

A young girl with light brown hair, wearing a light blue long-sleeved shirt, is smiling and hugging a large tree trunk. She is holding a small bouquet of white daisies with yellow centers. The background is a blurred green field with small white flowers. The text 'Memoria de Sostenibilidad Hero España 2015' is overlaid in white on the right side of the image.

Memoria de
Sostenibilidad
Hero España
2015

Hero españa

Índice

0. Entrevista con el director general 4

1. Quiénes somos

- 1.1. Hero, nutrición avanzada 6
- 1.2. Una historia de éxito 7
- 1.3. Nuestra esencia 11
- 1.4. Una empresa comprometida 12
- 1.5. Cerca de nuestros grupos de interés 14
- 1.6. Una labor reconocida 16

2. Qué hacemos

- 2.1. Nuestras marcas 18
- 2.2. Referentes en nutrición infantil 20
- 2.3. La innovación, en nuestro ADN 22

3. Cómo trabajamos

- 3.1. Con una gestión económica sostenible 24
- 3.2. Con responsabilidad sobre el producto 26
- 3.3. Promoviendo un trabajo digno 29
- 3.4. Respetando el medio ambiente 36
- 3.5. Comprometidos con la sociedad 46
- 3.6. Respetando los derechos humanos 48

Anexos

- Sobre la memoria 50
- Índice GRI G4 51
- Indicadores integrados del Pacto Mundial y Global Reporting Initiative (GRI) 60



entrevista con

Sergio Elizalde, Director General de Hero Europa Sur

“La única forma de hacer las cosas bien es siendo sostenibles”

¿Cómo ha sido el proceso de apuesta por la sostenibilidad de la compañía que ha desembocado en este ejercicio de transparencia que es la memoria de sostenibilidad de Hero España?

La única forma de hacer las cosas bien es siendo sostenibles. Para nosotros, más que un proceso, la sostenibilidad es una forma de hacer empresa: hacer dinero conservando y respetando lo bueno de la naturaleza, garantizando la seguridad y el desarrollo de nuestros profesionales, exigiendo altos estándares de calidad a nuestros proveedores y cuidando la elección de las materias primas. Todo esto hay que hacerlo y hay que explicarlo. De ahí nuestra memoria de sostenibilidad.

Uno de los pilares de la Responsabilidad Social de Hero es la calidad e innovación de sus productos.

¿Qué esfuerzos hace la compañía en este ámbito?

Innovamos siempre con calidad y seguridad alimentaria. Para garantizarla, cuidamos

todo el proceso de producción, desde el control y selección de proveedores y materias primas hasta las recetas en la elaboración, el empaquetado y la distribución. Todo este proceso es sostenible.

Nuestro compromiso con la calidad se apunala con todas nuestras certificaciones de Calidad, Medioambiente, Seguridad Alimentaria y Seguridad y Salud Laboral (ISOS 9001, 14001, BRC, IFS, FSSC 22000, OSHAS 18001, entre otras). Las certificaciones son una garantía de la gestión de la calidad en Hero. Y desde este rigor en la gestión, hemos construido un modelo de innovación en alimentación que ha convertido a Hero España en la sede del Instituto Hero de Nutrición Infantil, un centro de investigación en el que trabajan expertos en nutrición de todo el mundo. La cultura de innovación se extiende a toda la compañía y la alta capacidad de nuestros profesionales produce innovación en todos los ámbitos, desarrollando nuevas gamas de productos; nuevas formas de empaquetarlos e incluso nuevos hábitos en su consumo, siguiendo las tendencias que marcan los chefs de referencia internacional.

El compromiso medioambiental también es importante en Hero España, ¿qué avances destacaría de este último año?

En una primera etapa, nuestro compromiso medioambiental estuvo centrado en la optimización de los procesos y en la reducción de emisiones, residuos y consumo energético y de agua. A este Plan de Eficiencia Energética, sumamos el uso de cartón y estudios de



viabilidad de microgeneración. Todos los colaboradores de Hero conocen y participan de nuestra filosofía medioambiental. Además, participamos activamente en el programa Bee Careful que tiene como objetivo garantizar la supervivencia de las abejas cuya desaparición supondría un grave problema para la vida en el Planeta.

A nivel social y comunitario, Hero España también está fuertemente comprometida con su entorno, ¿cuáles son las iniciativas más emblemáticas llevadas a cabo en el último año?

Sin duda, la colaboración con los bancos de alimentos. Llevamos más de 20 años colaborando con ellos a nivel local y nacional y es para nosotros una satisfacción pensar que contribuimos a mejorar la alimentación de los grupos sociales más desfavorecidos. Colaboramos también con la Fundación Bangassou a través de la cual llevamos nuestra leche maternizada al centro de África donde, gracias a ella, se rompe el ciclo del sida. Así, los niños que nacen sanos, de madres infectadas con el virus, tienen la oportunidad de crecer sanos. De esta manera mejoramos la nutrición y al mismo tiempo, regalamos salud.

Todo esta apuesta no sería posible sin la implicación de los empleados, ¿cómo involucra Hero España a su equipo en este triple compromiso?

La Responsabilidad Social la hacen las personas. Tenemos canales de comunicación interna a través de los que difundimos las diferentes iniciativas que desarrollamos para pedir su



Una compañía tiene éxito cuando es capaz de ganar dinero ofreciendo un producto diferente de forma sostenida.

colaboración y recibir sugerencias de mejora. Las campañas de sensibilización medioambiental, de empresa saludable, de consumo responsable, de igualdad, de conciliación, entre otras, nos sirven también para que las personas crezcan y se desarrollen en la misma dirección en que lo hace la compañía.

¿Y cómo se fomenta la relación con el resto de grupos de interés?

Una compañía tiene éxito cuando es capaz de ganar dinero ofreciendo un producto diferente de forma sostenida. Pero esa diferencia, esa innovación, sólo surge en ambientes dinámicos, abiertos, curiosos. La gente de Hero es valiente, tiene ideas, hace las cosas rápido y se preocupa por todos sus grupos de interés.

Participamos habitualmente en todo tipo de actividades a nivel local, regional y nacional. Estamos presentes en seminarios, conferencias y jornadas y colaboramos en las actividades que se desarrollan en la región ya sea de tipo cultural, social o empresarial. Las nuevas tecnologías, y en concreto las redes sociales, nos han servido para desarrollar un modelo de comunicación muy cercano con nuestros consumidores.

¿Qué retos se marcan para el próximo año en el ámbito de la sostenibilidad?

Queremos seguir siendo impulsores de la Responsabilidad Social en nuestro entorno, seguir cuidando de nuestros grupos de interés y deleitar a los consumidores conservando lo bueno de la naturaleza.

Tenemos diferentes proyectos en marcha relacionados con la iniciativa Bee Careful para sensibilizar a nuestros grupos de interés de la importancia de las abejas. También trabajaremos en proyectos vinculados a la prevención de la obesidad infantil a través de hábitos saludables y un proyecto sobre caracterización de la leche materna, entre muchos otros.

quiénes somos

1.1. Hero, nutrición avanzada

Hero España es una de las mayores empresas de alimentación y nutrición infantil del país. Fabrica, almacena y comercializa una amplia gama de productos alimenticios, elaborados con las mejores materias primas y siguiendo los más cuidadosos procesos de producción para ofrecer a los consumidores la máxima calidad. Todo ello contribuyendo de forma activa y positiva al desarrollo sostenible.

La mayoría de los productos de Hero España ocupan una clara posición de liderazgo dentro de sus respectivos sectores, contando con gran prestigio en el mercado y destacando por su apuesta por la innovación y la calidad y seguridad alimentaria

Hero España forma parte del Grupo Hero, nuestro modelo empresarial siempre se ha basado en deleitar a los consumidores conservando lo bueno de la naturaleza, con alimentos nutritivos de alta calidad y frescura, siguiendo recetas originales y procesos naturales que no emplean conservantes, colorantes ni aditivos artificiales.

Podemos afirmar que somos una empresa familiar que ha crecido hasta ser un Grupo internacional de éxito. Actualmente, ya estamos presentes en los cinco continentes y nuestra historia de expansión continúa bajo la dirección de la cuarta generación de la familia Oetker.

Hero España es una compañía moderna, innovadora, con proyección internacional y de futuro, comprometida con sus grupos de interés y empeñada en aplicar criterios de sostenibilidad y los más altos estándares de calidad en todos sus procesos.



1.2. Una historia de éxito

En alimentación hacemos historia

1886



Fundación de Conservenfabrik Lenzburg, Henckell & Zeiler

Hero se funda en 1886 cuando dos amigos, Gustav Henckell y Gustav Zeiler, constituyen Conservenfabrik, Henckell & Zeiler, en Lenzburg (Suiza) para procesar frutas y verduras. Henckell era un experimentado trabajador de la industria conservera; y Zeiler era productor hortofrutícola. Antes de finalizar el año, Carl Roth se une a ellos como socio capitalista. Cuando Gustav Zeiler muere inesperadamente, Carl Roth se convierte en socio de pleno derecho y le sucede. A partir de ese momento, la compañía es renombrada Henckell & Roth.

1910 - 1939



Negocio floreciente y expansión internacional

Entre 1910 y 1939 se fundan o compran cinco compañías en Suiza, lo que conduce al florecimiento del negocio exportador. Se establecen filiales en los Países Bajos (1914) y España (1922). En 1922, ya había 31 tipos diferentes de conservas Hero, cuyos formatos iban desde los frascos de 500 g hasta envases de roble de 55 kg.

1910



Lanzamiento de la Marca Hero

El nombre de la marca Hero procede de la unión de las dos primeras letras de los apellidos de los socios HEnckell y ROth. La forma de las latas de conserva inspira asimismo el nombre, en donde las letras H, R y O se asemejan a su forma.

1922



Constitución de Hero Alcantarilla

El 20 de enero de 1922, se constituye Hero Alcantarilla. El objetivo de la nueva empresa era la elaboración de pulpas y almíbares para la exportación. La nueva entidad nace con un capital social de 600.000 pesetas. La superación de los problemas derivados de la I Guerra Mundial; la recuperación económica de los principales países europeos y la mejora en el poder adquisitivo de los ciudadanos, presagiaba las mejores perspectivas para la recién creada sociedad.

Más de 94 años después, se puede afirmar que Hero ha pasado de ser una empresa de conservas y alimentación tradicional a una compañía de nutrición avanzada, orientada a la innovación. La solidez de su trayectoria demuestra que ha sabido adaptarse a los cambios y a las necesidades del mercado.

1930 - 1950



La diversificación

En 1930, Lenzburg concedió a Alcantarilla autorización para vender en territorio español y bajo la marca Hero, algunos productos y conservas fabricadas en Alcantarilla. Las dos plantas de producción se dedicaban exclusivamente a la elaboración de conservas de frutas, produciendo diferentes variedades de pulpas, preparados al natural, compotas y mermeladas, todo ello con una calidad insuperable.

Durante esta década, Hero Alcantarilla, mantiene su estrategia de neutralidad ante los acontecimientos. Sin embargo, no puede evitar que la realidad económica plantee problemas técnicos en la producción, como la escasez de productos frescos o materias primas como el azúcar o la hojalata, claves para la actividad. A eso se suma además, el racionamiento y la necesidad de consumir productos frescos.

1950 - 1980



La consolidación y la gran expansión

En los años 50, la industria murciana sólo producía en volúmenes significativos algunos productos como conservas de albaricoque, melocotón, pimiento, tomate y carne de membrillo.

En la década de los 60, se produce el mayor crecimiento económico de España, muy por encima de la media europea, y Hero se va a consolidar como una de las empresas de conservas alimenticias más importantes de nuestro país.

El 1 de Marzo de 1972 se sustituyó la denominación Hero Alcantarilla S.A. por Hero España S.A. con el objetivo de dar a la Compañía un mayor rango nacional.

En estos años Hero fue pionera en introducir en el mundo de la dietética, las Confituras Hero Diet, adelantándose a las necesidades de un mercado aún prácticamente inexistente.

1980 - 2000



Comienza un nuevo tiempo

La década de los 80 trajo consigo un cambio estratégico en el Grupo Hero, el reto era nuevos productos para un mercado cada vez más amplio. Esta iniciativa se sustentó desde el principio en un incremento del control de calidad y la inversión en I+D+i, lo que permitió que Hero España se situara con ventaja respecto a sus competidores, a la hora de afrontar futuros retos.

La marca Hero es la garantía para los consumidores, de la calidad que ofrece en sus productos. Pero no sólo eso. Los atributos de nuestra marca son también garantía de excelencia en toda la actividad empresarial que desarrolla y que incluye a clientes, proveedores, entorno, responsabilidad y eficiencia medioambiental.

En 1995, combinando la experiencia en cereales de la compañía Schwartau y el potencial del nuevo mercado de la alimentación infantil, se propone entrar en la fabricación de papillas infantiles, lo que supondrá una enorme inversión y una revolución tecnológica para el grupo.

1985



La gran decisión

En 1985, se produjo la propuesta de Hero España de entrar en el mercado de la alimentación infantil. El prestigio de la marca Hero, asociada a productos para alimentar a los bebés, fue una de las claves del éxito por convertirlos en algo prácticamente 'irrechazable' por los consumidores. En los años siguientes, la producción y las ventas aumentaron progresivamente. Se realizaron grandes inversiones para la creación de modernas plantas de producción en las que expertos equipos de investigación tenían a su disposición la última tecnología en todos los ámbitos, incluyendo la gestión del conocimiento. Así, los productos Hero Baby se convirtieron en líderes indiscutibles del sector en España.

1995



Hero bajo la propiedad de la familia Oetker

En 1995, la empresa alemana, Schwartauer International GmbH, fundada en 1899 y propiedad del Dr. Arend Oetker, adquirió una participación mayoritaria de Hero. Las perspectivas de las empresas Schwartau, así como la importancia estratégica para Hero son positivas. Las actividades de estas empresas se llevan a cabo en el sector de barras de cereales, confituras (sector en el que son líderes en Alemania) semielaborados para panadería, así como artículos y adornos para pastelería, productos para untar y postres de frutas, que puede abrir otras posibilidades de venta y acceso a los mercados con nuevos productos de calidad para todas las filiales del Grupo Hero.

