

A photograph of a diverse family of four—a mother, father, and two young girls—sitting around a table outdoors, smiling and enjoying a meal of pasta and salad. The background is a bright, sunny outdoor setting with greenery and a building.

# Crear valor

un propósito  
sostenible para  
Harinera del Valle

**2021**

Reporte de  
Sostenibilidad



Contenido

<div> <div>Introducción</div> <div> <p>Mensaje de nuestro Gerente a los Grupos de Interés</p> <p>Resumen 2021</p> <p>Alcance del Reporte de Sostenibilidad</p> <p>Asuntos materiales y de cobertura</p> <p>Grupos de Interés</p> </div> </div>	<div>  </div>	<div>  </div>	<div>  </div>	<div>  </div>	<div>  </div>
	<div> <div>1</div> <div>Capítulo</div> <div> <p>75 años apoyando el crecimiento y desarrollo de Colombia</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.1 Sobre HV</li> <li>1.2 Nuestras marcas</li> <li>1.3 ¿Dónde estamos?</li> <li>1.4 Nuestra cadena de abastecimiento</li> <li>1.5 Modelo corporativo</li> <li>1.6 Reconocimientos 2021</li> <li>1.7 Comunicaciones HV</li> <li>1.8 Estrategia digital TI 2021</li> </ul> </div> </div>	<div> <div>2</div> <div>Capítulo</div> <div> <p>Contribuimos al bienestar y progreso de nuestros Grupos de Interés</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2.1 Somos parte de los mejores momentos de nuestros consumidores</li> <li>2.2 Fortalecemos los vínculos y la confianza con nuestros clientes</li> <li>2.3 Hacemos de HV el mejor lugar para trabajar</li> <li>2.4 Aunamos esfuerzos para crear valor sostenible</li> <li>2.5 Aportamos a la construcción de una mejor sociedad</li> </ul> </div> </div>	<div> <div>3</div> <div>Capítulo</div> <div> <p>Acciones sostenibles que crean y agregan valor</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>3.1 Política Ambiental</li> <li>3.2 Indicadores ambientales</li> <li>3.3 Cumplimiento normativo ambiental</li> <li>3.4 Gestión energética</li> <li>3.5 Economía circular</li> <li>3.6 Gestión de residuos</li> <li>3.7 Transporte HV</li> </ul> </div> </div>	<div> <div>4</div> <div>Capítulo</div> <div> <p>Generamos y compartimos prosperidad</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>4.1 Valor económico generado y distribuido</li> <li>4.2 Balance general</li> <li>4.3 Estado de resultados</li> <li>4.4 Informe Revisoría Fiscal</li> </ul> </div> </div>	<div> <div>5</div> <div>Capítulo</div> <div> <p>Referentes globales que nos guían</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.1 Avances ODS y Pacto Global</li> <li>5.2 Estándares GRI</li> </ul> </div> </div>

## Mensaje del Gerente General

Siete décadas de historia llevando lo mejor de nosotros a las familias colombianas y de otros países del mundo, hacen de Harinera del Valle una de las compañías más sólidas y estables del país. Nacimos gracias al sueño de Don Arcesio Paz Paz un hombre visionario cuyo amor por el trabajo fue siempre su pasión, una visión clara de pensar en grande, unos férreos principios y valores que siguen orientando nuestro trabajo diario y hacen parte de nuestro ADN corporativo. Permanecer y mantenerse vigente es producto de un compromiso y una ética empresarial fundamentada en principios y valores.

Ha sido un proceso de creación de valor permanente que hemos compartido y hecho sostenible durante los 75 años que cumplimos en este 2022 con la visión clara de ser una Organización de Clase Mundial. Nuestra historia ha sido un ejemplo para diferentes generaciones en el país testigos de nuestro avance en medio de las adversidades y dificultades por situaciones referidas al contexto del país, la situación global o la pandemia.

Nuestro propósito es seguir creando valor. 75 años siendo parte de tu vida significa que hemos estado presentes con nuestras marcas en diferentes momentos de la vida de nuestros consumidores generando bienestar; hemos crecido junto a nuestros clientes ofreciendo un portafolio innovador; seguimos estableciendo relaciones de mutuo beneficio y crecimiento con nuestros proveedores; continuamos siendo un gran lugar de trabajo para nuestros colaboradores y nos enorgullece decir que apoyamos con un gran compromiso las comunidades donde tenemos el privilegio de operar. Cuidamos los recursos naturales, dando un enfoque ambiental preventivo desde el cual mitigamos los impactos y promovemos iniciativas ecoeficientes responsables pensando en las generaciones actuales y futuras.

En el 2021, creamos valor cuando respondimos a las necesidades de las familias desarrollando nuevos productos, promoviendo estilos de vida saludables, por lo cual hemos apoyado de forma decidida el deporte en diferentes disciplinas como carreras atléticas y el fútbol con el reciente patrocinio al Deportivo Cali. El deporte es un referente importante porque enseña y promueve valores como la disciplina, el

trabajo en equipo, el compromiso, la responsabilidad, entre otros, que debemos practicar en nuestra gestión empresarial y fomentar en el país.

Seguimos siendo un buen lugar para trabajar. Invertimos más de \$3.600 millones de pesos en educación, salud y otros beneficios para nuestros colaboradores y sus familias. Nuestro Sistema de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo obtuvo una calificación de 97.25% y nuestro índice de accidentalidad fue del 1.9%, cifras con las que podemos afirmar que promovemos espacios laborales seguros y saludables.

Buscamos crecer con nuestros proveedores para generar prosperidad en nuestro país. Trabajamos conjuntamente en el desarrollo de envases y empaques amigables con el medio ambiente, con lo cual, logramos que nuestros empaques sean 100% reciclables, propósito soportado en nuestras políticas de Envases y Empaques, Compras Sostenibles y Medio Ambiente.

En Responsabilidad Social, este año orientamos nuestros esfuerzos en el fortalecimiento de estrategias en educación para estudiantes y docentes de Instituciones Educativas de Dagua, Cali, Villa Rica y Palmira a través de los Programas EducaRSE, NutriRSE y ReciclaRSE. Donamos más de 11.000 kilos de alimentos a diferentes fundaciones y a la Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia.

Por último, 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.

**Hoy, los invito a celebrar con orgullo una historia llena de perseverancia y compromiso por Colombia inspirada en el sueño y la visión de nuestro fundador Don Arcesio Paz Paz. Seguiremos trabajando con el propósito de ser una Organización de Clase Mundial, honrando siempre la confianza de nuestros clientes y consumidores.**



**Juan Carlos Henao Ramos**  
Gerente General

# Resumen 2021

## Crear valor, un propósito Sostenible para Harinera del Valle

### Sostenibilidad Económica



#### Prosperidad

(Cifras en Millones de pesos Colombianos)

Ingresos Operacionales

Netos: **\$ 1,213,601**

Valor Económico

Generado: **\$ 1.318.717**

Distribuido: **\$ 1.253.099**

**13.1%**  
Crecimiento en ventas comparado  
2020 - 2021

### Sostenibilidad Social



#### Consumidores

Somos parte de los mejores momentos de nuestros Consumidores

Lanzamos **nuevos productos** de Mezclas Listas para Pan de la marca Haz de Oros y nuevas presentaciones de nuestras salsas Bucatti Boloñesa y Pomodoro.

Pastas La Muñeca siguió fomentando el deporte, la energía y los **estilos de vida saludables**.

Pastas La Muñeca patrocinador del Deportivo Cali entregó la energía que necesita para competir en la Liga Nacional.



#### Clientes

Nuestros Clientes se sitúan en el centro de todo lo que hacemos

**Clientes Consumo Masivo**

**929** Municipios

Llegamos a todos los departamentos del país

Atendemos a **126.642** Puntos de venta.

**Clientes Internacionales**

Estamos en **12 países** en tres continentes. Ingresa **Bolivia** como nuevo mercado.

Lanzamos una nueva página web para nuestros consumidores en Costa Rica, Chile y Panamá donde tenemos recetas que destacan los sabores típicos de nuestra tradición latina.

**Clientes Industriales**

**2.600** Clientes Industriales asesorados a través de la Línea Amiga.

**850** Panaderías asesoradas por el APP en 2021.



#### Colaboradores

Hacemos de HV el mejor lugar para trabajar

✓ **1.464** Personas hacen parte de nuestro gran equipo.

**591** Mujeres + **873** Hombres

**94%** Contratación directa

✓ Más de **\$3.600 millones** en beneficios sostenibles para nuestros colaboradores y sus familias en educación, salud y programas de bienestar, entre otros.

✓ Nuestro Sistema de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) fue evaluado y obtuvo como calificación **97.25%** en el 2021.

✓ Índice de accidentalidad colaboradores HV: **1.9%**

✓ Harinera del Valle invirtió **\$173 millones** de pesos en vacunación para sus colaboradores.



#### Proveedores

Aunamos esfuerzos para crear valor sostenible

✓ Generamos desarrollo en el país: **98%** de nuestros proveedores son nacionales

✓ Este año lanzamos nuestra nueva **Política de Compras Sostenibles**.

✓ **1.669** proveedores y contratistas capacitados en prevención y control de riesgos laborales.

✓ **100%** de proveedores críticos material de Empaque e Insumos productivos evaluados con criterios de sostenibilidad en los temas ambientales y sociales.

✓ Con proveedores críticos de material de empaque e insumos realizamos un Encuentro sobre Sostenibilidad y fortalecimos **espacios de cocreación**.



#### Comunidad

Aportamos a la construcción de una mejor sociedad.

**EducaRSE**

En convenio con la **Universidad ICESI** se realizaron dos Diplomados de Comunicación y Marketing Digital, para fortalecer procesos educativos en Instituciones Educativas del Valle y Cauca.

**NutriRSE**

En alianza con la **Pontificia Universidad Javeriana de Cali** se firmó un convenio para fortalecer hábitos de alimentación saludable en niños escolares.

**ReciclaRSE**

**4.381** kilos de residuos reciclables recolectados en Instituciones Educativas de Cali y Palmira con la participación de más de 4 mil estudiantes.

En **Por Amor a Dagua** se sembraron **500 árboles** en las riberas del río Dagua logrando más de 3.000 árboles sembrados en 10 años.

### Sostenibilidad Ambiental



#### Planeta

Acciones Sostenibles que crean y agregan Valor.

✓ **Lanzamiento nueva Política de Medio Ambiente**  
Hacemos público nuestro compromiso con la conservación del medio ambiente, al cuidar los recursos naturales que utilizamos en nuestros procesos.

✓ **Lanzamiento nueva Política de Envases y Empaques** desde la cual seguiremos promoviendo la Economía Circular en la búsqueda de materiales que nos permitan cuidar el planeta siendo ecoeficientes.

✓ En planta Cali medimos nuestra huella de carbono, cuyo resultado fue de **8.157.56 TonCO2e/año** de emisiones directas e indirectas.

✓ En el 2021 iniciamos la entrega de productos a nuestros clientes a través de **6 vehículos eléctricos 100% sostenibles**.



## Alcance del Reporte

Crear valor, compartirlo y hacerlo sostenible para seguir contribuyendo al bienestar y al progreso de las generaciones presentes y futuras significa contar con un enfoque de sostenibilidad que permita un equilibrio entre lo social, lo económico y lo ambiental. De ahí que cada uno de los capítulos de este Reporte da cuenta de: a) El marco ético que guía nuestra actuación empresarial; b) Los resultados alcanzados que contribuyeron al bienestar de nuestros Grupos de Interés; c) Los avances obtenidos en el manejo de nuestra gestión ambiental; d) El valor económico generado y distribuido que impactó positivamente, contribuyendo al desarrollo del país.

Este Reporte visibiliza la gestión empresarial que realizamos en la Sede Corporativa, las cinco (5) Plantas de Producción ubicadas en Dagua, Palmira, Villa Rica, Bogotá y Cali, y once (11) Distritos Comerciales ubicados en diferentes ciudades del país.

Los temas abordados tuvieron en cuenta el ejercicio de materialidad realizado con diferentes Grupos de Interés (proveedores, comunidad, clientes, colaboradores) que participaron de una encuesta sobre asuntos que fueron identificados en el análisis sobre la materialidad abordada en el año 2019.

Este Reporte es producto del trabajo realizado por los equipos de las diferentes áreas de Harinera del Valle alrededor de los asuntos materiales y cuyos resultados se recogen a través de un instrumento de recolección de información, el análisis de datos de carácter cuantitativo y cualitativo que se acompaña de un ejercicio sistemático, comparativo y reuniones de aclaración y definición sobre nuevos temas de sostenibilidad en los que podemos avanzar.

Para la elaboración de este Reporte se tuvo en cuenta información relacionada con los 10 principios del Pacto Global Organización de

Este **reporte** número doce (12) muestra los avances de la gestión de sostenibilidad de Harinera del Valle en el año 2021

las Naciones Unidas, los estándares de Global Reporting Initiative GRI teniendo en cuenta indicadores específicos para abordar la gestión de una empresa de alimentos y los aportes realizados a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Adicionalmente, se contemplaron criterios de comparabilidad de los datos en los últimos dos años y buscamos que el lenguaje escrito, así como su diseño gráfico fueran accesibles y de fácil comprensión para los diferentes públicos interesados.

El equipo de Comunicaciones y RSE de Harinera del Valle es el responsable de los datos e información que se consigna en el Reporte. Los estados financieros fueron revisados por KPMG S.A.S.

Como lo plantea nuestro Gerente General, este Reporte de Sostenibilidad 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.*

[comunicaciones@hv.com.co](mailto:comunicaciones@hv.com.co)  
Carrera 1 A #47 - 20 Cali, Colombia



**María Cristina  
Muñoz Naranjo**  
[mc.munoz@hv.com.co](mailto:mc.munoz@hv.com.co)  
Teléfono:  
(602) 4187000  
ext. 1342



**Elisa Ivette  
Ramírez Valencia**  
[ei.ramirez@hv.com.co](mailto:ei.ramirez@hv.com.co)  
Teléfono:  
(602) 418 7000  
ext. 1315



Asuntos  
 Materiales y de Cobertura

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

Como se explicó en el informe del año 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 2019-2022, se incorporaron 17 asuntos de sostenibilidad de la Empresa:

1	El desempeño económico	10	La evaluación ambiental de proveedores.
2	La presencia en el mercado	11	La creación de empleo
3	La gestión de proveedores	12	La salud y seguridad en el trabajo
4	Las prácticas anticorrupción	13	La formación y enseñanza de los colaboradores
5	El uso eficiente de materiales	14	La inversión en comunidades locales
6	El uso eficiente de la energía	15	La evaluación social de los proveedores
7	El uso eficiente del agua	16	La salud y seguridad de los consumidores
8	La eficiencia en las emisiones	17	El etiquetado de los productos
9	Minimizar los efluentes y residuos		

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.





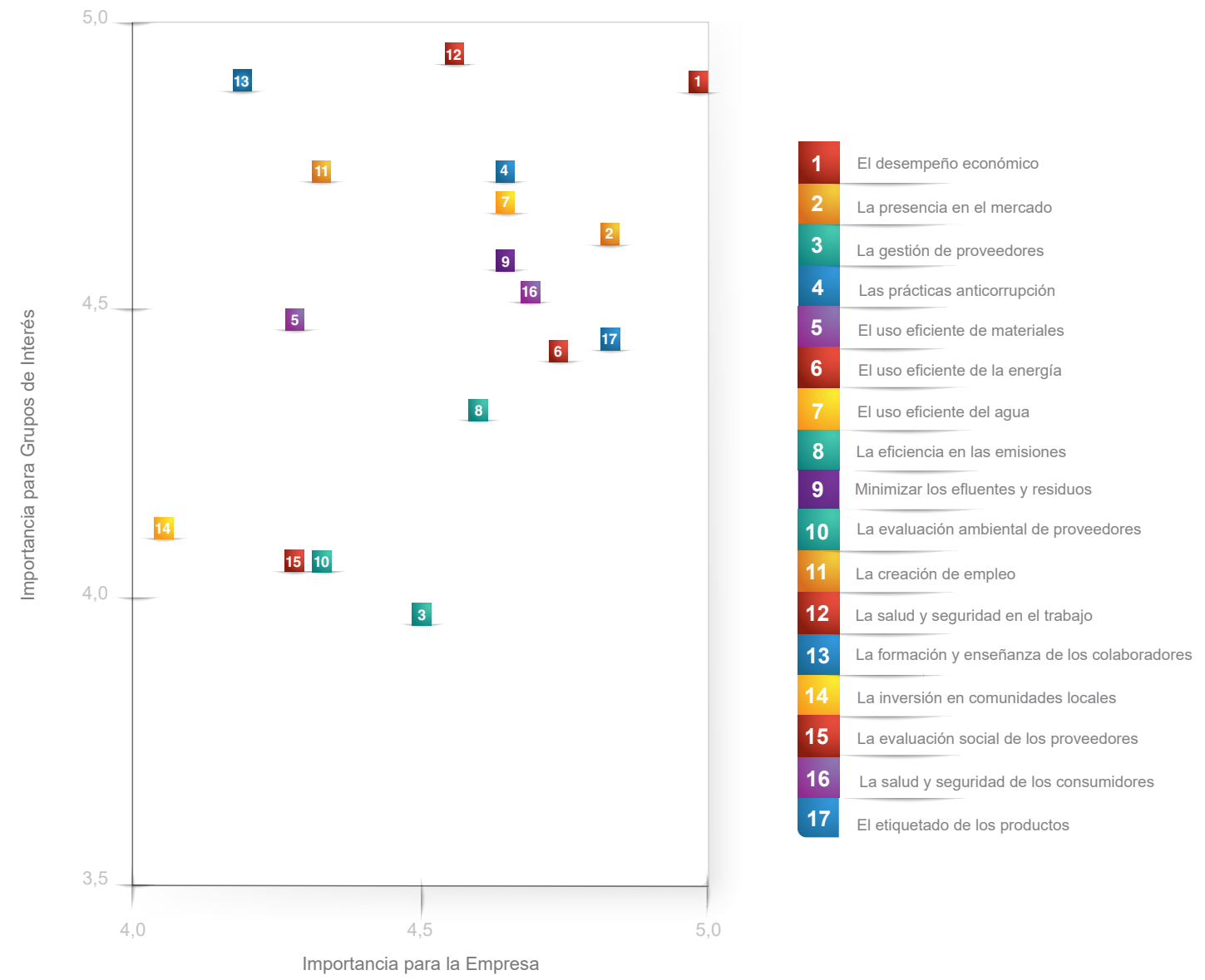
# Materialidad

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.



Christian Caicedo Pulido, Planta Pastas - Cali



## Validación y Priorización

En el año 2018, como se publica en el Reporte de Sostenibilidad del mismo año, se validaron e identificaron los Grupos de Interés de la Organización. Esta evaluación sobre su importancia y relevancia se hace con base en las respuestas de 856 colaboradores.

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 en el marco de la sostenibilidad.

## Grupos de Interés



### CONSUMIDORES

Contribuir a un estilo de vida saludable, generando bienestar y satisfacción en nuestros Consumidores.



### CLIENTES

Establecer relaciones duraderas con nuestros Clientes y canales mediante el ofrecimiento de productos y líneas de negocio innovadoras y rentables.



### COLABORADORES

Hacer de HV un buen lugar de trabajo, buscando atraer, desarrollar y retener Colaboradores talentosos e innovadores.



### PROVEEDORES

Fortalecer la cadena de abastecimiento, manteniendo relaciones estables con nuestros Proveedores basadas en la mutua confianza y beneficio.



### COMUNIDAD

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



### ACCIONISTAS

Garantizar la prosperidad y crecimiento de nuestra Organización.



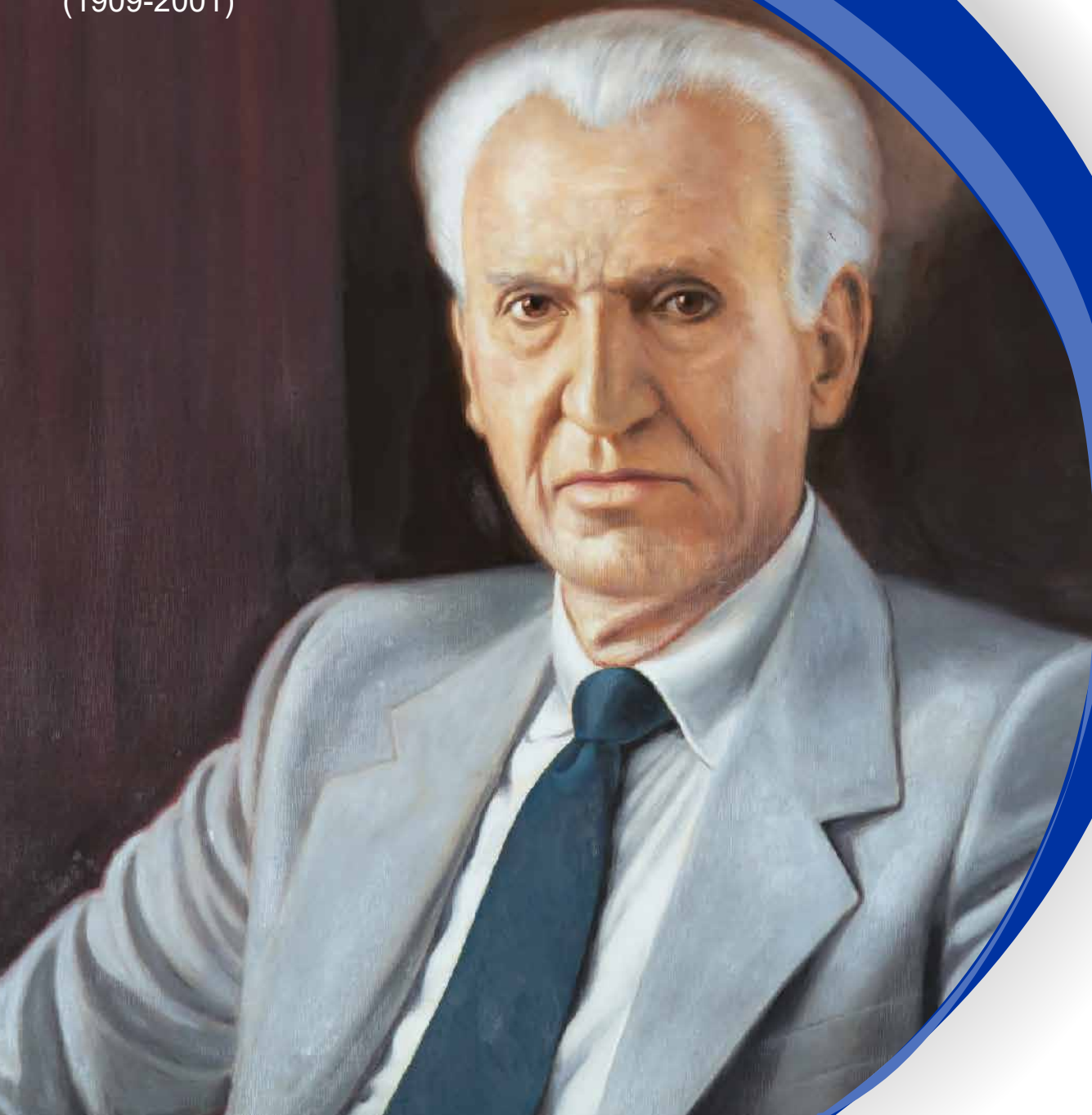


Creemos en Colombia y durante **siete décadas** nos hemos comprometido con un mundo mejor para nuestros Grupos de Interés y la sociedad.

Nuestros principios y valores se fundan en una historia ética y responsable que se ha construido día a día, llena de experiencias, aprendizajes y retos que históricamente han sido superados por equipos de colaboradores que han trabajado con pasión y amor por Harinera del Valle.

