

**MEMORIA  
DEL EJERCICIO**

**15/16**







# **MEMORIA 2015/2016**





# ÍNDICE

|                      |    |                        |    |
|----------------------|----|------------------------|----|
| Carta del Presidente | 4  | RSC y Sostenibilidad   | 16 |
| Quiénes somos        | 6  | Nuestra organización   | 22 |
| Nuestra historia     | 8  | BORGES en el mundo     | 24 |
| Nuestras marcas      | 10 | Los hitos del 2016     | 26 |
| Nuestros productos   | 12 | Información financiera | 34 |
| Innovación y Calidad | 14 |                        |    |





## CARTA DEL PRESIDENTE

Un año más, aprovechamos la oportunidad que nos ofrece el cierre del año fiscal para continuar con nuestro habitual ejercicio de transparencia y análisis con la publicación de nuestra Memoria Corporativa. Lo cual nos permite poner al día nuestra historia y compartir con nuestros grupos de interés los principales hitos que han acontecido durante el ejercicio, así como nuestros compromisos a nivel de Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa.

La sostenibilidad ha tenido siempre un papel central en nuestras estrategias de una forma totalmente natural. Nuestros productos proceden de la tierra, a la que debemos respetar mediante una explotación responsable que permita a las generaciones futuras seguir disfrutando de sus frutos. Trabajamos por hacer estas prácticas extensivas a nuestros proveedores a través de estrictos programas de homologación. En esta línea, durante este ejercicio, hemos puesto en marcha el proyecto de reconversión a agricultura sostenible de las cerca de 1.400 hectáreas que el grupo explota en España y Portugal, un proyecto que se hará extensivo a las 2.500 hectáreas adicionales que está previsto incorporar hasta mayo 2021.

Los grandes acontecimientos internacionales siguen generando turbulencias en los mercados financieros y de materias primas poniendo a prueba la solidez de las compañías alrededor del mundo. En Borges International Group asumimos éstos como un reto, realizando cambios estructurales en nuestras organizaciones que aporten flexibilidad y fortalezcan a nuestros equipos para asegurar el éxito de nuestros proyectos.

En Borges International Group no hemos sido ajenos a la coyuntura que se ha vivido en nuestros principales mercados, lo

que nos ha llevado a gestionar uno de los años más complicados de nuestra historia reciente. El resultado del Grupo se ha visto influido por las fuertes oscilaciones en precio del aceite de oliva y las almendras, provocando una disminución de los resultados.

Sin embargo, más allá de los resultados coyunturales, éste ha sido sin duda un gran año en el que se han sentado importantes bases que deberán proveer de un prometedor futuro a la compañía en todos sus ámbitos. Nuestra internacionalización sigue imparable con el importante refuerzo de nuestro liderazgo en mercados estratégicos. Además, el proyecto agrícola nos ha llevado a Portugal, donde el Grupo ha incorporado nuevas hectáreas.

Mención especial merece la implantación del Grupo en Italia, Módena, mediante la adquisición de la centenaria Ortalli, dotada con unas modernas instalaciones para la elaboración y envejecimiento del prestigioso vinagre de Módena, que aporta su historia, un origen y un know-how totalmente alineados con nuestra historia y objetivos.

120 años son una cifra importante, que pocas empresas alcanzan. Nuestro empeño es seguir evolucionando de forma sostenible y eficiente, reforzando nuestras estrategias y equipos para afrontar el futuro tan prometedor que tenemos ante nosotros. Nunca es tarde para perseguir nuestros sueños, y el nuestro es llegar a ser el referente mundial en la comercialización de productos de calidad, saludables y placenteros, de la cocina y estilo de vida mediterráneo, generando valor para nuestros grupos de interés.

**RAMÓN PONT AMENÓS**  
Presidente de Borges International Group



# QUIÉNES SOMOS

Somos un grupo agroalimentario familiar de origen mediterráneo con 120 años de historia y una fuerte presencia internacional. Somos líderes en la gestión de fincas agrícolas, el procesamiento industrial, el envasado y la comercialización de Aceite de oliva y de semillas, Frutos secos, Frutas Desecadas, Vinagre de Módena, Pasta y snacks. La internacionalización forma parte de nuestro ADN desde que las primeras exportaciones se iniciaran en el 1957. Hoy contamos con 28 sedes comerciales y productivas a nivel mundial en las que más 6.000 profesionales, entre internos y externos, dan servicio a nuestros clientes y consumidores alrededor del mundo, haciendo de la marca Borges la de mayor presencia internacional del sector.

### NUESTRA MISIÓN

Llevar el Estilo de Vida y Productos de Calidad Mediterráneos alrededor del mundo.

### NUESTRA VISIÓN

Ser una empresa reconocida como líder mundial en la comercialización de productos de calidad, saludables y placenteros de la cocina y estilo mediterráneo, generando valor para sus consumidores, clientes, empleados, accionistas y todos los grupos de interés vinculados con la actividad de la compañía.

### NUESTROS VALORES

Ética profesional, calidad como principio, tradición, confianza, rentabilidad, sostenibilidad, visión de futuro, dimensión mundial, orientación al cliente e Innovación.

### PRINCIPALES CIFRAS DEL EJERCICIO

1.020  
EMPLEADOS

108  
PAÍSES  
DESTINO VENTAS

321.000  
TN COMERCIALIZADAS

758.864.000  
EUROS EN VENTAS

### NUESTRA ACTIVIDAD

#### Aprovisionamiento

Nuestras fincas y molinos, estratégicamente ubicados en las zonas de producción, aseguran el aprovisionamiento de nuestras materias primas clave, garantizando la trazabilidad y calidad de nuestros productos.



#### Industrial

Se centra en la producción y envasado de aceite de oliva y de semillas, frutos secos, frutas desecadas, vinagre de Módena y snacks.



#### Comercial

##### B2B

Formamos parte de la cadena de valor de Clientes industriales que usan nuestros productos como ingredientes en sus procesos y el envasado para terceros.

##### RETAIL Y OOH

Productos envasados con nuestras marcas dirigidos al consumidor final y a los profesionales de la restauración.



# NUESTRA HISTORIA

120 años de tradición familiar internacionalizando los valores y la cultura Mediterránea.



1890'S

1920'S

50-60'S

70-80'S

1990'S

2000'S

2010-15

2016

**1896**  
Antonio Pont y Dolores Creus inician su proyecto empresarial.

**1914**  
Se inicia la industrialización del Grupo con la instalación de una almazara.

**1920**  
Se consolida la industrialización del Grupo con la incorporación de una descascaradora de almendras.

**1925**  
Incorporación de la Segunda Generación con la entrada de Josep y Ramón Pont Creus.

**1957**  
Primeras exportaciones a granel de aceite de oliva y frutos secos.

**1964**  
Primera fábrica de aceites envasados.  
  
Nace la marca Borgos.

