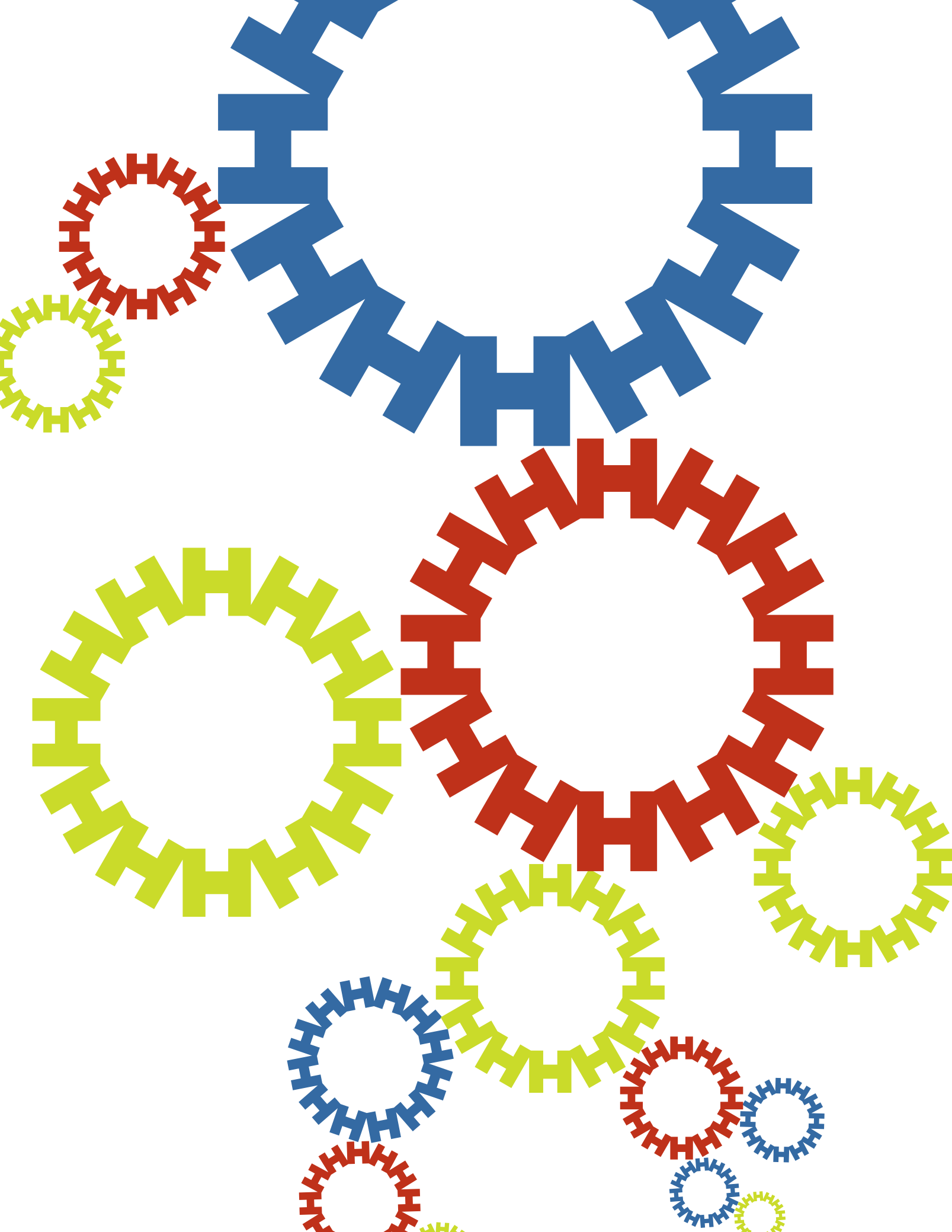






ÍNDICE



Carta del Presidente y Director General de Grupo Herdez.....	05
Perfil de Grupo Herdez.....	06
Historia.....	08
Premios y Distinciones.....	10
Introducción.....	11
ACTUACIÓN ECONÓMICA.....	12
Estructura y Gobierno Corporativo.....	13
Impacto económico de nuestra Responsabilidad Social.....	18
Compromiso con nuestros grupos de interés.....	20
ACTUACIÓN SOCIAL.....	24
Fundación Herdez.....	25
Alianzas con otras organizaciones.....	26
Programa Herdez Nutre.....	28
Logros alcanzados.....	34
ACTUACIÓN AMBIENTAL.....	38
Reutilización de materiales.....	39
Ahorro en el consumo de energía.....	41
Consumo responsable de agua.....	42
Cuidado de nuestro entorno.....	43
Índice de Contenidos del GRI.....	46
Informe de Verificación.....	50

CARTA DE HÉCTOR HERNÁNDEZ-PONS TORRES, PRESIDENTE Y DIRECTOR GENERAL DE GRUPO HERDEZ

La misión de Herdez Del Fuerte es poner al alcance de los consumidores alimentos y bebidas de calidad, con marcas de prestigio y valor crecientes. A lo largo de estos 95 años de vida, nos hemos esmerado en lograrlo.

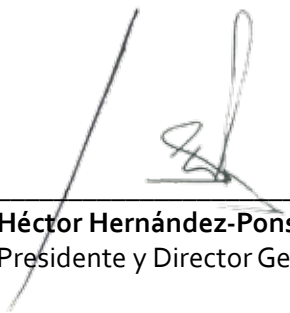
Todo esto no sería posible de no haber actuado de manera responsable con nuestros grupos de interés: colaboradores, accionistas, proveedores, consumidores, gobierno y sociedad en general. Estamos conscientes de que nuestros avances van de la mano del crecimiento y bienestar de todos ellos. Por ello, para Herdez la responsabilidad social ha sido una herramienta fundamental.

En Herdez entendemos la Responsabilidad Social Corporativa como una estrategia de negocio que nos permite seguir siendo competitivos, a la vez que contribuimos al desarrollo de la sociedad y del medio ambiente.

Me complace presentarles nuestro primer Informe de Responsabilidad Social Corporativa, en el cual plasmamos el esfuerzo de todos los que conformamos el grupo, en tres ejes: ambiental, económico y social.

Sabemos que todavía tenemos mucho camino que recorrer. En Grupo Herdez estamos comprometidos en seguir adelante con estas acciones, de manera que con ética y responsabilidad, avancemos todos cada día más, y de esta manera podamos contribuir al desarrollo de las generaciones actuales y futuras de nuestro país.

Atentamente,



Héctor Hernández-Pons Torres
Presidente y Director General de Grupo Herdez

PERFIL DE GRUPO HERDEZ

- Grupo Herdez es una empresa 100% mexicana fundada en 1914.
- Es una de las compañías líderes en el sector de alimentos procesados en México, con una importante presencia en Estados Unidos y Canadá.
- Grupo Herdez produce, comercializa y distribuye más de 600 productos, alimentos y bebidas enlatados y envasados así como pastas alimenticias.
- Sus principales marcas son: Herdez, Del Fuerte, McCormick, Doña María, Barilla, Yemina, Vesta, Nair, Embasa, Búfalo, La Gloria, Carlota, Blasón, Soy Frut, Festín, Hormel, Kikkoman y Ocean Spray.

Superior al 50%	Entre 25% y 45%	Menos del 25%
Mayonesas Mostazas Moles Salsas Caseras Jugo de 8 verduras Champiñones Miel de abeja Carnes enlatadas	Pastas secas Especias Mermeladas Aceitunas	Legumbres Té Atún Consomé de pollo

- La empresa opera a través de 11 plantas, oficinas corporativas y 8 centros de distribución ubicados en la República Mexicana, en donde laboran más de 6,000 personas, atendiendo aproximadamente a 12,000 puntos de venta.



1 Planta México.

Mayonesas, aderezos, mostazas y mermeladas McCormick, jugos y néctares; bebidas de soya y cárnicos Herdez, bebidas de fruta Festin y productos en bolsa caldo de pollo granulado y en cubos Solo y Solomate Doña María.

2 Planta Barilla, Complejo Industrial Duque.

Planta para fabricación de pastas alimenticias y salsas para pastas (2003).
Macrocentro de distribución (2003).
Planta McCormick (2004).

3 Planta el Duque, Complejo Industrial Duque.

Av. de la Paz, San Luis Potosí, S.L.P. (1984)
Mayonesas, mostazas, té y especias McCormick.

4 Planta Av. Industrias, San Luis Potosí, S.L.P. (1981) ISO 9000

Moles, jugo de 8 verduras, nopalitas, jugos y néctares, vinagres, zanahorias con nopales y jalapeño y salsas caseras Herdez, salsas picantes Búfalo. Miel y jarabes Carlota.

5 Planta Chiapas, Puerto Madero, Chiapas (1998)

Verificada por SSA.
Estándar de calidad HACCP
Atún e industrialización de harinas proteicas y aceite de pescado

6 Planta Alimentos Deshidratados del Bajío, Villagrán, Guanajuato, (1992)

Deshidratación de vegetales frescos (ajo, betabel, cebolla, chiles, cilantro, espinaca, nopal, perejil, zanahoria, etc.)



HISTORIA

1930

La historia de Grupo Herdez inicia en 1914 como una empresa distribuidora de productos de tocador y de artículos para el cuidado personal, bajo el nombre de Cía. Comercial Herdez S.A., vendiendo un gran número de productos de diversas y reconocidas marcas que le brindan una sobresaliente ventaja competitiva.

Don Ignacio Hernández del Castillo llega a esta empresa en 1929, contribuyendo en forma fundamental a su trayectoria de crecimiento y éxito gracias a su gran habilidad comercial, la cual impulsa el crecimiento de las ventas en forma muy importante.

1940

Ante un mejor panorama económico, la empresa comienza a mostrar resultados positivos. Ingresan Don Enrique y Don Ignacio Hernández-Pons, quienes se hacen cargo de las ventas, la producción y el almacén para favorecer la curva ascendente del éxito. En 1947, la compañía se asocia al 50% con McCormick & Company, Inc., para la creación de McCormick de México S.A. de C.V. De esta unión nacen importantes productos como la mayonesa, la mostaza y las mermeladas que originan un importante crecimiento.

1950

La Compañía se posiciona como una de las empresas de representación y distribución más fuertes en México, manejando una gran diversidad de marcas y productos líderes. Se construye en México la planta para la producción, almacenaje y distribución de productos.

1960

Se retiran algunas representaciones de productos relevantes para las ventas de la compañía, por lo que se toma una de las decisiones más importantes en su historia, crear una línea propia de productos enlatados bajo el nombre Herdez, tales como: legumbres y verduras, frutas, salsas y chiles. Se lanzan exitosas campañas publicitarias con los lemas "Con toda confianza es Herdez" y "Póngale lo sabroso". Se realiza el programa de variedades en televisión "Domingos Herdez" que durante muchos años obtuvo el primer lugar de preferencia del público, haciendo historia y consolidando el prestigio corporativo de Herdez.

1970

Se adquiere la fábrica de mole Doña María en San Luis Potosí. Se compra una planta en los Robles, Veracruz para el procesamiento de chiles, piña, naranja, mango y papaya. Se construye en México el Centro de distribución que unifica e integra áreas importantes de la empresa y permite un mayor crecimiento. Se abre el camino de exportación a los Estados Unidos permitiendo alcanzar mayores niveles de expansión y reconocimiento empresarial. En esta década se sufren dos grandes pérdidas, la de Don Ignacio Hernández del Castillo y la de su hijo Don Ignacio Hernández-Pons. Asume entonces la presidencia y Dirección General Don Enrique Hernández-Pons, quien continúa el camino que le dajaron tanto su padre como su hermano.



