



Grandes retos, Grandes logros

Reporte de Sostenibilidad  harinera del valle





Estos grandes logros que hoy compartimos son producto de un Gran Equipo de Equipos comprometido con un mundo mejor.

Gracias por permitirnos ser parte de tu vida.

CONTENIDO

Capítulo 1



Capítulo 2



Capítulo 3



Capítulo 4



Capítulo 5



INTRODUCCIÓN

Mensaje del Gerente General

Resumen 2020

Alcance del Reporte de Sostenibilidad

Aspectos materiales y los Objetivos de Desarrollo Sostenible

EN EL 2020 SEGUIMOS COMPROMETIDOS CON COLOMBIA

- 1.1 Sobre HV
- 1.2 Nuestras marcas
- 1.3 ¿Dónde estamos?
- 1.4 Modelo corporativo
- 1.5 Comunicaciones

FORTALECIMOS LOS VÍNCULOS DE CONFIANZA CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

- 2.1 Seguimos presentes en los mejores momentos de tu vida
- 2.2 Nos conectamos para generar grandes resultados
- 2.3 Un gran equipo que enfrentó grandes desafíos
- 2.4 Logramos avanzar con los mejores aliados
- 2.5 Fortalecimos nuestro compromiso social

NUESTRA RESPONSABILIDAD AMBIENTAL NO PARA

- 3.1 Indicadores ambientales
- 3.2 Gestión energética
- 3.3 Gestión hídrica
- 3.4 Gestión de residuos
- 3.5 Empaques 100% reciclables

GENERAMOS VALOR Y PROSPERIDAD

- 4.1 Compartimos valor
- 4.2 Balance general
- 4.3 Informe Revisor Fiscal

NUESTROS AVANCES BAJO ESTÁNDARES GLOBALES

Mensaje del Gerente General

Un complejo y retador 2020 lleno de grandes logros.

El 2020 pasará a la historia como un año que transformó al mundo y en consecuencia, la manera como vivimos y nos relacionamos. La pandemia por el virus COVID-19 nos enfrentó a una nueva normalidad en la que como Compañía, logramos sobreponernos a situaciones complejas y asumir nuevos retos como el gran EQUIPO DE EQUIPOS que somos. Implementamos los más estrictos controles y medidas de bioseguridad para garantizar la salud de todos nuestros colaboradores y sus familias, al igual que la de nuestros proveedores, clientes y consumidores.

En la edición de nuestro onceavo Reporte de Sostenibilidad, queremos compartirles nuestros grandes logros y aprendizajes, en un año complejo y retador en el que pudimos mostrar nuestra enorme capacidad de adaptación al cambio, fortaleciendo espacios para una efectiva comunicación, una gran disposición a la innovación y un dedicado trabajo en equipo que nos permitió ser sostenibles.

Nuestro compromiso con la sostenibilidad nos exige ser una Organización próspera, responsable social y ambientalmente que nos permita crear y compartir valor. En el 2020 Harinera del Valle no paró de abastecer con sus productos a los hogares e industrias nacionales, comprometiéndose con la reactivación y el desarrollo de Colombia. Tuvimos un crecimiento en ventas del 14.20%, superior al del año anterior. Nuestro equipo humano que labora en las 5 Plantas de Producción y 11 Distritos Comerciales, trabajó con un enorme compromiso para poder estar con nuestros productos en los hogares colombianos.

La comunicación fue un gran reto, sin embargo a través de diferentes medios logramos conectarnos eficientemente con los grupos de interés. Con nuestros clientes y consumidores, nos conectamos a través de diferentes estrategias como influenciadores, redes sociales, eventos que promovieron la actividad física en casa y las Masterclass, permitiéndonos una comunicación continua y permanente con ellos.

Nuestros productos Pancakes Avena Haz de Oros y Canola Life en Barra obtuvieron el reconocimiento como Productos del Año en sus categorías. Este es un sello internacional que premia la innovación a través de un estudio independiente y evaluado por los consumidores.

En medio de la pandemia, apoyamos el fortalecimiento de los negocios de nuestros clientes panaderos a través de capacitaciones y eventos virtuales en los que participaron más de 1.700 de ellos.

El compromiso con nuestro país y región ha sido permanente. En el año 2020, nuestro enfoque de Responsabilidad Social Empresarial se centró en la Solidaridad y el fortalecimiento de estrategias educativas y comunitarias, aportando a dos Objetivos de Desarrollo Sostenibles: ODS 2: Hambre Cero, mediante la donación de alimentos a miles de familias colombianas y al ODS 4: Educación de Calidad, apoyando a estudiantes de instituciones educativas públicas con acceso a tecnología.

Como Gerente General de Harinera del Valle reitero nuestro compromiso con el cumplimiento de los 10 principios del Pacto Global de la Organización de las Naciones Unidas, aportando al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS.

Harinera del Valle no para. Hoy más que nunca seguiremos adelante con confianza, convicción y compromiso, cuidándonos, cuidando a nuestra familia y nuestra Empresa y trabajando en el firme propósito de abastecer con nuestros productos a los hogares colombianos y del mundo.

Juan Carlos Henao Ramos
Gerente General

Resumen 2020

Grandes retos, grandes logros

(Cifras en MM de pesos)

Sostenibilidad Económica 2020

Prosperidad



Ingresos Operacionales
Netos: **\$ 1.085.515**

Valor Económico
Generado: **\$ 1.191.726**
Distribuido: **\$ 1.132.470**



Sostenibilidad Social 2020

Consumidores



Pastas La Muñeca promovió estilos de vida saludables a través de prácticas deportivas, apoyando causas sociales y ambientales.

- Carrera 10 k verde
- Reto La Muñeca: Chechy Baena y Caterine Ibargüen
- Reto La Muñeca: 54D y Caterine Ibargüen
- Club de la Energía

Pancakes Avena Haz de Oros y Canola Life Barra obtuvieron el reconocimiento Producto del año en Colombia para sus categorías.



Cientes



2.685 clientes panaderos capacitados en clases virtuales de Haz de Oros.

9.547 visitas a Revista Harinotas APP en www.hazdeoros.com

1.035 visualizaciones en los Cursos Virtuales Haz de Oros Panadería.

Hoy estamos presentes en **13 países**.



Colaboradores



1.481 personas hicieron parte de este gran equipo.
596 Mujeres + 885 Hombres
93% Contratación directa.

Más de **\$ 744** millones invertidos en el cuidado de nuestros colaboradores y sus familias durante la pandemia.

3.1% Índice de accidentalidad.

229 colaboradores hacen parte de Comités de Salud y Seguridad.

Más de **3.700 millones en beneficios sostenibles** para los colaboradores y sus familias en educación, salud y programas de bienestar, entre otros.



Proveedores



1.448 proveedores capacitados en prevención y control de riesgos laborales.

100% de proveedores críticos de material de empaque e insumos productivos, evaluados con criterios de sostenibilidad en los temas ambientales y sociales.



Comunidad



Donamos **240 tablets** para que estudiantes del Valle y Cauca pudieran recibir sus clases de manera virtual.

Ante la ola invernal en el departamento de Chocó y la situación del huracán Iota en San Andrés, **donamos 50.000 unidades** de pastas para las familias damnificadas.

Donamos 145.000 kilos de alimentos a miles de familias colombianas a través de 11 Bancos de Alimentos pertenecientes a ABACO, las Alcaldías municipales de Dagua, Villa Rica y Palmira, la Gobernación del Valle y diferentes organizaciones sociales.



Sostenibilidad Ambiental 2020

Planeta



Los envases y empaques de nuestros productos son **100% reciclables**.

En planta Cali medimos nuestra huella de carbono

Emissiones directas:
5.896,39 TonCO2e/año
Aporte 75.02%

Emissiones indirectas:
1.963,44 TonCO2e/año
Aporte 24.98%

Total de emisiones directas e indirectas:
7.859,83 TonCO2e/año
Aporte 100%

Envases y empaques: 270 toneladas de residuos aprovechables como papel, cartón, plástico, metal y madera se entregaron al gestor ambiental INDUECON como parte de nuestro enfoque de economía circular.

Aceite de cocina usado: Se recolectaron 230.8 galones de ACU los cuales fueron entregados al gestor Greenfuel, para transformarlo en Biodiesel.



Alcance del Reporte de Sostenibilidad

Nuestro onceavo reporte da cuenta de la gestión sostenible de Harinera del Valle en el año 2020, un trabajo constante y permanente por garantizar nuestra prosperidad económica siendo competitivos y rentables, promoviendo y comprometiéndonos responsablemente con el bienestar de las personas con quienes nos relacionamos a lo largo de nuestra cadena de abastecimiento, velando por el cuidado del planeta y buscando contribuir al bienestar de las generaciones actuales y futuras.

El alcance de este reporte abarca la gestión empresarial que realizamos en la Sede Corporativa, las cinco (5) Plantas de Producción ubicadas en Dagua, Palmira, Villa Rica, Bogotá y Cali, al igual que en los once (11) Distritos Comerciales localizados en diferentes ciudades del país.

Los resultados que se exponen en este reporte, son producto de la sistematización y análisis de los datos e información cuantitativa y cualitativa que entregan los diferentes equipos pertenecientes a las áreas de trabajo de Harinera del Valle. Igualmente, se realizaron reuniones virtuales con los equipos para aclaración y definición de temas específicos sobre sus informes y un análisis comparativo con datos de años anteriores. El contenido de este reporte se priorizó mediante los temas materiales identificados en el año 2019 para dar cuenta de nuestra gestión a los grupos de interés. Los equipos de Harinera del Valle suministraron la información y los datos y el responsable de incluirla en el reporte fue el equipo de Comunicaciones y RSE. Los estados financieros fueron revisados por Deloitte & Touche Ltda.

Los referentes globales que se tuvieron en cuenta para elaborar este reporte fueron los estándares del Global Reporting Initiative GRI, cuyo nivel es Esencial o Core, así como el cumplimiento de los 10 principios del Pacto Global de la Organización de las Naciones Unidas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS.

Para desarrollar el reporte se tuvieron en cuenta criterios de comparabilidad de los datos en los últimos tres años y buscamos que el lenguaje escrito así como su diseño gráfico, fueran accesibles y de gran comprensión para los diferentes públicos interesados.

La presentación de este reporte corrobora nuestro compromiso de adhesión al Pacto Global desde el año 2009.

Para ampliar la información, aclarar dudas o inquietudes sobre este Reporte, así como para expresar sugerencias o comentarios, puede remitirse al Equipo de Comunicaciones y RSE de Harinera del Valle.



María Cristina Muñoz Naranjo

mc.munoz@hv.com.co

Teléfono: (57-2) 418 7000 ext. 1342

Elisa Ivette Ramírez Valencia

ei.ramirez@hv.com.co

Teléfono: (57-2) 418 7000 ext. 1315

comunicaciones@hv.com.co
Carrera 1 A #47 - 20 Cali, Colombia

**Crear valor,
compartirlo y hacerlo
sostenible para
seguir contribuyendo
al bienestar y al
progreso de las
generaciones
presentes y futuras**

Asuntos Materiales y de Cobertura

Los asuntos materiales de sostenibilidad de Harinera del Valle fueron los identificados en el ejercicio de materialidad realizado en el año 2019 con la asesoría de la empresa Fortalecerse.

Como se explicó en el informe del 2019 los asuntos de sostenibilidad surgen del análisis de:

- Requerimientos de las normas privadas a nivel global.
- Estado del Arte de 5 reportes de sostenibilidad (5 empresas de alimentos).
- Asuntos tomados de GRI para el sector de alimentos empacados.

Cada asunto material incluye así, un conjunto de indicadores claves para la gestión de la sostenibilidad.

En el ejercicio de materialidad con vigencia 2019 - 2020, se incorporaron 17 asuntos de sostenibilidad de la empresa.

Estos asuntos se evaluaron teniendo en cuenta temas importantes para empresas y organizaciones del sector de alimentos empacados a través de las tendencias en materia de sostenibilidad que otorgan el Sustainability Maps de la Organización Mundial del Comercio OMC, el CBI del Reino de los Países Bajos y el Global Reporting Initiative GRI para empresas relacionadas a esta industria.

El ejercicio de revisión y validación, incluyó en el análisis, las nuevas disposiciones legales y normativas relacionadas con estos asuntos.

Reportes de Sostenibilidad



2017



2018



2019

Alexander Angulo - Cali

Materialidad

Para la validación de los **17 asuntos de sostenibilidad** de la organización se utilizaron las pautas formuladas por el GLOBAL COMPACT, GLOBAL REPORTING INITIATIVE GRI.

Los criterios utilizados para dicha priorización fueron:

- Importancia estratégica del asunto.
- La importancia para los grupos de interés prioritarios.

Asunto Económico

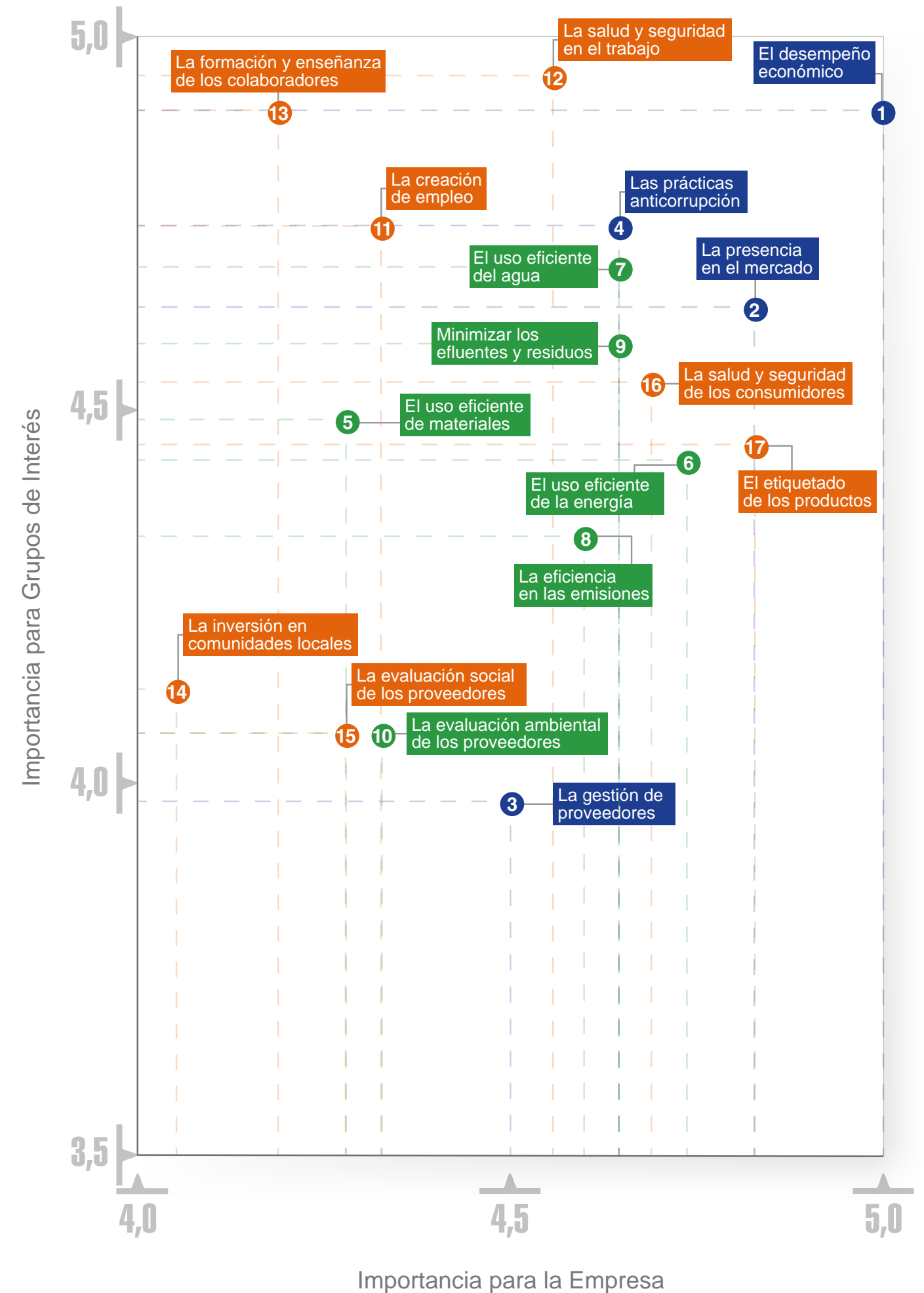
- 01** El desempeño económico
- 02** La presencia en el mercado
- 03** La gestión de proveedores
- 04** Las prácticas anticorrupción

Asunto Ambiental

- 05** El uso eficiente de materiales
- 06** El uso eficiente de la energía
- 07** El uso eficiente del agua
- 08** La eficiencia en las emisiones
- 09** Minimizar los efluentes y residuos
- 10** La evaluación ambiental de los proveedores

Asunto Social

- 11** La creación de empleo
- 12** La salud y seguridad en el trabajo
- 13** La formación y enseñanza de los colaboradores
- 14** La inversión en comunidades locales
- 15** La evaluación social de los proveedores
- 16** La salud y seguridad de los consumidores
- 17** El etiquetado de los productos



Colaboradores Molino de Trigo - Planta Cali

El aporte a los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible se constituyen en referentes e indicadores globales que guían la ruta para aportar a un desarrollo sostenible en la región y el país. Este reporte informa sobre nuestra contribución al cumplimiento de los siguientes ODS:



 **OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE**



Planta Daqua

Socialización Reporte Sostenibilidad 2019

La socialización del Reporte de Sostenibilidad se convierte en un espacio de diálogo y retroalimentación con nuestros grupos de interés alrededor de los temas que aborda el reporte, haciendo énfasis en nuevos contenidos a trabajar en el siguiente reporte.

Compartimos con los grupos de interés este reporte en diferentes espacios de carácter virtual: En la página web: www.hv.com.co, comunidades de Harinera del Valle en las redes sociales **Facebook, Instagram y LinkedIn**, entre otros medios. En el 2020, logramos socializar de manera virtual el reporte con nuestros colaboradores, comunidades de las instituciones educativas cercanas a nuestras sedes y organizaciones comunitarias.

Socialización Colaboradores

Socializamos nuestro Reporte de Sostenibilidad 2019 de manera virtual. Compartimos con **843 Colaboradores Administrativos y de nuestras Plantas**, los logros y aportes para la sostenibilidad de nuestra Organización en 20 sesiones realizadas en vivo. Con nuestros colaboradores de las Plantas, realizamos una dinámica participativa para conocer su aporte en la construcción de la sostenibilidad de Harinera del Valle. Estos son algunos de ellos:

“Mi aporte a la sostenibilidad de HV es siendo excelente operacionalmente para que tenga un impacto positivo en la prosperidad, en el planeta y socialmente en todas las personas.”

Socialización Comunidad

Comunidad Educativa

Participaron representantes de las cuatro instituciones educativas que apoya Harinera del Valle en Cali, Dagua, Palmira y Villa Rica. Los temas de mayor interés se relacionaron con la continuación de los programas de inversión social en el campo educativo, así como la importancia del seguimiento a indicadores ambientales.

Comunidad Vecina

Representantes del Colectivo Sin Fronteras de las Comunas 4 y 5, participaron en el espacio de socialización del reporte de nuestra Organización. Los temas centrales de análisis fueron aquellos referidos a la gestión del medio ambiente en el entorno de las Plantas de Producción, así como temas de responsabilidad social de la Compañía.

“Desde mi puesto de trabajo como operaria elaboro un producto de primera calidad para el consumo humano de nuestros hogares colombianos.”