2000 - 2010



Nuevo milenio, nueva estrategia

A comienzos del siglo XXI, la actividad fue muy intensa y se realizaron grandes inversiones por parte del Grupo Hero. Se compraron diversas empresas del sector de la alimentación infantil y se establecieron también redes de distribución por todo el mundo. El crecimiento de la producción y la ampliación de la gama de productos, había complicado la logística de la distribución y el almacenamiento, y había incrementado considerablemente los costes. Así, Hero España toma la decisión de construir un almacén centralizado de última tecnología autoportante y con capacidad para más de 30.000 palets.

2006



Creación del Instituto Hero de Nutrición Infantil

La entrada del Grupo Hero en el sector de la alimentación infantil se soportó desde el principio invirtiendo en investigación y desarrollo. La generación de conocimiento en este ámbito propició la creación del Instituto Hero de Nutrición Infantil ubicado en las instalaciones de Alcantarilla y en el que trabajan los mejores expertos internacionales en pediatría y nutrición infantil.

Este mismo año se crea conjuntamente con el Instituto el Centro Global de Tecnología, que incorpora las últimas evidencias científicas que aseguran que los alimentos infantiles Hero contribuyen al desarrollo y crecimiento saludable de los bebés con el objetivo de que se conviertan en niños y adultos sanos el día de mañana.

2010 - 2015



Hero España se adapta a un mundo interconectado y de cambio

La insistencia de Hero España en conocer lo que el consumidor necesita para ofrecérselo en las mejores condiciones de calidad, ha encontrado un aliado de extraordinaria importancia en el auge de Internet. Ahora, Hero España puede comunicarse directamente con los consumidores que prácticamente están presentes en cada momento en la compañía.

Hero España, en la nueva década, ha sabido adaptarse a la velocidad vertiginosa con que se producen los cambios y ha seguido fomentando la innovación y la mejora de la calidad de sus productos, incluso de aquellos cuyos estándares de calidad que parecían inmejorables. Un ejemplo de estos años es el lanzamiento de Mermelada de Temporada.

El contacto directo con el consumidor permite a Hero ofrecerle siempre los productos que necesita. Esta estrecha relación ha propiciado el lanzamiento de nuevas líneas de producto que han tenido un gran éxito y que a pesar de ser muy nuevos, parece que llevan fabricándose en Hero toda la vida. Es el caso de las leches maternizadas Pedialac, con las que Hero ha entrado en el canal farmacia; Hero Nanos que son un complemento sano y natural de la alimentación para niños a partir de 12 meses y Maridaje del Chef, que suponen una novedosa aportación a la cocina moderna.

Una de las últimas novedades son los tarritos del Siglo XXI, que incluyen nuevas recetas, *packaging* y gramaje y que se siguen elaborando de una forma totalmente natural y en la huerta de Murcia. Para ellos se ha realizado por primera vez en 30 años innovaciones en el tarro haciéndolo más cómodo para el consumidor, coincidiendo con el 30 aniversario de la marca Hero Baby.



“Nuestros principios fundamentales son ser fieles a nuestros valores para cumplir nuestra misión, ser sostenibles, cuidar de la naturaleza y devolver a la sociedad parte de lo que nos aporta”

*Encarna Guirao
Directora de RRHH, RRII y
Responsabilidad Social*



1.3. Nuestra esencia (misión, valores)

La misión de Hero España es deleitar a los consumidores conservando lo bueno de la naturaleza.

Así se define la compañía:

- Impulsados por la capacidad emprendedora
- Con el poder de movernos a alta velocidad
- Habilitados por la autonomía
- Listos para el cambio
- Construidos con una actitud familiar
- Valentía para llegar siempre más lejos
- Ideas es mirar con curiosidad lo que nos rodea
- Velocidad para llegar los primeros
- Ponemos el Alma en todo lo que hacemos

Los valores de cambio, espíritu emprendedor, velocidad, fortalecimiento y familia impregnan toda la cultura corporativa, reproducen el espíritu de Hero y articulan su Código de ética y Conducta.

Este documento refleja el compromiso de la compañía con ofrecer productos sanos, nutritivos y de alta calidad a sus consumidores, mientras aplica prácticas equitativas en materia medioambiental, de derechos humanos y laborales y de la lucha contra la corrupción.

Asimismo, recoge los criterios de integridad, lealtad y honestidad que impregnan el trabajo diario de todos los que forman parte de Hero, más allá del cumplimiento estricto del marco legal.

1.4. Una empresa comprometida

El desarrollo sostenible ha estado siempre presente en la filosofía y actividad del Grupo Hero. El respeto a los principios y valores intrínsecos a la Sostenibilidad y la Responsabilidad Social está inscrito en el ADN de la compañía y forma parte de su identidad, tal y como lo demuestra su sólida trayectoria.

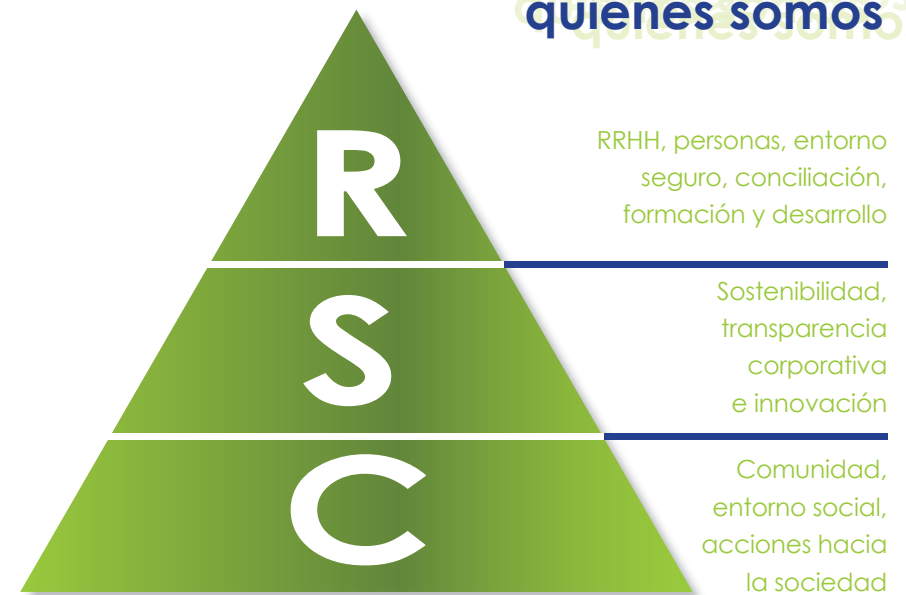
La compañía entiende la Responsabilidad Social como un concepto transversal que impacta en todos los aspectos del negocio e implica a todas sus áreas.

La estrategia de Responsabilidad Social Corporativa de Hero España se sustenta en tres pilares fundamentales representados por cada una de las letras que conforma la palabra RSC

A nivel global, el Grupo Hero cuenta con una Comunidad de Sostenibilidad (Sustainability Community) encargada de llevar a la práctica el concepto en todas las subsidiarias y de ayudarlas a establecer objetivos, metas y mecanismos de medición de los progresos alcanzados. Hero España cuenta con un embajador en Sostenibilidad, el director de Innovación y Calidad, Pablo Serrano, que forma parte de esta comunidad.

En Hero España, el área de Recursos Humanos (RRHH) lidera la gestión de la Responsabilidad Social a través de un grupo de trabajo formado por personas de todas las áreas de la empresa. En este grupo también participan empleados/as de otros Comités (Empresa, Seguridad y Salud Laboral, Eficiencia Energética e Igualdad).

El grupo de trabajo está liderado por las direcciones de innovación y calidad y recursos humanos, siendo los encargados de trasladar al comité de dirección las iniciativas de responsabilidad social.



HITOS EN RSC

A pesar de que la Sostenibilidad ha estado presente en la compañía desde sus inicios, desde la década de los 90 se han dado algunos pasos para formalizarla y sistematizar su gestión. Uno de los hitos lo constituye la adhesión en 2012 al Pacto Mundial de Naciones Unidas, lo que materializa el compromiso de Hero España con sus Diez Principios basados en el respeto de los derechos humanos, del medio ambiente y en la lucha contra la corrupción, incluidos en su Código Ético y de Conducta.

1994: Sistema de Gestión de la Calidad UNE-EN-ISO9001

1996: Sistema propio de Gestión en Prevención de Riesgos Laborales y Certificado CAERM (Consejo de Agricultura Ecológica de la Región de Murcia)

1997: Sistema de Gestión Ambiental UNE-EN-ISO14001

2000: Certificado Soil Association – Organic, Estándar para productos infantiles

2001: Certificación Halal, que acredita que sigue los criterios para su consumo por parte de personas de religión musulmana

2002: Elaboración de un primer Informe Social

2003: Inscripción en el registro EMAS, normativa europea que acredita el cumplimiento de prácticas medioambientales

2005: Se publica el documento Buenas Prácticas de Responsabilidad Social de Hero España

2006: Certificado de Seguridad y Salud Laboral OSHAS18001:1999 y Certificación del Sistema de Gestión de Seguridad Alimentaria del British Retail Consortium (BRC) y el International Food Standard (IFS)

2009: Se lanza el Código Ético y de Conducta de la compañía

2012: Adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas

2015: Certificación de la norma FSSC 22000

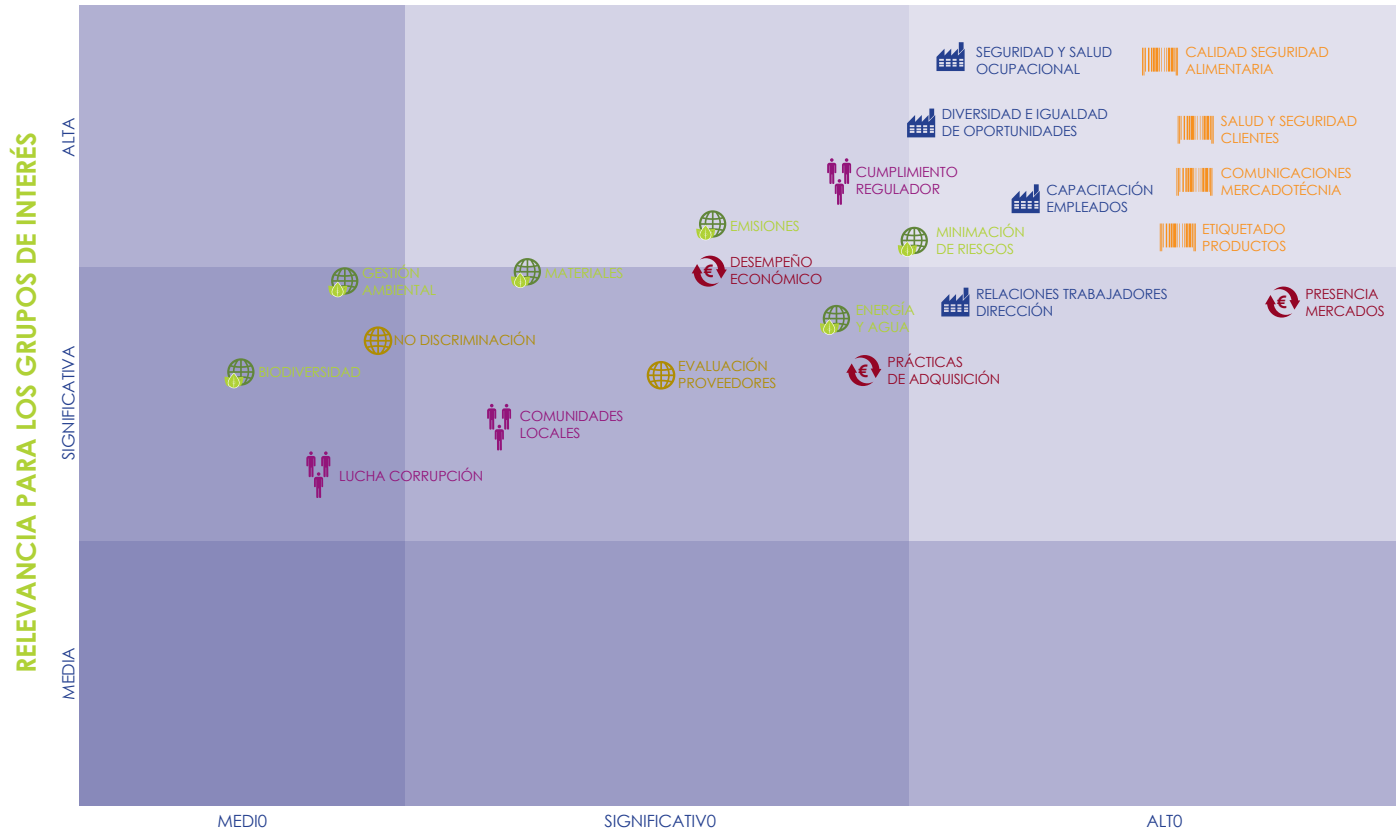
2016: Auditoria externa voluntaria por AENOR para la certificación 19.600

2016: Primer análisis de materialidad



“Si eres responsable, debes serlo en todo lo que haces ya que solo así puedes generar confianza en los consumidores y en todos los grupos de interés: clientes, proveedores, empleados, instituciones... Esa es la base de nuestra Responsabilidad Social”

*Pablo Serrano
embajador de Sostenibilidad
y director de Innovación y
Calidad*



- ECOLÓGICO
- RESPONSABILIDAD PRODUCTOS
- SOCIEDAD
- PRÁCTICAS LABORALES
- DERECHOS HUMANOS
- ECONOMÍA

Para la realización de su análisis de materialidad, Hero ha contado con la opinión de más de 1.500 representantes de sus grupos de interés, lo que supone un hito en participación en este tipo de estudios.

1.5. Cerca de nuestros grupos de interés

Hero España tiene identificados a sus grupos de interés principales que son sus empleados, proveedores, consumidores, clientes organizacionales, comunidad local e instituciones.

En 2015, con el objetivo de conocer sus prioridades y de obtener una base científica sobre la que guiar la estrategia de Responsabilidad Social de la empresa, Hero España llevó a cabo un análisis de materialidad en colaboración con la Universidad de Murcia.

El estudio permitió detectar aquellos aspectos de la Responsabilidad Social que los grupos de interés de la compañía consideran como más importantes así como los que revisten menor interés.

