



# PODER SOSTENIBLE HV

juntos llegamos más lejos



## Reporte de Sostenibilidad 2018





**PODER  
SOSTENIBLE**



**JUNTOS  
LLEGAMOS  
MÁS LEJOS**

# CONTENIDO

## MENSAJE A NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

- Mensaje de nuestro Gerente General
- Alcance del Reporte
- Asuntos Materiales y los Objetivos de Desarrollo Sostenible
- Hechos relevantes 2018

### Capítulo 1

#### ESTRATEGIA CON PODER SOSTENIBLE HV

- 1.1 Sobre HV
- 1.2 Nuestras marcas
- 1.3 Ubicación de nuestras Plantas de Producción, Distritos Comerciales y Sede Corporativa
- 1.4 Modelo corporativo
- 1.5 Reconocimientos 2018
- 1.6 Relacionamiento y Comunicación con nuestros Grupos de Interés

### Capítulo 2

#### EL PODER DE LA COMUNICACIÓN Y LA CONFIANZA

- 2.1 Seguimos siendo parte de la vida de nuestros consumidores
- 2.2 Nuestros clientes nos fortalecen
- 2.3 Trabajo en equipo que empodera
- 2.4 Crecemos juntos aportando al país
- 2.5 El poder de la corresponsabilidad

### Capítulo 3

#### EL PODER DE LAS GENERACIONES ACTUALES Y FUTURAS

- 3.1 El compromiso sostenible se prueba
- 3.2 Gestionamos la buena energía
- 3.3 Avanzamos en la fórmula residual
- 3.4 Reducción de emisiones
- 3.5 Prácticas sostenibles

### Capítulo 4

#### PROSPERIDAD QUE GENERA PODER SOSTENIBLE

- 4.1 Valor económico compartido
- 4.2 Balance general
- 4.3 Estado de resultados
- 4.4 Informe revisoría fiscal

### Capítulo 5

#### EL PODER DE LOS REFERENTES GLOBALES

## Mensaje del Gerente General A LOS GRUPOS DE INTERÉS



Este Reporte de Sostenibilidad 2018 refleja la inspiración, innovación y avances sostenibles que nuestra Compañía alcanzó durante este periodo. Por eso, lo hemos enmarcado bajo el concepto 'Poder Sostenible HV – Juntos llegamos más lejos', representando la confianza en lo que hacemos día a día para seguir satisfaciendo y compartiendo valor con nuestros Grupos de Interés.

Esta publicación consta de cinco capítulos que dan cuenta de nuestra gestión económica, social y ambiental, de igual forma presenta nuestros compromisos con los Grupos de Interés priorizados por la Compañía y con quienes esperamos seguir creciendo y aportando al desarrollo del país.

Como Gerente General reitero el compromiso de HV con el cumplimiento de los 10 Principios del Pacto Global de la Organización de las Naciones Unidas, y paralelamente con el aporte a las metas trazadas en los Objetivos de Desarrollo Sostenible, mediante la identificación de los asuntos materiales definidos y sobre los cuales informamos en este Reporte.

En el primer capítulo 'Estrategia con Poder Sostenible HV', exponemos los referentes éticos que nos guían, así como nuestra trayectoria empresarial de más de 60 años que ha estado respaldada por la experiencia y la innovación. En el segundo capítulo, presentamos cómo el 'Poder de la Comunicación y la Confianza' ha

sido relevante con los diferentes Grupos de Interés porque son los que motivan nuestras acciones para ofrecer un amplio portafolio de productos, un servicio diferenciado y líneas de negocio innovadoras y rentables para seguir creciendo y prosperando junto a ellos.

El tercer capítulo lo hemos denominado 'El Poder de las Generaciones Actuales y Futuras' porque sabemos que todo lo que le aportamos al planeta impacta e incide ahora y en el futuro. Entendemos que las prácticas sostenibles contribuyen a la reducción de los efectos ambientales, reducen costos y se convierten en un reto para la innovación y la consecuente mejora de la competitividad de la Empresa.

El cuarto capítulo es un informe de nuestra gestión económica que muestra cómo la prosperidad genera poder sostenible en la medida en que distribuimos valor entre nuestros Grupos de Interés.

Por último, nuestro Reporte tiene en cuenta los referentes y estándares globales que nos permitirán seguir monitoreando, evaluando y avanzando en los temas materiales para ser más sostenibles.