Este legado que inició **Don Arcesio Paz Paz** lo reconocemos en dos de sus grandes enseñanzas: “**Piensa en grande**” y “**Hacer las cosas bien desde el principio**”, referentes que hoy hacen parte de nuestro ADN.

Don Arcesio Paz Paz  
Fundador de Harinera del Valle  
(1909-2001)



# 1

Capítulo



75 años  
siendo parte  
de tu vida

**Apoyando el  
crecimiento y  
desarrollo de  
Colombia**

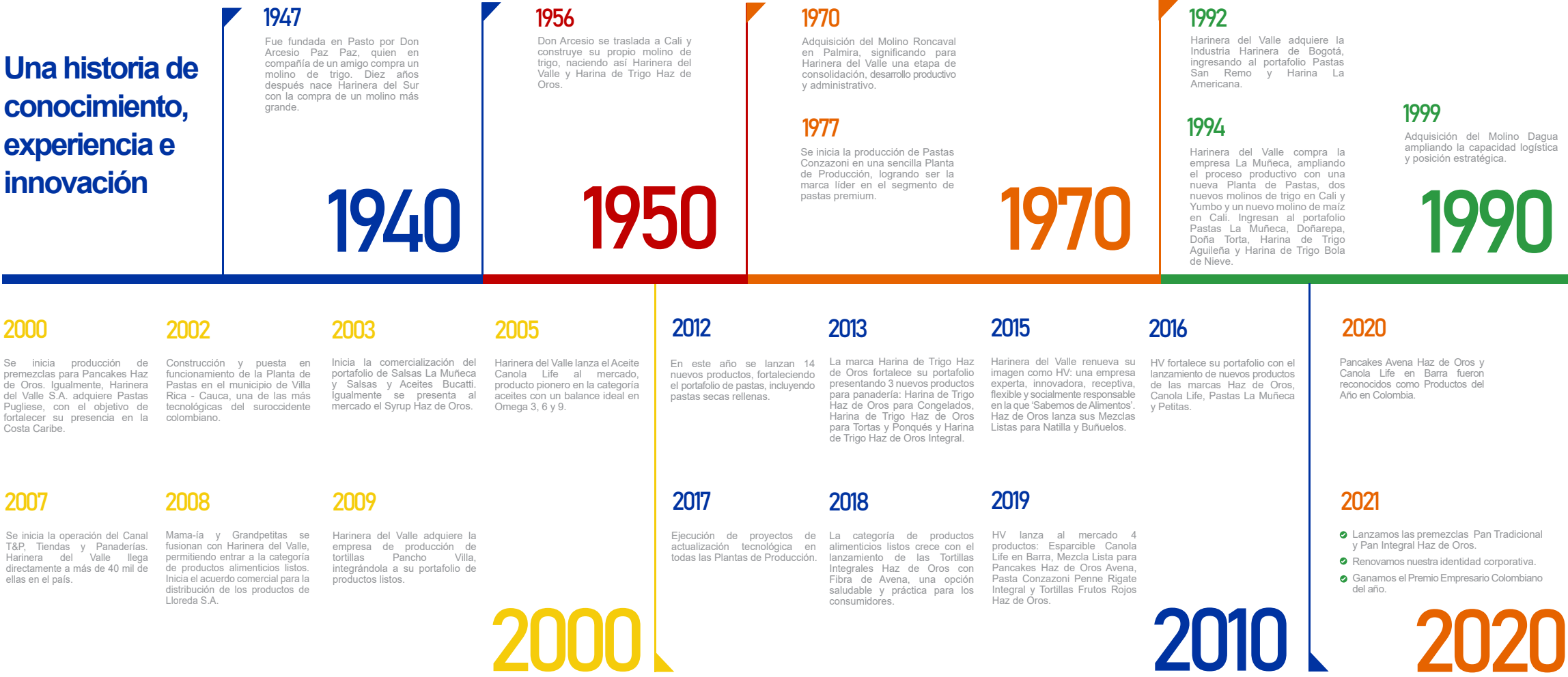


# 1.1 Nuestra historia

Somos una empresa colombiana productora y distribuidora de alimentos que cree e invierte en el país.

Hoy, 75 años después, nuestra Organización cuenta con 28 reconocidas marcas.

Una historia de conocimiento, experiencia e innovación



# 1.2

## Nuestras Marcas

### Línea Consumo Masivo

#### Harinas de trigo familiar



Haz de Oros



La Americana



Aguileña

#### Harinas Precocidas de Maíz



Doñarepa



#### Galletas



Petitas

#### Brownies



Mama-ia

#### Tortillas y Wraps



Tortillas Tradicionales  
Haz de Oros



Tortillas Integrales con Chía  
Haz de Oros



Tortillas Integrales con fibra  
de Avena Haz de Oros



Tortillas Frutos Rojos  
Haz de Oros



Tortillas Wraps  
Haz de Oros



Línea Consumo Masivo

Pastas

La Muñeca



Pugliese



Conzazoni

San Remo

Salsas para Pastas



Bucatti

Mezclas Listas y Syrup



Mezcla para preparar Pan Tradicional Haz de Oros



Mezcla para preparar Pan Integral con Avena Haz de Oros



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



Mezcla Lista para Galletas Haz de Oros



Mezcla Lista para Brownies Haz de Oros



Mezcla Lista para Natilla Haz de Oros



Mezcla Lista para Natilla Arequipe y Coco Haz de Oros



Mezcla Lista para Buñuelos Haz de Oros



Mezcla Lista Doña Torta Haz de Oros



Mezcla Lista para CupCakes Haz de Oros

Línea Consumo Masivo

Esparcibles



Canola Life



Natura



Premier



Practis

Aceites Sólidos



Frida



Lefrit

Aceites



Canola Life



Bucatti



Premier



Riquísimo



Oleocali

Vinagres



Bucatti



Colman's

Salsas Sazonadoras y aderezos



Colman's



## Línea Consumo Masivo

### Jabón de Tocador

Jabones para el Cuidado Personal



Lemón



Manantial

### Jabón de Hogar

Jabones para el Cuidado del Hogar



Unico



Fama  
(jabones especializados)



Unico Plus





Línea Industrial

Clásica



Harina de Trigo Haz de Oros Fortificada Fuerza Media



Harina de Trigo Haz de Oros Multipropósito



Harina de Trigo Haz de Oros Sin Mejorantes

Especialidades



Bola de Nieve



Harina de Trigo Haz de Oros Tortas & Ponqués



Harina de Trigo Haz de Oros Especial



Harina de Trigo Haz de Oros Hojaldres & Galletas



Harina de Trigo Haz de Oros Congelados



Harina de Trigo Haz de Oros Integral

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

## Línea Industrial

### Margarinas Industriales

Pa'l Día



Natura



La Americana

### Aceites Industriales



Oleocali

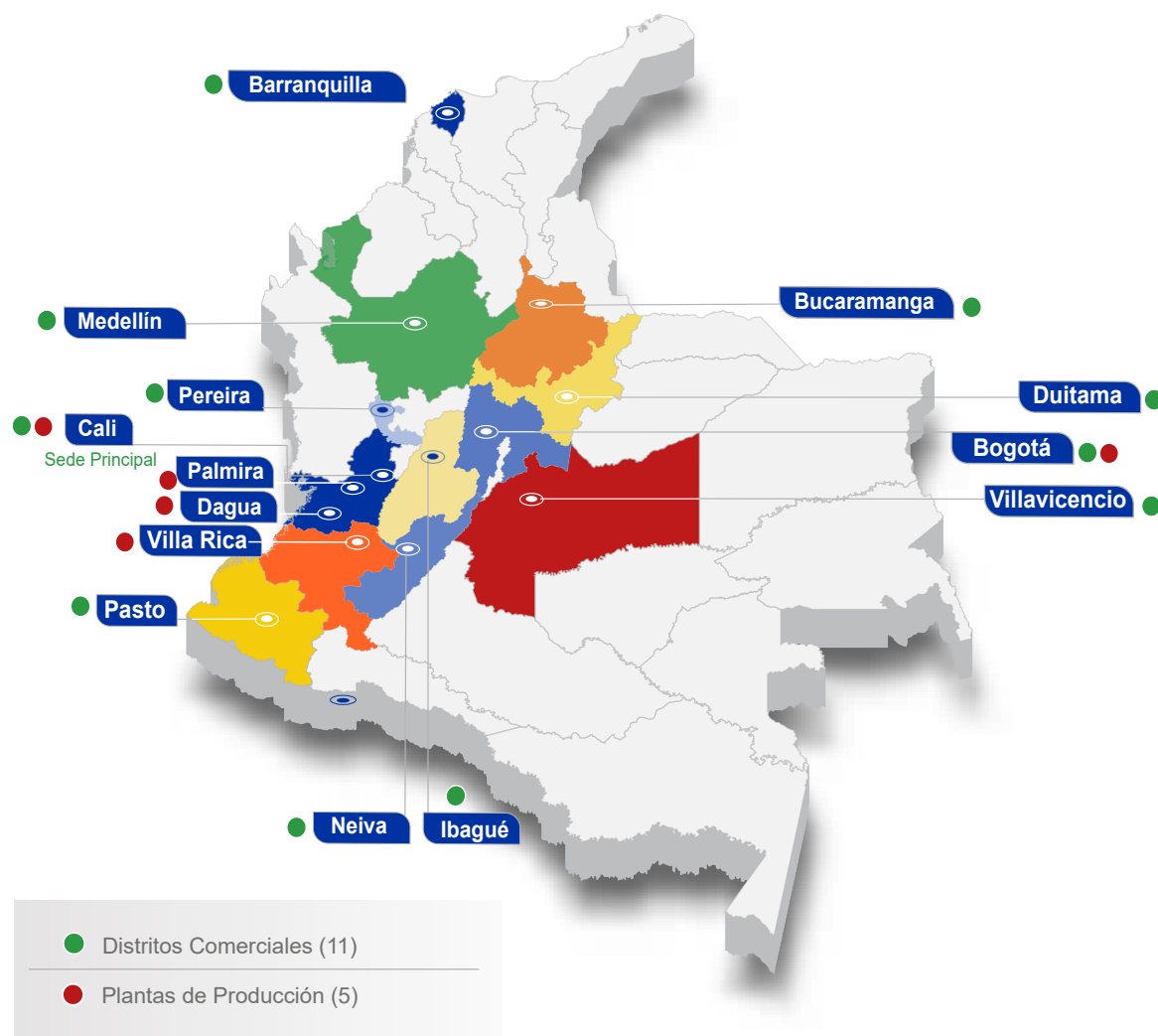


La Americana



# 1.3

## ¿Dónde estamos?



Planta Dagua



Planta Palmira



Planta Cali



Planta Villa Rica



Planta Mama-ia



# 1.4

## Cadena de Abastecimiento

En nuestra Cadena de Abastecimiento se crea y se comparte valor para todos nuestros Grupos de Interés, aportando al desarrollo y crecimiento del país.

### 1 Proveedores

- Trigo
- Maíz
- Aceite crudo
- Azúcar
- Productos comercializados



### 2 Abastecimiento

- Marítimo
- Terrestre



### 3 Proveedores de insumos

- Material empaque
- Chocolate
- Arequipe
- Aceites
- Leche
- Otros



### 4 Manufactura

- Planta de producción
- Productos listos
- Premezclas
- Pastas
- Harinas
- Aceites



### 5 Distribución

- Distritos Comerciales



### 6 Clientes y Consumidores

- Directos
- Indirectos



# 1.5

## Modelo corporativo

Para Harinera del Valle S.A. actuar con transparencia y bajo principios éticos es uno de los referentes fundamentales para la creación de valor sostenible. Por esto nos orientamos bajo estándares dirigidos al fortalecimiento de un modelo corporativo sólido que guía nuestra gestión empresarial y una cultura de cumplimiento normativo y ética.

### 1.5.1

#### Referentes que aportan valor sostenible

Nuestras buenas prácticas organizacionales se fundamentan en principios y directrices que nos han acompañado en estas siete décadas de trabajo aportando al desarrollo y crecimiento del país. Aportamos valor sostenible a través de un direccionamiento estratégico sólido en el que se enmarcan nuestra misión, visión, valores y focos estratégicos; una estructura organizativa compuesta por la Asamblea General, la Junta Directiva, el Gerente General y el Comité de Gerencia. Contamos con un Código de Ética que guía nuestra actuación y la de nuestros Grupos de Interés.



## a) Direccionamiento Estratégico

### Visión

Ser una Organización  
de Clase Mundial

### Focos Estratégicos



Excelencia operacional



Innovación



Enfoque en el cliente



### Misión

Con productos y soluciones  
integrales alimentamos hogares,  
generando bienestar y valor.

### Nuestros Valores



Respeto a las  
personas



Pasión por innovar y  
crear soluciones



Responsabilidad por  
los resultados



Toma de decisiones  
éticas, ágiles y  
disciplinadas



Trabajo en equipo



Enfoque en el cliente



b) Estructura organizativa sólida



## c) Nuestra nueva Identidad Corporativa

En el 2021 nuestra Identidad Corporativa evolucionó. Renovamos nuestra identidad para fortalecer la conexión con los grupos de interés y en especial, con nuestros consumidores como marca corporativa sombrilla, potencializando su reconocimiento y nuestra posición competitiva.

“  
En palabras de nuestro  
Gerente General: “

Nuestra Identidad Corporativa evoluciona y con ella, nuestro propósito de ser una Organización de Clase Mundial.

En un momento de grandes cambios, hemos decidido renovar nuestra identidad para fortalecer la conexión con nuestros grupos de interés y enfocarnos en el propósito de proyectar una nueva identidad consistente y unificada, que fortalezca el posicionamiento, la solidez y el poder de nuestra Organización y sus marcas.

Más **impacto y simplicidad** hacen parte de esta evolución que expresa mejor nuestra esencia: **liderazgo, solidez, tradición, calidad y crecimiento.**

La nueva imagen proyecta nuestro empuje y compromiso con la sostenibilidad y desarrollo de Colombia.”

”



Tarjeta de presentación.



Carné Institucional



Señalética



Diseños



Empaques de producto



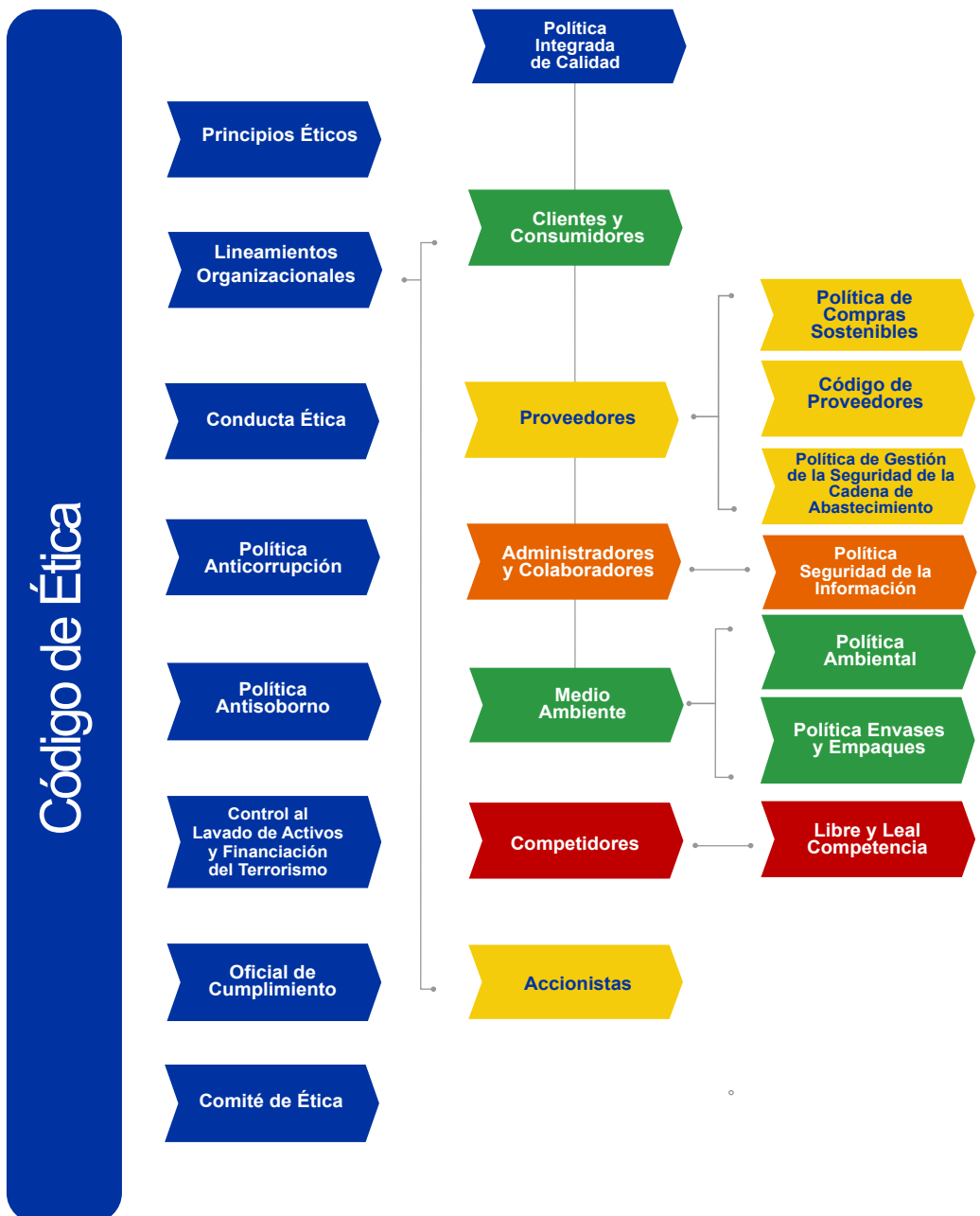
d) Ética y transparencia

El Código de Ética en Harinera del Valle es el pilar para el establecimiento de nuestra cultura organizacional basada en la transparencia y en las buenas prácticas. Es un marco de referencia que se va alimentando y construyendo día a día mediante políticas, procedimientos e instructivos que se convierten en referentes para la actuación de los colaboradores, proveedores, contratistas, accionistas, clientes y consumidores.

En el año 2021, contamos con cuatro nuevas políticas: para nuestros proveedores (Política de Compras Sostenibles), colaboradores (Política de Seguridad de la Información) y la gestión ambiental (Política Ambiental y de Envases y Empaques).



Colaboradores Sede Corporativa Cali





## Línea Ética

Nuestros colaboradores cuentan con nuestra Línea Ética, desde la cual pueden denunciar incumplimiento al Código o conductas que atenten contra nuestra Organización. En el 2021 no se recibieron denuncias respecto al incumplimiento del Código de Ética de Harinera del Valle.

El medio de comunicación interno **Intranet Somos HV** continúa siendo un canal importante para que nuestros colaboradores se expresen.



## Código de Ética Canales de denuncia

## Página Web Harinera del Valle



En la página web corporativa de Harinera del Valle [\\*\(www.hv.com.co\)](http://www.hv.com.co) se cuenta con un canal de peticiones, quejas, reclamos, denuncias y sugerencias para nuestros Grupos de Interés.

**Sabemos escucharte  
para estar más cerca**

*\*Recuerde que a través de nuestros canales también puede comunicarse para efectuar una denuncia o informar cualquier tipo de situación irregular asociada a mala conducta o acciones que atenten contra la ética.*

## Espacios de sensibilización y capacitación sobre Ética

El 100% de colaboradores que fueron vinculados a la Compañía en el 2021 recibieron capacitaciones sobre el Código de Ética, el Sistema de Autogestión del Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo. En las capacitaciones se hizo énfasis en las Políticas de Anticorrupción, Antisoborno Transnacional y Nacional, Gestión del Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo y Libre y Leal Competencia.

En el segundo semestre del año se realizó una jornada de capacitación virtual a 68 colaboradores de Harinera del Valle sobre el Código de Ética, Manual SAGRILAF y Política de Seguridad Informática.

## e) Auditoría Interna

Durante el 2021 Auditoría Interna realizó veintisiete (27) auditorías a los diferentes procesos de la Compañía, basados en un plan de trabajo que parte de la gestión del riesgo estratégico y considerando los riesgos financieros, de fraude, operacionales y las situaciones detectadas en los años anteriores.

Como resultado de estas, se emitieron las respectivas recomendaciones de eficiencia, financieras, de control interno y de sistemas, llegando a diciembre con un cumplimiento del 96%.

**27**  
Auditorías  
internas



## f) Gestión de Riesgos Estratégicos

Se continuó con la gestión de los 15 riesgos estratégicos por parte de los respectivos responsables, con el propósito de mitigar el impacto en el logro de los objetivos estratégicos de la Compañía, a los cuales semestralmente Auditoría Interna les hace seguimiento para verificar el cumplimiento de los controles, tomando las acciones inmediatas que se requieran.

El Comité de Riesgos está conformado por:

- ✓ Gerente General
- ✓ Gerente Financiero y Contraloría
- ✓ Director Auditoría Interna
- ✓ Jefe Proyectos

Adicionalmente, podrán asistir en calidad de invitados, los empleados a quienes el Comité encomiende tareas específicas que tengan responsabilidades en los temas a tratar y cuya asistencia se considere.



## g) Política de Seguridad de la Información

Con el fin de garantizar la seguridad de la información en los distintos sistemas de la Compañía, las diferentes áreas han establecido procedimientos particulares. Con estos referentes se construye de manera integral y sistémica la Política de Seguridad de la Información. El objetivo de esta política es “Establecer los lineamientos para garantizar la seguridad, confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información propia o de terceros, de la cual dispone Harinera del Valle para desarrollar su actividad empresarial, abarcando todos los aspectos administrativos y de control que deben ser cumplidos”.

Esta política aplica a toda la información propia o de terceros en todas sus formas, que es manejada por los colaboradores de la Compañía y terceros que tengan relación con la misma. Actualmente se encuentra en el Sistema de Gestión Documental GIMAC.

## h) Certificación BASC

Dentro del programa de recertificación BASC se atendió la auditoría relacionada con el cumplimiento de los controles establecidos para la prevención del lavado de activos y financiación del terrorismo, evidenciándose el cumplimiento de las políticas internas asociadas a la gestión del mencionado riesgo.

## i) Adhesiones a otros Códigos



### Asociación Nacional de Industriales ANDI

Declaración de Principios Éticos del Empresario Colombiano.

<http://www.andi.com.co/Uploads/DECLARACION%20C3%93N%20PRINCIPIOS%20ETICOS.pdf>

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

[http://www.andi.com.co/Archivos/file/GERENCIA%20RSE/Compromiso%20ANDI%20con%20el%20respeto%20a%20los%20Derechos%20Humana\\_20100827\\_104125\(1\).pd](http://www.andi.com.co/Archivos/file/GERENCIA%20RSE/Compromiso%20ANDI%20con%20el%20respeto%20a%20los%20Derechos%20Humana_20100827_104125(1).pd)



Los diez principios del Pacto Global

[http://www.unglobalcompact.org/languages/spanish/los\\_diez\\_principios.html](http://www.unglobalcompact.org/languages/spanish/los_diez_principios.html)





j) Nuestra sostenibilidad

Nuestro propósito es crear valor sostenible, lo cual significa generar prosperidad para todos, promover el bienestar de las personas y ser amigables con el planeta. Por eso las tres P de la Sostenibilidad aportan valor: Personas, Prosperidad y Planeta. Nos comprometemos frente a cada uno de nuestros Grupos de Interés para que juntos sigamos generando y compartiendo valor.

