

ANTECEDENTES HACE MÁS DE UN SIGLO

Los antecedentes de Hero España, S.A. coinciden, de hecho, con los avances en la conservación de alimentos por calor, que es la técnica que posibilitó el desarrollo del sector agroalimentario, en general, y de la conserva, en especial, y que actualmente ha sido mejorada por otros descubrimientos.

Desde principios del siglo XIX, y propiciados por las grandes campañas bélicas de la época, especialmente las napoleónicas, que requerían gran cantidad de suministros alimenticios para unos ejércitos cada vez más numerosos y también cada vez más alejados de sus bases normales de aprovisionamiento que no podían depender de los recursos naturales que fueron encontrando en sus avances. Es curioso, en ese aspecto, el resultado de la campaña de Italia (1795), en el que Bonaparte, todavía sólo General, tras asistir desolado al desastre de su ejército por culpa del hambre y enfermedades porque los alimentos que se les enviaban eran putrefactos casi de inmediato, se dedicó y recomendó a sus jefes y oficiales comer sólo alcachofas crudas con un poco de sal.

Quizá por ello, en 1810, Napoleón ya Emperador, convoca un gran premio de 10.000 francos para quien desarrollara el mejor método para conservar alimentos. Este premio, cuyo tribunal estuvo presidido por el importante físico y químico Gay Lussac, lo que realza su categoría científica, le fue adjudicado a un artesano,

confitero francés, Nicolás Appert, que posteriormente publicó el resultado de sus investigaciones en un libro con el título "L'art de conserver pendant plusieurs années toutes les substances animales et végétales". Basó sus aplicaciones en conservar alimentos en botellas de vidrio, con tapón de corcho bien apretado y sujeto, para conseguir la "hermeticidad". Aunque él no pensó todavía en microorganismos como causa de alteraciones su aportación fue tan valiosa que se da el nombre de "appertización" al sistema de conservación de alimentos por calor y se la ha concedido el calificativo de *Benefactor de la Humanidad*. Posteriormente, otro Appert, sobrino suyo, propuso ya la utilización de autoclaves en 1854.

A finales de siglo, Louis Pasteur, pudo demostrar definitivamente (1864) que la descomposición de los alimentos se debía a "vegetales microscópicos", presentes en la materia prima, recipientes, etc..., ello se evitaba con aplicación de calor durante unos minutos a 50°-60°C y evitando el acceso de nuevos "microorganismos".

Tras estos avances que fueron potenciados por el trabajo de otros muchos investigadores se impulsó la implantación de una incipiente industria conservera, que se inició en Francia y Suiza.

Concretamente, una de las empresas que se creó en esa época en Suiza, fue el Grupo de Conservas Lenzbourg, fundada en el año 1886 por los Sres. Henckell y Zeiller, que ya venía funcionando casi como un laboratorio de investigación, en el que se experimentaban nuevas técnicas

de la conservación de alimentos por calor, desde hacía 20 años recogiendo los avances de Appert, Pasteur y tantos otros. En 1888 se asocia Casl Roth y en 1889 muere Zeiller pasando la empresa a actuar con el nombre de "Henckell et Roth". En 1898 se transformó en Sociedad Anónima con el nombre de Fábricas de Conservas Lenzbourg (antes "Heinkell y Roth"), con un capital de 600.000 francos suizos. En 1910 se empezó a utilizar la marca de fábrica Hero, derivada de la primera sílaba de los dos socios mayoritarios.

EL COMIENZO EN LA REGIÓN

A todo esto, en España, se había ido desarrollando lentamente una industria conservera ubicándose la mayoría de las empresas en Baleares, en donde se obte-

nían grandes cosechas de albaricoques, aunque la primera industria de la que se tienen noticias, se instaló en Logroño, con el objetivo de suministrar conservas de melocotón a Cuba.