1980

Se inaugura una nueva planta en San Luis Potosí y se amplían las instalaciones de la ya existente en la misma ciudad, para incluir un Centro de Distribución. Se compra Arpons, S.A. de C.V. para consolidar el negocio de artículos de tocador y productos de cuidado personal.

Se crea la Fundación Herdez, A.C. con el principal objetivo de realizar investigación y difusión en materia alimenticia, aportando al país nuevas posibilidades nutricionales. Se adquiere la planta de Miel Carlota, S.A. de C.V. ingresando de esta manera al mercado de la apicultura.

En 1991 se constituye Grupo Herdez, S.A. de C.V. y la compañía ingresa a la Bolsa Mexicana de Valores. Se adquiere Grupo Búfalo, con el cual se introducen nuevos productos y la innovación de envasar salsas en frascos de vidrio. En las instalaciones de Av. De la Paz en San Luis Potosí se pone en marcha la nueva planta para la producción de té, especias, mostaza y mayonesa McCormick con los procesos más modernos. Empieza la operación de una nueva planta en la ciudad de Ensenada, B.C. para el procesamiento y enlatado de salsa y vegetales. Se compra Alimentos Deshidratados del Bajío,

Se lleva acabo la alianza estratégica al 50% con Hormel Foods y se crean Hormel Alimentos, S.A. de C.V. para la distribución de productos Herdez en Estados Unidos. Se invierte en la industria marítima con la adquisición de la empresa sardinera Yavaros Industrial, con su flota pesquera en el estado de Sonora, así como los activos de Pescados de Chiapas, un complejo industrial ubicado en Puerto Madero.

Se compran los barcos atuneros Cartadenses, Arkos I y Arkos II y se adicionan con la más alta tecnología para la pesca de atún. Se adquieren las marcas de caldo de pollo Solo y Solomate de la empresa Apel, S.A. de C.V. Se adquiere el 40% de la compañía Champiñones Los Altos. En términos de calidad, se inicia la obtención de Certificaciones ISO-9000 en diversas instalaciones del Grupo. Se cuenta ya con certificaciones para el Centro de Distribución México, la planta de Ensenada, las dos plantas de San Luis Potosí y la de México y este proceso sigue su marcha.

2000

A mediados del año 2000 se sufre la pérdida de Don Enrique Hernández-Pons y quedan a cargo de la Presidencia y Vicepresidencia de la empresa sus hijos Enrique y Héctor Hernández-Pons Torres. Se lleva al cabo una reestructuración en la organización interna, con el propósito de alcanzar mayores estándares de eficiencia, productividad y rentabilidad.

En el año 2002 el Grupo conforma una asociación al 50% con Barilla, GeR Fratelli, S.p.A., para la producción, distribución y comercialización de pastas alimenticias en México a través de Barilla México.

En 2004, el Consejo de Administración nombró al Lic. Héctor Hernández-Pons Torres como Presidente y Director General del Grupo. Se desincorporan los activos de la unidad de productos de cuidado personal y se venden dos barcos sardineros de baja capacidad de captura. Se cierra la planta Los Robles en Veracruz y se reubican algunas líneas de producción a San Luis Potosí. A finales del año se inaugura la nueva planta de McCormick de México en el Complejo Industrial "Duque de Herdez" en San Luis Potosí.

Herdez lanza durante el 2006 el programa "Herdez Nutre", cuya misión es trabajar por disminuir la desnutrición en las comunidades rurales más necesitadas de la sierra y costa, en el estado de Oaxaca.



PREMIOS Y DISTINCIONES

Desde su creación, Grupo Herdez ha estado comprometido con la sociedad y el medio ambiente, así como con tener un comportamiento ético en los negocios. Es por ello que año con año emprende acciones en materia de responsabilidad social como parte de su quehacer cotidiano.

En el 2008, Grupo Herdez fue reconocido por el Centro Mexicano para la Filantropía con el premio a las Mejores Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, en la categoría de Consumo Responsable, gracias a su programa Herdez Nutre.

De la misma manera, este año Grupo Herdez recibió por primera vez el distintivo ESR (Empresa Socialmente Responsable), producto de su larga trayectoria cumpliendo con los estándares que implica dicho reconocimiento.

Otros premios y distinciones obtenidos en este período son:

- El gobierno estatal de San Luis Potosí (SLP) entregó a Grupo Herdez un reconocimiento por ser una empresa incluyente y generar oportunidades de empleo para personas con discapacidad y adultos mayores.
- El Gobierno de SLP y la Delegación Azcapotzalco del Distrito Federal, reconocieron a Barilla y McCormick SLP por su participación en la campaña "Ponte las Pilas", en la cual se acopiaron miles de pilas usadas.
- Se entregó un reconocimiento por participar en la "Campaña Nacional por la Conservación" promovida por la SEMARNAT a través de la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas.
- La Universidad Tecnológica de SLP le otorgó un reconocimiento a Grupo Herdez por su colaboración para la formación de técnicos superiores universitarios al permitir la realización de Estadías en la Planta McCormick de dicha entidad.



INTRODUCCIÓN

La integración: fuerza que nos une hacia una actuación socialmente responsable

Este 2008 fue un año muy importante para nosotros ya que se llevó a cabo la integración de dos compañías mexicanas de gran tradición Grupo Herdez y Grupo Kuo, formándose una nueva empresa más sólida y competitiva de marcas líderes en la producción y comercialización de alimentos y bebidas.

Con esta fusión se presentó el gran reto de unir ambas compañías y, al mismo tiempo, asegurar la continuidad de los negocios y alcanzar las metas planteadas para el 2008.

Simultáneamente a los cambios que demandó la integración, también fue un año de oportunidades para crear valor y crecimiento tanto para la empresa como para todos los grupos con los que se relaciona.

Este compromiso nos permitió lograr una integración exitosa y reforzar nuestras acciones en materia de responsabilidad social. Una muestra de ello fue la obtención del distintivo ESR que otorga CEMEFI y la elaboración de este primer reporte.

Dividimos nuestra actuación socialmente responsable en tres ejes principales: Social, Ambiental y Económico

EJES DE LA ACTUACIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE DE HERDEZ



ACTUACIÓN ECONÓMICA

ÉTICA Y TRANSPARENCIA

EN LOS NEGOCIOS DE GRUPO HERDEZ



ESTRUCTURA Y GOBIERNO CORPORATIVO

LOS PRINCIPIOS Y VALORES QUE NOS RIGEN

En Grupo Herdez contamos con un Código de Ética, el cual expresa los valores que rigen la actuación de la empresa y los estándares de conducta que deben ser adoptados por todos sus colaboradores. Como parte de nuestros procesos de mejora continua, este código fue revisado y actualizado en el 2008.

Los valores que en él se plasman son:

HONESTIDAD.

Actuamos correctamente, porque manejamos con responsabilidad y transparencia los recursos que se nos encomiendan y mostramos un respeto absoluto ante los bienes ajenos (honestidad material), porque manifestamos con claridad lo que pensamos y creemos (honestidad intelectual) y porque nos comportamos conforme a las normas y principios de la empresa, teniendo siempre presentes las consecuencias de nuestros actos (honestidad moral).

ORIENTACIÓN A RESULTADOS.

Cumplimos con los compromisos establecidos, y siempre que es posible los superamos, buscando mejores formas de hacer las cosas y teniendo presente que somos responsables de asegurar que los resultados de nuestra actividad contribuyan a agregar valor a los procesos en que participamos.

TRABAJO EN EQUIPO.

Integramos un equipo en función del logro de objetivos compartidos, sumando talento y compromiso, con apertura ante la diversidad de opiniones, conocimientos y habilidades, porque la colaboración, el respeto y el apoyo mutuo constituyen la base de nuestras relaciones.

CONFIANZA.

La confianza es la resultante del comportamiento alineado con los valores de GRUPO HERDEZ; es consecuencia del comportamiento honesto, de la orientación a resultados y del trabajo en equipo, y al mismo tiempo conecta a los tres valores y por tanto los integra como un conjunto coherente y pleno de sentido. Lo anterior se refleja en la calidad de los productos y servicios resultado de nuestro trabajo y, por consiguiente, en la opinión que nuestros clientes y consumidores se forman de nosotros.

RESPONSABILIDAD.

El Código de Ética es de aplicación estricta y obligatoria para todo el personal que preste sus servicios en cualquiera de las empresas del Grupo Herdez independientemente de su nivel jerárquico. Así mismo, aplica a los asesores externos o personal externo que tenga relación comercial con cualquier empresa del Grupo.



Asimismo, consideramos temas de suma importancia los siguientes: conflicto de intereses, regalos, pagos ilegales, contabilidad honesta, información confidencial, negociaciones justas, discriminación y acoso, salud y seguridad, responsabilidad ambiental e integridad del producto.

Para nosotros es importante reforzar la Misión, Visión y Valores de Herdez entre nuestros colaboradores. Con motivo de la fusión de Herdez con Del Fuerte, emprendimos este año una campaña interna con un alcance a nivel grupo en todas las plantas y centros de distribución, incluyendo los de la reciente asociación.

En relación con el Consejo de Administración y la Asamblea General de Accionistas, estamos adheridos al Código de Mejores Prácticas Corporativas de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV).

ESTRUCTURA DE GOBIERNO

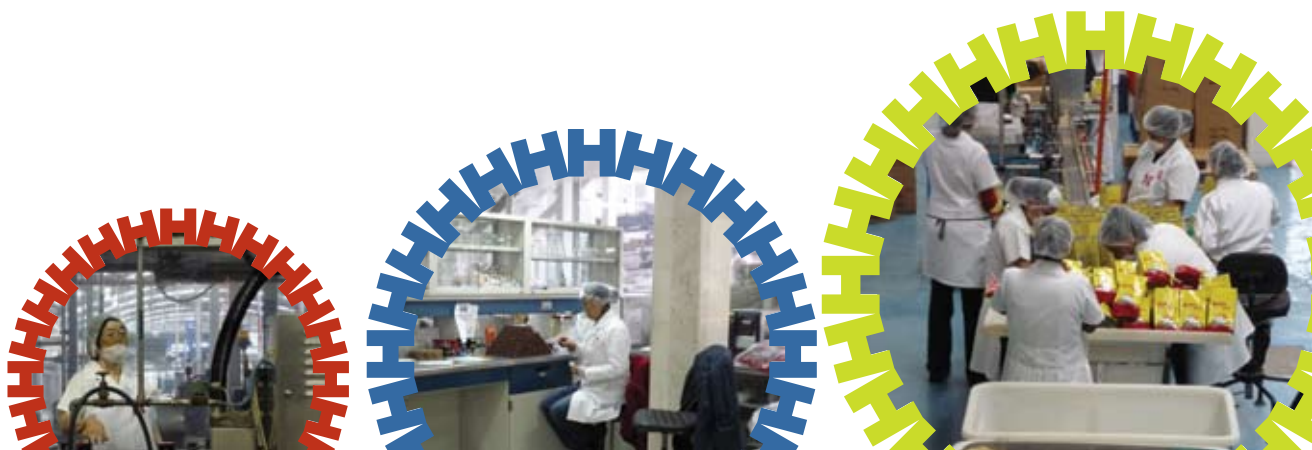
La estructura de gobierno de Grupo Herdez está formada por el Consejo de Administración, integrado por 9 miembros propietarios, 6 de los cuales son consejeros independientes y 3 son patrimoniales reservados.