Sostenibilidad



## 1.5.2

### 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](http://www.hv.com.co)  
 Blog: [www.hv.com.co/blog](http://www.hv.com.co/blog)  
 Instagram: [@HarineraDelValle](https://www.instagram.com/HarineraDelValle)  
 Facebook: [@HarineraDelValle](https://www.facebook.com/HarineraDelValle)  
 LinkedIn: [@HarineraDelValle](https://www.linkedin.com/company/HarineraDelValle)  
 YouTube: [HarineraDelValle S.A.](https://www.youtube.com/HarineraDelValle)  
 Correo electrónico:  
[comunicaciones@hv.com.co](mailto:comunicaciones@hv.com.co)

#### Proveedores



Portal de Proveedores  
 Visitas de Evaluación  
 Boletín Corporativo

#### Clientes



Línea de Servicio al Cliente 01800 0514020  
 Línea Amiga  
 Centro de Atención al Panadero APP  
 Revista Harinotas APP  
 Capacitación a Panaderos  
 Boletín Corporativo  
 Medición de servicios

#### Comunidad



Reuniones y encuentros con comunidades educativas, instituciones  
 Encuentros con empresas y gremios  
 Revistas y periódicos de las instituciones educativas  
 Presencia en espacios de participación comunitaria

#### Colaboradores



Revista Harinotas  
 Pantallas informativas HV TV  
 Intranet  
 Carteleras  
 Boletín Corporativo  
 Reuniones con Gerente General  
 Comités de participación  
 Espacios de socialización del Reporte de Sostenibilidad  
 Reuniones Equipos Primarios

#### Consumidor



##### Corporativo

Página web: [www.hv.com.co](http://www.hv.com.co)  
 Blog: [www.hv.com.co/blog](http://www.hv.com.co/blog)  
 Instagram: [@HarineraDelValle](https://www.instagram.com/HarineraDelValle)  
 Facebook: [@HarineraDelValle](https://www.facebook.com/HarineraDelValle)  
 LinkedIn: [@HarineraDelValle](https://www.linkedin.com/company/HarineraDelValle)

##### Pastas La Muñeca

Página web: [www.pastaslamuneca.com](http://www.pastaslamuneca.com)  
 Facebook: [@PastasLamunecaOficial](https://www.facebook.com/PastasLamunecaOficial)  
 Instagram: [@PastasLaMuneca](https://www.instagram.com/PastasLaMuneca)

##### Haz de Oros

Página web: [www.hazdeoros.com](http://www.hazdeoros.com)  
 Facebook: [@HazdeOros](https://www.facebook.com/HazdeOros)  
 @HazdeOrosPanaderia  
 Instagram: [@Hazdeoros](https://www.instagram.com/Hazdeoros)

##### Doñarepa

Página web Colombia: [www.donarepa.com](http://www.donarepa.com)  
 Facebook: [@donarepacol](https://www.facebook.com/donarepacol)  
 Página web Chile: [www.donarepa.cl](http://www.donarepa.cl)  
 Facebook: [@donarepaChile](https://www.facebook.com/donarepaChile)  
 Página web Costa Rica: [www.donarepa.cr](http://www.donarepa.cr)  
 Facebook: [@donarepaCostaRica](https://www.facebook.com/donarepaCostaRica)  
 Página web Panamá: [www.donarepa.com.pa](http://www.donarepa.com.pa)  
 Facebook: [@donarepaPanama](https://www.facebook.com/donarepaPanama)  
 Facebook: [@DonarepaEspaña](https://www.facebook.com/DonarepaEspaña)

##### Canola Life

Página web: [www.canolalife.com](http://www.canolalife.com)  
 Facebook: [@CanolaEscuchaTuCorazon](https://www.facebook.com/CanolaEscuchaTuCorazon)  
 Instagram: [@Canola.Life](https://www.instagram.com/Canola.Life)

##### Conzazoni

Página web: [www.conzazoni.com](http://www.conzazoni.com)  
 Facebook: [@PastasConzazoni](https://www.facebook.com/PastasConzazoni)  
 Instagram: [@PastaConzazoni](https://www.instagram.com/PastaConzazoni)

##### Brownies Mama-ia

Página web: [www.mama-ia.com](http://www.mama-ia.com)  
 Facebook: [@BrownieMamaia](https://www.facebook.com/BrownieMamaia)  
 Twitter: [@BrowniesMamaia](https://twitter.com/BrowniesMamaia)

##### Premier

Facebook:  
[@AceitesYEsparciblesPremier](https://www.facebook.com/AceitesYEsparciblesPremier)  
 Instagram: [@PremierColombia](https://www.instagram.com/PremierColombia)

##### Colman's

Facebook: [@Colmans.Colombia](https://www.facebook.com/Colmans.Colombia)  
 Instagram: [@colmans.colombia](https://www.instagram.com/colmans.colombia)

##### Bucatti

Facebook: [@AceiteySalsasBucatti](https://www.facebook.com/AceiteySalsasBucatti)  
 Instagram: [Bucatti Colombia](https://www.instagram.com/BucattiColombia)

# 1.6

## Reconocimientos

En Noviembre nuestra Compañía y nuestro Gerente General, Juan Carlos Henao, fueron reconocidos con el Premio Empresario Colombiano 2021 en la categoría Mariposa de Lorenz por parte de la Universidad del Rosario, la Revista Dinero y Talengo, consultora de talento humano

“

“Hoy celebramos con orgullo una historia de perseverancia y llena de compromiso por Colombia, inspirada en el sueño y la visión de nuestro fundador **Don Arcesio Paz Paz**.

Este reconocimiento, honra nuestra trayectoria y esfuerzos durante casi **75 años** en los que hemos trabajado por el desarrollo y el progreso de nuestra región y del país”.

”



Juan Carlos Henao Ramos  
Gerente General  
Harinera del Valle





# 1.6

## Reconocimientos

### Ranking Merco



En el 2021, ocupamos la posición #12 en el ranking Merco de las empresas de alimentos más importantes de Colombia. Subimos una posición vs el 2020, año en el cual ocupamos la #13.

12

# KANTAR LATAM

## Informe Kantar, Brand Foot print 2021



Pastas La Muñeca subió dos posiciones en el ranking de las 20 marcas de alimentos más elegidas por los colombianos. Pasamos del puesto 18 al 16.

16

Top 50 marcas de consumo masivo

En el top de las 50 marcas de consumo masivo logramos la posición No. 42 (+16 puestos) y alcanzamos una penetración en los hogares del 61% (+15% versus. 2020)

42



Nuestra marca Haz de Oros fue destacada en el informe Brand Footprint 2021 como una las 3 "Marcas Locales para Ver".

Gracias a sus buenos resultados en ventas, innovaciones en producto y estrategia de comunicación que busca nuevos momentos de consumo.

# 1.7 Comunicaciones HV

## 1.7.1 Comunicación Interna

### a) Identidad Corporativa

Lanzamos nuestra nueva identidad a nivel nacional a colaboradores Administrativos y de Plantas de Producción. Para alinear y reforzar el manejo detallado, profundizamos en su uso en reuniones específicas con cada área.

Además, en nuestra Intranet Corporativa se destinó un sitio especial donde se encuentra el kit completo con el manejo de la nueva identidad gráfica, como el Manual de Identidad Corporativa, la plantilla para presentaciones, logos, formatos y guía para la firma de correo, entre otros.

### b) Gestión de Comunicaciones Internas

El equipo de comunicaciones desempeñó un rol determinante para garantizar la conexión, divulgación y alineación de los colaboradores de HV frente a las estrategias, objetivos, principales retos y planes de la Organización a lo largo del año.

Además de los medios como la Revista Harinotas, Intranet Somos HV, cartelera digital HV TV, cartelera física, correo electrónico corporativo, boletín de motoristas, WhatsApp HV contigo y mensajes de texto, también contamos con un nuevo espacio de comunicación como fue la Reunión con Gerencia General en la que se compartieron resultados, novedades, prioridades y principales retos, entre otros. Este espacio contó con la participación de personal administrativo de Harinera del Valle a nivel nacional.

#### • Servicios para las áreas

A través de la plataforma de medios internos, se gestionaron en total 655 publicaciones (campañas, comunicados, anuncios), de diferentes áreas de la Compañía, relacionados con Gestión Humana, Mercadeo, Logística, entre otras.

#### • Comunicación frente a COVID-19

Continuamos promoviendo el autocuidado como la principal medida de protección frente al COVID-19 para nuestros colaboradores, a través de una sólida estrategia de Comunicaciones compuesta por campañas corporativas emitidas en los diferentes medios internos, **#PorMiFamiliaYPorMiYoMeVacuno** y **#CuidándonosAvanzamosJuntos**, desarrolladas con el propósito de fortalecer el conocimiento, la cultura de autocuidado y promover la vacunación.



655 publicaciones



Se realizó el despliegue del Reporte de Sostenibilidad 2020: Grandes retos, grandes logros, a nuestros colaboradores y a los diferentes Grupos de interés, para lo cual se desarrollaron más de 15 reuniones presenciales y virtuales y se enviaron mailings masivos dirigidos a periodistas, proveedores, clientes y suscriptores de nuestra página web.



## c) Escuchamos a nuestros colaboradores

En el 2021 se realizó la Encuesta del Diagnóstico de Comunicaciones Internas a nuestros colaboradores de las sedes a nivel nacional, la cual tuvo una participación de **652 personas**. Con esta evaluación, logramos desarrollar acciones orientadas a mejorar los medios y procesos internos.

### Principales resultados:

Favorabilidad del proceso de Comunicaciones Internas: **84%**

Favorabilidad medios y espacios de comunicación de HV: **82%**

## 1.7.2 Comunicación Externa

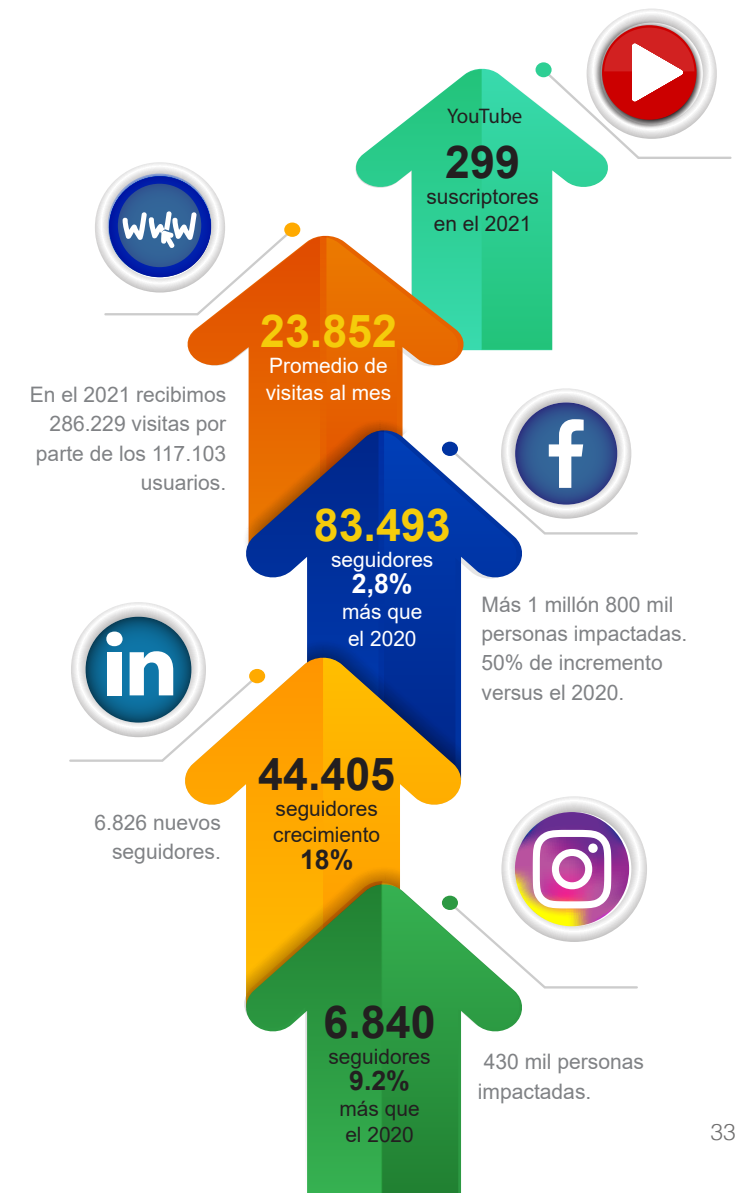
### a) Presencia en medios

Tuvimos una presencia relevante en medios de comunicación relacionada con actividades de sostenibilidad, Pastas La Muñeca, patrocinio al Deportivo Cali, marcas HV y el Premio Empresario Colombiano del año, lo cual representó un incremento del 17% en la monetización, versus el 2020.



### b) Comunicación digital

Afianzamos la presencia de temas corporativos en nuestras diferentes plataformas digitales obteniendo los siguientes resultados:





# 1.8

## Estrategia Digital TI-2021

El año 2021 el equipo de Tecnología Informática continuó fortaleciendo la estrategia digital al servicio de la Compañía y de los diferentes Grupos de Interés.

### 1.8.1

#### Cultura de Seguridad Informática

##### Revisión y mejora de las Políticas de Seguridad Informática

Tanto en medios electrónicos como en nuestro sistema de gestión documental se revisaron y ajustaron las políticas de seguridad informática. También adquirimos sistemas del fabricante CISCO que permitieron fortalecer aún más las estrategias de seguridad informática de nuestros recursos cuando estos se encuentran en redes no controladas por nuestra Compañía.

a

##### Capacitación y Formación

El tema de la formación estuvo dirigido a que los colaboradores fortalezcan sus conocimientos alrededor de la seguridad informática y las prácticas que aportan a un manejo seguro de nuestros sistemas tecnológicos.

b

##### Campañas de sensibilización

En medios de comunicación internos de Harinera del Valle durante el año 2021 se publicaron diferentes campañas sobre tecnología informática.

c



## 1.8.2

### Analítica de Datos

La analítica de datos ha sido vital para transformar la forma como se generan y analizan los datos de nuestro ERP(Enterprise Resource Planning), esto ha permitido generar reportes claves para la Compañía como precios por tonelada, medición del nivel de servicios en los despachos a clientes, rentabilidad por productos y análisis de fletes para materia prima y producto terminado. Este proceso beneficia directamente a colaboradores y clientes.

## 1.8.3 Digitalización de procesos

La digitalización de procesos se enfocó en dos objetivos:

### Procesos más eficientes

Durante el año 2021 se automatizaron mediante flujos de aprobación procesos como: requerimientos de TIC, pagos prioritarios, recepción de facturas de proveedores, recolección de documentación y pagarés de clientes.

**a**

### Mejora de la productividad

La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales en su proceso de digitalización nos ha llevado a implementar en el sistema SAP soluciones para soportar la facturación electrónica con validación previa y la nómina electrónica.

Se implementaron sistemas para el manejo eficiente en la bodega de Cali; módulos de SAP para reemplazar complejas hojas de cálculos en los procesos de la planeación operativa; desarrollos para la recepción de facturas de proveedor automáticamente y mejor asignación de los costos de fletes a la materia prima. Esta digitalización benefició especialmente a los colaboradores, clientes y proveedores.

**b**



## 1.8.4 Generación de Valor y Crecimiento del negocio

Se renovaron cerca de cinco servicios claves para la Compañía (comunicación móvil, seguridad informática, licenciamiento y conmutadores) con unas mejores tarifas que representan ahorros para la Compañía y con un aumento en varias coberturas de dichos servicios por lo menos en los próximos tres años.





## Más de medio siglo haciendo parte de la vida de nuestros

**aliados**, nos llena de orgullo por la confianza, compromiso y lealtad que han puesto en una empresa 100% colombiana que en medio de momentos complejos como la pandemia ha estado presente en la vida de los colombianos.



# 2

## Capítulo

---

### **Fortalecimos los vínculos y la confianza con nuestros Grupos de Interés**

---

# 2.1

## Consumidores

### Somos parte de los mejores momentos de nuestros consumidores

Hacemos parte de los mejores momentos de la vida de nuestros consumidores cuando manteniendo nuestros altos estándares de calidad, este año respondimos a sus necesidades con dos alternativas de mezclas para preparar de manera sencilla y fácil un delicioso pan sin tener que salir de casa. Promovimos a través del deporte valores y hábitos de estilos de vida saludables, acompañamos a nuestros consumidores en la preparación de recetas prácticas de la mano de expertos y rescatamos los sabores de nuestra cultura.





## 2.1.1

### Confianza que aporta valor

En Harinera del Valle nos comprometemos con la calidad e inocuidad de los productos que elaboramos. Por esto bajo nuestra Política Integrada de Calidad promovemos una cultura de cumplimiento en todas las etapas de nuestros procesos productivos asegurándonos de controlar los riesgos biológicos, químicos y físicos para que nuestros productos sean inocuos, evitando afectaciones en la salud de nuestros consumidores.

#### a) Altos estándares de calidad

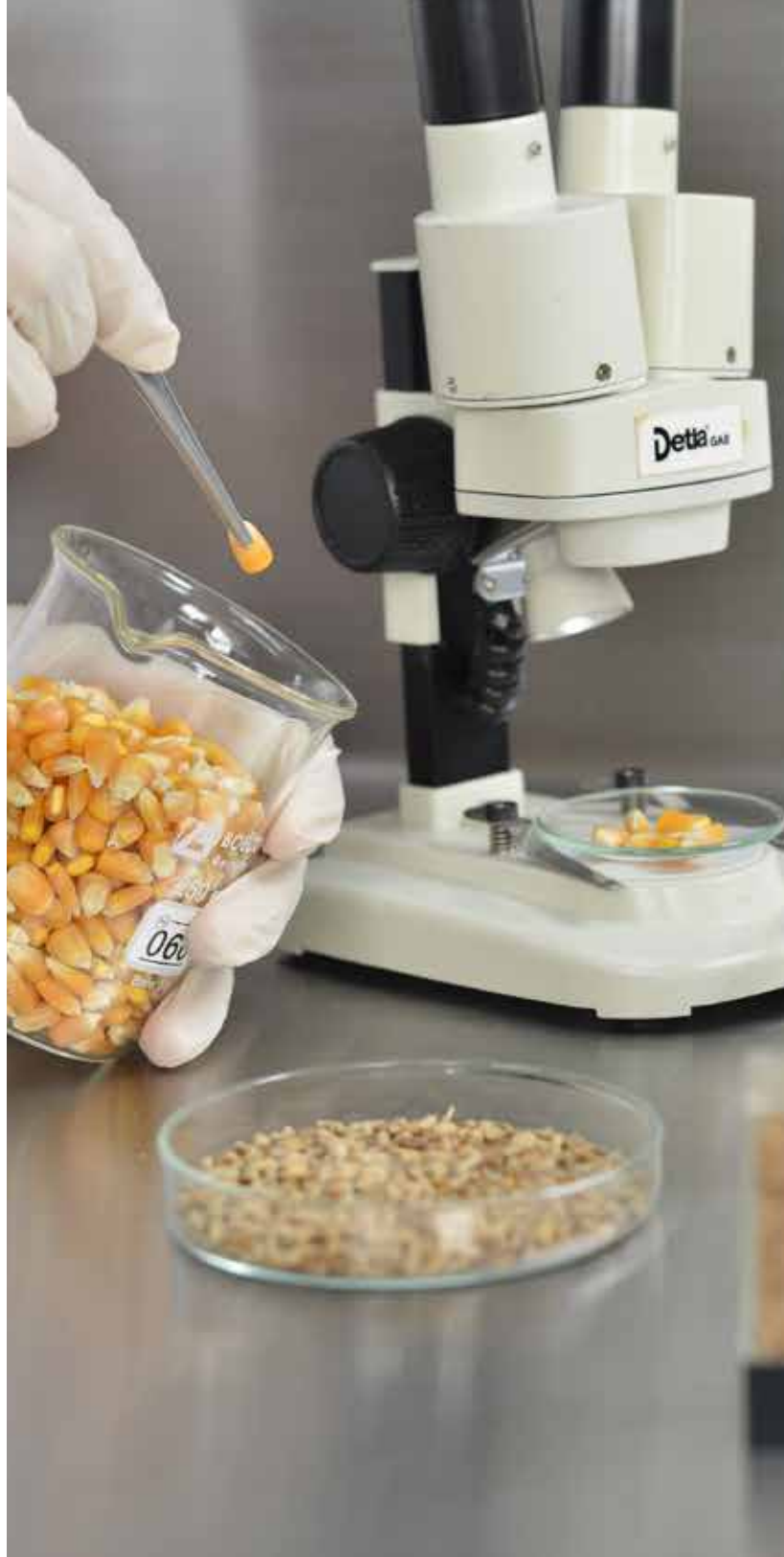
Con la renovación de la Certificación ISO 9001:2015 reiteramos nuestro compromiso con altos estándares de calidad e inocuidad que manejamos en el diseño, desarrollo, fabricación y comercialización de nuestros productos, generando entre nuestros consumidores y clientes confianza y seguridad.



Certificado N° SC 779-1

#### b) Renovamos Certificación Kosher

Estamos orgullosos porque nuestro producto harina precocida de maíz, marca Doñarepa en sus referencias Blanca, Amarilla y Del Campo fue certificado nuevamente con el sello Kosher a través del ente certificador Star-K hasta el 31 de agosto del 2022.



### Formación y capacitación

#### Formación y certificación de Auditores Internos

A través del ICONTEC se realizó el curso en el que se formaron y se certificaron 29 colaboradores quienes harán parte del grupo de auditores internos para dar apoyo en las auditorías internas que se realizan en todas las plantas y procesos.

#### Capacitación en Sistemas de Gestión en Inocuidad Alimentaria

El equipo de Gestión Calidad dictó capacitación a 35 colaboradores.

#### Capacitaciones en Buenas Prácticas de Manufactura y Almacenamiento y control de plagas

Fortaleciendo el tema de las buenas prácticas el equipo de Gestión Calidad capacitó 50 colaboradores de diferentes equipos de la Compañía y 3 clientes.

### Auditorías

#### Auditorías INVIMA

Invima actualizó los conceptos sanitarios en cada una de las plantas de producción de Harinera del Valle con resultados mayores a 93%.

#### Auditorías Internas

Se realizaron auditorías internas en inocuidad, BPM e ISO9001 en todas las plantas y procesos para verificar el cumplimiento de todos los requisitos legales y normativos.



## 2.1.2

### Nuestros nuevos productos

#### Mezcla para preparar Pan Tradicional y Pan Integral



#### Pan Tradicional

- ✓ **Sin conservantes y buena fuente de proteína:** una porción de 35g de mezcla tradicional aporta el 10% del consumo de proteína recomendado al día para adultos y niños mayores de 4 años.

#### Pan Integral

- ✓ Un pan de 50g preparado con la mezcla integral aporta el 16% del consumo de fibra recomendado al día para adultos y niños mayores de 4 años, 33% más de aporte que el pan preparado con la referencia Tradicional.
- ✓ **Buena fuente de proteína:** una porción de 35g de mezcla integral con avena aporta el 10% del consumo de proteína recomendado al día para adultos y niños mayores de 4 años.



- ✓ Contienen la levadura, ingrediente indispensable en la elaboración de panes y adicional incluye en su fórmula masa madre en polvo (harinas fermentadas de trigo y centeno) que ayuda a intensificar de manera natural el perfil de aroma y sabor en el producto preparado.
- ✓ Con ambas mezclas se puede elaborar variedad de panes, ajustando los ingredientes sugeridos.
- ✓ Son una opción para cualquier momento de consumo (comidas principales, momentos especiales, loncheras) y una alternativa para realizar preparaciones en familia y con amigos.
- ✓ Pan elaborado en casa, fácil de amasar, fresco y esponjoso.

## 2.1.3

### Mejoramiento de productos

#### Salsa Boloñesa Bucatti y Pomodoro Bucatti

Lanzamiento de nuevas referencias 240 g. como otra opción para los consumidores colombianos, adicional a la presentación de 480 g.

- Salsa Boloñesa Bucatti 240 g
- Salsa Pomodoro Bucatti 240 g



Sin conservantes ni colorantes artificiales.



Presentaciones que se adaptan más a las necesidades de las familias y diferentes tipos de consumidor.





