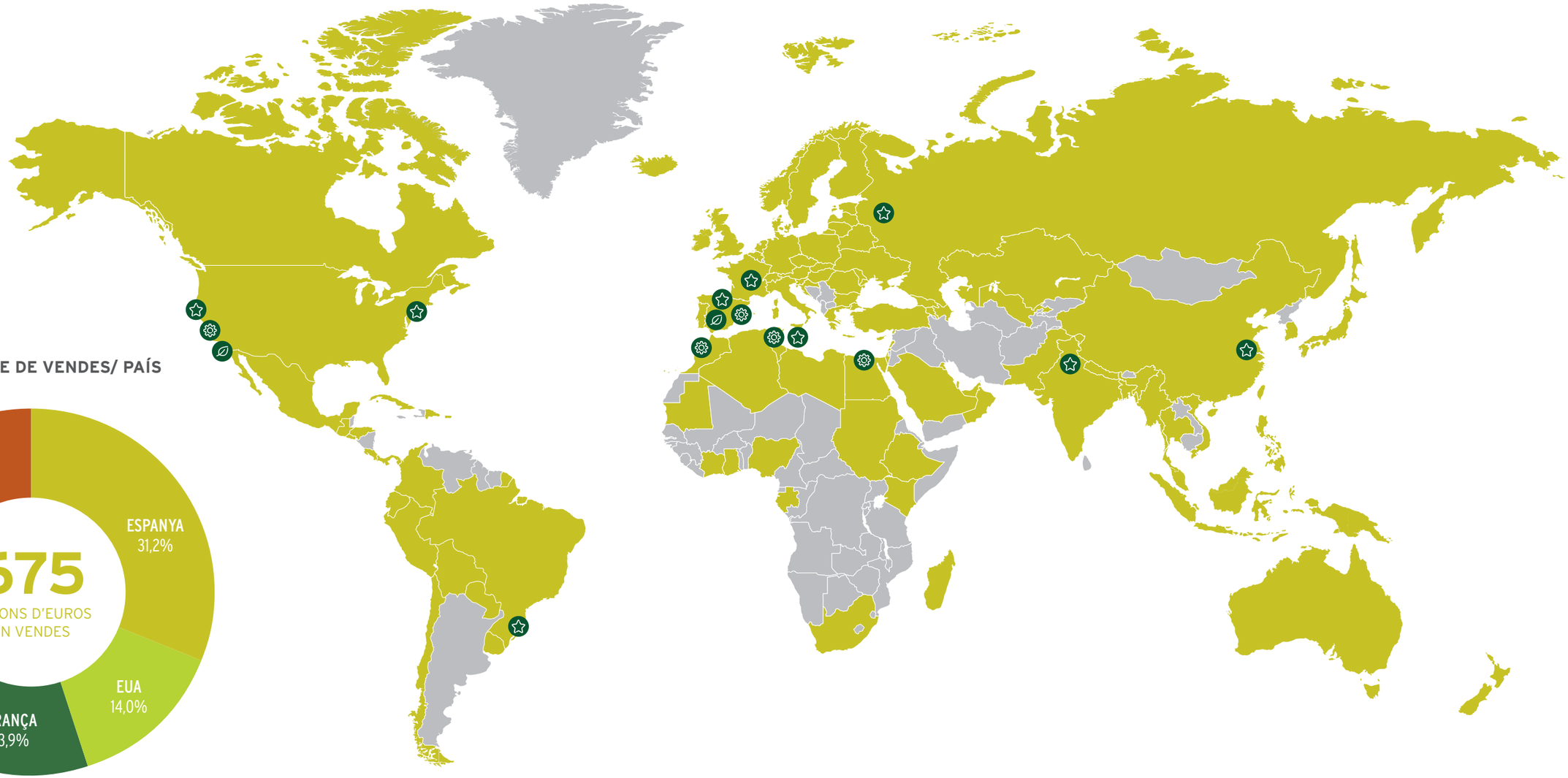


- OLIS OLIVA 30,7%
- ALTRES OLIS 21,1%
- FRUITS SECS 10,6%
- OLIVES 2,3%
- VINAGRES 1,5%
- SUBPRODUCTES OLI 32,6%
- ALTRES PRODUCTES 1,1%

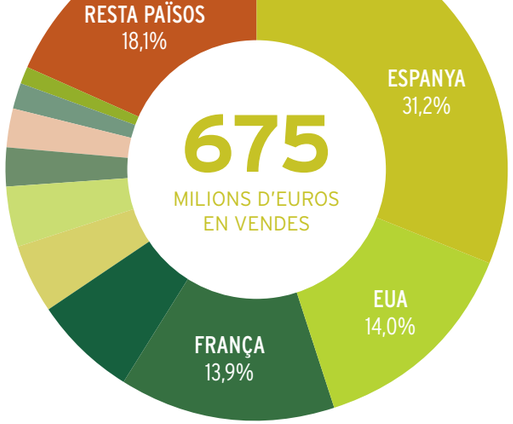
VALOR



- OLIS OLIVA 44,7%
- ALTRES OLIS 12,4%
- FRUITS SECS 31,2%
- OLIVES 4,5%
- VINAGRES 2,4%
- SUBPRODUCTES OLI 2,4%
- ALTRES PRODUCTES 2,3%



PERCENTATGE DE VENDES/ PAÍS



- **ESPANYA** 31,2%
- **EUA** 14,0%
- **FRANÇA** 13,9%
- **ITÀLIA** 6,5%
- **FEDERACIÓ RUSSA** 4,5%
- **REGNE UNIT** 3,8%
- **ALEMANYA**
- **BRASIL** 2,5%
- **COREA DEL SUD** 1,6%
- **ÍNDIA**
- **RESTA PAÏSOS** 18,1%

TOTAL 100%

- **FÀBRIQUES**
- **OFICINES COMERCIALS**
- **PLANTACIONS**

BORGES BRANDED FOODS

La Unitat de negoci de mercats de consum integra totes les filials nacionals i internacionals comercialitzadores de productes envasats amb les marques del Grup, principalment dirigits al canal de retail i alimentació fora de la llar.