El Consejo tiene la representación social conjuntamente con el Director General.

El Consejo de Administración promueve la responsabilidad social vigilando que se cumplan los objetivos empresariales, siempre considerando el bienestar de sus clientes, colaboradores, proveedores y de la sociedad, así como el impacto ambiental de sus actividades.

Grupo Herdez constituyó dos órganos intermedios del Consejo de Administración: el Comité de Auditoría, compuesto por cuatro miembros independientes; y el Comité de Prácticas Societarias, que se compone de cinco miembros de los cuales tres son independientes.

Tanto el Comité de Prácticas Societarias como el de Auditoría, supervisan y aprueban todas las operaciones con partes relacionadas, lo cual evita conflictos de intereses dentro del Consejo.



Consejo Administrativo durante 2008	
Héctor Hernández Pons-Torres Presidente y Director General	Ing. Albert G. Dappen Guerrero Director de Sistemas
Enrique Hernández Pons-Torres Vicepresidente y Director General	Lic. Alberto Garza Cabañas Director de Cadena de Suministro
Lic. Roberto González Rosas Director Ejecutivo Comercializadora Herdez	Lic. Sergio Zardoni Galarza Director de Planeación
Lic. Pedro Gracia- Medrano Murrieta Director Ejecutivo de Recursos Humanos	C.P. Pablo Lezama Vélez Director de Finanzas
Lic. Emilio Mahuad Gantus Director Ejecutivo Comercio Exterior	Ing. Jorge Obregón Parlange Director de Logística
Lic. Alejandro Martínez Gallardo y de Pourtales Director Ejecutivo Empresas Asociadas	Ing. Rafael de Regil y Gómez Muriel Director de Operaciones Empresas Asociadas
C.P. Ernesto Ramos Ortíz Director Ejecutivo de Administración y Prácticas Corporativas	Lic. Juan Rodríguez del Collado Director de Food Service
Dr. Salvador Badui Dergal Director Técnico	Andrea del Rizzo Director Barilla México
Lic. Gerardo Canavati Miguel Director Ejecutivo de Planeación y Finanzas	Ing. Carlos T. Velázquez Osuna Director de Operaciones Empresas Herdez

RETRIBUCIONES DE LOS CONSEJEROS

La retribución de los miembros del Consejo de Administración consiste en un bono de desempeño por objetivos basado en un análisis de "Balance Scorecard", que es una herramienta de gestión que permite dirigir a la empresa mediante evaluaciones de desempeño.

COMUNICACIÓN CON EL MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO

Existen diversos mecanismos a través de los cuales Grupo Herdez se asegura de mantener comunicación, conocer y considerar las expectativas de sus grupos de relación, como son accionistas, colaboradores y clientes.

Los mecanismos disponibles para comunicarse con el máximo órgano de gobierno son:

A) Para los accionistas, a través de los correos de contacto disponibles en la página de Relación con Inversionistas.



Los accionistas minoritarios se mantienen informados a través de la información enviada a la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) como son los eventos relevantes y los reportes trimestrales de resultados. Asimismo, se mantienen abiertos canales de comunicación a través del teléfono, de internet y de juntas exclusivamente preparadas para ellos, en las cuales tienen la oportunidad de brindar retroalimentación.

Como cada año, en el 2008 se elaboró y se les hizo llegar a todos nuestros accionistas el Informe Anual sobre el desempeño financiero de la empresa. Asimismo, se publicó y distribuyó el Reporte de Herdez Nutre, sobre las acciones de vinculación con la comunidad.

B) Para los colaboradores, a través del buzón de sugerencias.

Los colaboradores hacen llegar sus peticiones por escrito a través del buzón de sugerencias y los empleados sindicalizados adicionalmente lo pueden hacer a través de sus representantes o delegados sindicales, quienes las canalizan a la empresa.

También se mantiene comunicación constante con los colaboradores de todas las áreas de la empresa mediante boletines internos.

C) Para los consumidores, a través de la línea 01 800 de servicio.

Adicionalmente, se diseñó la página web Club de la Confianza, sitio en el cual participan todas las marcas y a través de la cual se obtiene retroalimentación por parte de los consumidores ubicados en todos los puntos de la República Mexicana.

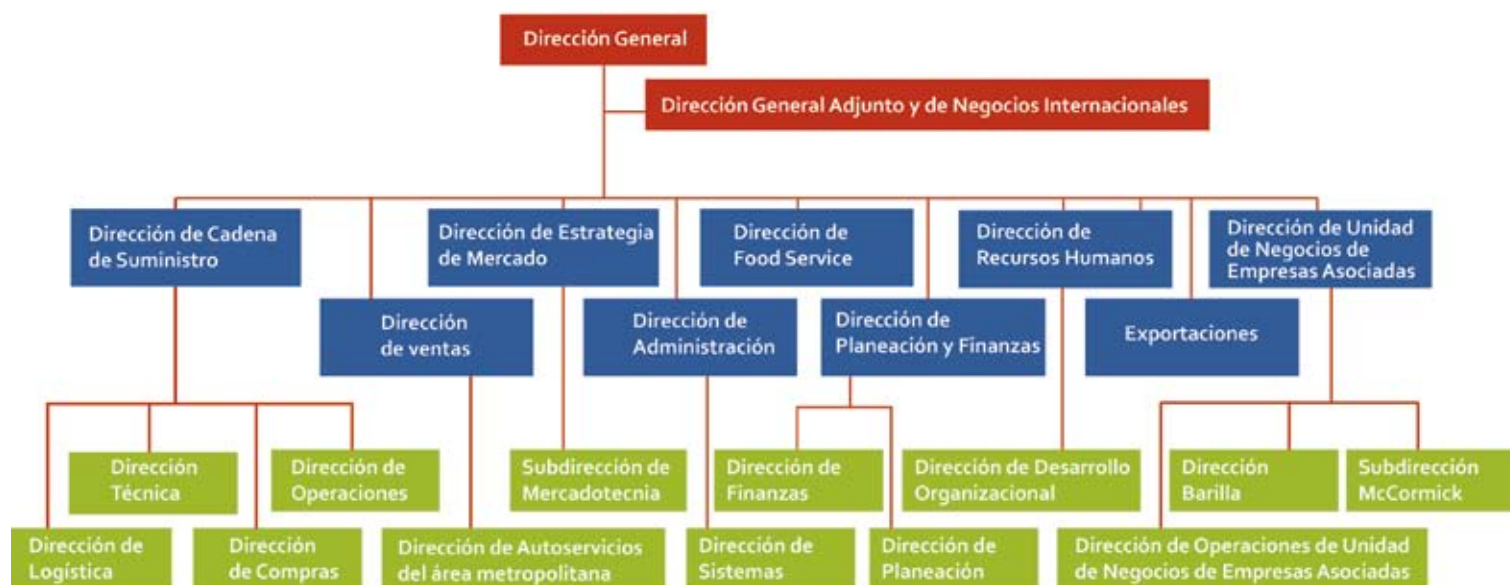
ESTRUCTURA OPERATIVA

A nivel operativo, el Grupo funciona mediante unidades de negocio, teniendo cada una de ellas los siguientes objetivos principales:

- Satisfacer plenamente las necesidades de sus clientes y consumidores.
- Acrecentar el liderazgo de sus productos.
- Obtener rentabilidad en cada una de las operaciones que atiende.
- Incrementar constantemente la eficiencia y la eficacia de sus operaciones.

Dichas unidades administran marcas y productos apoyadas por áreas de servicios como: Administración y Finanzas, Recursos Humanos y Sistemas, así como por Logística y Técnica.

ESTRUCTURA ACTUAL



CERTIFICACIONES DE CALIDAD

Nuestras plantas cuentan con distintas certificaciones como la ISO 9001-2000, verificaciones de la Secretaría de Salud de México (SSA), el estándar de calidad "Hazard Analysis and Critical Control Point" de la USFDA (HACCP) y el British Retail Consortium Global Standards (BRC). Algunas plantas están en proceso de certificación ISO 22000:2005 e Industria Limpia por PROFEPA.

ASOCIACIONES A LAS QUE PERTENECEMOS

Grupo Herdez participa en las siguientes asociaciones:

- BASC: Business Alliance for Secure Commerce
- CANAINCA: Cámara Nacional de la Industria de Conservas Alimenticias
- CONMEXICO: Consejo Mexicano de la Industria de Productos de Consumo
- CNA: Consejo Nacional Agropecuario

IMPACTO ECONÓMICO DE NUESTRA RESPONSABILIDAD SOCIAL

PRINCIPALES MARCAS Y CLIENTES

Grupo Herdez produce y comercializa alimentos enlatados y envasados bajo las marcas: Herdez, Del Fuerte, McCormick, Doña María, Barilla, Yemina, Vesta, Nair, Embasa, Búfalo, La Gloria, Carlota, Blasón, SoyFrut, Festín, Hormel, Solo Doña María, Solomate Doña María, Kikkoman y Ocean Spray, entre otras.

Esto lo hacemos a través de unidades de negocio de empresas asociadas es decir: Herdez Del Fuerte, McCormick de México, Barilla México y Hormel Alimentos. Dichos negocios administran marcas y productos apoyados por áreas de servicios como: Comercialización, Administración y Finanzas, Recursos Humanos, Sistemas, así como por Logística y Técnica.

Los principales países donde operamos son México, Estados Unidos, Canadá, Nicaragua, Honduras, Costa Rica, El Salvador y Bolivia. El 90% de las exportaciones de las marcas se realizan a los Estados Unidos, mientras que del resto de los países, el 50% de las ventas corresponden a Canadá. Los sectores abastecidos son cadenas de autoservicio, mayoristas y tiendas de abarrotes, exportaciones y otros canales de distribución como Food Service.

En EEUU nuestro principal cliente es el consumidor mexicano, especialmente amas de casa quienes además de buscar marcas y sabores relacionados con su cultura, aprecian de manera importante la conveniencia que ofrecen nuestros productos.

HERDEZ EN LA BOLSA DE VALORES

Grupo Herdez es una Sociedad Anónima Bursátil de Capital Variable (S.A.B. de C.V.), por ser una sociedad anónima que tiene colocadas acciones en el mercado de valores bursátil; sus subsidiarias son sociedades anónimas de capital variable, conforme con la legislación mexicana. Al 31 de mayo de 2008, de acuerdo con información hecha pública por la Emisora, la empresa Hechos con Amor, S.A. de C.V. es la empresa controladora y propietaria del 52.2% de las acciones de Grupo Herdez, S.A.B. de C.V.

Ventas y dividendos 2008	
Ventas Netas en el 2008:	\$7,247.2 millones nominales
Deuda:	\$1,284.1 millones
Deuda Neta:	\$1,072.5 millones
Capital Contable Total:	\$3,109.5 millones
Ventas Totales en producto desplazado:	46.5 millones de cajas
Utilidad de Operación:	\$863.2 millones
Utilidad Neta Mayoritaria:	\$582.5 millones
Costo de ventas:	\$4,823.4 millones
Se pagaron dividendos a razón de:	0.50 pesos por acción
Pagos de Provisiones para impuestos:	\$177.9 millones



DESARROLLAMOS A NUESTROS PROVEEDORES

Grupo Herdez trabaja para apoyar a sus proveedores mediante diversas herramientas. La principal es el programa “Cadenas Productivas” que mantiene con Nacional Financiera, S.N.C., el cual permite a los proveedores financiarse a tasas de interés competitivas.