## 2.1.4

### Nutrición y bienestar

Contribuir a un estilo de vida saludable generando bienestar para nuestros consumidores se constituye en una promesa clave que aporta valor. En el 2021 continuamos trabajando en el mejoramiento de los productos de nuestro portafolio, buscando la reducción de nutrientes de interés público como lo son los azúcares añadidos, el sodio y las grasas saturadas.



Ofrecemos a los consumidores una información nutricional clara de nuestros productos frente a lo cual podemos decir que el 100% de éstos cumplen con el acuerdo de autorregulación establecido por la Cámara de Alimentos de la ANDI para el uso de las Guías Diarias de Alimentación.



Con el objetivo de estar alineados una vez entre en vigencia la Resolución de Rotulado Nutricional, el equipo de Asuntos Regulatorios de Harinera del Valle ha venido participando en mesas de trabajo y comités propiciados por diversos entes nacionales e internacionales como la Cámara de Alimentos de la ANDI, el Ministerio de Salud y Protección Social, la Cámara de Comercio de Cali y proveedores de insumos y materias primas, entre otros.

### Equipo ConSentidos



Desde esta perspectiva, nuestro **Equipo ConSentidos** se ha fortalecido y continúa liderando las diversas pruebas sensoriales que se realizaron constantemente durante los desarrollos de nuevos productos, el mejoramiento de productos existentes y las evaluaciones de otros productos disponibles en el mercado. Este proceso se consolida aún más con la formación de integrantes del equipo de Calidad de la Compañía como Panelistas Técnicos.



Se incrementaron las pruebas con consumidores internos, realizándose un total de 13 pruebas, para las cuales se contó con el apoyo de colaboradores de la Compañía, familiares y amigos. Gracias a esto, se logró realizar el desarrollo y posterior lanzamiento de referencias como la Mezcla para preparar Pan Tradicional e Integral con avena, así como ejecutar mejoramientos como las salsas Bucatti Boloñesa y Pomodoro y avanzar en el desarrollo de nuevos productos o extensiones de línea, con miras a fortalecer el portafolio actual de la Compañía.







Excelente  
fuente de fibra



Baja en grasa  
total y saturada



Libre de  
grasas trans



Buena fuente  
de proteína



Buena fuente  
de hierro



Menos  
azúcar

## Portafolio de productos integrales para las familias colombianas



# 2.1.5

## Etiquetado responsable

### Etiqueta de Mezcla para Pan Integral con Avena Haz de Oros

- Información de empaque
- Características diferenciales



Marca del producto.

Indicación sobre el contenido de un sobre de levadura.

Sobre de 7g con levadura, ingrediente esencial para la elaboración de pan; permite que el consumidor tenga a la mano este ingrediente.

Imágenes de preparaciones sugeridas.

Contenido neto.

Nombre del producto.

Con avena en hojuelas y molida.

Declaración de beneficios funcionales, nutricionales y de desempeño.

Desde el mezclado, permite acondicionar la masa con bajo esfuerzo físico y tiempo.

Sin adición de conservantes y saborizantes.

Una porción aporta el 10% del valor diario de proteína recomendado.

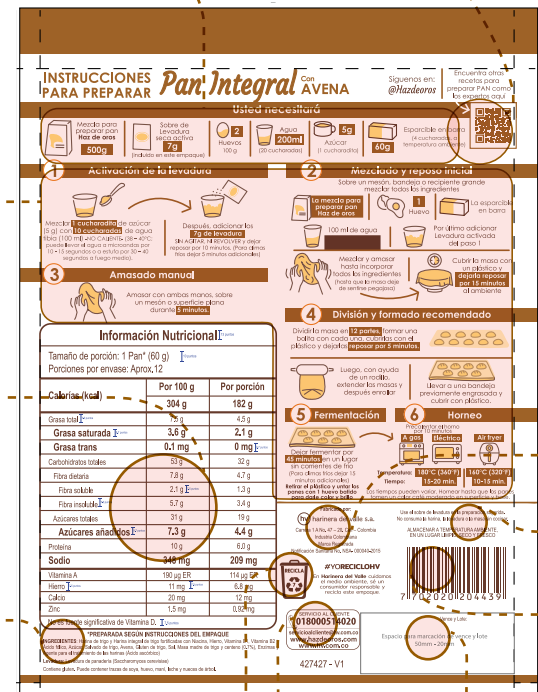
Masa madre (Harinas de trigo y centeno fermentadas) que aportan características de aroma y sabor de panes de larga fermentación.

Ingredientes requeridos para la preparación.

Ingredientes requeridos para la preparación.

Información nutricional de producto seco y preparado.

Lista de ingredientes.



Código QR e información de redes sociales de la marca.

Código QR al respaldo que direcciona de una manera interactiva a un sitio web donde se encontrarán variedades de preparaciones con la mezcla, ajustando los ingredientes sugeridos.



Nombre y dirección del fabricante.

Condiciones de almacenamiento.

Código de barras.

Información sobre reciclaje.

Línea de atención al cliente y página web.

Fecha de vencimiento y lote de fabricación.



# 2.1.6

## Agregamos valor con nuestras marcas siendo responsables social y ambientalmente

La responsabilidad social y ambiental de nuestras marcas no se detiene. Este año siendo coherentes con nuestra promesa de valor, trabajamos con nuestros consumidores bajo tres referentes: a) El fortalecimiento de valores saludables a través del deporte, b) Seguir alimentándonos saludable y exquisitamente de la mano de chefs expertos y por último, c) Rescatar esos sabores únicos que nos permite la diversa y gran gastronomía de nuestra cultura colombiana.

### a) El deporte fortalece valores y contribuye a hábitos de alimentación saludable



#### Carrera 10 K Verde Pastas La Muñeca

Edición 2021 semipresencial  
(Junio 2021)

- 1. Aportar con el evento a la conservación del medio ambiente (por cada corredor inscrito se contribuyó al mantenimiento de los árboles sembrados en la primera edición de la carrera).
- 2. Apoyar las iniciativas de reciclaje de la Fundación Juancho Correlón en la ciudad de Cali.
- 3. Promover la actividad física durante la pandemia a través del deporte, llevando el mensaje de energía de Pastas la Muñeca a los consumidores.

CALI

- Más de 2.000 participantes.
- Apoyo a 150 recicladores de la ciudad de Cali con implementos para su labor.
- Mantenimiento a 16.000 árboles sembrados en las pasadas ediciones de la carrera.



#### Patrocinios

#### Carreras Atléticas Pastas La Muñeca

##### Media Maratón

##### Carrera del Zoo

##### Carrera Río Cali

- 1. Promover la actividad física en carreras atléticas de alto impacto en la ciudad de Cali, con el mensaje de Energía de Pastas La Muñeca.
- 2. Ayudar a la conservación de la cuenca media del Río Cali.

CALI

- Participaron aproximadamente 9.500 personas en la ciudad, no solo a través de la visibilidad sino con la comunicación de Pastas La Muñeca en el kit del atleta.
- Cuidado y mantenimiento del ecosistema hídrico que apoya la protección de una zona de afluencia del Río Cali, cercana al zoológico.



## Patrocinio Deportivo Cali Fútbol Profesional Colombiano Masculino, Femenino y Cantera

El patrocinio al Fútbol Profesional Colombiano y específicamente al Deportivo Cali, significa no sólo fomentar hábitos saludables en una disciplina deportiva, sino también:

- a) Promover los valores que se expresan en el deporte: Disciplina, compromiso, motivación, trabajo en equipo, liderar con el ejemplo, respeto.
- b) Reconocer y apoyar el gran trabajo y la participación de las mujeres deportistas en nuestro país.
- c) Beneficiar la formación deportiva en tres divisiones del Deportivo Cali: • Cantera (niños y jóvenes) • Equipo masculino • Equipo femenino.



De izquierda a derecha: Rafael Dudamel, Técnico; Juan Carlos Henao, Gerente General Harinera del Valle; Marco Caicedo, Presidente Deportivo Cali; Teófilo Gutiérrez, Jugador Deportivo Cali.



b) Alimentación saludable, fácil y práctica de la mano de expertos

Alimentación de la mano de expertos

Nacional

Alimentación saludable práctica y fácil

Nacional

Con el apoyo de Embajadores en el terreno deportivo y de cocina (Caterine Ibarquén y Juan Diego Vanegas) brindamos espacios de credibilidad y cercanía a través de redes sociales, preparando recetas prácticas y fáciles para toda la familia que contribuyan a una buena alimentación.



Instagram

12.400 ➡ + 16.200 seguidores (+31% vs. 2020)

Facebook

81.000 ➡ + 82.264 seguidores (+2% vs. 2020)

Invitamos al consumidor a iniciar el día con un buen desayuno realizado con Haz de Oros y Canola Life, llegando a nuevos consumidores de las marcas que buscan bienestar y alimentarse de manera deliciosa aportándole nutrientes a su organismo.

Mostramos la facilidad de preparación de nuestros productos, dando ideas fáciles y prácticas.

411 Personas Participantes concurso

160 Ganadores

+8 Millones de Personas Alcance en redes sociales

+1 Millón Interacciones en redes sociales (likes, comentarios, compartidos)

+ 1.184 (+3%) Seguidores HDO

+ 616 (+8%) Seguidores Canola Life

Fuente: Reporte agencia VMLYR Marzo 2021







1. Enseñar a los participantes una receta diferente con Pastas la Muñeca a través de un chef experto (Juan Diego Vanegas).
2. Brindar los tips necesarios para cocinar una buena pasta en casa.
3. Fidelizar a los consumidores con la marca.



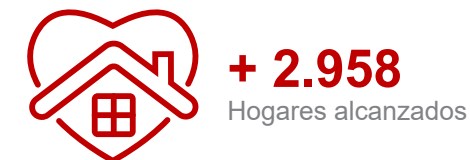
Tips para preparar pastas con un chef experto

Bogotá, Cali, Barranquilla, Pereira, Bucaramanga

Experiencias de Sabor: Máster Class con los expertos Canola Life y Conzazoni

Nacional

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



Con Canola Life: Bienestar, vida en equilibrio y buena alimentación.



Nacional

Instagram  
**4.924** seguidores  
(+31% comunidad 2021 vs. 2020)

**Página WEB**  
**59.472** ➔ **+ 82.264** usuarios únicos  
(+177% comunidad 2021 vs. 2020)





### c) Rescatando los sabores de nuestra cultura

#### Cosechando Sabores de Nuestra Tierra

Cali

Exaltar los sabores de nuestra tierra a través del trabajo de integración entre chef, cocinero y las marcas Conzazoni, Haz de Oros, Premier y Canola Life.

Todo esto alrededor de una experiencia gastronómica y cultural en el festival de Food Network en la Galería La Alameda de la ciudad de Cali.



**5.400**  
personas



 **Instagram**

**+ 9.066**  
**seguidores**  
(crecimiento 39%  
comunidad 2021 vs 2020).

 **Facebook**

**+ 28.046**  
**seguidores**  
(crecimiento 2%  
comunidad 2021 vs 2020).

**121.116 usuarios únicos**

Página Web  
(crecimiento 475% comunidad 2021 vs 2020)

#### Territorio de la gastronomía y cultura del país

Nacional

Colombia País Premier.

Aportamos valor aprendiendo de la gastronomía y cultura de Colombia. De la mano de un chef invitamos a nuestros consumidores a ser expertos.

# 2.2

## Clientes

### Fortalecemos los vínculos y la confianza con nuestros Clientes

Teniendo en cuenta que los Clientes se sitúan en el centro de todo lo que hacemos, nos enfocamos en conocer y atender oportunamente sus necesidades y expectativas. Entendiendo que todos aportamos a la generación de valor, este año hemos creado un esquema de atención especializada, donde la fuerza de ventas y los procesos de atención al cliente se establecen acorde a la tipología y las necesidades de cada segmento, buscando entregarles propuestas de valor, soluciones integrales y experiencias únicas con nuestras marcas.

En el 2021, creamos y generamos valor sostenible fortaleciendo vínculos con nuestros Clientes de Consumo Masivo, Clientes Industriales y Clientes Internacionales.







## 2.2.1

### Nuestros Clientes de Consumo Masivo



#### a) Relacionamiento constante con nuestros Clientes

Para llegar a nuestros clientes abordamos estrategias que permitieron atenderlos de manera oportuna y permanente:

##### E-Commerce

- ✓ Fortalecimos nuestra presencia en el comercio digital de la mano de nuestros aliados, facilitando la experiencia de compra de nuestros clientes y consumidores.
- ✓ Logramos triplicar el volumen de venta al Canal E-Commerce, con 8 clientes aliados, y con la participación de marcas foco para la Compañía.
- ✓ Desarrollamos una plataforma tecnológica propia, que facilita el proceso de adquisición de nuestras marcas disminuyendo tiempos y minimizando errores.

##### Red de Distribución

- ✓ Garantizamos la disponibilidad de nuestros productos en todo el territorio nacional para satisfacer las necesidades de los consumidores.
- ✓ Llegamos a todos los departamentos del país: 929 Municipios.
- ✓ Llegamos a 126.642 Puntos de venta.

929  
Municipios

126.642  
Puntos de venta





## b) Acciones que generan valor

### Cadenas Nacionales

- ✓ Acompañamos a los clientes participando con nuestras marcas en sus eventos clave, con dinámicas comerciales alineadas a las necesidades del mercado.
- ✓ En los procesos logísticos, buscamos la excelencia en niveles de servicio con el fin de disminuir los reprocesos y agotados en punto de venta.
- ✓ Realizamos entregas certificadas y paletizadas para hacer eficientes los procesos de despacho y recibo y lograr ahorros de tiempo y espacio de almacenamiento.

### Supermercados Independientes y Minimercados

- ✓ Asesoramos a nuestros clientes sobre temas de exhibición, márgenes y rotación de los productos que les permita incrementar la rentabilidad de sus negocios.
- ✓ Promovemos y capacitamos a nuestros clientes en el adecuado manejo de las averías de nuestros productos con el fin de disminuir el impacto ambiental.
- ✓ Capacitamos 508 Minimercados, participando en el programa virtual Supermercados y Minimercados Rentables – Clientes Fieles 2021 de la ANDI, en seis módulos basados en técnicas de merchandising, estrategias de venta, indicadores y finanzas básicas.



**508**

Minimercados capacitados



Maribel Giraldo área Comercial Cali

### Mayoristas y Distribuidores

- ✓ Desarrollamos planes de negocio para brindar a los clientes una mayor rentabilidad y trabajar de la mano con ellos en asesorías y capacitaciones que les permitan crecer.
- ✓ Capacitamos a cerca de 700 vendedores, empleados y dependientes de nuestros aliados, sobre los beneficios nutricionales de nuestros productos.
- ✓ En los procesos logísticos, nos enfocamos en los despachos directos a clientes con el fin de disminuir los costos y tiempos de transporte que impactan el medio ambiente.



**700**

Personas capacitadas

### Tiendas y Panaderías



**70%**

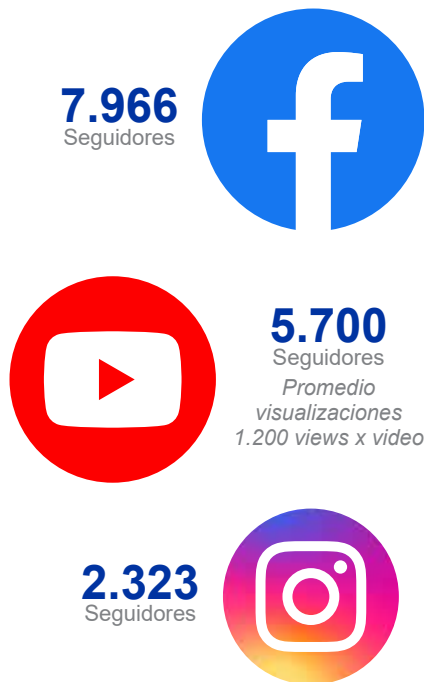
Mujeres, cabeza de hogar

- ✓ Definimos rutas de venta, distribución y ejecución buscando una atención oportuna y efectiva, con el apoyo de sistemas de geo referenciación.
- ✓ Capacitamos a los tenderos a través de la fuerza de ventas en aspectos como estrategias de exhibición, visibilidad, surtido y manejo de márgenes de comercialización.
- ✓ Contamos con un Equipo Comercial comprometido en la atención del cliente final, donde cerca del 70% son mujeres cabeza de hogar.

# 2.2.2 Nuestros Clientes Industriales

Continuamos fortaleciendo nuestro relacionamiento

Canales de comunicación estratégicos @HazdeOrosPanadería en el 2021.



2.2.3

Nuestros Clientes en el exterior


Estamos presentes en 12 países y 3 continentes

Ventas Internacionales  
US \$ 8,95 Millones


Nuestros principales mercados:




Costa Rica



Panamá



Chile



Estados Unidos

Otros mercados:



Ecuador



España



Trinidad y Tobago



Canadá



Argentina



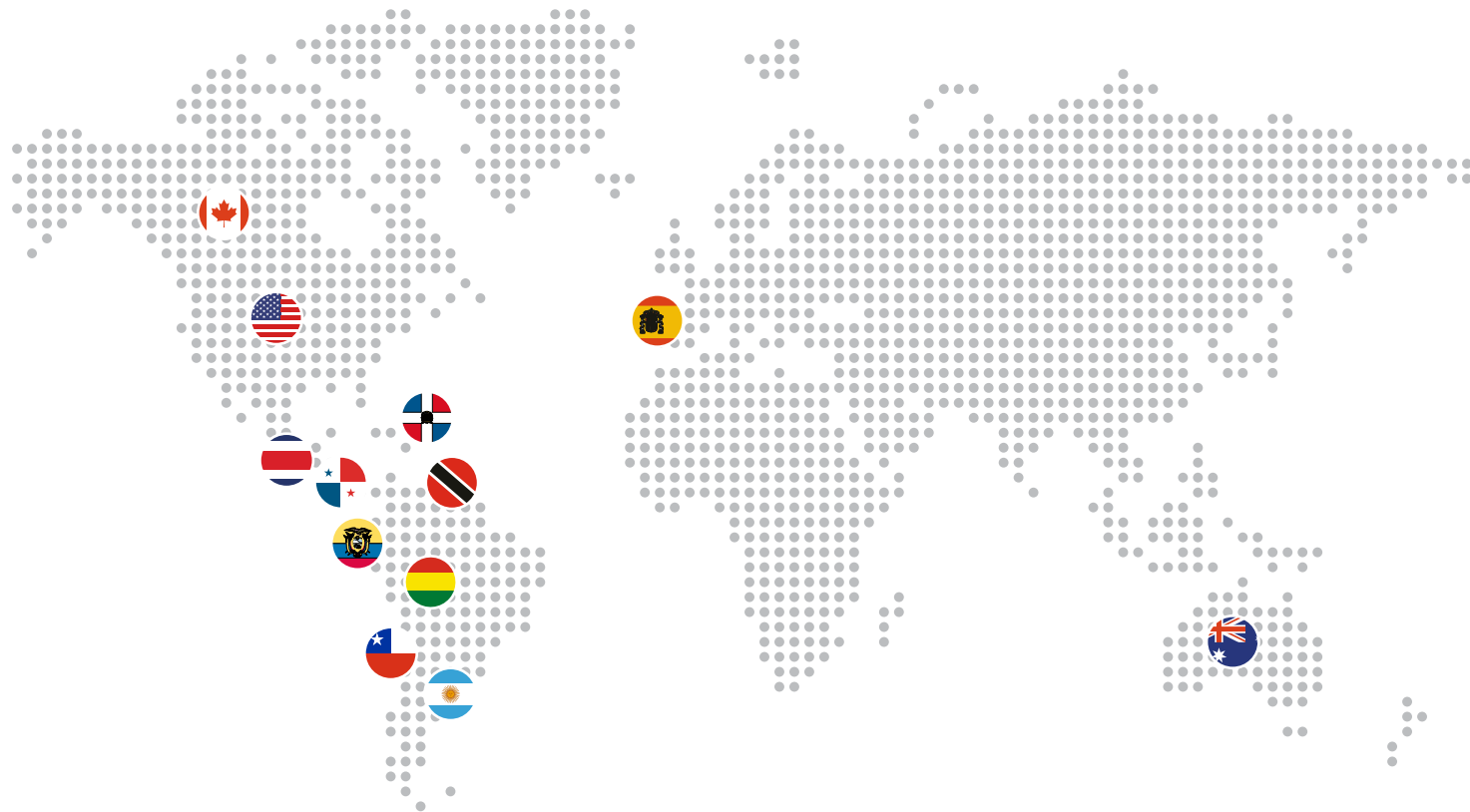
República Dominicana



Australia



Bolivia





a) Nuestro portafolio exportador 2021

Principales productos ofrecidos en el mercado internacional:



Para el consumidor final:

- Doñarepa Blanca y Amarilla 500 g, 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,
- Premezclas para pancakes en sus tres variedades: Tradicional, Light y Avena 300grs.

En España

Entregamos producto para atender la temporada navideña en el continente europeo con premezcla para buñuelos y premezcla para Natilla Tradicional.



b) Actividades con Clientes

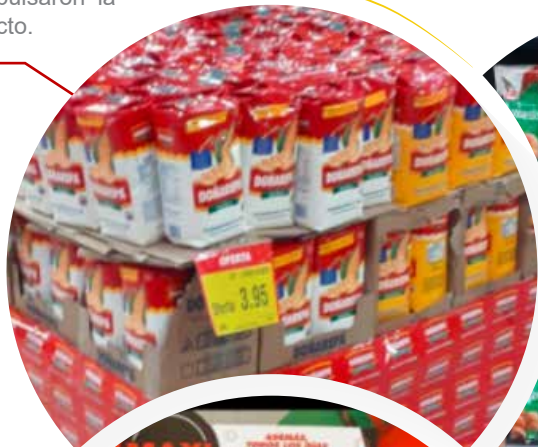
En el 2021 se capacitó de manera virtual a la fuerza de ventas del distribuidor en Bolivia. En este espacio se informó sobre atributos de las referencias de Doñarepa, rol de la marca y estrategia de comunicación de acuerdo con el mercado, información nutricional, lectura de las etiquetas, y beneficios nutricionales de nuestra materia prima.

Entre febrero y marzo de 2021 junto con el equipo de Servicio al Cliente se realizó la medición de satisfacción al 100% de nuestros clientes internacionales activos. En general nuestros clientes se encuentran entre satisfechos y muy satisfechos con nuestros productos, calidad y servicio.



\* Se toma con base a los 4 clientes que manifestaron haber presentado quejas o reclamos.

Exhibiciones adicionales y puntas de góndola en Panamá, que impulsaron la rotación de producto.



Puntas de góndola para productos de temporada en cadenas de España.



Participación exclusiva en la categoría de harina precocida de maíz, en actividad de Black Friday en los puntos de venta de Corporación Favorita en Ecuador.



Actividad en redes sociales de Costa Rica, en la que se lanzaron retos para premiar las recetas más originales preparadas con Doñarepa.



## c) Análisis Regulatorio de Producto y Etiquetado

Buscando dar cumplimiento a lo exigido por la Ley FSMA de Estados Unidos, la etiqueta de Doñarepa Blanca y Amarilla que exportamos al país americano, fue revisada y avalada directamente por un Agente de la FDA.

## d) Canales de Comunicación con Clientes y Consumidores

Contamos con una página web para nuestros consumidores en Costa Rica, Chile y Panamá donde tenemos almacenada una 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 apetitosidad y también la versatilidad de la harina de maíz, incentivando un mayor consumo de nuestra marca. Ya son casi 23.800 usuarios en esta red, y en 2021, alcanzamos a tener cerca de 52 millones de impresiones en toda nuestra comunidad de Doñarepa Internacional. Adicionalmente, en Costa Rica reforzamos el mensaje de la marca al consumidor, por medio de las influenciadoras: **Chef Selenia y Tía Florita**.