De Baleares y Francia las empresas conserveras comienzan a orientarse a otras zonas de alta producción agrícola y con especiales condiciones climáticas. Así, deciden implantarse en la provincia de Murcia y sus alrededores los siguientes:

En 1897, se instala en Alcantarilla D. Juan Esteva Canet, mallorquín; en 1900 se establece en Orihuela y posteriormente, 1916, en Alguazas D. Gaspar Vicens y Pons, otro mallorquín; en 1906 la firma "La Belga Española" monta una factoría de conservas en la pedanía de Rincón de Seca del municipio de Murcia; y en 1907 se instala en Alcantarilla la firma franco-inglesa "Champagnes et Frères Ltd." que



Portada de la entrada principal de la Factoría Hero.

simultánea esta fábrica con otra en Abarán.

El prestigio de estas 4 fábricas, su proyección en los mercados internacionales y el reconocimiento generalizado de la excelencia de las frutas y hortalizas de la huerta murciana determinó que la conserva vegetal de calidad se identificara siempre en Europa con Murcia.

CONSTITUCIÓN DE HERO ALCANTARILLA

Curiosamente de estas cuatro grandes empresas sólo mantiene su actividad la última en instalarse, cuyo objetivo inicial era la exportación de frutas y hortalizas frescas, que se encontraba un tanto alejada de técnicas de conservación y sistemas de producción... y ello gracias a que, casi de inmediato a su instalación en Alcantarilla, se introducen en "Champagnes et Frère Ltd." intereses, capitales y tecnología suiza.

La absorción total de esta empresa franco inglesa se formalizó algo después, exactamente el 20 de enero de 1922, día en el que se constituye Hero Alcantarilla, S.A. con un capital también de 600.000 ptas. en este caso, en acciones de 1.000 ptas. de las que 500 son de Hero-Lenzbourg.

El objetivo primario y básico era la elaboración de pulpas y almíbares para la exportación, siendo las ventas gestionadas directamente por la empresa matriz suiza.

La cicatrización de los traumas derivados de la finalización de la I Guerra Mundial (la gran guerra), la paz social que se vivía en España bajo la Dictadura del General Primo de Rivera, la recuperación económica que beneficiaba a los principales países europeos y la mejora en el pro-

der adquisitivo de sus ciudadanos hacia presagiar las mejores perspectivas para la naciente sociedad en la que se implementaba la calidad de una excepcional materia prima, con la más avanzada tecnología suiza y la voluntad de atender los gustos de los consumidores.

DE 1922 A 1936

Desde 1922 a 1930 Hero España, S.A., diversificó su actividad. Principalmente se dedicó a la fabricación de pulpa de albaricoco y a la de melocotones y albaricocos en almíbar exclusivamente para la exportación, pero por otro lado en los meses de noviembre a mayo las factorías de Alcantarilla y Abarán realizaban exportaciones de naranja y limones en fresco, llegando a volúmenes significativos de 1.500 a 2.000 toneladas por temporada. Además se efectuaron también exportaciones de frutos secos (pepitas de albaricocos, albaricocos secos, pasas de uva, higos secos...).

El final de la década de los años 20 planteó una gran crisis económica. En octubre de 1929 se evidenció una gran depresión en Estados Unidos, que se inició con el crack de la bolsa de Wall Street y que se extendió de hecho a los países europeos. Paro, caída generalizada de precios, drástica reducción de consumo, pobreza, cierre de empresas... El mundo entero se sumergió en una gran involución económica, muy proclive por otra parte a la llegada al poder de líderes políticos salvadores de la patria, que terminaban convirtiéndose en grandes dictadores, en países como Alemania e Italia. El imperialismo japonés avisaba ya, también de sus pretensiones. Se estaba fraguando la II Guerra Mun-



Visita de los entonces Príncipes de España D. Juan Carlos y Dña. Sofía a Hero.



Vista antigua del proceso y elaboración conservera en Hero.

dial. España iba, por su lado, hacia una dolorosa guerra civil No eran tiempos de desarrollos empresariales, innovación de productos y ampliación de líneas de fabricación. Economía y política jugaban en contra.