Iniciando este programa en 2002, a la fecha contamos con 200 proveedores afiliados y para 2009 esperamos contar con 200 proveedores más.

A partir de enero de 2008 Grupo Herdez emprendió acciones para beneficiar a un número mayor de proveedores a través de su Cadena Productiva. Las operaciones que realiza el Fideicomiso AAA Herfin aumentaron en un 20.33% entre 2007 y 2008. Su saldo se incrementó en un 12% en el mismo período. Con esto, pudimos brindar nuestro apoyo a aproximadamente a 400 proveedores, principalmente, micro, pequeñas y medianas empresas.

Dentro de los requisitos para ser proveedor, este año agregamos un cuestionario de responsabilidad social dividido en tres rubros: dimensión ética, condiciones laborales y medio ambiente, con el fin de fomentar que comiencen a aplicar dichos criterios en sus organizaciones. De igual forma en este documento, se les invitó a alinearse a nuestro Código de Ética y a nuestros principios de responsabilidad social.

También con el fin de apoyarlos, hemos impartido cursos de capacitación a nuestros proveedores agrícolas.

RIESGOS Y OPORTUNIDADES

Sin duda, las eventualidades que conllevan el cambio climático que vivimos hoy en día ponen en riesgo nuestra operación. Inundaciones, sequías, incendios, plagas y cualesquier otros derivados del cambio climático, representan un riesgo ya que los daños a las cosechas y la escasez de recursos naturales afectarían los precios y/o costos de captura de los insumos del campo o del mar. Estos incrementos modificarían directamente el costo de producción del Grupo, afectando negativamente los resultados de operación.

Sin embargo, esto también conlleva oportunidades potenciales para la compañía ya que estas eventualidades incrementarían las ventas de conservas, alimentos procesados y enlatados en las zonas geográficas afectadas en las cuales tendríamos acceso y distribución.

También es una oportunidad de ayudar a los que más lo necesitan, como hemos hecho en el caso de las inundaciones de Tabasco, donde se hicieron donativos tanto en efectivo como en especie.

COMPROMISO CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

VALORAMOS A NUESTROS COLABORADORES

Para Grupo Herdez, sus colaboradores representan una parte fundamental de la empresa. Debido a la fusión que se llevó a cabo en el 2008, se presentó el reto de redoblar esfuerzos para hacer que el nuevo personal se integrara, prevaleciendo un clima de trabajo sano y cordial.

Hasta diciembre de 2008, el número total de colaboradores en todo el Grupo fue de 6,700, con las siguientes características:

- El 59% son hombres y el 41% restante son mujeres.
- Rotación de personal anual promedio del 15%.
- El 50% está cubierto por un convenio colectivo.
- 120 promociones de personal.
- El 4% pertenece a algún comité relacionado a temas de seguridad y salud.
- Ausentismo del 0.13% anual.

Algunos de los beneficios con los que cuentan todos nuestros colaboradores son:

- Comedor
- Ayudas escolares para empleados y sus hijos
- Ayudas en caso de defunción de familiares
- Ayudas para lentes
- Check up's médicos
- Transporte
- Enfermería

Asimismo, contamos con programas para proteger la salud e integridad de nuestros colaboradores, así como de sus familias. Algunos de estos programas son el de Seguridad e Higiene, Salud, Protección Civil, y Prevención de Accidentes.



UN EQUIPO PREPARADO

Conscientes de la importancia de la formación continua de nuestro personal para contar con un equipo capacitado, el área de Recursos Humanos de Grupo Herdez implementa cada año un plan de capacitación, basado en un estudio de Detección de Necesidades de Capacitación (DNC) de cada área. En el 2008, se impartieron 605 cursos, a los cuales asistieron 8053 colaboradores, de los cuales 2,828 fueron mujeres.

Algunos de estos cursos fueron:

- Curso de elaboración de presupuestos en Hyperion Planning
- Media Planning
- Portal de Maquilas
- Liberación Cubo P&L
- Sistema Corporativo de Tesorería
- Web to Host
- Solid Edge Básico
- Accés Base de Datos
- Módulo de Compras
- Cubo de Ventas para Comercio Exterior
- Integración de equipos de alto desempeño

Además, apoyamos a aquellos compañeros que desean terminar sus estudios básicos. Para ello, establecimos un convenio con el Instituto Nacional de Educación de los Adultos (INEA), además de contar con la ayuda desinteresada de parte de un grupo de voluntarios que donan su tiempo, paciencia y conocimientos para actuar como instructores en esta campaña permanente.

En este período otorgamos 93 becas para estudios de primaria, secundaria y preparatoria.

MEDIMOS NUESTRA CALIDAD DE VIDA

Como parte de nuestro proceso de mejora continua, medimos la actuación en cuanto a la calidad de vida que hay en la empresa así como el desempeño de los colaboradores, de manera que con esa información tengamos las herramientas para adoptar estrategias que nos ayuden a mejorar.

En el 2008, realizamos un estudio de pulso organizacional en tres etapas, con motivo de la integración Herdez Del Fuerte. El reporte final destacó significativas mejoras en el proceso de integración en sus cuatro vertientes: moral en la organización, visión, manejo de talento y comunicación, así como un clima de optimismo, entusiasmo y esperanza entre nuestros colaboradores.

De igual manera, aplicamos una evaluación de desempeño ya sea mensual, trimestral o anual, dependiendo la localidad, de manera que podamos detectar las áreas de oportunidad de cada colaborador para su desarrollo profesional.



TRANSPARENCIA CON NUESTROS ACCIONISTAS

Mensaje a Nuestros Accionistas:

"Hemos retomado el camino hacia el crecimiento rentable, dirigiendo con más eficiencia nuestras inversiones en el mercado y principalmente hacia el consumidor, que es a fin de cuentas quien determina la demanda de nuestros productos y por tanto nuestro éxito como empresa.

La confianza nos ha definido a lo largo de nuestra historia, y nos corresponde que siga siendo un término directamente asociado con Grupo Herdez.

La fortaleza de nuestros resultados y la flexibilidad financiera, son un punto de partida sólido del rumbo a seguir para lograr nuestras metas de crecimiento bajo criterios de rentabilidad y enfoque al consumidor, dando valor a su confianza y con ello a la confianza de todos nuestros grupos de interés".

Héctor Hernández-Pons Torres,
Presidente y Director General.

Para conservar la confianza de nuestros accionistas, Grupo Herdez pone a su alcance de manera oportuna la información más relevante de la empresa.

En el 2008:

- Se elaboró y distribuyó entre los accionistas el Informe Anual 2007 "Forjando Alianzas", donde se incluyen los estados financieros dictaminados.
- Se llevó a cabo la Asamblea Anual y las Juntas de Consejo.
- Se realizó la Junta Anual con Accionistas Minoritarios.
- Se cumplió con los requisitos de la Bolsa Mexicana de Valores con respecto de la divulgación a los accionistas de la posición del Grupo en instrumentos financieros derivados y el alcance de los riesgos
- Se elaboró una Política Interna para el Uso de Instrumentos Financieros Derivados.



PROCURAMOS A NUESTROS CLIENTES

Para Grupo Herdez, la opinión de sus clientes es muy importante. Por ello, tiene a su disposición una línea 01 800, por medio de la cual canaliza las llamadas a la unidad de negocio correspondiente para ser atendidas.

Planta	Total
SLP McCormick	41
ENSA	38
México	35
Chiapas	33
SLP Industrias	12
Barilla	7
Hongos de México	7
Del Fuerte	6
Envasadora Aguida	5
Clate	3
Agroloma	2
Alimentos San Miguel	1
Otros	25
Total	215



ATENCIÓN AL CONSUMIDOR
01800 2 84 3733
en el D.F. al 50494273
www.herdez.com.mx

Asimismo se emprenden acciones preventivas y correctivas, con lo cual procuramos a nuestros clientes para que siempre estén satisfechos con nuestros productos.

De igual manera realizamos una encuesta de la calidad de servicio de nuestra fuerza de ventas a nuestros principales distribuidores para conocer sus expectativas. Esta información la utilizamos para tomar medidas que coadyuven a mejorar nuestras relaciones comerciales.

ACTUACIÓN SOCIAL

LA NUTRICIÓN, TAREA DE GRUPO HERDEZ





FUNDACIÓN HERDEZ

En Grupo Herdez consideramos la desnutrición de los niños y niñas de México como un problema de primer orden, con necesidad inmediata de ser resuelto y con consecuencias graves. Siendo una empresa humana, preocupada por la nutrición de nuestro país y por mejorar la calidad de vida de nuestras comunidades rurales, decidimos trabajar arduamente para ponerle solución y buscar su erradicación en nuestro país.

Esta decisión condujo en forma natural a establecer la Fundación Herdez, A.C. para el fomento a la investigación y el desarrollo alimentario, iniciando labores en 1991.

PRESERVANDO LA COCINA MEXICANA

La cocina mexicana es una de las más ricas y variadas del mundo. Con el fin de preservar y difundir nuestra cultura culinaria, ofrecemos cursos y talleres abiertos al público en general.

En 2008, con el apoyo de la Universidad del Claustro de Sor Juana impartimos seis cursos de distintas temáticas relacionadas a la cocina mexicana.

Actividades culturales realizadas durante el año 2008		
Curso: Hay tamales	29, 30 y 31 de Enero	9 horas
Curso: Cocina fusión México-Francia	21, 28 de feb, 9 y 13 de Marzo	16 horas
Taller infantil: Historias de sabor	19 de abril	2 horas
Curso: Más dulces mexicanos	8, 9 y 10 de Julio	12 horas
Del cacao al chocolate	4, 5 y 6 de Noviembre	12 horas

SOLIDARIDAD CON TABASCO

En apoyo a los damnificados por las lluvias torrenciales que azotaron al estado de Tabasco en septiembre y octubre del 2008, Grupo Herdez donó 1,975 cajas de alimentos, las cuales fueron distribuidas a través del gobierno del estado de San Luis Potosí por la SEDESOL de Tabasco.

Donación de alimentos 2008, Desastre natural apoyo a damnificados						
2008	Desastre Tabasco	San Luis Potosí	325	atún jalapeño + galletas	\$23,739.30	\$86,534.62
		San Luis Potosí	245	atún vegetales + galletas	\$17,895.78	
		San Luis Potosí	345	atún chipotle + galletas	\$23,666.26	
		San Luis Potosí	64	craisinis arándano clas	\$21,233.28	
		SEDESOL Tabasco	908	frijoles refritos 12/440 gr.	\$48,225.70	
		SEDESOL Tabasco	88	nopalitos en salmuera	\$2,844.86	
			1,975		\$51,070.56	
				\$137,605.18		

PROGRAMA CON EL BANCO DE ALIMENTOS

Además de las donaciones de productos en apoyo a nuestros compatriotas en casos de desastres naturales, Grupo Herdez tiene un programa mensual de donación al Banco de Alimentos (AMBA).