Chef Selenia - Costa Rica



Tía Florita - Costa Rica







## 2.2.4

### Atención al cliente

En el 2021, el equipo de Servicio al Cliente se enfocó en el establecimiento de nuevas definiciones y modificaciones a procedimientos y la incorporación al proceso de una nueva herramienta de gestión que permite agilizar la atención y seguimiento de los PQRS involucrando directamente a las áreas responsables de la atención.

#### a) Avances y progresos que generan valor

-  Se continuó trabajando en la atención de PQRS generadas a partir del proceso de facturación electrónica y se brindó soporte durante las implementaciones realizadas al mismo por cambios normativos, mediante la generación de alertas e identificación de oportunidades.
-  En el 2021 se atendieron:  
**1.954 casos** en donde se brindó atención a 443 consumidores y 1.497 clientes. En comparación con el 2020, hubo un incremento del 12% respecto al total de casos.
-  **2.524 solicitudes de compra** de las cuales el 18% fueron efectivas y se lograron codificar 442 clientes nuevos.
-  Se crearon siete (7) equipos de mejoras conformados por colaboradores de la Compañía para corregir desviaciones presentadas durante el 2021. Esta iniciativa permitió la identificación y capitalización de oportunidades de mejora que han ido fortaleciendo nuestra atención.



#### b) Encuesta de medición de satisfacción

En el 2021 se continuó con la medición de satisfacción de clientes a través de la cual se pudo conocer la percepción que tienen los mismos frente a nuestros productos y servicios. De acuerdo con el indicador NPS (Net Promote Score o índice neto de recomendación), el cual se mide dentro de una escala de -100% a 100%, se obtuvo un resultado alto positivo del 63%. El 66% de los clientes encuestados se consideran promotores de la Compañía y en definitiva recomendarían a Harinera del Valle como proveedor.

## c) Comentarios de satisfacción de nuestros consumidores:



PQRS: Brownie Mama-fa.  
Consumidora:

“Quiero hacer referencia a su amable comunicación de septiembre 27 pasado. He recibido con mucha alegría la ancheta que me enviaron que incluía muestras de todos los productos de su portafolio. Realmente quedé sorprendida por los maravillosos artículos de esa Compañía, no solo por su variedad sino, ante todo, por la alta calidad de los mismos. Reciban mi reconocimiento y gratitud.

”



PQRS: Pasta Conzazoni.  
Consumidora:

“Buenas noches. Quiero agradecer por su buen servicio al cliente después de haber hecho una reclamación por un producto. Es muy grato para mí haber recibido un trato especial por parte de todas las personas que se comunicaron conmigo para aclararme la situación. Estoy muy feliz con todos los productos que recibí por parte de ustedes y les confirmo que seguiré consumiéndolos siempre como lo he hecho hasta ahora.

”



PQRS: Harina HDO  
Familiar. Consumidor:

“Buenas tardes. Satisfecho por su pronta respuesta y complacido por el excelente trato respecto a la situación planteada. Quedo muy contento con la ancheta recibida y por su oportuna respuesta que me dio mucha tranquilidad. Además de la información que me ofrecieron desde el área de calidad, la cual considero muy valiosa y que además desconocía. Muchas gracias.

”



Cliente  
Panadería Industrial:

“Son muy organizados con sus comerciantes y con el tema de cartera son muy cumplidos frente a novedades y facturas.

”



PQRS: Doñarepa.  
Consumidora:

“Nuevamente gracias y felicitaciones por su excelente atención e interés por sus clientes y sus productos.

”



Cliente  
Panadería Industrial:

“Me siento muy satisfecha con el servicio, atención, disposición y ayuda con la que contamos de parte de nuestro asesor.

”



# 2.3

## Colaboradores

### Hacemos de HV el mejor lugar para trabajar

En el 2021 generamos valor promoviendo prácticas que hacen de Harinera del Valle el mejor lugar para trabajar. Esto lo logramos mediante la generación de empleo de calidad, la estabilidad laboral y la promoción de habilidades de nuestros colaboradores.

Evolucionamos con una excelente calificación en el desarrollo de nuestro Sistema de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo para seguir garantizando espacios saludables, seguros y confiables. Frente a esta pandemia generada por el Covid 19 invertimos en la compra de vacunas para nuestros colaboradores, logros que afianzan nuestro compromiso de ser una Organización de Clase Mundial que cuida de su equipo, empresa, región y país.

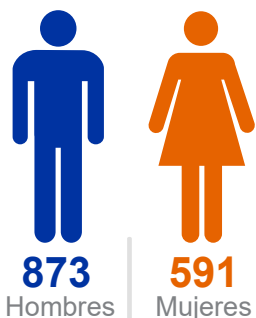
Susana Arbeláez, Comercial Mayoristas y Distribuidores y Andrea Hormaza, Negocios Internacionales - Cali



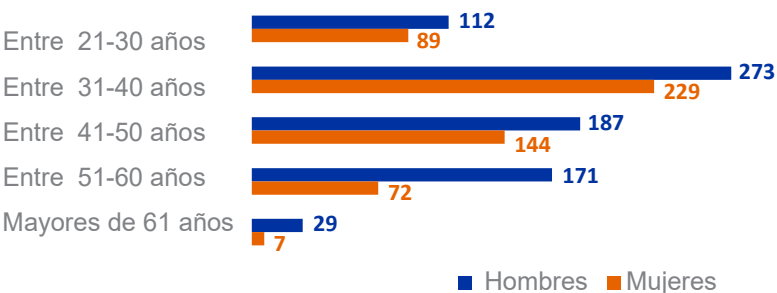


# 2.3.1 Nuestros Colaboradores

El 2021, un año en que los/as colaboradores de Harinera del Valle continuamos cuidándonos y cumpliendo todos los protocolos de bioseguridad para seguir operando y gestionando toda la cadena de suministro al servicio de nuestros consumidores y clientes. La excelencia operacional y el trabajo en equipo fueron los referentes de 1.464 personas que estuvieron acompañándonos a través de diferentes modalidades de contratación directa, en misión y estudiantes en práctica.



## Edad Colaboradores Directos

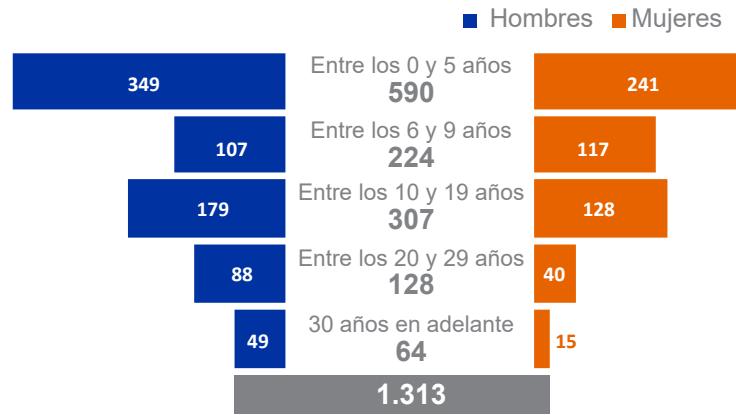


La edad de nuestros colaboradores directos muestra que el mayor número se encuentra en edades entre 31 y 50 años. Como se puede observar en el gráfico contamos con un número importante de colaboradores mayores de 50 años o más que da cuenta de una estabilidad laboral en la Compañía. Por otro lado, el 55% de nuestros colaboradores están vinculados hace más de 6 años en la empresa.

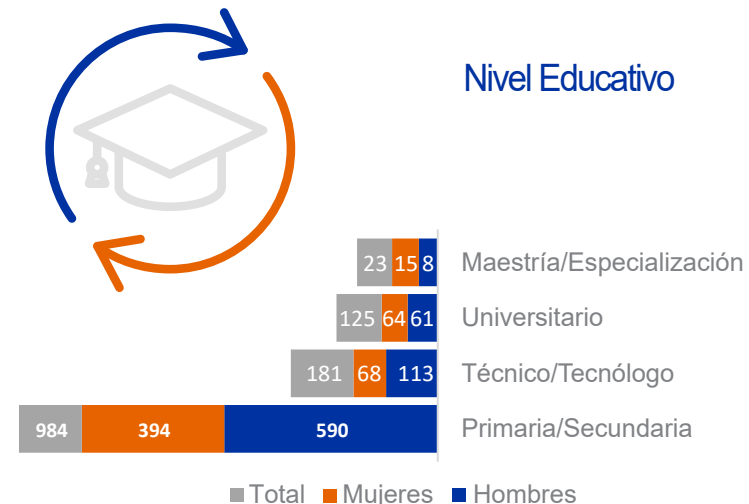
## Número de personas en HV en el 2021

	Hombres	Mujeres	Total
Contratación directa	772	541	1.313
Contratación temporal	77	13	90
Estudiantes en práctica (Universidades)	4	7	11
Estudiantes en práctica (SENA)	20	30	50
<b>Total</b>	<b>873</b>	<b>591</b>	<b>1.464</b>

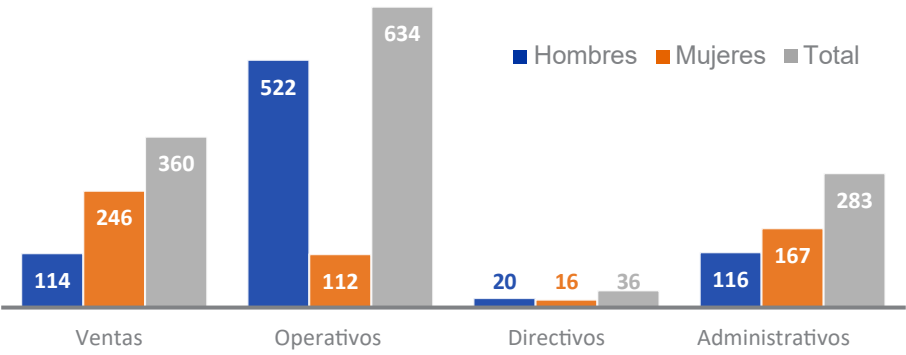
## Rango de antigüedad



## Nivel Educativo



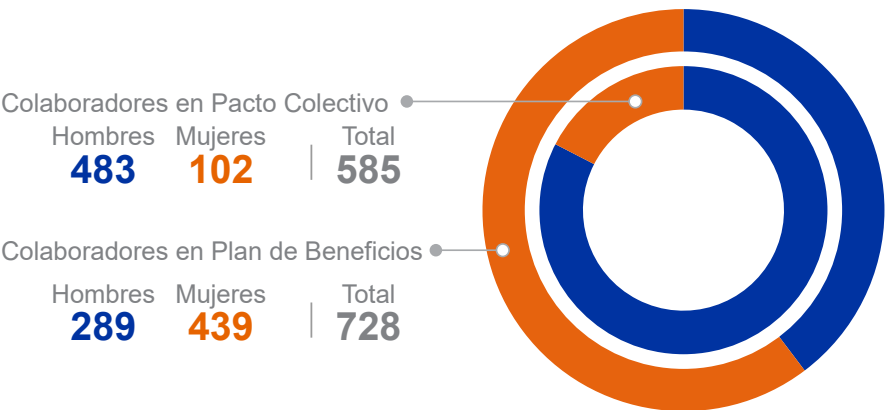
Tipo de Cargo



De acuerdo con el tipo de cargos en el 2021 podemos decir que la mayoría de mujeres ocupan cargos relacionados con ventas o con el área administrativa, a diferencia de lo operativo relacionado con las labores realizadas en las Plantas de Producción en donde los hombres ocupan la mayoría de cargos.

Espacios de participación y beneficios

A un año de haberse establecido el nuevo Pacto Colectivo (2020-2023), la Comisión Permanente conformada por colaboradores de Planta de Harinera del Valle continúa con su labor de vigilar y apoyar el cumplimiento de éste. Los espacios de participación se siguen promoviendo entre colaboradores que hacen parte tanto del Pacto Colectivo como del Plan de Beneficios.



Jhon Alexander Enríquez, Mantenimiento y William Sierra, Pastas - Cali

Comité de Convivencia

El Comité de Convivencia de Harinera del Valle está conformado por 56 colaboradores (31 mujeres – 25 hombres) tanto de las Plantas de Producción como de los equipos administrativos. Este comité constituido por varios subcomités, tiene el objetivo de velar por la sana convivencia en la Organización, contribuyendo a la prevención y solución de situaciones de acoso laboral que puedan presentarse, teniendo en cuenta como directriz para todos los casos un manejo confidencial y conciliatorio, de acuerdo con la Ley colombiana 10/10 de 2006 que avala su funcionamiento. A través de los medios de comunicación interna de la Compañía se da a conocer quiénes son los/as integrantes de los comités, cómo hacer una denuncia y se promueven prácticas dirigidas a prevenir el acoso laboral. En el año 2021, se presentaron dos casos ante el Comité de Convivencia que fueron abordados y solucionados.





Jairo Gallego, Henry Meusbürger, Baltasar Usurriaga, John Hawer Hurtado, Luis Fernando Correa, Jessica Tamayo, Iván Penilla, José Maiden Campo, Andrés Cuero - Almacén Cali.



Orlando Vargas y Julián Andrés Díaz, Molino Maíz - Cali

## 2.3.2

### Estándares laborales 2021

	<b>Beneficios sostenibles</b> Se invirtieron más de <b>\$ 3.600 millones</b> de pesos en el 2021 en educación, salud, vivienda y otros para el bienestar de sus colaboradores y familias.
	<b>Generamos empleo en las regiones</b> <b>Más del 90%</b> de nuestros colaboradores son oriundos de las localidades donde están ubicadas nuestras Plantas de Producción.
	<b>Estabilidad laboral</b> <b>55%</b> de nuestros colaboradores están vinculados laboralmente a Harinera del Valle hace más de 6 años.
	<b>Tasa de accidentalidad colaboradores HV</b> De 3.1% en el 2020 bajó al <b>1.9%</b> en 2021.
	<b>Calidad de empleo</b> <b>94%</b> de los colaboradores son contratados directamente y el porcentaje restante bajo modalidad temporal.  <b>46 colaboradores</b> (26% mujeres- 74% hombres) en misión pasaron a ser contratados directamente.  <b>31 colaboradores</b> (55% Hombres y 45% mujeres) ascendieron a otros cargos donde se presentaron vacantes internas a través del Plan Carrera.
	<b>Índice de rotación</b> Bajó de 7.8% en 2020 a <b>6.9% 2021</b> (Hombres: 4.4% - Mujeres: 2.6%)

## 2.3.3.

### Beneficios sostenibles

	<b>Beneficios Sostenibles</b> <b>\$3.636.445.194</b>
<b>Aporte en Educación</b> (Auxilios y Préstamos) Auxilios educativos, préstamos, programas de formación: <b>\$ 904.309.721</b>	 
<b>Préstamos</b> Calamidad doméstica, préstamos ordinarios, otros: <b>\$ 28.715.900</b>	 
<b>Pólizas</b> Exequial, Seguro de Vida, Incapacidad: <b>\$ 364.780.262</b>	 
	<b>Auxilios en Salud</b> Auxilio anteojos, odontología, cirugía refractiva, medicamentos vacunas Covid: <b>\$ 601.168.600</b>
	<b>Bonificaciones y otros auxilios</b> Bonificación productividad y mejora continua, reconocimiento pensión, auxilio por defunción entre otros: <b>\$ 1.512.630.575</b>
	<b>Programas Bienestar</b> Actividades que mejoran la calidad de vida del colaborador y su familia: <b>\$ 224.840.136</b>



## 2.3.4

### Seguridad y Salud en el Trabajo

Reducir los riesgos y fomentar la prevención y el autocuidado como parte de nuestra cultura organizacional nos permite promover espacios laborales seguros y saludables en nuestra Compañía.

#### a)Confianza que agrega valor

En el 2021 nos enfocamos en evolucionar el desarrollo de nuestro Sistema de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo (SST), lo que permitió pasar de una calificación en la evaluación del 38% en el 2020, a obtener el 97.25% en el 2021.

Para este propósito, realizamos diferentes acciones como: fortalecimiento del área de Medicina Preventiva vinculando a una Médico Laboral y una auxiliar de enfermería; desarrollamos programas de prevención con énfasis osteomuscular y planes de seguridad en máquinas; consolidamos el COPASST (Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo); documentamos los procedimientos de seguridad y salud en GIMAC; efectuamos reinducción al 100% del personal; realizamos la Semana de la Salud a nivel nacional; invertimos en corrección de condiciones inseguras; cumplimos las disposiciones de bioseguridad y desarrollamos otras acciones que nos permitieron alcanzar este importante resultado en la evaluación realizada por los expertos de Delima Mercer, RL Partners y la ARL AXA Colpatria.

#### b)Espacios seguros

Contamos con comités que cumplen diferentes roles para garantizar espacios seguros en Harinera del Valle, cuyo objetivo es promover una cultura de la seguridad activa y preventiva en los espacios de trabajo.



Comités espacios seguros 2021

	Hombres	Mujeres	Total
COPASST	10	6	16
Comité de Brigadistas	86	16	102
Comité de Emergencia	6	5	11
Comité de Evacuación	33	12	45
Coordinadores para Trabajo en alturas	25	0	25
Estructura de apoyo y Gestión de la SST	3	6	9
<b>Total</b>	<b>163</b>	<b>45</b>	<b>208</b>

c) Seguridad y Salud  
 en el Trabajo

Las acciones y programas en el marco de nuestro Sistema de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) permitieron espacios más seguros para nuestros colaboradores. Hemos ido consolidando una cultura del autocuidado que nos ha permitido obtener entre los colaboradores de la Compañía una tasa de accidentalidad de 1.9% en la que se puede observar que esta tasa es mucho más baja en el caso de las mujeres.



Jornada de vacunación para nuestros colaboradores

Indicadores Salud y Seguridad  
 en el Trabajo

	Hombres	Mujeres	Total
Número de accidentes laborales	75	14	89
Número de días de incapacidad por accidente	563	90	653
Número de incapacidades por enfermedad común	776	824	1.600
<b>Tasa de accidentalidad 2021 Harinera del Valle</b>	<b>2.80%</b>	<b>0.55%</b>	<b>1.9%</b>
Número de casos enfermedades ocupacionales	4	5	9
Número total de días perdidos por enfermedades ocupacionales	13	16	29
Número total de días perdidos (por ausencia)	4.780	6.715	11.495

d) La Pandemia COVID 19

Frente a la pandemia Covid 19, la Compañía continuó trabajando permanentemente en las medidas de cuidado para nuestros Grupos de Interés:

Protocolo de Seguridad

En el marco de las resoluciones expedidas por el Gobierno Nacional a través del Ministerio de Salud, nuestra Organización ha ido actualizando su Protocolo de Seguridad y difundiendo entre los medios de comunicación internos las prácticas preventivas y el fomento de una cultura del autocuidado.

Vacunación

Nos adherimos al programa “Empresarios por la Vacunación” de la Asociación Nacional de Industriales de Colombia a través del cual invertimos \$173,053,613 en la compra de vacunas para los colaboradores que quisieran acceder a ésta.



e) Seguridad Vial

Fortaleciendo el PESV

Nuestra Compañía continúa trabajando en el fortalecimiento de su Plan Estratégico de Seguridad Vial – PESV- destinando recursos, promoviendo estrategias enfocadas al autocuidado y concientizando sobre prácticas y comportamientos seguros.



✓ La flota propia cuenta con un plan de datos en sus celulares a través de los cuales se está implementando el envío de información y contenidos de formación con el objetivo de establecer una comunicación directa y en línea con cada motorista.



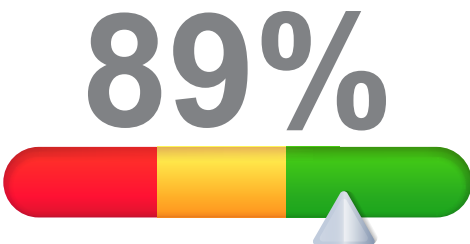
✓ Diseño del cronograma de capacitaciones y entrenamiento para el 2021 con foco en manejo seguro, manipulación de alimentos, pausas activas, rutinas de mantenimiento, entre otros, para todo el personal de Harinera del Valle relacionado con PESV. Este plan de capacitación y formación es un instrumento que integra acciones formativas con el propósito de fortalecer las competencias, habilidades y destrezas del empleado buscando mejorar el rendimiento, fomentar la creatividad e innovación, al igual que promover un buen clima laboral y trabajo en equipo.



✓ Diseño e implementación de un perfil integral para motoristas orientado a detallar sus funciones y responsabilidades permitiendo a los líderes evaluar y medir el desempeño de los colaboradores, al igual que ordenar procesos de reclutamiento, selección, capacitación y planeación de objetivos. La revisión de esta herramienta tiene como finalidad incorporar actividades que generen valor y conviertan el cargo de motorista en un embajador de la marca alineado con los focos estratégicos de excelencia operacional, innovación y enfoque en el cliente.

Hábitos de Conducción

En este año continuamos aplicando herramientas que facilitan el control y la trazabilidad de la flota ofreciendo valores agregados a nuestros clientes en la medida en que se logran entregas oportunas y seguras en las rutas nacionales. Este seguimiento ha permitido enfocar las acciones de mejora logrando obtener un resultado de 89% para el 2021, 5 puntos por encima vs 2020 continuando en la escala superior.





## 2.3.5

### Aporte al crecimiento personal y colectivo

Unos de los estándares laborales más importantes para Harinera del Valle es ofrecer espacios de formación y capacitación que fortalezcan el desarrollo personal y profesional de nuestros colaboradores.



#### Campus CreSer

A través de nuestra plataforma con los siguientes temas:

- ✓ Curso de Inducción virtual
- ✓ Herramientas de Aprendizaje (One Drive, Teams, Planner, Outlook)
- ✓ El Poder de la Gestión Documental (GIMAC)
- ✓ Ciclo PHVA: En Búsqueda de la Calidad Total
- ✓ Principios Habilidades Gerenciales (HAGE), 7 Principios de Liderazgo



**CreSer**  
Crecimiento y Formación  
para el desarrollo integral del Ser

Potenciamos el desarrollo de las habilidades, competencias y conocimientos de nuestros colaboradores.

#### Línea educación continua CreSer

Con este programa se capacitaron 802 colaboradores bajo la modalidad virtual y colaborativa que nos exige nuestra actual realidad. En este año el énfasis estuvo en la alineación de los conceptos claves en los procesos internos de la Compañía, requeridos para el desarrollo del rol de los líderes:

- ✓ El regalo de retroalimentar
- ✓ Entendimiento del P&G
- ✓ Entrevista por competencias
- ✓ Generalidades del relacionamiento laboral
- ✓ Observador de las marcas en punto de venta
- ✓ Preparado con nuestros productos
- ✓ Ética, Sagrilaft y TI
- ✓ Formación y certificación ISO 9001 – Calidad

#### Programa de Orientación Profesional

Este nuevo programa tiene como objetivo generar conocimiento sobre nuestra Compañía en torno a los procesos productivos, administrativos y directivos, el quehacer de los profesionales, el direccionamiento estratégico, entre otros temas, que les permitirá a estudiantes de últimos grados de colegio orientar de forma más efectiva su decisión de carrera. Se trata de facilitar una mayor orientación a los estudiantes sobre el ejercicio laboral de los colaboradores teniendo en cuenta su profesión, apoyando así, su orientación de carrera.

En este periodo se acompañó un grupo de 15 estudiantes de los últimos grados del colegio Colombo Británico en Cali.

# 2.4

## Proveedores

### Aunamos esfuerzos para crear valor sostenible

Crear valor con propósito significa compartir con nuestros aliados proveedores las buenas prácticas y experiencias que permitan que nuestras empresas progresen conjuntamente teniendo en cuenta criterios sociales y ambientales con el fin de contribuir al desarrollo del país y al cuidado del planeta.