Capítulo 1

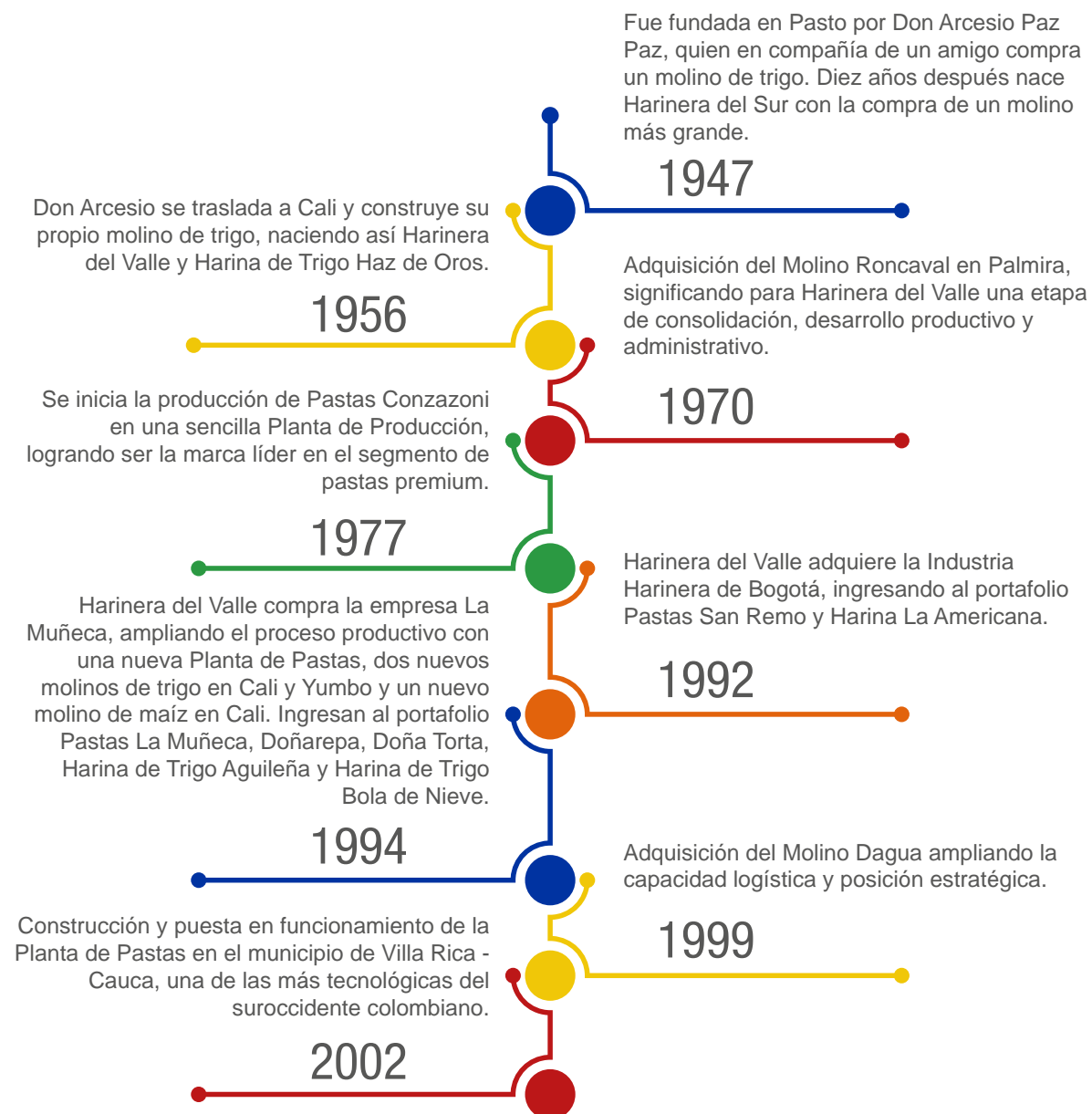
En el 2020
**seguimos
comprometidos
con Colombia**



1.1 Sobre Harinera del Valle

Más de 66 años acompañando a las familias colombianas hacen de Harinera del Valle una de las compañías de alimentos más importantes del país. Nuestra Organización cuenta con Plantas de Producción en Cali, Palmira, Dagua, Villa Rica y Bogotá, distritos comerciales en 11 ciudades del país y un sistema de distribución propio que llega a más de 900 municipios de Colombia.

Contamos con un amplio portafolio de 12 categorías con 28 marcas en las líneas de consumo masivo y clientes industriales, que se destacan por su alto nivel de calidad y tradición como es el caso de Harina de Trigo Haz de Oros, Pastas La Muñeca, Doñarepa, Conzazoni, Brownies Mama-ía, Canola Life, entre otras.



1.2 Nuestras Marcas

Línea Consumo Masivo

Harinas de Trigo



Haz de Oros



Aguileña



La Americana



Mezcla Lista para Pancakes y Syrup Haz de Oros



Mezcla Lista para Pancakes y Syrup Light Haz de Oros



Mezcla Lista para Pancakes de Avena Haz de Oros

Pastas



La Muñeca



Conzazoni



Bucatti



Pugliese



San Remo



Bucatti

Salsas para Pastas

Mezclas Listas y Syrup



Mezcla Lista Doña Torta Vainilla Haz de Oros



Mezcla Lista Doña Torta Chocolate Haz de Oros



Mezcla Lista para Brownies Haz de Oros



Mezcla Lista para Galletas Haz de Oros



Mezcla Lista para CupCakes Haz de Oros



Mezcla Lista para Buñuelos Haz de Oros



Mezcla Lista para Natilla Haz de Oros



Mezcla Lista para Natilla Arequipe y Coco Haz de Oros

1.2 Nuestras Marcas

Línea Consumo Masivo

Harinas Precocidas de Maíz



Doñarepa

Galletas



Petitas

Brownies



Mama-ía

Vinagres



Bucatti



Colman's

Esparcibles



Premier



Practis



Canola Life



Natura

Aceites Sólidos



Frida



Lefrit

Tortillas y Wraps



Tortillas Wraps
Haz de Oros



Tortillas Frutos Rojos
Haz de Oros



Mama-ía Mini
Brownies



Tortillas Integrales con Chía
Haz de Oros



Tortillas Tradicionales
Haz de Oros



Tortillas Integrales con fibra
de Avena Haz de Oros

Aceites



Canola Life



Bucatti



Premier



Riquísimo



Oleocali

1.2 Nuestras Marcas

Línea Consumo Masivo

Jabones para el Cuidado Personal



Lemón



Manantial



Fama (jabones especializados)



Unico



Unico Plus



1.2 Nuestras Marcas

Línea Industrial

Clásica



Harina de Trigo Haz de Oros Multipropósito



Harina de Trigo Haz de Oros Sin Mejorantes



Harina de Trigo Haz de Oros Fortificada Fuerza Media



Bola de Nieve



Harina de Trigo Haz de Oros Tortas y Ponqués



Harina de Trigo Haz de Oros Especial



Harina de Trigo Haz de Oros Hojaldres y Galletas



Harina de Trigo Haz de Oros Congelados



Harina de Trigo Haz de Oros Integral

Especialidades

Premezclas



Premezcla Haz de Oros para Tortas y Ponqués sabor a vainilla



Premezcla Haz de Oros para Tortas y Ponqués sabor a chocolate



Premezcla Haz de Oros para Bizcochuelo



Premezcla Haz de Oros para Pancakes



Premezcla Haz de Oros para Brownies



Premezcla Integral

1.2 Nuestras Marcas

Línea Industrial

Margarinas Industriales



Pa'l Día



Natura



La Americana

Aceites Industriales

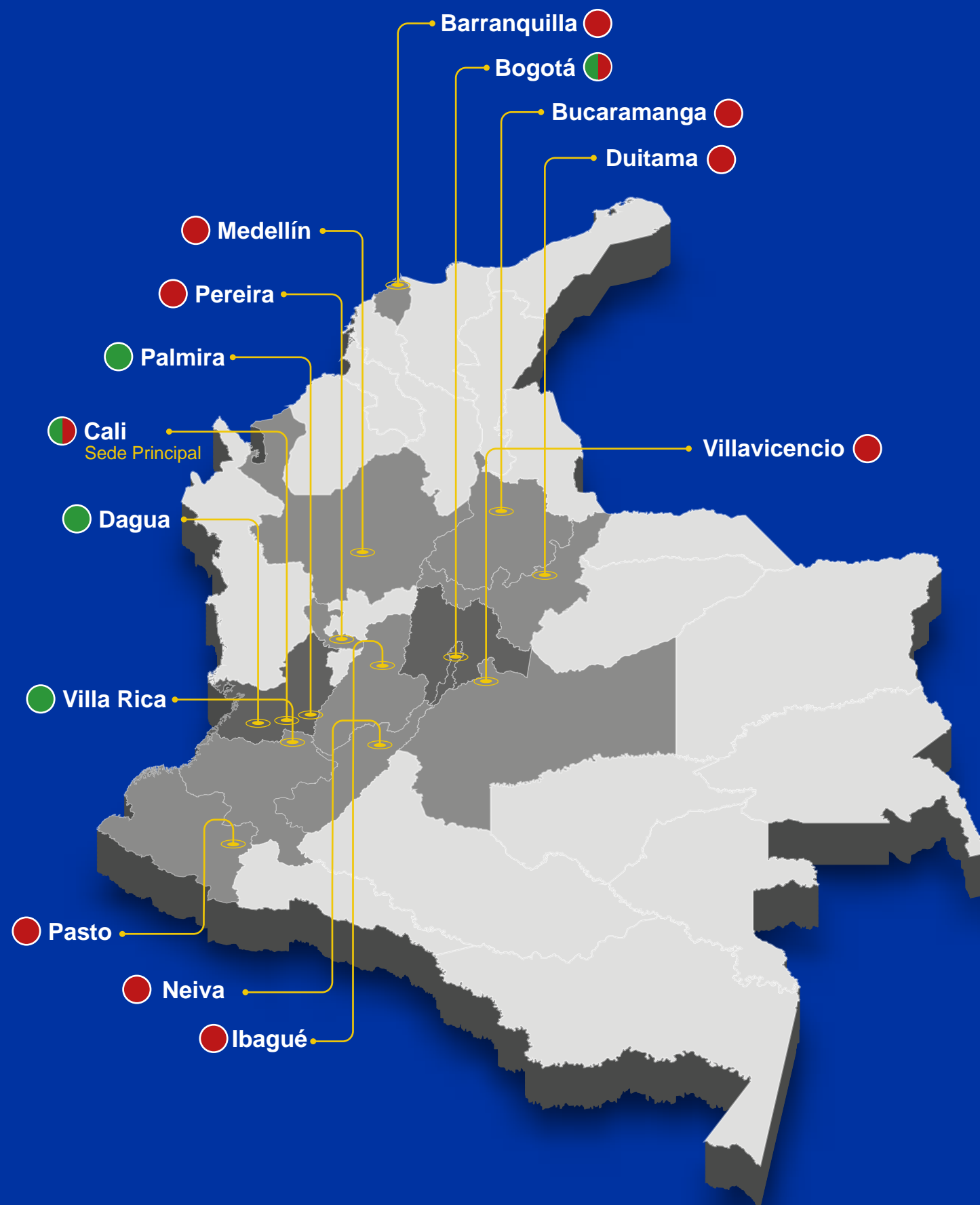


Oleocali



La Americana

1.3 ¿Dónde Estamos?



- Plantas de Producción
- Distritos Comerciales

1.4 Modelo Corporativo

Harinera del Valle cuenta con un modelo corporativo que garantiza una gestión ética y transparente basada en valores y prácticas reconocidas por nuestros grupos de interés.

1.4.1 Referentes sólidos y transparentes que guían nuestra actuación

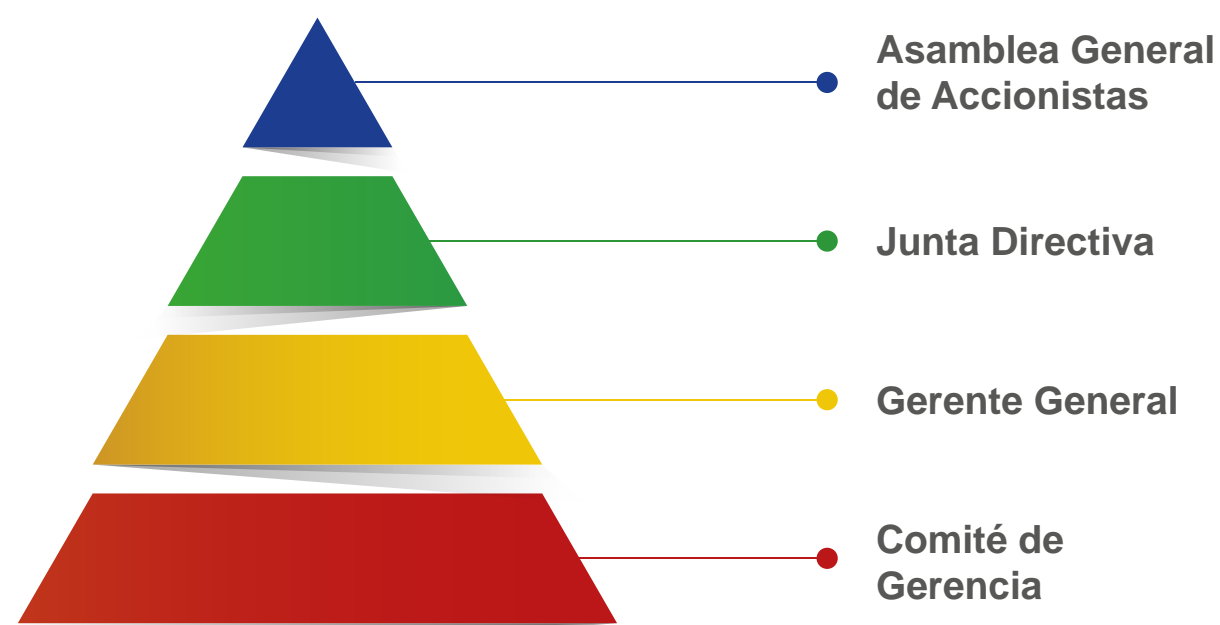
Nuestro marco de actuación se fundamenta en el direccionamiento estratégico, una estructura organizativa sólida que orienta un comportamiento empresarial ético y transparente, un **EQUIPO DE EQUIPOS** comprometido con la Organización y un enfoque de sostenibilidad mediante el cual queremos generar valor y compartirlo con la sociedad, respetando los derechos humanos en todos los niveles de relacionamiento en la cadena de abastecimiento.



a) Direccionamiento estratégico



b) Estructura organizativa sólida



Asamblea General de Accionistas

Junta Directiva

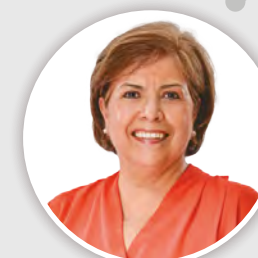
Principales	Suplentes
Luz Marina Paz Bautista	José Luis Payeras Paz
Fernando Paz Bautista	Rosa Adriana Martínez Ramírez
Álvaro José Henao Ramos	Rafael Robledo Montagut

Gerente General

Juan Carlos Henao Ramos



Comité de Gerencia 2020



María Alix Orduz
Asesora de Gerencia General



José Fernando Chacón
Gerente de Producción y Proyectos



Antonio José González
Gerente de Consumo Masivo



Carlos Andrés Osorio
Gerente de Gestión Humana



Angélica Ospina
Gerente Mercados y Commodities Portagranes



Juan Felipe Reina
Gerente Logística



Luis Fernando Rueda
Gerente Jurídico



María Claudia Fernández
Directora de Tecnología Informática y Comunicaciones



Jaime Felipe Monedero
Gerente Finanzas y Contraloría



Alejandro Amaya
Director Auditoría Interna

c) Ética y transparencia

Nuestra cultura organizacional se fundamenta en un marco ético y transparente alrededor del cual se definen los referentes y las formas de relacionamiento entre colaboradores, nuestros grupos de interés y la sociedad en general.



Código de Ética



Código de Ética y su Línea Ética

En el año 2020, a través de la intranet se difundió entre los colaboradores de Harinera del Valle el Código de Ética y la Línea Ética HV, donde se pueden enviar denuncias o recomendaciones relacionadas con este Código. El cumplimiento del Código de Ética en nuestra Organización es de carácter obligatorio ya que contiene las pautas generales de comportamiento que debemos tener para la ejecución de las actividades de la Compañía, el relacionamiento con nuestros grupos de interés, así como las políticas de anticorrupción, antisoborno transnacional y nacional, gestión del riesgo de lavado de activos y financiación del terrorismo y libre y leal competencia.



Línea Ética
HV

Auditoría interna

Durante el año 2020 se realizaron **45 auditorías** por parte de Auditoría Interna a los procesos de la Compañía, basadas en un plan de trabajo que parte de la gestión de riesgos estratégicos y considerando los riesgos operacionales, de fraude y las situaciones detectadas en los años anteriores. Como resultado de estas auditorías, se emitieron las respectivas recomendaciones de las cuales la Administración ha implementado el **92.8%**.

45
auditorías

Gestión de riesgos estratégicos

Durante el año 2020, la Compañía revisó y reestructuró algunos de sus riesgos estratégicos dentro del proceso de gestión constante de los mismos. Como resultado se modificaron cuatro y se crearon cuatro riesgos, como parte del proceso de adaptación de la Compañía a los nuevos retos que traen los mercados y la situación económica nacional y mundial.

Adhesiones a otros Códigos



Asociación Nacional de Industriales

Declaración de Principios Éticos del Empresario Colombiano.

[Clic aquí](#)

Compromiso de la ANDI y de los Empresarios afiliados con el respeto de los Derechos Humanos.

[Clic aquí](#)



Pacto Global

Los diez principios del Pacto Global

[Clic aquí](#)

d) Política Integrada de
Harinera del Valle

harinera del valle

POLÍTICA INTEGRADA HARINERA DEL VALLE S.A

En HARINERA DEL VALLE S.A. estamos comprometidos con la producción y distribución de productos de consumo masivo y línea industrial con los más altos estándares de calidad, seguridad y sostenibilidad, por ello:

- Garantizamos la prosperidad y crecimiento de nuestra Organización.
- Actuamos siempre con **respeto** por el ser humano, la sociedad y el medio ambiente.
- Establecemos relaciones duraderas con nuestros **clientes** y canales mediante el ofrecimiento de productos y líneas de negocio innovadoras y rentables.
- Contribuimos a un estilo de vida saludable, generando bienestar y satisfacción en nuestros **consumidores**.
- Fortalecemos la cadena de abastecimiento, manteniendo relaciones estables con nuestros **proveedores** basadas en la mutua confianza y beneficio.
- Hacemos de Harinera del Valle, un buen lugar de trabajo, buscando atraer, desarrollar y retener **colaboradores** talentosos e innovadores.
- Cumplimos con los **requisitos legales** y otros, aplicables a los Sistemas de Gestión de la organización.
- Promovemos una cultura de cumplimiento a la **inocuidad de los alimentos**, impulsada por todos los integrantes de la cadena de suministro.
- Generamos ambientes seguros y saludables, fomentamos una cultura de comportamiento seguro, mediante la mejora continua del **Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo**.
- Promovemos una cultura en control y seguridad para garantizar **la integridad de nuestros productos y servicios** a lo largo de la cadena de abastecimiento del mercado nacional e internacional.
- **Innovamos** para generar un impacto sostenible en el mercado con foco en la Experiencia, Procesos y Oferta.
- Protegemos el **medio ambiente** a través de la prevención de la contaminación y la mitigación de nuestros impactos ambientales significativos.

Juan Carlos Henao
Gerente General



Liliana Chacón



Wilmar Vargas



Michael Guerrero



Ximena Andrade

e) Nuestro Enfoque de Sostenibilidad y Grupos de Interés

Frente a cada uno de sus grupos de interés la Compañía ha desarrollado una promesa que guía el actuar de quienes la conforman y bajo la cual se alinean sus acciones para el logro de los objetivos que se proponen.



Nuestros Grupos de Interés

Consumidores:
Contribuir a un estilo de vida saludable generando bienestar.

Cientes:
Establecer relaciones duraderas ofreciendo productos y líneas de negocio innovadoras y rentables.

Colaboradores:
Hacer de HV un gran lugar de trabajo.

Proveedores:
Fortalecer la cadena de abastecimiento manteniendo relaciones de mutuo beneficio y crecimiento con nuestros proveedores.

Comunidad:
Actuar siempre con respeto por el ser humano, la sociedad y el medio ambiente.

Accionistas:
Garantizar la prosperidad y crecimiento de nuestra Organización.

Nuestro Enfoque

Nuestra sostenibilidad se fortalece cuando trabajamos por un equilibrio que haga posible el bienestar de las personas, la prosperidad de nuestro negocio y el cuidado y respeto por el planeta.





Colaboradores Sede Principal



f) Derechos Humanos en HV

- Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de nuestro ámbito de influencia.
- Apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Desde nuestro compromiso con los principios de Harinera del Valle y nuestra adhesión al Pacto Global, apoyamos y respetamos los Derechos Humanos dentro de nuestro ámbito de influencia.

En Harinera del Valle somos un EQUIPO DE EQUIPOS que respetamos a todas las personas, su trabajo y contribuimos al mejoramiento de la calidad de vida de nuestros grupos de interés.

En el año 2020 en las Plantas de Producción, en los Distritos Comerciales y Sede Principal de HV, el 100% de las personas que trabajan en el Equipo de Seguridad fueron capacitadas en el tema de Derechos Humanos.

En el 2020 se fortalece un nuevo acuerdo de Pacto Colectivo evaluando satisfactoriamente los resultados del anterior, mostrando el impacto y los alcances del mejoramiento de la calidad de vida de los colaboradores y sus familias. Harinera del Valle invirtió más de \$13.000 millones de pesos en los tres años (2018-2020) de duración de este convenio con sus colaboradores.

- En HV apoyamos la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción al igual que la erradicación del trabajo infantil y la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo.

No se presentaron situaciones que atentaran contra los Derechos Humanos en ninguno de los aspectos relacionados con trabajo forzado, trabajo infantil y prácticas discriminatorias.