PRESENT A

93

PAÏSOS

12

OFICINES COMERCIALS A **8** PAÏSOS

252

EMPEALTS

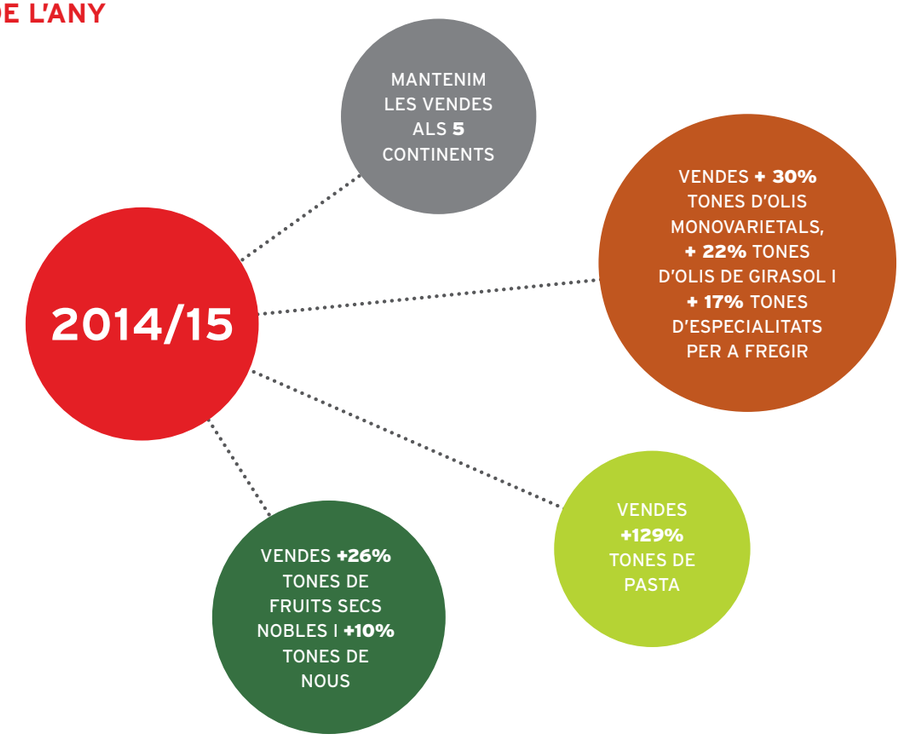
69

MIL TONES COMERCIALITZADES

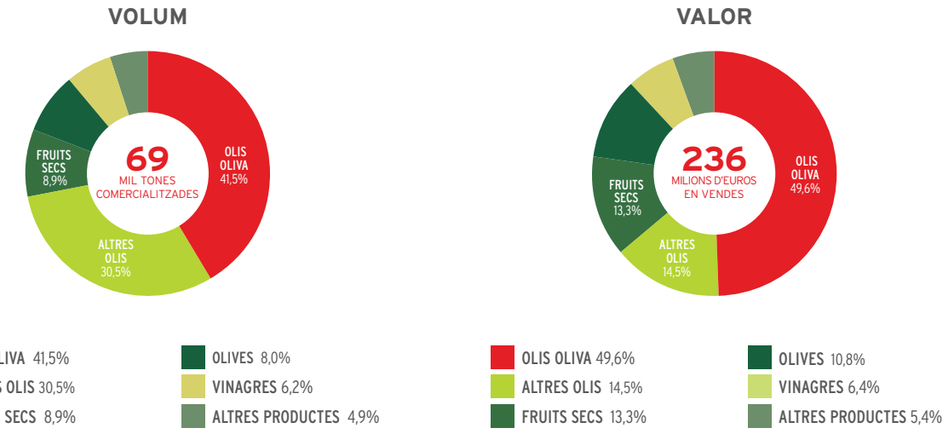
236

MILIONS D'EUROS EN VENDES

FITES DE L'ANY



VENDES PER PRODUCTE



Ⓐ ☆ **BRASIL (SÃO PAULO)**
BORGES DO BRASIL ALIMENTOS LTDA.
Comercialització al canal Retail i Food Service
Participació: 100%

Ⓑ ☆ **XINA(SHANGAI)**
BMG Foods Shangai, Co Ltd
Comercialització al canal Retail i Food Service
Participació: 100%

Ⓒ ☆ **FRANÇA (VITROLLES)**
Borges Tramier, S.A.S.U.
Comercialització al canal Retail
Participació: 100%

