



---

**Memoria de Sostenibilidad  
2014**



## Índice

1. COMPROMISO DE LA DIRECCIÓN
2. PERFIL DE LA EMPRESA
3. ESTRATEGIA Y GOBIERNO
  - 3.1. Estructura de gobierno
  - 3.2. Mecanismos de comunicación dentro de la organización
  - 3.3. Relación de los grupos de interés
  - 3.4. Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo
4. PRIORIDADES ESTRATÉGICAS
5. MISIÓN Y VALORES
  - 5.1. Nuestra misión
  - 5.2. Nuestros Valores Corporativos: la base de nuestra estrategia
6. NUESTRA POLÍTICA INTEGRADA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
7. LOS 10 PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL



# 1. COMPROMISO DE LA DIRECCIÓN

Por tercer año consecutivo nos complace presentar nuestra *Memoria de Sostenibilidad* anual en la que damos cuenta del trabajo impulsado por nuestra organización durante estos últimos 12 meses y en la que repasamos uno a uno la situación de los *10 principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas en nuestra actividad diaria*.

Con la elaboración de este trabajo pretendemos comunicar nuestra postura a todo aquel que se interese por nosotros, especialmente a nuestros principales grupos de interés afianzando el vínculo creado entre *HILATURAS FERRE / SOSTENIBILIDAD* y divulgando la imagen de unión e integración entre ambos.

Para nosotros no sólo es una cuestión de imagen, sino la base sobre la que tomar decisiones presentes y futuras ya que nuestra organización sigue manteniendo una apuesta firme por la sostenibilidad en los negocios. La reutilización de productos que de otra forma serían residuos supone una fuerte contribución al medio ambiente.

La fabricación de nuestros productos se realiza mayoritariamente a partir de residuos textiles, los cuales reutilizamos para conseguir hilos de máxima calidad, por tanto el concepto de sostenibilidad se encuentra en nuestro propio ADN.

*HILATURAS FERRE* cuenta con un enorme potencial de futuro en la que además de consolidar estas líneas de actuación emprendidas, nos permitirá continuar el camino iniciado por nuestros predecesores apoyados sobre todo por el elevado grado de compromiso y profesionalidad de todas y cada una de las personas que integran la organización trabajando para ser más competitivos, generando un empleo estable y teniendo como premisa la base de nuestra estrategia corporativa: nuestros valores.

ALFREDO FERRE  
Gerente



## 2. PERFIL DE LA EMPRESA

Actividad principal:

*Fabricación y comercialización de hilados para el sector textil  
con especialidad en fibras recicladas.*

El origen del grupo tiene un fundamento netamente familiar, con actividades dentro el sector textil que se remontan a principios del *SIGLO XX* cuando en 1914 se fundó la primera empresa del grupo: *Hijos de Antonio Ferre, S.A.*, empresa dedicada a la fabricación de tejidos de fibras duras para uso técnico.

*HILATURAS FERRE* se funda en 1947 y desde ese momento hasta hoy en día se ha generado una cultura empresarial basada en cinco pilares fundamentales:

1. La formación del personal como base de todo el proyecto.
2. La apuesta por la calidad.
3. La innovación tecnológica que nos permite conseguir la mejor relación calidad-precio.
4. La especialización en productos basados en materias recicladas y consecuentes con un ideal ecológico y con la garantía del uso de materias saludables.
5. Las alianzas con expertos que nos proporcionen complementariedad.

En la actualidad, tanto en el accionariado como en sus puestos directivos aparecen miembros de la cuarta generación familia.

Actualmente contamos con *81 trabajadores*.

Nuestra empresa está ubicada en:

*Avda. Les Molines, 2,  
03450 Banyeres de Mariola  
Alicante - ESPAÑA  
Telf: +34 966 56 76 72  
[www.hifesa.com](http://www.hifesa.com)*







## SOSTENIBILIDAD COMO VALOR ESTRATÉGICO

Durante los últimos años ha tomado fuerza dentro de la empresa el concepto de sostenibilidad, hasta el punto de que éste se ha integrado como un elemento fundamental de la estrategia empresarial. Consideramos este factor como uno de los grandes valores añadidos de la empresa, y así lo hacemos saber tanto a nuestros trabajadores, como a clientes y proveedores y a todos nuestros grupos de interés en general.

## PASIÓN POR LA CALIDAD Y TECNOLOGÍAS LIMPIAS

Nuestros hilados están fabricados con tecnología de última generación que nos permite conseguir competitividad con un nivel altísimo de calidad. Seguimos trabajando por ser líderes en el mercado e intentamos, con la máxima implicación de nuestro personal, dar cada día el mejor servicio y conseguir la satisfacción de nuestros clientes.

## MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD

Formalizamos la adhesión al *Pacto Mundial de Naciones Unidas* con fecha 23 de Noviembre de 2011 y desde ese año presentamos anualmente nuestra Memoria de Sostenibilidad.

El contenido de la Memoria de Sostenibilidad se va definiendo a través de reuniones internas en las que participan todos los agentes implicados en su elaboración y difusión, siempre tomando el enfoque de la comunicación clara y sencilla de nuestros valores y nuestra situación respecto a los *10 principios del Pacto Mundial* a los que nos adherimos.

El periodo cubierto por la presente Memoria hace referencia al año 2014.

La cobertura de la memoria abarca únicamente a nuestra actividad (*Fabricación y comercialización de hilados para el sector textil con especialidad en fibras recicladas*) y a nuestro centro de producción ubicado en España.

Nuestra facturación durante 2014 ha sido de **13.481.555 €**.

A pesar de la difícil coyuntura económica de los últimos años, la empresa ha continuado apostando fuerte por su responsabilidad social y por *contribuir al desarrollo de una sociedad mejor y más limpia*.





### **3. ESTRATEGIA Y GOBIERNO**



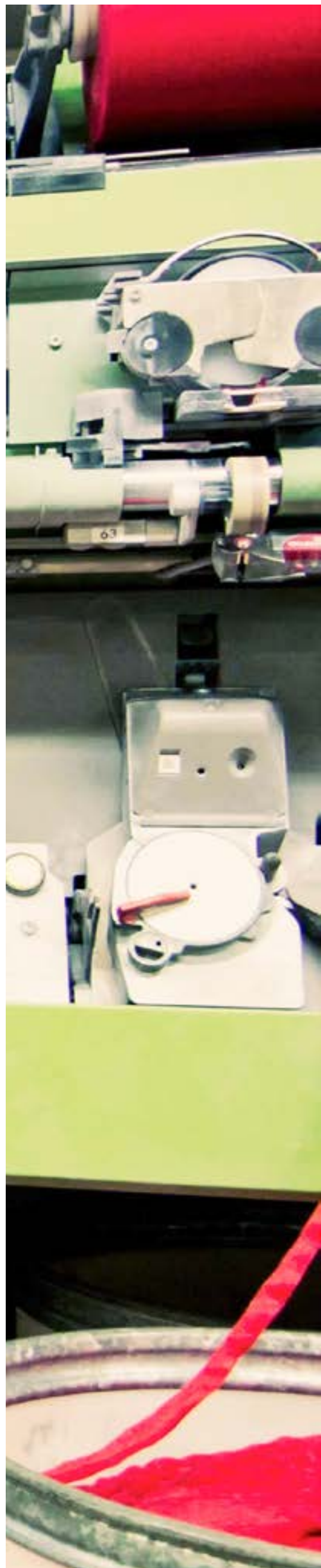
## 3.1. ESTRUCTURA DE GOBIERNO

El máximo órgano de gobierno es el *Consejo de Administración*, nombrado por la *Junta General de Accionistas*, quienes toman las decisiones sobre las prioridades estratégicas que debe seguir la empresa y supervisan su evolución. Todos tienen igualdad de voto, independientemente de si son hombres o mujeres.

El presidente del *Consejo de Administración* es *Alfredo Ferre Miró*, quien no tiene cargo ejecutivo en *HILATURAS FERRE*, siendo el *Director General* de la misma *Alfredo Ferre García*, ambos forman parte del *Consejo de Administración*.

En el Consejo de Administración, hay cuatro vocales representantes del accionariado y dos miembros independientes, entendiendo este como aquel que no tiene un interés económico en la organización.

El Consejo de Administración tiene la responsabilidad directa sobre el desempeño económico, social y medioambiental.





## 3.2. MECANISMOS DE COMUNICACIÓN DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN

La comunicación de las decisiones adquiridas en el Consejo de Administración con la empresa se realiza a través del *Comité de Dirección*, formado por representantes de todas las áreas de la organización.

Los empleados cuentan con el *Comité de Empresa*, como canal de comunicación formal, para poder dirigir su opinión a la Dirección sobre asuntos de interés además de contar con el contacto personal del departamento de *RRHH*, con quienes hay un trato cercano y continuo. Asimismo, existe un *Comité de Seguridad y Salud*, que vela por el cumplimiento de la *Ley de Prevención de Riesgos Laborales*.





### 3.3. RELACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Seguimos con la política de fortalecimiento de la relación con nuestros grupos de interés pues consideremos que nos enriquece y nos permite crecer y mejorar.

- *Empleados*
- *Medio Ambiente*
- *Proveedores*
- *Clientes directos (fabricantes de tejido)*
- *Prescriptores (cadenas de tiendas y marcas)*
- *Accionistas*
- *Filiales*
- *Administración*
- *Asociaciones empresariales*

Seguimos con la política de fortalecimiento de la relación con nuestros grupos de interés pues consideremos que nos enriquece y nos permite crecer y mejorar.

Nuestros grupos de interés hemos tenido en cuenta los siguientes aspectos:

*A) Efecto que tiene nuestra actividad en el entorno teniendo en cuenta aspectos sociales, ambientales y económicos.*

*B) Determinar de qué manera influimos o podemos influir en según qué grupos de interés y estudiar la capacidad que tienen estos grupos para afectar directa o indirectamente nuestra actividad empresarial.*

*C) Las necesidades y expectativas de cada grupo.*

*D) Establecer la manera con la que vamos a priorizar nuestra relación con los grupos de interés.*

*E) Definir los canales de comunicación adecuados en cada caso de manera que exista siempre una retroalimentación.*



### 3.4. PREMIOS Y DISTINCIONES RECIBIDOS DURANTE EL PERIODO INFORMATIVO:

#### MADE IN GREEN by OEKO-TEX

Un año más hemos conseguido renovar el Certificado **MADE IN GREEN**. El certificado MADE IN GREEN es una certificación que garantiza que nuestros productos cumplen dos aspectos principales.