El Poder Sostenible de HV se construye gracias al compromiso de todos.

  
**EDUARDO URDANETA WIESNER**  
Gerente General



## Alcance DEL REPORTE

En nuestro noveno Reporte informamos sobre la gestión empresarial de HV desde una perspectiva integral, que aborda los temas económicos, sociales y ambientales, desarrollados en el año 2018 en la Sede Corporativa, las cinco (5) Plantas de Producción y once (11) Distritos Comerciales ubicados en diferentes ciudades de Colombia. Además de los retos y avances en el periodo, se reportan aquellos cambios que fueron significativos para la Organización.

Nuestro Reporte de Sostenibilidad fue realizado bajo los lineamientos del estándar del Global Reporting Initiative GRI. Este reporte cuenta con un nivel Esencial o Core. Así mismo, nuestros indicadores de desempeño están correlacionados con los 10 Principios del Pacto Global de la Organización de las Naciones Unidas, al cual Harinera del Valle se encuentra adherido desde enero de 2009.

La presentación de este Reporte es anual y en cada uno de sus capítulos se tuvieron en cuenta los referentes de comparabilidad y claridad en la presentación de la información. En cuanto a la comparabilidad, se presentan y analizan los datos de años anteriores en correlación con los resultados del 2018. Para el tema de claridad se presenta la información a través de un lenguaje claro y preciso,

acompañado de un diseño amigable que permita mayor comprensión y fácil lecturabilidad. El enfoque, temas e información, tanto cualitativa como cuantitativa recolectada para la realización del Reporte, fueron desarrollados y ratificados por el Equipo de Asuntos Corporativos con el apoyo de las distintas áreas de gestión de HV y la facilitación de la firma asesora FORTALECERSE Sostenibilidad Empresarial, que brindó apoyo en su formulación y elaboración. Los estados financieros fueron revisados por Deloitte & Touche Ltda.

Para ampliar la información, aclarar dudas e inquietudes sobre este Reporte, así como para expresar sus sugerencias o comentarios, puede remitirse al Equipo de Asuntos Corporativos de Harinera del Valle.



comunicaciones@hv.com.co  
Carrera 1 A #47-20  
Cali-Colombia  
Teléfono: (57-2) 4187000



**Marcela Ferrero C.**  
m.ferrero@hv.com.co  
(57-2) 4187000  
Extensión 1342



**Elisa Ivette Ramírez V.**  
ei.ramirez@hv.com.co  
(57-2) 4187000  
Extensión 1315

## Asuntos MATERIALES Y DE COBERTURA

El hallazgo de asuntos materiales de sostenibilidad de Harinera del Valle fue el resultado de un ejercicio participativo en el que se priorizaron un conjunto de temas o asuntos propios del sector de alimentos empacados (pastas, harinas, aceites y salsas) aplicables a la realidad competitiva y normativa de la Empresa.

El ejercicio de materialidad fue realizado entre junio y agosto de 2018 dentro de la gestión de sostenibilidad de Harinera del Valle S.A., razón social que soporta la personería jurídica que responde por la operación de la Organización a lo largo del país, para identificar los asuntos materiales más representativos a desarrollar en este Reporte. En esta versión, la evaluación de materialidad fue realizada con 856 colaboradores de distintas sedes.

### ¿De dónde salen los Asuntos Materiales?

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

En el ejercicio de materialidad con vigencia 2018 se incorporaron nueve asuntos de sostenibilidad de la Empresa:

- 1 Bienestar de nuestros consumidores.**
- 2 Compromiso con la sociedad.**
- 3 Compromiso con nuestros colaboradores.**
- 4 Crecemos con nuestros proveedores.**
- 5 Desempeño económico.**
- 6 Ética corporativa.**
- 7 Protección del medio ambiente.**
- 8 Respeto de los derechos humanos.**
- 9 Satisfacción del cliente.**

Estos asuntos se evaluaron teniendo en cuenta qué temas son relevantes 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 relacionados a estos asuntos.