1.4.2 Relacionamiento y comunicación con nuestros Grupos de Interés

Medios de relacionamiento y diálogo

Para todos los Grupos de Interés:

Página web: www.hv.com.co

Blog: www.hv.com.co/blog

Instagram: @HarineraDelValle

Facebook: @HarineraDelValle

LinkedIn: @HarineraDelValle

YouTube: HarineraDelValle S.A.



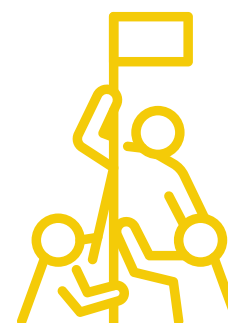
COMUNIDAD

- Reuniones, encuentros con comunidades educativas e instituciones
- Encuentros con empresas y gremios
- Revistas y periódicos de las instituciones educativas
- Presencia en espacios de participación comunitaria
- Correo electrónico: servicioalcliente@hv.com.co



CLIENTES

- Línea de Servicio al Cliente **01800 0514020**
- Línea Amiga Centro de Atención al Panadero APP
- Revista Harinotas APP
- Capacitaciones a Panaderos
- Correo electrónico: servicioalcliente@hv.com.co
- Boletín Corporativo
- Mediciones de satisfacción de servicios



COLABORADORES

- Charlando con Juan Carlos (Reunión virtual con Gerente General)
- Reporte Diario de Noticias
- Revista Harinotas
- Pantallas informativas HV - TV
- Intranet
- Correo electrónico
- Cartelera
- Boletín Corporativo
- Reuniones con el Gerente General
- Comités de participación
- Espacios de socialización del Reporte de Sostenibilidad
- Reuniones Equipos Primarios
- WhatsApp HV Contigo
- Mensajes de texto



CONSUMIDORES

• Pastas La Muñeca

Página web: www.pastaslamuneca.com

Facebook: @PastasLamunecaOficial

Instagram: @PastasLaMuneca

• Brownies Mama-ía

Página web: www.mama-ia.com

Facebook: @BrownieMamaia

Twitter: @BrowniesMamaia

• Haz de Oros

Página web: www.hazdeoros.com

Facebook: @HazdeOros

@HazdeOrosPanaderia

Instagram: @Hazdeoros

@HazdeOrosPanaderia

• Premier

Página web: www.premier.com.co

Facebook: @AceitesYEsparciblesPremier

Instagram: @PremierColombia

• Colman's

Facebook: @Colmans.Colombia

Instagram: @colmans.colombia

• Canola Life

Página web: www.canolalife.com

Facebook: @CanolaEscuchaTuCorazon

Instagram: @Canola.Life

• Jabón Manantial

Facebook: @Jabonmanantialoficial

Instagram: @Jabonmanantial

• Conzazoni

Página web: www.conzazoni.com

Facebook: @PastasConzazoni

Instagram: @PastaConzazoni

• Doñarepa

Colombia

Página web: www.donarepa.com

Facebook: @donarepacol

Chile

Página web: www.donarepa.cl

Facebook: @donarepaChile

Costa Rica

Página web: www.donarepa.cr

Facebook: @donarepaCostaRica

Panamá

Página web: www.donarepa.com.pa

Facebook: @donarepaPanama

España

Facebook: @DonarepaEspana



PROVEEDORES

- Portal de Proveedores
- Visitas de Evaluación
- Correo electrónico
- Boletín Corporativo



1.4.3 Comunicaciones HV

Comunicación interna

Estrategia de comunicación COVID-19

En el 2020, Comunicaciones de Harinera del Valle se enfocó en la bioseguridad y el autocuidado como claves de una sólida estrategia de comunicaciones dirigida a la prevención del contagio de COVID – 19, para proteger la salud de nuestros colaboradores y sus familias y garantizar la continuidad de nuestras operaciones.

Nuestros medios de comunicación

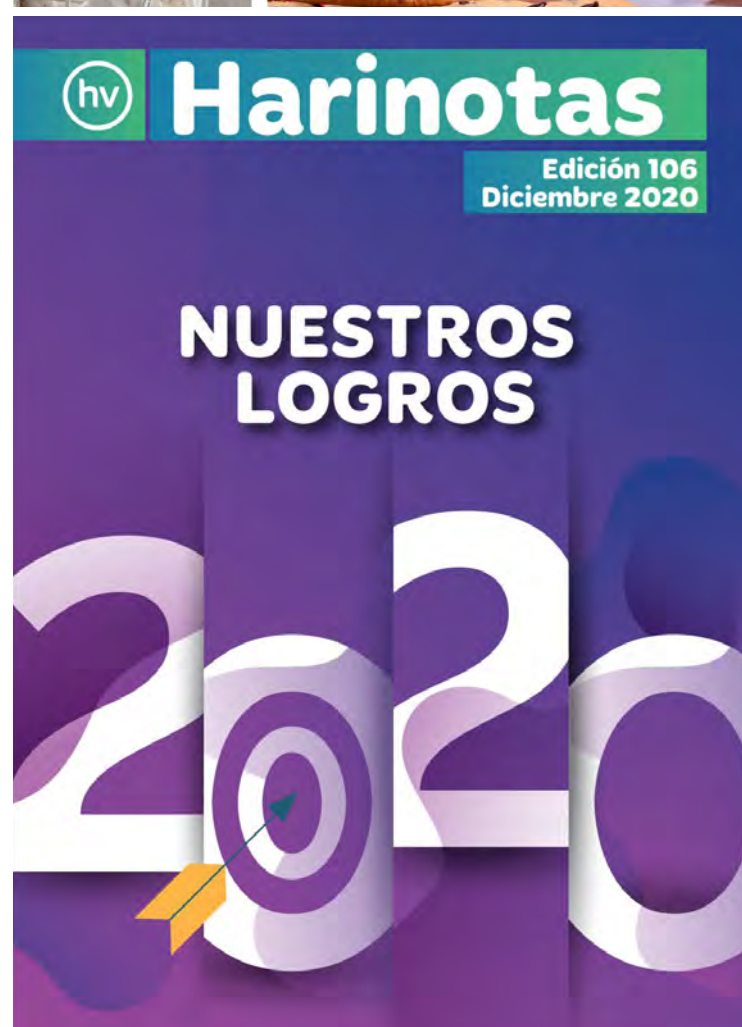
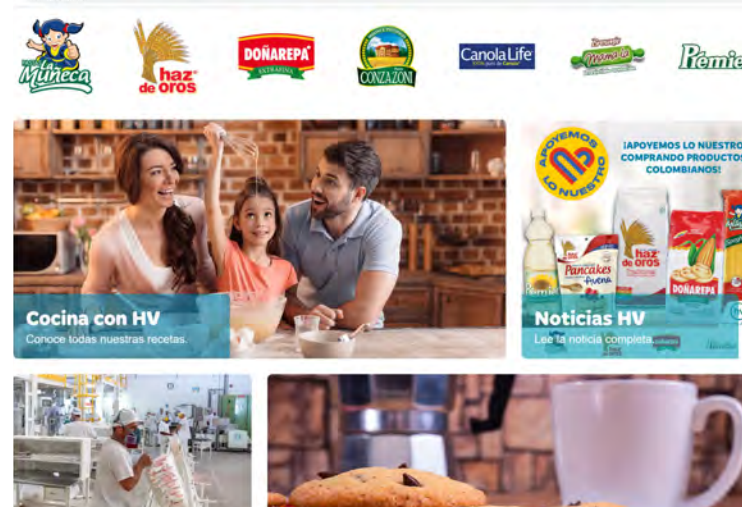
Ante las medidas de distanciamiento social implementadas para la prevención, Comunicaciones y los medios internos jugaron un rol determinante para garantizar la conexión, la divulgación y la alineación de los colaboradores de Harinera del Valle, frente a las estrategias, objetivos y planes de la organización a lo largo del año.

Contamos con un nuevo medio de comunicación instantánea, HV Contigo (WhatsApp), el cual nos permitió conectar mejor y estar más cerca de los colaboradores.

Espacios de Comunicación con los colaboradores

Durante el 2020 aprovechamos los recursos tecnológicos con los que cuenta la Compañía para estar más en contacto. Realizamos la divulgación del Reporte de Sostenibilidad bajo el concepto "En HV Construimos Sostenibilidad".

Implementamos con la Gerencia General, un nuevo espacio de comunicación llamado 'Charlando con Juan Carlos' el cual busca generar cercanía, integración, alineación y conocer la percepción frente a cómo se sienten los colaboradores en la Organización. Estas reuniones contaron con la participación de personal de la Sede Corporativa y de todos los Distritos Comerciales de Harinera del Valle a nivel nacional.



Comunicación externa

Durante el 2020 logramos una importante presencia de Harinera del Valle y de sus marcas en diferentes medios de comunicación nacionales y locales.

Durante el 2020 logramos un crecimiento de presencia en medios por parte de Harinera del Valle y sus marcas del 50,2% vs 2019.

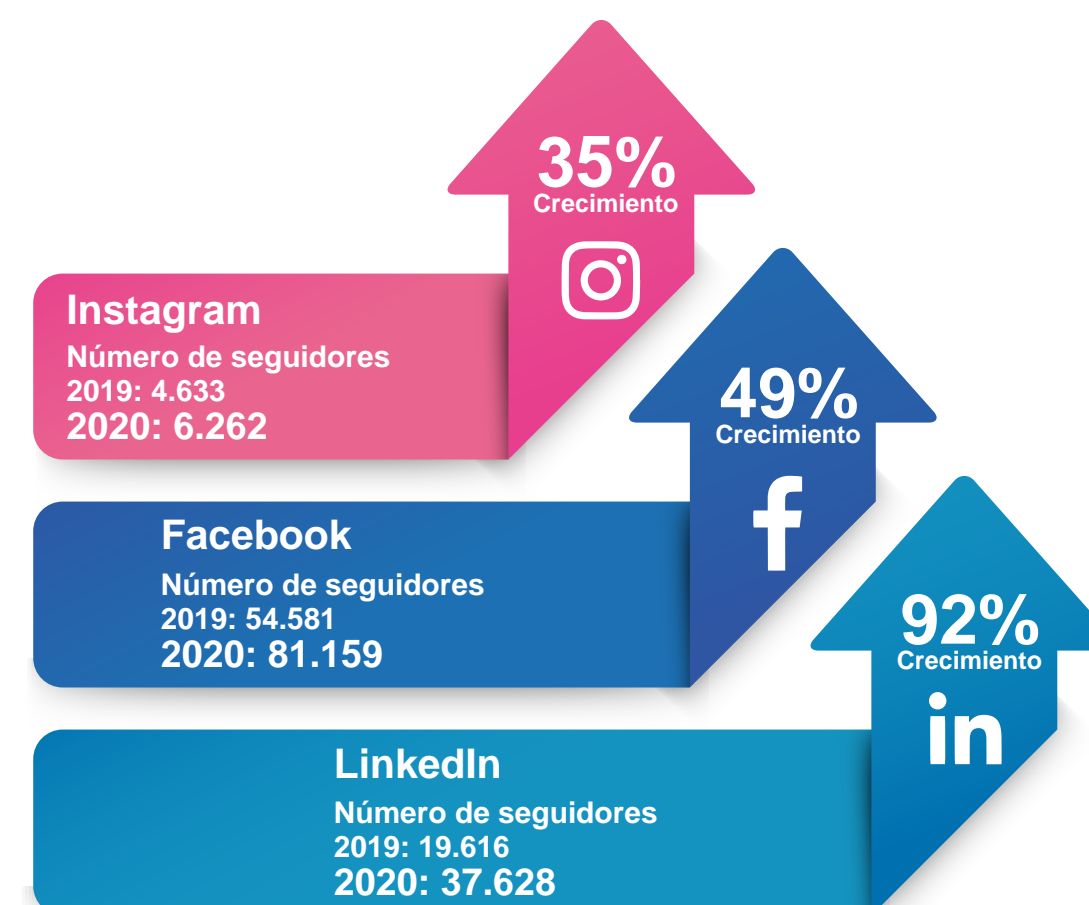
En el ranking MERCO de compañías del sector de alimentos en Colombia con mejor reputación, mantuvimos la posición número 13.

Comunicación digital

En el 2020 continuamos trabajando en la estrategia digital de la Compañía para mantener los canales de contacto con las comunidades de redes sociales (Instagram, Facebook y LinkedIn), logrando importantes crecimientos.

En el caso de Facebook, nuestra comunidad más grande con 81.159 seguidores, se alcanzó un **engagement del 2%**, lo que nos sitúa por encima de la media de las compañías de alimentos y bebidas que se encuentran en 0,10%. El engagement es un indicador muy relevante ya que marca la relación de la compañía con su público y el compromiso de la audiencia haciendo referencia a las interacciones alcanzadas por la comunidad (likes, compartidos, comentarios), frente al tamaño de la misma.

En nuestra página web, obtuvimos también un **crecimiento del 12%** de usuarios frente al 2019, con un promedio de visitas mensuales de 46,276.

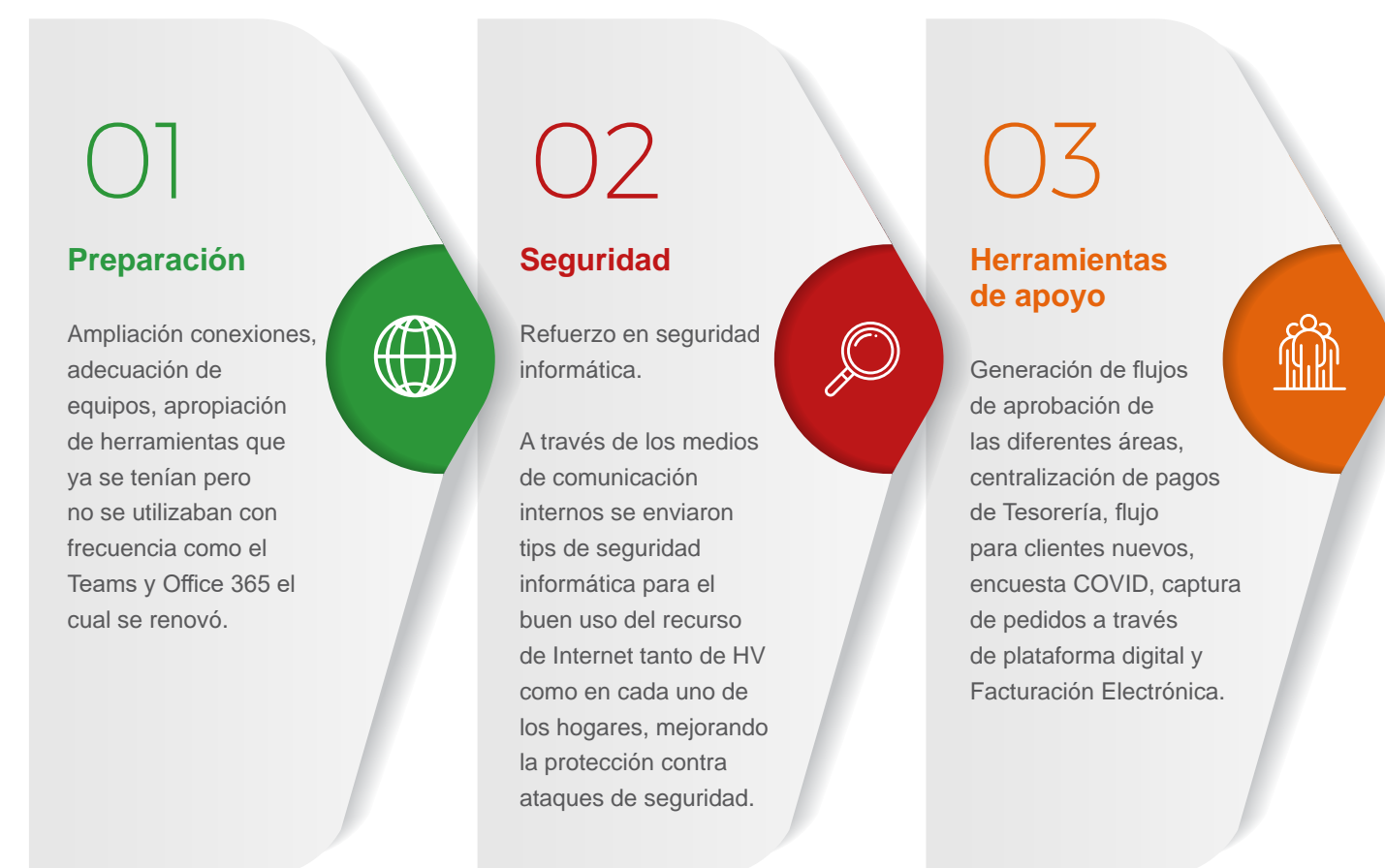


Estrategia Digital T.I. 1.5

Para este año la estrategia de Tecnología Informática de la Compañía se centró en tres pilares fundamentales a través de los cuales se logró avanzar en una experiencia digital que facilitara, en medio de la pandemia, la comunicación y gestión con clientes, consumidores, colaboradores y proveedores.



Estrategia tecnológica





Capítulo 2

Fortalecimos los vínculos y la confianza con nuestros grupos de interés





2.1

Consumidores

Seguimos
presentes
**en los mejores
momentos
de tu vida**

Pese a la difícil situación a la que nos enfrentó la pandemia del Covid-19, seguimos llegando con nuestros productos a todos los consumidores. Nuestros equipos, siguiendo todos los protocolos de seguridad, no pararon con el fin de acompañar los mejores momentos de la vida de nuestros consumidores, aportando bienestar, promoviendo estilos de vida más saludables y otorgando mayores perfiles nutricionales a nuestro portafolio de productos, siendo consecuentes con un consumo responsable y un etiquetado de fácil comprensión.

12 PRODUCCIÓN
Y CONSUMO
RESPONSABLES

3 SALUD
Y BIENESTAR

2.1

Seguimos presentes en los mejores momentos de tu vida



2.1.1 Lo dicen nuestros Consumidores

Pancakes Avena y Canola Life Barra obtuvieron el reconocimiento de Producto del Año en las categorías de Premezclas y Esparcibles, respectivamente. Este es un sello internacional que premia la innovación de un producto a través de un estudio independiente y evaluado por los consumidores.

Pastas La Muñeca una de las 100 marcas más valoradas por los colombianos. Pasamos del puesto 71 al 61 según el estudio 2020 de Compassbranding.

En el marco de la conmemoración de los 210 años de independencia de nuestro país, el periódico El Tiempo destacó a las 20 compañías colombianas que por su historia, esfuerzo y tradición han sido reconocidas nacional e internacionalmente por su permanencia, responsabilidad social y su contribución con el desarrollo económico del país.

“Con más de 60 años de trayectoria, tiene entre sus marcas varias de gran recordación en el país, como Harina de Trigo Haz de Oros, Pastas La Muñeca, Doñarepa y Pasta Conzazoni. Sus productos están presentes en miles de supermercados y tiendas en el territorio nacional e internacional”.

Periódico El Tiempo



2.1.2 Perfil nutricional de nuestros productos

Durante el 2020, el equipo de Investigación y Desarrollo enfocó sus esfuerzos en el mejoramiento de los productos de todas las categorías en las que nuestra Compañía participa en el mercado, buscando la reducción de nutrientes como sodio, azúcares añadidos y grasa saturada teniendo en cuenta los próximos cambios normativos del marco regulatorio aplicable para alimentos en nuestro país.

El 70% de los productos de nuestro portafolio es naturalmente libre de sodio, azúcares añadidos y grasa saturada.

Adicionalmente, durante el 2020, seguimos trabajando en el mejoramiento de las referencias del portafolio actual, buscando mejorar el perfil nutricional en estos mismos nutrientes.

Como miembro del Comité de Asuntos Regulatorios de la Cámara de Alimentos de la Asociación Nacional de Industriales ANDI, con el equipo de Investigación y Desarrollo participamos en numerosos comités técnicos y científicos con el objetivo de aportar en la construcción de diferentes proyectos normativos técnicos que impactan a la Compañía y a la industria de alimentos en general.



Estefanía Rendón - Cali

2.1.3 Etiquetado Responsable

Durante el 2020, el 100% de los alimentos de nuestra línea de consumo masivo contó con información nutricional en el panel frontal, incluyendo el porcentaje de valor diario

de azúcares, teniendo como referencia la recomendación de la Organización Mundial de la Salud (OMS) la cual es de 50g de azúcares diarios.



2.1.4 Confianza y calidad

Certificados de Calidad en SAP

A partir de febrero 2020 empezamos a entregar a los clientes los certificados de calidad con la información técnica para cada lote de producto, generados directamente por SAP.

Sistema Gestión de Calidad - Cumplimiento de Estándares de Certificación

Obtuvimos resultado satisfactorio en las auditorías de seguimiento a la **certificación ISO 9001:2015 y sellos de calidad en harina de trigo y pastas alimenticias**.

NTC 17025: Todos los desarrollos de nuevos productos y los mejoramientos de productos existentes, estuvieron avalados por investigaciones de mercado de diferentes tipos, buscando conocer las necesidades y expectativas del consumidor, además de validar el cumplimiento en el desempeño y en el perfil del producto.