*Nuestros productos no contienen sustancias nocivas para la salud.*

Este aspecto es testado bajo el estándar **OEKO-TEX Standard 100**, bajo el cual nuestros productos han sido testados contra la composición de más de 300 productos nocivos para la salud y el entorno, obteniendo unos resultados satisfactorios en todos ellos. El cumplimiento de esta norma atestigua igualmente, que cumplimos con el **Reglamento REACH**.

*Nuestros productos se elaboran de forma sostenible.*

Este segundo requisito del certificado MADE IN GREEN se certifica en concordancia con el sistema de certificación **STeP** de **OEKO-TEX (Sustainable Textile Production)**. Este sistema evalúa, entre otros aspectos, las condiciones de trabajo, el uso de materias y tecnologías beneficiosas para el medio ambiente y el impacto de las instalaciones en el entorno. El resultado de esta evaluación fue totalmente satisfactorio.





## GLOBAL RECYCLE STANDARD

Durante este año 2014 hemos obtenido el certificado *Global Recycle Standard*, el cual certifica que todos nuestros hilos proceden total o parcialmente de materias primas recicladas. Es un certificado de mucho prestigio en este aspecto dentro del mundo textil y nos sentimos orgullosos de su obtención.

El certificado *GRS* está enfocado para compañías, sobretodo del ámbito textil, que fabriquen o vendan productos con contenido reciclado. Este certificado aplica a toda la cadena de suministro de la empresa y se centra en la trazabilidad, principios medioambientales, aspectos sociales y comunicación y marca.

Es por ello que este certificado no solo garantiza que nuestros productos provienen de materias recicladas y que son beneficiosos para el medio ambiente, sino que están fabricados respetando principios y necesidades sociales y medio ambientales.





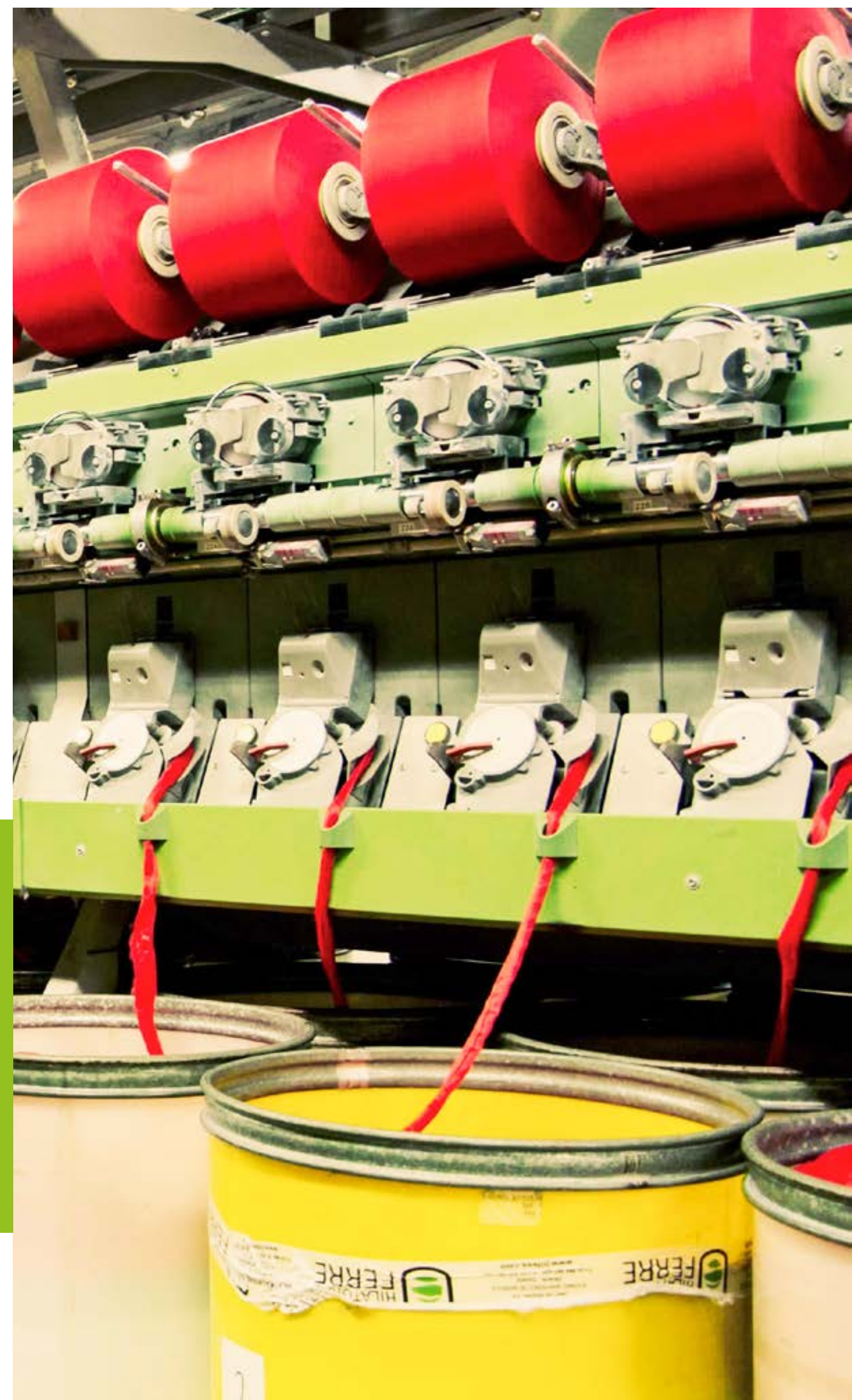
## RECOVER

*Recover* es nuestra gama de producto procedente totalmente de materias recicladas. Durante el año 2014 *hemos renovado nuestros certificados SCS* *certified* que garantizan que nuestros tres productos (*Recover 65/35*, *Recover 50/50* y *Recover 55/35*) *procedentes 100% de fibras recicladas realmente lo son*.



*EL ALGODÓN PROCEDENTE DE RESIDUOS TEXTILES SE TRINCHA Y PROCESA PARA SER CONVIRTIÉNDOSE NUEVO EN HILO.*

*EL HILO DE POLIÉSTER PROVIENE DEL RECICLAJE DE BOTELLAS DE POLIETILENO.*





## 4. PRIORIDADES ESTRATÉGICAS

No ha habido cambios respecto al periodo anterior. Nuestras prioridades estratégicas siguen siendo las mismas:

- **FORTALECER NUESTRO KNOW-HOW.** Una de nuestras principales fortalezas es el Know-How adquirido a lo largo de los años, este nos ha llevado a dominar la técnica de fabricación de hilados de algodón a partir de residuos textiles que de otro modo tendrían como destino final el vertedero. Somos capaces de conseguir colores concretos y composiciones requeridas por nuestros clientes a partir de la regeneración de fibra de algodón de viejas prendas y retales son necesidad de agua ni químicos tóxicos como se requiere con la fibra de algodón convencional.

- **RESPONSABILIDAD SOCIAL.** Continuar la andadura emprendida al integrar la Responsabilidad Social en la estrategia de nuestra empresa.

- **MANTENER LOS PUESTOS DE TRABAJO.**

- **TECNOLOGÍA LIMPIA Y SEGURA.** Seguir dotando a la empresa de maquinaria con los últimos avances tecnológicos que nos permite mejorar la calidad de nuestros hilados y optimizar la productividad, teniendo en cuenta la afección que estas inversiones pueden tener sobre nuestros trabajadores y el medio ambiente.

- **MEJORAR LA COMUNICACIÓN.** El valor SOSTENIBILIDAD es, tal vez, el elemento más destacado en nuestra empresa, ya que forma parte esencial del modelo de negocio y queremos que sea un eje de comunicación. Por ello, otra de nuestras prioridades es mejorar los canales de comunicación con nuestros grupos de interés.





## **5. MISIÓN Y VALORES**



## 5.1. NUESTRA MISIÓN

*FABRICACIÓN EUROPEA PARA  
MERCADOS INTERNACIONALES DE  
HILADOS OPEN-END PARA INDUSTRIA  
TEXTIL, CON OFERTA INNOVADORA  
DE PRODUCTO Y CON FLEXIBILIDAD  
ANTE LA DEMANDA, CON KNOW-HOW  
ESPECIALISTA EN FIBRAS RECICLADAS.*

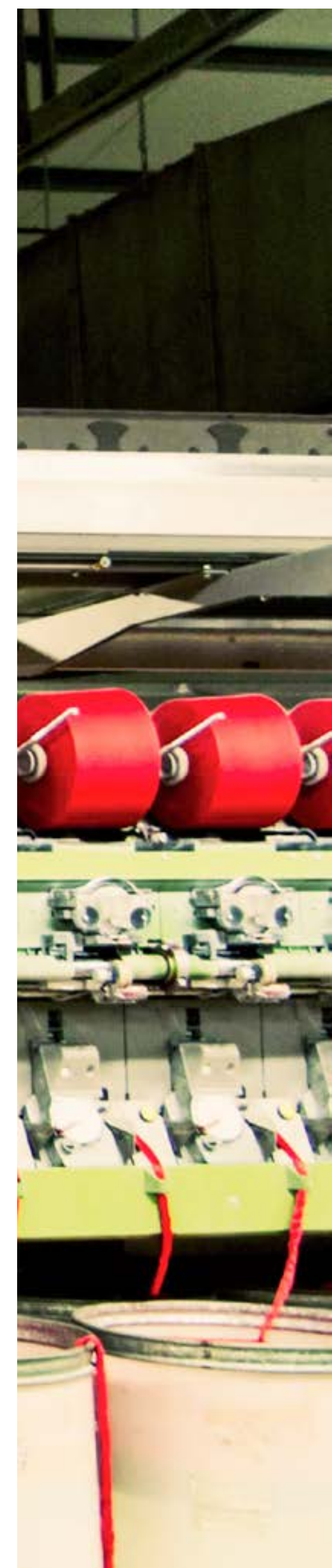




## 5.2. NUESTROS VALORES CORPORATIVOS: LA BASE DE NUESTRA ESTRATEGIA

- *ORIENTADOS AL MERCADO.*
- *ÉTICOS.* Honestidad y respeto a las personas. Promueve un empleo cualificado y estable
- *SOSTENIBLES.* Somos un negocio sostenible con productos ecológicos y con acreditaciones de sostenibilidad industrial, de producto y para las personas.
- *SERIEDAD.* Confiables, profesional, buen servicio.
- *PROACTIVOS.* Capacidad de iniciativa y de adaptación.
- *INNOVACIÓN TECNOLÓGICA PERMANENTE.*
- *FUTURO.* Solvencia empresarial y futuro profesional.
- *REINVERSIÓN DE LOS BENEFICIOS.*
- *GESTIÓN PARTICIPATIVA*

Somos un *Grupo* que crea empleo, desarrolla tecnologías y consigue clientes a través de procesos eficientes, comportamientos honestos y reinversión de resultados. Los clientes y las personas que forman parte del *Grupo* son nuestras prioridades. Gracias a una implicación convencida de todos conservaremos a nuestros clientes.