**1967**  
Se inicia la actividad de envasado de Frutos Secos con marcas para nuestros clientes.

**1978**  
Inicio del proyecto agrícola con la plantación de los primeros nogales y pistacheros en España.

**1984**  
Implantación directa en Andalucía para la compra y descascarado de almendras.

**1985**  
Adquisición de fincas de nogales en California, USA.

**1987**  
Agrofruse (BAIN) accede al mercado de capitales a través de la Bolsa de Madrid.

**1995**  
Adquisición en Estados Unidos de Giurlani USA Inc., fundada en 1898 y propietaria de la marcas Star.

**1996**  
Celebración del primer centenario de la fundación de Borgos.

Entrada al mercado del Norte de África creando nuestra filial en Túnez.

**2004**  
Compra de ITLV en Rusia.

**2006**  
Borgos National para el mercado B2B en USA.

**2007**  
Adquisición en Francia de Tramier.

**2008**  
Filial en Egipto para la compra de aceitunas directa al agricultor.

**2009**  
Filial comercial en India.

**2011**  
Filial comercial en Brasil.

**2012**  
Filial comercial en China.

Entrada en el capital de Capricho Andaluz, líder en monodosis de aceite de oliva.

**2016**  
Adquisición en Italia de la marca Ortalli, fundada a finales de 1800s con gran tradición en vinagre de Módena.

Expansión agrícola en Portugal.



## NUESTRAS MARCAS

La actual arquitectura de marcas comerciales presenta una combinación entre la marca global Borges, marcas locales y marcas especializadas.



Marca global, líder del grupo, percibida como una marca "top of mind" en todas sus referencias.

Borges International Group contribuye a la consolidación y difusión de la marcas del Grupo con un apoyo de 14 millones de euros anuales mediante publicidad en los medios y promociones.



Star es líder en aceite de oliva, vinagres y aceitunas en la costa oeste de los Estados Unidos.



Tramier es líder en Francia en aceitunas de mesa con importantes cuotas de mercado.



ITLV es líder en Rusia en aceite de Oliva, aceitunas y vinagres y está presente en países del Este.



Ortalli legitima el origen Módena de nuestros vinagres y cremas balsámicas.



Capricho Andaluz es el referente en el mercado de las monodosis de aceite de oliva y vinagre.



Popitas es líder en el mercado español de maíz para microondas.



Cara Mia destaca en conservas y alcachofas "Premium" en el mercado norteamericano.



Pacific Choice cuenta con gran prestigio en el canal Horeca en el oeste de los Estados Unidos.



Alferdous lleva la calidad de nuestros productos a los consumidores árabes.



# NUESTROS PRODUCTOS

Ofrecemos a consumidores de todo el mundo deliciosas maneras de disfrutar del MEDITERRANEAN LIFE & QUALITY. Nuestros productos son ingredientes fundamentales de la cocina mediterránea, especialmente el aceite de oliva virgen y los frutos secos, que son reconocidos por nutricionalistas de todo el mundo por sus efectos saludables para la reducción de los niveles de colesterol en la sangre así como para la prevención de determinadas enfermedades.

La Innovación es uno de los ejes fundamentales en nuestra estrategia de creación de valor. Desarrollamos y ampliamos nuestra gama para adaptarnos a los cambios en el estilo de vida, ofreciendo alternativas que contribuyan a la salud y bienestar de nuestros consumidores. Realizamos una importante inversión para el desarrollo de productos y procesos pioneros en nuestro sector con el fin de garantizar los más altos estándares de calidad y seguridad alimentaria.

Nuestra receta es simple pero elaborada: una amplia gama de productos sanos y placenteros, que aporten rentabilidad y crecimiento sostenido en el tiempo.



ACEITES DE OLIVA



ACEITES DE SEMILLAS



FRUTOS SECOS Y FRUTAS DESECADAS



VINAGRES



PALOMITAS



PASTA



SALSAS



CREMAS BALSÁMICAS



ACEITUNAS



GAMA OUT OF HOME



INGREDIENTES FRUTOS SECOS



INGREDIENTES ACEITES Y VINAGRES



# INNOVACIÓN

La gestión de la innovación es para nosotros una herramienta clave en la creación de valor. En una clara apuesta de futuro seguimos destinando esfuerzos al desarrollo de productos y procesos que nos permitan ser pioneros en nuestro sector, con los más altos estándares de calidad y asegurando a nuestros clientes y consumidores productos que cubran sus

necesidades y cumplan sus expectativas en mercados muy complejos y distintos entre ellos.  
Creemos firmemente que anticiparse es la mejor manera de liderar el futuro. Por ello realizamos un importante esfuerzo inversor en investigar, innovar y mejorar los procesos, garantizando así la competitividad y el futuro de la compañía.

**LOS PRINCIPALES PROYECTOS EN CURSO ESTÁN ORIENTADOS A OBTENER:**

- Mejoras en los niveles de sodio, azúcar o grasas en nuestros productos.
- Nuevos productos saludables para nuestros clientes y consumidores.
- Formatos y envases prácticos para nuestros consumidores y respetuosos con el medio ambiente.
- Nuevas líneas de negocio para complementar nuestra gama actual.
- Alternativas saludables para productos que actualmente no comercializamos.

**ÚLTIMAS INNOVACIONES:**

- 2015: Popitas Expansionadas, con nuevos sabores.
- 2015: Lanzamiento de “Selecto” ITLV ideal como opción a los aceites de semillas.
- 2015: Mejor experiencia de uso en aceitunas Tramier con extractor (tire-olives)
- 2015: Nueva y mejorada línea de aceitunas de mesa STAR.
- 2016: Formato miniatura aceite de oliva Classic en India .
- 2016: Siropes para el mercado de Food Service.
- 2016: Nueva gama de aceitunas en doy-pack para Francia
- 2016: Nueva gama de vinagretas Borges Delissimo’s en España.
- 2016: Nuevos formatos de vinagreta de Mostaza, para Food Service Francia.
- 2016: Crema Balsámica Pedro Ximénez en España,
- 2016: Nuevas salsas Tramier con aceitunas , ideales para acompañar platos de pasta.

# CALIDAD

La calidad 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”. Hacemos extensivo este compromiso a nuestros proveedores junto con los que llevamos a cabo la mejora continua de todas las fases y actividades, a través de controles y programas

de trazabilidad. La efectividad de estos programas es evaluada regularmente por expertos independientes.  
Las más exigentes certificaciones así como la experiencia y capacidad profesional de nuestros empleados nos permiten ofrecer los más altos estándares de calidad y trazabilidad de los productos a nuestros clientes y consumidores.

**PARA VELAR POR LA SEGURIDAD Y SALUD DE NUESTROS CLIENTES, CONTAMOS 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.

**BORGES AGRICULTURAL & INDUSTRIAL EDIBLE OILS**



**BORGES AGRICULTURAL & INDUSTRIAL NUTS**

Somos pioneros en la reducción de sodio, azúcar y nivel de grasas en nuestros productos, persiguiendo los objetivos de la estrategia NAOS impulsada desde el Ministerio de Sanidad.