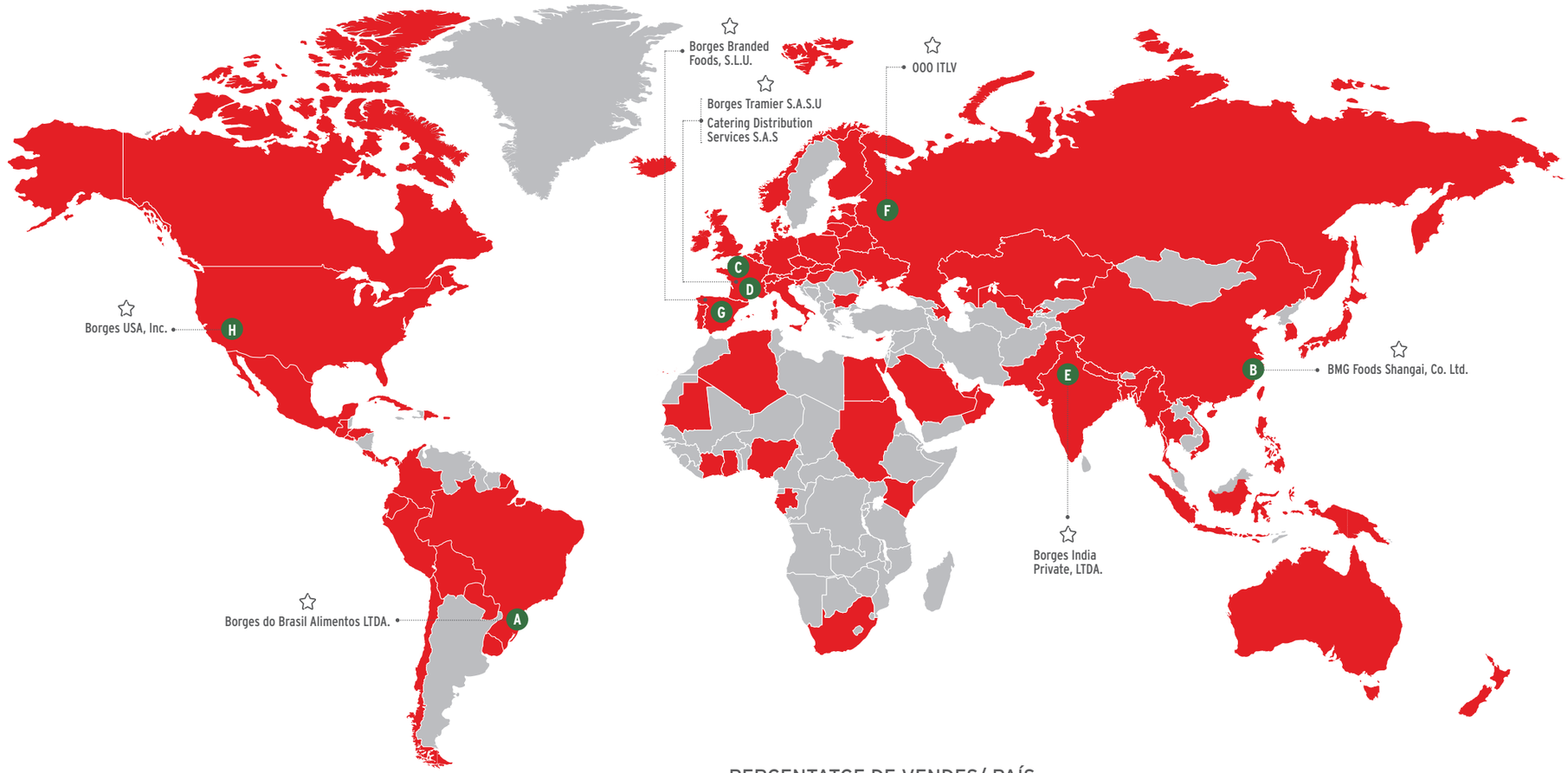
Ⓓ ☆ **FRANÇA (NANTERRE)**
Catering Distribution Services, S.A.S.
Comercialització al canal Food Service
Participació: 10%

Ⓔ ☆ **ÍNDIA (DELHI)**
Borges Índia Private LTD
Comercialització al canal Retail i Food Service
Participació: 100%

Ⓕ ☆ **RÚSSIA (SANT PETERSBURG)**
OOO ITLV
Comercialització al canal Retail i Food Service
Participació: 100%

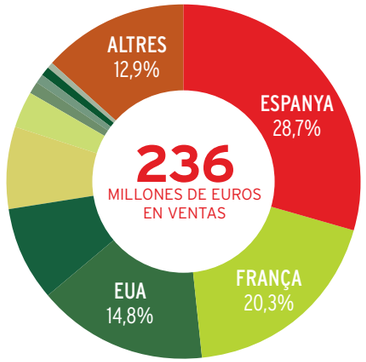
Ⓖ ☆ **ESPANYA (TÀRREGA, LLEIDA)**
Borges Branded Foods, S.L.U.
Comercialització al canal Retail i Food Service
Participació: 100%

Ⓗ ☆ **EUA (FRESNO, CALIFÒRNIA)**
Borges USA, Inc.
Comercialització al canal Retail i Food Service
Participació: 100%



PERCENTATGE DE VENDES/ PAÍS

- **ESPANYA** 28,7%
- **FRANÇA** 20,3%
- **EUA** 14,8%
- **FEDERACIÓ RUSSA** 9,6%
- **BRASIL** 7,1%
- **ÍNDIA** 3,3%
- **XINA** 1,0%
- **MÈXIC** 0,8%
- **SINGAPUR** 0,8%
- **POLÒNIA** 0,7%
- **RESTA PAÏSOS** 12,9%
- **TOTAL** 100%