Cuadro de donaciones al Banco de Alimentos 2008

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
Compañía Comercial Herdez S.A. DE C.V.	33,541	65,747	71,201	30,464	76,134	76,134
Barilla Mexico S.A. DE C.V.	31,539	350,410	283,717	164,341	17,393	17,393
Mccormick De Mexico S.A. DE C.V.	53,507	20,874	42,227	4,216	328,789	328,789
Grupo Bufalo S.A. DE C.V.	3,794	8,292	9,162	22,827	37,786	37,786
Miel Carlota S.A. DE C.V.	24,769	1,246	1,136	34,267	9,705	9,705
Herdez S.A. DE C.V.	86,500	773,106	5,682,063	2,837,393	1,174,188	1,174,188
Mel Alimentos S.A. DE C.V.	522	1,181	794	-	1,085	1,085
Solo Doña María S.A. DE C.V.	-	759	-	289	302	302
Total general	234,173	1,221,615	6,090,300	3,093,797	1,645,383	1,645,383

	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Compañía Comercial Herdez S.A. de C.V.	120,835	149,455	86,140	43,304	88,429	120,390	961,773
Barilla Mexico S.A. de C.V.	797	10,859	6,390	11,821	31,179	103,617	1,029,456
Mccormick De México S.A. DE C.V.	83,488	19,022	26,054	59,725	52,510	277,919	1,297,122
Grupo Bufalo S.A. DE C.V.	256	26,675	2,036	785	2,679	834	152,910
Miel Carlota S.A. DE C.V.	-	669	13,362	67,861	121,291	3,398	287,412
Herdez S.A. DE C.V.	726,890	214,570	560,243	23,860	103,138	17,092	13,373,231
Hormel Alimentos, S.A. de C.V.	-	-	1,090	185	929	4,860	11,731
Solo Doña María S.A. de C.V.	302	-	935	-	667	1,613	5,168
Corfuerte, S.A. DE C.V.	-	16,155	48,021	2,472	113,358	60,650	260,656
Total general	932,568	437,406	744,270	230,011	514,181	590,374	17,379,460

ALIANZAS CON OTRAS ORGANIZACIONES

Para cumplir con estos objetivos, Fundación Herdez ha establecido alianzas estratégicas con instituciones de gran prestigio en el país tanto del ámbito público como del privado.

Durante el 2008, la fundación trabajó en equipo con estas organizaciones, gracias a lo cual se logró cumplir con las metas establecidas.

Fecha	Institución	Datos	Comentarios adicionales
	Centro Mexicano para la Filantropía CEMEFI	Asociado	Socio Fundador
2000	Fomento de Nutrición y Salud A.C.	Consejo Consultivo	Hasta hoy fecha
2000	Museo Franz Mayer	Préstamo de piezas para exposición en Galería Nuestra Cocina Duque de Herdez	Hasta hoy fecha
2000	Museo de Antropología e Historia	Préstamo de piezas para exposición en Galería Nuestra Cocina Duque de Herdez	Hasta hoy fecha
2004	Universidad Claustro de Sor Juana	Prestación de programas de formación en las practicas profesionales o servicio social	Hasta hoy fecha
Marzo	UNAM / Programa Universitario de Alimentos PUAL	Dieta Sana en Vida Sana	Curso a distancia por TV
Marzo	ORF (Information Sintendanz Fernsehen)	Programas educativo, noticioso e informativo transmitido en Austria y Europa Central	Grabación en instalaciones
Abril	Universidad del Valle de México S.L.P.	QUADERNOS DE COSINA DE BARIOS GUIZADOS	Curso
Abril	Gobierno del Estado de San Luis Potosí	QUADERNOS DE COSINA DE BARIOS GUIZADOS	Curso
Abril	Festival del Centro Historico A.C.	HISTORIAS DE SABOR, COCINANDO EN CASA DE LOS CONQUISTADORES	Taller infantil
Mayo	Catedral Metropolitana	Concierto de la Orquesta de la Cámara de la Ciudad de México A.C.	Apoyo en tramite/ 40 Aniversario
Mayo	Consejo Internacional de Museos ICOM	Visitas especiales por el día Internacional de Museos	Miembro institucional
Junio	Red de Museos / SEP	Iluminarte, los caminos de la luz	Promocion Nacional de Cultura de verano
Julio	Barilla	Cenas Barilla "Un momento extraordinario "	Apoyo Logístico
Agosto	Fideicomiso del Centro Historico	Participacion mejoras de la Ciudad / Poligono Moneda "Planteamiento de solución a la problemática de Plaza Seminario"	Reunio de vecinos de Moneda
Septiembre	Cómite Mexicano para la Conservación del Patrimonio Industrial A.C.	"V Encuentro Mexicano para la Conservación del Patrimonio Industrial"	Apoyo para la realización /Especie y Visitas Guiadas
Septiembre	SEP / Grabación por televisión educativa (DGTVE)	Programa infantil "El viaje de Waldo"	Grabación en instalaciones
Octubre	Restaurante "El Cardenal" / Food Service Herdez	Lanzamiento "Lotería de algunos utensilios, alimentos en su estado natural y platillos de la comida mexicana"	Rescate y promoción del juego de Loteria Mexicana / Cocina Mexicana
Octubre	Caritas de la Ciudad de México	Entrega de Reconocimiento a Fundación Herdez por su apoyo activo en en el desarrollo comunitario y caritativo	Caso Desastres Naturales
Noviembre	Intituto de la juventud / Gobierno del Distrito Federal	Apoyo visitas Guiadas Proyecto " Animadores turísticos Juveniles del Centro Histórico"	Apoyo visitas guiadas Galería Nuestra Cocina Duque de Herdez
Diciembre	Secretaria de Turismo	"Los museos cerca de ti"	Participación en la 2da exposición fotográfica de la Ciudad de México Colocación de mampara



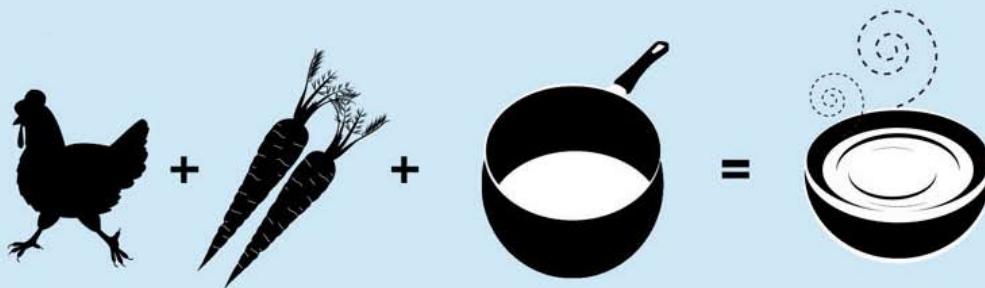
PROGRAMA HERDEZ NUTRE

Según cifras de la Organización Mundial de la Salud (OMS), más de la cuarta parte de las personas que padecen desnutrición en el mundo son niños menores de cinco años provenientes de países en desarrollo, de los cuales el 75% padecen desnutrición severa. La OMS afirma que más de la mitad de estos casos fatales podrían haberse evitado a tiempo a través de programas especializados en salud nutricional.

Con el fin de apoyar de manera específica y focal a grupos de mujeres y niños marginados de zonas rurales con altos índices de desnutrición en México, creamos en 2006 el Programa Herdez Nutre en la sierra y costa del estado de Oaxaca.

La misión de Herdez Nutre es ser el mejor programa de responsabilidad social para la capacitación y mejora de la nutrición de niños y madres en zonas marginadas del país, integrando la participación de la empresa, los empleados, los clientes y los consumidores.

Para lograrlo, emprendemos acciones de combate a la desnutrición difundiendo en las comunidades información y orientación personalizada sobre temas relacionados con la alimentación, e impulsando proyectos de desarrollo sustentable dentro de las mismas.



Así de fácil. Tú pon un sarten, y ellos se nutren.

Colabora con Herdez Nutre en la colecta de utensilios de cocina, del 15 de mayo al 15 de junio, y ayúdanos a mejorar las condiciones de nutrición de niños oaxaqueños de escasos recursos.



¿POR QUÉ TRABAJAMOS EN OAXACA?

Decidimos iniciar nuestras actividades en la costa y la sierra de Oaxaca pues estas regiones presentan las tasas más altas de mortalidad materno-infantil del país, debido en gran medida, a problemas relacionados con la desnutrición y las enfermedades gastrointestinales infecciosas.

Varios factores contribuyen a crear estas condiciones, entre ellos, la falta de infraestructura sanitaria en un ambiente rural densamente contaminado debido al fecalismo aéreo y al mal manejo de la basura, un índice bajo de suministro de agua entubada, y un nivel muy pobre de educación entre las madres, lo que les impide mejorar la alimentación de sus familias. Oaxaca es el estado con mayor número de etnias en el país, y el alto porcentaje de mujeres que hablan únicamente alguna lengua indígena restringe su acceso a información de salud preventiva y de cuidado nutricional.

Las estadísticas sobre desnutrición en el estado son estremecedoras. Se calcula que de los cien municipios con mayores problemas de desnutrición en nuestro país, 45 se encuentran en Oaxaca y son mayoritariamente indígenas.

Para dar apoyo a las comunidades que conforman estas regiones del territorio oaxaqueño, trabajamos en conjunto con el Centro de Capacitación Integral para Promotores Comunitarios, A.C., mejor conocido por sus siglas, CECIPROC.

¿QUÉ ES CECIPROC?

CECIPROC es un organismo interinstitucional dependiente del Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán (INNSZ), cuyos principales objetivos son promover la salud comunitaria, proteger el ambiente y mejorar la alimentación, particularmente en el contexto rural. Trabaja principalmente en el estado de Oaxaca para crear un modelo innovador de capacitación en las áreas de salud, nutrición, ecología, educación y proyectos comunitarios para el desarrollo sustentable.

El éxito del modelo radica en que conserva al mismo personal que se capacitó en la comunidad hace más de 15 años.

Estos promotores, hoy ampliamente experimentados, han reproducido el modelo dentro y fuera de sus comunidades.





Entre sus objetivos específicos se encuentran:

- *Disminuir los índices de desnutrición de niños y niñas en edad preescolar y de mujeres embarazadas y en período de lactancia.*
- *Abatir las cifras de mortalidad y de las enfermedades más comunes que se presentan en las zonas de influencia.*
- *Promover la participación comunitaria mediante procesos de sensibilización-reflexión-acción.*
- *Utilizar racionalmente los recursos naturales localmente disponibles con énfasis en la preservación y el cuidado del ambiente.*
- *Crear infraestructura física para implementar proyectos de desarrollo comunitario.*

Herdez Nutre decidió sumarse a los esfuerzos de CECIPROC por la calidad de sus propuestas, por el desarrollo minucioso de sus programas y por la mensurabilidad de sus resultados. Desde un principio, Herdez Nutre reconoció en CECIPROC una propuesta viable contra la desnutrición, con la ventaja de que cuenta con el respaldo del prestigioso INNSZ, una de las instancias gubernamentales más estables y confiables del país en materia de salud pública.

El Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán, lleva el nombre del destacado médico que lo fundó en 1946, y es uno de los once institutos nacionales dependientes de la Secretaría de Salud. Implementa proyectos de educación e investigación científica en prácticamente todas las especialidades médicas y además ofrece servicios de consulta, atención médica e internación para cientos de miles de pacientes al año.