# RSC Y SOSTENIBILIDAD

Nuestro compromiso con nuestros grupos de interés lo hacemos extensivo a todos aquellos a los que las actividades de la empresa puedan afectar de manera significativa o cuyas acciones puedan repercutir en nuestra

capacidad para desarrollar con éxito nuestra estrategia y alcanzar nuestros objetivos. Fruto del diálogo y de los mecanismos de participación con nuestros grupos de interés se han definido cuatro grandes

áreas de trabajo, para las que se han identificado los aspectos prioritarios en la gestión del Grupo. Éstas han sido las bases para definir nuestra Estrategia de Sostenibilidad y Res-

ponsabilidad Social Corporativa, así como para establecer los hitos y objetivos que nos permitirán evaluar nuestra evolución en los próximos cinco años y que resumimos en la siguiente tabla:

| NUESTRA GENTE                                                                                                                                                                                             | NUESTRO PLANETA                                                                                                                                                                                                                                              | CADENA DE SUMINISTRO                                                                                                                                                                                              | NUESTRA COMUNIDAD                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| El éxito de una empresa es el resultado del talento y bienestar de sus colaboradores.                                                                                                                     | Las acciones de hoy no deben comprometer necesidades futuras, ni de la compañía ni de la sociedad.                                                                                                                                                           | Promover la producción y el consumo responsable como parte de nuestros objetivos.                                                                                                                                 | Ser agentes y promotores de cambios que puedan mejorar la calidad de vida de la sociedad.                                                                                                      |
| <b>OBJETIVO:</b><br><br>Promover el desarrollo de los colaboradores.                                                                                                                                      | <b>OBJETIVO:</b><br><br>Minimizar el impacto ambiental de nuestras operaciones.                                                                                                                                                                              | <b>OBJETIVO:</b><br><br>Introducir cuestiones éticas, ambientales y sociales en la cadena de suministro.                                                                                                          | <b>OBJETIVO:</b><br><br>Contribuir a la generación de comunidades sostenibles.                                                                                                                 |
| <b>LÍNEAS DE TRABAJO:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Diversidad e igualdad.</li><li>• Salud y seguridad de los empleados.</li><li>• Atracción, desarrollo y retención del talento.</li></ul> | <b>LÍNEAS DE TRABAJO:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Riesgos con el aprovisionamiento y gestión del agua.</li><li>• Envasado y embalaje de productos.</li><li>• Estrategia en cambio climático, política y sensibilización ambiental.</li></ul> | <b>LÍNEAS DE TRABAJO:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Gestión de la cadena de suministro.</li><li>• Evaluación de la RSC de los proveedores.</li><li>• Código de conducta y anticorrupción.</li></ul> | <b>LÍNEAS DE TRABAJO:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Salud y nutrición.</li><li>• Promoción de estilos de vida saludables.</li><li>• Diálogo con los grupos de interés.</li></ul> |
|                                                                                                                        |                                                                                                                                                                          |                                                                                                                              |                                                                                                           |

## NUESTRA GENTE

Desarrollo del 3<sup>er</sup> Plan de Igualdad del Grupo en el que se establecen los siguientes objetivos:

- Garantizar la igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres en la empresa.
- Contemplar en el Plan las medidas encaminadas a la conciliación entre la vida laboral y familiar.
- Revisión del protocolo de acoso y procedimiento ante su incumplimiento.
- Revisión del manual práctico del lenguaje no sexista.
- Desarrollo personal y profesional.
- Programa de beneficios sociales que garanticen la calidad y estabilidad del empleo y que favorecen la conciliación laboral y familiar.
- El programa “Borges te cuida” quiere trasladar valores, fomentar hábitos saludables y generar compromiso para ser una empresa sostenible, saludable y solidaria.

### PRINCIPIOS DE LA POLÍTICA DE EMPLEO Y ESTABILIDAD DE LA PLANTILLA:



## NUESTRO PLANETA

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.



### PRINCIPALES HITOS:

↓ **12%**

Reducción  
**BASURA  
GENERAL**  
en la planta de Reus

↓ **5%**

Reducción  
**CONSUMO  
DE AGUA**  
en la planta de Tárrega

↓ **5%**

Reducción  
**ENERGÍA  
ELÉCTRICA**  
en la planta de Reus

↓ **13%**

Reducción  
**ENERGÍA  
ELÉCTRICA**  
en la planta de Tárrega

**648**

Toneladas de  
**CARTÓN**  
recicladas

**161**

Toneladas de  
**PLÁSTICO**  
recicladas

**106**

Toneladas de  
**VIDRIO**  
recicladas

### PRINCIPALES MEDIDAS PARA MINIMIZAR EL IMPACTO DE NUESTRA ACTIVIDAD EN EL MEDIO AMBIENTE:

- Renovación continua de equipos industriales por nuevas tecnologías más eficientes y menos contaminantes
- Mejores técnicas y de explotación en las plantas depuradoras propias, disminuyendo el consumo de los productos químicos utilizados y consiguiendo aguas residuales de mejor calidad ambiental.
- Realización de auditorías energéticas en cada uno de los centros productivos.
- Realización de estudios continuados para favorecer el reciclado y reducción de gramajes de todos los envases.
- Formación continua anual en materia de protección medioambiental.
- Sensibilización de los trabajadores con los principales temas ambientales
- Guía Práctica Oficina Verde publicada, recoge consejos para el ahorro energético, de agua y papel.

## GESTIÓN DE RESIDUOS

Reducción de residuos generados por mejoras de proceso y optimización de gestión (grasas, lodos, etc.), priorizando destinos de recuperación, reciclado o valorización energética, como en el caso del residuo banal no seleccionable.

El correcto funcionamiento de nuestras depuradoras 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.

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 el siguiente gráfico de evolución.

### CANTIDAD DE FANGOS EN LA DEPURADORA (KG FANGOS / M<sup>3</sup> DEPURADOS)



## HUELLA DEL CARBONO

Somos la primera empresa que ha obtenido la certificación del cálculo de la huella de carbono en la fase completa de sus productos, esto es, desde su producción en nuestros propios campos hasta el consumidor:

La huella de carbono es un indicador ambiental que expresa la cantidad de emisiones de Gases Efecto Invernadero (GEI) que están asociadas al ciclo de vida de un producto, de un servicio o de la actividad de una empresa u organización y que contribuyen al calentamiento global como categoría de impacto ambiental.

El cálculo de nuestra huella de carbono nos permite:

- Cuantificar, reducir y neutralizar nuestras emisiones de CO<sub>2</sub> en el marco de la mitigación del cambio climático.
- Ofrecer productos con una reducida generación de carbono acordes a nuestra política de sostenibilidad.
- Identificar oportunidades de ahorro de costes en nuestros procesos.