ACCIONS DE MARKETING

NOUS LLANÇAMENTS

- A tots els mercats s'ha introduït el Duo Cap, una de les últimes innovacions del Grup, gràcies a la qual els consumidors poden optimitzar la quantitat d'oli que utilitzen segons les seves necessitats.
- Als Estats Units s'ha llançat el vinagre de Mòdena Golden Edition, una versió Premium per reforçar el nostre lideratge en vinagres.
- A Espanya s'han llançat la nova gamma de fruites dessecades 'Borges de temporada' i nous sabors de "Popitas per emportar".
- La pasta és una línia de negoci en què també estem creixent a tot el món, presentant la nova gamma de pasta Borges a diversos països.
- Seguim llançant a nous mercats el Butter Oil, oli d'oliva amb essència de mantega, una alternativa sana per als consumidors menys acostumats a l'oli d'oliva.
- A Rússia s'han presentat les cremes balsàmiques.

COL·LABORACIONS

- Borges Branded Foods col·labora amb destacats xefs i programes de cuina en alguns dels seus principals mercats, entre els quals hi destaquen Espanya, França, Rússia i Mèxic.
- A USA hem col·laborat amb la lluita contra el càncer de mama amb la fundació Susan G Komen.
- Les nous Pizarro van ser el primer contingut del programa "Fabricant Made in Spain" de TVE.
- A Indonèsia els nostres olis han estat reconeguts com Best Choice per les revistes Men 's Health i Women' s Health.
- Hem patrocinat i dut a terme accions amb equips esportius com per exemple els All Blacks de Nova Zelanda.

CAMPANYES

La presència de les nostres marques als mitjans de comunicació és constant, combinant els diferents mitjans de comunicació per arribar a tots els nostres potencials consumidors i reforçar la imatge de les nostres marques. Aquest any hem dut a terme campanyes de televisió, online, ràdio, premsa, patrocini i cartelleria al voltant del món. Destaca especialment la campanya "El camí de les coses bones " a través de la qual reforcem els valors sobre els quals Borges ha crescut al llarg de la seva història.

ACCIONS PUNT DE VENDA

S'han dut accions al punt de venda per donar suport als nostres clients i augmentar la notorietat de les nostres marques entre els consumidors.
En molts casos s'ha fet amb una presència especialment destacada i singular contribuint al posicionament de les nostres marques. Algunes d'aquestes accions inclouen esdeveniments de tast i degustació d'olis d'oliva, olives i pasta, permetent així que els consumidors puguin comprovar la gran qualitat dels nostres productes.

Borges Branded Foods dóna suport al posicionament de les seves marques invertint més de 15 milions d'euros en campanyes de promoció i màrqueting

BORGES AGRICULTURAL & INDUSTRIAL EDIBLE OILS

La Unitat de Negoci Industrial d'olis integra a les filials nacionals i internacionals que efectuen activitats industrials dedicades a l'obtenció d'oli d'oliva i olis vegetals, refinació, processament i envasament, i la comercialització al canal B2B.