NUESTROS EJES DE ACCIÓN CON CECIPROC

Desde que arrancamos en 2006 y hasta la fecha, trabajamos con las familias de ocho comunidades en la sierra norte y costa de Oaxaca.

Partiendo de un diagnóstico nutricional de las familias, a través de la técnica de antropometría, se desarrolló un plan de trabajo bajo cuatro ejes fundamentales:

1. Talleres de Capacitación:

Se imparten cursos a las madres de familia con el fin de crear consciencia de la importancia de la alimentación para la salud así como para cambiar sus hábitos alimenticios.

De igual manera, se les capacita para que puedan realizar diagnósticos nutricionales de sus hijos y conozcan su estado nutricional.

2. Material Didáctico:

Se crea material sobre obesidad, sobrepeso, y otras enfermedades causadas por la mala alimentación y se difunde en las comunidades.

3. Monitoreo Nutricional:

Se lleva a cabo un diagnóstico periódico para revisar los avances en el estado nutricional de las familias.

4. Empresas Sociales:

Se emprenden proyectos productivos para la generación de ingresos locales que a su vez coadyuvan a la mejor alimentación de las familias, y fomenten la autosuficiencia de las mujeres, de manera que puedan mantenerse durante el período en que sus esposos parten a la pizca de café.



Las actividades realizadas en estos rubros en el 2008 fueron:

- Construcción de 40 estufas ahorradoras de leña.
- Producción de hortalizas con abono y fertilizantes de los sanitarios ecológicos.
- Uso de abonos orgánicos vs abonos químicos.
- Orientación alimentaria, sobrepeso y obesidad.
- Talleres culinarios de repostería y conservas de alimentos.
- Taller "Administrando el Negocio".
- Evaluación del juego de "Serpientes y Escaleras" con escolares y madres de familia.
- Elaboración de material sobre Sobrepeso y Obesidad y sus complicaciones, tales como Diabetes, Hipercolesterolemia, Hipertensión Arterial e Hiperlipidemias, en conjunto con alumnos de la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco.
- Exposición del material en un taller a los Promotores de CECIPROC, para su conocimiento, opinión, adaptaciones y posterior rediseño.
- Puesta en marcha de una rosticería.
- Presentación del Programa CECIPROC y HERDEZ NUTRE en la Universidad de Guanajuato. - En el marco del Día Mundial de la Alimentación, la Universidad de Guanajuato organizó el Simposium "Aspectos Sociales de la Alimentación" en el cual fue presentado el Proyecto.
- Asistencia a la rueda de prensa organizada en el Jardín Botánico de la UNAM, en la cual se presentó el Proyecto de Oaxaca.

COMITÉ HERDEZ NUTRE



Para asegurarnos de darle un seguimiento adecuado a tan importante labor, conformamos un comité dedicado exclusivamente a revisar los objetivos y resultados de este programa.

Este comité está conformado por líderes de diferentes áreas de la empresa como mercadotecnia, soporte técnico, finanzas, logística, operaciones, producción y ventas entre otras, y se reúne cada 6 meses. Cabe mencionar que en febrero de 2008 emitió su primer Informe de Resultados.



Este comité tiene la función de dar seguimiento a todas y cada una de las actividades del programa, así como del cabildeo y gestión con algunas instancias públicas y/ o privadas, para crear alianzas que beneficien a las comunidades que apoyamos.

En 2008, durante una junta del comité, se detectó la necesidad de crear un programa que promoviera y fomentara el bienestar de nuestros colaboradores. Vive Mejor Herdez Nutre es un programa integral basado en comunicación, alimentación, ejercicio y capacitación, dirigido a modificar el estilo de vida del empleado hacia hábitos más saludables.

PARTICIPACIÓN Y APOYO DE NUESTROS COLABORADORES

Todas las acciones que llevamos a cabo en las comunidades de Oaxaca, las desarrollamos con el apoyo ya sea de tiempo o recursos por parte de nuestros colaboradores. La respuesta que hemos recibido por parte de todos los que integramos Grupo Herdez ha sido de colaboración y fraternidad.

Para el 2008, los resultados que obtuvimos con el apoyo de nuestros colaboradores fueron:

Período 2008	Campaña	Actividades Internas	Recaudado	Participación
Febrero	Juguetón	Realización del primer informe de resultados, distribuido entre empleados, inversionistas y proveedores.	3,690 cajas de jugo	Empleados
Marzo		Donativo de jugo Ocean Spray a la Sierra y Costa de Oaxaca		
Abril		Donación de juguetes a los niños de las comunidades		
	Estufas	Construcción de estufas ahorradoras de leña en la comunidad Santa Catarina Yahuio	30 estufas	Empleados
Mayo	Colecta de Utensilios de Cocina	Campaña interna de recolección de utensilios de cocina para las comunidades de Oaxaca	400 paquetes de utensilios	Empleados y proveedores
Julio		Taller de capacitación "Administrando mi negocio" a las miembros de las empresas sociales, impartido por el Depto. de Administración	20 personas capacitadas	Empleados
Septiembre	Fiesta Mexicana Herdez	Tercera Fiesta Mexicana Herdez, organizada por el Depto. de Administración, cuyos fondos recaudados fueron donados a CECIPROC, una parte para la construcción de más estufas ahorradoras de leña en la comunidad Santa María Yacochi. La otra parte se utilizará para la construcción de un invernadero en San Francisco Jayacaxtepec.	\$162,000 pesos recaudados	Empleados y proveedores
Anual	Despensas	Despensas entregadas mensualmente	\$34,000	

Para la entrega de los paquetes de utensilios de cocina recaudados, organizamos un viaje a Oaxaca, al cual asistieron varios colaboradores de distintas áreas de la empresa.

Otro grupo de 30 colaboradores se ofrecieron como voluntarios y viajaron a la comunidad Santa Catarina Yahuio para construir 30 estufas ahorradoras de leña.

Del Departamento de Administración, algunos de nuestros colaboradores donaron parte de su tiempo para impartir un taller de capacitación a las miembros de las empresas sociales titulado "Administrando mi negocio".

LOGROS ALCANZADOS

Desde que comenzamos a trabajar a través del programa Herdez Nutre en 2006, hasta el cierre de 2008, hemos logrado disminuir la desnutrición moderada en un 50%, y la desnutrición grave en un 100%, en las familias atendidas.

Nos llena de satisfacción saber que a través de este programa, Grupo Herdez está impactando positivamente a disminuir la desnutrición en una región de México. Sin embargo, no nos daremos por vencidos sino por el contrario, continuaremos con esta labor para poder beneficiar al mayor número de comunidades posibles.

Página de internet de Herdez Nutre: www.herdeznutre.com.mx





57 estufas ahorradoras de leña de 2006 a 2008



Donación de insumos para empresas sociales

12,040 frascos y 10,450 tapas
1,407 paquetes de útiles escolares
1,500 loncheras
1,500 bolsas de mandado
5 toneladas de mantas y ropa

Empresas sociales

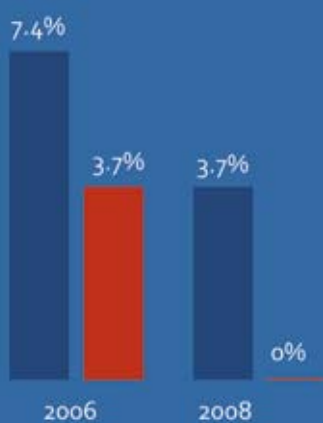
Rosticería
Panadería
Conservas
Criadero de truchas
Caja de ahorro

Página de Internet

www.herdeznutre.com.mx



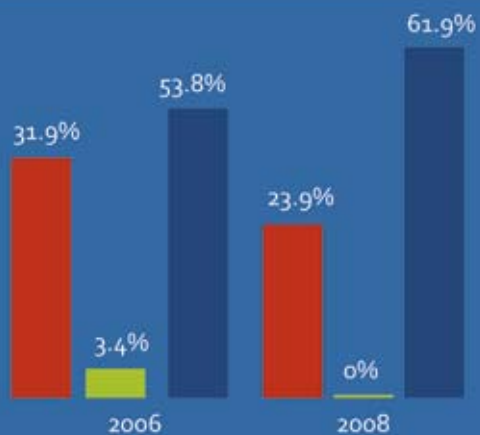
Disminución de la desnutrición



Desnutrición moderada

Desnutrición grave

Peso en adultos



Sobrepeso

Peso bajo

Peso ideal



CREANDO CONSCIENCIA EN LA SOCIEDAD

Parte de la responsabilidad del programa Herdez Nutre es crear consciencia entre sus grupos de interés sobre la gravedad de la desnutrición en México. Es por esto que llevamos a cabo una gran labor de difusión de nuestras actividades de manera que nuestros clientes, empleados, accionistas y proveedores se identifiquen e involucren con nuestra causa.

Para ello, utilizamos distintos medios de comunicación como la página web, la revista interna Hechos con Amor, televisión, radio y medios impresos como periódicos, revistas y suplementos. En el 2008, realizamos las siguientes campañas de promoción:

- Relanzamiento de la página web
- Publicación de resultados en medios impresos
- Participación en el Día de la Nutrición Infantil en la Universidad Iberoamericana
- Campaña en televisión
- Se colocó material punto de venta en anaqueles de productos Herdez en tiendas de autoservicio, en todas las cadenas y plazas durante la pauta en televisión
- Tour Testimonial de promotores oaxaqueños
- Se realizó una conferencia de prensa para comunicar los resultados del programa a dos años
- Bazar navideño de muebles en beneficio de las comunidades oaxaqueñas
- Publicación de boletines mensuales y/o bimestrales en la página web
- Publicación de notas y publirreportajes en suplementos de nutrición y en revistas de Responsabilidad Social
- Publicación constante de actividades y avances del programa en la Revista Hechos con Amor

PARTICIPACIÓN DEL CONSUMIDOR

Finalmente nuestros consumidores juegan un papel decisivo en el éxito de Herdez Nutre, pues al elegir nuestra marca eligen también apoyar las actividades de una compañía responsable, con miras a mejorar considerablemente la calidad nutricional de las familias mexicanas, en especial de las más desprotegidas.

Para hacer partícipes de este esfuerzo a nuestros consumidores, en los meses de abril, mayo y junio, colocamos material de comunicación (POP) en tiendas de autoservicio alrededor de toda la República Mexicana en los anaqueles de productos Herdez, reforzando nuestra campaña de combate a la desnutrición.



COMUNICACIÓN RESPONSABLE

En Grupo Herdez estamos conscientes de la responsabilidad que conlleva nuestra mercadotecnia y publicidad en la formación de valores y estándares de consumo y comportamientos de la sociedad. Es por ello que dentro de nuestra comunicación contemplamos la creación de mensajes positivos para la comunidad tanto interna como externa, para de esta manera contribuir con el desarrollo sustentable.

Para ello, creamos un Adendum al Contrato de Servicios de Comunicación con el fin de proporcionar a todas las áreas involucradas, las directrices bajo las cuales se rige Grupo Herdez en materia de comunicación y publicidad, en congruencia con su Código de Ética y su responsabilidad social.