## PRODUCTOS ECOLÓGICOS

Desarrollo de una nueva gama de productos ecológicos que contribuyen a la sostenibilidad del medio ambiente, basándonos en una agricultura ecológica, evitando, así, el uso de productos sintéticos, como pesticidas, herbicidas y fertilizantes artificiales. Nuestra gama de productos ecológicos incluye frutos secos, aceite y vinagre de Módena.





CADENA DE SUMINISTRO

Trabajar en el desarrollo sostenible de la cadena de suministro es clave en nuestra estrategia de Responsabilidad Social. Por ello, extendemos nuestro compromiso a proveedores, contratistas y colaboradores para de esta manera lograr:

- Mitigar riesgos de violación de los derechos humanos y sociales.
- Asegurar conductas íntegras y éticas.
- Reducir el impacto ambiental de la organización.

Nuestros contratos 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.

DURANTE EL EJERCICIO SE HAN LLEVADO A CABO LAS SIGUIENTES INICIATIVAS:

- Definición de los criterios sociales y ambientales para la selección de proveedores en el código de conducta de proveedores.
  - Aprobación de los Principios Éticos para proveedores y colaboradores y establecimiento del Canal Ético para los proveedores.
- Mejoras en el cuestionario de Autoevaluación en Responsabilidad Social y Sostenibilidad en la cadena de suministro
  - Análisis de aspectos fundamentales como la Transparencia y la Ética Empresarial, Derechos Humanos y Acción Social, Calidad y Medio Ambiente.



NUESTRA COMUNIDAD

Dos factores son determinantes en la búsqueda de elevados estándares de calidad: el equipo humano y el uso de las técnicas más avanzadas. Somos una compañía próxima y comprometida con la sociedad, contribuyendo a su desarrollo con nuestra forma de hacer las cosas y las iniciativas que llevamos a cabo en tres ámbitos:

| LA SALUD                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | LA CULTURA                                                                                                                                                                                                                                                      | EL DEPORTE                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Realizamos diferentes colaboraciones con asociaciones, entidades sin ánimo de lucro y entes públicos.                                                                                                                                                                                                                                            | Estamos presentes en los eventos que se realizan en nuestro entorno más cercano.                                                                                                                                                                                | Apostamos por el deporte como elemento integrador y promotor de hábitos de vida saludables.                                                                                                                                                          |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Fundación Susan G Komen (Estados Unidos) contra el cáncer de mama.</li><li>• Asociación de Diabéticos de Cataluña.</li><li>• Asociación Española de Trasplantados.</li><li>• Asociación española de profesionales de autismo (AETAPI).</li><li>• Asociación Española contra el cáncer de mama.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Colaboración en las tradiciones y las fiestas populares de las zonas en las que el Grupo desarrolla sus actividades productivas colaborando con ayuntamientos, asociaciones de vecinos y otras instituciones.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Apoyo mediante aportaciones económicas o de producto a eventos deportivos de diferente índole como carreras escolares, caminatas populares, uniones de excursionistas, asociaciones diversas, etc.</li></ul> |

ENTIDADES CON LAS QUE COLABORAMOS

Somos miembro de organizaciones comprometidas con el progreso social y ambiental, como por ejemplo:



Nuestras relaciones de confianza se basan en un servicio responsable, con un modelo de negocio sensible a las realidades sociales y unos procesos de gestión sostenibles que agregan certidumbre a nuestro futuro.

# NUESTRA ORGANIZACIÓN

Somos una empresa familiar, con la tercera y cuarta generación de la familia Pont en el consejo de administración, y con una gestión totalmente profesionalizada. Lo que nos otorga un gran espíritu de superación y crecimiento manteniéndonos fieles a nuestros orígenes, a la tierra, a su tradición y a unos valores propios del estilo de vida mediterráneo.



Nuestras mayores fortalezas son nuestros valores y nuestra red comercial global formada por más de 6.000 profesionales que diariamente ofrecen a los compradores de todo el mundo nuestros productos, quienes cuentan con el soporte de cerca

de 1.000 profesionales especializados en compra, operaciones, servicios de back office, administración, finanzas, IT, y todo el apoyo técnico y legal para que la experiencia de cualquier forma de contacto con Borges sea siempre satisfactoria.

## BORGES INTERNATIONAL GROUP ES LÍDER EN...

- Aceite de oliva con marca Borges en 25 países.
- Frutos secos nobles, vinagre de Módena y cremas balsámicas en España con la marca Borges.
- Líder mundial en aceite de oliva orgánico.
- Palomitas de microondas en España con Popitas.
- Nueces en España con las marcas Borges y Pizarro.
- Tarrinas monodosis a nivel mundial.
- Aceitunas en Francia con la marca Tramier.
- Aceites en Francia en el sector Food Service con Borges.
- Aceite de oliva, vinagres y aceitunas en Estados Unidos con la marca Star.
- Alcachofas marinadas en Estados Unidos con la marca Cara Mia.
- Aceites de oliva y aceitunas en Rusia con las marcas Borges e ITLV.
- Aceites de oliva y pasta en India con la marca Borges.
- La marca de Aceites y Vinagres con la mayor distribución en el mundo.
- Túnez en exportación de aceite de oliva.





# BORGES INTERNATIONAL GROUP EN EL MUNDO

Centraliza los servicios corporativos de todo el Grupo: Dirección general, Finanzas, Contabilidad, Controlling, Auditoría Interna, Administración, Recursos Humanos, Fiscalidad, Legal, Desarrollo Corporativo, Sistemas de Información, Eficiencia Operativa y Relaciones con la Administración. Es la cabecera de las tres unidades de negocio del Grupo: Borges Branded Foods, Borges Agricultural & Industrial Edible Oils y Borges Agricultural & Industrial Nuts.