PRESENT A
54
PAÏSOS

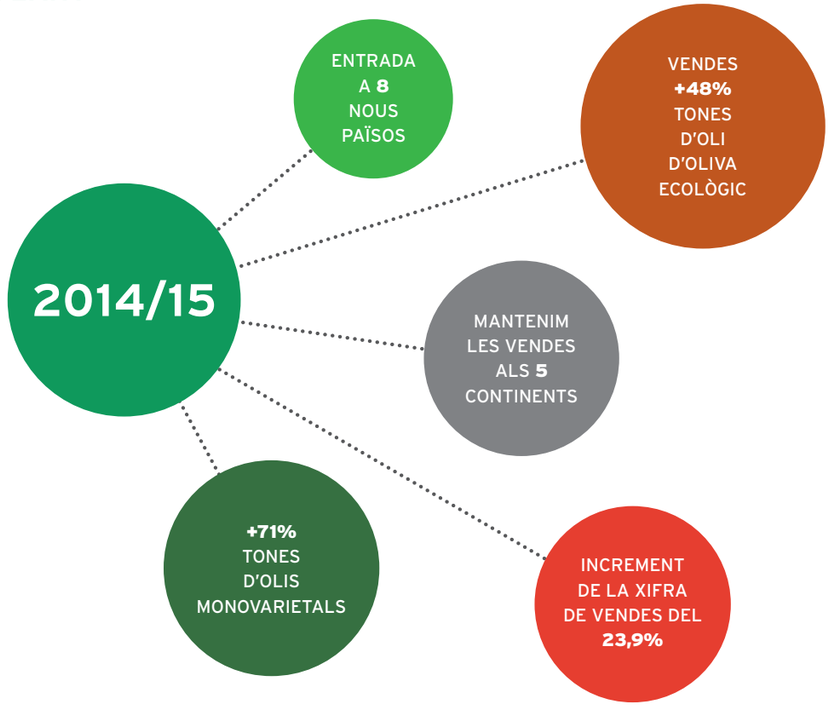
06
FÀBRIQUES
A **4** PAÏSOS

330
EMPLEATS

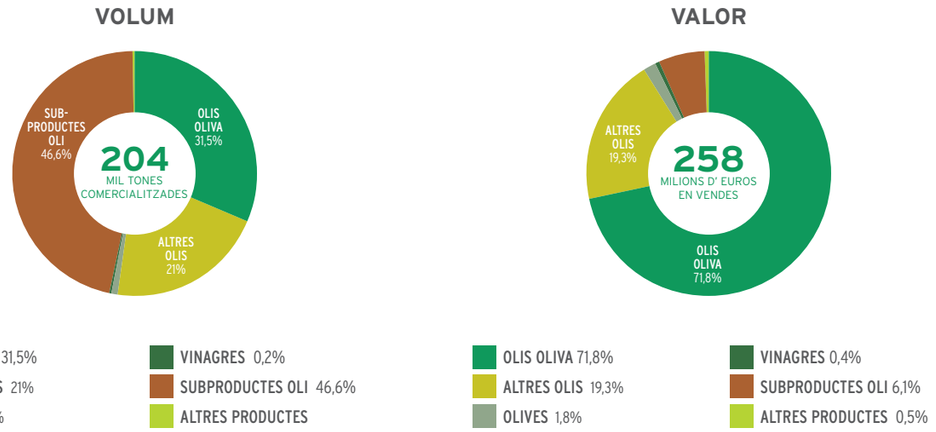
204
MIL TONES
COMERCIALITZADES
A TERCERS

258
MILIONS D'EUROS
EN VENDES
A TERCERS

FITES DE L'ANY



VENDES PER PRODUCTE



(A) EGIPTE (CAIRE)
BORGES FOR FOOD INDUSTRIES EGYPT
Activitats de proveïment i almàssera
Participació: 99,18%

(B) MARROC (MARRAKESH)
Framaco
Instal·lacions de processament
i envasament d'olives
Participació: 10,00%

(C) ESPANYA (TÀRREGA, LLEIDA)
Aceites Borges Pont S.A.U
Extractora, refineria, embotelladora
i venda d'oli d'oliva i de llavors
Participació: 100,00%

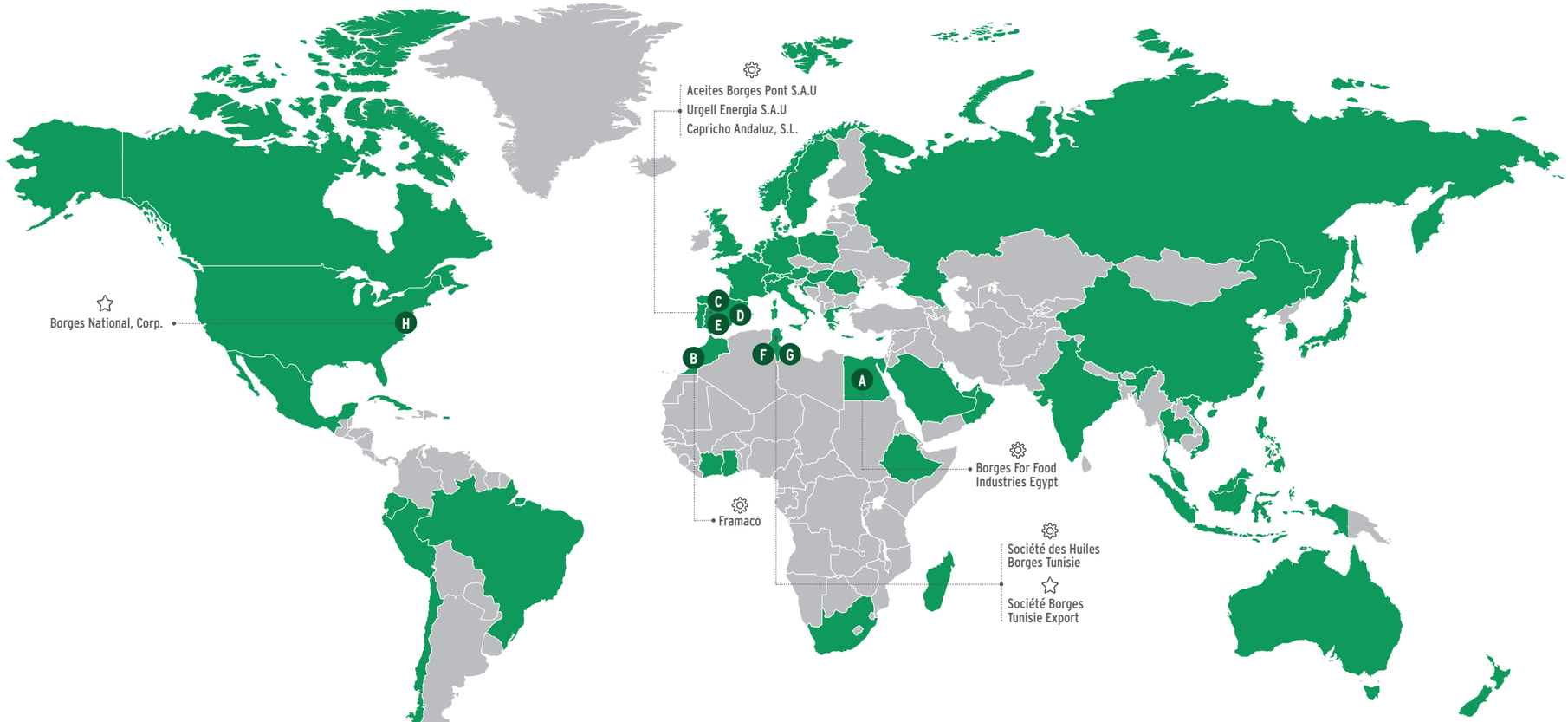
(D) ESPANYA (TÀRREGA, LLEIDA)
Urgell Energia S.A.U
Cogeneració d'energia elèctrica
Participació: 100,00%