Las conclusiones arrojan como aspectos relevantes la calidad y seguridad alimentaria, la salud y seguridad de clientes, la salud y seguridad organizacional, y las correctas comunicaciones de mercadotecnia.

En el otro lado de la balanza, las cuestiones menos prioritarias son la lucha contra la corrupción, la atención a las comunidades locales, el respeto a la biodiversidad y el fomento de prácticas responsables de adquisición.

Para la realización de este análisis de materialidad, se realizaron varias reuniones presenciales y una encuesta online que contó con más de 1.500 representantes de grupos de interés, una cifra que supone un hito de participación en este tipo de estudios.

Hero tiene establecidos diversos canales de comunicación con sus grupos de interés, entre los que destacan:

Empleados

- Portal del Empleado
- Comunicación con RRHH (Canal 2.0 directo con RRHH)
- Buzón de denuncia que establece el Código de Ética y Conducta
- Encuestas de satisfacción, encuestas de clima y psicosociales
- Comité de Empresa, Comités de RS, Igualdad, Seguridad y Salud y Eficiencia Energética
- Buzón de ideas de mejora
- Tablones de anuncios físicos y digitales
- Evaluación del desempeño
- Newsletters periódicas
- Lean Office y Manufacturing (Metodología participativa que cuenta con las personas para el éxito empresarial)
- Family Day
- Convención Anual de Empresa



Comunidad local/ Sociedad

- Hero Tour, con bloggers e influencers, entre otros eventos
- Newsletters periódicas

Consumidores

- Encuestas de satisfacción
- Servicio de atención al consumidor: recogida de comentarios para resolución de incidencias, dudas, etc. a través de teléfono, WhatsApp, email y redes sociales.
- Visitas a las instalaciones de Hero
- Newsletters periódicas



Proveedores

- Portal de proveedores
- Evaluación de proveedores
- Newsletters periódicas
- Reuniones y visitas semestrales



Instituciones

- Reuniones presenciales
- Newsletters periódicas
- Club de benchmarking
- Newsletters periódicas

Otras entidades

Además de estas vías de comunicación, están a disposición de todos los grupos de interés los canales habituales como las reuniones presenciales, correo electrónico, teléfono y una amplia presencia en redes sociales con un elevado número de seguidores. Estamos presentes en redes sociales los perfiles de Hero España y Hero Baby en Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Google+, Youtube y LinkedIn, con más de 662.000 seguidores en todas ellas. * Datos a julio de 2016.

Hero está comprometida con una comunicación honesta y veraz sobre su actividad y sobre sus productos, tal y como queda recogido en el Código de Ética y Conducta de la compañía. Así, toda la información que se proporciona a los consumidores, tanto en los envases de producto como a través de los distintos canales de comunicación y campañas promocionales, sigue criterios de responsabilidad y es acorde con los códigos y pautas existentes de buenas prácticas de comunicación.

1.6. Una labor reconocida

La apuesta de Hero por la Sostenibilidad y la innovación y por una gestión responsable y ética ha dado sus frutos. Numerosos premios han reconocido la labor de la compañía en los últimos años. Estos son algunos de los más representativos.

1998, Premio Laurel de parte de FEAPS Región de Murcia por la inclusión laboral

2000, Reconocimiento a la Política de Formación y Desarrollo de la revista Capital Humano

2002, Premio de Calidad Ambiental y Desarrollo Sostenible a la empresa en la modalidad de Ecoeficiencia, concedido por la Consejería de Agricultura de Agricultura, Agua y Medio Ambiente de la Región de Murcia

2003, Premio de Calidad Ambiental y Desarrollo Sostenible a la empresa en la modalidad de Ecogestión, concedido por la Consejería de Agricultura de Agricultura, Agua y Medio Ambiente de la Región de Murcia

2004, Premio 'José Luis Pérez' a la Responsabilidad Social de las Empresas por la revista Capital Humano y la Universidad de Deusto

2005, El Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, el IESE y varios medios de comunicación reconocen a Hero como 'Empresa Flexible'

2009, Accésit Espiga de Oro de la Federación Española de Bancos de Alimentos y Ministerio de Agricultura

2009, Premio cooperación universidad-empresa en la modalidad de Innovación y Desarrollo, concedido por la Universidad de Valencia

2011, Premios de la Energía en la modalidad de Eficiencia Energética, concedido por la Consejería de Industria de la Región de Murcia



“Los diferentes premios que la Región de Murcia ha entregado a Hero en los últimos años quieren reconocer la labor de la compañía y su contribución al desarrollo sostenible de la región, así como motivar a la organización a continuar por este camino”

*Longinos Marín
Catedrático de RSC de la
Universidad de Murcia*





quiénes somos



Premios de Calidad Ambiental y Desarrollo Sostenible a la Empresa
1ª edición - 2002

La empresa
Hero España, S.A.

Ha obtenido el Premio de Calidad Ambiental y Desarrollo Sostenible a la Empresa 2012 en la modalidad de

Eficiencia

de acuerdo con la Resolución de la Secretaría General de Agua y Medio Ambiente de la
Comunidad de Agricultura, Agua y Medio Ambiente de la Región de Murcia, de fecha 04/03/2012

Murcia, 7 de junio de 2012



2012, Reconocimiento a la eficiencia energética en los VIII Premios de la Energía de la Ciudad de Murcia

2012, La Fundación Mundo Ciudad reconoce a Hero como 'Empresa Social'

2012: Premio a las buenas prácticas de prevención 'Antonio Ruiz Giménez', de la Consejería de Educación, Formación y Empleo

2013, Premio al Desarrollo Sostenible de la Región de Murcia, por la compensación voluntaria de emisiones de gases de efecto invernadero, concedido por la Consejería de Presidencia de la Región de Murcia

2014, Premios 8 de marzo de Igualdad, por parte de Consejería de Sanidad y Política Social de la Región de Murcia

2014, Premio Corazones de Cáritas por colaboración y ayuda en pro de los más necesitados

2014, Miembro de Honor de la AECC por su colaboración continúa con los enfermos de cáncer



Premios de Calidad Ambiental y Desarrollo Sostenible a la Empresa
2ª edición - 2003

La empresa
HERO ESPAÑA, S.A.

Ha obtenido el Premio de Calidad Ambiental y Desarrollo Sostenible a la Empresa 2013 en la modalidad de

Ecoeficiencia (Consumo Energético Sostenible)

de acuerdo con la Resolución de la Secretaría General de Agua y Medio Ambiente de la
Comunidad de Agricultura, Agua y Medio Ambiente de la Región de Murcia, de fecha 25/03/2013

Murcia, 7 de junio de 2013



qué hacemos

2.1. Nuestras marcas y productos

Hero España fabrica productos de alimentación que se agrupan en las siguientes familias:

- **Alimentos infantiles:** Hero ofrece las mejores alternativas para alimentar a los niños durante las distintas etapas de su infancia. Disponemos de una amplia gama de alimentos con las mejores materias primas y utilizando los mejores procesos (leches, cereales y tarritos) para cubrir las necesidades específicas de cada etapa, con el respaldo de reputados expertos del Instituto Hero de Nutrición Infantil.
- **Confituras, mermeladas, maridajes y miel:** 100% naturales, sin conservantes ni colorantes. Más de 30 sabores y una amplia gama de formatos para adaptarse a todos los gustos y momentos del día.
- **Snacks saludables:** que aportan energía en cualquier momento y lugar. Hero ofrece una amplia variedad con todas sus barritas y las novedosas bolsitas de cereales.



- **Platos precocinados y salsas:** para dar sabor a los platos y facilitar el día a día de los consumidores.
- **Alimentos dietéticos y/o especiales:** concebidos para satisfacer las necesidades de todos los consumidores, incluso aquellos con necesidades específicas.
- **Almíbares, vegetales, zumos y néctares.**
- **Productos exclusivos para el canal de hostelería:** fiel a su filosofía 'Estar más cerca de ti', Hero dispone de una amplia gama de producto para este cliente, con el objetivo de cubrir todas sus necesidades.



Una esmerada y cuidada selección de las mejores materias primas de la naturaleza, unido a un estricto proceso de elaboración que toma en cuenta los más elevados estándares de calidad y seguridad dan como resultado productos con el sello de garantía Hero.



2.2. Referentes en nutrición infantil

En 1985, Hero España culminó su proceso de diversificación entrando en el mercado de la alimentación infantil. A la apuesta por este segmento de mercado se sumó la novedad de lanzar la nueva línea de productos por el canal alimentación en lugar del farmacéutico que era el que se utilizaba entonces en España.

Fue una decisión arriesgada y nadie imaginaba que el éxito sería tal, que el objetivo inicial de tres años para implantar el producto en el mercado y recuperar la inversión, se consiguiera en apenas año y medio.

Desde entonces la producción y las ventas han aumentado progresivamente y el prestigio de Hero asociado a la alimentación infantil no ha hecho más que crecer.

Las líneas de producción de platos precocinados y tarritos que, inicialmente ocupaban un pequeño espacio en la fábrica, fueron solo el primer eslabón de una cadena de grandes inversiones.

Hero cuenta actualmente con modernas plantas de producción en las que expertos equipos de investigación ponen a disposición de la compañía la última tecnología.

Los productos Hero Baby se han convertido en líderes indiscutibles del sector en España.



¿cómo hacemos
que hacemos

Hoy, la
producción
de Hero Baby
supone más
del 71% de la
facturación total
de Hero España.

Productos de referencia en nutrición infantil



Natur

Los tarritos Hero Baby se han relanzado recientemente bajo la denominación Natur. Están elaborados con ingredientes 100% naturales procedentes de la huerta murciana, con 100% aceite de oliva, sin azúcares añadidos, sin conservantes ni colorantes. El diseño del envase está especialmente pensado para facilitar el proceso de alimentación del bebé: boca más ancha para una mejor introducción de la cuchara, etiquetado transparente para mayor visibilidad y base redondeada para llegar a todos los rincones del tarrito.



Pedialac

Es una gama completa de productos de nutrición infantil de venta exclusiva en farmacias, fruto de más de 30 años de experiencia nutriendo bebés. Está compuesta de fórmulas infantiles y fórmulas infantiles especiales, que contienen ingredientes naturalmente presentes en la leche materna, alimentación complementaria (cereales, tarritos y bolsitas de fruta) que están diseñados para contribuir a una dieta equilibrada y natural, y Pedialac Plus que completa la dieta de los niños entre 1 a 10 años que no comen bien.

Pedialac se elabora a partir de ingredientes naturales seleccionados con el máximo cuidado, con mano de obra local y procesados tecnológicos mínimos para preservar al máximo sus características nutricionales y sensoriales. Ofrece así los más altos niveles de calidad con el objetivo de ayudar a los padres a conseguir, mediante la nutrición más adecuada para sus hijos adaptadas a cada circunstancia, un crecimiento correcto y un desarrollo equilibrado.



“La confianza que los consumidores depositan año tras año en los productos Hero Baby es la mejor muestra de nuestros esfuerzos e inversiones por ofrecer alimentos infantiles de la máxima calidad, con las mejores materias primas y fruto de cuidados procesos de producción que tienen la seguridad y la innovación como máximas indiscutibles”

*Pablo Llopiz
Director Comercial de Hero España*

2.3. La innovación, en nuestro ADN

Hero desarrolla una amplia labor científica en sus propios laboratorios analíticos y biotecnológicos y en colaboración con universidades y centros de investigación de reconocido prestigio.

El emblema en innovación de Hero es su Instituto de Nutrición Infantil, una entidad nacida en 2006, que acumula una dilatada trayectoria y experiencia en la investigación en el ámbito de la nutrición infantil.

Sus principales actuaciones se centran en:

- Guiar a las empresas del Grupo Hero a diseñar los mejores alimentos infantiles. Para ello, elabora guías nutricionales y opiniones científicas basadas en los últimos avances en nutrición pediátrica.
- Colaborar con centros de investigación, universidades y hospitales en proyectos de investigación y tecnológicos, a nivel nacional e internacional, cuyos resultados se aplican en el diseño de los productos.
- Promover la investigación en nutrición Infantil a través de becas, premios de investigación, workshops científicos y formación continuada a los profesionales de la salud.

Hero España, junto con varios hospitales, está llevando a cabo investigaciones sobre nutrición y salud en los lactantes. Por ejemplo, Hero ha colaborado con el Hospital Universitario de Groninga (UMCG, Holanda), junto con la Organización Holandesa para la investigación científica aplicada TNO (TNO Innovation for life), en unas tablas de crecimiento específicas para niños prematuros.

Otras áreas de estudio son las de nutrición temprana y prevención de obesidad, compuestos bioactivos y seguridad alimentaria, procesado tecnológico y vida comercial del producto.



“Nuestro objetivo, como miembros del Instituto Hero de Nutrición Infantil, es guiar a las compañías del Grupo Hero en el desarrollo de los mejores alimentos infantiles, aplicando los más recientes avances científicos en el campo de la Nutrición Infantil. ”

*Fernando Romero
Jefe Científico*

El objetivo último del Instituto Hero de Nutrición Infantil es diseñar los mejores alimentos infantiles, para que contribuyan a un desarrollo y crecimiento adecuado del niño, que le permitan convertirse en un adulto sano el día de mañana.

El Instituto Hero de Nutrición Infantil cuenta con un Comité Científico, constituido por miembros de Investigación y Desarrollo y Medical Marketing, los cuales supervisan el desarrollo de los proyectos del Grupo Hero y validan los aspectos nutricionales y científicos que hay tras los proyectos de innovación. Además, son asesorados por el Comité Científico Asesor de Hero, formado por expertos independientes en nutrición infantil de reconocido prestigio internacional.

Apoyo continuo a profesionales de la salud

Uno de los principales objetivos de Hero es compartir su conocimiento y experiencia con los profesionales de la salud, que dedican su vida al cuidado de la salud de los niños.

Es por ello que, desde Hero, se ofrece formación y apoyo a profesionales con herramientas útiles, como curvas de crecimiento, enlaces de interés y videos de formación online, en donde los expertos aportan información útil sobre nutrición pediátrica.

Como experiencia concreta, cabe destacar la implicación de Hero en la formación de personal de enfermería interno residente en Pediatría, la celebración del primer Encuentro Nacional de Enfermeros de Pediatría y las XI Jornadas de Formación para Pediatras.