**758.864.000**  
EUROS EN VENTAS

**321.000**  
TONELADAS  
VENDIDAS

**108**  
PAÍSES  
DESTINO VENTAS

**1.020**  
EMPLEADOS

**15**  
OFICINAS  
EN 9 PAÍSES

**13**  
FÁBRICAS  
EN 6 PAÍSES

# HITOS DEL AÑO

**ADQUISICIÓN DE ORTALLI**  
FABRICANTE DE VINAGRE DE MÓDENA EN ITALIA

**x3**  
VENTAS DE **ACEITE DE OLIVA EXTRA VIRGEN ECOLÓGICO**

**+40%**  
AÑO RECORD **OOH ESPAÑA**

**+30%**  
CRECIMIENTO VENTAS **INDIA**

**NUEVOS ACEITES Y OLIVAS**  
DE STAR, TRAMIER Y BORGES

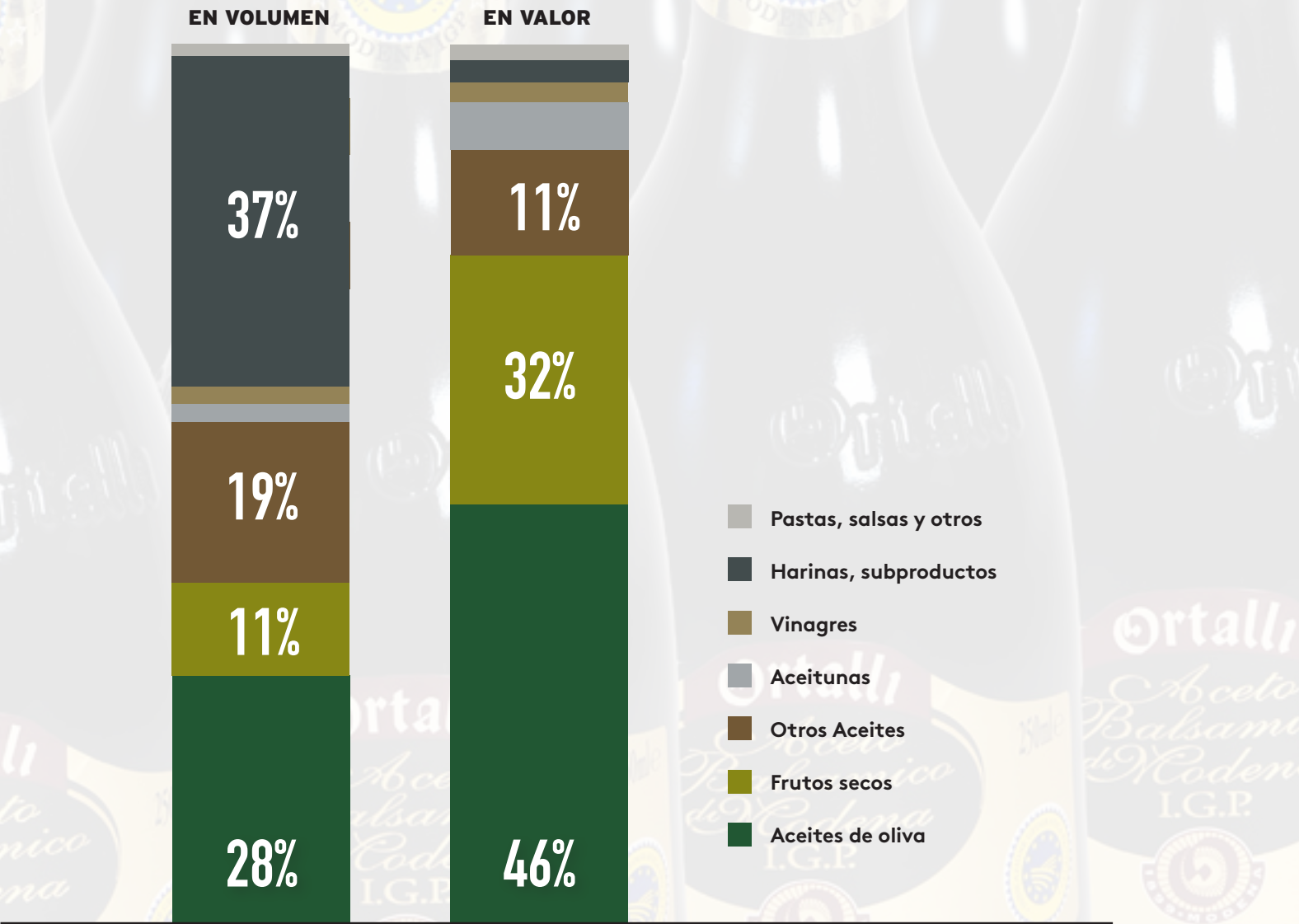
**+25%**  
INCREMENTO **MONODOSIS**

**90**  
MILLONES UNIDADES **MONODOSIS**

**550**  
NUEVAS HECTÁREAS DE **PLANTACIÓN DE ALMENDROS**

| PREMIOS Y DISTINCIONES                     |                                                                      | CATEGORÍA                                             | ORGANISMO                                                |
|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| 2015<br><br><br><br><br><br><br>DESTACADOS | Premio Empresa Flexible (2015)                                       | Recursos Humanos                                      | Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad     |
|                                            | Premio Alimentos de España (2014)                                    | Internacionalización Alimentaria (Córdoba)            | Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente |
|                                            | Premio CCNIEC (2012)                                                 | Salud, Nutrición y Estilos de Vida Saludable.         | Centre Català de la Nutrició                             |
|                                            | Distintivo Igualdad (2011)                                           | Recursos Humanos                                      | Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad        |
|                                            | Premio a la Excelencia Financiera (2008)                             | Excelencia Internacional                              | ASSET                                                    |
|                                            | Premio Príncipe Felipe a la Excelencia Empresarial, X Edición (2005) | Gestión de la Marca Renombrada - Internacionalización | Ministerio Industria, Turismo y Comercio                 |
|                                            | Mejor Empresa Alimentaria Española (2001)                            | Exportación                                           | Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación          |