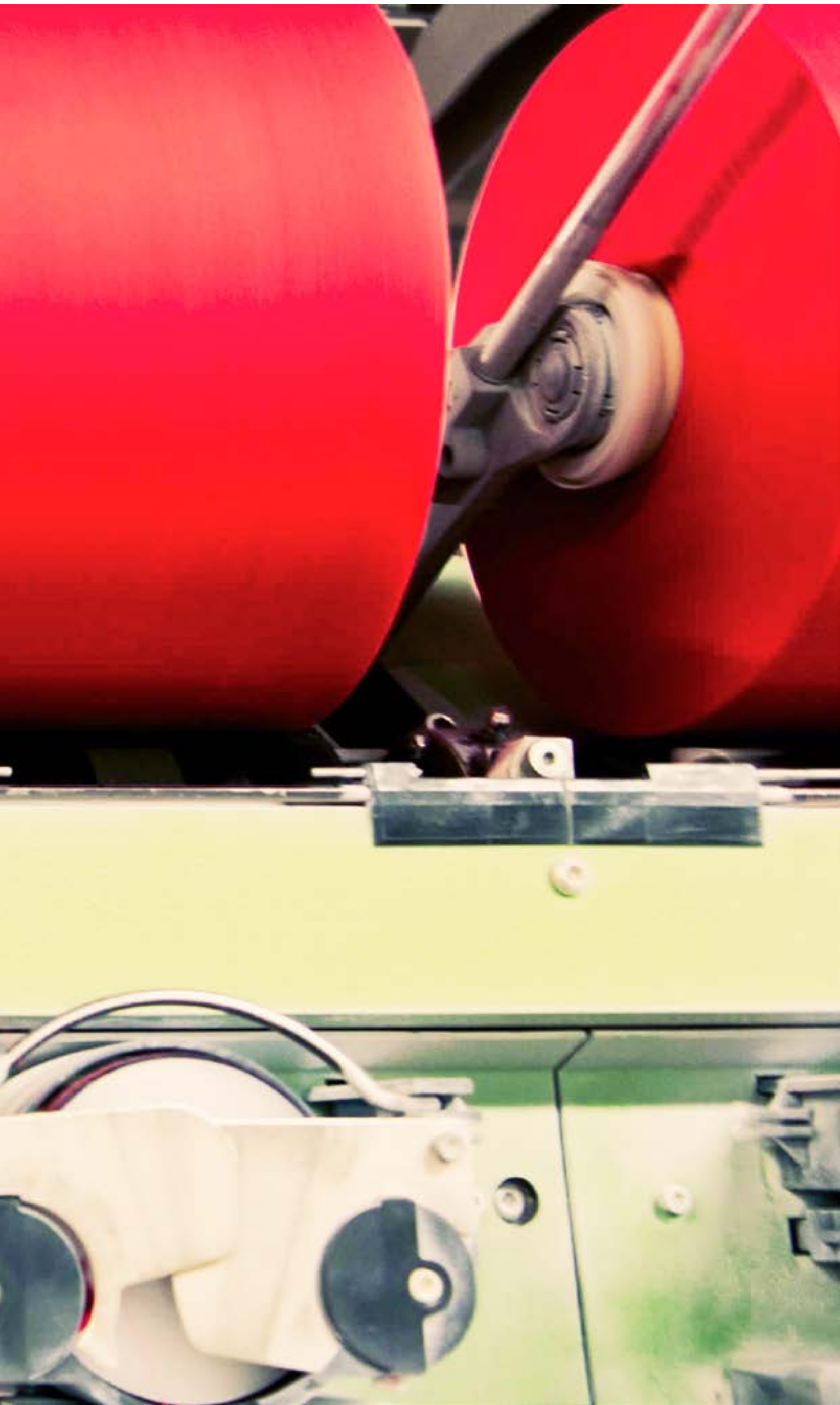


## 6. NUESTRA POLÍTICA INTEGRADA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

MEDIO AMBIENTE	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fomentar la divulgación de las actuaciones medio ambientales de <b>HILATURAS FERRE</b>.</li><li>• Cumplir con los requisitos legales y reglamentarios que nos aplican</li><li>• Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente. <i>(Principio 7 del Pacto Mundial)</i></li><li>• Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental. <i>(Principio 8 del Pacto Mundial)</i></li><li>• Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente. <i>(Principio 9 del Pacto Mundial)</i></li><li>• Fomentar y mejorar las buenas prácticas medio ambientales en nuestra empresa</li><li>• Efectuar las compras y las inversiones valorando también criterios de sostenibilidad</li></ul>
DERECHOS HUMANOS	<ul style="list-style-type: none"><li>• No utilizar, ni apoyar el uso de trabajo infantil <i>(Principio 5 del Pacto Mundial)</i></li><li>• No permitir ni hacer uso de ninguna forma de trabajo forzoso u obligatorio <i>(Principio 4 del Pacto Mundial)</i></li><li>• La Jornada de Trabajo cumple con la regulación del Convenio Textil.</li><li>• Facilitar los instrumentos pertinentes para que todos los trabajadores puedan asociarse libremente y negociar colectivamente <i>(Principio 3 del Pacto Mundial)</i></li><li>• No llevar a cabo ningún tipo de discriminación basada en los atributos de raza, casta, origen nacional, religión, discapacidad, género, orientación sexual, participación en sindicatos, afiliación política o edad al contratar, remunerar, formar, promocionar, despedir, o jubilar a los trabajadores. <i>(Principio 6 del Pacto Mundial)</i></li><li>• Garantizar que los salarios base cumplan siempre con la normativa legal o las reglas mínimas establecidas por cada industria respectiva, de modo que sean suficientes para cubrir las necesidades básicas del personal</li></ul>







<i>PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Establecer un entorno laboral seguro y saludable, y toma medidas adecuadas para prevenir accidentes y daños para la salud ocasionados durante la actividad laboral o asociados a ella, reduciendo al mínimo, en la medida que sea razonable y factible, las causas de los riesgos inherentes al medio ambiente de trabajo.</li><li>• Garantizar que todos los trabajadores, incluidos los nuevos trabajadores, reciban, de forma periódica y documentada, formación e información sobre salud y seguridad laboral en cada puesto de trabajo.</li><li>• Establecer sistemas para detectar, evitar, o responder a aquellos riesgos potenciales para la salud y la seguridad laboral de todos los trabajadores.</li><li>• Mantener unas condiciones higiénicas y sanitarias óptimas, de forma que se cubran las necesidades básicas de los trabajadores en el lugar de trabajo.</li></ul>
<i>CALIDAD</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Garantizar a nuestros clientes la calidad de nuestros productos y de nuestros servicios.</li><li>• Mantener un contacto cercano y profesional con nuestros clientes y fomentar la mejora continua en todos los procesos.</li><li>• Promover la formación, la gestión participativa y la profesionalidad de la organización.</li><li>• Ser innovadores en procesos, en desarrollo de productos y en el área de marketing y comunicación.</li></ul>





## **7. LOS 10 PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL**



LAS HORAS DE  
ABSENTISMO POR  
ACCIDENTE RESPECTO  
A LAS HORAS TOTALES  
CONTRATADAS PARA ESTE  
**2014 REPRESENTAN UN  
0,42%.**

## PRINCIPIO 1

*LAS ENTIDADES DEBEN APOYAR Y RESPETAR  
LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS  
UNDAMENTALES, RECONOCIDOS INTERNACIONALMENTE,  
DENTRO DE SU ÁMBITO DE INFLUENCIA.*

El diagnóstico que realizamos con referencia a este Principio, es continuo.  
La empresa *apoya al 100% los Derechos Humanos* y vela por que ninguno de ellos sea vulnerado. Los principales estandartes de la empresa en este sentido son:

- Seguridad laboral
- Salarios dignos y acordes a las responsabilidades
- Igualdad de todos los empleados frente a las normas internas de la empresa
- Igualdad de oportunidades para todos los empleados para la promoción laboral
- Discriminación cero
- Respeto de la jornada laboral y la conciliación de la vida familiar

### *Políticas:*

*Nuestra Política de Responsabilidad Social* y nuestro *Código de Conducta* demuestran las pautas de comportamiento que seguimos. Además, contamos con una *Política de Prevención de Riesgos Laborales*.

### *Acciones:*

Las acciones emprendidas este último año han sido:

- Renovación anual del Certificado *MADE IN GREEN*, el cual garantiza que nuestros productos han sido fabricados respetando al medio ambiente y a los derechos humanos de los trabajadores. Cabe destacar que este Certificado está auditado por una tercera parte que verifica el cumplimiento del Código de Conducta.

### *Seguimiento:*

La certificación *MADE IN GREEN* garantiza el buen hacer de la empresa tanto en el ámbito de la salud, medio ambiente y derechos humanos. Además asegura que cumplimos con el reglamento *REACH*.