Más información: <https://hero-nutrition-institute.com/es>





cómo trabajamos

3.1. Con una gestión económica sostenible

Hero España aboga por una gestión económica sostenible y en línea con los principios de transparencia, ética y buen gobierno que rigen los compromisos de la compañía, yendo más allá del cumplimiento de las normativas que le son de aplicación.

Tal y como lo demuestra su adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas, Hero España está comprometida en la lucha contra la corrupción y desarrolla

a través de su pertenencia a esta organización un trabajo activo a favor del Principio 10 que anima a las empresas a "trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno".

Para regular internamente e incentivar comportamientos éticos, Hero España dispone de un Código Ético y de Conducta dirigido a todos sus empleados y socios comerciales.

Para velar por su correcto seguimiento y cumplimiento, Hero cuenta con un Comité de Ética y Conducta integrado por:

- Dirección General (miembro permanente)
- Dirección de Recursos Humanos (miembro permanente)
- Responsable del Cumplimiento Penal
- Dos Directores de Área (renovación temporal)
- Un Jefe de Departamento (renovación temporal)

Este organismo es el encargado, además, de atender las sugerencias del personal, de resolver los conflictos relacionados con la aplicación del código y de resolver los incumplimientos que se detecten.

Dispone de una vía de comunicación, el Canal Denuncia, a través del cual toda la plantilla, proveedores/as y empresas colaboradoras, pueden hacer sus consultas, denuncias o sugerencias de forma confidencial.

Entre otros asuntos relativos al buen gobierno, el Código regula expresamente asuntos como la recepción de obsequio o el cumplimiento de las leyes de blanqueo de capitales.

Acceso al Código: <https://empresa.hero.es/content/responsabilidad-social>

Hero España es fiel a un doble compromiso con la rentabilidad del negocio y con la Sostenibilidad del mismo, consciente de que la apuesta por la Responsabilidad Social es una garantía de competitividad y de éxito.

3.2. Con responsabilidad sobre el producto

La satisfacción de los consumidores es esencial para Hero España. Por ello, la compañía centra todos sus esfuerzos en ofrecer productos de calidad, con la máxima información y transparencia sobre todo su proceso de fabricación y con una atención próxima y efectiva al cliente, en línea con las mejores prácticas de Responsabilidad Social.

Compromiso constante con la calidad

Hero España aplica un Sistema de Calidad Integral que afecta al diseño, desarrollo y fabricación de todos sus productos. El compromiso nutricional de Hero España se enmarca dentro del programa internacional del Grupo Hero "Nutrición Hoy, Salud Mañana".

La compañía realiza un exhaustivo control de las materias primas en origen y controla de forma estricta los procesos de fabricación hasta la finalización del producto y su entrega al cliente. Pero la labor de Hero España no acaba con la compra. La compañía está ampliamente disponible para atender todos los requerimientos que surjan en la postventa y trabaja de la mano con todos sus grupos de interés para mejorar de forma continua su labor.

Los productos Hero son sinónimo de salud. La compañía escoge lo mejor de la naturaleza para obtener productos saludables. Con este fin, ha reducido el uso de aditivos al mínimo así como el contenido de azúcar. A modo de ejemplo, en los últimos 10 años la cantidad de azúcar de las mermeladas se ha reducido en más de un 10%. Hero, además, ha invertido en el desarrollo de productos sin gluten, sin lactosa o bajos en calorías para personas con necesidades nutricionales especiales.



Hero es sinónimo de calidad y seguridad. Todos los productos de la compañía cumplen los más altos estándares en todo su ciclo de vida, desde la elección de la materia prima, a los procesos de fabricación, envasado y presentación al cliente.

El cuidado de la materia prima es especialmente importante en el caso de los alimentos para bebés. Hero apoya la recomendación de la Organización Mundial de la Salud de mantener la lactancia exclusiva durante los primeros seis meses de vida del bebé y ofrece una amplia gama de productos alimenticios complementarios totalmente seguros y nutricionalmente adecuados para a partir de esta edad o aquellos casos en los que la lactancia no sea posible.

Las leches infantiles están basadas en fórmulas lo más cercanas posibles a la leche materna. Los tarritos, zumos y otros productos están realizados con materias primas naturales y concebidos para que los niños y niñas puedan explorar al máximo los diferentes sabores, colores y texturas, de gran importancia en los dos primeros años de vida cuando se adquieren los hábitos alimenticios.

Asimismo, las plantas de producción de Hero España son ejemplares en el procesamiento de alimentos siguiendo los más rigurosos controles de seguridad y aplicando óptimas pautas de producción que evitan la contaminación por pesticidas, metales pesados, hormonas o antibióticos. Los expertos en innovación y calidad de Hero España controlan en todo momento y minimizan los posibles riesgos y están especialmente preparados para hacer frente a cualquier incidencia que pudiera surgir.

El compromiso de Hero España con la calidad y seguridad de sus productos va más allá del cumplimiento de la más estricta normativa interna y externa en la materia. La compañía cumple voluntariamente los más elevados estándares nacionales e internacionales como las normas FSSC 22000, BRC, IFS e ISO 9001. Asimismo, también controla el sometimiento de sus proveedores a estas normas y estándares a través de la plataforma SEDEX, donde reportan el 89% de nuestros proveedores.



“Hero España, desde su nacimiento en 1922, ha sido una empresa comprometida con la Calidad. Este compromiso se ha traducido, día a día y durante todos estos años, en la implantación de un Sistema de Calidad que asegura que todos sus productos cumplen con los más estrictos criterios de calidad y seguridad”

*Manuel Ángel Palazón
Jefe de Calidad*

Transparencia hacia el consumidor

Hero España aboga por una total transparencia tanto en el ejercicio de la actividad, como en el etiquetado y en la información proporcionada.

Todas las etiquetas incluyen la denominación del producto, ingredientes y su cantidad, así como las condiciones especiales de conservación y utilización, modo de empleo, identificación e información de la empresa, entre otras consideraciones legales.

Comunicación respetuosa

La compañía se esfuerza por llevar a cabo un tratamiento óptimo de las bases de datos de consumidores. Existe un manual específico para el tratamiento de los mismos adecuado a cada puesto de trabajo y obligatorio para toda la plantilla. Durante 2015, no se ha registrado ninguna queja relativa a la vulneración de la protección de datos.

En lo relativo a las comunicaciones de marketing y publicidad, el Código de ética y Conducta de Hero España cuenta con un apartado específico para regularlas. En él se establece que estas acciones de promoción deben ser legales, decentes, honestas, verdaderas y conforme a los principios de competencia justa y de buena práctica de negocios, además de estar preparadas con un debido sentido de Responsabilidad Social y basadas en principios de honradez y buena fe. También se especifica que las comunicaciones deben ser claras, accesibles, fidedignas y respetuosas con la diversidad. Hero España comparte estas directrices con las consultorías de publicidad y otros proveedores para asegurarse que se cumplen en toda la cadena de valor.



3.3. Promoviendo un trabajo digno

Una plantilla diversa y equitativa

Hero España cuenta con una plantilla media en 2015 de 788 empleados, de los cuales un 49% son mujeres y un 97% tienen contrato indefinido.

El fomento de la estabilidad en el trabajo y el respeto por la igualdad y la diversidad son máximas de la compañía, tal y como lo demuestra la composición del equipo de Hero España. Estos aspectos, además de otros muchos relacionados con la integridad y Responsabilidad Social, están recogidos de forma expresa en el Código Ético y de Conducta de la compañía.

Plantilla	2013		2014		2015	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Género	51%	49%	51%	49%	51%	49%
Tipo de Contrato	Indefinido	Temporal	Indefinido	Temporal	Indefinido	Temporal
	94%	6%	98%	2%	97%	3%

Apuesta por el desarrollo profesional

Hero España apuesta por el desarrollo profesional de sus empleados facilitándoles la oportunidad de formarse en diferentes materias que contribuyan a un mejor desempeño de su puesto de trabajo.

La compañía ofrece a su equipo la posibilidad de desarrollar una carrera profesional enriquecedora. Para ello, dispone de un sistema de dirección por objetivos, y de gestión del rendimiento y evaluación del desempeño que valora las competencias de sus empleados para proyectar los planes de carrera interna.

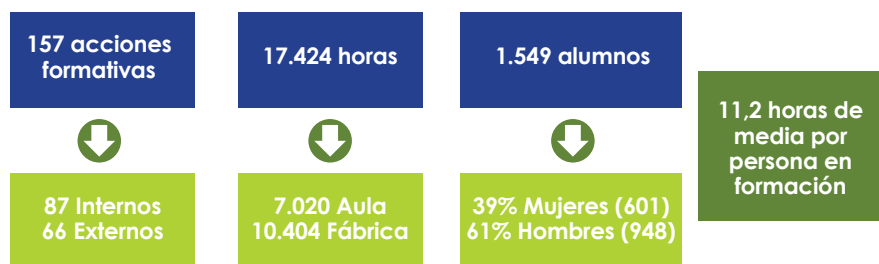


"Hero España ofrece un entorno de trabajo estable y respetuoso con las diferencias y necesidades personales, para que todos los que formamos parte de la compañía podamos dar lo mejor de nosotros mismos."

*María Sánchez Poveda:
Presidenta del Comité de
Empresa*

Todos los empleados reciben evaluaciones del desempeño llevadas a cabo por más de un evaluador.

Formación y Desarrollo - 2015



Fomento de la conciliación y del compromiso

Hero España favorece la conciliación laboral y personal de sus trabajadores con políticas que les permiten, por ejemplo, flexibilidad a la hora de entrada y salida al trabajo en el caso de la plantilla de administración, la gestión flexible del tiempo de trabajo en el ámbito de la producción o la posibilidad de teletrabajar.

La posibilidad de organizar de manera flexible el tiempo de trabajo es una de las medidas que Hero España pone a disposición de sus trabajadores para favorecer su conciliación laboral y personal.



Además de ofrecer un salario digno, la compañía otorga los siguientes beneficios sociales a su plantilla:

- Programa de compensación flexible
- Ayudas con libros escolares
- Becas de estudios a huérfanos Hero
- Ayudas económicas para hijos/as con habilidades especiales
- Canastilla de nacimiento
- Subvención del comedor de empresa
- Entrega de lanzamientos de productos
- Servicio Médico
- Celebración del 25º y 40º aniversario en la empresa
- Proyecto 'Empresa Saludable'
- Gimnasio interno con actividades con monitor
- Servicio de fisioterapia

Asimismo, Hero España organiza durante el año distintos eventos corporativos en los que se involucra a empleados y sus familias con el objetivo de fomentar el sentimiento de pertenencia a la empresa y de generar un ambiente de confraternidad. Entre estos encuentros, destaca la celebración del Family Day, de citas deportivas y relacionadas con la salud, del Día del Padre y de la Madre y distintas actividades de voluntariado social y ambiental.



Salud y bienestar del equipo

La salud y seguridad en el puesto de trabajo son dos aspectos ineludibles y fundamentales para Hero España. La compañía cuenta con un servicio de prevención que se encarga de las acciones específicas en cuatro áreas: seguridad, higiene, ergonomía y psicología y medicina del trabajo.

El Servicio Médico junto con el Servicio de Prevención y Salud Laboral impulsan el proyecto Empresa Saludable, que engloba todos los aspectos que tienen que ver con el Bienestar Físico, Confort Ambiental, Bienestar Social y Bienestar Mental. El objetivo es que los trabajadores estén más sanos, motivados y satisfechos.

Algunas de las acciones que se llevan a cabo son:

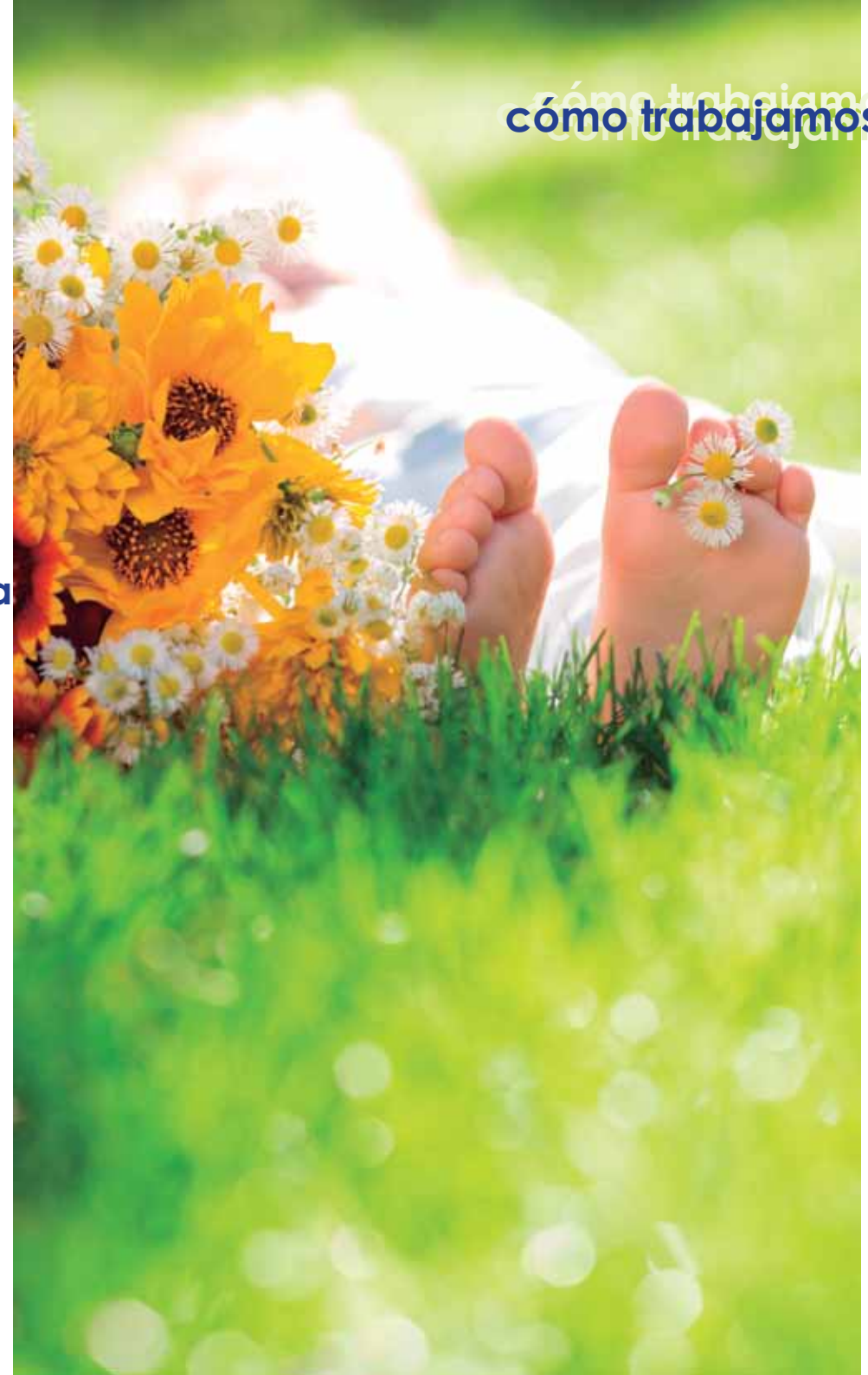
Campañas informativas

- Detección Síndrome Ovario Poliquístico
- Alimentación Saludable
- Alergias e intolerancias
- Alergia Primavera
- Seguridad Vial
- Prevención del Calor
- Prevención Cáncer de Mama
- Prevención Cáncer de Piel-Melanoma
- Prevención Cáncer de Colon
- Tensión Arterial y Glucemia
- Escuela de Espalda para personas que usan PVD
- Prevención de la Gripe
- Prevención Podológica
- Prevención de la obesidad