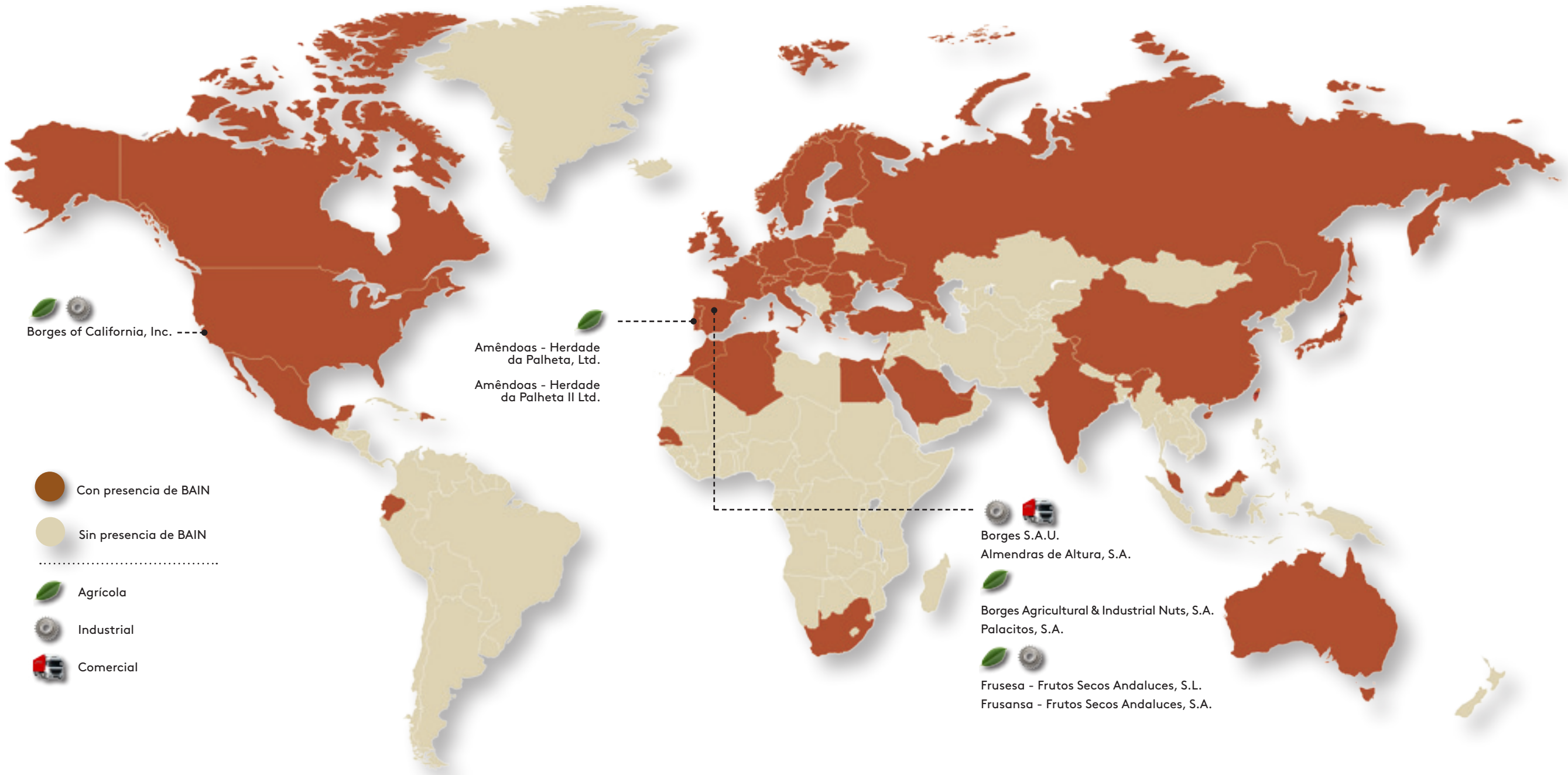
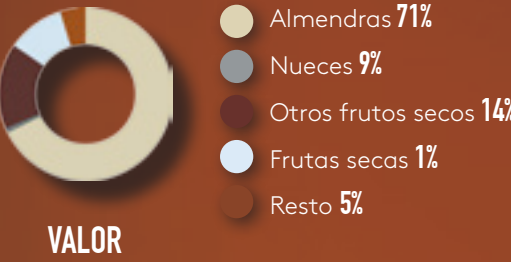
## CLASIFICACIÓN DE LAS VENTAS POR FAMILIAS DE PRODUCTOS





# BORGES AGRICULTURAL & INDUSTRIAL NUTS

La Unidad de Negocio de Frutos Secos, Frutas Desechadas y Snacks integra las filiales nacionales e internacionales que realizan actividades agrícolas, procesamiento industrial y envasado, y la comercialización al canal B2B.



**241.974.000**  
EUROS EN VENTAS

**53.148**  
TONELADAS VENDIDAS

**54**  
PAÍSES

**1.831**  
HECTÁREAS

**387**  
EMPLEADOS

**7**  
FÁBRICAS

# BORGES AGRICULTURAL & INDUSTRIAL EDIBLE OILS

La Unidad de Negocio Industrial de aceites integra a las filiales nacionales e internacionales que efectúan actividades industriales dedicadas a la obtención de aceite de oliva y aceites vegetales, refino, procesado y envasado y a la comercialización al canal B2B.



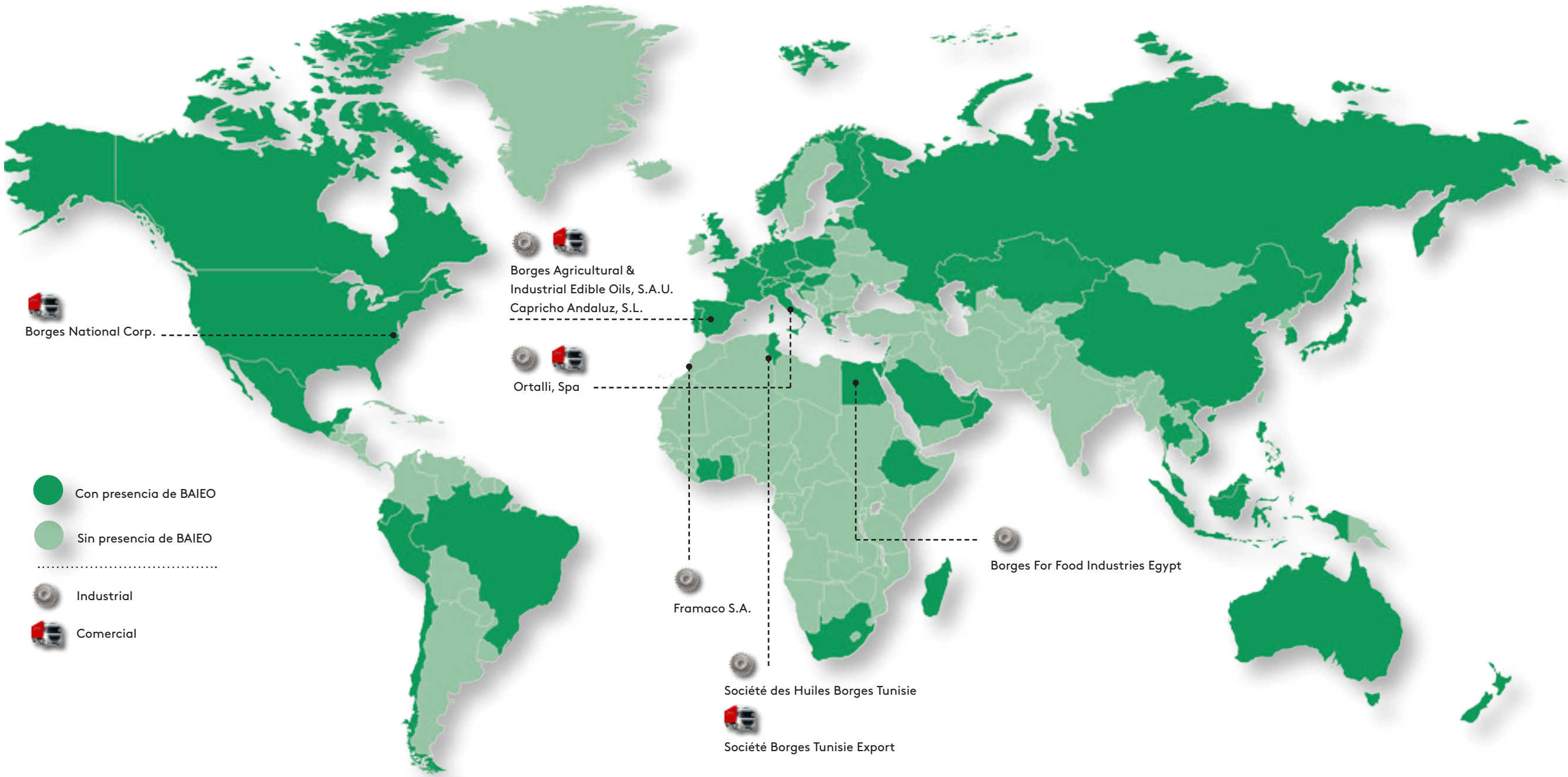
VOLUMEN

- Aceites oliva 36%
- Aceites semilla 23%
- Subproductos 39%
- Vinagres 1%
- Resto 1%