ACTUACIÓN AMBIENTAL

GRUPO HERDEZ COMPROMETIDO
CON LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL



Como parte de la responsabilidad social de Grupo Herdez, está nuestro compromiso ambiental de realizar acciones consistentes que aseguren el control de los procesos, productos y operaciones, para la reducción o eliminación de emisiones contaminantes en materia de aire, agua y residuos, a la vez de hacer un uso racional y eficiente del agua y energía, que favorezcan nuestro entorno y medio ambiente, además de cumplir la normatividad vigente en esta materia.

Para tales efectos se implementó un Sistema de Administración Ambiental, que ha ayudado a establecer indicadores para lograr una mejora continua y asegurar el entendimiento de roles, responsabilidades y expectativas de todos los involucrados en las tareas ambientales y, al mismo tiempo, cumplir con las normas.

INVERTIMOS EN EL MEDIO AMBIENTE

Grupo Herdez ha destinado tiempo y recursos tanto humanos como materiales, en esta importante tarea. Durante el 2008, nuestra inversión ambiental fue de \$13,078,320.22, la cual se orientó hacia cinco grandes rubros:

1. Estudios/análisis (CRETIB, NOM-004-SEMARNAT, inventario de emisiones, análisis agua residual, ruido perimetral, auditorías externas, etc.).
2. Gastos de operación de la Planta de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR).
3. Capacitación (tratamiento agua, manejo RP, actualización normativa, etc.).
4. Apoyo social/comunitario (Ponte las Pilas, participación eventos, etc.).
5. Iguales por consultoría.

REUTILIZACIÓN DE MATERIALES

Como parte de sus operaciones, en Grupo Herdez se utilizan gran cantidad de materiales, desde bolsas de plástico hasta latas de aluminio y envases tetra pack. Por ello, nos esforzamos en darle el mejor uso posible.

De las 110,912.90 toneladas de materiales que se emplearon, 807.43 fueron reutilizadas. Es decir, el porcentaje de materiales valorizados fue de 0.73%, en contraste con el 0.66% del año anterior, logrando un incremento del 0.7%.

Se infiere que la mayoría de los materiales empleados formaron parte integral del producto y sólo una mínima cantidad se produjo como residuo. Los materiales con mayor volumen valorizado fueron:

- Tarimas de madera 27%
- Costales de papel 15%
- Cartón para encartonado 16%
- Plástico emplaye



Como parte del proyecto de recuperación de PET que tiene ECOCE, del cual Grupo Herdez es socio, cada año emitimos un reporte que establece la cantidad de Kg de PET de post-consumo acumulado.

Durante el 2008, en todo el Grupo acumulamos 1,384.36 toneladas de PET, con un valor de \$426,386.85. Esta cantidad, en comparación con el año anterior, representa un incremento del 57%.

DISMINUCIÓN DE RESIDUOS Y EMISIONES

En Grupo Herdez se generan diversos tipos de residuos, según la clasificación establecida en la normatividad, esto es, residuos peligrosos, de manejo especial y sólidos urbanos, dando prioridad también a la reducción en la generación de todos estos y en la valorización de aquellos que son susceptibles de re-uso/reciclo.

En el 2008, se generaron 7,647.88 toneladas de residuos, de los cuales:

- El 4.36% corresponde a residuos peligrosos.
- El 5.39% corresponde a residuos de manejo especial.
- El 90.23% corresponde a residuos sólidos urbanos.

Del total de residuos generados en el 2008, el 9.51% fueron reciclados.

Generación total de emisiones al aire durante el año 2008			
Directas	Fuentes fijas	34,299.6	CO ₂ generado como contaminante directo
		22,459.81	CO ₂ estimado por su equivalencia en la generación de N ₂ O, ver notas
		5.20	CO ₂ estimado por su equivalencia en la generación de CH ₄ , ver notas
	Fuentes móviles	16,707.20	CO ₂ generado como contaminante directo
		73,471.81	
Indirectas	Energía eléctrica	24,744.08	
	Gran total	98,215.89	
Emisiones de otros contaminantes en toneladas directas			
Directas	72.45	N ₂ O	
	0.25	CH ₄	
	5.53	CO	
	2544.97	SO ₂	
	339.309	Partículas suspendidas	
El dato de 73,471.81 toneladas de CO₂ emitidos a la atmósfera, considera la conversión de las toneladas de N₂O y CH₄ a equivalentes de carbono, por lo que sería erróneo sumar todas las emisiones aquí manifestadas para obtener un volumen total de emisión. Los factores de emisión fueron tomados de la bibliografía del protocolo de GHG. Se consultó el gwp: factor potencial de calentamiento global por su siglas en inglés para convertir emisiones de gases de efecto invernadero (gei) distintas a las de CO₂, en emisiones equivalentes a CO₂ (o sea, co2equiv). El potencial de calentamiento global para: El CH₄ es 21, es decir, cada gramo de CH₄ es equivalente a 21 gramos de CO₂, El N₂O es 310, es decir, cada gramo de N₂O es equivalente a 310 gramos de CO₂, El SO₂, por no ser GEI, no puede ser transformado a unidades de CO₂ equivalentes y se reporta por separado.			



AHORRO EN EL CONSUMO DE ENERGÍA

Para el desarrollo de nuestras actividades de producción, dentro del consumo directo de energéticos en las plantas de Grupo Herdez utilizamos combustible de tipo gas natural como fuente primaria, teniendo un mínimo impacto ambiental. Como fuente secundaria se utilizan gas LP, combustóleo y diesel, todas estas incluyendo al gas natural, dentro de nuestros procesos de fuentes fijas. Para fuentes móviles se consumen como fuentes secundarias: gasolina magna, diesel marino y gas avión, las cuales son vitales en la producción en las etapas iniciales o intermedias de la fabricación de nuestros bienes.

Siendo el consumo indirecto aquel que utilizamos para los procesos productivos, dentro de esta línea se consume energía eléctrica.

Consumo directo de energía			
Equipos de consumo fijos	Por fuentes primarias	Gas natural	4,989,855.97
	Por fuentes secundarias	Gas lp (m³)	70.61
		Combustóleo (m³)	8,709.85
		Diesel (m³)	454.59
		Total	9,235.05
Equipo de consumos móviles	Por fuentes secundarias	Gasolina magna (m³)	392.90
		Diesel (m³)	5,640.30
		Gas avión (m³)	119.50
		Total	6,152.70
Consumo indirecto de energía			
	Energía eléctrica	Demanda Máxima facturable	165.818.15
		Consumo total (energía + demanda)	45,146,880.15
Nota: Para consumos indirectos no se emplean energías de fuentes primarias			

Cabe resaltar que a principios de 2008 comenzamos a implantar proyectos de ahorro de energía en diversas plantas. Muestra de ello es la Planta Barilla, en la cual se instaló un sistema ahorrador de gas natural en sus calderas y equipo de combustión.

En la Planta México se encuentra en proceso la posible implantación de un proyecto para el ahorro de energía. Esta iniciativa se encuentra en etapa de análisis, para el cual se formó un grupo multidisciplinario de los departamentos de Mantenimiento, Producción y Administración.



El propósito es disminuir el consumo real de energía eléctrica, que actualmente representa el 5.2% en relación a los gastos totales de la Planta.

Real 2008	4'389,957
Objetivo	4'170,459
Disminución	219,498

Por otra parte, en el 2008 se celebró un contrato para la construcción y operación de una central eoloelectrica en la región del Istmo de Tehuantepec, en el estado de Oaxaca, México. De esta manera se asegurará la generación y suministro de energía eólica para las plantas de Grupo Herdez.

CONSUMO RESPONSABLE DEL AGUA

El agua que utiliza la empresa para operar lo obtiene de tres fuentes:

1. Subterráneas (pozos)

Industrias, México, ADB, Barilla, McCormick y Chiapas.

2. Superficiales

La Corona y Santa Rosa.

3. Red Municipal

Las plantas que la utilizan son Barilla-McCormick, Revolución, México y Grupo Colibrí.

En el 2008, el consumo total de agua extraída de todas estas fuentes fue de 1, 126,921.50 m³, directamente de bienes nacionales se consumió sólo el 41% del volumen concesionado. Al no haber evidencia de un impacto significativo en la captación del agua que se consume, se presume que la explotación y uso de la misma se ha dado de manera racional, eficiente y controlada.

Actualmente, todas las plantas del Grupo cuentan con sistemas de tratamiento de aguas residuales, teniendo como objetivo a futuro, reciclar la mayor cantidad posible de este vital insumo. En algunos de dichos sistemas, se está evaluando la implementación de proyectos de mejora y/o crecimiento.



CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN

Con el fin de sensibilizar a los colaboradores y la sociedad en general sobre el tema del agua, realizamos campañas de ahorro mediante las cuales se conscientizó al personal de las plantas en diversas formas. Para proponer mejoras y darle seguimiento a esta labor se instauró en algunas plantas un equipo multidisciplinario denominado "Ahorro de Agua y Vapor".

Como parte de la labor de promover una nueva cultura ambiental, en algunas plantas de Grupo Herdez llevaron a cabo la Semana de Control Ambiental, Seguridad e Higiene, durante la cual se realizaron actividades tales como la proyección al personal del documental "La Verdad Incómoda" y una campaña de donación de arbolitos.

Asimismo, nos sumamos a la campaña de la Semana Nacional de la Conservación organizada por la SEMARNAT. Se publicaron en los periódicos murales de diversas instalaciones del grupo una serie de trípticos y carteles referentes a dicho tema.

En 2008, Grupo Herdez participó en la campaña "Ponte las Pilas", organizada por la Dirección de Ecología y Aseo Público del Ayuntamiento de San Luis Potosí, por la cual recibimos un reconocimiento. La empresa también fue reconocida por su colaboración en otro programa de recolección de pilas con la Delegación Azcapotzalco, en el Distrito Federal.

CUIDADO DE NUESTRO ENTORNO

De acuerdo con la filosofía del Grupo, todos sus buques de pesca cuentan con procesos y redes especiales para la captura de atún, las cuales permiten la liberación de los delfines y tortugas sin daño alguno.





1.- Las embarcaciones realizan maniobras de retroceso para la liberación de especies de tortugas u algunas especies de mamíferos que caigan accidentalmente en las redes.

2.- Para la captura del atún, durante la pesca en las embarcaciones van biólogos autorizados por la SEMARNAT para supervisar y, en su caso, detener de manera inmediata las actividades de pesca si observan la captura irresponsable de algún individuo de fauna acompañante.

3.- Si por alguna razón una tortuga queda atrapada en las redes, los buzos se sumergen y las liberan inmediatamente a fin de evitar que mueran o que sean llevadas a la embarcación y aprovechadas por los marineros a bordo, evitando de esta forma el arribo de especies marinas protegidas o fauna de acompañamiento expuesto a la captura accidental.

De igual forma, en las operaciones agrícolas se prohíbe el uso de pesticidas e insecticidas que dañen la flora y la fauna del lugar.



EMPAQUES ECOLÓGICOS

Grupo Herdez ha participado en diversas reuniones con motivo de avanzar en la iniciativa "Logística Verde", para la reducción de costos en materiales de empaque, de la cual Wal-Mart es promotor. La Planta Herdez San Luis ya comenzó a trabajar en estos proyectos para lograr una evolución de sus empaques de manera que sean ecológicos y reciclables.

Cabe mencionar que durante el 2008 no se presentaron multas ni sanciones de ningún tipo, o en este caso, por incumplimiento de la normativa ambiental



TRANSPORTE

Grupo Herdez cuenta con una flotilla formada por cuatro tráileres y veinte tractocamiones doblemente articulados (fulles), de los cuales el 100% utiliza diesel.