Requisitos para la competencia de los laboratorios de ensayo y calibración:

- NTC 366:** Maíz en grano
- NTC 267:** Harina de trigo
- NTC 420:** Sémolas y semolatos de trigo
- NTC 3594:** Harina precocida de maíz
- NTC 1055:** Pastas alimenticias
- NTC 2859-1:** Procedimiento de muestreo para inspección de los atributos

Auditorías Internas

Se realizaron auditorías internas de **gestión de calidad en todos los macroprocesos** de la Compañía para verificar el cumplimiento de los requisitos establecidos por ISO9001:2015 y sellos de calidad de producto.

Se realizaron auditorías internas en **inocuidad y BPM** en todas las Plantas de Producción.

Buenas prácticas de almacenamiento y control de plagas

En el año 2020 se realizó capacitación a Clientes sobre Buenas Prácticas de Almacenamiento y Control de Plagas.

2.1.5 Equipo ConSentidos

Entre el 2019 y el 2020, se realizaron más de **250 pruebas sensoriales**, como parte de estudios con consumidores internos, dando soporte a la realización de proyectos (desarrollo de nuevos productos, mejoramiento de productos existentes y desarrollo de nuevos proveedores).

En el 2020, se implementaron estrategias para seguir evaluando sensorialmente nuestros productos, enviando muestras a los hogares de los panelistas y usando la plataforma **Forms de Office 365** para realizar evaluaciones.

Adicionalmente, se realizan de manera continua pruebas para monitorear la competencia de los panelistas, nivel de desempeño y evaluación sensorial. **Contamos con 22 panelistas entrenados y 24 panelistas en proceso de formación.**

Usando la herramienta Forms de Office 365 se redujo el uso de papel y se optimizó el proceso de análisis estadístico, base fundamental para la toma de decisiones sobre el desempeño sensorial de los productos.



Equipo ConSentidos



Actividad Compartir Sabe Bien
Karen's Pizza y Harina de Trigo Haz de Oros



2.1.6 Desafíos que promovieron compromiso, solidaridad y estilos de vida saludables

a) Apoyemos lo nuestro

Nuestra Organización se unió a la campaña nacional “**Hagamos lo que diga el corazón, apoyemos lo nuestro**”, con las marcas La Muñeca, Haz de Oros, Premier y Doñarepa, como una muestra de apoyo a las empresas nacionales y a nuestra gente ante los retos que trajo el año 2020.



b) Apoyando la labor del personal en primera línea de atención

Compartir Sabe Bien

Karen's Pizza y Harina de Trigo Haz de Oros se aliaron para donar pizzas a las personas que están trabajando directamente en la lucha contra el Covid-19. Por la compra de un kit para preparar pizza en casa se donó una pizza para la Policía Nacional y para el personal médico

del Hospital San Juan de Dios de Cali. Se lograron entregar **100 pizzas para cada una de las instituciones participantes.**

Apoyando la labor social de la Policía

Con el fin de respaldar el trabajo social que realiza la Policía Nacional para promover el autocuidado entre la población más vulnerable, **aportamos 1.000 unidades de Jabón Manantial** para los mercados entregados a las familias.

c) Promoviendo prácticas de autocuidado

El lavado de manos

Se entregaron a los participantes 2 unidades de Jabón Manantial en las **Master Class** para recordar la importancia del lavado de manos antes, durante y después de la clase. **Con esta actividad incentivamos el autocuidado en casa de más de 2.000 personas.**

Preparación de alimentos en Casa

Inspiramos a nuestros consumidores a preparar deliciosas recetas con nuestra Harina de Trigo Haz de Oros. **Creamos el HashTag #LoBuenodeEstarEnCasa** e invitamos a los seguidores a que publicaran sus recetas y nos compartieran todas las creaciones hechas con Haz de Oros. Así mismo, motivamos el cuidado desde casa, viendo el lado positivo de la situación crítica que se ha vivido durante la pandemia.

e) Estilos de vida saludables

Con la Energía de Pastas La Muñeca

Promover en las familias estilos de vida saludables a través de prácticas deportivas en casa durante el tiempo de cuarentena, fue el objetivo de Pastas La Muñeca, a través de estas actividades con las cuales apoyamos causas sociales y ambientales.



Reto 1: Chechi Baena y Catherine Ibargüen

4.000 unidades de Pastas La Muñeca entregadas al Banco de Alimentos de Cali para apoyar los mercados que se entregaron a las familias más vulnerables.

Propósito

En esta jornada nos acompañaron dos embajadoras del deporte en Colombia Catherine Ibargüen y Chechi Baena, llevando el mensaje de Energía de Pastas La Muñeca a los consumidores. Por cada persona conectada en vivo en el evento de entreno, se entregó una unidad de Pastas La Muñeca al Banco de Alimentos de Cali.

Reto 2: 54D y Catherine Ibargüen

30.000 unidades de Pastas La Muñeca entregadas a la Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia ABACO.

Propósito

En este reto Catherine Ibargüen y 54D, llevaron el mensaje de Energía de Pastas La Muñeca a nuestros consumidores. Con la misma dinámica del reto 1, Pastas La Muñeca entregó una unidad de Pastas a la Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia ABACO por cada persona conectada.

Club de la Energía Pastas la Muñeca

Nuestros colaboradores

Propósito

El Club de la Energía de Pastas La Muñeca promovió entrenamientos virtuales para fomentar la actividad física en casa a todos nuestros colaboradores. Un momento agradable que es dirigido por profesionales del deporte, quienes indican el paso a paso de cada uno de los ejercicios.

Carrera 10K Verde de Pastas La Muñeca

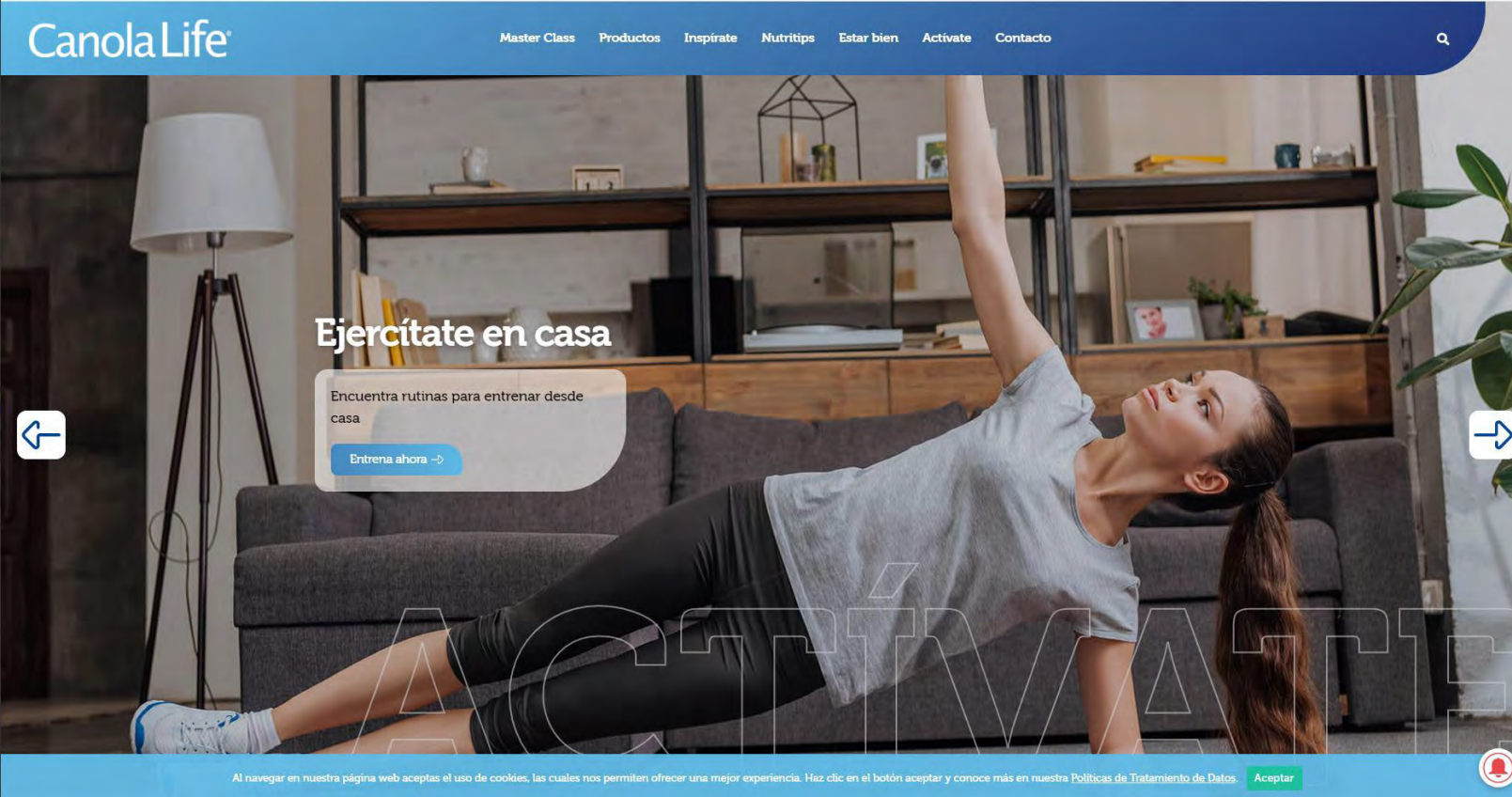
Más de 5.000 participantes realizaron la siembra de 10.000 árboles en el lote del Zoológico de Cali.

Propósito

Ayudar a la conservación del medio ambiente. Por cada corredor inscrito se sembraron dos árboles.



Maribel Steba Lasso y familia - Carrera 10K Verde



Inicia bien, alimentándote bien

En momentos tan desafiantes es importante mostrar a nuestros consumidores la facilidad de preparar ricas recetas con nuestros productos Pancakes de Avena Haz de Oros y la Esparcible Canola Life en Barra. Además de enseñar su practicidad y ofrecer nuevas ideas de preparación, nuestras marcas buscaron acercarse más a aquellos consumidores que quieren bienestar, alimentándose de manera saludable y aportándole nutrientes a su organismo.

Como parte del propósito de conectarnos y fortalecer los vínculos con nuestros consumidores y colaboradores entregando experiencias únicas de sabor, desarrollamos una actividad que transformó la manera de compartir y disfrutar en familia al preparar deliciosas recetas: Conzazoni revolucionó la forma de preparar pasta con la experiencia de sabor de las **Master Class**.

Número de personas que participaron de esta actividad:

- Puntos de Venta: 19.516
- Instagram: 51.541
- Facebook: 3.418.601

“ Con esta y con otras acciones (campañas digitales, pauta en tv, por cable), se incrementó en 6 puntos el conocimiento de marca llegando al 43%, es decir, 4 de cada 10 personas conocen la marca Conzazoni. ”



CONZAZONI MASTER CLASS

¿Qué buscamos?

COLABORADORES HV

1. Generar un espacio diferente para nuestros colaboradores y sus familias.
2. Fortalecer el sentido de pertenencia con la Compañía.
3. Entregar experiencias de sabor en familia (Kit de ingredientes, recetario, souvenir de la marca, clase en vivo).

CONSUMIDOR

1. Enseñar recetas versátiles y prácticas a través de un experto (Chef).
2. Fidelizar al consumidor con la marca.
3. Entregar experiencias de sabor (Kit de ingredientes, recetario, souvenir de la marca y clase en vivo).





2.2

Clientes

Seguimos cerca de nuestros clientes

Uno de los pilares principales de nuestra apuesta por la sostenibilidad es buscar siempre la satisfacción y lealtad de nuestros clientes. Por ello, entendemos que la competitividad de nuestra cadena de suministro radica principalmente en la capacidad de responder a sus necesidades y expectativas. En el año 2020 estuvimos conectados con nuestros clientes, apoyándonos mutuamente para lograr grandes resultados.



Colaboradores Asesoría Profesional en Panadería - APP

2.2

Seguimos cerca de nuestros clientes y consumidores

El área de Servicio al Cliente durante el año 2020 continuó fortaleciendo la confianza y credibilidad de nuestros clientes y consumidores, a través de la atención de sus Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias (PQRS).

Amplió su gestión con el tratamiento de solicitudes generadas a partir de la facturación electrónica, trabajó en conjunto con el área de Gestión de Calidad para capacitar a clientes y personal de ventas, e inició la encuesta de Medición de Satisfacción a Clientes.



2.2.1 Cercanía y confianza sostenibles

a) Atención a nuestros Clientes y Consumidores

Clientes satisfechos

En el año 2020 gestionamos **1.745** casos en donde se brindó atención a **411 consumidores** y **1.337 clientes**.

En comparación con el 2019, tuvimos un **incremento del 23%** respecto al total de casos.

- En el año 2020 se atendieron **2.117 solicitudes** de compra por parte de personas interesadas en ser nuestros clientes.
- Se crearon **4 equipos** de mejoramiento para corregir de manera significativa las desviaciones presentadas.
- Se inició la encuesta de Medición de Satisfacción a Clientes, respecto a los productos y servicios brindados por la Compañía identificando oportunidades de mejora en nuestros procesos.

Comentarios de satisfacción de nuestros consumidores sobre la atención brindada:

PQRS: Pastas La Muñeca

Buenas tardes señores. Me encuentro muy complacida y agradecida por el excelente servicio que he recibido a raíz de la queja que había puesto y más con el regalo que me enviaron. Que buena sorpresa. Aprovecharé todo y seguiré siendo cliente fiel.
Feliz tarde.

PQRS: Harina de Trigo Haz de Oros

Quiero comentarle que tienen un excelente servicio al cliente, ya que le han hecho seguimiento telefónico y por escrito al caso. Por lo tanto, mis más sinceras felicitaciones! Lo están haciendo muy bien. Ojalá más compañías tuvieran su misma actitud.
De nuevo, mil gracias.

PQRS: Tortillas Haz de Oros

Cordial saludo. Expreso gratitud y felicitaciones al talento humano de Harinera del Valle S. A., por su atención, gestión, actitud de respuesta y seguimiento respecto de la información suministrada por mí, la cual quedó registrada en su sistema de PQRS con el núm. 200090062.

Facturación electrónica:

- Desde el mes de marzo hasta diciembre de 2020, Servicio al Cliente atendió PQRS generadas a partir de la facturación electrónica de Harinera del Valle.
- Se trabajó con la fuerza de ventas en la actualización de datos de clientes. **Se modificaron en total 3.633 correos electrónicos.**
- Se capacitó a la fuerza de ventas de nuestra Compañía sobre la importancia de su gestión para evitar quejas de sus clientes, respecto a los temas relacionados con la facturación.

b) Agregando valor a nuestros Clientes

Teniendo en cuenta las condiciones de confinamiento se realizaron capacitaciones virtuales con el objetivo de reforzar y brindar conocimientos respecto a las buenas prácticas de manufactura (BPM), control de plagas y atención de PQRS a los siguientes grupos de interés:

La Vital



“ Nos gustaría tener la oportunidad de poder recibir estas capacitaciones periódicas, con el fin de crear conciencia y aprendizaje a largo plazo sobre los temas tratados. ”

- Se capacitaron a doce personas del equipo de logística de La Vital que calificaron como excelente el contenido recibido.

El Éxito

- Se realizaron cuatro capacitaciones con todo el personal: 39 personas.
- La capacitación se brindó al personal logístico de sus 7 CEDIS: Eje cafetero, Calima, Bucaramanga, Caribe, Bogotá (Av 68 y Vegas) y Funza.
- Los siete CEDIS de El Éxito calificaron como excelente el contenido de la capacitación recibida.

“ Muchas gracias al grupo Harinera del Valle por este espacio tan enriquecedor. Importante continuar compartiendo estos espacios para aprender unos de otros. ”



Fuerza de Ventas HV

- El 3 de junio de 2020 se realizó la capacitación a 140 personas de la fuerza de ventas de Harinera del Valle acerca del proceso de atención de PQRS.



2.2.2 Nuestros Clientes Industriales

a) Conectados con nuestros clientes panaderos

Nuestra Compañía, consciente de fortalecer la importancia del autocuidado en momentos de pandemia, **entregó 1.500 kits de bioseguridad** para nuestros clientes panaderos.

b) Fortalecimos el relacionamiento con nuestros clientes

Desarrollamos talleres y capacitaciones virtuales, eventos y seguimos conectados con nuestros clientes a través de nuestra revista digital Harinotas APP.



1.785
participantes

Capacitación Virtual de APP para Panaderos

Temas: Panes, tortas, pastelería, galletería, hojaldre, cheesecake, entre otros.

Medio: Zoom

1.035
participantes

Clases virtuales APP Haz de Oros (tres sesiones)

Temas: Panes y brownies

Medio: YouTube

90
participantes

Webinar con Juan Manuel Tiznado – IQUS (tres sesiones)

Temas: Resolviendo problemas comunes en hojaldres, Producción de panes blancos, Procesando panes precocidos

Medio: Zoom

9.547
visitas

Revista Harinotas APP en digital

Revista virtual
4 ediciones

Página web de Haz de Oros
www.hazdeoros.com

60
participantes

Taller Costos a panaderos (dos niveles)

Tema: Costeo de productos

Medio: Zoom



603
participantes

Eventos Virtuales APP Haz de Oros (tres sesiones)

Tema: Diferentes tipos de panes

Medio: Facebook

180
participantes

Evento virtual con BICHES & BICHES (seis sesiones)

Temas: Stollen, Rosca de reyes, Pan de Navidad, Cake de Navidad, galletas

Medio: Instagram Live

2.2.3 Seguimos presentes en tus mejores momentos

a) Nuestras marcas

En el 2020, nuestra Compañía fortaleció la presencia de las marcas coordinando efectivamente las acciones de medios, plataformas digitales, punto de venta y eventos deportivos, generando cercanía con el consumidor y los canales de distribución. Fue un año de grandes retos que hizo redefinir las estrategias de nuestras marcas con el fin de conectar rápidamente con los cambios del consumidor durante la pandemia y ofrecerle experiencias diferentes, acompañamiento y soluciones en sus nuevas rutinas para hacer parte de sus vidas.

Ejemplo de ello fueron las ejecuciones de las Master Class de Conzazoni y clases virtuales de Haz de Oros; el Reto La Muñeca con Catherine Ibargüen, Chechi Baena y 54D; Canola Life Festival (evento virtual dirigido a las personas que buscan bienestar integral); Cocina para Ganar con Haz de Oros y Destapando Ollas con Premier.

Estos fueron los principales logros obtenidos durante el 2020 para algunas de nuestras categorías:

Harina de Trigo Haz de Oros

Se realizaron diferentes actividades que afianzaron aún más el vínculo con nuestros consumidores, igualmente se fortaleció la presencia de la marca en televisión y redes sociales.

Durante el año logramos consolidar nuestra comunidad en redes sociales, en **Instagram** alcanzamos los **33.242 seguidores** (27.081 seguidores más vs 2019) y en **Facebook** la comunidad **creció 37%** llegando a los 66.254 seguidores.

Con el objetivo de fortalecer el posicionamiento de Haz de Oros como una marca versátil e innovadora que con sus productos de alta calidad ofrece soluciones para cualquier momento del día, se lanzó la campaña **“Comparte más momentos con Haz de Oros”** en televisión nacional, redes sociales y digital.

Pastas familiares

Pastas La Muñeca continuó con la campaña **“Energía de la Buena”** y su embajadora de marca Catherine Ibargüen donde logramos impactar más de **6 millones** de personas por medio de televisión nacional, cable y medios digitales. La comunidad digital llegó a los **93.470 seguidores** con un crecimiento del 13% vs 2019.

Pasta Conzazoni tuvo presencia en medios masivos donde alcanzamos a través de la pauta a más de **2 millones** de personas. La inevitable transformación digital de los consumidores nos llevó a crear nuevas formas de impactar con las marcas generando penetración y prueba de producto en nuevos hogares, por eso creamos las Conzazoni **Master Class Virtuales** donde conseguimos llegar a más de **2.000 hogares** colombianos. Igualmente, 1.194 colaboradores de Harinera del Valle participaron de este evento.

Aceites y Esparcibles

Aceite Canola Life según Nielsen consolida su posición de líder en el segmento de Canola, llegando a una participación en volumen de **63.4%**. A mediados del año lanzamos al mercado la presentación de tres litros que alcanza -a diciembre de 2020-, el 9% de las ventas internas de la marca. Canola Life ha sido consistente en la construcción de su comunidad digital alcanzando un **2% en el Top of Mind** y un **8% en “Marca Favorita”**.

Premier con su campaña **Colombia es País Premier** de la mano de Diego Trujillo, tuvo presencia en medios masivos (televisión nacional y cable), logrando alcanzar un **66% de “Conocimiento de Marca”**, un 9% en “Próxima marca a comprar” y un 6% en “Recordación de marca” o Top of Mind (RAC 2020).