Proveedor Litoplas



## 2.4.1

### Política de Compras Sostenibles

La política de Compras Sostenibles se enmarca en nuestra estrategia de Sostenibilidad. Es un referente a través del cual vamos a seguir afianzando vínculos de confianza con nuestros proveedores, agregando valor a nuestros productos y aunando esfuerzos para crecer a través de iniciativas que aporten a un desarrollo sostenible que tenga en cuenta las generaciones actuales y futuras.



## Política de Compras Sostenibles

Bajo el marco de nuestra Estrategia de Sostenibilidad: "Crear valor, compartirlo y hacerlo sostenible para seguir contribuyendo al bienestar y al progreso de las generaciones presentes y futuras" en Harinera del Valle estamos comprometidos con el propósito de realizar compras sostenibles de bienes y servicios que incorporen criterios ambientales, económicos y sociales:

- **Ambientales**, haciendo un uso eficiente de los recursos naturales a lo largo de la cadena de abastecimiento, bajo un enfoque de economía circular.
- **Económicos**, garantizando nuestra prosperidad económica para ser competitivos y rentables.
- **Sociales**, estableciendo relaciones comerciales bajo principios éticos en torno al cumplimiento de la ley, el respeto a los valores que fortalezcan una actuación responsable frente al ser humano, la sociedad y los Derechos Humanos.

**PRINCIPIOS FUNDAMENTALES**

**Alcance**

Esta política es transversal a toda la cadena de abastecimiento y aplica para los contratistas y proveedores de bienes y servicios de Harinera del Valle a nivel nacional e internacional.

**Responsable**

El área de Logística y Departamento de Compras como actor clave del proceso de abastecimiento de bienes y servicios en la Organización.

**GESTION DE COMPRAS SOSTENIBLES**

Harinera del Valle está comprometida con la adquisición de bienes y servicios bajo un enfoque de Compras Sostenibles fundamentado en los siguientes pilares:

1. **Afianzar los vínculos de confianza y trabajo en equipo** con nuestros contratistas y proveedores de bienes y servicios para fortalecer nuestra cadena de abastecimiento.
2. **Promover colaboraciones innovadoras** con los proveedores, que permitan agregar valor a los productos y servicios, desde un enfoque de respeto y responsabilidad con la conservación del medio ambiente.
3. **Evaluar y retroalimentar bajo criterios de Sostenibilidad** para la promoción de una cadena de abastecimiento responsable y rentable que soporte nuestro negocio.
4. **Aumentar la competitividad de la Organización**, mediante la optimización de recursos económicos y naturales que permitan un beneficio mutuo con los proveedores, basados en la ética y transparencia.
5. **Contribuir a un desarrollo sostenible**, apoyando la compra de bienes y servicios de la industria nacional y fomentando la diversidad de proveedores en el marco de una economía abierta que busca el crecimiento y desarrollo social.



**JUAN CARLOS HENAO RAMOS**  
Gerente General – Representante Legal  
HARINERA DEL VALLE S.A.



## 2.4.2

### Prácticas sostenibles de mutuo beneficio

#### Compartimos y fomentamos Prácticas sostenibles

1.669 proveedores y contratistas pertenecientes a diferentes empresas fueron capacitados en prevención y riesgos laborales, con un total de 3.338 horas.

#### Código de Conducta de Proveedores de Harinera del Valle

El 100% de proveedores firma en el Registro de Creación de Proveedores y en la Orden de Compra su compromiso con la adopción y cumplimiento del Código de Conducta de Proveedores de Harinera del Valle.

#### Promovemos desarrollo en diferentes regiones del país

De los 1.704 proveedores, el 98% de ellos son nacionales y están ubicados en 29 departamentos pertenecientes a diferentes regiones del país: Caribe, Suroccidente, Centro, Orinoquía y Amazonía.

El pago a nuestros proveedores en el 2021 fue por un valor de \$\$\$\$

#### Evaluamos y retroalimentamos bajo criterios de sostenibilidad

100% de proveedores críticos - material de Empaque e Insumos Productivos, evaluados con criterios de sostenibilidad.



## 2.4.3

### Encuentro con Proveedores

En el 2021, teniendo como referente la socialización de nuestro Reporte de Sostenibilidad, realizamos el encuentro **“Avanzando en la Sostenibilidad con Nuestros mejores Aliados”** cuyo objetivo, fue además de sensibilizar sobre temas de interés específicos, presentarles los avances obtenidos por nuestra Compañía durante el año.

“Quiero agradecer al equipo de Harinera por la presentación del día de hoy, es un orgullo hacer parte de su grupo de aliados, se nota la pasión con la que hacen su trabajo y los buenos resultados se ven reflejados. Nos encanta además saber que estamos trabajando en sinergia con el tema de sostenibilidad, estamos convencidos que es la única manera de hacer que las empresas perduren en el tiempo. ¡¡Seguiremos haciendo PATRIA!! Cuenten con nosotros”

*Diego Fernando Alomía – Imágenes Gráficas*

“Nosotros crecemos en la medida en que ustedes crezcan. Queremos que ese crecimiento esté alineado de lado y lado. Que podamos darles sostenibilidad a nuestros negocios, nuestras empresas, nuestros empleados y a nuestra región. Necesitamos de empresas como ustedes que nos lleven de las manos. Estamos listos para acompañarlos en este reto que nos va a beneficiar a todos.”

*Uriel Sánchez - Producción Gráfica SAS*



## 2.4.4

### Nuestros proveedores de transporte

Afianzando la relación con nuestros proveedores de transporte de carga, durante el año 2021 se complementó el proceso de auditorías buscando integrar procesos de desarrollo sostenible y cumplimiento a las normativas actuales como el PESV, con el fin de buscar acciones encaminadas a seguir creciendo conjuntamente como aliados.

En este año se realizaron auditorías a las transportadoras abarcando aproximadamente un 73% de acuerdo con las toneladas movidas y priorizando a nuestros principales proveedores. Durante las auditorías se logra validar el enfoque estratégico de cada proveedor, cómo está trabajando en pro de la inocuidad de los alimentos, la seguridad de la carga, la contribución al medio ambiente y el cumplimiento a las normativas de seguridad vial.

**73%** de proveedores de transporte auditados

# 2.5

## Comunidad

---

### Aportamos a la construcción de una mejor sociedad

Aportamos a una mejor sociedad cuando corresponsablemente nos aliamos con las comunidades para buscar alternativas dirigidas a construir juntos un mejor país. Para Harinera del Valle la educación sigue siendo un pilar fundamental en la construcción de una sociedad de oportunidades para todos/as. Por eso, nuestra inversión social se ha enfocado en programas educativos que fortalezcan disciplinas y prácticas que aporten a la formación de ciudadanos responsables y comprometidos con su comunidad y Colombia.





## 2.5.1

### Programas de Fortalecimiento a la Educación

#### a) Programa EducaRSE



**Evento  
EDUKATIC**

Ratificando nuestro compromiso con la educación apoyamos a 40 docentes de instituciones educativas públicas de Cali, Palmira, Villa Rica y Dagua para que participaran en el evento anual Edukatic, el cual busca promover y actualizar los conocimientos y habilidades de los docentes en el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en los procesos de aprendizaje de sus estudiantes.



**Capacitaciones  
docentes**

En convenio con la Universidad ICESI, en el mes de noviembre se iniciaron dos Diplomados de Comunicación y Marketing Digital, tanto para docentes como para estudiantes de las cuatro Instituciones Educativas, dirigidos al desarrollo de habilidades digitales en comunicación, marketing y pensamiento emprendedor. Paralelamente, se inició para docentes el curso de ABP (Actividades Basadas en Proyectos) cuyo objetivo es la creación de proyectos transversales en las instituciones.



**Participación en  
evento Robótica**

Trece jóvenes de la Institución Educativa Técnica Senon Fabio Villegas de Villa Rica, acompañados con padres de familia y docentes, con el apoyo de nuestra Compañía, participaron en la VII versión del Megatorneo Internacional de Robótica el cual se realizó en la Universidad del Bosque en Bogotá.





## b) Programa NutriRSE



Sellamos con la Pontificia Universidad Javeriana de Cali, una alianza para seguir fortaleciendo conocimientos sobre nutrición y prácticas de alimentación saludable.

Promovimos en los docentes la apropiación de estrategias pedagógicas para integrarlas al currículo educativo a través de las diferentes asignaturas, en Instituciones Educativas vecinas a nuestras plantas de producción de Cali, Palmira, Dagua y Villa Rica.



## c) Programa ReciclaRSE



El programa ReciclaRSE que consiste en que los estudiantes recolecten material reciclable en los puntos ecológicos instalados en las Instituciones Educativas para la elaboración de muebles de madera plástica, se vuelve a retomar en los momentos de presencialidad en las aulas.

Entre el 2020 y 2021 en las Instituciones Educativas María Antonia Penagos de Palmira y Simón Rodríguez de Cali se logró la recolección de 4.381 kilos de material reciclable que será transformado en mesas tipo picnic para los espacios de cafetería.







Programa Por Amor a Dagua

## 2.5.2

### Acciones por el planeta

#### Por Amor a Dagua

Harinera del Valle ha venido apoyando la iniciativa '[Por Amor a Dagua](#)', un programa liderado por la Institución Educativa del Dagua, cuyo objetivo es la recuperación y reforestación de la cuenca hídrica La Española que surte al río Dagua y la Quebrada El Cogollo.

En el 2021 se sembraron 500 árboles en las riberas del río Dagua logrando más de 3.000 árboles sembrados en 10 años. También se han realizado jornadas educativas en la cabecera municipal y recolectado más de 20 toneladas de residuos en las riberas de los ríos. Harinera del Valle desde su compromiso ambiental y social seguirá cuidando el agua como un recurso vital para el planeta.



**3.000** árboles  
sembrados en 10 años.



#### Alianzas para aportar al fortalecimiento de ecosistemas estratégicos en Villa Rica - Cauca

La alianza entre Corpopalo, la Institución Educativa Senon Fabio Villegas y Harinera del Valle, ha permitido el fortalecimiento de ecosistemas estratégicos a través de la siembra de 2.000 árboles para acciones de restauración y ornamentación en áreas verdes del municipio de Villa Rica. Para desarrollar esta iniciativa se llevó a cabo la implementación de un vivero escolar para la producción de material vegetal que sirva para las actividades de restauración.



**2.000** árboles  
para acción de restauración





## 2.5.3

### Donación de alimentos y ropa

#### Donación de alimentos

Más de **11.000 kilos** de alimentos donados a fundaciones que trabajan con comunidades vulnerables y a la Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia.

Harinera del Valle hace más de 20 años hace entrega de alimentos periódicamente a 14 fundaciones que trabajan con población vulnerable en el suroccidente colombiano. Adicionalmente en el 2021 nueve bancos de alimentos ubicados en diferentes regiones del país recibieron donación de alimentos.

#### Campaña Donatón de Ropa

En la Donatón a nivel nacional, en la que participaron colaboradores de Plantas de Producción y Distritos Comerciales, se lograron recolectar 610 kilos de ropa para niños y adultos, que fue donada a diferentes fundaciones en Colombia.



**610 kilos**

de ropa para niños y adultos donados a diferentes instituciones

Gloria Anyela Barco Rodriguez  
Ventas Canal UNCI  
Distrito Pasto



## 2.5.4

### Alianzas empresariales

Más de **350** niños beneficiados

#### Voluntariado Harinera del Valle

A finales del 2021, voluntarios de Harinera del Valle y de empresas vecinas a las comunas 4 y 5 de Cali, la comunidad educativa y la Fuerza Aérea de Colombia trabajaron conjuntamente para transformar el entorno escolar de La Institución Educativa San Vicente de Paul, en una jornada de limpieza y pintura. Esta iniciativa favoreció el entorno escolar de más de 350 niños que ingresaron a clases en enero del 2022.

70 emprendimientos favorecidos

#### Feria del emprendimiento

Con el propósito de apoyar la reactivación económica de 70 emprendimientos (artesanías, bisutería, confección entre otros) y beneficiar familias de los barrios vecinos de nuestra Sede Corporativa de Cali, Harinera del Valle y otras empresas del sector promovieron la realización de la Feria del Emprendimiento **Apoyemos lo Nuestro, Compremos lo Nuestro**.



Voluntariado empresarial de las comunas 4 y 5 de Cali



Feria del Emprendimiento: Reactivación económica - Cali



## 2.5.5. Reconocimiento al Gerente General y a Harinera del Valle

El 17 de diciembre de 2021, las cuatro instituciones educativas de Dagua, Villa Rica, Palmira y Cali hicieron un homenaje de reconocimiento a Harinera del Valle y a nuestro Gerente General no sólo por haber sido elegido el Empresario del Año sino por el aporte y compromiso que desde su liderazgo se ha evidenciado con las comunidades educativas, en especial con los niños y jóvenes de las diferentes localidades.





En estos 75 años Harinera del Valle ha aprendido y avanzado en torno a la gestión ambiental.

Iniciamos con la implementación de estrategias integrales que aún siguen vigentes y continúan fortaleciendo nuestro desempeño ambiental desde las perspectivas legal, técnica y cultural.

Este año Harinera del Valle ha creado valor a través de la construcción de nuevas Políticas basadas en el uso eficiente de los recursos naturales, el desarrollo de acciones por el clima y la promoción de una cultura respetuosa y amigable con el cuidado del planeta.





# 3

## Capítulo

---

**Acciones  
Sostenibles que  
crean y agregan  
Valor**

---

## 3.1 Política Ambiental

Significa que Harinera del Valle hace público su compromiso con la conservación del medio ambiente, lo que implica el cuidado de los recursos naturales que utilizamos en nuestros procesos productivos, asegurando su uso eficiente para que puedan ser aprovechados por las generaciones presentes y futuras.



## Política Ambiental

En el marco de su Estrategia de Sostenibilidad "Crear valor, compartirlo y hacerlo sostenible para seguir contribuyendo al bienestar y al progreso de las generaciones presentes y futuras", en Harinera del Valle somos conscientes de la importancia de adoptar estrategias y acciones ecoeficientes, que permitan promover entre nuestros grupos de interés, una cultura de conservación del medio ambiente basada en el uso eficiente de los recursos naturales, para garantizar la rentabilidad económica, el bienestar social y la sostenibilidad de nuestra Compañía.

### PRINCIPIOS FUNDAMENTALES

**Responsables:** La Gerencia General de Harinera del Valle asume la responsabilidad de promover y velar por el cumplimiento de esta Política, así como la de asignar los recursos.

Al ser transversal esta Política, todos sus colaboradores serán responsables de su implementación y de la promoción de una cultura ambiental en los diferentes grupos de interés.

**Alcance:** Esta Política Ambiental aplica para Harinera del Valle a nivel nacional (Sede Corporativa, Plantas de Producción y Distritos Comerciales), al igual que para los grupos de interés: clientes, consumidores, proveedores de bienes y servicios y comunidad. Se comunica a públicos internos y externos.

**Gestión Ambiental:** Harinera del Valle está comprometida con un enfoque ambiental estratégico y preventivo que nos permite identificar

los riesgos ambientales para mitigar sus impactos y promover iniciativas ecoeficientes y responsables que nos permitan construir un mundo mejor:

- ➊ Asegurando el uso sostenible, eficiente y optimizado de los recursos naturales y las materias primas.
- ➋ Estableciendo indicadores y metas que nos permitan una medición y análisis periódicos de la gestión ambiental.
- ➌ Implementando programas enfocados a prevenir, reducir y/o mitigar los impactos que resultan de nuestras operaciones.
- ➍ Garantizando el cumplimiento de la Legislación Ambiental vigente a nivel nacional.
- ➎ Promoviendo una cultura de conservación del medio ambiente basada en el uso eficiente de los recursos naturales.

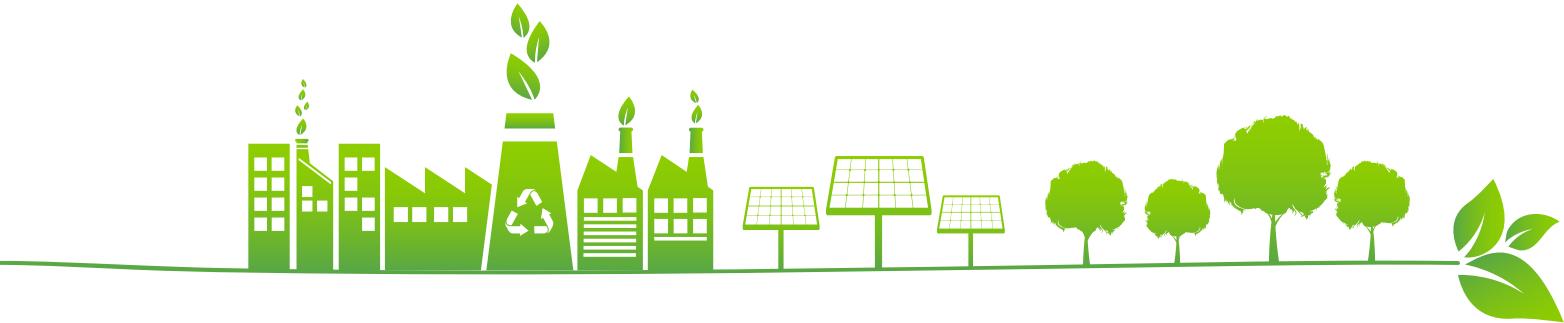
\*Esta política está inspirada en los principios 7, 8 y 9 del Pacto Global de la Organización de las Naciones Unidas y se compromete con logros de los ODS 12 (producción y consumo responsables) y 13 (acción por el clima).

**JUAN CARLOS HENAO RAMOS**  
Gerente General – Representante Legal  
HARINERA DEL VALLE S.A.



# 3.2 Indicadores ambientales

INDICADORES AMBIENTALES		UNIDAD DE MEDIDA	2020	2021
Producción	Toneladas		351,121	343.653
Materias primas	Toneladas		392,312	373.421
Consumo eléctrico Red (compra)	Kw/h		34,153,039	32,851,259
Electricidad (generación)	Kw/h		1,697,786	970,820
Gas natural	M3		1,525,877	1,273,963
Agua de red en planta	M3		47,573	46,618
Agua subterránea en planta	M3		25,446	18,084
Agua superficial en planta	M3		22,089,981	12,702,887



# 3.3 Cumplimiento de la normatividad ambiental

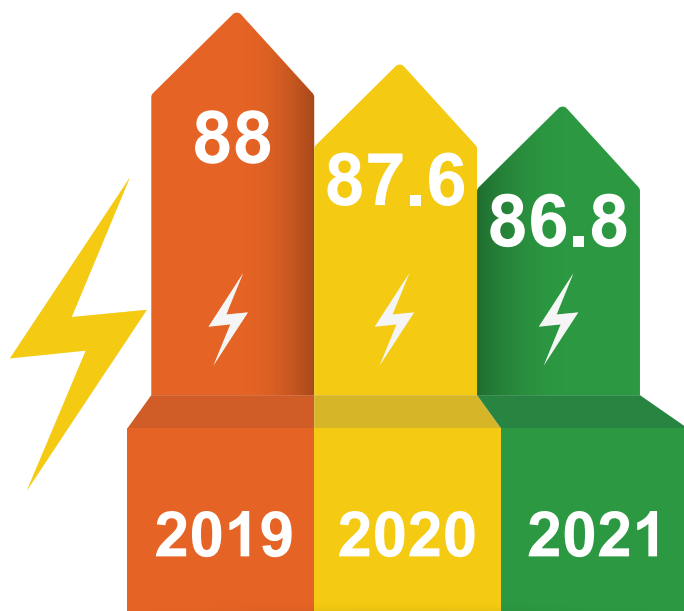
En el 2021 realizamos **monitoreos de emisiones atmosféricas a 15 fuentes fijas** ubicadas en las plantas de producción de Cali, Palmira y Dagua, cuyo parámetro evaluado fue material particulado (MP). Los resultados estuvieron **por debajo del límite máximo permitido en la Resolución 909/2008 250 mg/m3 para material particulado (MP)**, el promedio de la concentración de MP fue de **11.3 mg/m3 vs 250 mg/m3** que exige dicha Resolución. Estos resultados se obtuvieron porque la mayoría de nuestras fuentes fijas de emisiones atmosféricas tienen sistemas de control de filtros de manga, cuya efectividad de la retención de material particulado es mayor al 90%. Lo anterior demuestra nuestro compromiso no solo con el cumplimiento de la normatividad ambiental, sino con el bienestar de las comunidades aledañas ya que el material particulado de nuestras operaciones no afecta la calidad de aire.



# 3.4 Gestión Energética

En el año 2021, el consumo energético por tonelada producida en los molinos de Maíz, Trigo y Pastas fue de 86.8 kWh/t.

Kwh / Ton



## Acciones que aportan energía

Gestión energética	Avances 2021
<b>Alianza Estratégica ISAGEN - Harinera del Valle</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Capacitación y sensibilización permanente de Isagen a personal de Harinera del Valle.</li> <li>✓ Acompañamiento técnico y energético en línea en mejoras en el uso de recurso energético.</li> <li>✓ Análisis exhaustivos de la factura de energía.</li> <li>✓ Unificación de conceptos entre las áreas de Producción, Costos y el comercializador de posibles causas de incremento o disminución en el costo de energía.</li> <li>✓ Participación en elaboración de proyecciones de Kwh.</li> </ul>
<b>Acciones Comité de Eficiencia Energética</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Análisis del comportamiento de consumo energético en cada una de las Plantas de Producción de la Compañía.</li> <li>✓ Reportes de informe diarios y mensuales.</li> <li>✓ Propuesta de planes de acción para optimizar el uso del recurso energético mediante seguimiento del costo del KW, el comportamiento del IPP, comparativo con otros comercializadores y la auditoría permanente a lo contratado, análisis de desviaciones.</li> </ul>
<b>Buenas prácticas de uso racional de Recursos Energéticos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Auditorías de fugas de aire comprimido en todas las Plantas de Producción.</li> <li>✓ Cambio sistemático de motores convencionales por motores de alta eficiencia.</li> <li>✓ Renovación de alumbrado convencional por iluminación Led.</li> <li>✓ Ahorradores de energía de alta capacidad.</li> </ul>
<b>Pequeña Central Hidroeléctrica Planta Dagua</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ En planta Dagua, generación de energía limpia de <b>970,830 Kw/año.</b></li> </ul>



## 3.5 Economía Circular



Promovemos el reciclaje de nuestros envases y empaques cuando su vida útil se agote, evitando que su disposición final se haga en un relleno sanitario. Esto nos permite una gestión dirigida a reducir, reutilizar, reparar y reciclar, sin olvidar lo económico priorizamos el beneficio social y medioambiental, haciendo parte de un sistema sostenible.

### 3.5.1 Política de Envases y Empaques

Como parte de nuestro compromiso con el planeta hacemos pública nuestra Política de Envases y Empaques, desde la cual seguiremos promoviendo la Economía Circular en la búsqueda de materiales que nos permitan cuidar el planeta siendo ecoeficientes. Queremos invitar a nuestros consumidores y diferentes Grupos de Interés a comprometerse con una cultura de reciclaje como parte de las acciones de una economía circular coherente con la sostenibilidad.



## Política de Envases y Empaques


Harinera del Valle en el marco de su estrategia de Sostenibilidad "crear valor, compartirlo y hacerlo sostenible para seguir contribuyendo al bienestar y al progreso de las generaciones presentes y futuras", está comprometida con la gestión consciente de Envases y Empaques, porque entiende la importancia de armonizar la relación entre el medio ambiente y el uso eficiente de los materiales, para impactar positivamente los recursos naturales y económicos, promoviendo una economía circular.


#### PRINCIPIOS FUNDAMENTALES


**Responsable:** la Gerencia General de Harinera del Valle orienta y promueve esta política en el diseño y desarrollo de todos los Envases y Empaques. Por lo anterior, Ingeniería y Desarrollo de Empaques, velará por su implementación con el fin de cerrar el ciclo de vida de los materiales en todos los procesos productivos.