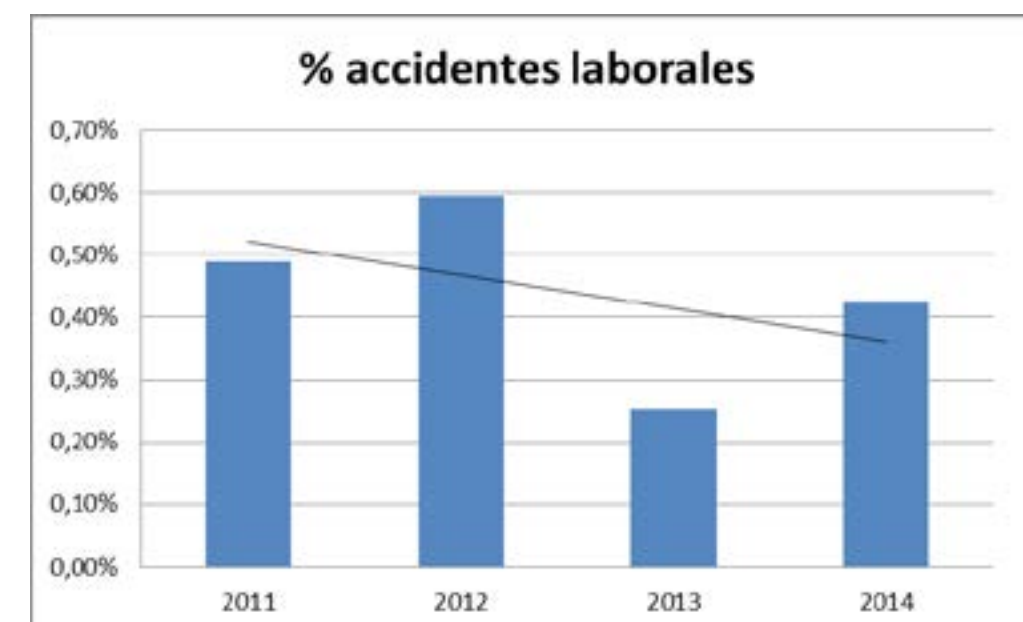
### *Nuestro Punto Fuerte:*

*SEGURIDAD Y TRANQUILIDAD DE NUESTROS EMPLEADOS.* Una de nuestras principales preocupaciones es la seguridad de nuestros trabajadores en sus puestos de trabajo, así como proporcionar las condiciones más óptimas posibles para el desarrollo de su trabajo. Contamos con un *Comité de Seguridad y Salud*, a través del cual analizamos, identificamos y evaluamos los riesgos de seguridad y salud en el trabajo. Este comité se reúne como mínimo dos veces al año. Esto nos aporta experiencia y aprendizaje para avanzar hacia *una empresa 100% segura*.

## OBJETIVOS:

*MANTENER LA POLÍTICA DE  
RESPETO A LA PROTECCIÓN DE  
LOS DERECHOS HUMANOS.*

*CONTINUAR Y FORTALECER  
LAS ACTUACIONES  
EMPENDIDAS EN MATERIA DE  
PROTECCIÓN Y BIENESTAR A  
LOS TRABAJADORES.*







## PRINCIPIO 2

*LAS ENTIDADES DEBEN ASEGURARSE DE QUE SUS EMPRESAS NO SON CÓMPlices EN LA VULNERACIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS.*

La renovación favorable anual que obtenemos del certificado **MADE IN GREEN** nos acredita como *una empresa que cumple al 100%* con los compromisos de no vulneración y la legalidad sobre Derechos Humanos, tanto la propia empresa como los proveedores de primer y segundo nivel.

### **Política:**

La empresa hace extensible su postura frente a los Derechos Humanos tanto a proveedores como clientes a través de su comunicación con ellos y de su página web. Una de las políticas de la empresa para mejorar en este sentido es tener en cuenta a aquellos proveedores y clientes que posean un certificado ISO 9001, el cual obliga a realizar una evaluación de proveedores, generando así una evaluación en cadena para todo el ciclo de vida del producto. Además, la empresa no tiene constancia de *que ninguna empresa de su red comercial vulnere de ningún modo los Derechos Humanos*. Cualquier indicio de esto supondría automáticamente la ruptura de las relaciones comerciales con esta empresa.

### **Acciones:**

La empresa dispone del Certificado *Oeko-Tex* según la norma *Standard 100*, el cual se prolonga todos los años y tiene como base los cambios de productos químicos que puedan utilizar nuestros proveedores y la incorporación de nuevos suministradores en nuestra cadena. Durante el proceso de certificación se estudian las *Fichas de Seguridad* de todos los productos nuevos incorporados desde la última fecha de renovación, tanto si provienen de nuevos proveedores como si proceden de proveedores habituales. En base a este estudio se determina qué tipo de análisis se deben efectuar, sobre qué materia prima y en qué cantidad, con el fin de garantizar que nuestros hilados no contienen sustancias peligrosas. Este procedimiento nos sirve también como método de evaluación de proveedores, tanto para nuevos suministros como para mantener la máxima exigencia en esta materia sobre los proveedores actuales. **Este Certificado se aplica al 100% de los hilados fabricados.**

## OBJETIVO:

*CONTINUAR TRANSMITIENDO NUESTRA POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL A NUESTROS PROVEEDORES PARA QUE SIGAN IMPLICADOS Y EMPRENDIENDO ACCIONES PARA GARANTIZAR EL RESPETO A LOS DERECHOS HUMANOS EN SUS EMPRESAS.*

*NUESTRA RENOVACIÓN DEL CERTIFICADO MADE IN GREEN Y GRS ASEGURAN LAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA EMPRESA EN MATERIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y HACEN VISIBLE ESTA CARACTERÍSTICA A LO LARGO DE NUESTRA RED COMERCIAL.*







## PRINCIPIO 3

*LAS ENTIDADES DEBEN APOYAR LA LIBERTAD DE AFILIACIÓN Y EL RECONOCIMIENTO EFECTIVO DEL DERECHO A LA NEGOCIACIÓN COLECTIVA.*

El derecho a la negociación colectiva es un derecho reconocido por el Estado Español y apoyado plenamente por nuestra empresa. La empresa hace saber a sus empleados que apoya sus derechos a la negociación colectiva.

El 100% de los trabajadores de nuestra empresa está amparado por el Convenio Colectivo de Fibras de Recuperación.

### **Políticas:**

**HILATURAS FERRE** confiere la importancia a este Principio a través de *Nuestra Política de Responsabilidad Social*, la cual recoge un punto expreso sobre este tema:

*FACILITAR LOS INSTRUMENTOS PERTINENTES PARA QUE TODOS LOS TRABAJADORES PUEDAN ASOCIARSE LIBREMENTE Y NEGOCIAR COLECTIVAMENTE.*

### **Acciones:**

La empresa dispone medidas para que los empleados tengan una comunicación directa y fluida con el órgano directivo como el Comité de Dirección y el Comité de Empresa.

- La comunicación de las decisiones adquiridas en el Consejo de Administración hacia el resto de la empresa se realiza a través del **Comité de Dirección**, formado por representantes de todas las áreas de la organización.
- Los empleados cuentan con el **Comité de Empresa**, como canal de comunicación formal, para poder dirigir su opinión a la Dirección y que esta les transmita asuntos de interés.

### **Seguimiento:**

Los Responsables de *Recursos Humanos* y de *Prevención de Riesgos Laborales* son los encargados de gestionar las relaciones y la situación laboral de la empresa en el día a día. Tienen un trato cercano y continuo con los trabajadores y forman un buen receptor del clima laboral en la empresa.

### **Nuestro Punto Fuerte:**

Los miembros del **Comité de Empresa** son los representantes de los trabajadores y se eligen de forma voluntaria por todos los empleados de la empresa a través de un sistema de votación supervisado por personas externas.

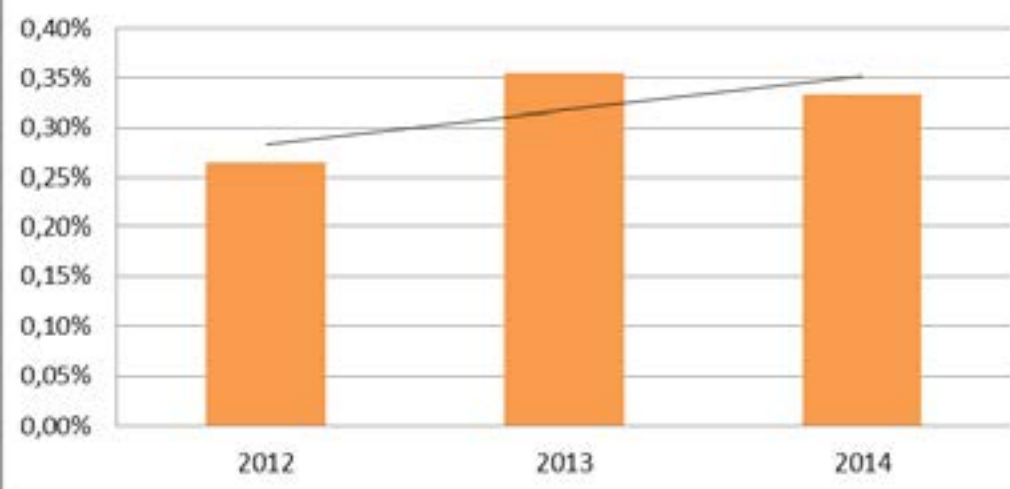
## OBJETIVO:

*MEJORAR LA COMUNICACIÓN EN FAVOR DE LA SINCERIDAD ENTRE LAS PARTES Y LA MEJORA DEL CLIMA LABORAL.*





### % horas de absentismo por concesión de permisos a los trabajadores



## PRINCIPIO 4

*LAS ENTIDADES DEBEN APOYAR LA ELIMINACIÓN DE TODA FORMA DE TRABAJO FORZOSO O REALIZADO BAJO COACCIÓN.*

**HILATURAS FERRE** rechaza toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

Damos mucha importancia a la honestidad y el respeto a las personas. Sabemos que es uno de los valores que promueve un empleo cualificado y estable.

#### **Políticas:**

Siempre que la empresa tenga suficiente actividad propiciamos contratos fijos si transcurridos unos meses de contratación temporal el trabajador o trabajadora demuestran su profesionalidad.

- La política de contratación de la empresa está orientada a la zona de sus alrededores.
- La empresa cuenta con un *Código de Conducta y Responsabilidad Social* de aplicación a todos los empleados de la empresa.