(E) ESPANYA (CABRA-CÒRDOVA)
Capricho Andaluz, S.L.
Almàssera, embotelladora i venda
d'oli d'oliva
Participació: 60,00%

(F) TUNÍSIA (SFAX)
Société des Huiles Borges Tunisie
Instal·lacions d'embotellament
d'oli d'oliva
Participació: 51,00%

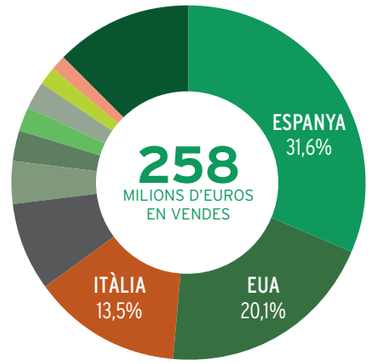
(G) TUNÍSIA (SFAX)
Société Borges Tunisia Export
Comercialització d'oli d'oliva
Participació: 99,97%

(H) EUA (LEWES, NEW JERSEY)
Borges National USA, Corp
Comercialització d'oli d'oliva
Participació: 70,00%



PERCENTATGE DE VENDES/ PAÍS

- **ESPANYA** 31,6%
- **EUA** 20,1%
- **ITÀLIA** 13,5%
- **FRANÇA** 8%
- **COREA DEL SUD** 4%
- **MARROC** 2,8%
- **FEDERACIÓ RUSSA** 2,3%
- **ILLES SEYCHELLES** 2,3%
- **REGNE UNIT** 1,6%
- **CANADÀ** 1,4%
- **RESTA PAÏSOS** 12,5%
- **TOTAL** 100%



BORGES AGRICULTURAL & INDUSTRIAL NUTS

La Unitat de negoci de Fruits Secs, Fruites Dessecades i Snacks integra les filials nacionals i internacionals que realitzen activitats agrícoles, processament industrial i envasament, i la comercialització al canal B2B.

PRESENT A
56
PAÏSOS

1.281
HECTÀREES

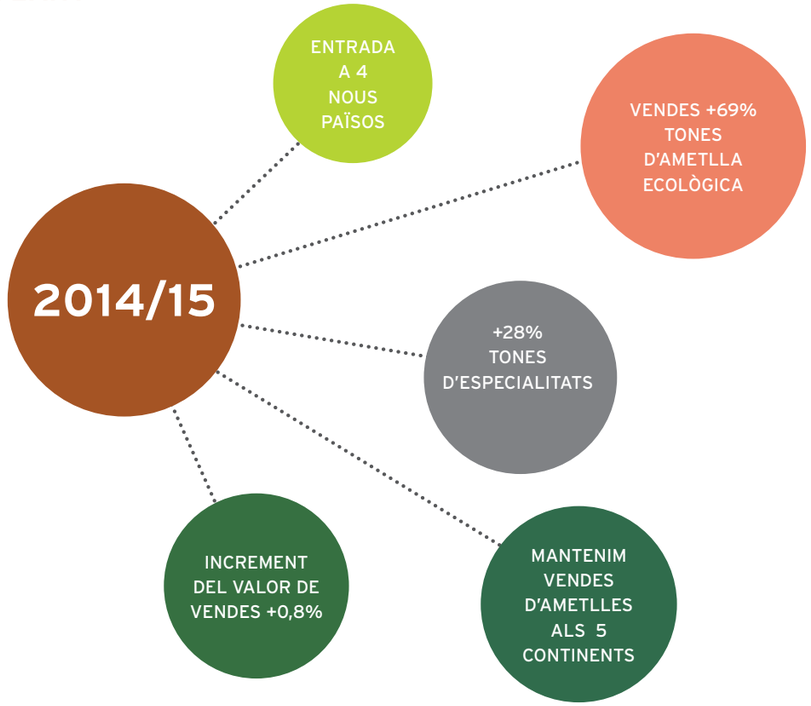
07
FÀBRIQUES
A **2** PAÏSOS

377
EMPLEATS

29
MIL TONES
COMERCIALITZADES A
TERCERS

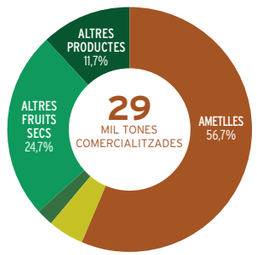
180
MILIONS D'EUROS
EN VENDES
A TERCERS

FITES DE L'ANY



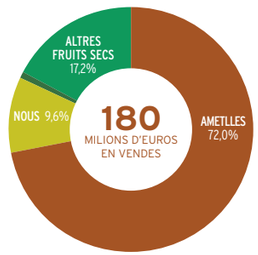
VENDES PER PRODUCTE

VOLUM



AMETLLES 56,7%
NOUS 5,0%
FRUITES SEQUES 1,8%
ALTRES FRUITS SECS 24,7%
ALTRES PRODUCTES 11,7%

VALOR



AMETLLES 72,0%
NOUS 9,6%
FRUITES SEQUES 0,8%
ALTRES FRUITS SECS 17,2%
ALTRES PRODUCTES 0,3%

Ⓐ **ESPANYA (Reus, Tarragona)**
Borges S.A.U.
Instal·lacions per al processament, envasament i venda d'ametlles i altres fruits
Participació: 100%