## Materialidad

Para la validación de los nueve asuntos de sostenibilidad de la Organización se utilizaron las pautas formuladas por el GLOBAL COMPACT, GLOBAL REPORTING INITIATIVE GRI y SUSTAINABILITY ACCOUNTING STANDARDS BOARD (SASB), donde a través de unos criterios se define la importancia estratégica tanto interna como externa. Los criterios utilizados para dicha priorización fueron:

- Importancia estratégica del asunto.
- Creación de valor sostenible.
- Disminuir riesgos.
- Cumplir normas y regulaciones en el país.
- Tema de industria y/o sector.
- La reputación y consolidación de la marca corporativa.
- La validación de los Grupos de Interés prioritarios



## Asuntos Materiales y los Objetivos DE DESARROLLO SOSTENIBLE



HV entiende que la sostenibilidad de la operación es el aporte que hacen las empresas a un objetivo superior como es el desarrollo sostenible del territorio.

El aporte que hace Harinera del Valle a los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS, proviene de la alineación de indicadores GRI con ODS a través del documento SDG Compass (<http://sdgcompass.org/>).

Por esto, la Organización busca mejorar las condiciones de vida de sus Grupos de Interés contribuyendo al cumplimiento de los siguientes seis (6) Objetivos de Desarrollo Sostenible.

<p><b>2 HAMBRE CERO</b></p>	<p><b>6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO</b></p>
<p><b>7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE</b></p>	<p><b>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</b></p>
<p><b>9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA</b></p>	<p><b>12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES</b></p>



## Validación DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

A través de los criterios formulados por la guía “El compromiso con los stakeholders” de Accountability (2006), se validaron e identificaron los Grupos de Interés que se relacionan con la Organización.

Los patrones utilizados para definir e identificar Grupos de Interés se basan en:

1

### Por responsabilidad:

Responsabilidades legales, financieras y operativas según reglamentaciones, contratos, políticas o prácticas vigentes.

4

### Por dependencia:

Se trata de los stakeholders que más dependen de su Organización.

2

### Por influencia:

Influencia la capacidad de la Organización para alcanzar sus metas, ya sea que sus acciones puedan impulsar o impedir su desempeño.

Grupo Interés	1	2	3	4	5
Accionistas	X	X		X	X
Consumidores		X			X
Colaboradores	X	X	X	X	X
Clientes	X	X			
Comunidad			X	X	
Proveedores	X	X	X		

3

### Por cercanía:

Aquellos stakeholders de los que la Organización depende en sus operaciones cotidianas y los que viven cerca de las Plantas de Producción.

5

### Por representación:

Personas que, a través de estructuras regulatorias o culturales/tradicionales, representan a otras personas.

## Validación y priorización DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Para el proceso de priorización se utilizaron los siguientes criterios:

- La influencia que ejerce sobre los objetivos estratégicos de la Empresa.
- El nivel de afectación por la operación de la Empresa.
- La afinidad que tiene el Grupo de Interés con el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la Empresa.
- La presencia de relaciones institucionales formalizadas con la Empresa (contratos, regulación, entre otros).

Este proceso se realizó como actividad clave para definir la materialidad del Reporte. Sobre estos Grupos de Interés prioritarios recae la evaluación de los Asuntos Materiales. El resultado de la priorización es el siguiente:

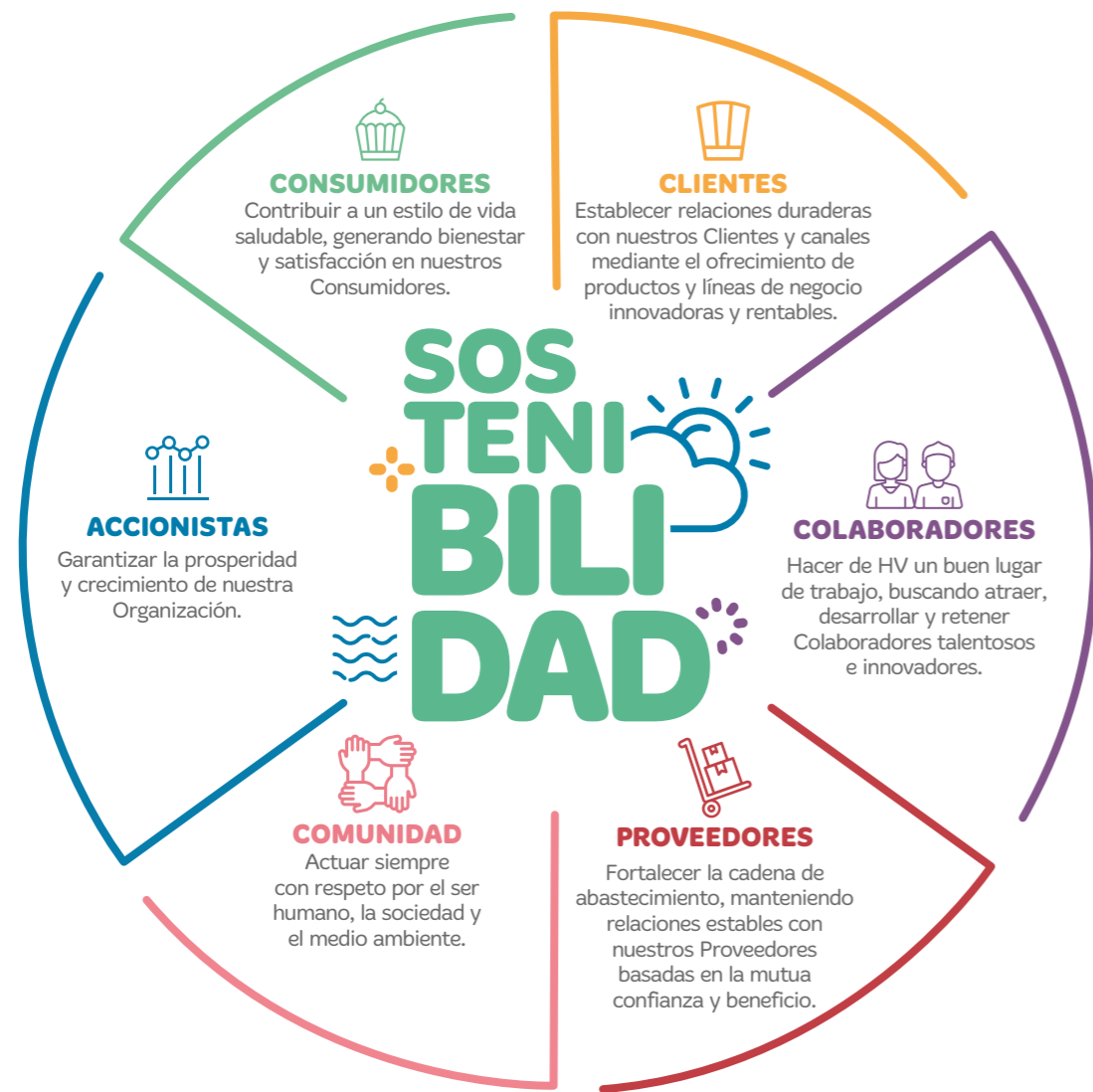
Grupo de Interés	Bajo	Alto
Consumidores	14%	86%
Clientes	16%	84%
Colaboradores	36%	64%
Proveedores	48%	52%
Accionistas	49%	51%
Comunidad	63%	37%

Esta evaluación sobre la importancia de los Grupos de Interés y su relevancia se hace con base en las respuestas de 856 colaboradores de Harinera del Valle que dieron su percepción en el ejercicio de socialización del Reporte de Sostenibilidad 2017.





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.



Nuestra sostenibilidad se fortalece cuando trabajamos por un equilibrio que haga posible **EL BIENESTAR DE LAS PERSONAS, LA PROSPERIDAD DE NUESTRO NEGOCIO Y EL CUIDADO Y RESPETO POR EL PLANETA.**



## Hechos RELEVANTES 2018

### PROSPERIDAD

**Ventas Totales 2018**  
**\$ 872.649**  
 (en MM de pesos)



**Ventas Colombia 2018**  
**\$ 853.307**  
 (en MM de pesos)



**Ventas Internacionales 2018**  
**\$ 19.342**  
 (en MM de pesos)

**Valor Económico Generado 2018**  
**\$ 974.231**  
 (en MM de pesos)

**Valor Económico Distribuido 2018**  
**\$ 923.455**  
 (en MM de pesos)

### COLABORADORES

**Total personas**  
**1.571**

**Mujeres 637** | **Hombres 934**

**Contratación directa**  
**86%**

**Antigüedad (años)**  
 Entre 0-5 **43%** | Entre 6-9 **24%** | Entre 10-29 **28%** | Más de 30 **5%**

**Índice de rotación 2018**  
**7.4%**

**129 Colaboradores**  
 temporales se contrataron directamente por HV.

**6,7% Tasa de Accidentalidad**

**Beneficios**

Educación	\$1.318
Préstamos	\$1.282
Otros auxilios	\$1.103
Prog. Bienestar	\$495
Salud	\$375
Pólizas	\$279