Intervenciones en fábrica

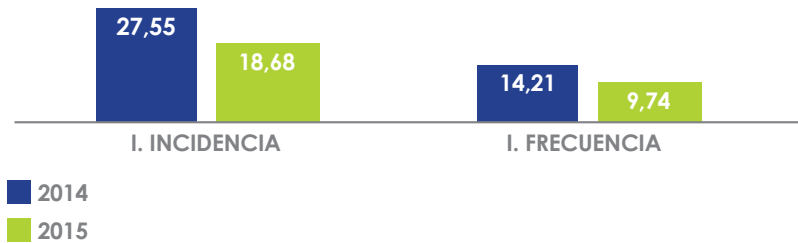
- Control HTA y DM
- Prevención Cáncer
- Escuela de Espalda
- Reconocimientos gratuitos
- Promoción de fruta en comedores
- Eliminación de grasas y fritos de los platos del menú del comedor
- Donación de Sangre
- 'Conoce tu entorno', visitas guiadas a fábrica
- Formación Primeros Auxilios y uso del desfibrilador
- Información en el portal del emplead@ MiHero
- Comunicaciones Deportivas
- Promotores deportivos-Promoción de rutas de senderismo y running urbano

Otras acciones

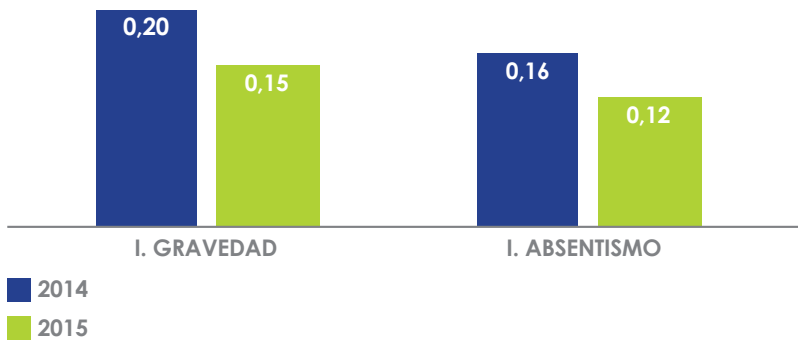


En 2015, han descendido los índices de incidencia (-32%), frecuencia (-31%), gravedad (-25%) y de absentismo (-25%), lo que demuestra la eficacia del programa de Empresa Saludable.

ANUAL ENERO-DICIEMBRE-2015 ÍNDICES DE INCIDENCIA Y FRECUENCIA



ANUAL ENERO-DICIEMBRE 2014-2015 ÍNDICES DE GRAVEDAD Y ABSENTISMO



Un entorno dialogante

Para Hero es esencial que todo el equipo vaya a una. La compañía dispone de un amplio abanico de vías de comunicación y diálogo mediante las que hace partícipes a todos y cada uno de los miembros de la plantilla de los avances y logros de la empresa, y les invita a participar en la toma de decisiones.

Una de estas herramientas es la creación de grupos de mejora en distintas áreas, para recoger sugerencias, o el denominado Buzón de Ideas, un canal directo con los empleados para cualquier iniciativa o inquietud.

Los trabajadores tienen a su disposición, además, un Portal del Empleado Mi Hero, con información corporativa y práctica sobre la empresa y su puesto de trabajo al alcance, donde se encuentra un contacto directo con recursos humanos para resolver dudas o peticiones laborales.

También es destacable la existencia de los siguientes comités transversales, donde se abordan temas específicos con la participación de representantes de toda la compañía y un vínculo directo con Dirección General:

- Comité de Seguridad y Salud
- Comité de Igualdad
- Grupo de Trabajo de Sostenibilidad
- Comité de Eficiencia Energética
- Grupo de Trabajo de Medio Ambiente

Otros canales de comunicación interna son:

- Encuestas de satisfacción
- Newsletter interna de medio ambiente y eficiencia energética
- Hero International Talents
- Tablones de anuncio y pantallas corporativas
- Revista corporativa

Eventos como la comida de Navidad para jubilados o la fiesta anual de empresa son encuentros que favorecen también el diálogo entre la compañía y su equipo.



Hero cuenta desde 1981 con un Convenio Colectivo propio que afecta al 100% de sus empleados.

Un equipo comprometido

Involucrar a todos y cada uno de sus empleados en el compromiso con la Responsabilidad Social que ha adquirido la compañía a nivel corporativo es vital para Hero España.

Para contribuir a esta tarea, se ha creado la figura e imagen de marca E-roh, un robot virtual que actúa como consejero para la plantilla en materia de seguridad, prevención, comunicación, vida saludable y eficiencia energética y ambiental.

El voluntariado corporativo es otra de las herramientas que emplea Hero España para fomentar valores sociales y solidarios entre su equipo. Desde hace varios años, se lleva a cabo la iniciativa Céntimo Solidario, mediante la que cada miembro de la plantilla decide si quiere redondear el importe de su nómina y destinar los céntimos de euro a una entidad social.

En 2015 se recaudaron 2.684 euros que se destinaron a cuatro proyectos de UNESCO Murcia, Asociación Crecemos Lactando, Orfanato Hijas de la Caridad de Murcia y a la Asociación de Familiares de Niños con Cáncer de la Región de Murcia.



3.4. Respetando el medio ambiente

El respeto del medio ambiente es primordial para Hero España. Toda su actividad se realiza teniendo en cuenta la minimización de su impacto en el entorno y llevando a cabo las mejores prácticas de eficiencia y de optimización en el consumo de recursos y gestión de residuos.

Hero España cuenta con una Política Ambiental y un Sistema de Gestión Medioambiental basado en un proceso dinámico que sigue el ciclo de “planificar, poner en práctica, comprobar y revisar”. Está diseñado de acuerdo a los requisitos de la norma internacional UNE-EN -ISO 14001 y certificado por AENOR e inscrito en el Registro EMAS con el nº ES-MU-000002.

El Sistema de Gestión Ambiental está integrado con el Sistema de Calidad y el Sistema de Seguridad Alimentaria.

Consumo de recursos materiales

Minimizar el impacto ambiental de los envases y embalajes es esencial en la industria alimentaria. Prácticamente todos los productos se lanzan en ellos al mercado y su consumo genera una serie de impactos ambientales, tanto en el proceso de fabricación y distribución como en su gestión final, una vez consumido el alimento. Estos impactos se derivan del consumo de materias primas, combustibles y energía en procesos y transporte; consumo de agua; generación de residuos; vertidos y emisiones atmosféricas, entre otros.

Para minimizar estos impactos, Hero España trabaja desde 1995 en medidas de ecodiseño enfocadas en la reducción de los envases y embalajes de los productos que comercializa, fomentando políticas de aligeramiento de los mismos, a través del rediseño de envases, reducción de galgas y espesores o eliminación de envases superfluos, y buscando alternativas



más sostenibles, como es el uso de material reciclado y/o reciclable, mejoras tecnológicas en los equipos de empaquetado o reducción de transportes a través de una mejor optimización del paletizado. En total Hero España ha implantado más de 200 medidas, en las que han intervenido los departamentos de Compras, Logística, Mantenimiento, Calidad, Producción y Marketing, con las que ha conseguido ahorrar cerca de 3.000 toneladas de envases y embalajes (cartón, vidrio, plástico, metal) y usar un 90% de cartón reciclado en sus embalajes.

Algunos ejemplos de reducción de envases son los siguientes:

Antes



Después



Eficientes energéticamente

La eficiencia energética es una de las prioridades ambientales de Hero España. En 2015, la compañía ha reducido tanto su consumo de energía procedente de electricidad, como de gas natural, manteniendo el ratio por tonelada fabricada.

Para conseguir estas reducciones, Hero España ha trabajado intensamente desde el departamento de Medio Ambiente y, especialmente, desde el Equipo de Eficiencia Energética, una unidad multidisciplinar, integrada por los promotores de eficiencia energética cuya función principal es promover la optimización de recursos y proponer ideas de mejora. De manera concreta, tienen las siguientes tareas:

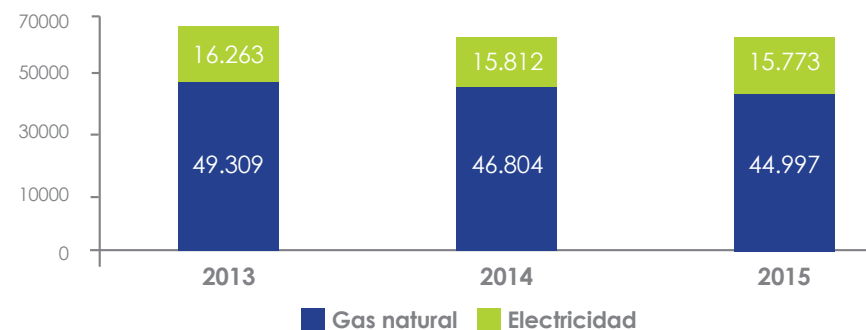
- Supervisar el correcto uso y eficiencia de los diferentes recursos energéticos en los procesos de las plantas y entorno.
- Detectar y proponer posibles modificaciones dirigidas a conseguir un uso más racional de la energía, reducir su consumo sin reducir la productividad, calidad ni objetivos.
- Facilitar información técnica relativa a procesos, equipos y hábitos de funcionamiento.
- Participar en la implantación de las medidas correctoras.
- Mejora de la eficiencia del consumo de recursos energéticos (energía eléctrica, gas natural y agua).
- Obtener un ahorro económico por la reducción del coste energético
- Obtener una disminución de emisiones de CO₂.
- Involucrar y concienciar al resto de la plantilla en la importancia de un uso correcto de la energía, gas y agua.

El Equipo de Eficiencia Energética se ha ampliado recientemente con 15 nuevos miembros, en su mayoría mujeres conforme al Plan de Acción de Igualdad.

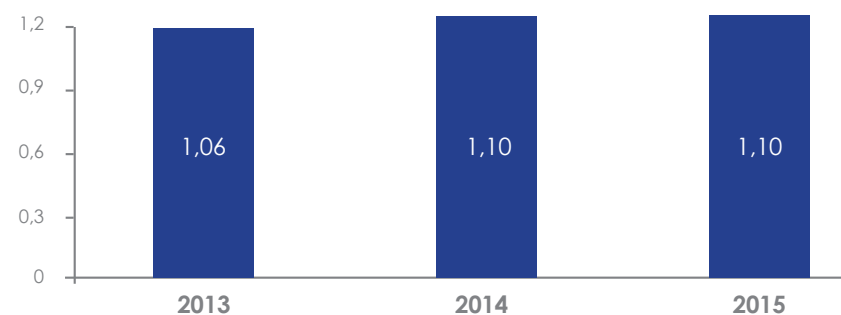
En total se han presentado más de 120 propuestas de mejora, que han sido revisadas por el departamento técnico para seleccionar las susceptibles de ser implementadas.

Todas estas sugerencias representan un potencial de ahorro anual de 1.090.000Kwh y 120.000 euros, así como una reducción de CO₂ de 272.727 kg.

ENERGÍA CONSUMIDA (Mwh)



Mwh ENERGÍA CONSUMIDA / † FABRICADAS



EXPERIENCIAS DE ÉXITO LLEVADAS A CABO

La extracción de rodillos

Tras un estudio pormenorizado de los consumos de la planta de cereales se identificó que es en las campanas extractoras donde se produce la mayor de las demandas eléctricas. Para optimizar su funcionamiento, se hizo un ejercicio de reingeniería, calculando desde el origen cuales eran los caudales que era necesario extraer. Así, se detectó que los volúmenes necesarios variaban sustancialmente según la receta que se estaba elaborando, puesto que el régimen de giro del rodillo se modificaba.

Por ello, se optó por la instalación de un variador de frecuencia en cada extractor, que permite variar el régimen de giro del ventilador y por tanto el caudal extraído, adaptándose a diferentes requerimientos de extracción. Este ajuste permite bajar los caudales y por tanto, la potencia necesaria para mover los extractores. Se obtienen con la actuación ahorros de 50.925Kwh/año, unos 5.500 euros, con una inversión de 4.500 euros.

Rediseño de la planta de ósmosis

Gran parte del agua que utiliza Hero España se trata en una planta de ósmosis para mejorar su calidad. Durante el proceso, unas potentes bombas aumentan la presión forzando al agua a permear a través de unas membranas. Para aumentar la eficiencia, se modificó de forma inteligente el circuito que seguía la entrada de agua. Además, se redujo la potencia necesaria para las bombas, sin merma de los caudales y condiciones iniciales y se sincronizó con el sistema informático la demanda de la planta con el arranque y parada de la bomba reduciendo tiempos de funcionamiento en vacío. Con estas mejoras, se han ahorrado 71.073Kwh/año y 7.676 euros, con una inversión mínima de tan solo 216 euros.