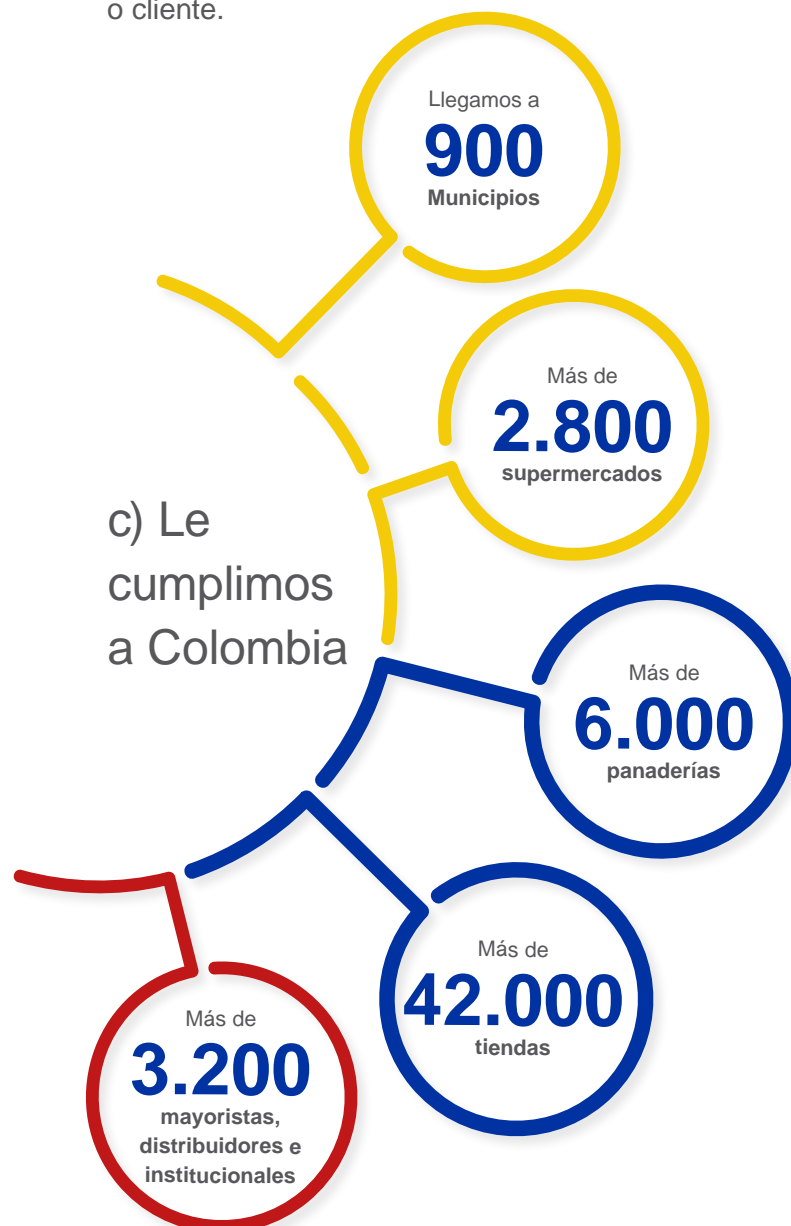


2.2.4 Nuestros clientes en el exterior

b) Llave Maestra “La Estrategia Comercial y el Plan de Negocio”

Con el objetivo de ofrecer herramientas para el diseño y ejecución de una Estrategia Comercial aplicable a su zona/canal/cliente, que permita alcanzar los objetivos de ventas de la Organización, se capacitó a los equipos comerciales.

Cada Ejecutivo Comercial tomando como base los aprendizajes de la capacitación, desarrolló un Plan de Negocio a ejecutar en el 2020 y complementar su estrategia de crecimiento para una zona de ventas, canal de distribución o cliente.



a) Presencia internacional

Durante el 2020, destacamos el crecimiento significativo del mercado ecuatoriano donde nos fortalecimos en el canal de Mayoristas.

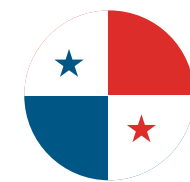
Principales mercados:

Costa Rica, Panamá y Chile.

Otros mercados:

Estados Unidos, Ecuador, España, República Dominicana, Perú, Canadá, Trinidad y Tobago, Curazao, Argentina y Australia.

Estamos presentes en 13 países



Panamá



Estados Unidos



Australia



España



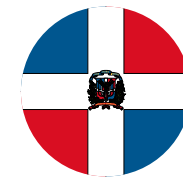
Argentina



Perú



Ecuador



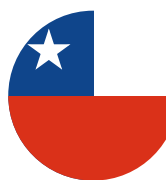
República Dominicana



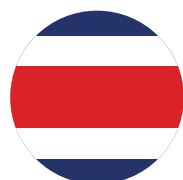
Trinidad y Tobago



Canadá



Chile



Costa Rica



Curazao

b) Portafolio exportador 2020

Tenemos un amplio portafolio de referencias en Doñarepa, nuestro producto de mayor participación en exportaciones, ofreciendo:

Para el consumidor final:

Doñarepa Blanca y Amarilla 500g, 1 Kg y 2.1 Kg, Doñarepa del Campo 1 Kg.

Para clientes institucionales:

Doñarepa Blanca y Amarilla 22.68 Kg.

En premezclas familiares exportamos Doña Torta en sus sabores de Chocolate y Vainilla 500g, como también la premezcla para hacer Pancakes Regular, Pancakes Light 300g.

Realizamos el lanzamiento de Pancakes con Avena Haz de Oros en Panamá y de las premezclas para Buñuelos y Natilla Tradicional Haz de Oros en España.



c) Actividades con clientes

En el año 2020 se capacitó en Ecuador a la fuerza de ventas del canal Mayoristas y Distribuidores, en los atributos de las referencias de Doñarepa, rol de la marca y estrategia de comunicación de acuerdo con el mercado, información nutricional, lectura de las etiquetas, y beneficios nutricionales de nuestra materia prima.

Adicionalmente, los asistentes pudieron interactuar con cada uno de los productos preparados y sin preparar, y reconocer las características sensoriales. Esta capacitación fue liderada por el área de Negocios Internacionales e Investigación y Desarrollo.

Incrementamos el stock a clientes para asegurar el abastecimiento en momentos de pandemia y cumplir la demanda en cada uno de los países.

Amarre Doñarepa 1kg blanca + recetario para Chile, con el objetivo de activar la marca en punto de venta.

Alianza con Nescafé en Ecuador para activar la marca en canal Mayoristas.





DOÑAREPA®
EXTRAFINA
ES MÁS QUE AREPAS

d) Análisis Regulatorio de Producto y Etiquetado

Buscando dar cumplimiento a lo exigido por las normas de producto y rotulado de cada país a donde exportamos, en el 2020 se realizó la revisión y posterior registro de láminas de Doñarepa ante la entidad competente en Costa Rica y Ecuador.

Se adaptó el empaque de premezcla para natilla y buñuelo con el objetivo de cumplir con la normatividad exigida por la Unión Europea.

e) Canales de Comunicación con Clientes y Consumidores

Por medio de nuestra página web de Doñarepa en Costa Rica, Chile y Panamá tenemos una gran variedad de recetas, tanto locales como regionales, que destacan los sabores típicos de nuestra tradición latina.

En cuanto a redes sociales, hemos usado nuestras cuentas de Facebook en Costa Rica, Chile, Panamá y España para destacar su apetitosidad y también la versatilidad de la harina de maíz, incentivando un mayor consumo de nuestra marca. Adicionalmente, en Costa Rica reforzamos ese mensaje de la marca al consumidor, por medio de las influenciadoras: **Chef Selenia y Tía Florita.**



2.3

Colaboradores

Un gran equipo que enfrentó grandes desafíos

2020 fue un año de grandes retos y desafíos para responder a las expectativas de nuestros clientes y consumidores. Esto fue posible gracias a un gran EQUIPO DE EQUIPOS comprometido con nuestra Compañía y el país. En esta oportunidad, queremos hacer reconocimiento muy especial a todos nuestros colaboradores porque cuidaron de sí mismos, sus familias y su empresa.

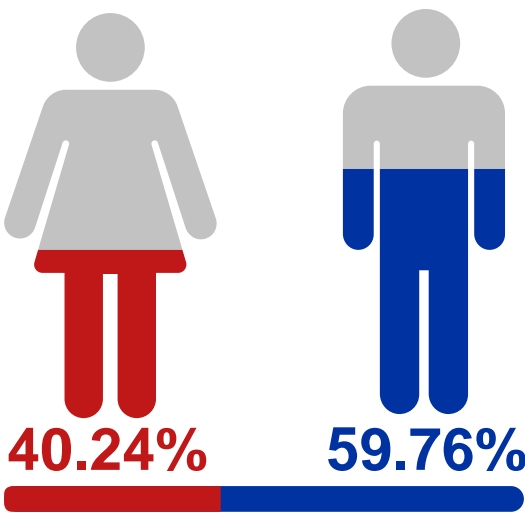
Esta sección del reporte muestra las diferentes iniciativas realizadas por nuestra Compañía para seguir siendo una de las empresas de alimentos más grandes de Colombia que le respondió al país en uno de los momentos más difíciles para el mundo.



Colaboradores Molino de Trigo - Cali

2.3.1 Nuestros colaboradores

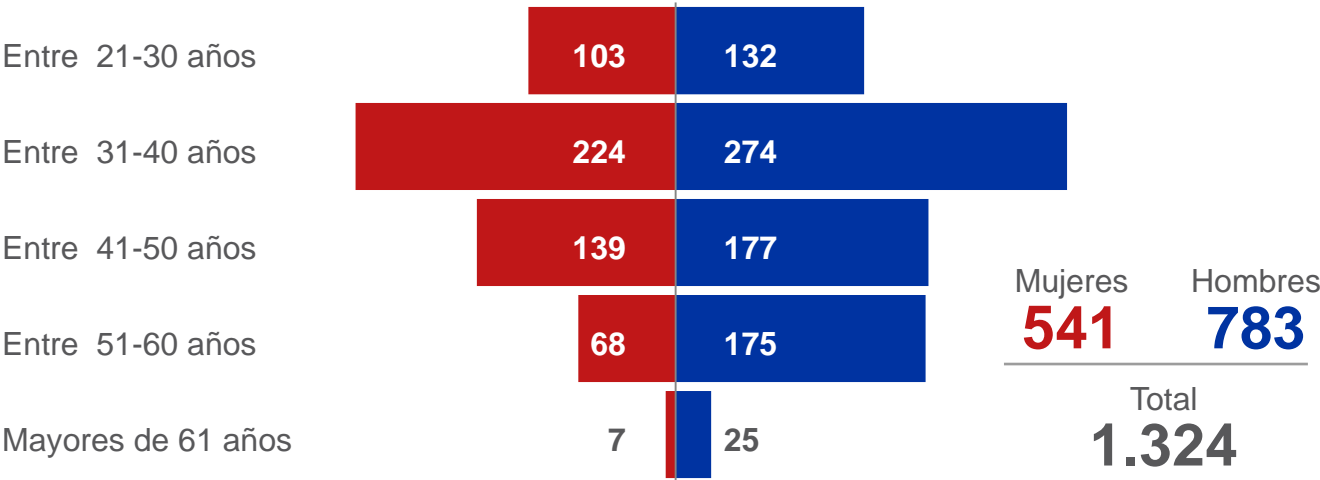
Los retos enfrentados en el 2020 que nos permitieron seguir ofreciendo nuestros productos en medio de los momentos más difíciles de la pandemia, se lograron gracias al compromiso y responsabilidad de las **596 mujeres y 885 hombres** que hicieron parte de nuestros equipos en toda la cadena de suministro. En Harinera del Valle laboraron bajo diferentes modalidades **1.481 personas** a través de contratación directa, indirecta y estudiantes en práctica.



Número de personas en HV en el 2020

	Contratación Directa	Contratación Temporal	Estudiantes en práctica (Universidades)	Estudiantes en práctica (Sena)	Total
Hombres	783	82	2	18	885
Mujeres	541	19	10	26	596
	1.324	101	12	44	1.481

Edad de colaboradores directos



Nivel Educativo colaboradores Directos

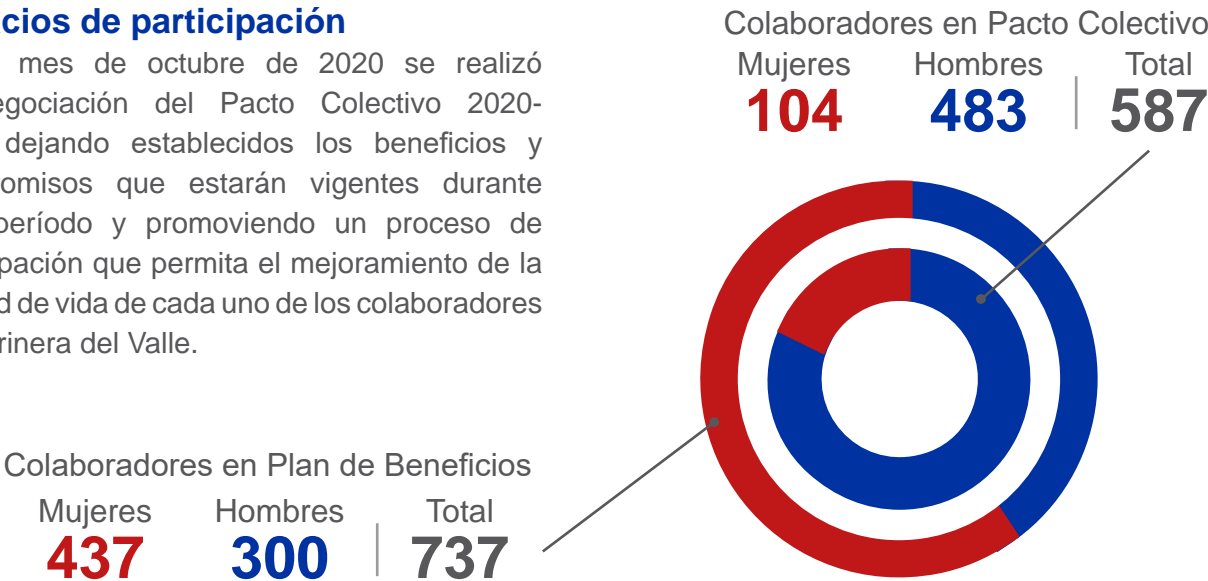
	Primaria/ Secundaria	Técnico/ Tecnólogo	Universitario	Maestría/ Especialización	Total
Hombres	458	180	103	42	783
Mujeres	223	136	134	48	541
	681	316	237	90	1.324

Mujeres y hombres según tipo de cargo



Espacios de participación

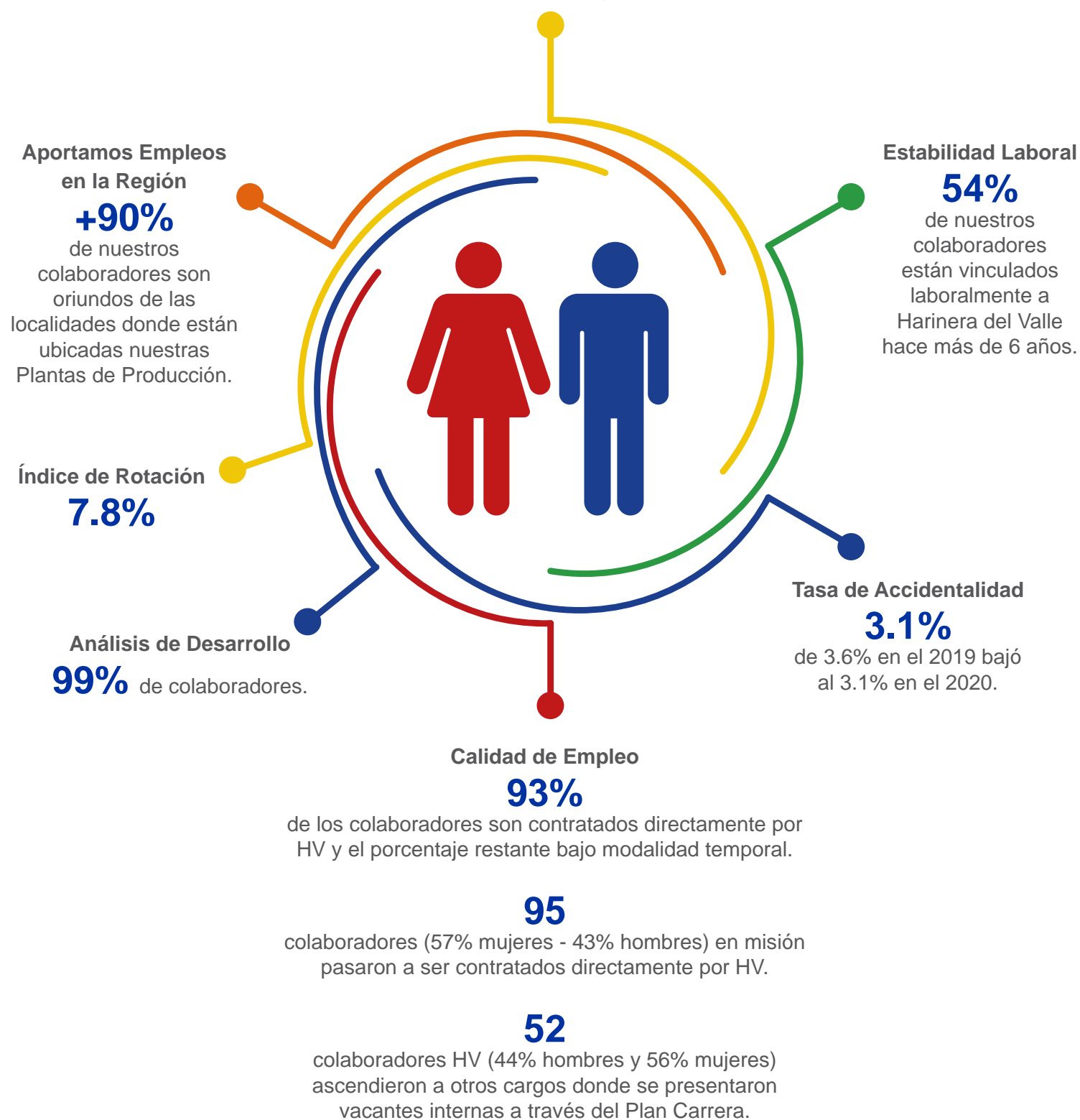
En el mes de octubre de 2020 se realizó la Negociación del Pacto Colectivo 2020-2023 dejando establecidos los beneficios y compromisos que estarán vigentes durante este período y promoviendo un proceso de participación que permita el mejoramiento de la calidad de vida de cada uno de los colaboradores de Harinera del Valle.



2.3.2 Estándares laborales 2020

Beneficios Sostenibles +13 mil millones

Harinera del Valle invirtió más de 13.000 millones de pesos entre 2018-2020 en Educación, Salud, Vivienda y otros auxilios, bonificaciones y préstamos para el bienestar de sus colaboradores y familias. Solo en el año 2020 se invirtieron más de 3.500 millones de pesos.



Christyan Camilo López - Planta Cali

2.3.3 Beneficios Sostenibles

La inversión en beneficios en el año 2020 mediante los diferentes programas de nuestra Compañía, el Pacto Colectivo y el Plan de Beneficios, continuaron contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida de nuestros colaboradores y sus familias. Uno de los rubros más altos fue la Bonificación de Productividad y Mejora Continua, otorgado a los colaboradores de Planta que se destacaron por sus competencias y su aporte al logro de los objetivos e indicadores establecidos en el área.

En el año 2020, se otorgaron beneficios por \$ 3.753.386.239

**Aportes en Educación
(Auxilios y préstamos)
\$ 1.069.225.377**

**Bonificaciones y
otros Auxilios
\$ 1.414.472.632**

**Auxilios en Salud
\$ 434.466.543**

**Préstamos
\$ 162.157.631**

**Pólizas
\$ 351.383.777**

**Programas de Bienestar
\$ 321.680.279**

a) Educación

Los auxilios educativos más utilizados durante el 2020 se destinaron a la educación de colaboradores e hijos y a la inversión de útiles escolares. Del total de beneficiados con el auxilio para estudio de colaboradores el 62% fueron mujeres. En este año, dada la situación de la pandemia, la solicitud de los préstamos educativos bajaron significativamente.



Inversión en Educación para Colaboradores e Hijos	2019 (\$ COP)	2020 (\$ COP)
Auxilios Educativos	1.028.309.896	950.280.205
Préstamos Educativos	71.047.897	29.895.172
Programas de Formación y Educación	145.758.180	89.050.000
Total	\$ 1.245.115.973	\$ 1.069.225.377

b) Salud

Los auxilios para anteojos y medicamentos/ exámenes clínicos, entre otros, fueron los más utilizados en el 2020 por nuestros colaboradores, de los cuales el 42% benefició a mujeres y el 58% a hombres.