Ⓑ **ESPANYA (ALTURA, CASTELLÓ)**
Ametlles d'Altura, S.A.
Instal·lacions per al trencat d'ametlles
Participació: 90,00%

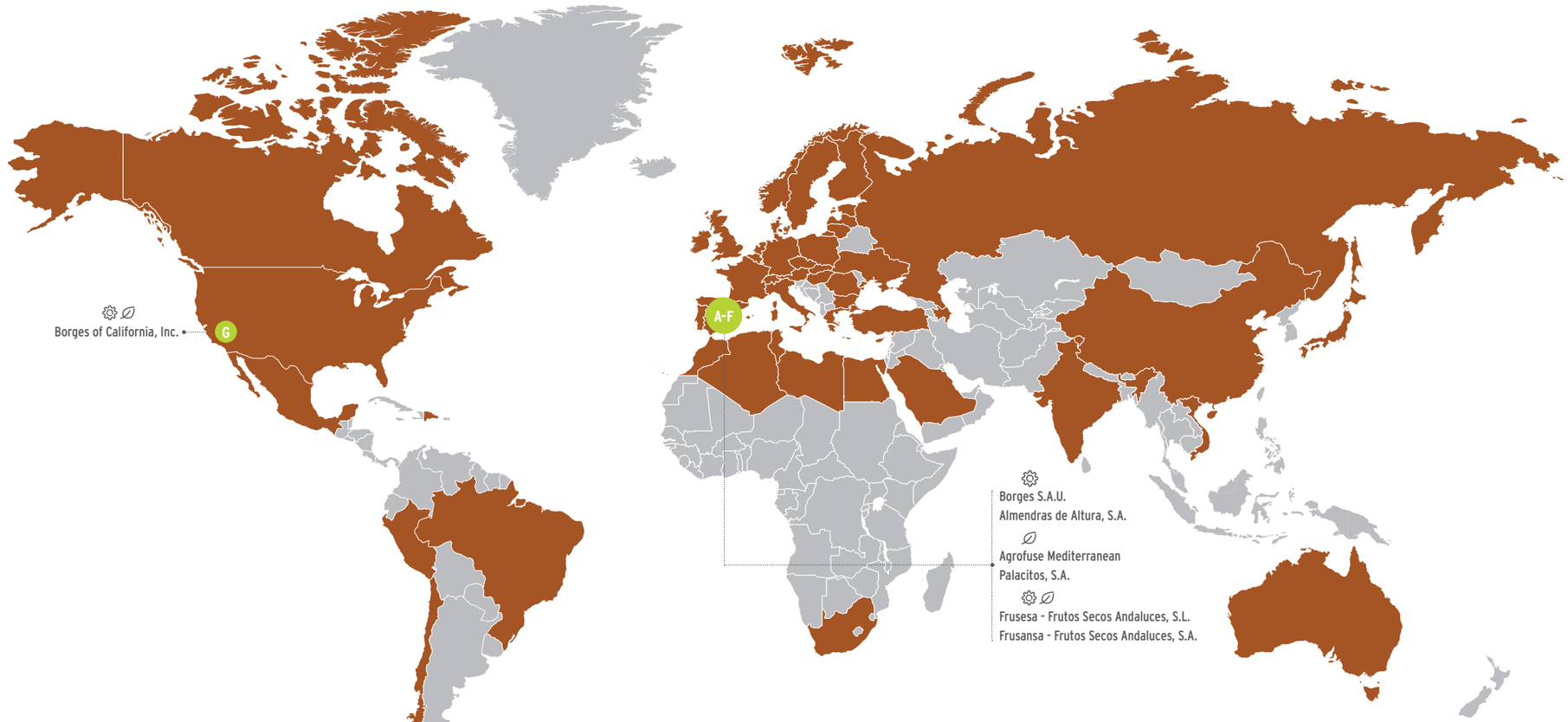
Ⓒ **ESPANYA (REUS, TARRAGONA)**
Frusesa - Frutos secos andaluces, S.L.
Plantacions de nous, ametlles i festucs
Participació: 99,73%

Ⓓ **ESPANYA (TÀRREGA, LLEIDA)**
Agrofuse Mediterranean Agricultural Group, S.A.
Plantacions de nous, ametllesi festucs
Participació: 77,64%

Ⓔ **ESPANYA (VALLE DEL ZALABÍ, GRANADA)**
Frusesa - Frutos Secos Andaluces, S.A.
Plantacions de nous, ametlles i festucs
Participació: 64,18%

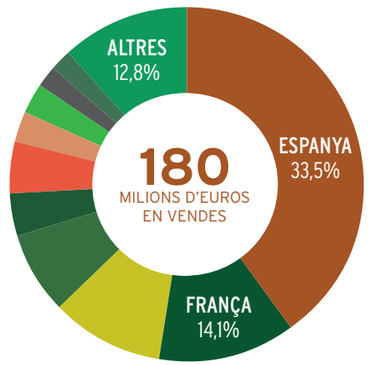
Ⓕ **ESPANYA (TÀRREGA, LLEIDA)**
Palacitos, S.A.
Plantacions de nous
Participació: 71,87%