No obstante la independencia consustancial a los propietarios suizos les hizo situarse al margen de tanto viento y marea. Conservas Hero –Lenzbourg y todas sus filiales, entre otras, por supuesto, Hero-Alcantarilla, continuaron con su desarrollo y sus proyectos de consolidación de nuevos productos, en un ambiente muy enrarecido que afectó a muchos competidores. Concretamente, en 1930, Lenzbourg concedió a Alcantarilla autorización para vender bajo la marca Hero en el territorio español una serie de productos y otros tipos de conservas, fabricadas en Alcantarilla a base de recetas facilitadas por Lenzbourg. Se inicia así una ardua labor pues el mercado español no era el más propicio para este tipo de productos, por no tener costumbre de consumir estos alimentos y no disponer del adecuado poder adquisitivo.

Pese a todas estas circunstancias difíciles se iba progresando y a mediados de 1931, Hero-Alcantarilla, Sociedad Anónima ("Anciens Etablissements Champagne Frères Ltd"), trata de establecer una red de representantes en las principales poblaciones españolas. Buena prueba de ello es el texto de la carta remitida el 23 de abril de 1931 (9 días después de la implantación de la República en España, con todo lo que ello representaba, en las oficinas de Hero, en Alcantarilla, se seguía desarrollando normalmente el trabajo habitual) a D. Gabriel Requena Genovés, en Málaga:

"Estamos actualmente designando representantes para la venta de nuestras con-

servas de frutas y mermeladas en las principales poblaciones de España...

Los dos establecimientos industriales con que contamos en España están exclusivamente dedicados a la elaboración de Conservas de Frutas, produciendo variadamente pulpas, preparados al natural, compotas y mermeladas, todo ello en insuperables calidades y llevado al mercado con irreprochable presentación.

A pesar de llevar una existencia superior a 30 años como fabricantes de conservas, hasta hace un poco tiempo estuvimos únicamente dedicados a llevar al extranjero toda nuestra producción, donde hay otras varias e importantes e importantes fábricas similares adheridas a nuestra agrupación y donde nuestras marcas gozan de una gran reputación que hoy las coloca a la cabeza de sus congéneres. Ahora pensamos extender nuestra acción al mercado nacional y estamos completamente satisfechos del éxito obtenido en nuestros primeros pasos habiendo conseguido ya un núcleo de selectos e importantes clientes, sobre todo en Madrid y Barcelona, en cuyas plazas nuestros preparados han sido los preferidos, tanto por parte de los comerciantes, como por parte del lado de los consumidores.

Las comisiones que hacemos a nuestros agentes son:

Comisión del 3% sobre las ventas de conservas de tomate

Comisión del 5% sobre las ventas de compotas, mermelada, etc...

Un estilo muy propio de Hero, en todos los tiempos, se deduce de este escrito que transmite seguridad en sus fabricados, en la calidad de los mismos para comerciantes y consumidores, y en las ventajas de estar integrados en una gran red industrial mundial de alto nivel y una carta im-

pecable en la que no se hace ninguna referencia a los avatares que están afectando a la sociedad española.

Los precios eran razonables para aquellos tiempos. Por ejemplo 50 botes de 1/2 kg., embalados en cajas de madera, franco estación de ferrocarril Alcantarilla de las confituras corrientes era de 50 ptas., es decir, a 1 pta. el bote.

Simultáneamente se había organizado la Agrupación de Conserveros de Murcia, constituida el 14 de diciembre de 1924, integrado posteriormente en el Comité Oficial Mixto de fabricantes de frutas y hortalizas (25 de marzo de 1928) que era una asociación legal de carácter forzoso que establecía un gravamen de 0,25% ptas. plata por cada 100 kg. de conserva que se producían y cuya recaudación se efectuaría por parte de la Aduana, en lo exportado, y por las Asociaciones delegadas, por los consumos internos y que tuvo una vida muy efímera, pues fue disuelto el 14 de junio de 1930 al acabar la etapa del General Primo de Rivera.

La agrupación de Conserveros de Alicante, Albacete y Murcia, mantiene su actividad con ciertos altibajos derivados de la problemática socioeconómica de la época. En 1930 disponía de 86 fábricas integradas (68 eran de Murcia), mientras que en 1934 sólo cuenta con 34 firmas asociadas. Es de destacar que analizadas todas las memorias de la Agrupación de 1930 a 1935, en todas las juntas directivas figura como Vicesecretario D. Guillermo Schmidhauzer, director en ese período de Hero Alcantarilla.