#### **Acciones:**

- *Facilitamos las reducciones de jornada por cuidado de menores.*
- *Procuramos buscar un equilibrio entre trabajador y empresa cuando este necesita ausentarse para cuidar familiares con enfermedad.*
- *Facilitamos la ausencia de la empresa a trabajadores con enfermedades que necesiten atención regular médica.*

#### **Seguimiento:**

La posesión y renovación del certificado **MADE IN GREEN**, que incluye un *Código de Conducta* basado en la *norma SA 8000*, es un perfecto indicador de las buenas prácticas seguidas por la empresa en materia de trabajo.

#### **Nuestro punto fuerte:**

La política seguida por la empresa, priorizando la contratación de empleados habitantes de los alrededores, hace que el ambiente de trabajo sea familiar y de confianza. Esto genera un clima de trabajo de respeto total, haciendo imposible el trabajo forzoso o la coacción en el trabajo en nuestra organización.

## OBJETIVO:

*MANTENER EL CUIDADO DE LAS RELACIONES LABORALES Y EL RESPETO POR EL TRABAJO Y LAS NECESIDADES DE NUESTROS PROFESIONALES.*





HILATURAS FERRE  
**RECHAZA TOTALMENTE**  
LA EXPLOTACIÓN  
INFANTIL.

## PRINCIPIO 5

### *LAS ENTIDADES DEBEN APOYAR LA ERRADICACIÓN DEL TRABAJO INFANTIL*

Nuestro firme compromiso está reflejado en el *Código de Conducta* (auditado anualmente por una tercera parte) y en las *Pautas de Ética y Conducta Profesional*.

**Políticas:**

Contamos con un firme Código de Conducta, basado en la *norma internacional SA8000*, que establece condiciones mínimas para alcanzar un ambiente de trabajo seguro y saludable, y con unas *Pautas de Ética y s.*

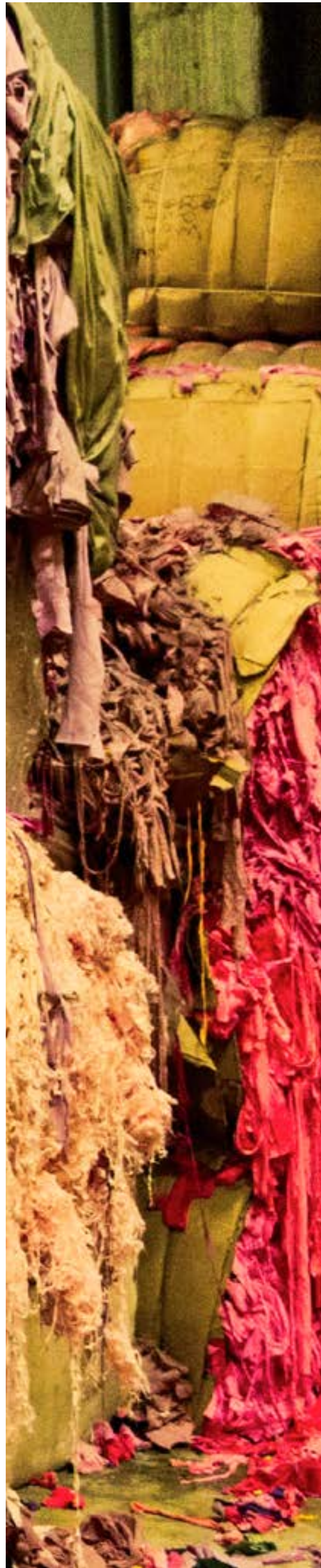
**Acciones:**

- La empresa se acoge al 100% a la legislación española.
- La empresa rechaza cualquier tipo de trabajo infantil en *TODA su cadena comercial*, desde los primeros proveedores hasta el cliente final.

## OBJETIVOS:

MANTENER LA FIRMEZA  
EN EL CUMPLIMIENTO DE  
NUESTRAS PAUTAS DE ÉTICA Y  
CONDUCTA.

EXTENDER Y COMUNICAR  
ESTAS PAUTAS HACIA  
PROVEEDORES Y CLIENTES.





EN EL **2014** LA CONCESIÓN DE JORNADA REDUCIDA A MUJERES PARA ATENDER NECESIDADES FAMILIARES ES DEL **50%.**

EN **2014** EL **95,7%** DE LOS EMPLEADOS EN PLANTILLA POSEEN CONTRATOS FIJOS.

## OBJETIVO:

SEGUIR CON NUESTRAS FIRMES POLÍTICAS DE NO DISCRIMINACIÓN EN EL TRABAJO, Y HACERLAS MÁS EXTENSIBLES A LO LARGO DE NUESTRA CADENA COMERCIAL.

## PRINCIPIO 6

*LAS ENTIDADES DEBEN APOYAR LA ABOLICIÓN DE LAS PRÁCTICAS DE DISCRIMINACIÓN EN EL EMPLEO Y LA OCUPACIÓN.*

Desde la empresa rechazamos cualquier tipo de discriminación basada en los atributos de raza, casta, origen nacional, religión, discapacidad, género, orientación sexual, participación en sindicatos, afiliación política o edad al contratar, remunerar, formar, promocionar, despedir, o jubilar a los trabajadores.

### Políticas:

*HILATURAS FERRE* tiene como uno de sus valores el garantizar unos salarios bases acordes al puesto de trabajo y respetando siempre la normativa legal vigente. La valía de nuestros empleados se establece por su *habilidad* y *pericia*, nunca por ningún tipo de condición humana ajena a éstas.

### Seguimiento:

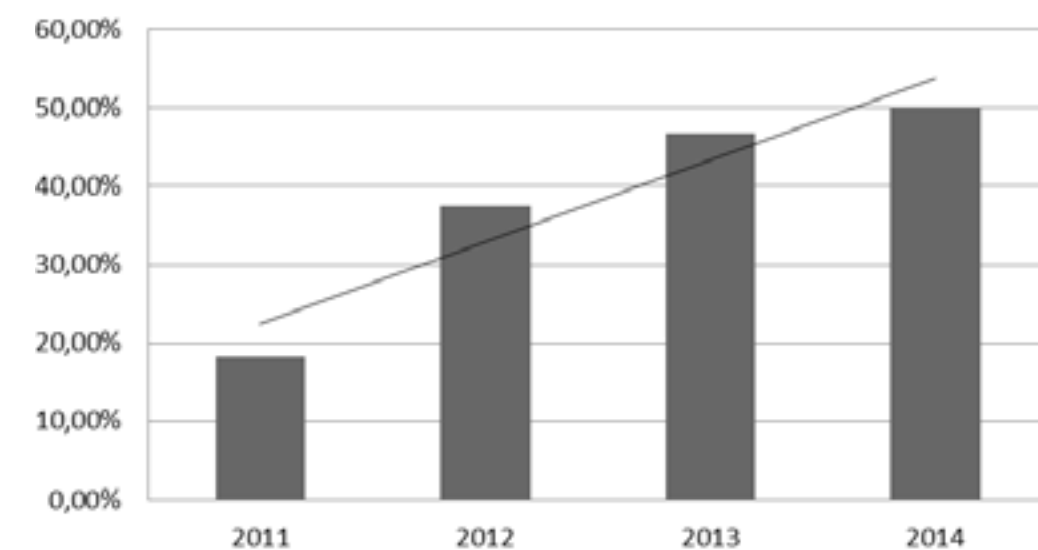
Tenemos establecido un sistema de indicadores con el fin de dar seguimiento a este Principio. Los datos más destacables se citan a continuación:

- El 100% de nuestra plantilla está formada por personas cuya vivienda está ubicada en *Banyeres de Mariola* o en poblaciones cercanas.
- Cuidamos la conciliación de la vida familiar, laboral y personal:
  - Se respetan todos los permisos de paternidad.
  - EL **95%** de nuestra plantilla cuenta con un contrato indefinido.
  - Concesión de reducciones de jornada para la atención familiar.

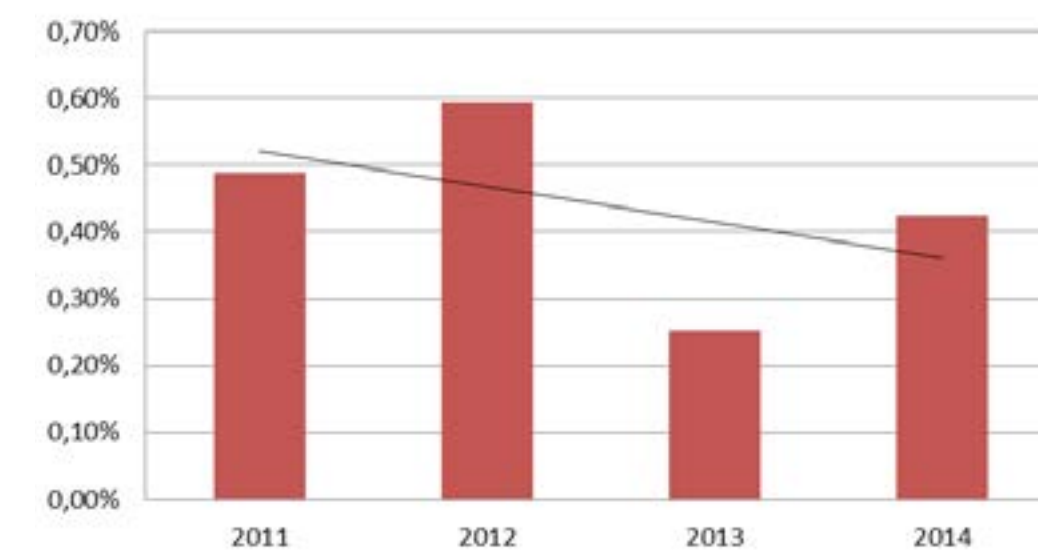
### Nuestro Punto Fuerte:

Respeto máximo a todos nuestros empleados, tanto fijos como temporales. Búsqueda de soluciones *win-win* para la empresa y el trabajador, con el fin de hacer su vida laboral lo más placentera posible.