Auxilios en Salud	2019 (\$ COP)	2020 (\$ COP)
Auxilio anteojos	201.700.361	209.706.588
Odontología / cirugía refractiva	70.722.043	73.011.890
Medicamentos, exámenes clínicos, otros	146.003.076	151.748.065
Total	\$ 418.425.480	\$ 434.466.543



Colaboradoras Mercadeo - Cali



Valeria Martínez



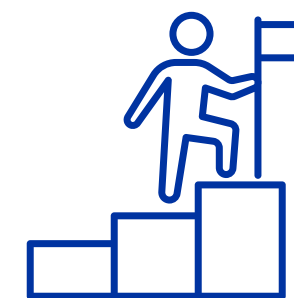
Julián Andrés Saavedra



María del Carmen Ospina



Darlin Andrey Caicedo



c) Bonificaciones y otros auxilios

Como se comentó anteriormente, en el año 2020 el beneficio de mayor impacto para los colaboradores fue la Bonificación de Productividad y Mejora Continua, superando la cifra del 2019.

Otros Auxilios y Bonificaciones	2019 (\$ COP)	2020 (\$ COP)
Bonificación de Productividad y Mejora Continua	1.009.752.823	1.017.042.109
Bonificación por Reconocimiento de Pensión, Retiro o Invalidez	106.752.332	251.003.718
Bonificación por Antigüedad	40.670.294	32.360.457
Auxilio Cuota de Manejo tarjeta pago nómina	49.119.139	50.615.306
Auxilio a familia por defunción del Asociado y/ o familia	24.843.480	33.356.514
Auxilio para Licencia de Conducción	544.200	249.226
Auxilio de Primera Comunión de hijos	42.233.916	29.845.302
Total	\$ 1.273.916.184	\$ 1.414.472.632



d) Préstamos

En un año de incertidumbre y grandes retos los colaboradores se abstuvieron de hacer préstamos ya fuera ordinarios o para compra y mejora de vivienda. Como se puede ver en las cifras éstos bajaron ostensiblemente versus el año 2019.

Préstamos HV	2019 (\$ COP)	2020 (\$ COP)
Compra y Mejora de vivienda	472.844.449	2.176.211
Calamidad Doméstica	75.298.919	7.780.000
Compra de Vehículo	285.500.000	110.483.309
Préstamo Ordinario	102.274.034	41.718.111
Total	935.917.402	162.157.631

e) Pólizas

En total, la Compañía invirtió en pólizas un valor de \$ 351 millones de pesos en el año 2020. En cuanto a las pólizas es importante anotar que la Empresa cubre el 80% de la Póliza Exequial para el colaborador y su grupo familiar primario, el 100% del seguro de vida y el 30% de la Póliza de Incapacidades.



Pólizas 2020	2020 (\$ COP)
Póliza Exequial	157.065.694
Póliza Seguro de Vida	116.558.719
Póliza Incapacidades	77.759.364
Total	351.383.777

f) Programas que generan Bienestar

Aunque fue un año complejo para realizar actividades de integración entre colaboradores, nuestra Empresa realizó diferentes eventos virtuales para ellos y sus familias, con los que estuvimos presentes en sus hogares. En total se invirtieron \$ 321.680.279 en programas que generaron bienestar.



Programas de mejoramiento de la calidad de vida dirigidos a los colaboradores y sus familias (bienestar) 2020		
Integración familiar Duitama	11 colaboradores y sus familias	\$ 2.439.443
Detalle Navidad	1.386 colaboradores	\$ 93.326.000
Actividad hijos Colaboradores	680 niños/as	\$ 43.461.150
Actividad virtual fin de año	1.386 colaboradores	\$ 8.000.000
Evento Reconocimiento a la Antigüedad	87 colaboradores	\$ 2.853.000
Actividad Pensionados	19 colaboradores	\$ 3.855.540
Master Class con colaboradores	1.194 colaboradores	\$ 167.745.146

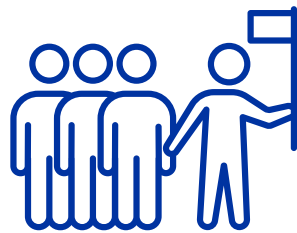


Héctor Aníbal Ospina - Planta Cali

2.3.4 Espacios seguros y confiables

a) Comités de Apoyo

Con el objetivo de garantizar espacios más seguros, la Organización cuenta con diferentes equipos de colaboradores capacitados que se enfocan en la seguridad activa y preventiva de los espacios de trabajo.



Comités	Hombres	Mujeres
Número Colaboradores en COPASST	16	10
Número Colaboradores Brigadistas	79	18
Número de Colaboradores en Comité de Emergencia	8	3
Número de Colaboradores en Comité de Evacuación	41	14
Número de Colaboradores Coordinadores para Trabajo en Alturas	28	1
Número de Colaboradores como Estructura de apoyo y Gestión de la SST	3	8
Total	175	54

b) Seguridad y Salud en el Trabajo

El principal tema de trabajo en el año 2020 fue el fomento de la cultura del autocuidado entre sus colaboradores, sus familias y grupos de interés.



Salud y Seguridad en el Trabajo	2019	2020
Número de accidentes laborales	47	42
Número de días de incapacidad por accidente	683	291
Número de incapacidades por enfermedad común	544	591
Tasa de accidentalidad	3.61%	3.1%
Número de casos enfermedades ocupacionales	42	62
Número total de días perdidos (enfermedades ocupacionales)	226	2.517
Número total de días perdidos (por ausencia)	8.725	8.474

Nuestra Tasa de accidentalidad bajó sustancialmente durante el 2020: de 3.61% en el 2019 pasamos a un 3.1%.



c) La pandemia COVID-19

A raíz de la pandemia del COVID-19 en el mes de marzo de 2020, bajo el liderazgo del Gerente General una vez se estableció la cuarentena en el país, se activó el Comité de Crisis para continuar con las operaciones sin afectar a nuestros colaboradores y procesos.

Desarrollamos diversas actividades y nos preparamos de forma estricta para garantizar la seguridad. A continuación, compartimos algunas de ellas:

Protocolo de Bioseguridad

Se elaboró y presentó para aprobación de los gobiernos de los diferentes municipios donde la Compañía tiene plantas y distritos. Adicionalmente, este protocolo fue publicado en intranet, página web y entregado físicamente a los colaboradores para su conocimiento y cumplimiento.

Capacitación

Se capacitó virtualmente al 100% de los Colaboradores en el Protocolo de Bioseguridad para COVID-19 y a través de inducción a los nuevos empleados.

Protección para colaboradores

Se realizó compra de equipos, elementos, materiales e insumos para protección personal y adecuación de todas las sedes de nuestra Compañía por **\$ 744 millones**, de acuerdo con lo establecido en la Resolución 666 de 2020 y el Protocolo de Bioseguridad para COVID-19 de Harinera del Valle.

Prácticas preventivas

Se contrató un médico, quien realizó valoraciones periódicas para identificar síntomas o situaciones de riesgo que tuvieran los colaboradores.



Medición de temperatura - Planta Villa Rica

Desde el 8 de septiembre se estableció el Plan Retorno a las instalaciones de las diferentes sedes de nuestra Compañía para el personal administrativo.

Se implementaron dos esquemas de retorno: uno mixto (dos grupos intercalados por semana) y el otro 100% presencial para personal que se requiere permanentemente en la operación.

Seguimiento a casos

Desde el mes de abril se implementó un seguimiento diario de casos sospechosos, en aislamiento y positivos, dándoles acompañamiento durante el proceso de recuperación y cierre de casos. También se implementó la encuesta física para el personal operativo y se habilitó una herramienta virtual para llevar la encuesta del personal administrativo.

Cultura de autocuidado

En el 2020 nuestra Organización realizó diversas campañas de autocuidado y prevención contra el COVID-19 en los medios internos de comunicación, dirigidos a implementar las normas de bioseguridad y las prácticas de autocuidado tanto en la Empresa como en los hogares y espacios públicos.

La estrategia se desarrolló a través de cuatro etapas:

1. Sensibilizar sobre las medidas implementadas por la Compañía, de acuerdo con el protocolo de bioseguridad HV.
2. Entender los riesgos que trae para HV y sus colaboradores que las medidas no fueran acatadas.
3. Cumplir las medidas dentro y fuera de las instalaciones de la Compañía en medio de la nueva dinámica posterior al aislamiento obligatorio.
4. Cuidarse y no relajarse de cara a la temporada decembrina y el inicio de un nuevo año.



Motoristas - Cali

d) Seguridad Vial

Capacitación y asesoría

En el contexto del Plan Estratégico de Seguridad Vial –PESV-, en Harinera del Valle promovemos la cultura en la prevención de accidentes de tránsito, acción dirigida al comportamiento seguro en la vía y al autocuidado, lo que además, nos permite alcanzar las metas establecidas en el área de transporte.

En el año 2020, se desarrolló un plan de capacitación al que asistieron el 100% de nuestros conductores y personal del equipo Logístico que se enfocó en tres componentes claves para el logro de estos objetivos:

- Sistema de Gestión Seguridad y Salud en el Trabajo SST.
- Plan de Emergencias.
- Plan Estratégico de Seguridad Vial.

Hábitos de conducción

Con el propósito de ofrecer mayor tranquilidad a nuestros clientes en la llegada oportuna de sus pedidos, contamos con herramientas que en tiempo real nos muestran su comportamiento en las rutas nacionales y facilitan el control y la trazabilidad de la flota, brindando valores agregados frente a los hábitos de conducción de nuestros motoristas que día a día trabajan bajo una cultura de responsabilidad.



En Harinera del Valle
trabajamos por una cultura
responsable de hábitos de
conducción que garantiza
seguridad para nuestros
colaboradores y clientes.



Colaboradoras Finanzas - Cali

2.3.5 Crecimiento personal y colectivo

Inducción Corporativa CreSer

Buscando facilitar los procesos formativos de los colaboradores, teniendo mayor alcance y optimizando el recurso interno, se continuó desarrollando el curso "Inducción corporativa virtual CreSer", desde el marco del Campus virtual, alcanzando una mayor cobertura en los diferentes Distritos Comerciales de nuestra Compañía ubicados en 11 ciudades del país.

CreSer
Crecimiento y Formación
para el desarrollo integral del Ser



Educación Continua CreSer

Comprendiendo que las herramientas virtuales son nuestro mejor aliado para facilitar procesos formativos, se buscó continuar potencializando la herramienta virtual desde el campus CreSer, para acercar a los colaboradores en otras herramientas de comunicación virtuales como los programas de formación en herramientas de Office 365. Con este programa se capacitaban 404 colaboradores.

De igual forma, se dio inicio a la creación de la malla de cursos virtuales que soportarán los temas básicos en el proceso de inducción. Entre los cursos más representativos están:

- Microsoft One Drive
- Microsoft Outlook
- Microsoft Planner
- Microsoft Teams



Concurso Harineritos Creativos

Con el propósito de motivar la creatividad en la cuarentena, producto de la pandemia, realizamos este concurso que contó con la **participación de 100 niños/as**, hijos/as de colaboradores de nuestra Organización. Fue un espacio muy especial de entretenimiento para nuestros niños.

Programa de acompañamiento psicológico

En el año 2020 contamos con un programa de acompañamiento psicológico mediante el cual se logró contribuir al equilibrio emocional del colaborador en su campo personal, familiar y laboral. **Con 28 horas de acompañamiento, participaron 14 de nuestros colaboradores.**

Actualización de cargos

Se logró actualizar el 97% de los perfiles y guías de entrenamiento de los cargos de nuestra Compañía, siguiendo el esquema que permite detallar no solo las funciones a cargo de los nuevos cambios en la estructura, sino de los conocimientos en los que se debe entrenar a cada colaborador.



2.4

Proveedores

Logramos
avanzar con
**los mejores
aliados**

En este periodo de grandes desafíos, desde un enfoque relacional basado en la confianza y mutuo beneficio, logramos avanzar, junto a nuestros aliados estratégicos, hacia la puesta en marcha de una cadena de suministro más sostenible que nos permita seguir fortaleciendo prácticas de sostenibilidad a través de programas de auditoría y espacios de retroalimentación.



Colaboradoras Compras - Cali

2.4 Logramos avanzar con los mejores aliados

2.4.1 Cadena de Abastecimiento



2.4.2 Política de Gestión de la Seguridad de la Cadena de Abastecimiento

En este año se publica la Política de Gestión de la Seguridad de la Cadena de Abastecimiento Internacional, la cual cuenta con lineamientos y directrices claros que fortalecen dicha gestión.

POLÍTICA DE GESTIÓN DE LA SEGURIDAD DE LA CADENA DE ABASTECIMIENTO DE HV

En HV contamos con una **Política de Gestión de Riesgo de la Seguridad de la Cadena de Abastecimiento Internacional** que tiene como objetivo **proteger** a las personas, los procesos y las instalaciones de la Organización a través de la implementación, el mantenimiento y la mejora continua de los programas de seguridad para la cadena de abastecimiento internacional, la legislación vigente y los requisitos suscritos por HV.

LINEAMIENTOS

La gestión de riesgos:
Diagnóstico, identificación, medición, adopción de controles y medidas, divulgación y seguimiento del riesgo.

Normas de sistemas de gestión:
ISO – BASC.

Disposiciones legales aplicables:
Leyes, Decretos, Resoluciones, Acuerdos, entre otros.

DIRECTRICES

1. Trabajo en conjunto con los grupos de interés:
Clientes, Proveedores y terceros vinculados a la Cadena de Abastecimiento.

2. Desarrollo de actividades para:
Identificar • Analizar • Evaluar • Comunicar • Monitorear • Revisar
Riesgos inherentes al negocio

3. Prevención de delitos:

- Lavado de activos
- Contrabando
- Tráfico de estupefacientes y sustancias para el procesamiento de narcóticos
- Terrorismo y financiación del terrorismo
- Tráfico de armas

- Corrupción
- Soborno
- Seguridad física
- Seguridad de procesos
- Seguridad fitosanitaria
- Seguridad informática



José Gabriel Jara - Cali

2.4.3 Prácticas sostenibles en nuestra Cadena de Abastecimiento



2.4.4 Nuestros Proveedores de Transporte

Durante el año 2020 se fortaleció el trabajo con proveedores de transporte con un alto avance en procesos de distribución basados en un desarrollo sostenible, principalmente por la disminución del impacto ambiental gracias a la inversión en flota y asegurando una atención adecuada a nuestros consumidores. Adicionalmente, el contar con herramientas tecnológicas nos permitió movilizar un mayor número de toneladas manteniendo los recursos ya existentes.

Cabe resaltar que se realizaron auditorías a las transportadoras abarcando aproximadamente un 50%, de acuerdo con las toneladas movidas y priorizando nuestros principales proveedores.

Se logró validar el enfoque estratégico de cada proveedor y cómo está trabajando en pro de la inocuidad de los alimentos, la seguridad de la carga y las medidas que ponen en práctica para el buen desempeño de su flota en las vías del país.



2.5

Comunidad

Fortalecimos nuestra solidaridad

Para Harinera del Valle el año 2020 fue un referente de Solidaridad con la sociedad, con las familias y comunidades más necesitadas y vulnerables en el país. Nuestra solidaridad se enfocó en la donación de alimentos a través de alianzas con la Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia, diferentes Alcaldías, Organizaciones No Gubernamentales y programas específicos de apoyo a damnificados por la ola invernal y el huracán Iota en San Andrés y Providencia. Somos una Empresa socialmente responsable que cree e invierte en el país.



2.5

Fortalecimos nuestra solidaridad

Sostenibilidad y RSE

El compromiso con el país y la región ha sido permanente y continuo, no obstante en el año 2020, producto de la pandemia generada por el Covid, nuestro enfoque de Responsabilidad Social Empresarial se centró en la Solidaridad y el fortalecimiento de estrategias educativas y comunitarias, aportando a dos Objetivos de Desarrollo Sostenible: **ODS 2: Hambre Cero** mediante la donación de alimentos y al **ODS 4:** apoyando el acceso a tecnología para una **Educación de Calidad**.

Además, continuamos contribuyendo con donaciones en especie y en dinero dirigidas a fortalecer programas de fomento al desarrollo regional, inversión social y a fundaciones sin ánimo de lucro que apoyamos hace más de 15 años.



Donaciones a la Comunidad

2.5.1 Somos una empresa solidaria

Harinera del Valle donó en total más de **145.000 kilos de alimentos** de la siguiente manera:

Ante la situación de vulnerabilidad de miles de familias colombianas generada por la pandemia, Harinera del Valle donó alimentos a través de 11 Bancos de Alimentos pertenecientes a ABACO, las alcaldías municipales de Dagua, Villa Rica y Palmira, la Gobernación del Valle y diferentes organizaciones sociales.

Se entregaron aproximadamente 950.000 raciones de alimentos para llegar a personas y familias mediante organizaciones y ollas comunitarias. También a través de diferentes actividades realizadas por las marcas y la donación de alimentos que se hace para 15 organizaciones sin ánimo de lucro.

Igualmente, ante la ola invernal en el departamento de Chocó y la situación del huracán Iota en San Andrés, donamos 50.000 unidades de pastas para las familias damnificadas.



2.5.2 Aporte a la Educación

Ante la suspensión de las clases presenciales en las instituciones educativas en todo el país producto de la pandemia, el despliegue de la modalidad de aprendizaje a distancia se convirtió en la alternativa para que los niños y jóvenes continuaran vinculados al sistema educativo.

Desde el **Programa EducaRSE**, nuestra Compañía aportó al acceso y al mejoramiento de la calidad educativa en cuatro instituciones educativas de Dagua, Palmira, Cali en el Valle del Cauca y Villa Rica.

a) Formación de docentes

Conocedores de la importancia del uso de las TICs, Harinera del Valle posibilitó en el año 2020 que **40 docentes** a través de **EDUTEKA de la Universidad ICESI**, participaran en el evento más grande de Colombia especializado en el uso de estas tecnologías y el desarrollo de herramientas para el aprendizaje de manera virtual, beneficiando directamente a aproximadamente 900 estudiantes de las Instituciones Educativas en los departamentos de Valle y Cauca.

En este mismo evento, apoyamos el **Premio Eduteka- HV** dirigido a reconocer docentes que promuevan nuevas e innovadoras actividades de aprendizaje con el uso de las TICs.



Dany Luz Escobar. Rectora
Institución Educativa Senon Fabio Villegas
Villa Rica



Angel María Morales. Rector
Institución Educativa María Antonia Penagos
Palmira



Isabel Cristina Reyes. Rectora
Institución Educativa Técnica Simón Rodríguez
Cali

b) Acceso a tecnología

Con el objetivo de apoyar la vinculación al sistema escolar de estudiantes que no tienen acceso a equipos para recibir sus clases de manera virtual, donamos a tres instituciones educativas del Valle y del Cauca **240 tablets** para que sean utilizadas por los estudiantes en calidad de préstamo.



2.5.3 Jornada Ambiental

En el parque adoptado por Harinera del Valle, el cual se encuentra contiguo a nuestra sede principal en la ciudad de Cali, desarrollamos a finales de año, una jornada de siembra de árboles teniendo en cuenta todos los protocolos de bioseguridad. Esta jornada permitió a las diferentes organizaciones comunitarias valorar el cuidado de las zonas que generan espacios de biodiversidad de plantas y aves en medio de sectores urbanos concurridos.



Capítulo 3

Nuestra responsabilidad ambiental no para

Nuestra responsabilidad ambiental no para

Harinera del Valle continúa trabajando arduamente alrededor de prácticas que contribuyen a la reducción de impactos ambientales. Queremos prevenir, reducir y/o mitigar los impactos y/o riesgos que pueden generarse producto de nuestras operaciones. Por ello, el consumo eficiente de recursos fundamentales como la energía, el agua y las materias primas, al igual que la mitigación de la huella ecológica a través de la minimización en las emisiones y residuos, son referentes alrededor de los cuales seguimos trabajando sin detenernos en medio de los diferentes desafíos.

7 ENERGÍA ASEQUIBLE
Y NO CONTAMINANTE



13 ACCIÓN
POR EL CLIMA



José William Holguín - Planta Dagua

3.1 Indicadores Ambientales

En el 2020 se monitorearon 16 fuentes fijas de emisiones atmosféricas de las Plantas de Producción Cali, Palmira y Dagua, evaluando el parámetro material particulado (MP) y Óxidos de Nitrógeno NOx. Los resultados de estos monitoreos de emisiones estuvieron por debajo del límite máximo permitido en la Res 909/2008 250 mg/m3 para material particulado (MP) y 350 mg/m3 para Óxidos Nitrosos (NOx), los cuales se lograron gracias a la efectividad de los

sistemas de control que en su mayoría, son filtros de manga. Con esto, demostramos que nuestro compromiso va más allá, pues aportamos a la calidad de vida de las comunidades aledañas.

El promedio de la concentración de MP fue de 21.57 mg/m3 Vs 250 mg/m3 (Res 909/2008) y el promedio de la concentración de NoX fue de 70.93 mg/m3 Vs 350 mg/m3.