Programa de sustitución de alumbrado convencional por leds

Se ha realizado la sustitución del sistema de alumbrado actual (tubos fluorescentes) por la nueva tecnología de iluminación leds.

En una primera fase se ha actuado en áreas de administración, vestuarios y diferentes secciones de producción y de expediciones de producto.

Los resultados obtenidos hasta ahora son: Ahorro total de 495.856 Kwh y de 55.111 € al año. Esto ha supuesto una inversión de 151.600 € y una reducción de 163.635 Kg de CO₂.



cómo trabajamos
cómo trabajamos

Con estas tres actuaciones de eficiencia energética, Hero España ha evitado la emisión de 203.895 Kg de CO₂ anuales.



Lucha contra el cambio climático

El día 15 de diciembre de 2015 se realizó la 4ª edición de la actividad denominada 'Mi empresa ha plantado un bosque' en el Parque Natural de Sierra Espuña. La actividad estuvo coordinada por la Consejería de Agua, Agricultura y Medio Ambiente de la Región de Murcia y la Dirección del Parque Natural de Sierra Espuña y la Guardia Forestal.

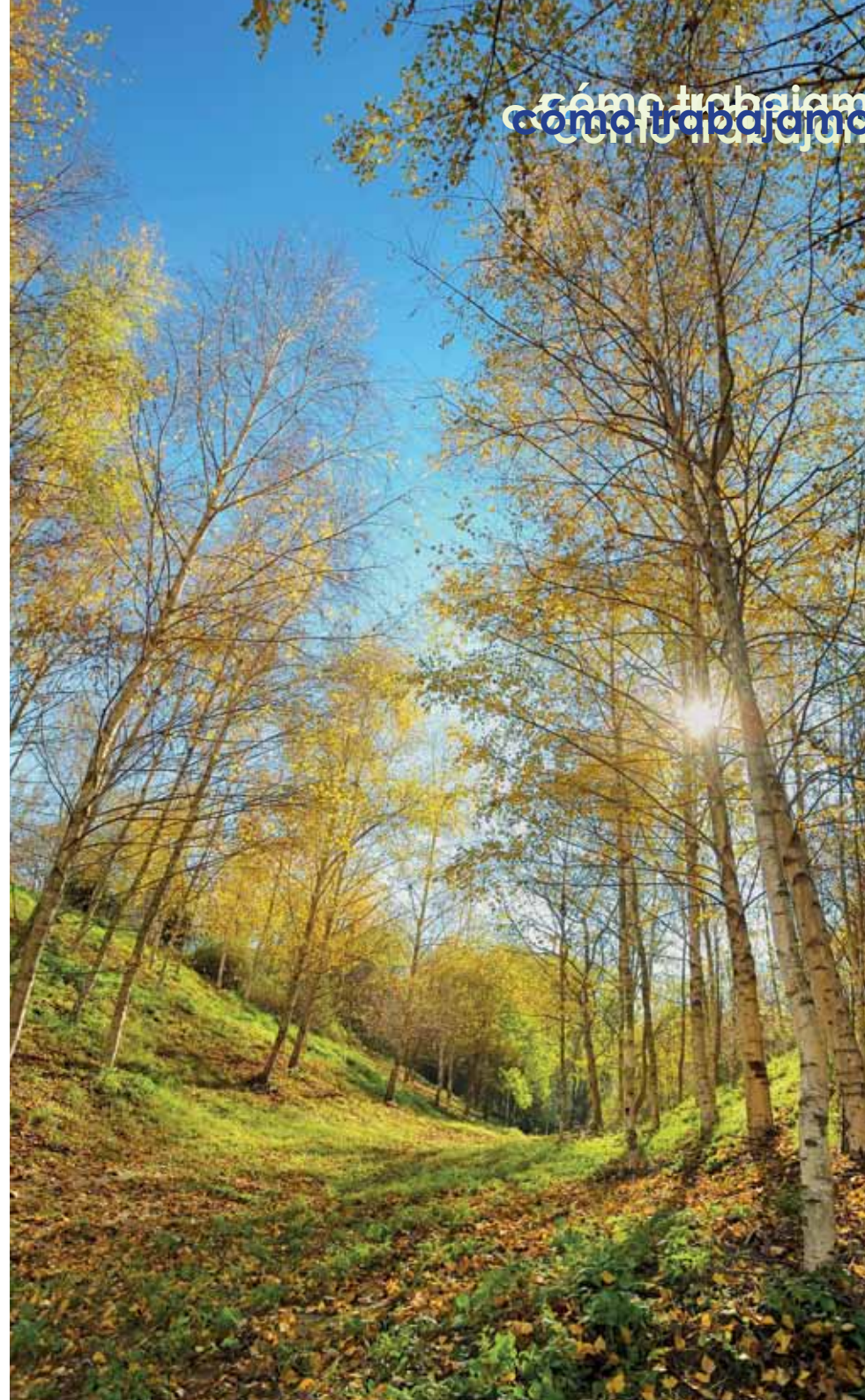
En este último año, se seleccionó una zona afectada especialmente por la plaga del 'barrenillo del pino', un coleóptero (*Tomicus*) que se alimenta de la madera de los pinos y que cuando coincide con una situación de sequía y consiguiente debilidad del arbolado, llega a convertirse en plaga devastando amplias zonas. Precisamente por ello las especies elegidas para realizar la acción de reforestación fueron diferentes al pino - encinas, acebuches, lentiscos, juníperos y algarrobos-, con el objetivo de fomentar la diversidad del bosque y hacerlo así más resistente a las plagas.

En total, se plantaron unos 800 árboles, repartidos de forma proporcional entre las diferentes especies.

La actividad fue llevada a cabo por 60 voluntarios de la empresa que pertenecen al grupo 'Promotores de eficiencia energética' un equipo de trabajo que compagina sus tareas habituales con un especial cuidado en el uso de las energías y la búsqueda de oportunidades de reducción y eficiencia. También participaron miembros del comité de Responsabilidad Social Corporativa.

Además de la plantación se instaló un protector ecológico individual a cada nueva planta pensado para proteger y abrigar al plantón durante los primeros años de vida.

La iniciativa ha sido reconocida por la Administración ambiental competente, emitiendo un certificado de compensación de emisiones de CO₂.

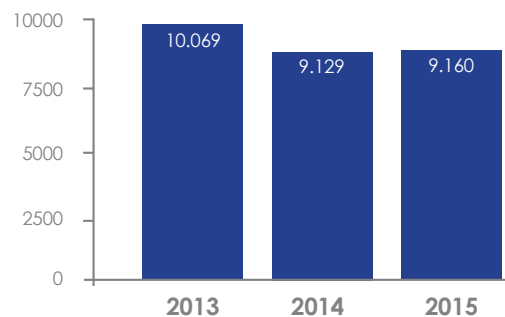


Acciones como ésta o las implantadas para conseguir una mayor eficiencia energética han permitido reducir la cantidad de toneladas de CO₂ emitidas por tonelada fabricada en 2015. La emisiones de toneladas de CO₂ por tonelada fabricada se han reducido en los últimos tres años en un 5,8%. En cuanto al resto de sustancias nocivas para el medio ambiente como NO_x, PM10, CO y SO₂ también se ha reducido su emisión en 2015.

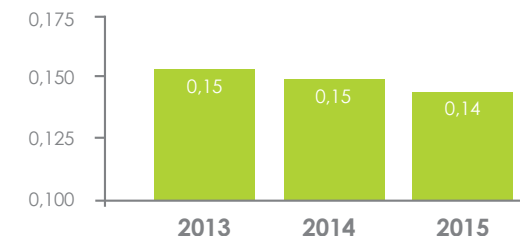
Las emisiones atmosféricas de Hero España provienen de la combustión de gas natural en las calderas industriales y en la cocina del comedor para trabajadores.



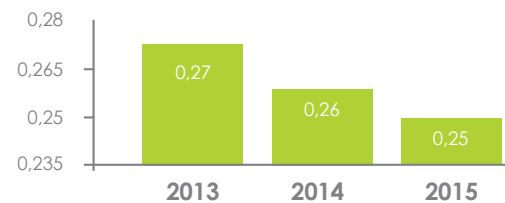
† CO₂ eq EMITIDAS



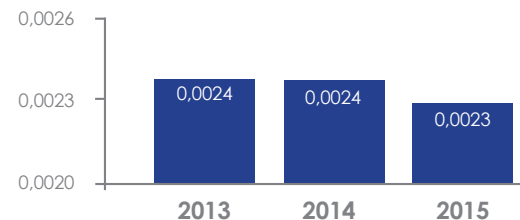
† CO₂ / † FABRICADA



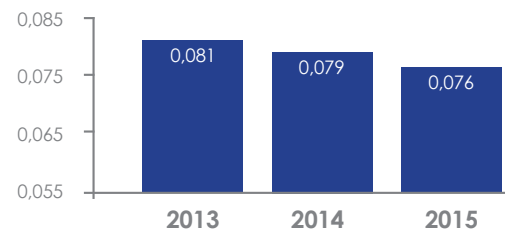
kg NO_x / † FABRICADA



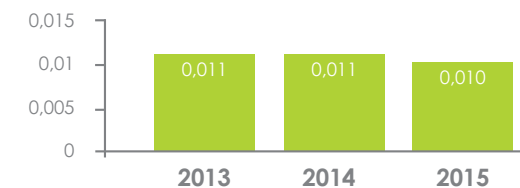
kg PM10 / † FABRICADA



kg CO₂ / † FABRICADA



kg SO₂ / † FABRICADA



Gestión de residuos

Los principales residuos no peligrosos que genera Hero España en su actividad industrial son los siguientes: residuos domésticos (asimilables a urbanos), plástico, cartón/papel, vidrio, chatarra, madera, aceite vegetal usado y lodos de la EDARI (Estación Depuradora de Aguas Residuales Industriales).

Las políticas llevadas a cabo para la optimización de las mermas, de los embalajes de la materia prima consumida y de los envases de los productos han permitido aumentar considerablemente el total de kg de residuos no peligrosos valorizados, que suponen de 60,5% del total.

La actividad principal de Hero España no implica la generación intensiva de residuos peligrosos, que se limitan a los asociados a operaciones auxiliares como la limpieza, mantenimiento y el laboratorio. Todos los residuos se separan y se entregan a los gestores autorizados.

En 2015, se ha reducido considerablemente la generación de este tipo de residuos, después de un incremento puntual en 2014 debido a que fue un año en el que coincidieron la generación de baterías usadas y la sustitución del aceite mineral usado de la caldera de la planta de cereales.

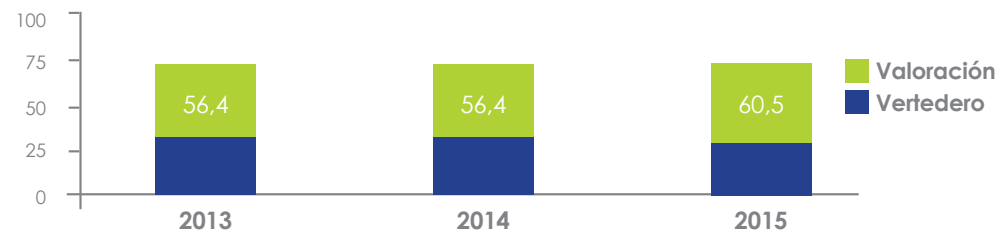
En los últimos años, Hero España ha trabajado para la reducción del material empleado en el *packaging* de sus productos, como el papel del etiquetado de los tarritos o el acero de las tapas de confituras y zumos.

Vertidos líquidos

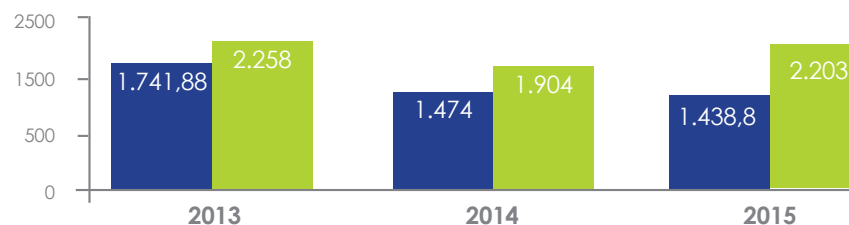
Como consecuencia de las diferentes actividades que se desarrollan en las instalaciones, en Hero España se generan las siguientes aguas residuales que se clasifican en:

- Aguas de procesos productivos y auxiliares: son aguas residuales generadas como consecuencia del proceso productivo (limpieza y lavado de equipos, purgas de las calderas, etc.).
- Aguas sanitarias: son aguas asimilables a urbanas generadas en los diferentes servicios de la planta. Son vertidas directamente al colector municipal.

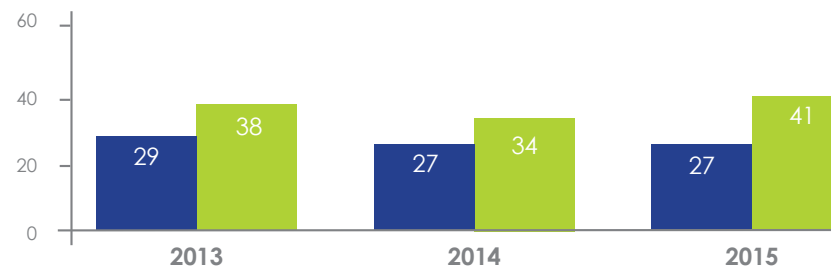
% RESIDUOS NO PELIGROSOS



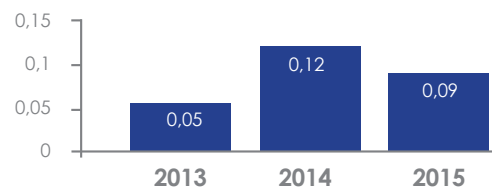
Tm RESIDUOS NO PELIGROSOS



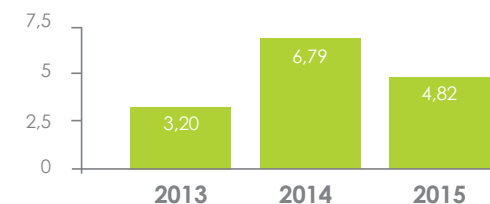
Kg RESIDUOS NO PELIGROSOS / Tm FABRICADA



kg RP,s GENERADOS / t FABRICADA



t RP,s GENERADOS



- Aguas pluviales: son aguas de lluvia recogidas en los sumideros instalados en la planta y son vertidas a acequias cercanas.