### % mujeres con reducción de jornada



### % horas de absentismo por accidentes





EL USO DE MATERIALES VALORIZADOS CONTRIBUYE A REDUCIR LA DEMANDA DE MATERIALES VÍRGENES Y CONTRIBUYE A LA BASE GLOBAL DE RECURSOS, ADEMÁS DE **REDUCIR LA CARGA EN VERTEDEROS.**

## PRINCIPIO 7

*LAS ENTIDADES DEBERÁN MANTENER UN ENFOQUE PREVENTIVO QUE FAVOREZCA EL MEDIO AMBIENTE.*

Este principio está totalmente integrado en la actividad base de **HILATURAS FERRE**, fabricación de hilo a partir de reciclado.

*RECICLAMOS MATERIALES PARA DARLES UN NUEVO VALOR, UNA NUEVA VIDA.*

*El uso de materiales valorizados contribuye a reducir la demanda de materiales vírgenes y contribuye a la base global de recursos, además de reducir la carga en vertederos.*

### Políticas:

La filosofía de la empresa se basa en el reaprovechamiento de material reciclado y la búsqueda de técnicas más eficientes y limpias para su tratamiento. Esto provoca que cada vez estemos en condiciones de obtener un producto de mayor calidad, a la vez que cuidamos de nuestro entorno.

### Acciones:

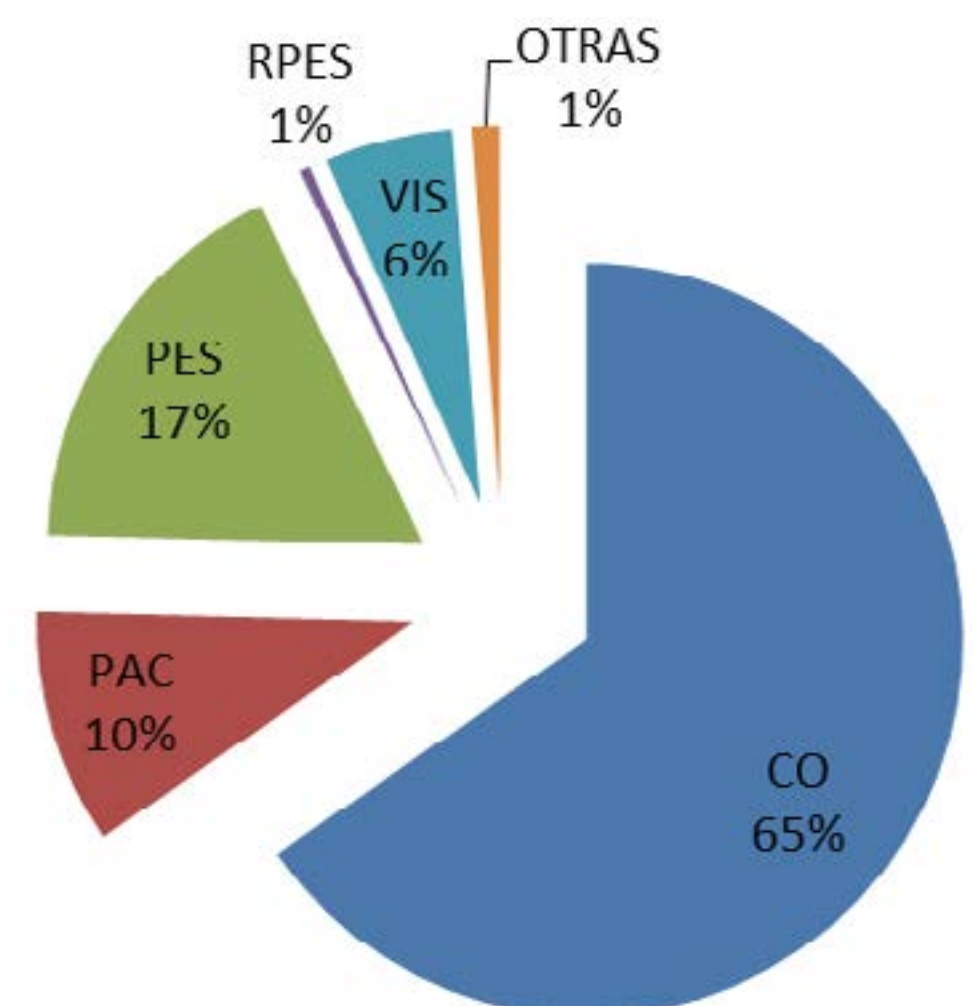
Ofrecemos a nuestros clientes una gama completa de hilados fabricados a partir de materias **100% recicladas**. Esta gama se fabrica a partir de **algodón y poliéster reciclados**. El uso final de los distintos hilados va destinado a la fabricación de prendas de vestir, ropa de cama y artículos para la decoración.

La política de contratación, como ya hemos comentado, prioriza los residentes locales y alrededores con objeto de minimizar desplazamientos, con ello contribuimos a mejorar la calidad de vida de los empleados, disminuimos las emisiones a la atmósfera causadas por la movilidad y contribuimos al desarrollo y el crecimiento de *Banyeres de Mariola*.

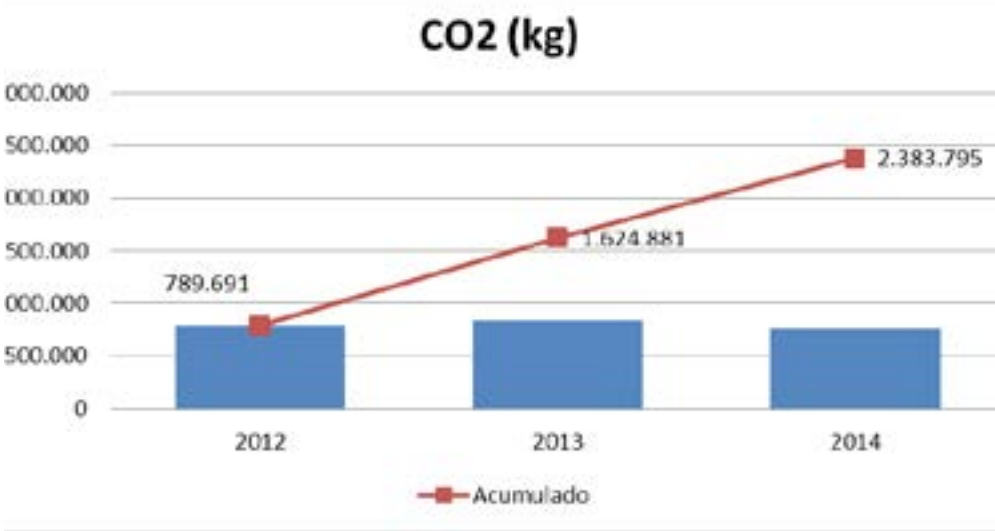
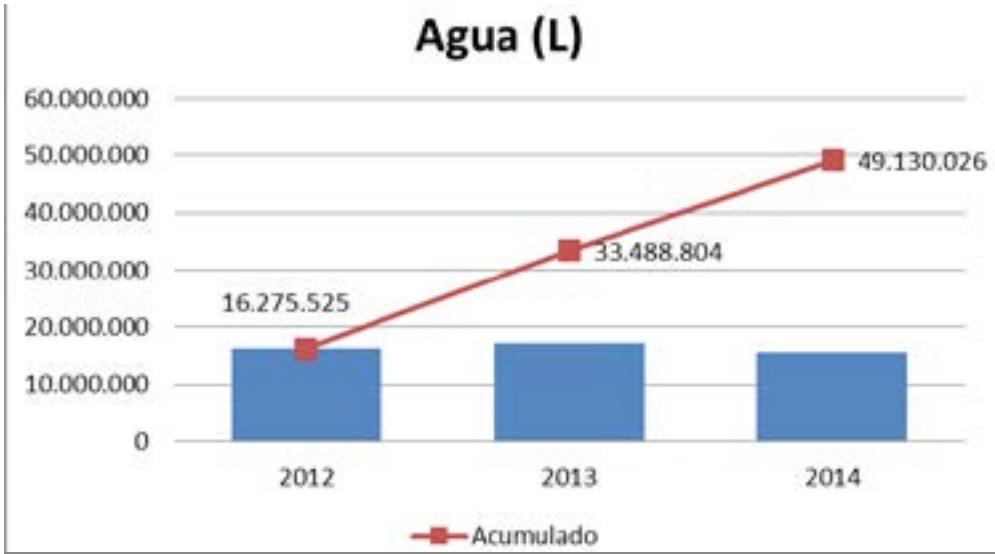
### Seguimiento:

La empresa ha obtenido satisfactoriamente el **certificado Global Recycled Standard**, garantizando que todos sus productos proceden total o parcialmente de fibras recicladas.

*EL PORCENTAJE DE FIBRA RECICLADA, UTILIZADA PARA FABRICAR NUESTROS HILADOS, REPRESENTA EL 66% SOBRE EL TOTAL DE LAS MATERIAS PRIMAS QUE CONSUMIMOS.*







¿CÓMO HEMOS CONTRIBUIDO A LA SOSTENIBILIDAD DURANTE EL AÑO 2014?

El consumo de *algodón reciclado* durante este periodo ha sido de **3.246 toneladas**. Según el estudio comparativo del impacto medio ambiental de hilados de algodón reciclado vs hilados de algodón convencional efectuado por *AITEX*, gracias al consumo de estas toneladas provenientes de deshechos, en los últimos años hemos tenido un impacto positivo hacia el medioambiente muy importante.

Seguimos en nuestra dinámica positiva de protección medioambiental, lo cual se puede ver en los siguientes gráficos, en los que se representan las cantidades de recursos ahorrados por la empresa por el uso de materia prima reutilizada.

Ahorro sg estudio AITEX 2007	Uds./tn hilo	Ahorro 2014
4.818	l. agua	15.641.222
17	prod. quím. tintura	53.631
234	Kg CO2	758.914
3.574	l. agua vertido	11.603.982
513	kwh	1.663.787
2.488	m2 cultivo	8.075.779
195	kg abonos y plaguicidas	632.077





## PRINCIPIO 8

*LAS ENTIDADES DEBEN FOMENTAR LAS INICIATIVAS QUE PROMUEVAN UNA MAYOR RESPONSABILIDAD AMBIENTAL.*

*HILATURAS FERRE* trabaja en favor del aumento de la conciencia medioambiental de todos los trabajadores. Pese a la difícil situación que se ha vivido en los últimos años, nunca hemos dejado de buscar oportunidades de mejora y de eficiencia que estuvieran a nuestro alcance para mejorar nuestro impacto ambiental.