VALOR

- Aceites oliva 75%
- Aceites semilla 16%
- Subproductos 4%
- Vinagres 2%
- Resto 3%



429.915.000

EUROS EN VENTAS

254.776

TONELADAS VENDIDAS

53

PAÍSES

358

EMPLEADOS

6

FÁBRICAS

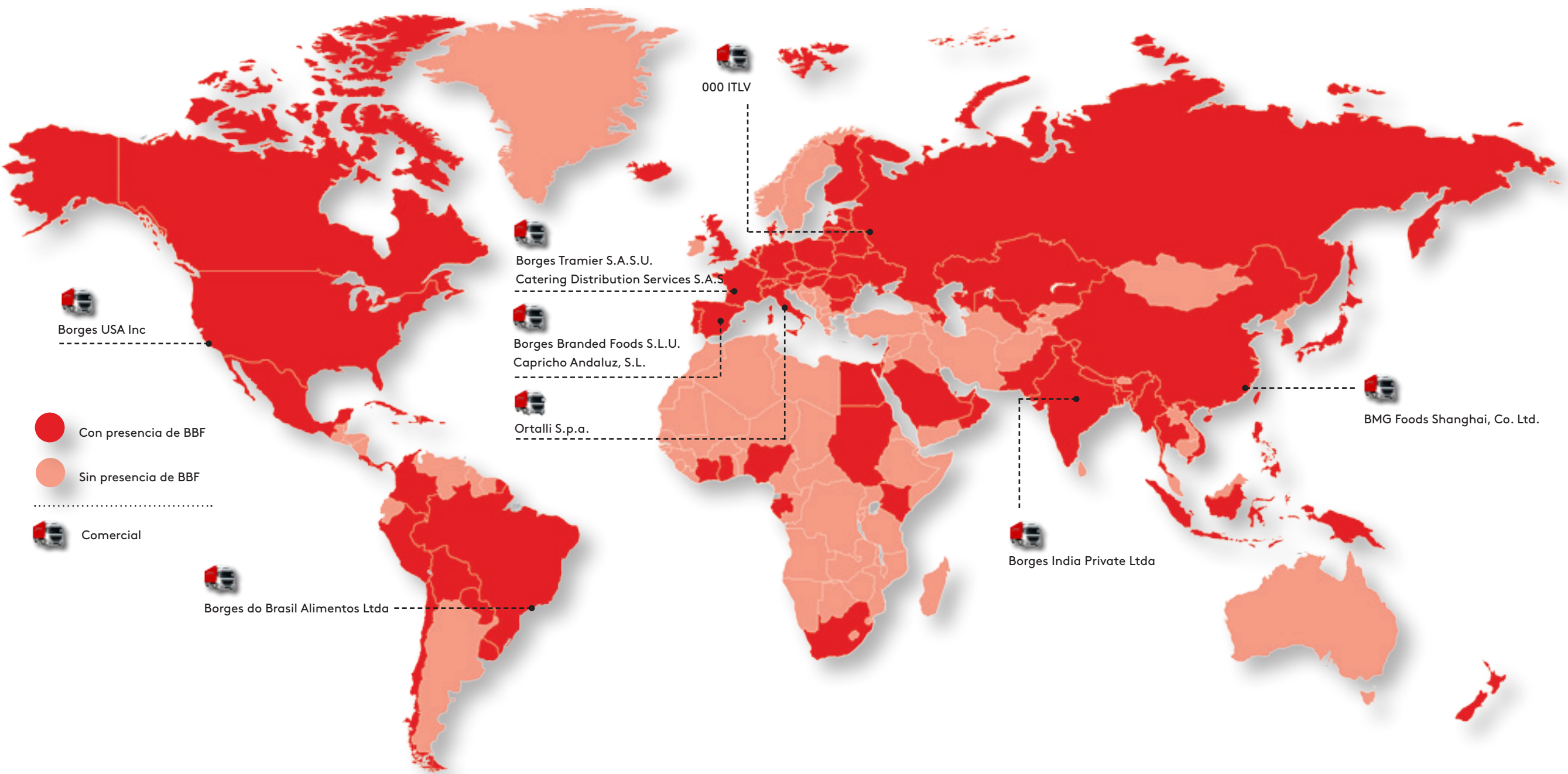
2

SEDES COMERCIALES



# BORGES BRANDED FOODS

La Unidad de Negocio de merca-  
dos de consumo integra a todas las  
filiales nacionales e internaciona-  
les comercializadoras de productos  
envasados con las marcas del Grupo,  
principalmente dirigidos al canal de  
retail y alimentación fuera del hogar.



|                 |                    |                       |                      |           |
|-----------------|--------------------|-----------------------|----------------------|-----------|
| 241.925.000     | 69.800             | 91                    | 12                   | 215       |
| EUROS EN VENTAS | TONELADAS VENDIDAS | PAÍSES DESTINO VENTAS | OFICINAS COMERCIALES | EMPLEADOS |