**Alcance:** esta Política tiene como foco el consumidor final, para quien buscamos generar un valor agregado con el diseño ecoeficiente de Envases y Empaques, a través de la conservación del medio ambiente, trabajando en equipo con los procesos productivos de Harinera del Valle, al igual que con sus proveedores.

**Enfoque:** Harinera del Valle a través de la innovación tiene como prioridad trabajar en envases y empaques que le apuesten a una economía circular y a la ecoeficiencia de la siguiente forma:

 **Gestión de materiales:** trabajar alternativas de **materiales sostenibles y eficientes** en términos de costos, que mitiguen el impacto al medio ambiente. En este proceso intervienen de forma directa los proveedores, con los cuales se realizan mesas de co-creación.

 **Gestión de procesos:** diseñar la implementación de Envases y Empaques en los procesos productivos de Harinera del Valle, para **garantizar la eficiencia** en la elaboración de nuestros productos al menor costo posible.

 **Educación y comunicación:** concientizar y educar al consumidor en el **propósito de reciclar los Envases y Empaques posconsumo** de la mano de nuestras marcas, para apoyar la conservación del medio ambiente y contribuir al bienestar de las generaciones presentes y futuras.

\*La actual Política está directamente relacionada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible 11, 12 y 13 (ciudades y comunidades sostenibles, producción y consumo responsable, acción por el clima). Harinera del Valle hace parte del Plan Colectivo Visión 30/30 liderado por la ANDI, como estrategia nacional de gestión ambiental de los residuos de Envases y Empaques (Resolución 1407).

**JUAN CARLOS HENAO RAMOS**  
Gerente General - Representante Legal  
HARINERA DEL VALLE S.A.

## 3.5.2

### Diseño e Ingeniería de Empaques



#### Sacos Sub productos Línea Industrial

Reducción en el consumo de plástico Polipropileno en los sacos de Subproductos para la Línea Industrial. Se modifica estructura saco en la tela de 65g/m2 a 60g/m2 con los siguientes logros:

- ✓ 39 toneladas menos de plástico en los próximos 3 años.
- ✓ Ahorro de \$480 millones en los próximos 3 años por menos consumo de material.



#### Sello de reciclaje en los empaques

Las marcas de Harinera del Valle iniciaron una campaña de concientización y educación al consumidor a través del hashtag **#YORECICLOHV** en todos sus empaques, lo cual indica que son **100% reciclables**.



**#YORECICLOHV**  
En Harinera del Valle cuidamos el medio ambiente, sé un consumidor responsable y recicla este empaque.

## 3.5.3

### Espacios sostenibles de cocreación

Con dos de nuestros proveedores trabajamos durante todo el año en la búsqueda de propuestas dirigidas a la reducción de plástico.

#### Proveedor Litoplas

- ✓ Nueva estructura de lámina de empaque para pastas, de una sola capa con el fin de reducir el consumo de plástico. En proceso de evaluación técnica en la planta del proveedor.
- ✓ Nueva alternativa de impresión que busca unificar referencias para disminuir las corridas de impresión, esto reduce el consumo de tintas y solventes en este proceso.
- ✓ Reducción de calibres en láminas para empaques de harina familiar. En proceso evaluación interna del proveedor.

#### Proveedor Doron

- ✓ Reducción de plástico en los sacos de la línea de Harinas Industriales con el cambio en el gramaje de la tela. Está en proceso de pruebas técnicas en ambas plantas.
- ✓ Continuar con el ciclo productivo de los sacos de subproductos a través de un proceso de reciclaje donde el proveedor realiza la recuperación y conversión del material para transformarlo en nuevos sacos. Estado actual: en proceso de inversión tecnológica por el proveedor Doron.



## 3.6 Gestión de Residuos





## 3.6.1 Avances Visión 30/30

Se continúa con la vinculación al programa de la ANDI Visión 30/30, el cual convoca a 276 empresas de 27 sectores de la economía que se sumaron a la Estrategia Nacional de Economía Circular en la que Colombia es líder en la región.

En el primer año de la puesta en marcha del colectivo se gestionaron 30.072 toneladas de residuos de envases y empaques que se transformaron en nuevos materiales, gracias a la iniciativa empresarial Visión 30/30, resultado de la política de responsabilidad extendida del productor que establecimos con el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.



**Primer año** de la puesta en marcha del **colectivo** se gestionaron **30.072 toneladas** de residuos de envases y empaques

Residuos Postindustriales	Unidad de Medida	2020	2021
Residuos Aprovechados	Ton	270	300
Residuos Peligrosos / Especiales Incineración/ Aprovechamiento	Ton	1.2	2.7
Residuos Ordinarios enviados al relleno sanitario	Ton	167	160



Más de **100 toneladas** de averías alimenticias fueron entregadas a gestores ambientales quienes las utilizan como materia prima para productos de consumo animal balanceados



## 3.6.2

### Programas que generaron cultura ambiental

Con el objetivo de generar una cultura ambiental, responsable y comprometida con el planeta en el año 2021 los colaboradores de Harinera del Valle nos enfocamos en el cuidado del recurso hídrico y en el no envío de residuos aprovechables a los rellenos sanitarios.

#### a) Programa de Aceite de Cocina Usado



Desde nuestro enfoque de conservación del medio ambiente se ha desarrollado el programa de Recolección de Aceite de Cocina Usado (ACU), orientado a evitar impactos desfavorables para el medio ambiente, especialmente para los recursos hídricos, el suelo y la salud humana. También se busca fomentar el aprovechamiento del residuo de aceite de cocina usado como materia prima para la producción de nuevos productos como biodiesel.

A continuación, se muestran algunas piezas de comunicación que se utilizaron para concientizar a los colaboradores de Harinera del Valle sobre el adecuado uso que se le debe dar al Aceite de Cocina Usado, generado en sus hogares.

## Reciclo

Aceite de Cocina Usado

Programa de  
Recolección de  
Aceite de cocina  
Usado (ACU)



b) Programa de  
Posconsumo de Envases y Empaques

# ReciclaRSE

A través de la campaña “Dale vida a tus residuos”, nuestros colaboradores entregaron 41 Ecobotellas rellenas de plástico flexible posconsumo, empaques que reciclaron en sus hogares las cuales se entregaron al gestor ambiental INDUECON, quien las transforma en madera plástica utilizada para construir parques infantiles y mobiliario urbano.

Campaña  
“Dale vida a tus residuos”

41

Ecobotellas,  
rellenas de plástico  
flexible posconsumo,  
empaques que los  
colaboradores  
reciclaron en sus  
hogares

Ana Isabel Ortiz,  
Producción, Planta Palmira

## Reciclo

Envases y Empaques





# 3.7

## Acciones por el clima

En el 2021 continuamos participando en la segunda fase del **Programa Valle Carbono Neutro Organizacional** en alianza con la Corporación Ambiental del Valle Del Cauca - CVC y el Icontec, que buscó la actualización de la medición de huella de Carbono (emisión de Gases Efecto Invernadero, por el consumo de combustibles fósiles y energía eléctrica) en nuestra de Planta de Producción en Cali y profundizar en temas de economía circular y programas de Basura Cero.



### Resultados Inv GEI Harinera del Valle PLANTA CALI 2020

Alcance	TonCO <sub>2</sub> e/año	Aporte
Emisiones directas	5.765.82	70.68 %
Emisiones indirectas	2.391.73	29.32 %
Total emisiones directas e indirectas	8.157.56	100 %

# 3.8 Transporte

En el campo de la sostenibilidad, nuestras acciones de Transporte además de fortalecer una cultura responsable que genere mayores ahorros económicos para la Compañía se enfocaron en evitar las emisiones de CO2 y en el manejo adecuado de los residuos.

DESPACHO DIRECTO		
Año	% DD	Ahorro Total DD
2019	46.7%	\$ 7,327,651,142
2020	50.2%	\$ 7,798,670,544
2021	50.9%	\$ 7,835,197,771



Reducción de
   
 329.22 TonCO2/año.

## a) Despacho directo

En el año 2021 se alcanzó un 50.9% con relación a un 50.2% en el año 2020, generando un ahorro en fletes de distribución anual de \$7.835 millones.

Gracias a la atención directa de los clientes, en el año 2021 se evitó un consumo de 30.996 galones, que equivale a \$273 millones, lo que nos permitió dejar de emitir 284.97 TonCO2/año.

## b) Aprovechamiento de combustible por buenos hábitos de conducción

Gracias a los buenos hábitos de conducción, en el año 2021 se logró un mejor rendimiento por cada galón, pasando de un consumo en el año 2020 de 6.38 kilómetros/galón a 6.50 kilómetros/galón para el año 2021, lo que representó un ahorro de **4.813 galones**, equivalente a \$42.8 millones, dejando de emitir 44.25 TonCO2/año.





## c) Proveedores con adecuado manejo de residuos

### ✓ Manejo de Aceite

Para Harinera del Valle es importante contar con proveedores certificados que realicen una adecuada disposición de los aceites usados en nuestra operación de transporte.

### ✓ Disposición final de Llantas

Para Harinera del Valle es importante contar con un proveedor que garantice un manejo adecuado de la disposición final de las llantas usadas en nuestra operación de transporte.

## d) Proceso de reencauche Llantas

Para el año 2021 se aumentó en un 7% la cantidad de llantas reencauchadas vs 2020 permitiendo aportar a una sociedad sustentable y al medio ambiente generando un ahorro para el año 2021 de \$ 86.5 MM.

## e) Vehículos eléctricos con bajas emisiones de CO2

El compromiso con nuestro país y región ha sido permanente y por ello buscamos alternativas amigables con el medio ambiente para reducir el impacto de la operación que realiza nuestra Organización. De la mano de nuestro aliado de transporte Transportempo, iniciamos la operación de entrega de productos con seis vehículos eléctricos 100% sostenibles, los cuales realizan recorridos en Cali, Palmira y Medellín, fortaleciendo así, las acciones dirigidas al cuidado del medio ambiente y la sostenibilidad.

Entre los grandes beneficios que ofrece esta modalidad de transporte están las bajas emisiones de CO2, cero contaminaciones por lubricantes, combustibles o contaminación auditiva. Los vehículos funcionan con carga eléctrica y el costo es un 50% menor al de llenado de un camión Diesel, pueden recorrer entre 140 y 180 km con una sola carga, sin restricciones de pico y placa y brindan a los clientes una experiencia memorable, mediante el uso de tecnologías sostenibles



Vehículos eléctricos





En estos 75 años  
hemos creado y  
distribuido valor entre  
nuestros grupos de interés.

Nuestra operación apalanca la creación de riqueza en el país a través de compras a proveedores, pagos de impuestos en los municipios donde estamos, inversión social para las comunidades que lo necesitan, pago por intereses financieros y hemos invertido en salarios y beneficios para nuestros colaboradores y sus familias, generando empleo y desarrollo en el país. Por tal razón, entendemos que el reto de una empresa sostenible es ser cada vez más rentable en la medida que crea mayores valores y prosperidad para sus grupos de interés y la sociedad.





# 4

Capítulo

---

**Generamos valor  
y prosperidad**

---

Nelly Balanta, Planta Pastas - Villa Rica

# 4.1

## Valor económico compartido

	2021*	2020*
Ingresos Operacionales	1,213,601	1,085,515
Ingresos No operacionales	105,116	106,211
<b>Valor Económico Generado</b>	<b>1,318,717</b>	<b>1,191,726</b>
Pago a Proveedores	1,148,614	1,029,982
Salarios Colaboradores	73,885	74,293
Intereses Financieros pagados	3,975	8,945
Impuestos pagados	26,362	18,636
Inversión comunidades	263	614
<b>Valor Económico Distribuido</b>	<b>1,253,099</b>	<b>1,132,470</b>
<b>Valor Económico Retenido</b>	<b>65,618</b>	<b>59,256</b>

\* En millones de pesos colombianos



# 4.2

## Balance general

### HARINERA DE VALLE S.A. ESTADO SEPARADO DE SITUACION FINANCIERA A 31 de diciembre de 2021 (Con cifras comparativas al 31 de diciembre de 2020) (En miles de pesos Colombianos)

	31 de diciembre de:	
	2021	2020
<b>Activos</b>		
Efectivo y equivalentes de efectivo	\$ 108.528.927	80.666.465
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	160.191.979	157.046.074
Otras inversiones	11.066.201	9.760
Inventarios	262.125.092	122.856.722
Activos por impuestos corrientes	36.078.253	21.437.090
Otros Activos no financieros	12.807.041	1.443.864
Activos por derecho de uso	1.902.658	2.647.803
<b>Total activos corrientes</b>	<b>592.700.151</b>	<b>386.107.778</b>
Propiedad, planta y equipo, neto	174.608.496	177.849.284
Activos por derecho de uso	1.115.600	4.808.452
Activos intangibles	66.633.838	66.856.989
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	40.081.857	45.740.134
Propiedades de inversión	65.964.472	37.646.722
Inversiones en subsidiarias	56.030.245	53.340.344
Inversiones en asociadas	67.130.072	66.376.251
Inversiones	648.763.955	702.954.423
<b>Total activos no corrientes</b>	<b>1.120.328.535</b>	<b>1.155.572.599</b>
<b>Total activos</b>	<b>1.713.028.686</b>	<b>1.541.680.377</b>
<b>Pasivos</b>		
Obligaciones financieras	264.309.451	189.767.787
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar	144.198.277	55.333.408
Otros pasivos	16.164.993	13.920.480
Beneficios a empleados	6.731.156	6.942.322
Obligaciones por derecho de uso	1.905.574	2.207.422
<b>Total pasivos corrientes</b>	<b>433.309.451</b>	<b>268.171.419</b>
Obligaciones financieras	60.000.000	56.333.333
Pasivos por impuestos diferidos neto	51.789.533	42.966.489
Beneficios a empleados	1.279.246	1.380.297
Obligaciones por derecho de uso	1.142.910	5.248.834
Provisiones y pasivos contingentes	1.438.000	1.000.212
<b>Total pasivos no corrientes</b>	<b>115.649.689</b>	<b>106.929.145</b>
<b>Total pasivos</b>	<b>548.959.140</b>	<b>375.100.564</b>
<b>Patrimonio</b>		
Capital suscrito y pagado	722.868	722.868
Prima en colocación de acciones	223.393.756	223.393.756
Superávit Saneamiento	1.874.689	1.874.689
Reservas	264.582.935	217.771.104
Retención imputable a los accionistas	(3.793.553)	(2.303.041)
Utilidad del ejercicio	65.616.986	59.255.484
Utilidades retenidas	638.051.179	645.221.436
Otro resultado integral Acumulado	(26.379.314)	20.643.517
<b>Total patrimonio</b>	<b>1.164.069.546</b>	<b>1.166.579.813</b>
<b>Total pasivos y patrimonio</b>	<b>1.713.028.686</b>	<b>1.541.680.377</b>

Las notas adjuntas son parte integral de los estados financieros separados.

JUAN CARLOS HENAO RAMOS  
Representante Legal (\*)

VICTOR HUGO CELIS OCAMPO  
Contador (\*)  
T.P. No. 52894-T

NATHALIA MONTES J.  
NATHALIA MONTES JARAMILLO  
Revisor Fiscal  
T.P. No. 204536-T  
Miembro de KPMG S.A.S.  
(Véase mi informe del 23 de febrero de 2022)

(\*) Los suscritos Representante Legal y Contador Público certificamos que hemos verificado previamente las afirmaciones contenidas en estos estados financieros separados y que los mismos han sido preparados de acuerdo con información tomada fielmente de los libros de contabilidad de la Compañía.

### HARINERA DE VALLE S.A. ESTADO SEPARADO DE RESULTADOS Y OTRO RESULTADO INTEGRAL Por el año que terminó al 31 de diciembre de 2021 (Con cifras comparativas por el año que terminó el 31 de diciembre de 2020) (En miles de pesos Colombianos)

	2021	2020
<b>Años terminados el 31 de diciembre de:</b>		
<b>Operaciones continuas</b>		
Ingresos	\$ 1.213.600.298	1.073.398.286
Costo de Venta	(966.310.925)	(825.651.278)
<b>Utilidad bruta</b>	<b>247.289.373</b>	<b>247.747.008</b>
Otros Ingresos	20.157.519	20.992.599
Gastos de ventas	(150.985.591)	(154.878.312)
Gastos de administración	(35.363.308)	(35.816.705)
Otros gastos	(18.726.024)	(13.873.535)
<b>Resultado de actividades de la operación</b>	<b>62.371.969</b>	<b>64.171.655</b>
Ingresos financieros	32.916.699	37.482.140
Costos financieros	(10.250.082)	(27.153.195)
<b>Ingreso financiero, neto</b>	<b>22.666.617</b>	<b>10.328.945</b>
Participación en las ganancias de asociadas (neto de impuestos)	2.486.491	(1.130.174)
<b>Utilidad antes de impuesto sobre la renta</b>	<b>87.525.077</b>	<b>73.369.626</b>
Gasto por impuesto sobre la renta:		
Corriente	(12.170.204)	(13.941.964)
Diferido	(9.737.887)	(172.378)
<b>Resultados del periodo</b>	<b>65.616.986</b>	<b>59.255.484</b>
<b>OTRO RESULTADO INTEGRAL:</b>		
<b>Pérdidas que pueden reclasificarse posteriormente al Resultado del Periodo</b>		
Pérdida por valoración de activos financieros designados a su valor razonable	(54.217.291)	(58.695.682)
Participación subsidiarias y asociadas	711.124	3.006.638
<b>Pérdidas que no se reclasifican posteriormente al resultado</b>		
Superávit por valoración de propiedades, planta y equipo neto de impuestos	(875.320)	103.624
Pérdida (ganancias actuariales)	(11.601)	(21.456)
<b>Total resultado integral del año</b>	<b>11.423.898</b>	<b>3.648.806</b>
<b>Utilidad neta por acción, en pesos (atribuible a accionistas ordinarios)</b>	<b>\$ 71,7108</b>	<b>64,7585</b>

Las notas adjuntas son parte integral de los estados financieros separados.

JUAN CARLOS HENAO RAMOS  
Representante Legal (\*)

VICTOR HUGO CELIS OCAMPO  
Contador (\*)  
T.P. No. 52894-T

NATHALIA MONTES J.  
NATHALIA MONTES JARAMILLO  
Revisor Fiscal  
T.P. No. 204536-T  
Miembro de KPMG S.A.S.  
(Véase mi informe del 23 de febrero de 2022)

(\*) Los suscritos Representante Legal y Contador Público certificamos que hemos verificado previamente las afirmaciones contenidas en estos estados financieros separados y que los mismos han sido preparados de acuerdo con información tomada fielmente de los libros de contabilidad de la Compañía.





**KPMG S.A.S.**  
Calle 6 Norte No. 1 – 42, Torre Centenario, Piso 6  
Cali - Colombia

Teléfono 57 (2) 6681480  
57 (2) 6684481  
57 (2) 6684447

home.kpmg/co



**INFORME DEL REVISOR FISCAL**

Señores Accionistas  
Harinera del Valle S.A.:

**Informe sobre la auditoría de los estados financieros**

**Opinión**

He auditado los estados financieros separados de Harinera del Valle S.A. (la Compañía), los cuales comprenden el estado separado de situación financiera al 31 de diciembre de 2021 y los estados separados de resultados y otro resultado integral, de cambios en el patrimonio y de flujos de efectivo por el año que terminó en esa fecha y sus respectivas notas, que incluyen las políticas contables significativas y otra información explicativa.

En mi opinión, los estados financieros separados que se mencionan, preparados de acuerdo con información tomada fielmente de los libros y adjuntos a este informe, presentan razonablemente, en todos los aspectos de importancia material, la situación financiera separada de la Compañía al 31 de diciembre de 2021, los resultados separados de sus operaciones y sus flujos separados de efectivo por el año que terminó en esa fecha, de acuerdo con Normas de Contabilidad y de Información Financiera aceptadas en Colombia, aplicadas de manera uniforme con el año anterior.

**Bases para la opinión**

Efectué mi auditoría de conformidad con las Normas Internacionales de Auditoría aceptadas en Colombia (NIAs). Mis responsabilidades de acuerdo con esas normas son descritas en la sección “Responsabilidades del revisor fiscal en relación con la auditoría de los estados financieros separados” de mi informe. Soy independiente con respecto a la Compañía, de acuerdo con el Código de Ética para profesionales de la Contabilidad emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Contadores (Código IESBA - *International Ethics Standards Board for Accountants*, por sus siglas en inglés) incluido en las Normas de Aseguramiento de la Información aceptadas en Colombia junto con los requerimientos éticos que son relevantes para mi auditoría de los estados financieros separados establecidos en Colombia y he cumplido con mis otras responsabilidades éticas de acuerdo con estos requerimientos y el Código IESBA mencionado. Considero que la evidencia de auditoría que he obtenido es suficiente y apropiada para fundamentar mi opinión.

**Otros asuntos**

Los estados financieros separados al y por el año terminado el 31 de diciembre de 2020 se presentan exclusivamente para fines de comparación y fueron auditados por otro contador público quien en su informe de fecha 25 de febrero de 2021, expresó una opinión sin salvedades sobre los mismos.

**Responsabilidad de la administración y de los encargados del gobierno corporativo de la Compañía en relación con los estados financieros separados**

La administración es responsable por la preparación y presentación razonable de estos estados financieros separados de acuerdo con Normas de Contabilidad y de Información Financiera aceptadas en Colombia. Esta responsabilidad incluye: diseñar, implementar y mantener el control interno que la administración considere necesario para permitir la preparación de estados financieros separados libres de errores de importancia material, bien sea por fraude o error; seleccionar y aplicar las políticas contables apropiadas, así como establecer los estimados contables razonables en las circunstancias.

En la preparación de los estados financieros separados, la administración es responsable por la evaluación de la habilidad de la Compañía para continuar como un negocio en marcha, de revelar, según sea aplicable, asuntos relacionados con la continuidad de la misma y de usar la base contable de negocio en marcha a menos que la administración pretenda liquidar la Compañía o cesar sus operaciones, o bien no exista otra alternativa más realista que proceder de una de estas formas.

Los encargados del gobierno corporativo son responsables por la supervisión del proceso de reportes de información financiera de la Compañía.

**Responsabilidades del revisor fiscal en relación con la auditoría de los estados financieros separados**

Mis objetivos son obtener una seguridad razonable sobre si los estados financieros separados considerados como un todo, están libres de errores de importancia material bien sea por fraude o error, y emitir un informe de auditoría que incluya mi opinión. Seguridad razonable significa un alto nivel de aseguramiento, pero no es una garantía de que una auditoría efectuada de acuerdo con NIAs siempre detectará un error material, cuando este exista. Los errores pueden surgir debido a fraude o error y son considerados materiales si, individualmente o en agregado, se podría razonablemente esperar que influyan en las decisiones económicas de los usuarios, tomadas sobre la base de estos estados financieros separados.

Como parte de una auditoría efectuada de acuerdo con NIAs, ejerzo mi juicio profesional y mantengo escepticismo profesional durante la auditoría. También:

- Identifico y evalúo los riesgos de error material en los estados financieros separados, bien sea por fraude o error, diseño y realizo procedimientos de auditoría en respuesta a estos riesgos y obtengo evidencia de auditoría que sea suficiente y apropiada para fundamentar mi opinión. El riesgo de no detectar un error material resultante de fraude es mayor que aquel que surge de un error, debido a que el fraude puede involucrar colusión, falsificación, omisiones intencionales, representaciones engañosas o la anulación o sobrepaso del control interno.