*HILATURAS FERRE cuenta con la gama de productos RECOVER, procedentes de materias 100% de origen reciclado. Estamos orgullosos de ello, igual que nuestros trabajadores, y así lo transmitimos.*

### **Políticas:**

La empresa dispone de una *Política Medioambiental* cuya base se fundamenta en la prevención de la contaminación, así como en el establecimiento de una serie de criterios de sostenibilidad en todos aquellos procesos que puedan influir directamente sobre el medio ambiente.

### **Acciones:**

La empresa dispone de una persona que se encarga de la revisión sistemática de toda la legislación nueva aplicable. Asimismo esta persona se encarga de revisar que todos los protocolos medioambientales se estén realizando correctamente, y de velar porque los requisitos legales se estén cumpliendo.

### **Seguimiento:**

*HILATURAS FERRE* realiza un seguimiento continuado de su situación medioambiental. Así, la empresa recoge datos sobre temas como consumo de recursos, generación de residuos, etc. Seguidamente vemos algún ejemplo de estos datos y su evolución durante los últimos años.

*HILATURAS FERRE  
CUENTA CON EL  
CERTIFICADO DE  
EMPRESA ECOLÓGICA*





## OBJETIVOS:

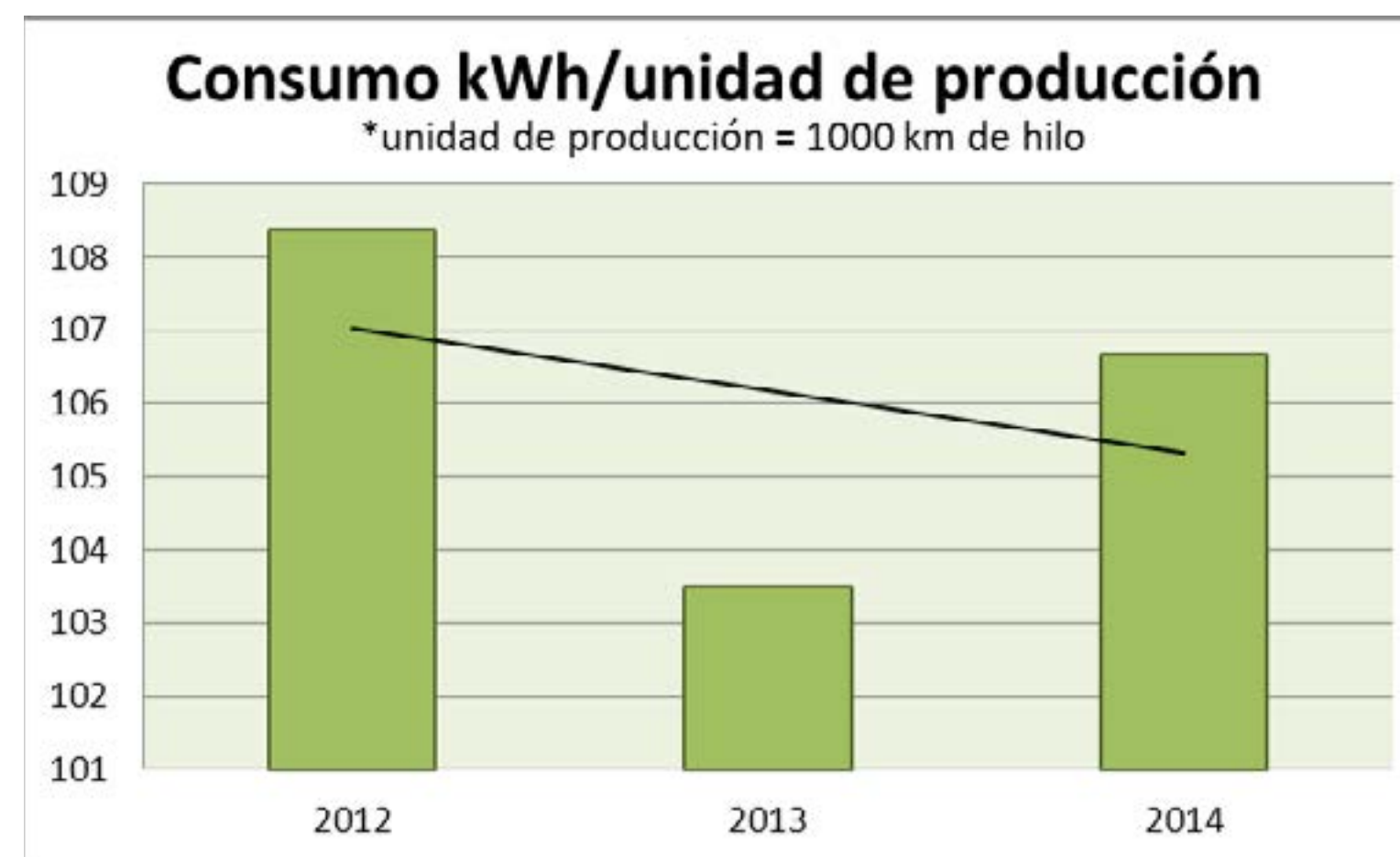
REDUCIR DE NUEVO ESTE RATIO A NIVELES DE 2013, TANTO AUMENTANDO LA PRODUCCIÓN COMO BUSCANDO UNA FORMA MÁS EFICIENTE DE UTILIZACIÓN DE LOS RECURSOS.

CONTINUAR INVIRTIENDO EN TECNOLOGÍA PARA AUMENTAR LA CALIDAD Y LA EFICIENCIA DE NUESTRA PRODUCCIÓN, ACTUANDO ASÍ TAMBIÉN EN FAVOR DEL MEDIO AMBIENTE Y NUESTROS TRABAJADORES.

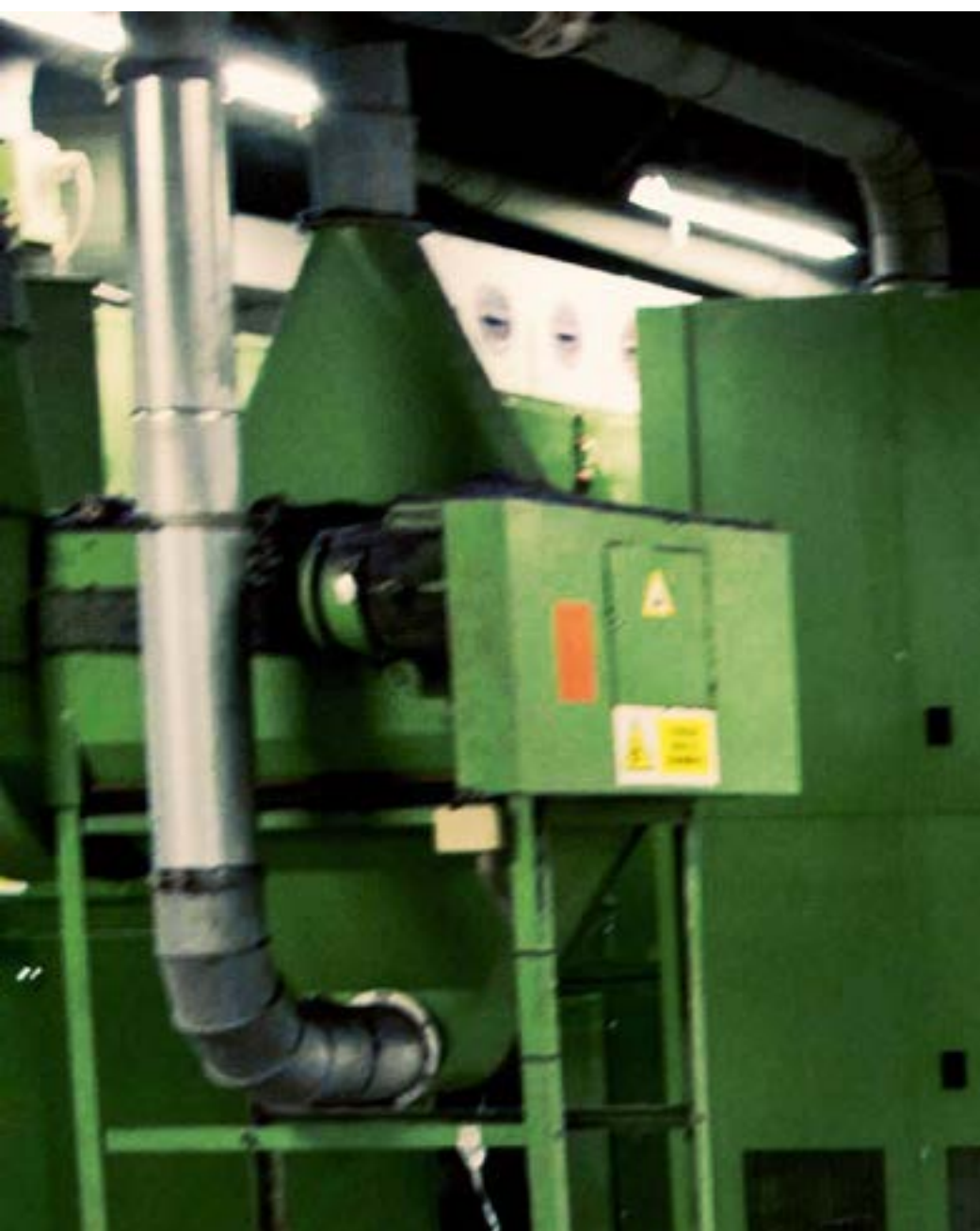
## CONSUMOS

Uno de los criterios a valorar en las compras es la repercusión que éstas puedan tener sobre el medio ambiente.

En este último año 2014 los consumos relativos de luz, agua y gasóleo han aumentado respecto al año anterior debido a la difícil coyuntura del mercado, lo cual ha provocado que nuestro ritmo de producción cayera durante este año y el ratio kWh, m3, litros gasóleo por millón de metros fabricado haya experimentado un ligero aumento. Pese a todo, *continuamos con tendencias negativas respecto a los últimos tres años*. Como ejemplo vemos lo ocurrido con el ratio kWh/millón de metros.