GUERRAS Y POSGUERRAS

En 1936 comienza la Guerra Civil es-

pañola precedida de unos años de incertidumbre, crisis económica y miedo. No es época de inversiones y mejoras.

Al terminar la Guerra en España, comienza la II Guerra Mundial, por lo cual se abre un paréntesis de 10 años en los que lo más importante es sobrevivir, tanto a nivel humano como a nivel empresarial.

Hero Alcantarilla, S.A. supera estas vicisitudes con dignidad y decoro, aunque se escribiera algún capítulo del gran drama nacional. Se supo pasar página y la industria siguió adelante.

El problema técnico que se planteó en esos años fue la disponibilidad de materias primas, por el elevado consumo en fresco de ellas, habida cuenta la escasez y los racionamientos y muy en especial la dificultad de abastecerse de azúcar y de hojalata.

Este problema, muy grave para cualquier empresa de conservas se fue solucionando en base a tratarse de una empresa extranjera, de una nación tan bien constituida en todos sus organismos internacionales, como ha sido siempre Suiza, y a orientar toda la fabricación a la exportación. Con todo, las ventas se fueron reduciendo, lo que es totalmente lógico en razón a las circunstancias. Las ventas que ascendieron a 602.000 ptas. en 1922 y se habían multiplicado por dos en 1930, 1.284.000 ptas. alcanzaron la cifra de 2.034.000 ptas. en 1936, rebajándose en 1940 a 1.437.000. Desde ese momento comenzó una fuerte reacción que se plasmó en un espectacular incremento en el año 1950, cuando las ventas casi multiplicaron por 10 las de 1930. Todo había vuelto a la normalidad tras superar dos crueles guerras y desde ese momento las ventas han continuado en una ininterrumpida tendencia al alza.

LA CONSOLIDACIÓN

A partir de 1950 España soporta el aislacionismo internacional, aunque se va caminando de forma paulatina hacia la regularización económica.

La industria murciana hasta el año 1952 sólo producía en volúmenes significativos algunos productos como conservas de albaricoque, melocotón, pimiento, tomate y carne de membrillo. Este último producto pasó casi por entero a Puente Genil, y por contra, se fue avanzando gradualmente en la alcachofa. El tomate sufrió una fuerte regresión que se debió en parte a la aparición de un grave problema de alteración que, poco antes, ya se había dado en Italia.

En ese marco, con nuevas recetas y productos, y con los avances tecnológicos suizos, Hero Alcantarilla, S.A. se va a lanzar a la conquista del mercado nacional, en el que poco se irá especializando. Así, en 1960 se supera el 100% de incremento de 1950.

Desde 1960 a 1973, período que corresponde al de mayor crecimiento económico de España muy superior a la media europea. Hero Alcantarilla se va a consolidar como una de las empresas de conservas sólidas más importantes de toda España.

Se supera posteriormente la crisis derivada del encarecimiento del petróleo a partir de 1974, así como de otras materias primas y se afronta la apertura democrática en España y la integración en Europa camino del Mercado Único y de Maastricht.

A partir de ahí, el crecimiento de la empresa Hero España se evidencia en muchos aspectos:

- Sucesivas modificaciones de escrituras

van elevando su capital desde las 600.000 ptas. de 1922 a los 480 millones de 1983, pasando por los incrementos de 19.800.000 ptas. (26-10-68), 51 millones (1-05-73), 153 millones (19-12-78), 360 millones (6-04-81) y hasta el ya reseñado de 480 millones (9-03-83).