Las aguas de proceso son conducidas hasta una Estación Depuradora de Aguas Residuales (EDARI), consistente en un tratamiento previo (desbaste de gruesos), tratamiento físicoquímico (tratamiento primario) y tratamiento biológico anaerobio de lecho fluido (tratamiento secundario). Una vez depuradas, las aguas residuales son vertidas a la red de alcantarillado municipal y los lodos son gestionados por un gestor autorizado.

Los parámetros de DQO (demanda química de oxígeno) y DBO5 (demanda biológica de oxígeno) del vertido de las aguas residuales, están muy por debajo de los valores legales establecidos.

Consumo de agua

El agua que se consume en Hero España proviene de la red pública de suministro y de fuentes de agua subterránea. Su consumo se ha reducido en los últimos años, debido a las medidas de ecoeficiencia emprendidas y a la sensibilización de la plantilla, consiguiendo en los últimos años un descenso de 0,4 m₃ por tonelada de producto fabricado.

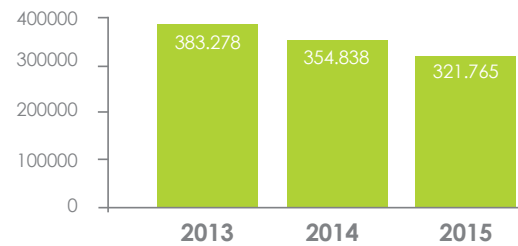
Bee Careful

El número de abejas en el mundo está disminuyendo de forma apresurada, sin ser conscientes de que su desaparición provocaría una tremenda pérdida de diversidad y calidad de frutas y verduras. Gran parte de la producción mundial de alimentos depende de la polinización de las abejas, un proceso natural que permite que se fecunden las flores y den así frutos y semillas. Su presencia es vital para los cultivos.

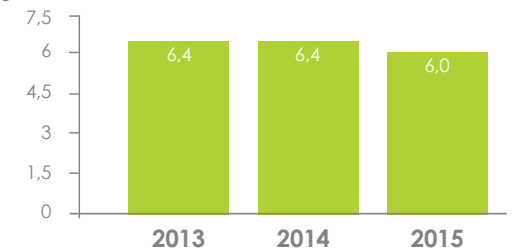
Hero España se suma a la iniciativa Bee careful en 2015, puesta en marcha desde el Grupo Hero, para lo que se compromete a aplicar medidas específicas que promuevan la salud de las abejas y la diversidad de las frutas. Gracias a Bee Careful, el Grupo Hero, junto con todas sus filiales, tiene el firme objetivo de ofrecer productos a los consumidores conservando al máximo todo lo bueno de la naturaleza, en este caso, a través de la concienciación sobre la importancia de las abejas en todo el proceso natural.



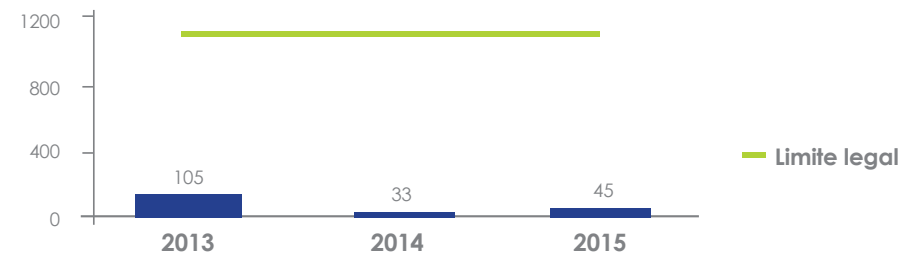
m₃ AGUA CONSUMIDA



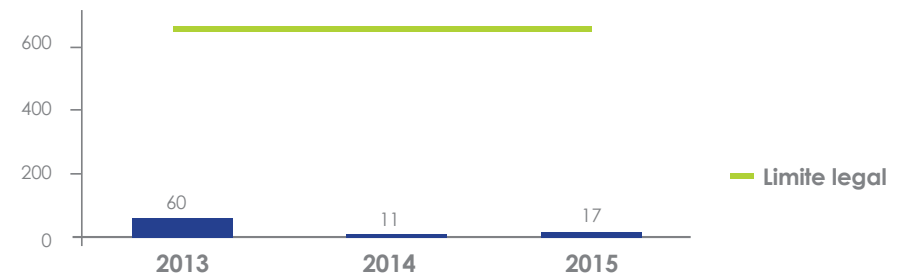
m₃ AGUA CONSUMIDA / t fabricada



DQO (mg/l)



DBO5 (mg/l)



Cabe destacar que Bee Careful se basa en tres líneas principales de actuación:

1. la investigación focalizada;
2. la comunicación del proyecto;
3. y el apoyo a los apicultores y agricultores.

Es una realidad que la existencia de las abejas es importante por su valiosa contribución al mantenimiento de la biodiversidad y a la producción natural de muchos vegetales, frutas y cultivos. En la actualidad, se estima que alrededor del 80 % de todos los cultivos del mundo dependen de la polinización por abejas. En los últimos años, en Europa y Estados Unidos las poblaciones de abejas han disminuido hasta un 30%; en Oriente Medio la cifra alcanza el 85%. El valor añadido de la economía mundial de las abejas se estima en unos 200 mil millones de dólares. En el caso de España, el sector apícola español denuncia que la mortandad de las abejas oscila entre el 20 y el 40%, lo que se traduce en una catástrofe ecológica y económica nacional e internacional.

Hero también se ve afectada directamente por este descenso de las colonias, ya que la empresa compra más de 65.000 toneladas de fruta al año y para ello son necesarios cerca de 86 mil millones de polinizaciones de abejas.

De esta forma, se llevarán a cabo acciones para fomentar el incremento de la población de abejas, a través de una campaña de biodiversidad; así como diferentes iniciativas para informar, colaborar y formar a sus proveedores agrícolas sobre la importancia de los antófilos.

Para lograr un impacto real en la salud de las abejas y la diversidad de frutas, Hero España se va a involucrar en todas las acciones que desde el Grupo Hero se están desarrollando en esta campaña, y pone en práctica otras acciones específicas a nivel nacional en España, y en la región de Murcia, donde está ubicada. Estos proyectos se comenzaron en 2015 y finalizarán en 2018.

1. El primero de ellos es “Manejo de márgenes florales en los cultivos de trigo para mejora de la biodiversidad de abejas”. Su finalidad es crear hábitat en áreas de monocultivo de cereales en la Comarca de Teruel, a través de plantación de márgenes con plantas antófilas (herbáceas y aromáticas), donde las abejas encuentren una alimentación más diversificada que incremente su población y las haga más fuerte ante posibles alteraciones del medio. Esta medida también ayudará a mejorar el ecosistema local, incrementando la biodiversidad y disminuyendo la pérdida de suelo en zonas marginales por el enraizamiento de las especies florales.

2. El segundo de los proyectos se basa en ofrecer la protección de cultivos comprometida con la mejora de la biodiversidad. Con ello se pretende asegurar la implementación de prácticas agronómicas que aseguren la salud de las abejas y otros polinizadores en el cultivo de frutas y hortalizas frescas.

3. Hero España dará apoyo a esta iniciativa a través de una campaña de anuncios en Facebook y Twitter y en diferentes medios afines a temáticas de Responsabilidad Social y de protección del medio ambiente. El sitio web Bee Careful ofrece a los interesados gran cantidad de información referente a las abejas. Los contenidos incluyen informes recientes y de fondo, entrevistas a expertos y artículos de invitados.

4. Concurso de fotografía para empleados/as de Hero Europa Sur (España, Italia y Portugal), con el objetivo de concienciar y crear cultura interna de la importancia del cuidado de las abejas para el negocio.

Sensibilización ambiental

Hero España sensibiliza a sus grupos de interés para que compartan el compromiso de la compañía con el respeto por el medio ambiente. Además, de las acciones de reforestación o de la conformación de los grupos de mejora, Hero España inició en 2014 el lanzamiento de una newsletter interna periódica donde se comunica el compromiso y los principales logros y acciones desarrolladas por la empresa en materia de medio ambiente. Campañas internas como ‘Piénsatelo’ también buscan este objetivo.

Con Bee Careful, Hero quiere proteger la salud de las abejas y la diversidad de frutos, consciente de que la variedad de frutas y verduras existente en el mundo no sería posible sin su incansable labor de polinización.

“Gracias a la contribución de Hero España, hemos logrado satisfacer las necesidades de nutrición de 100.000 niños y niñas de toda España”

*Fesbal
ONG colaboradora*



3.5. Comprometidos con la sociedad

Hero España tiene un fuerte compromiso con su entorno que manifiesta a través de iniciativas sociales, educativas, deportivas y culturales y de la colaboración con numerosas entidades especializadas en estos ámbitos.

En el ámbito social, Hero centra su actuación en el apoyo a los más desfavorecidos, especialmente niños y niñas y bebés. La compañía colabora en España con la Federación de Bancos de Alimentos y con los Bancos de Alimentos de la Región de Murcia y Molina de Segura, donde se encuentra su sede. Asimismo, apoya la labor de Cáritas, Fundación Bangassou, Cruz Roja y Farmamundi a través de donaciones.

En el ámbito educativo, Hero España colabora de forma permanente con universidades, escuelas de negocio y centros de investigación. Asimismo, patrocina la Cátedra de RSC de la Universidad de Murcia.

La compañía impulsa también actividades deportivas y culturales con el objetivo de estrechar lazos con el territorio.



Compartiendo lo bueno

- Voluntario corporativo
- Ayuda humanitaria
- Colaboraciones deportivas (+400)
- Colaboraciones institucionales (+150)
- Puntos solidarios internos
- Acuerdos de colaboración con instituciones públicas y privadas

Colaboraciones Nacionales + de 250 ONG

- FESBAL
- Provida
- Adevida
- Biberodromo
- Sociedad San Vicente de Paul



Colaboraciones regionales

- AECC - Murcia
- Desayunos Saludables (Colegios Molina de Segura)
- Asilo Hermanitas de los Pobres - Murcia
- Adoración Social Marginados - Alcantarilla
- Obras Social Maristas - Alcantarilla
- Fundación "O Belén" - Murcia
- Red Madre - Murcia
- Cruz Roja - Murcia
- Astrapace - Murcia



- Fundación Bangassou (Romper el ciclo del sida)
- Mensajeros de la Paz (Ayuda a Refugiados de Siria)
- Farmamundi

Colaboraciones internacionales



3.6. Respetando los derechos humanos

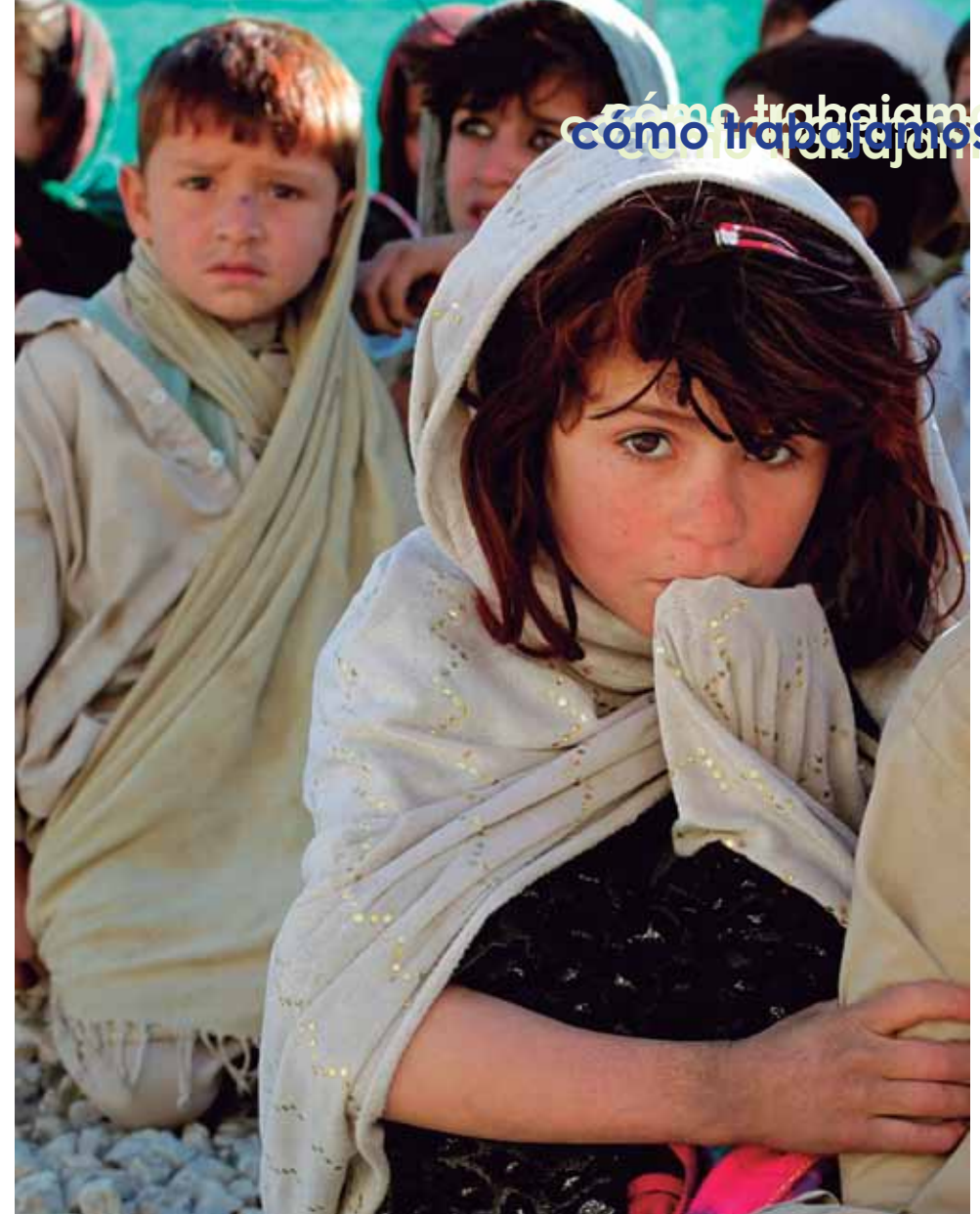
El respeto por los derechos humanos de Hero España se manifiesta a través de la adhesión de la compañía al Pacto Mundial de Naciones Unidas, entidad que en sus principios 1 y 2 aboga expresa literalmente que "las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia, así como asegurarse de que no son cómplices en su vulneración".