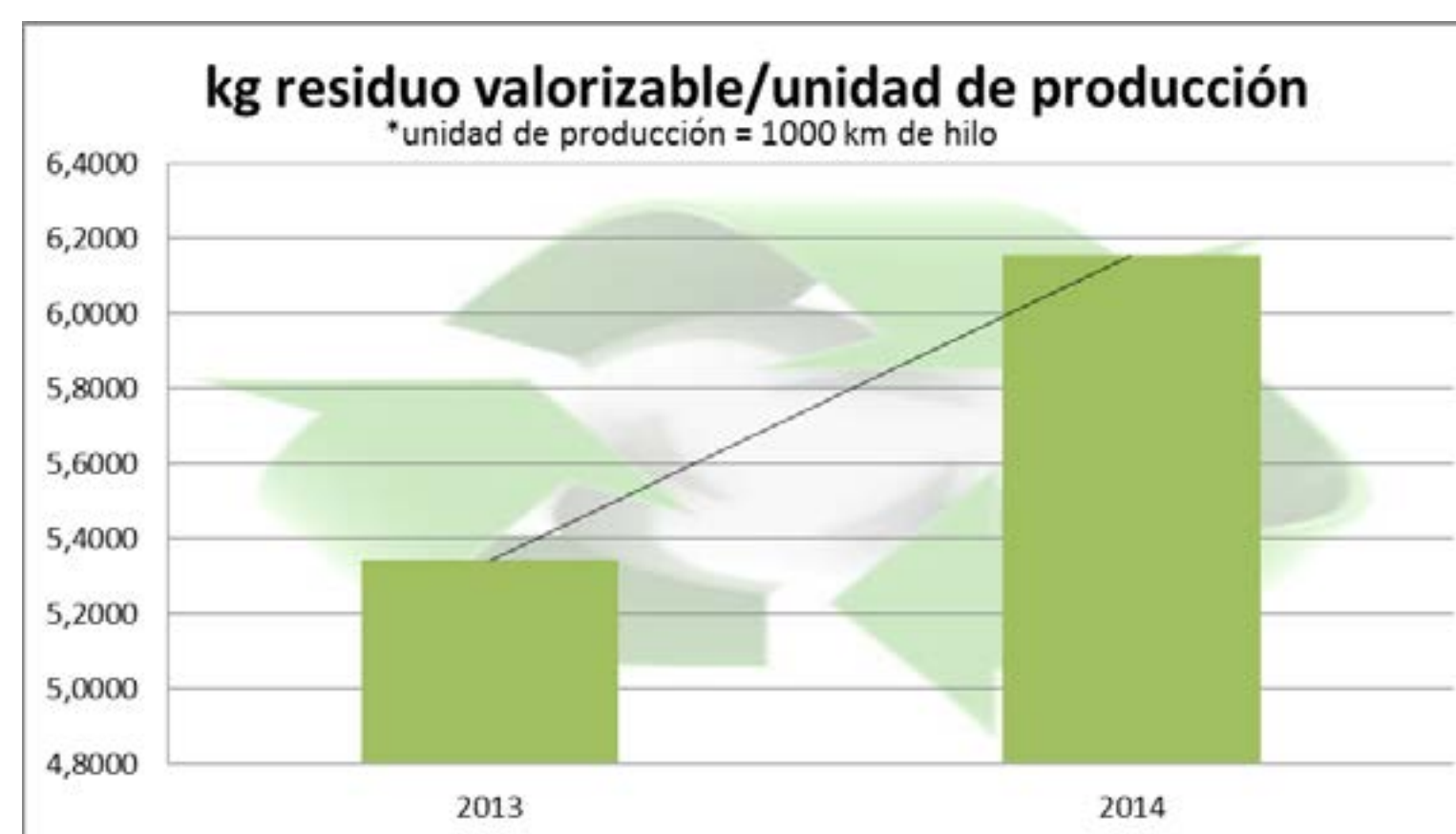


## RESIDUOS

Este es uno de nuestros puntos fuertes. La gestión de nuestros residuos se realiza de manera muy eficiente, tanto en separación como en su tratamiento.

Durante el año 2014 *hemos mejorado en la separación de residuos*, aumentando así la cantidad de residuos valorizables, lo cual supone que estos residuos que se reutilizarán y no acabarán en el vertedero. Con esto conseguimos que productos que antes acababan en el vertedero, alarguen su vida útil y se reutilicen para preservar el medio ambiente.

Por ejemplo, en 2014 hemos valorizado más metales y plástico a través de una estricta separación de los residuos. En líneas generales, el ratio de kg de residuos valorizables generados por cada 1000 km de hilo producido ha experimentado un importante aumento del 15%, como vemos en el siguiente gráfico.



## OBJETIVO

CONTINUAR CON NUESTRO PROYECTO INTERNO SOBRE LA GESTIÓN DE RESIDUOS CON EL FIN DE DISMINUIR LA CANTIDAD DE AQUELLOS QUE ACTUALMENTE SE DEPOSITAN EN VERTEDERO, ESTUDIANDO PARA ELLOS LÍNEAS DE VALORIZACIÓN DE LOS MISMOS.





ACTUALMENTE ESTAMOS  
ADQUIRIENDO PALETS  
FABRICADOS  
CON CRITERIOS DE  
SOSTENIBILIDAD

## EMBALAJES

El embalaje utilizado para entregar las bobinas de hilo es:

- Bolsas
- Palets
- Cajas de cartón

LA EMPRESA INCLUYE CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD A LA HORA DE  
ADQUIRIR PALÉS.

Parte de los *palets* suministrados nos son devueltos, mientras que las *bolsas* y las *cajas* de cartón se convierten en *residuo* en las instalaciones de nuestros clientes.

Consideramos que actualmente nos queda trabajo por desarrollar para implicar y sensibilizar a los clientes en la prevención de generación de este tipo de residuos.

## OBJETIVOS:

SEGUIR FOMENTANDO  
LA REUTILIZACIÓN DE  
PALÉS POTENCIANDO SU  
DEVOLUCIÓN POR PARTE  
DEL CLIENTE. IMPLICAR AL  
CLIENTE EN LA CONCIENCIA  
Y LA RESPONSABILIDAD  
MEDIOAMBIENTAL, COMO  
PARTE DE NUESTRA CADENA  
COMERCIAL.





## PRINCIPIO 9

*LAS ENTIDADES DEBEN FAVORECER EL DESARROLLO Y LA DIFUSIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS RESPETUOSAS CON EL MEDIO AMBIENTE.*

Como ya se ha comentado, **HILATURAS FERRE** se esfuerza por hacer extensible su esfuerzo por la sostenibilidad a toda su red comercial. El contacto con nuestros proveedores y clientes es continuo, y se aprovecha para destacar los valores de la empresa y difundir los beneficios que nos ha comportado y comporta esta postura.

### **Políticas:**

La empresa difunde políticas y conductas respetuosas con el medio ambiente entre sus grupos de interés. De hecho la propia empresa y su actividad llevan en su *ADN* la búsqueda de nuevas actividades y procesos innovadores más eficientes y sostenibles con el entorno.

Esta implicación se refleja en el lanzamiento de proyectos de mejora tecnológica enfocados al respeto hacia el medio ambiente, a través de un descenso en el consumo tanto de energía como de recursos naturales.

### **Acciones:**

Divulgación de nuestra postura frente a la sostenibilidad a través de charlas y foros, de forma totalmente altruista, animados de que más empresas sigan nuestro ejemplo en pos de un entorno más limpio.

- Actualmente la empresa está llevando a cabo una fuerte apuesta por la mejora de su tecnología para el cuidado ambiental, desarrollando un proyecto de biotecnología financiado por el *Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial*.
- La ejecución del Proyecto se ha centrado en la funcionalidad de los hilados, principalmente de algodón reciclado, manteniendo el componente ecológico, es decir sin utilizar por una parte *productos químicos*, ni *generar efluentes residuales contaminantes*, y sin consumir energía eléctrica, para ello se ha hecho uso de la *tecnología enzimática*.

### **Nuestro Punto Fuerte:**

Siempre incluimos criterios de sostenibilidad en las inversiones, no valorando como única opción la mejora en la productividad sino teniendo en cuenta como un criterio a valorar en las compras la repercusión que estas pueden tener sobre el medio ambiente.

## OBJETIVO:

*SEGUIR INNOVANDO Y TRABAJANDO INTERNAMENTE PARA EL DESARROLLO DE NUEVOS PROYECTOS TECNOLÓGICOS, ASÍ COMO SEGUIR FOMENTANDO EXTERNAMENTE LA ADOPCIÓN DE ESTE TIPO DE POLÍTICAS POR PARTE DE OTRAS ORGANIZACIONES.*





## PRINCIPIO 10

*LAS ENTIDADES DEBEN TRABAJAR CONTRA LA CORRUPCIÓN EN TODAS SUS FORMAS, INCLUIDAS EXTORSIÓN Y SOBORNO.*

*HILATURAS FERRE* rechaza completamente las prácticas que fomenten la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno. Estas prácticas ensucian la labor empresarial y el esfuerzo continuo por mejorar. *Nosotros renegamos totalmente de este tipo de prácticas y trabajamos por un comercio y una competencia justos.*

La situación y el clima de confianza que se respira en la empresa por nuestra política de contratación, hace que los empleados tengan la confianza de los directivos y de sus responsables. Hasta la fecha no hemos tenido la necesidad de implantar mecanismos anti corrupción.

***Políticas:***

La empresa tiene como principio el rechazo a la participación en cualquier transacción comercial que pueda suponer o suponga implicación en materia de corrupción, sea del tipo que sea.

***Seguimiento:***

Las cuentas de la empresa están controladas y justificadas, es difícil que pueda haber prácticas de corrupción.

### OBJETIVO:

*EXPANDIR NUESTRA FILOSOFÍA Y PRINCIPIOS MÁS ALLÁ DE NUESTRA EMPRESA, Y ASEGURARNOS DE QUE TODOS NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS LOS CONOCEN.*





---

***HILATURAS FERRE S. A.***

Avda. Les Molines, 2  
(03450) Banyeres de Mariola  
Alicante - *España*  
Tel: 966 56 76 72  
[www.hifesa.com](http://www.hifesa.com)  
[hifesa@hifesa.com](mailto:hifesa@hifesa.com)