- En la modificación del 1 de marzo de 1973 se sustituyó la denominación Hero Alcantarilla, S.A. por Hero España, S.A., dando a la empresa, que estaba y sigue estando enraizada con el municipio en que se ubicó inicialmente en 1907, un mayor rango nacional.
- Se fue concentrando la producción en la factoría de Alcantarilla, suspendiendo en primer lugar las operaciones en la de Abarán y posteriormente se cesó también la actividad en la de Talayuela (provincia de Cáceres, donde se había efectuado una instalación en 1972), concretamente en enero de 1983.
- Se ha adquirido recientemente la empresa de conservas Valverde, que fabrica con la marca Juver, especializada en zumos, con lo que se potencia en ese sector con el impacto de ambas marcas Hero-Juver.
- Se ha pasado de 9.000 m.² de superficie a más de 40.000 m.².
- En estos momentos, de Hero España dependen más de 1.000 puestos de trabajo, en su factoría y red de distribución y un gran número de empleados que dependen indirectamente del buen funcionamiento de la empresa.
- Se ha puesto en marcha una amplia gama de productos dirigidos a la alimentación infantil, bajo la marca Hero Baby, que constituye uno de los mayores activos de futuro de la Compañía.



Fachada de la entrada al edificio de oficinas y Admón.



Vista del edificio emblemático de Hero-España S.A.

- Hero España, S.A. ha comercializado hasta el año 1997 una serie de productos, con marcas de reconocido prestigio que han permitido superar algunos altibajos del mercado de la conserva.
- En definitiva, la Compañía Hero ha sabido adaptarse a las graves crisis que han afectado de forma drástica al sector conservero especializado en frutas y verduras en la Región de Murcia, en el que se han producido notables desapariciones por la incidencia de varios factores negativos.
- Y lo que es más importante, está orientando todos sus esfuerzos a traspasar con éxito la barrera del año 2000, situándose ya en el siglo XXI, con una gran variedad de productos, una amplia gama de referencias, nuevos productos, máxima calidad, esfuerzo, gran talante negociador y espíritu de servicio a clientes y consumidores.

En 1985 el Grupo Hero soportó un intento de adquisición hostil, que fue rechazado con gran esfuerzo. En 1986 se soportó otro ataque hostil por parte de Jacobs Suchard. Como defensa los componentes de la Dirección del Grupo, encabezados por D. Rudolf Stump, decidieron realizar un Management Buy-Out (una compra parcial de las acciones de la compañía por parte de miembros de la Dirección). Ello ha permitido al Grupo Hero desarrollar una clara estrategia europea, y se ha conseguido que las factorías holandesas, inglesas, francesas y españolas hayan alcanzado un tamaño crítico que les ha permitido fabricar de una manera rentable y distribuir sus productos mediante redes propias de venta con una cobertura nacional. De 1887 a 1992 se consiguió incrementar substancialmente el

volumen de ventas del Grupo, que pasó de 400 a 1.300 millones de francos.

Hero España, S.A. se ha beneficiado, sin duda, en todo momento de la consolidación, autonomía y crecimiento del Grupo Hero, pero existía la duda acerca de otras acciones hostiles en el corto plazo derivadas de la necesidad de internacionalización de las empresas, globalización de mercados y oportunismos financieros.

La incertidumbre se ha desvelado de forma favorable para los intereses de Hero España, ya que el 18 de julio de 1995 se llevó a cabo la fusión entre el Grupo Schwartau y el Grupo Hero que permite la unión de dos empresas que orientan su producción al sector alimentario, lo que evita de entrada cualquier duda respecto a la continuidad de las diferentes líneas de fabricación de la filial española.

Las perspectivas de las empresas Schwartau, así como la importancia estratégica para Hero son positivas. Las actividades de estas empresas se llevan a cabo en el sector de semielaborados para panadería, así como artículos y adornos para pastelería, productos para untar y postres de frutas, que puede abrir otras posibilidades de venta y acceso a los mercados con nuevos productos de calidad para todas las factorías del Grupo Hero, y muy en especial para Hero España, S.A.

De esta manera se confía por parte de todos los Directivos, trabajadores y colaboradores, que Hero, que ya cumple 75 años de dedicación al sector de alimentación continúe "MARCANDO LA DIFERENCIA" otros muchos años, demostrando su sensibilidad y experiencia en los acuerdos con los mejores proveedores, en la negociación con todo tipo de clientes y en recoger e incluso adivinar los gustos de los consumidores de ahora y de mañana.