La compañía además rechaza en todas sus formas el trabajo forzoso e infantil, así como otras vulneraciones de los derechos más fundamentales, tal y como recoge su Código de Ética y Conducta.

Hero España hace extensivo este compromiso a todos sus proveedores a quienes, además de cumplir con la normativa vigente, exige que cumpla con Derechos Humanos entre otros criterios de Responsabilidad Social.

El 81% de los proveedores de Hero están adheridos a Sedex, una organización sin ánimo de lucro cuyo objetivo es posibilitar mejoras en las prácticas comerciales y éticas de las cadenas de suministro. Sedex ofrece un sistema en línea para recoger y analizar información sobre prácticas empresariales responsables en sus cadenas de suministro, así como una serie de herramientas para la generación de informes que permiten a Hero España mantener un seguimiento del rendimiento de sus proveedores, además de disponer de acceso a una herramienta de evaluación de riesgos.

Con su adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas, Hero España manifiesta expresamente su compromiso con el apoyo y protección de los derechos humanos fundamentales, filosofía que también comparte con sus proveedores.





“Hero España quiere compartir al 100% su filosofía de respeto por los derechos humanos con sus proveedores. De ahí que opte por socios comerciales que, además de ofrecer productos y servicios de la mayor calidad, muestren un compromiso con la sociedad y el entorno”

*Andrés Rodríguez
Director de Operaciones*



El Grupo Hero, además, se ha unido a la plataforma SAI (Sustainable Agriculture Initiative) que busca facilitar el intercambio de conocimiento y experiencias en torno a la agricultura sostenible a nivel internacional.

Siempre que es posible, la compañía adquiere productos certificados que aseguran una procedencia ética y respetuosa con los derechos humanos y el medio ambiente. Es el caso del aceite de palma o del papel, con sello FSC.

Asimismo, Hero España apuesta por los proveedores locales, no solo con el objetivo de reducir su huella logística sino porque cree que la cooperación local conduce a unas prácticas más sostenibles, tanto ambiental como socialmente.

Fruto de su voluntad de extender su filosofía a la cadena de valor, Hero se esfuerza por mantener relaciones comerciales estables con sus proveedores, por colaborar con ellos en aras de una mejora continua y por mejorar su conocimiento en materia de Responsabilidad Social.

anexos

Sobre la memoria

La presente memoria de Sostenibilidad abarca la actividad de Hero España durante el ejercicio 2015. Al tratarse del primer documento de estas características se aporta información histórica y contextual de otros años que puede ayudar a entender el contenido.

El documento se ha elaborado siguiendo los principios para determinar el contenido de la memoria que exige la guía G4 de GRI y que son: participación de los grupos de interés, contexto de sostenibilidad, materialidad y exhaustividad.

Asimismo, sigue los principios para determinar la calidad de la información como son el equilibrio, la comparabilidad, precisión, puntualidad, claridad y fiabilidad.

Para la determinación de los temas relevantes se han seguido los resultados del estudio de materialidad que se realizó junto a la Universidad de Murcia y cuyas principales conclusiones se recogen en el informe.



Índice GRI G4

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES		
Contenidos básicos generales	Número de página	Omisiones
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS		
G4-1	Entrevista con el presidente	
G4-2	Entrevista con el presidente Pág. 10-12	
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
G4-3	Hero España	
G4-4	Pág. 16-19	
G4-5	La sede principal está en Avda. Murcia, 1 Apto 8 Alcantarilla 30820 (Murcia)	
G4-6	España	
G4-7	Hero España S.A Pág. 10	
G4-8	Pág. 16-19	
G4-9	Pág. 23 y 27	
G4-10	Pág. 27 y 28	
G4-11	Pág. 32	
G4-12	Pág. 45 y 46	
G4-13	No ha habido ningún cambio significativo.	
G4-14	Pág. 10-12	
G4-15	Pág. 11	
G4-16	Pág. 11	

ASPECTOS MATERIALES IDENTIFICADOS Y COBERTURA		
G4-17	Anexos	
G4-18	Anexos	
G4-19	Anexos	
G4-20	Anexos	
G4-21	Anexos	
G4-22	Es la primera memoria que se edita.	
G4-23	Es la primera memoria que se edita.	
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
G4-24	Pág. 12-13	
G4-25	Pág. 12-13	
G4-26	Pág. 12-13	
G4-27	Pág. 12-13	
PERFIL DEL INFORME		
G4-28	2015	
G4-29	No ha habido una memoria anterior	
G4-30	Anual	
G4-31	info@hero.es	
G4-32	G4 Comprehensive	
G4-33	No se ha realizado verificación externa	
GOBIERNO CORPORATIVO		
G4-34	Pág. 10	
G4-35	Pág. 10	
G4-36	Pág. 10	
G4-37	Pág. 10	
G4-38	Pág. 10	

G4-39	El máximo responsable de la organización, el director general, tiene un cargo ejecutivo.	
G4-40	Los miembros del órgano superior de gobierno de la compañía y de sus Comités han sido elegidos por su desempeño profesional.	
G4-41	Pág. 22 y 23	
G4-42	Pág. 10	
G4-43	Pág. 10	
G4-44	Pág. 10	
G4-45	Pág. 10	
G4-46	Pág. 10	
G4-47	Anual	
G4-48	El Comité de Dirección	
G4-49	Pág. 10	
G4-50	No se han registrado incidencias importantes.	
G4-51	Los miembros del Comité de Dirección tienen un sueldo asignado en función de su desempeño profesional.	
G4-52	Todo el equipo de la organización tiene un salario asignado en función del desempeño profesional.	
G4-53	El procedimiento está estipulado en el Convenio Colectivo.	
ÉTICA E INTEGRIDAD		
G4-56	Pág.9; 22 y 23	
G4-57	Pág.9; 22 y 23	
G4-58	Pág.9; 22 y 23	

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS		
Indicadores	Número de página	Omisiones
CATEGORÍA: ECONOMÍA		
DESEMPEÑO ECONÓMICO		
G4-DMA	Pág. 22	
G4-EC1	Pág. 18-19	
G4-EC2	Como empresa que trabaja con materia prima procedente de la agricultura, las consecuencias del cambio climático sobre la actividad son importantes. Y se tienen en cuenta por la organización.	
PRESENCIA EN EL MERCADO		
G4-DMA	Pág. 6 y 8	
G4-EC5	Todo el equipo de España tiene un salario que está por encima del Salario Mínimo Interprofesional (SMI).	
G4-EC6	Todo el equipo directivo procede de España.	
IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS		
G4-DMA	Capítulo de RRHH y Proveedores/ Historia	
G4-EC7	Capítulo de RRHH y Proveedores/ Historia	
G4-EC8	Capítulo de RRHH y Proveedores/ Historia	
PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN		
G4-DMA	Pág. 45 y 46	
G4-EC9	Pág. 45 y 46	
CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE		
PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN		
G4-DMA	Pág. 33	
G4-EN1	Pág. 33-34	
G4-EN2	Pág. 33-34	

ENERGÍA	
G4-DMA	Pág. 33, 35
G4-EN3	Pág. 35-36
G4-EN4	Pág. 35-36
G4-EN5	Pág. 35-36
G4-EN6	Pág. 35-36
AGUA	
G4-DMA	Pág. 33
G4-EN8	Pág. 39-40
G4-EN9	Pág. 39-40
G4-EN10	Pág. 39-40
BIODIVERSIDAD	
G4-DMA	Pág. 33
G4-EN11	Las oficinas de Hero España se encuentran en zona urbana sin que resulte afectada ningún área con biodiversidad.
G4-EN12	Pág. 40-42
G4-EN13	Pág. 40-42
G4-EN14	Pág. 40-42
EMISIONES	
G4-DMA	Pág. 33
G4-EN15	Pág. 38
G4-EN16	Pág. 38
G4-EN17	Pág. 38
G4-EN18	Pág. 38
G4-EN19	Pág. 37-38
G4-EN20	Pág. 38
G4-EN21	Pág. 38

EFLUENTES Y VERTIDOS		
G4-DMA	Pág. 33	
G4-EN22	Pág. 39 y 40	
G4-EN23	Pág. 39 y 40	
G4-EN24	Pág. 39 y 40	
G4-EN25	Pág. 39 y 40	
G4-EN26	Pág. 39 y 40	
PRODUCTOS Y SERVICIOS		
G4-DMA	Pág. 33	
G4-EN27	Pág. 33-34	
G4-EN28	Pág. 33-34	
CUMPLIMIENTO LEGAL		
G4-DMA	Pág. 33	
G4-EN29	Pág. 33	
EVALUACIÓN AMBIENTAL DE LOS PROVEEDORES		
G4-DMA	Pág. 45,46	
G4-EN32	Pág. 45,46	
G4-EN33	Pág. 45,46	
CATEGORÍA SOCIAL		
PRÁCTICAS LABORALES Y DE TRABAJO DIGNO		
EMPLEO		
G4-DMA	Pág. 27	
G4-LA1	Pág. 27	
G4-LA2	Los beneficios son iguales para todos los trabajadores contratados.	
G4-LA3	El 100% de empleados/as que han disfrutado de sus permisos de maternidad y paternidad se han reincorporado posteriormente.	

RELACIONES ENTRE LOS TRABAJADORES Y LA DIRECCIÓN		
G4-DMA	Pág. 13	
G4-LA4	Se respetan los plazos legales, y se implementan plazos de aviso e información, con la antelación adecuada.	
SALUD Y SEGURIDAD LABORAL		
G4-DMA	Pág. 30	
G4-LA5	Pág. 30 y 31	
G4-LA6	Pág. 30 y 31	
G4-LA7	Ninguno	
G4-LA8	Sí	
FORMACIÓN Y EDUCACIÓN		
G4-DMA	Pág. 27	
G4-LA9	Pág. 27 y 28	
G4-LA10	Pág. 27 y 28	
G4-LA11	Pág. 27 y 28	
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES		
G4-DMA	Pág. 27	
G4-LA12	Pág. 27	
IGUAL DE RETRIBUCIÓN ENTRE HOMBRES Y MUJERES		
G4-DMA	Pág. 27	
G4-LA13	No hay distinción de género a la hora de decidir los salarios.	
EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS LABORALES DE LOS PROVEEDORES		
G4-DMA	Pág. 45 y 46	
G4-LA14	Pág. 45 y 46	
G4-LA15	Pág. 45 y 46	

DERECHOS HUMANOS		
NO DISCRIMINACIÓN		
G4-DMA	Pág. 45	
G4-HR1	Pág. 45 y 46	
G4-HR2	Pág. 45 y 46	
G4-HR3	No se ha registrado ninguna incidencia.	
SOCIEDAD		
COMUNIDADES LOCALES		
G4-DMA	Pág. 43	
G4-SO1	Pág. 43	
G4-SO2	Ninguna actividad de Hero España tiene un impacto negativo en la comunidad local.	
LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN		
G4-DMA	Pág. 22 y 23	
G4-SO3	Pág. 22 y 23	
G4-SO4	Hero España es firmante del Pacto Mundial de Naciones Unidas, lo que demuestra su compromiso explícito con la lucha contra la corrupción.	
G4-SO5	Ninguno	
EVALUACIÓN DEL IMPACTO SOCIAL DE LOS PROVEEDORES		
G4-DMA	Pág. 45 y 46	
G4-SO9	Pág. 45 y 46	
G4-SO10	Pág. 45 y 46	
RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS		
SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES		
G4-DMA	Pág. 24	
G4-PR1	Pág 24 y 25	
G4-PR2	Pág 24 y 25	

ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	
G4-DMA	Pág. 26
G4-PR3	Pág. 26
G4-PR4	No se ha registrado ningún incidente.
G4-PR5	Pág. 13
COMUNICACIONES DE MARKETING	
G4-DMA	Pág. 26
G4-PR6	Ninguno
G4-PR7	Ninguno
PRIVACIDAD DE LOS CLIENTES	
G4-DMA	Pág. 26
G4-PR8	Pág. 26
CUMPLIMIENTO REGULATORIO	
G4-PR9	No se ha registrado ninguna multa

Indicadores integrados del Pacto Mundial y Global Reporting Initiative (GRI)

PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL	INDICADORES GRI
DERECHOS HUMANOS	
Principio 1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.	4.12, 4.13, HR1-9, LA4, LA13, LA14, SO1
Principio 2. Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.	HR 1-2, HR8
TRABAJO	
Principio 3. Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	HR5, LA4, LA5
Principio 4. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	HR 1-3, HR7
Principio 5. Las empresas deben apoyar erradicación del trabajo infantil.	HR 1-3, HR6
Principio 6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.	HR 1-4, LA13, LA14
MEDIO AMBIENTE	
Principio 7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	EN6, EN18, EC2
Principio 8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	EN1-29, PR3-4
Principio 9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	EN2, EN5-7, En10, EN18, EN26-27
LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN	
Principio 10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.	EN6, EN18, EC2

Dirección:

Avenida de Murcia 1,
30820 Alcantarilla, Murcia. España

Personas de contacto:

Encarna Guirao: encarna.guirao@hero.es

Pablo Serrano: pablo.serrano@hero.es

Blas Galian: blas.galian@hero.es

Luis Pérez: luis.perez@hero.es



<https://www.facebook.com/heroespana/>
<https://www.facebook.com/herobaby/>



@Hero_Spain
@HeroBaby



herospain
herobabyespana



<https://es.pinterest.com/heroespana/>
<https://es.pinterest.com/herobaby/>



<https://www.youtube.com/user/HeroEspana>



<https://www.linkedin.com/company/hero-espaa-s-a->



Heró española