Transporte			
Indicadores		Datos	
Número de vehículos de la flotilla (si aplica, porcentaje de los que son de gas y eléctricos)		4 trailers y 20 Fulles, todos de diesel	
No. de kilómetros que recorren los vehículos.	Flota Herflot		
	Km diarios	2730	2730
	Km mensuales	54,600	54,600
	Km anuales	655,200	655,200
* Datos tomados de 2008, sólo del transporte que hace movimientos intercedis			

ÍNDICE DE CONTENIDOS DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)



1. Estrategia y análisis	
1.1 Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización	5
1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	11, 12, 19
2. Perfil de la organización	
2.1 Nombre de la organización.	52
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios.	18
2.3 Estructura operativa de la organización.	16, 17
2.4 Localización de la sede principal de la organización.	52
2.5 Número de países en los que opera la organización.	18
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	18
2.7 Mercados servidos	18
2.8 Dimensiones de la organización informante:	
• Número de empleados	20
• Ventas netas	18
• Capitalización total, desglosada en términos de deuda y patrimonio neto	-
• Cantidad de productos o servicios prestados	18
2.9 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización:	
• La localización de las actividades o cambios producidos en las mismas, aperturas, cierres y ampliación de instalaciones; y	11
• Cambios en la estructura del capital social y de otros tipos de capital, mantenimiento del mismo y operaciones de modificación del capital (para organizaciones del sector privado)	10
2.10 Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	-
3. Parámetros de la memoria.	
Perfil de la memoria.	
3.1 Periodo cubierto por la información contenida en la memoria	11
3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente.	-
3.3 Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	-
3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	52
Alcance y cobertura de la memoria.	
3.5 Proceso de definición del contenido de la memoria, incluido:	
• Determinación de la materialidad	-
• Prioridad de los aspectos incluidos en la memoria	11
• Identificación de los grupos de interés que la organización prevé que utilicen la memoria	-
3.6 Cobertura de la memoria.	5
3.7 Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	-
3.8 La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos	-
3.9 Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos,	-
3.10 Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores,	-
3.11 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	-
Índice del contenido del GRI.	-
3.12 Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la memoria.	46-49
Verificación.	
3.13 Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria.	50-51
4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés.	
Gobierno.	
4.1 La estructura de gobierno de la organización,	14-15
4.2 Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo	14
4.3 En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	14-15
4.4 Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	15-16

4.5 Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	15		Aspecto: Presencia en el mercado. ADIC EC5 Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	-
4.6 Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	14		PRIN EC6 Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	-
4.7 Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	-		PRIN EC7 Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	-
4.8 Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	13		Aspecto: Impactos económicos indirectos. PRIN EC8 Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	25-26
4.9 Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	-		ADIC EC9 Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	25-37
4.10 Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	-		Dimensión ambiental Indicadores del desempeño ambiental	
Compromisos con iniciativas externas.			Aspecto: Materiales.	
4.11 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	-		PRIN EN1 Materiales utilizados, por peso o volumen.	39
4.12 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	25-37		PRIN EN2 Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	39
4.13 Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya y:	17		Aspecto: Energía.	
Participación de los grupos de interés.			PRIN EN3 Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	41
4.14 Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	5		PRIN EN4 Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	41
4.15 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	-		ADIC EN5 Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	-
4.16 Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	-		ADIC EN6 Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	41-42
4.17 Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	-		ADIC EN7 Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	41-42
5. Enfoque de gestión e Indicadores de desempeño.			Aspecto: Agua.	
Dimensión económica Indicadores del desempeño económico.			PRIN EN8 Captación total de agua por fuentes.	42
Aspecto: Desempeño económico.			ADIC EN9 Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	42
PRIN EC1 Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	18		ADIC EN10 Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	-
PRIN EC2 Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	19		Aspecto: Biodiversidad.	
PRIN EC3 Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	20-21		PRIN EN11 Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados, de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	n/a
PRIN EC4 Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	n/a		PRIN EN12 Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	n/a
			ADIC EN13 Hábitats protegidos o restaurados.	n/a
			ADIC EN14 Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	43-44

ADIC EN14 Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	43-44	Aspecto: Relaciones empresa/trabajadores.	
ADIC EN15 Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.	n/a	PRIN LA4 Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	4
Aspecto: Emisiones, vertidos y residuos.		PRIN LA5 Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	-
PRIN EN16 Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	40	Aspecto: Salud y seguridad en el trabajo.	
PRIN EN17 Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	40	ADIC LA6 Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud en el trabajo.	20
ADIC EN18 Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	-	PRIN LA7 Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	20
PRIN EN19 Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	-	PRIN LA8 Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	20
PRIN EN20 NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	40	ADIC LA9 Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	-
PRIN EN21 Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	42	Aspecto: Formación y educación.	
PRIN EN22 Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	40	PRIN LA10 Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	-
PRIN EN23 Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	n/a	ADIC LA11 Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	21
ADIC EN24 Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	40	ADIC LA12 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	-
ADIC EN25 Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	n/a	Aspecto: Diversidad e igualdad de oportunidades.	
Aspecto: Productos y servicios.		PRIN LA13 Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	-
PRIN EN26 Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	39-45	PRIN LA14 Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	-
PRIN EN27 Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	39-40	Derechos Humanos	
Aspecto: Cumplimiento normativo.		Indicadores del desempeño de Derechos Humanos.	
PRIN EN28 Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	n/a	Aspecto: Prácticas de inversión y abastecimiento.	
Aspecto: Transporte.		PRIN HR1 Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	-
ADIC EN29 Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	45	PRIN HR2 Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	-
Aspecto: General.		ADIC HR3 Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	-
ADIC EN30 Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	39	Aspecto: No discriminación.	
Dimensión social		PRIN HR4 Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	-
Indicadores del desempeño de Prácticas laborales y ética del trabajo		Aspecto: Libertad de asociación y convenios colectivos.	
Aspecto: Empleo.		PRIN HR5 Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	-
PRIN LA1 Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	20		
PRIN LA2 Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	20		
ADIC LA3 Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	20		

Aspecto: Explotación infantil. PRIN HR6 Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	19	
Aspecto: Trabajos forzados. PRIN HR7 Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	19	
Aspecto: Prácticas de seguridad. ADIC HR8 Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	-	
Aspecto: Derechos de los indígenas. ADIC HR9 Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	-	
Aspecto: Sociedad. PRIN SO1 Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	28-35	
Aspecto: Corrupción. PRIN SO2 Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción. PRIN SO3 Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización. PRIN SO4 Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	-	
Aspecto: Política pública. PRIN SO5 Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying". ADIC SO6 Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	-	
Aspecto: Comportamiento de competencia desleal. ADIC SO7 Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	-	
Aspecto: Cumplimiento normativo. PRIN SO8 Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	-	
Responsabilidad sobre productos. Indicadores del desempeño de la Responsabilidad sobre productos.		
Aspecto: Salud y seguridad del cliente. PRIN PR1 Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	-	
Aspecto: Etiquetado de productos y servicios. PRIN PR3 Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	-	
ADIC PR4 Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	-	
ADIC PR5 Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	25	
Aspecto: Comunicaciones de marketing. PRIN PR6 Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	37	
ADIC PR7 Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	-	
Aspecto: Privacidad del cliente. ADIC PR8 Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	-	
Aspecto: Cumplimiento normativo. PRIN PR9 Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	-	

Al H. Consejo de Administración de
Grupo HERDEZ, S.A.B. de C.V.
Presente

ALCANCE

Promotora ACCSE, S.A. de C.V. ha realizado, a petición de Grupo HERDEZ, S.A.B. de C.V., una verificación limitada independiente de su Reporte Social 2008.

El alcance de la verificación incluye el texto y datos contenidos únicamente en el documento referenciado; las opiniones contenidas en el documento verificado y su elaboración son responsabilidad del Grupo HERDEZ.

INDEPENDENCIA

Nuestro trabajo consiste en emitir una opinión responsable sobre la fiabilidad de la información contenida, mediante la obtención de evidencias adecuadas y suficientes para tal objetivo.

METODOLOGÍA DE VERIFICACIÓN

La verificación revisó la adaptación de los contenidos a la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad versión 3, del Global Reporting Initiative (G3).

La verificación se llevó a cabo de acuerdo con la norma establecida por la International Auditing and Assurance Standard Board, a través de la International Standard on Assurance Engagements 3000 (ISAE3000), correspondiente a verificaciones limitadas.

La verificación fue realizada en oficinas corporativas de Grupo HERDEZ, S.A.B. de C.V. ubicadas en Monte Pelvoux # 215, Col. Lomas de Chapultepec, México, D.F. CP11000, llevándose a cabo inspecciones:

- Físicas, mediante observación in situ.
- Documentales, mediante revisiones de registros.
- Testimoniales, a través de entrevistas con el personal.

RECOMENDACIONES

El Reporte Social 2008 de Grupo HERDEZ presenta a nuestro juicio las siguientes áreas de oportunidad:

- Incluir en la información económica, el desglose de los costos de pago a proveedores así como salarios y prestaciones al personal.
- Reportar el impacto de las inversiones y servicios prestados para el beneficio público, de todos sus programas sociales (exceptuando el Programa Herdez Nutre, no se reportan indicadores de impacto de ningún otro programa social).
- Reportar, en caso de existir, los mecanismos para evaluar el desempeño de la empresa en materia social y ambiental en el máximo órgano de gobierno.
- Reportar los enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés y cuáles son sus principales preocupaciones e intereses.
- En materia laboral, los indicadores presentados carecen de segregación con criterios de diversidad e inclusión social (edad, sexo, pertenencia a minorías y/o localidad de origen).
- Desglosar el impacto en horas, inversión y aprovechamiento, de los programas de capacitación al personal.
- Detallar las acciones de atención a clientes, distribuidores y consumidores (desglose de casos de atención, porcentaje de solución, resultados de encuestas de satisfacción y acciones emprendidas)
- Reportar el impacto ambiental de sus distintos medios de transporte así como las iniciativas emprendidas para mitigarlo.
- Reportar el número de empleados y horas invertidas por su parte en programas sociales.

CONCLUSIONES

No se cuenta con evidencia que haga notar diferencias y contradicciones de la información, por ello consideramos que, el Reporte Social 2008 de Grupo HERDEZ, S.A.B. de C.V., contiene datos fidedignos y éstos representan de manera coherente los resultados para el período informado.

- En nuestra calidad de Verificadores Independientes declaramos que, el Reporte Social 2008 de Grupo HERDEZ, S.A.B. de C.V., corresponde a un nivel B+, de acuerdo al nivel de aplicación referido en la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad 3, del Global Reporting Initiative (G3).

México, D.F. a 13 de abril de 2009.

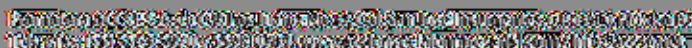
Atentamente,



Eloy Rodríguez Alfonsín

Master en Responsabilidad Social Corporativa, Contabilidad y Auditoría Social

Director@auditoria.com





PARA MAYORES INFORMES POR FAVOR CONTÁCTENOS:

Grupo Herdez S.A.B. de C.V.

Contacto Responsabilidad Social Empresarial
rse@herdezdel fuerte.com

Relaciones Institucionales: Angélica Piña Garnica
apg@herdezdel fuerte.com

Monte Pelvoux No. 215 Col. Lomas de Chapultepec. C.P. 11000. México D.F.
www.grupoherdez.com.mx