# 4.3

## Informe

### revisor fiscal



3

- Obtengo un entendimiento del control interno relevante para la auditoría con el objetivo de diseñar procedimientos de auditoría que sean apropiados en las circunstancias.
- Evalúo lo apropiado de las políticas contables utilizadas y la razonabilidad de los estimados contables y de las revelaciones relacionadas, realizadas por la administración.
- Concluyo sobre lo adecuado del uso de la hipótesis de negocio en marcha por parte de la administración y, basado en la evidencia de auditoría obtenida, sobre si existe o no una incertidumbre material relacionada con eventos o condiciones que puedan indicar dudas significativas sobre la habilidad de la Compañía para continuar como negocio en marcha. Si concluyera que existe una incertidumbre material, debo llamar la atención en mi informe a la revelación que describa esta situación en los estados financieros separados o, si esta revelación es inadecuada, debo modificar mi opinión. Mis conclusiones están basadas en la evidencia de auditoría obtenida hasta la fecha de mi informe. No obstante, eventos o condiciones futuras pueden causar que la Compañía deje de operar como un negocio en marcha.
- Evalúo la presentación general, estructura y contenido de los estados financieros separados, incluyendo las revelaciones, y si los estados financieros separados presentan las transacciones y eventos subyacentes para lograr una presentación razonable.
- Obtengo evidencia de auditoría suficiente y apropiada respecto de la información financiera de las entidades o actividades de negocios dentro del Grupo para expresar una opinión sobre los estados financieros consolidados. Soy responsable por la dirección, supervisión y realización de la auditoría del Grupo. Sigo siendo el único responsable por mi opinión de auditoría.

Comunico a los encargados del gobierno de la Compañía, entre otros asuntos, el alcance planeado y la oportunidad para la auditoría, así como los hallazgos de auditoría significativos, incluyendo cualquier deficiencia significativa en el control interno que identifique durante mi auditoría.

**Informe sobre otros requerimientos legales y regulatorios**

Con base en el resultado de mis pruebas, en mi concepto durante 2021:

- a) La contabilidad de la Compañía ha sido llevada conforme a las normas legales y a la técnica contable.
- b) Las operaciones registradas en los libros se ajustan a los estatutos y a las decisiones de la Asamblea de Accionistas.
- c) La correspondencia, los comprobantes de las cuentas y los libros de actas y de registro de acciones se llevan y se conservan debidamente.



4

- d) Existe concordancia entre los estados financieros que se acompañan y el informe de gestión preparado por los administradores, el cual incluye la constancia por parte de la administración sobre la libre circulación de las facturas emitidas por los vendedores o proveedores.
- e) 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. La Compañía no se encuentra en mora por concepto de aportes al sistema de seguridad social integral.

Para dar cumplimiento a lo requerido en los artículos 1.2.1.2. y 1.2.1.5. del Decreto Único Reglamentario 2420 de 2015, en desarrollo de las responsabilidades del Revisor Fiscal contenidas en los numerales 1º y 3º del artículo 209 del Código de Comercio, relacionadas con la evaluación de si los actos de los administradores de la Sociedad se ajustan a los estatutos y a las órdenes o instrucciones de la Asamblea de Accionistas y si hay y son adecuadas las medidas de control interno, de conservación y custodia de los bienes de la Sociedad o de terceros que estén en su poder, emití un informe separado de fecha 23 de febrero de 2022.

NATHALIA MONTES J.  
Nathalia Montes Jaramillo  
Revisor Fiscal de Harinera del Valle S.A.  
T.P. 204536 – T  
Miembro de KPMG S.A.S.

23 de febrero de 2022

# 5

## Capítulo

---

### Referentes globales que nos guían

---



# 5.1

## Avances ODS y Pacto Global

		 <b>harinera del valle</b> <b>Avances 2021</b>
	<b>Derechos Humanos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Elaboramos productos con altos estándares de calidad e inocuidad que aportan a la alimentación de nuestros consumidores. Contamos con la certificación del Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001: 2015.</li> <li>✓ Nuestros productos a base de trigo aportan a la seguridad alimentaria en la medida en que son fortificados con vitaminas B1- B2, niacina, ácido fólico y hierro.</li> <li>✓ Más de 11.000 kilos de alimentos donados a fundaciones que trabajan con comunidades vulnerables y a la Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia.</li> </ul>
	<b>Estándares laborales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Promovemos espacios laborales seguros y saludables. La tasa de Accidentalidad de nuestra Compañía fue del 1.9%</li> <li>✓ La Compañía invirtió más de \$3.600 millones de pesos en el bienestar de sus colaboradores y familias.</li> <li>✓ A través del Club de la Energía de Pastas La Muñeca se promovieron virtualmente entre colaboradores y sus familias prácticas de entrenamiento para mejorar su condición física.</li> </ul>
	<b>Derechos Humanos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Garantizamos la inocuidad en los alimentos a través de las buenas prácticas de manufactura y el proceso de trazabilidad de nuestros productos.</li> <li>✓ En el 2021 continuamos trabajando en la reducción de nutrientes de interés público como azúcares añadidos, sodio y grasas.</li> <li>✓ Nuestro producto harina precocida de maíz, marca Doñarepa, en sus referencias Blanca, Amarilla y Del Campo fue certificado nuevamente con el sello Kosher.</li> <li>✓ Contamos con un portafolio que tiene una buena fuente de fibra, no contiene colorantes ni conservantes como Pasta Vermicelli integral Conzazoni, Tortilla integral con fibra de avena Haz de Oros, mezcla para pancakes con avena Haz de Oros, mezcla lista para pancakes light Haz de Oros, Harina de Trigo Haz de Oros Integral, Mezcla Haz de Oros Integral para pan.</li> <li>✓ Nuestros productos cuentan con un etiquetado responsable que cumple con la legislación y normativa vigente para Colombia y países donde exportamos, garantizando la veracidad de la información que llega al consumidor.</li> <li>✓ A través de nuestras marcas promovemos campañas de bienestar y estilos de vida saludables (deporte, buena alimentación, compartir en familia, cocinar en casa).</li> <li>✓ Formamos a consumidores sobre nutrición saludable a través de medios digitales.</li> </ul>

		 <b>harinera del valle</b> <b>Avances 2021</b>
	<b>Estándares laborales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Nuestra Compañía invirtió \$904 millones de pesos en educación para sus colaboradores e hijos.</li> <li>✓ 61 estudiantes SENA y de universidades realizaron su práctica educativa en Harinera del Valle.</li> <li>✓ Ocho hijos de colaboradores de Harinera del Valle obtuvieron la Beca Arcesio Paz Paz que permite su formación académica profesional universitaria.</li> </ul>
	<b>Derechos Humanos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ El voluntariado de Harinera del Valle participó activamente en el enlucimiento y mejoramiento de espacios escolares de la Institución Educativa La Merced, sede San Vicente de Paul en Cali.</li> <li>✓ Apoyamos la participación de 40 docentes de instituciones públicas del Valle del Cauca y Cauca a un evento anual especializado que busca promover y actualizar los conocimientos y habilidades de los docentes en el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).</li> <li>✓ Programa EducarSE: En convenio con la Universidad ICESI se realizaron dos Diplomados de Comunicación y Marketing Digital y el curso de ABP (Actividades basadas en proyectos) tanto para docentes como estudiantes de 4 instituciones educativas del Valle y Cauca.</li> </ul>
	<b>Medio Ambiente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Trabajamos en prácticas y programas de eficiencia energética. En estos últimos años hemos disminuido 7.2 kwh/ton, como resultado de las buenas prácticas y acciones realizadas por el uso racional de los recursos energéticos.</li> <li>✓ En planta Dagua, se generó energía limpia través de la Pequeña Central Hidroeléctrica: 970,830 Kwh.</li> </ul>
	<b>Estándares laborales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ A pesar de las complejas situaciones de orden público en el país, nuestra Compañía obtuvo ingresos operacionales de \$1.213.601(en MM de pesos).</li> <li>✓ 94% de los colaboradores son contratados directamente.</li> <li>✓ 55% de nuestros colaboradores están vinculados laboralmente a HV hace más de 6 años.</li> <li>✓ Más del 90% de nuestros colaboradores son oriundos de las localidades donde están ubicadas nuestras plantas de producción.</li> <li>✓ La tasa de accidentalidad de colaboradores de Harinera del Valle bajó de 3.1% en 2020 a 1.9% en 2021.</li> <li>✓ Harinera del Valle invirtió \$173 millones de pesos en vacunación contra el Covid-19 para sus colaboradores.</li> </ul>

 <b>ODS</b>	 <b>Pacto Global</b>	 <b>Avances 2021</b>
	<b>Derechos Humanos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se cuenta con un <b>Pacto Colectivo</b> (2020-2023) en el que participan el 100% de colaboradores de Plantas de Producción y mediante el cual se acuerdan los beneficios y compromisos dirigidos al mejoramiento de la calidad de vida de los colaboradores y sus familias.</li> <li>El 100% de colaboradores administrativos cuenta con un <b>Plan de Beneficios</b>.</li> <li>Contamos con un <b>Comité de Convivencia</b> conformado por 56 colaboradores (31 mujeres – 25 hombres) tanto de las Plantas de Producción como de los equipos administrativos.</li> <li>La <b>tasa de accidentalidad</b> de colaboradores de Harinera del Valle bajó de 3.1% en 2020 a 1.9% en 2021.</li> <li>La Compañía tiene un Código de Conducta de Proveedores en el cual se tiene en cuenta el cumplimiento de estándares laborales, Derechos Humanos, medio ambiente y anticorrupción. El 100% de proveedores conoce y debe cumplir el código.</li> <li>100% de proveedores críticos fueron evaluados bajo <b>criterios de Sostenibilidad</b>.</li> </ul>
	<b>Estándares laborales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se renovaron cerca de 5 servicios claves para la Compañía (comunicación móvil, seguridad informática, licenciamiento y conmutadores).</li> </ul>
	<b>Medio Ambiente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contamos con un <b>Comité de Eficiencia Energética</b> que elabora planes de acción para optimizar el uso del recurso energético mediante seguimiento del costo del KW, el comportamiento del IPP, comparativo con otros comercializadores y la auditoría permanente a lo contratado.</li> <li>Nuestras fuentes fijas de emisiones atmosféricas tienen como sistemas de control filtros de manga, cuya efectividad en la retención de material particulado es mayor al 90%.</li> </ul>
	<b>Medio Ambiente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>En el marco de nuestra sostenibilidad se construyeron en el 2021 las siguientes políticas: a) Ambiental, b) Envases y Empaques, c) Compras Sostenibles.</li> <li>Las 300 toneladas de residuos aprovechables postindustrial (papel, cartón, plástico, metal y madera) se entregaron 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.</li> <li>Desde nuestro enfoque de conservación el medio ambiente se ha desarrollado el programa de <b>Recolección de Aceite de Cocina Usado (ACU)</b>, el cual está orientado a evitar el uso inadecuado de aceites de cocina usados y aprovecharlos como materia prima para la producción de nuevos productos como biodiesel. En el año 2021, se recolectaron 290 kilos de ACU.</li> <li>En las Instituciones Educativas que apoyamos entre el 2020 y 2021 se lograron recoger 4.381 kg de <b>Envases y Empaques posconsumo</b>, los cuales se entregaron a transformadores de residuos, quienes los utilizaron como materia prima para fabricar mobiliario escolar.</li> </ul>

 <b>ODS</b>	 <b>Pacto Global</b>	 <b>Avances 2021</b>
	<b>Derechos Humanos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las marcas de Harinera del Valle iniciaron una campaña de concientización y educación al consumidor a través del hashtag <b>#YORECICLOHV</b> en todos sus empaques, lo cual indica que el empaque es <b>100% reciclable</b>.</li> <li>A través de la campaña "Dale vida a tus residuos", nuestros colaboradores entregaron 41 Ecobotellas, rellenas de plástico flexible posconsumo, empaques que reciclaron en sus hogares. Nuestro gestor ambiental las transforma en madera plástica que es utilizada para construir parques infantiles y mobiliario urbano.</li> <li>Se trabajará para que en el año 2025 los proveedores de insumo de huevo de gallina utilizado en la producción de algunos de nuestros productos, procedan de empresas certificadas como libres de jaula.</li> </ul>
	<b>Medio Ambiente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gracias al <b>Despacho Directo</b> de nuestros productos a clientes, en el 2021 se evitó un consumo de 30.996 galones, que equivale a \$273 millones, lo que nos permitió dejar de emitir 284.97 TonCO2/año.</li> <li>Gracias a los buenos <b>hábitos de conducción</b> se logró un mejor rendimiento por cada galón, lo que representó un ahorro de 4.813 galones, equivalente a \$42.8 millones, dejando de emitir 44.25 TonCO2/año.</li> <li>Iniciamos la operación de entrega de productos con <b>6 vehículos eléctricos 100% sostenibles</b>, modalidad de transporte que ofrece bajas emisiones de CO2, cero contaminaciones por lubricantes, combustibles o contaminación auditiva.</li> <li>Apoyamos la siembra de 500 árboles en las riberas del río Dagua logrando más de 3.000 árboles sembrados en 10 años. Igualmente, aportamos a la siembra de 2.000 árboles en ecosistemas estratégicos del Municipio de Villa Rica. En total, apoyamos la siembra de <b>2.500 árboles</b>.</li> <li>Continuamos participando en la segunda fase del programa <b>Valle Carbono Neutro Organizacional</b> en alianza con la Corporación Ambiental del Valle Del Cauca - CVC y el Icontec, para un total de emisiones directas e indirectas de <b>8.157,56 tonCO2e/año</b>.</li> </ul>
	<b>Anticorrupción Derechos Humanos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Harinera del Valle está adherida al Pacto Global de las Naciones Unidas desde el 2009, reiterando su compromiso con el cumplimiento de sus 10 principios.</li> <li>Se construye la <b>Política de Seguridad de la Información</b> de Harinera del Valle que busca establecer los lineamientos para garantizar la seguridad, confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información propia o de terceros, con la cual cuenta Harinera del Valle para desarrollar su actividad empresarial, abarcando todos los aspectos administrativos y de control que deben ser cumplidos.</li> <li>El 100% de las personas que trabajan en el Equipo de Seguridad fueron capacitadas en el tema de Derechos Humanos.</li> <li>100% de colaboradores que ingresaron a Harinera del Valle recibieron capacitación sobre nuestro Código de Ética Corporativo.</li> <li>En el 2021 no se presentaron incidentes de discriminación.</li> <li>En la página web corporativa de Harinera del Valle (<a href="http://www.hv.com.co">www.hv.com.co</a>) se cuenta con un canal de peticiones, quejas, reclamos, denuncias y sugerencias para nuestros Grupos de Interés.</li> </ul>

# 5.2

## 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.		3
------	--------	---	---	--	---

Perfil de la organización

G4-3	102-1	Nombre de la organización informante.	Harinera del Valle S.A.		1,5,11
G4-4	102-2	Principales marcas y productos.	Véase Capítulo 1. Ítem 1.2 Nuestras marcas.		12-15
G4-5	102-3	Lugar donde se encuentra la sede.	Harinera del Valle S.A. tiene su sede principal en Cali, Colombia.		18
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.		18
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)		4
			Alcance del Reporte.		5
			Productos – Capítulo 1. Ítem 1.2 Colaboradores- Capítulo 2- Ítem 2.3.1		12-15
G4-10	102-8	Prácticas Laborales - contratación.	Véase Capítulo 2. Ítem 2.3 Colaboradores y el Ítem 2.3.2 Estándares Laborales.	Principio 6	63
G4-12	102-9	Descripción de la Cadena de suministro de la Organización.	Véase Capítulo 1. Ítem 1.4 Cadena de Abastecimiento Harinera del Valle		63
G4-13	102-10	Cambios significativos durante el período cubierto por la memoria en tamaño, estructura y propiedad.	En este periodo 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.		

GRI G4	Estándar	Descripción del Indicador	Contenido Estándares GRI	Pacto Global	Página
--------	----------	---------------------------	--------------------------	--------------	--------

Contenidos generales

G4-14	102-11	Principio de precaución.	Se realizaron veintisiete (27) auditorías internas en los diferentes procesos de la Compañía		25
G4-15	102-12	Iniciativas externas adoptadas por la Organización.	Véase Capítulo 1 – Ítem 1.5.1/I Adhesiones a otros códigos		27
G4-16	102-13	Lista de Asociaciones a las que la Organización pertenece.	• 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 y beneficios	Principio 3	62
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.		5,6-7
G4-19	102-47	Aspectos materiales.	Véase Alcance del Reporte y Aspectos Materiales y de Cobertura -Materialidad		6-7
G4-20	103-1	Explicación del tema material y su cobertura.	Véase Alcance del Reporte y Aspectos Materiales y de Cobertura.		6-7
G4-21	103-3	Evaluación del enfoque de gestión.	Véase Capítulo 2(Ítem 2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 2.5) Capítulo 3 Capítulo 4		38,50,60,68-72 78 92
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 significativo en el Alcance y la Cobertura de cada aspecto con respecto a los años anteriores.		

Participación de los grupos de interés

G4-24	102-40	Lista de los Grupos de Interés vinculados a la Organización.	Véase Reporte Sostenibilidad 2018 HV Validación y priorización Grupos de Interés realizada en el año		8
-------	--------	--	--	--	---



GRI G4	Estándar	Descripción del Indicador	Contenido Estándares GRI	Pacto Global	Página
--------	----------	---------------------------	--------------------------	--------------	--------

Contenidos generales

Participación de los grupos de interés

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 con vigencia año 2022. Ver Reporte: <a href="https://www.hv.com.co/downloads/reportes/Reporte-de-Sostenibilidad-HV-2018.pdf">https://www.hv.com.co/downloads/reportes/Reporte-de-Sostenibilidad-HV-2018.pdf</a>		8
G4-26	102-43	Enfoque de la Organización sobre la participación de los Grupos de Interés.	Véase Reporte de Sostenibilidad HV 2018: <a href="http://www.hv.com.co">www.hv.com.co</a> (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.		6-7

Perfil de la memoria

G4-28	102-50	Periodo cubierto por el Informe.	Enero 1 a diciembre 31 - 2021.		
G4-29	102-51	Fecha de la memoria previa más reciente.	Reporte de Sostenibilidad Harinera del Valle 2020 <a href="https://www.hv.com.co/downloads/reportes/Reporte-de-Sostenibilidad-HV-2020.pdf">https://www.hv.com.co/downloads/reportes/Reporte-de-Sostenibilidad-HV-2020.pdf</a>		
G4-30	102-52	Ciclo de presentación de la memoria.	Anual.		
G4-31	102-53	Punto de contacto en relación con la memoria.	Maria Cristina Muñoz <a href="mailto:mc.munoz@hv.com.co">mc.munoz@hv.com.co</a> Elisa Ivette Ramírez V. <a href="mailto:ei.ramirez@hv.com.co">ei.ramirez@hv.com.co</a>		
G4-32	102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI.	Este informe se acoge a la opción <b>esencial</b> de conformidad con la guía del índice GRI.		
	102-55	Índice de contenidos GRI.	Capítulo 5 de este informe.		103
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. La firma KPMG auditó los estados financieros de Harinera del Valle S.A. al 31 de diciembre 2021.		

Gobierno

G4-34	102-18	Estructura de Gobierno.	Véase Capítulo 1, Ítem 1.5.1/b Estructura organizativa sólida.		22
G4-56	102-16	Valores, principios, estándares y normas de la Organización.	Véase Capítulo 1, Ítem 1.5.1 Referentes que aportan valor sostenible		20-29

Contenidos específicos

Económico

G4-EC1	201-1	Valor económico directo generado y distribuido.	Véase Capítulo 4, Ítem 4.1 Valor económico compartido.		94
--------	-------	---	--	--	----

GRI G4	Estándar	Descripción del Indicador	Contenido Estándares GRI	Pacto Global	Página
--------	----------	---------------------------	--------------------------	--------------	--------

Contenidos específicos

Económico

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		

Compromiso con lo ambiental

Energía

G4-EN3	302-1	Consumo energético interno.	Véase Capítulo 3, Ítem 3.4 Gestión Energética.	Principio 8	82
G4-EN5	302-3	Intensidad energética.	Véase Capítulo 3-Ítem 3.2, Indicadores Ambientales- Energía.	Principio 8	81

Agua

G4-EN8	303-1	Captación total de agua por fuentes.	Véase Capítulo 3-Ítem 3.2, Indicadores Ambientales - agua	Principio 8	81
G4-EN23	306-2	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	Véase Capítulo 3-Ítem 3.6 Gestión de Residuos	Principio 8	86
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 2.4.2 Prácticas Sostenibles de mutuo beneficio. En el año 2021, treinta y cuatro (34) proveedores fueron evaluados y seleccionados de acuerdo con criterios ambientales y sociales.		70

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: 2.3.1 Contratación Directa 2.3.2 Estándares laborales: Índice de Rotación		61 63
G4-LA2	401-2	Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa.	Véase Capítulo 2, Ítem 2.3.2 Beneficios sostenibles.		63

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/B, Espacios Seguros y Confiables. 16% de colaboradores participan en los Comités de Salud y Seguridad de HV	Principio 1	64
--------	-------	---	--	-------------	----

GRI G4	Estándar	Descripción del Indicador	Contenido Estándares GRI	Pacto Global	Página
--------	----------	---------------------------	--------------------------	--------------	--------

Contenidos específicos

Desempeño social

Salud y seguridad en el trabajo

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/C, Seguridad y Salud en el Trabajo.	Principio 1	65
--------	-------	--	--	-------------	----

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 Aporte al crecimiento personal y colectivo.		67
G4-LA11	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares de desempeño y de desarrollo profesional.	88% 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 2.4.2 Prácticas sostenibles de mutuo beneficio. En el año 2021 se examinaron dieciséis (16) nuevos proveedores.		70
---------	-------	---	---	--	----

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.	Véase Capítulo 1. Ítem 1.4.1 Referentes sólidos y transparentes que guían nuestra actuación / f) Derechos Humanos en HV.	Principio 1 y 2	
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.		

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 2.5.1, En el 80% de los entornos donde se ubican nuestras Plantas de Producción se realizan programas de desarrollo.		73-75
--------	-------	--	---	--	-------

GRI G4	Estándar	Descripción del Indicador	Contenido Estándares GRI	Pacto Global	Página
--------	----------	---------------------------	--------------------------	--------------	--------

Contenidos específicos

Compromiso con la sociedad

G4-SO4	205-2	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.	Véase Capítulo 1, Ítem 1.5.1/ Ética y transparencia: Línea Ética, Página web Corporativa ( <a href="https://www.hv.com.co/contacto/">https://www.hv.com.co/contacto/</a> ), Espacios de sensibilización y capacitación sobre Ética	Principio 10	25
G4-SO5	205-3	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	No se presentaron casos de corrupción en la compañía durante el año 2018.	Principio 10	
G4-S07	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-S08	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-S09	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 2.1.4 Nutrición y Bienestar		42-43
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.		44
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 2.1.5 Etiquetado Responsable.		
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.	Véase Capítulo 2 Ítem 2.2.3 /B Resultados Encuesta de medición de satisfacción de clientes internacionales.		56

GRI G4	Estándar	Descripción del Indicador	Contenido Estándares GRI	Pacto Global	Página
--------	----------	---------------------------	--------------------------	--------------	--------

Contenidos específicos

Responsabilidad sobre productos

G4-PR5	102-43/44	Ítem 2.2.4 /B Resultados Encuesta de medición de satisfacción de clientes nacionales.			58
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 Agregamos valor con nuestras marcas siendo responsables social y ambientalmente:		45-49
			a) El deporte fortalece valores y contribuye a hábitos de alimentación saludable b) Alimentación saludable, fácil y práctica de la mano de expertos c) Rescatando los valores de nuestra cultura  Nuestros productos a base de trigo aportan a la seguridad alimentaria en la medida en que son fortificados con vitaminas B1-B2, niacina, ácido fólico y hierro.		101







**Hoy gracias a esa semilla  
inspiradora que sembró Don  
Arcesio Paz Paz y al esfuerzo de  
todos los que trabajamos en  
Harinera del Valle , somos una de la  
empresas más importantes del país.**