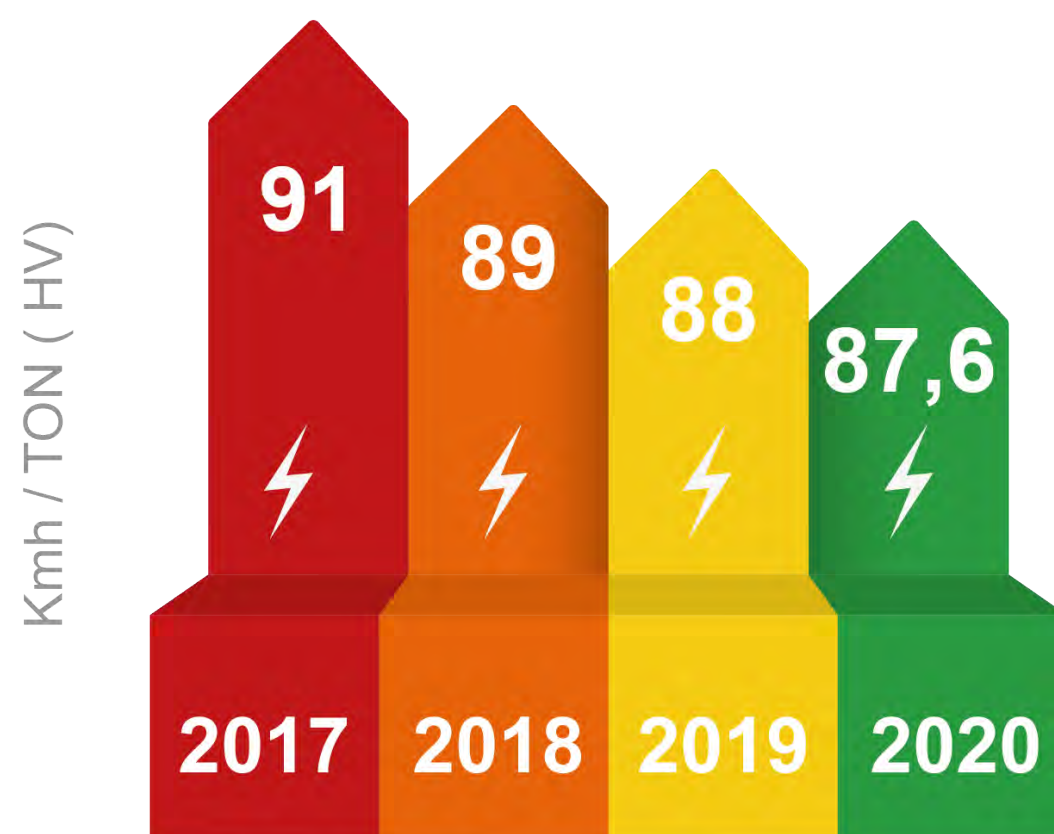
Indicadores ambientales	Unidad de medida	2019	2020
Producción	Toneladas	388.392	351.121
Materias primas	Toneladas	390.758	392.312
Consumo eléctrico Red (compra)	KW	34.036.663	34.153.039
Electricidad (generación)	KW	1.932.768	1.697.786
Gas natural	M3	1.615.417	1.525.877
Agua de red en Planta	M3	27.974	47.573
Agua subterránea en Planta	M3	38.700	25.446
Agua superficial en Planta	M3	22.954.749	22.089.981



Jornada de siembra

3.2 Gestión energética

En el 2020, el consumo energético por tonelada producida en los molinos de maíz, trigo y pastas fue de 87.6 kWh/t.



Las acciones de eficiencia energética del año 2020 se enfocaron en la actualización y mejoramiento de equipos, logrando reducir el consumo energético e incrementando la productividad en los procesos:

- a) Continuo cambio de motores convencionales por motores de alta eficiencia.
- b) Cambio oportuno de cilindros en los bancos de molienda.
- c) Instalación de tableros con banco de condensadores para control de energías reactivas.
- d) Programa de iluminación con luz Led.
- e) concientización al personal sobre el uso racional de la energía.

En el 2020, se creó el Comité de Eficiencia Energética para realizar el análisis detallado del consumo y su impacto en el costo de conversión. De igual forma, se trabajó con reportes diarios de desempeño energético con ISAGEN.

Economía circular 3.3



Reciclo Aceite de Cocina Usado

Se recolectaron 230.8 galones de aceite de cocina usado los cuales fueron entregados al gestor Greenfuel, para transformarlo en Biodiesel.

Reciclo Envases y Empaques (Posindustrial)

Las 270 toneladas de residuos aprovechables como papel, cartón, plástico, metal y madera se entregan al gestor ambiental INDUECON, quien integra estos residuos como materias primas a procesos industriales generando nuevos productos. Es decir, hacemos parte de la economía circular.

Reciclo Residuos Peligrosos

1.2 toneladas.













3.4 Empaques amigables

Te invitamos a ser más amigable con nuestro planeta reciclando el 100% de los empaques de nuestros productos.

En el 2020 en los empaques de Mama-ía, se cambiaron las cajas corrugadas elaboradas con papel blanco a cajas corrugadas elaboradas con papel Kraft, logrando una disminución en el costo del material de empaque del 2,5%.

Adicionalmente, al no seguir utilizando cajas corrugadas elaboradas con papel blanco, se elimina el uso de químicos y se disminuye el consumo de energía (requerida para el blanqueamiento durante el proceso de fabricación), lo cual reduce el impacto al medio ambiente.

Unidad de negocio	E y E	Producto	Tipo de plástico reciclable	Código de Reciclaje
Consumo Masivo	Empaque	Pasta (diferentes marcas)	Polipropilenos	
	Empaque	Harina de trigo Familiar Cojín	Polietilenos	
	Empaque	Harina de trigo Familiar Fondo plano	Polipropilenos	
	Empaque	Harina de maíz	Polipropilenos	
	Envase	Aceite	Pet	
	Envase	Mantequilla	Polipropileno	
	Empaque	Brownie	Polipropilenos	
	Empaque	Tortillas	Pet + Polietileno	
	Empaque	Premezclas	Pet + Polietileno	
Consumo Industrial	Empaque	Empaques de harina de trigo Industrial	Polipropilenos	

Tipo de plástico y Códigos de Reciclaje

Tipo de plástico	Código de Reciclaje	Aplicaciones de los residuos recuperados
PET (Polietilen Tereftalato)	 PET	Los residuos de PET recuperado se destinan principalmente a la producción de fibras, hilos para tejido, para material aislante, tejas, zunchos, cepillos, y escobas.
Polietileno de Alta Densidad (PEAD)	 PEAD	Su recuperado se destina para producir láminas, botellones, envases, tanques, hacer estibas, postes para cercas, bolsas de colores, entre otros.
PVC (Cloruro de Polivinilo)	 PVC	El recuperado se destina para fabricación de tuberías, perfiles o paneles de PVC, tapetes automóbiles, suelas de zapatos, mangueras para riego, baldosas, entre otros.
Polietileno de Baja Densidad (PEBD)	 PEBD	Su recuperado se utiliza para fabricar bolsas industriales, envases para productos NO alimenticios, mangueras para riego dependiendo su procedencia, entre otros.
Polipropileno	 PP	Fabricación de comederos para aves, aspersores, tapones, rollos para embobinar, plantillas para escobas, cepillos, zunchos, ganchos para colgar ropa, entre otros.
OTROS (Laminados, Tetrapak, Doypack)	 OTROS	Se utilizan en la producción de autopartes (parachoques), adoquines, láminas de aglomerados con aserrín y cartón.

3.5 Avances Visión 30/30

Mediante la vinculación al colectivo Visión 30/30, hemos obtenido el cumplimiento al parágrafo 4 del artículo 10° de la Resolución 1407/18, que consiste en la radicación del plan piloto de Gestión Ambiental ante la ANLA (institución encargada de velar por el cumplimiento de esta resolución) cuyos requisitos son los siguientes:

Desarrollar la metodología de Entrega de Línea Base año 2018 (cantidades de envases y empaques puestos en el mercado, expresada en toneladas y discriminado por materiales).

Desarrollar estrategias de comunicación y sensibilización al consumidor para una correcta separación en la fuente de residuos de envases y empaques.

Desarrollar capacidades de recolección, almacenamiento y logística inversa en el territorio nacional para la gestión de envases y empaques.

Identificar gestores y demás actores que puedan apoyar el Plan de gestión ambiental de residuos de envases y empaques, en las diferentes regiones.

Identificar empresas transformadoras que cumplan con los lineamientos establecidos por la autoridad ambiental que puedan aprovechar los envases y empaques.



Hisnayibe Castro - Planta Cali

Acciones que generaron cultura ambiental en la Organización 3.6

Para fortalecer la cultura ambiental, implementamos dos campañas en nuestra Compañía:



Aceite de Cocina Usado

Con esta campaña buscamos que nuestros empleados conocieran el paso a paso de la gestión ambiental de este residuo:

- No verter el aceite por el lavaplatos.
- Almacenarlo en una botella.
- Disponerlo en los contenedores ubicados en las Plantas de nuestra Compañía.
- Entregarlo al gestor Greenfuel para que a través de su aprovechamiento haga combustible Biodiesel.

Con la anterior gestión evitamos que un litro de aceite usado pueda llegar a contaminar cerca de 40.000 litros de agua.



Gestión de Residuos Peligrosos

Esta campaña no solo permite la correcta gestión de este tipo de residuos, sino la minimización de estos al interior de nuestra Compañía, para lo cual desarrollamos:

- Capacitación al personal de las áreas generadoras de residuos peligrosos.
- Embalaje y rotulado.
- Almacenamiento temporal en áreas aptas para este tipo de residuos.
- Recolección y disposición final con gestores autorizados por la autoridad ambiental.

Este proceso nos ha permitido disminuir la generación de residuos peligrosos pasando de 2 toneladas en el 2019 a 1.2 toneladas en el 2020.

3.7 Huella de carbono

Participamos en la segunda fase del programa Valle Carbono Neutro Organizacional, liderada por la Corporación Autónoma del Valle del Cauca, cuyo objetivo fue la capacitación para lograr la "Declaración de verificación de Gases Efecto Invernadero" otorgado por Icontec. La participación en este proyecto muestra nuestro compromiso para mitigar el cambio climático en el Valle del Cauca.



Alcance	TonCO2e/año	Aporte
Emisiones directas	5.896,39	75.02 %
Emisiones indirectas	1.963,44	24.98 %
Total emisiones directas e indirectas	7.859,83	100 %



William Sierra - Planta Cali

Transporte 3.8

Despacho directo

Gracias a la atención directa de los clientes, en el 2020 se ahorro un consumo de combustible de 28.756 galones, evitando la generación de 264.37 ton CO2e/año emitidas a la atmósfera.

Manejo de aceite

El residuo de aceite lubricante usado que se genera en el mantenimiento de nuestros vehículos se entrega a un gestor ambiental, quien en el 2020 hizo un aprovechamiento de 685 galones.

Disposición final de llantas

Se dispusieron para reciclaje 21 unidades de llantas.

Aprovechamiento de combustible por buenos hábitos de conducción

Gracias a los buenos hábitos de conducción durante el 2020 se logró un mejor rendimiento por cada galón, pasando de un consumo de 6.28 kilómetros/galón en el 2019 a 6.38 kilómetros/galón para el 2020. Lo anterior, representó un ahorro de 3.436 galones, lo cual permitió que no se emitieran a la atmósfera 31.59 ton CO2e/año.

Capítulo 4

Generamos valor y prosperidad



4.1 Valor económico compartido

En Harinera del Valle entendemos que el reto de una empresa sostenible es generar un crecimiento económico sostenido a la sociedad, siendo cada vez más rentables y competitivos. Solo así, podremos distribuir valor entre nuestros grupos de interés.

	2019 (MM)	2020 (MM)
Ingresos Operacionales	955.001	1.085.515
Ingresos No operacionales	86.341	106.211
Valor Económico Generado	1.041.342	1.191.726
Pagos Proveedores	896.388	1.029.982
Sueldos Empleados	72.296	74.293
Intereses Financieros pagados	11.848	8.945
Impuestos pagados	10.615	18.636
Inversión comunidades	1.083	614
Valor Económico Distribuido	992.230	1.132.470
Valor Económico Retenido	49.112	59.256



Nelson Romero - Cali

4.2 Balance general

HARINERA DE VALLE S.A.

ESTADOS DE CAMBIO EN LA SITUACION FINANCIERA AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020 Y 2019
(En miles de pesos colombianos)

	2020	2019
ACTIVO		
ACTIVOS CORRIENTES:		
Efectivo y equivalentes de efectivo (Nota 6)	\$ 80.666.465	\$ 69.077.771
Cuentas por cobrar comerciales y otras cuentas por cobrar (Nota 7)	157.046.074	156.567.211
Activos financieros (Nota 8)	9.760	2.639.674
Inventarios (Nota 9)	122.856.722	138.758.691
Activos por impuestos corrientes (Nota 10)	21.437.090	24.364.577
Activos por derecho de uso (Nota 11)	2.647.803	2.207.421
Otros activos no financieros	1.443.864	1.325.502
Total activos corrientes	\$ 386.107.778	\$ 394.940.847
ACTIVOS NO CORRIENTES:		
Cuentas por cobrar partes relacionadas (Nota 7)	\$ 45.740.134	\$ 33.028.550
Activos financieros en instrumentos de patrimonio (Nota 8)	702.954.423	759.574.569
Propiedad, planta y equipo, neto (Nota 12)	177.849.284	179.794.079
Activos por derecho de uso (Nota 11)	4.808.452	4.366.513
Propiedades de inversión (Nota 13)	37.646.722	35.882.585
Activos intangibles (Nota 14)	66.856.989	66.195.146
Inversiones en subsidiarias (Nota 15.1)	53.340.344	61.675.718
Inversiones en asociadas (Nota 15.2)	66.376.251	66.518.505
Total activos no corrientes	\$ 1.155.572.599	\$ 1.207.035.665
TOTAL ACTIVOS	\$ 1.541.680.377	\$ 1.601.976.512

Las notas adjuntas son parte integral de estos estados financieros

JUAN CARLOS HENAO
Representante Legal (*)

VICTOR HUGO CELIS
Contador Público (*)
Tarjeta profesional No52894-T.

DANIELA CAICEDO
Revisor Fiscal
Tarjeta profesional No224631-T
Designado por Deloitte & Touche Ltda.
(Ver mi opinión Adjunta)

(*) Los suscritos Representante Legal y Contador Público, certificamos que hemos verificado previamente las afirmaciones contenidas en estos estados financieros y que los mismos han sido tomados fielmente de los libros de contabilidad

HARINERA DE VALLE S.A.

ESTADOS DE CAMBIO EN LA SITUACION FINANCIERA AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020 Y 2019
(En miles de pesos colombianos)

	2020	2019
PASIVOS Y PATRIMONIO		
PASIVOS CORRIENTES:		
Préstamos (Nota 16)	\$ 192.415.591	\$ 229.006.410
Cuentas comerciales por pagar y otras cuentas por pagar (Nota 17)	55.333.408	87.476.107
Pasivos por impuestos corrientes (Nota 18)	13.304.419	11.141.869
Beneficios a empleados (Nota 19)	6.942.322	6.727.984
Otros pasivos (Nota 20)	616.061	634.766
Total pasivos corrientes	\$ 268.611.801	\$ 334.987.136
PASIVOS NO CORRIENTES:		
Préstamos (Nota 16)	\$ 61.141.785	\$ 50.366.513
Pasivos por impuestos diferidos neto (Nota 34.2)	42.966.469	42.534.251
Beneficios a empleados (Nota 19)	1.380.297	1.453.587
Provisiones y pasivos contingentes (Nota 21)	1.000.212	695.315
Total pasivos no corrientes	\$ 106.488.763	\$ 95.049.666
Total pasivos	\$ 375.100.564	\$ 430.036.802
PATRIMONIO:		
Capital (Nota 22)	\$ 722.868	\$ 722.868
Prima en colocación de acciones	223.393.756	223.393.756
Superavit Saneariento	1.874.689	-
Reservas (Nota 23)	217.771.104	186.658.657
Retención Imputable a los accionistas	(2.303.041)	-
Utilidad del ejercicio	59.255.483	39.382.846
Utilidades retenidas	645.221.436	645.552.846
Otro resultado integral Acumulado(Nota 23)	20.643.518	76.228.737
Total patrimonio	\$ 1.166.579.813	\$ 1.171.939.710
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	\$ 1.541.680.377	\$ 1.601.976.512

Las notas adjuntas son parte integral de estos estados financieros

JUAN CARLOS HENAO RAMOS
Representante Legal (*)

VICTOR HUGO CELIS
Contador Público (*)
Tarjeta profesional No52894-T.

DANIELA CAICEDO
Revisor Fiscal
Tarjeta profesional No224631-T
Designado por Deloitte & Touche Ltda.
(Ver mi opinión Adjunta)

(*) Los suscritos Representante Legal y Contador Público, certificamos que hemos verificado previamente las afirmaciones contenidas en estos estados financieros y que los mismos han sido tomados fielmente de los libros de contabilidad

Balance general

HARINERA DE VALLE S.A.
ESTADOS SEPARADOS DE RESULTADOS INTEGRALES
POR LOS PERIODOS TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 2020 Y 2019
(En miles de pesos colombianos)

	2020	2019
Ingresos (Nota 24)	\$ 1.073.398.286	\$ 939.653.271
Costo de Venta (Nota 25)	(825.651.278)	(723.706.541)
Utilidad Bruta	\$ 247.747.008	\$ 215.946.730
Otros Ingresos Operacionales (Nota 26)	12.116.552	15.348.315
Dividendos y otros Ingresos (Nota 27)	40.914.909	40.954.018
Otras ganancias y pérdidas (Nota 28)	(2.167.546)	3.197.930
Gastos de ventas (Nota 29)	(154.878.312)	(167.848.317)
Gastos de administración (Nota 30)	(35.816.705)	(34.217.786)
Costos financieros (Nota 31)	(19.542.372)	(18.290.503)
Otros gastos (Nota 32)	(13.873.535)	(8.094.607)
Participación en los resultados de las inversiones (Nota 33)	(1.130.174)	2.116.446
Utilidad antes de Impuesto sobre la renta	\$ 73.369.825	\$ 49.112.226
Gasto por impuesto sobre la renta: (Nota 34)		
Corriente (34.1)	(13.941.964)	(5.450.970)
Diferido (34.2)	(172.378)	(4.278.410)
Utilidad neta	\$ 59.255.483	\$ 39.382.846

OTRO RESULTADO INTEGRAL:

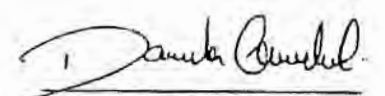
Partidas que pueden reclasificarse posteriormente al Resultado del Periodo

Ganancia (pérdida) por valoración de activos financieros designados a su valor razonable con cambios en otro resultado integral neto de impuestos (23-iii)	(58.695.682)	168.400.281
Participación de otros resultados integrales de subsidiarias (Nota 23-ii)	3.006.638	(19.823.246)
Partidas que no se reclasifican posteriormente al resultado		
Superavit por valoración de propiedades, planta y equipo neto de impuestos (23-iii)	103.824	18.983.513
Pérdida (ganancias) actuariales	(21.458)	(184.680)
Total resultado integral del año	\$ 3.648.805	\$ 206.758.714

Las notas adjuntas son parte integral de estos estados financieros


JUAN CARLOS HENAO RAMOS
Representante Legal (*)


VICTOR HUGO CELIS
Contador Público (*)
Tarjeta profesional No52894-T.


DANIELA CAICEDO
Revisor Fiscal
Tarjeta profesional No224631-T
Designado por Deloitte & Touche Ltda.
(Ver mi opinión Adjunta)

(*) Los suscritos Representante Legal y Contador Público, certificamos que hemos verificado previamente las afirmaciones contenidas en estos estados financieros y que los mismos han sido tomados fielmente de los libros de contabilidad.

4.3 Informe Revisor Fiscal

Deloitte

Deloitte & Touche Ltda.
Nit. 860.005.813-4
Calle 64N No. 5B-146
Sector C. Oficina 305C
Ed. Centroempresa
Cali
Colombia

Tel: +57 (2) 650 7530
www.deloitte.com/co

INFORME DEL REVISOR FISCAL

A los accionistas de
HARINERA DEL VALLE S.A.

INFORME SOBRE LA AUDITORÍA DE LOS ESTADOS FINANCIEROS SEPARADOS

Opinión

He auditado los estados financieros separados adjuntos de HARINERA DEL VALLE S.A. (en adelante "la Entidad"), los cuales comprenden el estado de situación financiera al 31 de diciembre de 2020, los estados de resultados integral, de cambios en el patrimonio neto y de flujos de efectivo por el año terminado en esa fecha, y las notas a los estados financieros incluyendo un resumen de las políticas contables significativas.