Ⓖ **EUA (GLENN, CALIFÒRNIA)**
Borges of California, Inc
Plantacions de nous i ametlles
Participació: 82,00%



PERCENTATGE DE VENDES/PAÍS

- **ESPANYA** 33,5%
- **FRANÇA** 14,1%
- **REGNE UNIT** 11,2%
- **ALEMANYA** 8,6%
- **ITÀLIA** 5,3%
- **EUA** 4,3%
- **BÈLGICA** 3,0%
- **POLÒNIA** 3,0%
- **PAÏSOS BAIXOS** 2,2%
- **PORTUGAL** 1,9%
- **RESTA PAÏSOS** 12,8%
- **TOTAL** 100%



RESULTATS

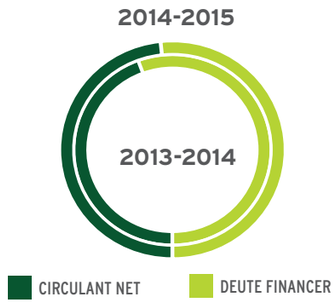
COMPTE DE RESULTATS I BALANÇ CONSOLIDAT DEL GRUP BORGES INTERNATIONAL GROUP

PÈRDUES I GUANYS	31.05.15	31.05.14
IMPORT NET DE LA XIFRA DE NEGOCIS	**675.281**	**620.856**
Aprovisionaments	-525.169	-478.865
Despeses de personal	-37.010	-35.617
Altres ingressos d'explotació	956	1.105
Altres despeses d'explotació	-80.015	-76.335
EBITDA	**34.043**	**31.144**
Amortització de l'immobilitzat	-5.687	-5.379
Excessos de provisions	108	2
Deteriorament i Resultats alienacions	-59	-25
Altres resultats	97	1.394
RESULTAT D'EXPLOTACIÓ	**28.502**	**27.136**
Resultats diferències de canvi	-651	-1.761
Despeses financeres	-8.800	-8.291
Resultats alienació partic. posades en equivalència	0	301
Resultats societats mètode participació	-3	1
RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS	**19.048**	**17.386**
Impostos sobre beneficis	-4.849	-4.442
RESULTAT CONSOLIDAT DE L'EXERCICI	**14.199**	**12.944**

ACTIU	31.05.15	31.05.14
ACTIU NO CORRENT	**140.256**	**137.979**
Immobilitzat intangible	15.137	14.676
Immobilitzat material	106.574	106.181
Actius Biològics	6.961	6.202
Inversions immobiliàries	1.302	1.039
Inversions en empreses del grup i associades a llarg termini	0	3
Inversions financeres a llarg termini	3.466	4.073
Actius per impost diferit	6.816	5.805
ACTIU CORRENT	**364.354**	**233.241**
Actius no corrents mantinguts per a la venda	4.012	2.889
Existències	259.529	148.323
Deutors comercials i altres comptes a cobrar	77.666	62.626
Inversions en empreses del grup i associades a curt termini	155	456
Inversions financeres a curt termini	6.906	9.472
Periodificacions a curt termini	0	0
Efectiu i altres actius líquids equivalents.	16.086	9.475
TOTAL ACTIU	**504.610**	**371.220**

PATRIMONI NET I PASSIU	31.05.15	31.05.14
PATRIMONI NET	**121.117**	**106.226**
Fons propis	98.387	91.468
- Capital i reserves	84.188	78.524
- Resultats de l'exercici	14.199	12.944
Ajustos per canvis de valor	22.730	14.758
PASSIU NO CORRENT	**78.361**	**77.574**
Provisions a llarg termini	733	704
Deutes a llarg termini	63.462	60.612
Passius per impost diferit	14.166	16.258
PASSIU CORRENT	**305.132**	**187.420**
Provisions a curt termini	962	819
Deutes a curt termini	140.967	76.418
Creditors comercials i altres comptes a pagar	163.203	110.183
TOTAL PATRIMONI NET I PASSIU	**504.610**	**371.220**

	31.05.15	31.05.14
Circulant net (Actiu Corrent - Tresoreria - Creditors Comercials)	169.204	95.802
Deute financer net (Deutes a llarg termini + Deutes a curt termini – Tresoreria)	188.343	127.555
CIRCULANT OPERATIU NET	**-19.139**	**-31.753**



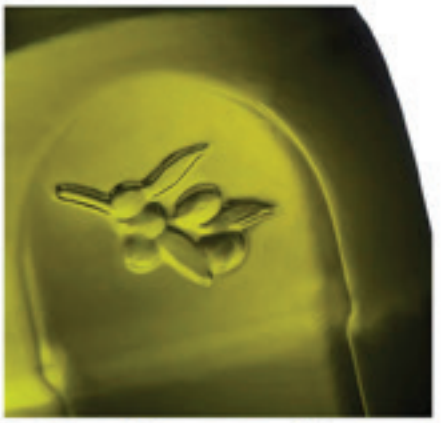
El Deute Financer equival al 107% de l'Actiu Circulant, fet que suposa una millora de 19 punts percentuals respecte l'any anterior

BORGES
International
GROUP

Memòria Corporativa

2014-15

BORGES



BORGES
El Camino de las Cosas Buenas