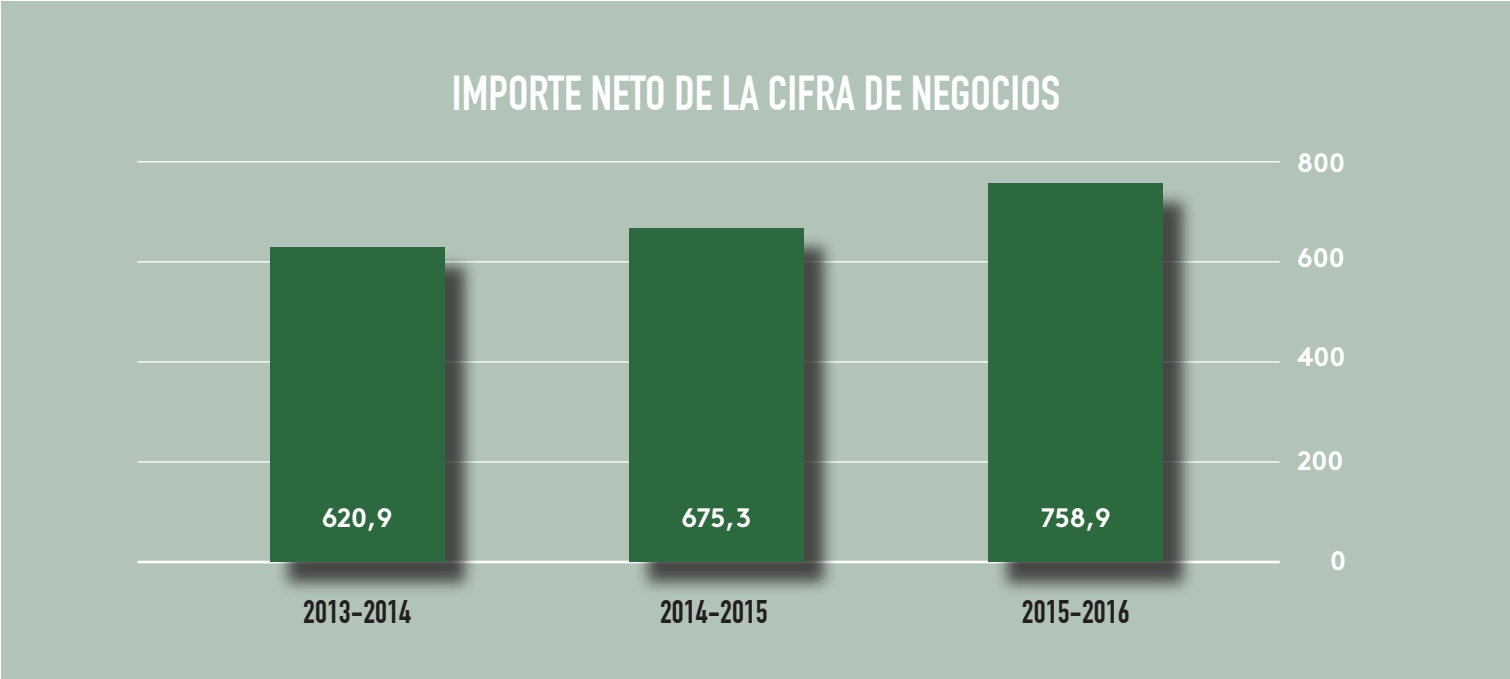
# CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS CONSOLIDADA

Borges International Group (BIG) cierra un año clave en su historia como grupo empresarial. Logra una facturación de 758,9 millones de euros, culmina un proceso de profunda reorganización interna y cumple con su plan de negocio de mantener su ritmo de crecimiento industrial y comercial.

Borges International Group se consolida como uno de los líderes mundiales en su sector con un 73 por ciento de las ventas efectuadas en mercados internacionales y un 27 por ciento, del mercado nacional. El elevado porcentaje de venta en el exterior se debe a dos factores, fundamentalmente: Borges es la marca española de aceite de oliva líder en 25 países y dispone de filiales

comerciales en Brasil, China, Francia, India, Italia, Estados Unidos y Rusia que, junto a España, constituyen una red de venta directa que ha incrementado la cifra de negocio internacional en un 19 por ciento durante el último ejercicio.

Este año, BIG integrará al Grupo a Ortalli, una emblemática compañía familiar con 117 años de historia y original de Módena, cuna italiana del vinagre balsámico. Mediante esta adquisición, Borges se beneficia de las sinergias que le supone la red comercial de Ortalli en Italia, como vehículo mediante el que irá introduciendo otros productos del Grupo en el país transalpino. La recientemente adquirida Ortalli opera y vende su vinagre en 40 países.



|                                                       | 31.05.16                 | 31.05.15                 |
|-------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <strong>IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS</strong> | <strong>758.864</strong> | <strong>675.281</strong> |
| Aprovisionamientos                                    | -627.213                 | -527.510                 |
| Gastos de personal                                    | -36.815                  | -37.010                  |
| Otros ingresos de explotación                         | 1.296                    | 956                      |
| Otros gastos de explotación                           | -73.742                  | -77.674                  |
| <strong>EBITDA</strong>                               | <strong>22.390</strong>  | <strong>34.043</strong>  |
| Amortización del inmovilizado                         | -6.125                   | -5.687                   |
| Excesos de provisiones                                | 690                      | 108                      |
| Deterioro y rdos. enajenaciones                       | 930                      | -59                      |
| Otros resultados                                      | 202                      | 97                       |
| <strong>RESULTADOS DE EXPLOTACIÓN</strong>            | <strong>18.087</strong>  | <strong>28.502</strong>  |
| Resultados diferencias de cambio                      | 397                      | -651                     |
| Gastos financieros                                    | -7.888                   | -8.800                   |
| Resultados sociedades método participación            | 0                        | -3                       |
| <strong>RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</strong>         | <strong>10.596</strong>  | <strong>19.048</strong>  |
| Impuesto sobre beneficios                             | -3.188                   | -4.849                   |
| <strong>RESULTADO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO</strong>  | <strong>7.408</strong>   | <strong>14.199</strong>  |



# BALANCE CONSOLIDADO

| ACTIVO                                                      | 31.05.16 | 31.05.15 |
|-------------------------------------------------------------|----------|----------|
| Inmovilizado intangible                                     | 16.996   | 15.137   |
| Inmovilizado material                                       | 115.899  | 106.574  |
| Activos biológicos                                          | 7.423    | 6.961    |
| Inversiones inmobiliarias                                   | 4.864    | 1.302    |
| Inversiones financieras a largo plazo                       | 3.617    | 3.466    |
| Activos por impuesto diferido                               | 7.227    | 6.816    |
| ACTIVO NO CORRIENTE                                         | 156.026  | 140.256  |
| Activos no corrientes mantenidos para la venta              | 42       | 4.012    |
| Existencias                                                 | 191.603  | 259.529  |
| Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar               | 72.306   | 77.666   |
| Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo | 160      | 155      |
| Inversiones financieras a corto plazo                       | 4.249    | 6.906    |
| Efectivo y otros activos líquidos equivalentes              | 25.016   | 16.086   |
| ACTIVO CORRIENTE                                            | 293.376  | 364.354  |
| TOTAL ACTIVO                                                | 449.402  | 504.610  |

| PATRIMONIO NETO Y PASIVO                       | 31.05.16 | 31.05.15 |
|------------------------------------------------|----------|----------|
| Fondos Propios                                 | 99.088   | 98.387   |
| Capital y Reservas                             | 91.680   | 84.188   |
| Resultados del ejercicio                       | 7.408    | 14.199   |
| Ajustes por cambios de valor                   | 21.876   | 22.730   |
| PATRIMONIO NETO                                | 120.964  | 121.117  |
| Provisiones a largo plazo                      | 1.027    | 733      |
| Deudas a largo plazo                           | 59.929   | 63.462   |
| Pasivos por impuesto diferido                  | 13.727   | 14.166   |
| PASIVOS NO CORRIENTES                          | 74.683   | 78.361   |
| Provisiones a corto plazo                      | 586      | 962      |
| Deudas a corto plazo                           | 127.542  | 140.967  |
| Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar | 125.627  | 163.203  |
| PASIVOS CORRIENTES                             | 253.755  | 305.132  |
| TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO                 | 449.402  | 504.610  |