En mi opinión, los estados financieros separados adjuntos, tomados de los libros de contabilidad, presentan razonablemente en todos los aspectos significativos, la situación financiera de la Entidad al 31 de diciembre de 2020, el resultado de sus operaciones y sus flujos de efectivo por el año terminado en esa fecha, de conformidad con las Normas de Contabilidad y de Información Financiera aceptadas en Colombia.

Fundamento de la Opinión

He llevado a cabo mi auditoría de conformidad con las Normas Internacionales de Auditoría aceptadas en Colombia. Mis responsabilidades de acuerdo con dichas normas se describen más adelante en la sección Responsabilidades del auditor. Soy independiente de la Entidad de acuerdo con los requerimientos éticos que son relevantes para mi auditoría de los estados financieros en Colombia y he cumplido las demás responsabilidades de ética de conformidad con esos requerimientos. Considero que la evidencia de auditoría obtenida es suficiente y apropiada para proporcionar una base razonable para expresar mi opinión.

Responsabilidad de la Administración y de los Responsables del Gobierno en relación con los estados financieros

La Administración es responsable por la preparación y correcta presentación de estos estados financieros de conformidad con las Normas de Contabilidad y de Información Financiera aceptadas en Colombia, y por el control interno que la gerencia considere relevante para la preparación y correcta presentación de los estados financieros libres de errores significativos, bien sea por fraude o error.

Al preparar los estados financieros la Administración es responsable de evaluar la capacidad de la Entidad para continuar como empresa en funcionamiento, revelando, según corresponda, los asuntos relacionados con la empresa en funcionamiento y utilizando el principio contable de empresa en funcionamiento, salvo que la Administración tenga la intención de liquidar la Entidad o de cesar sus operaciones, o bien no exista otra alternativa realista.

Los responsables del gobierno son responsables de supervisar el proceso para reportar la información financiera de la Entidad.

Deloitte se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, sociedad privada de responsabilidad limitada en el Reino Unido, a su red de firmas miembro y sus entidades relacionadas, cada una de ellas como una entidad legal única e independiente. Consulte www.deloitte.com para obtener más información sobre nuestra red global de firmas miembro.



Deloitte

Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de los estados financieros

Mi objetivo es obtener una seguridad razonable de que los estados financieros en su conjunto están libres de error material, debido a fraude o error, y emitir un informe de auditoría que contiene mi opinión. Seguridad razonable es un alto grado de seguridad, pero no garantiza que una auditoría realizada de conformidad con las Normas Internacionales de Auditoría aceptadas en Colombia siempre detecte un error material cuando exista. Los errores pueden deberse a fraude o error y se consideran materiales si, individualmente o en su conjunto, se puede esperar razonablemente que influyan en las decisiones económicas que los usuarios toman basándose en los estados financieros.

Como parte de una auditoría de conformidad con las Normas Internacionales de Auditoría aceptadas en Colombia, aplico mi juicio profesional y mantengo una actitud de escepticismo profesional durante toda la auditoría. Asimismo:

- Identifico y evalúo los riesgos de error material en los estados financieros, debido a fraude o error, diseño y aplico procedimientos de auditoría para responder a dichos riesgos y obtengo evidencia de auditoría suficiente y adecuada para proporcionar una base para mi opinión. El riesgo de no detectar un error material debido a fraude es más elevado que en el caso de un error material debido a error, ya que el fraude puede implicar colusión, falsificación, omisiones deliberadas, manifestaciones intencionadamente erróneas, o la elusión del control interno.
- Obtengo un conocimiento del control interno relevante para la auditoría con el fin de diseñar procedimientos de auditoría que sean adecuados en función de las circunstancias y no con la finalidad de expresar una opinión sobre la eficacia del control interno de la Entidad.
- Evalúo lo apropiado de las políticas contables aplicadas y la razonabilidad de las estimaciones contables y las revelaciones relacionadas hechas por la Administración.
- Concluyo sobre lo adecuado de la utilización, por la Administración, del principio contable de empresa en funcionamiento y, basado en la evidencia de auditoría obtenida, concluyo sobre si existe o no una incertidumbre material relacionada con hechos o condiciones que pueden generar dudas significativas sobre la capacidad de la Entidad para continuar como empresa en funcionamiento. Si concluyo que existe una incertidumbre material, se requiere que llame la atención en mi informe de auditoría sobre la correspondiente información revelada en los estados financieros o, si dichas revelaciones no son adecuadas, que exprese una opinión modificada. Mis conclusiones se basan en la evidencia de auditoría obtenida hasta la fecha de mi informe de auditoría. Sin embargo, hechos o condiciones futuras pueden causar que la Entidad deje de ser una empresa en funcionamiento.
- Evalúo la presentación, estructura y contenido de los estados financieros, incluyendo la información revelada, y si los estados financieros representan las transacciones y eventos relevantes de un modo que logran la presentación razonable.

Comunico a los encargados de gobierno de la Entidad, entre otros asuntos, el alcance y oportunidad planeados de la auditoría y los resultados significativos de la auditoría, así como cualquier deficiencia significativa en el control interno, si la hubiere, identificada durante la auditoría.

Otros Asuntos

Como se explica en la Nota 2.3, los estados financieros separados adjuntos han sido preparados para cumplir con las disposiciones legales vigentes en Colombia. Estos estados financieros deben leerse conjuntamente con los estados financieros consolidados que se emiten aparte.



Informe Revisor Fiscal

Deloitte

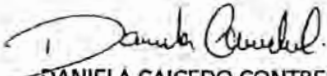
Los estados financieros por el año terminado el 31 de diciembre de 2019, que se incluyen para propósitos comparativos únicamente, fueron auditados por otro revisor fiscal designado por Deloitte, quien expresó una opinión sin salvedades el 05 de marzo de 2020.

INFORME SOBRE OTROS REQUERIMIENTOS LEGALES Y REGLAMENTARIOS

De acuerdo con el alcance de mi auditoría, informo que la Entidad ha llevado su contabilidad conforme a las normas legales y a la técnica contable; las operaciones registradas en los libros de contabilidad, la correspondencia, los comprobantes de las cuentas y los libros de actas y de registro de acciones se llevan y se conservan debidamente; el informe de gestión de los administradores guarda la debida concordancia con los estados financieros básicos e incluye la constancia por parte de la Administración sobre no haber entorpecido la libre circulación de las facturas emitidas por los vendedores o proveedores; y la información contenida en las declaraciones de autoliquidación de aportes al Sistema de Seguridad Social Integral, en particular la relativa a los afiliados y a sus ingresos base de cotización, ha sido tomada de los registros y soportes contables. Al 31 de diciembre de 2020, la Entidad no se encuentra en mora por concepto de aportes al Sistema de Seguridad Social Integral.

Según el artículo 4 del Decreto 2496 de 2015 que modifica el numeral 1.2.1.2 del Decreto 2420 de 2015, el revisor fiscal aplicará las ISAE, en desarrollo de las responsabilidades contenidas en el artículo 209 del Código de Comercio, relacionadas con la evaluación del cumplimiento de las disposiciones estatutarias y de la asamblea y con la evaluación del control interno. Asimismo, según el Artículo 1.2.1.5 de dicho Decreto, para efectos de la aplicación del artículo 1.2.1.2, no será necesario que el revisor fiscal prepare informes separados, pero sí que exprese una opinión o concepto sobre cada uno de los temas contenidos en ellos. El Consejo Técnico de la Contaduría Pública expedirá las orientaciones técnicas necesarias para estos fines.

Con base en la evidencia obtenida en desarrollo de mi revisoría fiscal, durante el año 2020, en mi concepto, nada ha llamado mi atención que me haga pensar que: a) los actos de los administradores de la Entidad no se ajustan a los estatutos y/o a las decisiones de la asamblea y b) no existen o no son adecuadas las medidas de control interno contable, de conservación y custodia de los bienes de la Entidad o de terceros que estén en su poder,


DANIELA CAICEDO CONTRERAS
Revisor Fiscal
T.P. 224631-T
Designado por Deloitte & Touche Ltda.

25 de febrero de 2021

Christiam Caicedo Pulido - Planta Cali

Capítulo 5

Nuestros avances bajo estándares globales

Estándares globales

GRI G4	Estándar	Descripción del Indicador	Contenido Estándares GRI	Pacto Global	Página
Contenidos generales					
Estrategia y análisis					
G4-1	102-14	Declaración del responsable principal de las decisiones de la Organización.	Mensaje del Gerente General Harinera del Valle S.A.		7
Perfil de la organización					
G4-3	102-1	Nombre de la organización informante.	Harinera del Valle S.A.		1, 22 - 23
G4-4	102-2	Principales marcas y productos.	Véase Capítulo 1 - Ítem 1.2 Nuestras marcas.		24 - 33
G4-5	102-3	Lugar donde se encuentra la sede.	Harinera del Valle S.A. tiene su sede principal en Cali, Colombia.		
G4-6	102-4	Países en los que opera la organización.	Harinera del Valle S.A. opera sólo en Colombia.		
G4-7	102-5	Naturaleza de la propiedad (forma jurídica).	Harinera del Valle S.A. es una Sociedad Anónima de nacionalidad colombiana.		
G4-8	102-6	Naturaleza de los mercados a los que se sirve (mercados servidos).	Véase Capítulo 1 - Ítem 1.3 Ubicación de nuestras plantas de producción, distritos comerciales y sede corporativa.		34
G4-9	102-7	Magnitud de la Organización, Número de empleados, Número de operaciones, ventas netas, capitalización y cantidad de productos que ofrece.	Véase Resumen Reporte 2020 (Ventas Número de empleados, Valor generado y valor compartido).		8-9
			Alcance del Reporte		11
			Productos - Capítulo 1 - Ítem 1.2		24 - 33
G4-10	102-8	Prácticas Laborales - contratación.	Véase Capítulo 2 - 2.3 Colaboradores Ítem 2.3.2 Estándares Laborales.	Principio 6	88
G4-12	102-9	Descripción de la Cadena de suministro de la Organización.	Véase Capítulo 2. Ítem 2.4 Logramos avanzar con los mejores aliados 2.4.1 Cadena de Abastecimiento.		106 - 107
G4-13	102-10	Cambios significativos durante el período cubierto por la memoria en tamaño, estructura y propiedad.	En este período no se presentaron cambios significativos durante el período que fueran objeto de análisis sobre el tamaño, la estructura, la propiedad accionaria o la cadena de suministro de la Organización.		
G4-14	102-11	Principio de precaución.	Modelo Corporativo: Gestión de riesgos estratégicos.		39

GRI G4	Estándar	Descripción del Indicador	Contenido Estándares GRI	Pacto Global	Página
G4-15	102-12	Iniciativas externas adoptadas por la Organización.	Véase Capítulo 1 - Ítem 1.4.1/C Ética y Transparencia: Adhesiones a otros códigos.		39
G4-16	102-13	Lista de Asociaciones a las que la Organización pertenece.	<ul style="list-style-type: none">• ANDI - Asociación Nacional de Empresarios de Colombia.• ANDI - Departamentos del Valle y del Cauca.• Cámara de Federo - ANDI (Federación de la Industria molinera de trigo).• Cámara de Alimentos - ANDI.• Comité Intergremial y empresarial del Valle del Cauca.• Cámara Colombo Americana.• Propacífico - Valle por y para todos.		
Aspectos materiales y cobertura					
G4-11	102-41	Porcentaje de empleados cubiertos por Convenios Colectivos.	Véase Capítulo 2 - Ítem 2.3.1 Nuestros Colaboradores - Espacios de participación.	Principio 3	87
G4-17	102-45	Lista de entidades que figuran en los estados financieros.	La información referida es a Harinera del Valle S.A.		
G4-18	102-46	Proceso Contenido de la Memoria y aspectos materiales.	Véase Alcance del Reporte de Sostenibilidad y Aspectos Materiales y de Cobertura.		11 - 15
G4-19	102-47	Aspectos materiales.	Véase Alcance del Reporte y Aspectos Materiales y de Cobertura.		14 - 15
G4-20	103-1	Explicación del tema material y su cobertura.	Véase Alcance del Reporte y Aspectos Materiales y de Cobertura.		13 - 15
G4-21	103-3	Evaluación del enfoque de gestión.	Véase Capítulo 2, 3 y 4.		55 - 69 85 - 105 115 - 123 136
G4-22	102-48	Reformulaciones en memorias anteriores y sus causas.	No se realizaron reformulaciones.		
G4-23	102-49	Cambios significativos en el Alcance y la Cobertura de cada aspecto con respecto a los anteriores.	No se presentaron cambios significativos en el Alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a los años anteriores.		

GRI G4	Estándar	Descripción del Indicador	Contenido Estándares GRI	Pacto Global	Página
Participación de los grupos de interés					
G4-24	102-40	Lista de los grupos de interés vinculados a la Organización.	Véase Capítulo 1 - Ítem 1.4.1 e) Nuestro enfoque de sostenibilidad y Grupos de interés.		42
G4-25	102-42	Argumentos para la selección de los Grupos de Interés con los que se trabaja.	El ejercicio de selección y validación de los grupos de interés se realizó en el año 2018. Ver Reporte de Sostenibilidad HV 2018: www.hv.com.co		
G4-26	102-43	Enfoque de la Organización sobre la participación de los Grupos de Interés.	Véase Reporte de Sostenibilidad HV 2018: www.hv.com.co (páginas 12-13).		
G4-27	102-44	Cuestiones y temas claves que han surgido por la participación de los Grupos de Interés.	Ver ejercicio de materialidad.		
Perfil de la memoria					
G4-28	102-50	Periodo cubierto por el Informe.	Enero 1 a diciembre 31 - 2020.		11
G4-29	102-51	Fecha de la memoria previa más reciente.	Reporte de Sostenibilidad Harinera del Valle 2019 / www.hv.com.co .		11
G4-30	102-52	Ciclo de presentación de la memoria.	Anual.		11
G4-31	102-53	Punto de contacto en relación con la memoria.	Maria Cristina Muñoz Naranjo mc.munoz@hv.com.co Elisa Ivette Ramírez Valencia ei.ramirez@hv.com.co		11
G4-32	102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI.	Este informe se acoge a la opción esencial de conformidad con la guía del índice GRI.		11
	102-55	Índice de contenidos GRI.	Capítulo 5 de este informe.		148
G4-33	102-56	Políticas y prácticas vigentes de la Organización con respecto a la verificación externa de la memoria.	Este reporte no cuenta con verificación externa. Deloitte & Touche Ltda., auditó los estados financieros de Harinera del Valle S.A. al 31 de diciembre 2019.		142 - 145
Gobierno					
G4-34	102-18	Estructura de Gobierno.	Véase Capítulo 1 - Ítem 1.4.1 b) Estructura organizativa sólida		36 - 37
G4-56	102-16	Valores, principios, estándares y normas de la organización.	Véase Capítulo 1- Ítem 1.4.1 Referentes sólidos y transparentes que guían nuestra actuación.		35 - 45

GRI G4	Estándar	Descripción del Indicador	Contenido Estándares GRI	Pacto Global	Página
Contenidos específicos					
Económico					
G4-EC1	201-1	Valor económico directo generado y distribuido.	Véase Capítulo 4 - Ítem 4.1 Valor económico compartido.		136
G4-EC3	201-3	Cobertura de las obligaciones de la Organización derivadas de su plan de prestaciones.	No se reporta.		
G4-EC9	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales.	Véase Capítulo 4 - Ítem 4.1 Pago a proveedores.		136
Compromiso con lo ambiental					
Energía					
G4-EN3	302-1	Consumo energético interno.	Véase Capítulo 3 - Ítem 3.2 Gestión Energética.	Principio 8	126
G4-EN5	302-3	Intensidad energética.	Véase Capítulo 3 - Ítem 3.1 Indicadores Ambientales- Energía.	Principio 8	124
Agua					
G4-EN8	303-1	Captación total de agua por fuentes.	Véase Capítulo 3 - Ítem 3.1 Indicadores Ambientales - agua.	Principio 8	124
G4-EN23	306-2	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	Véase Capítulo 3 - Ítem 3.3 Economía Circular.	Principio 8	127
G4-EN32	308-1	Número de proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales.	Véase Capítulo 2 - Ítem 2.4.1 Prácticas Sostenibles de mutuo beneficio. En el año 2020, dieciocho (18) proveedores fueron evaluación y seleccionados de acuerdo con criterios ambientales y sociales.		110 - 111
Desempeño social					
Empleo					
G4-LA1	401-1	Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados desglosados por grupo etario, sexo y región.	Véase Capítulo 2 - Ítem 2.3.2 Estándares laborales.		88
G4-LA2	401-2	Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa.	Véase Capítulo 2 - Ítem 2.3.3 Beneficios sostenibles.		89

GRI G4	Estándar	Descripción del Indicador	Contenido Estándares GRI	Pacto Global	Página
Salud y Seguridad en el Trabajo					
G4-LA5	403-1	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad.	Véase Capítulo 2 - Ítem 2.3.4 a) Espacios Seguros y Confiables. 16% de colaboradores participan en los Comités de Salud y Seguridad de HV.	Principio 1	96
G4-LA6	403-2	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas por región y por sexo.	Véase Capítulo 2 - Ítem 2.3.4 b) Seguridad y Salud en el Trabajo.	Principio 1	97
Capacitación y Educación					
G4-LA10	404-2	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.	Véase Capítulo 2 - Ítem 2.3.5, Crecimiento personal y colectivo.		102 - 103
G4-LA11	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares de desempeño y de desarrollo profesional.	99% de colaboradores recibió evaluaciones de desempeño - Estándares laborales - Evaluación de Desarrollo.		
Evaluación de las Prácticas Laborales de los Proveedores					
G4-LA14	414-1	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales.	Véase Capítulo 2 - Ítem 2.4.3 Prácticas sostenibles en nuestra cadena de abastecimiento. En el año 2020 se examinaron dos nuevos proveedores.		110 - 111
Derechos humanos					
G4-HR3	406-1	Número de casos de discriminación y medidas adoptadas.	No se registraron incidentes de discriminación.	Principios 1, 2 y 6	
G4-HR7	410-1	Porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas o procedimientos de la organización en materia de derechos humanos relevantes para las operaciones.	Capítulo 1 - Ítem 1.4.1 Referentes sólidos y transparentes que guían nuestra actuación - f) Derechos Humanos en HV.	Principio 1 y 2	44 - 45
G4-HR10	414-1	Porcentaje de proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos.	No se examinaron bajo estos criterios.		

GRI G4	Estándar	Descripción del Indicador	Contenido Estándares GRI	Pacto Global	Página
Compromiso con la sociedad					
G4-SO1	413-1	Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	Véase Capítulo 2 - Ítem 2.5.2 En el 80% de los entornos donde se ubican nuestras plantas de producción se realizan programas de desarrollo.		
G4-SO4	205-2	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.	Véase Capítulo 1 - Ítem 1.4.1 Referentes sólidos y transparentes que guían nuestra actuación /C Ética y transparencia.	Principio 10	38 - 39
G4-SO5	205-3	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	No se presentaron casos de corrupción en la compañía durante el año 2020.	Principio 10	
G4-SO7	206-1	Número de procedimientos legales por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia y sus resultados.	No se ha incurrido en estas prácticas.		
G4-SO8	419-1	Valor monetario de multas significativas y número total de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa.	No hubo multas o sanciones por incumplimiento de la legislación.		
G4-SO9	414-1	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social.	No se examinaron proveedores bajo estos criterios.		
Responsabilidad sobre productos					
G4-PR1	416-1	Porcentaje de categorías de productos significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.	Véase Capítulo 2 - Ítem 2.1.2 Perfil nutricional de nuestros productos.		58
G4-PR2	416-2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida.	No se presentaron incumplimientos de este tipo.		
G4-PR3	417-1	Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y etiquetado de sus productos y servicios.	Véase Capítulo 2 - Ítem 2.1.3 Etiquetado Responsable.		60

GRI G4	Estándar	Descripción del Indicador	Contenido Estándares GRI	Pacto Global	Página
G4-PR4	417-2	Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	No se presentaron multas ni sanciones relacionadas con la información y el etiquetado de nuestros productos.		
G4-PR5	102-43/44	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	No se realizó medición en el año 2020.		
G4-PR6	102-2	Venta de productos prohibidos o en litigio.	No aplica.		
G4-PR8	418-1	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	No se recibieron reclamaciones sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.		
G4-PR9	419-1	Valor monetario de las multas significativas fruto del incumplimiento de la normatividad en relación con el suministro y el uso de productos y servicios.	No se recibieron multas por incumplimiento de la normatividad en relación con el suministro y el uso de productos y servicios.		
Comida asequible y saludable					
FPSS4		Naturaleza, alcance y efectividad de Programas y prácticas que promueven el acceso a estilos de saludables, la prevención de las enfermedades crónicas, el acceso a alimentos sanos, nutritivos y asequibles y la mejora del bienestar de las comunidades necesitadas.	Véase Capítulo 2 - Ítem 2.1.6 Desafíos que promovieron compromiso, solidaridad y estilos de vida / c) Estilos de vida saludables.		64 - 67





Lo logramos
como un gran
equipo de
equipos!

 harinera del valle