**Total beneficios 2018**  
**\$4.853**  
 (en MM de pesos)

### CLIENTES

**1.298 Casos** atendidos y gestionados  
 En nuestra línea de servicio al cliente.

**504 Asesorías** brindadas a nuestros clientes panaderos.

**60 Clientes panaderos** capacitados en merchandising y costos.

**1.586 Panaderos** capacitados a través del Programa de Formación Técnica en Panadería y Pastelería.

**APP**  
 Asesoría Profesional en Panadería

En el **2018** ingresamos a dos nuevos mercados, ahora Doñarepa está en: **12 países.**



### CONSUMIDORES

**Recertificación** del Sistema de **Gestión de Calidad** en la versión



**Pastas La Muñeca y San Remo** reconocidas como 2 de las 20 marcas más elegidas por consumidores colombianos según **Kantar Worldpanel.**

**Lanzamiento Tortillas Integrales Haz de Oros** con fibra de avena

Mejoras en el perfil nutricional de **Doñarepa Choclo:**

- Reducción del contenido de azúcar en un **20%** y de sal en un **13%.**
- Sin **conservantes ni colorantes** artificiales.





COMUNIDAD



Programa que promueve hábitos alimentarios y estilos de vida saludable en niños y niñas de la primera infancia.



**Adecuación y dotación del Restaurante Escolar** de la Institución Educativa María Antonia Penagos de Palmira.

Esta iniciativa benefició a **180 niños y niñas.**



**EducaRSE:**

- **Enlucimiento de fachadas y aulas escolares** en la sede Antonio Ricaurte de la Institución Educativa del Dagua, beneficiando a **196 niños y niñas.**

- **Dotación de dos salas de lectura de primera infancia en Dagua** **200 niños y niñas** beneficiados.

**480 Estudiantes** visitaron nuestra Planta de Producción en Cali.

**Fortalecimos vínculos a través de las alianzas público - privadas:**

- Valle por y para Todos
- Por Amor a Dagua
- Mesa Estratégica del Norte del Cauca
- Comité RSE comunas 4 y 5



PROVEEDORES

**1.876** Proveedores

**97%** Proveedores nacionales.

**54%** Relación Comercial de más de 6 años.

**1.591** Proveedores y contratistas capacitados en prevención y control de riesgos laborales.



**13.361** veces fue consultado el Portal de Proveedores.

**Referentes de Actuación:**

- Código de Proveedores.
- Manual de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional para contratistas.
- Evaluación de Proveedores.



MEDIO AMBIENTE

Energía Limpia Generada **1,9 Gigavatios.**

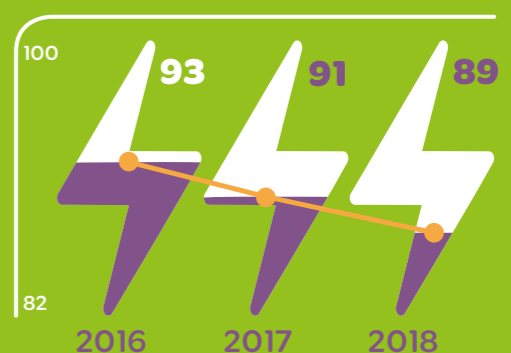
**1,7 Toneladas** de papel reciclado en las oficinas de la sede corporativa.

**325 Toneladas** de residuos aprovechados en HV.



**Eficiencia Energética**

Kwh / TON (HV)







NTC No.267  
Harina de trigo



HARINA DE TRIGO

# haz<sup>®</sup> de oros

*Rinde que da gusto!*

**HARINA DE TRIGO FORTIFICADA**

**INGREDIENTES:** Harina de trigo (cereal que contiene gluten) fortificada con Niacina (5 mg/kg), Hierro (44 mg/kg), Vitamina B1 (6mg/kg), Vitamina B2 (4mg/kg) y Ácido fólico (54 mg/kg), Agentes de tratamiento de las harinas (Ácido ascórbico y/o sodicarbonamida y/o Peróxido de Benzoilo) y Enzimas.

Fabricado por: Harinera del Valle S.A.

Capítulo 1

## ESTRATEGIA CON PODER SOSTENIBLE HV



## 1.1

Sobre  
HV

1947



Fue fundada en Pasto por Don Arcesio Paz Paz, quien en compañía de un amigo compra un molino de trigo. 10 años después nace Harinera del Sur con la compra de un molino más grande.

1956



Don Arcesio se traslada a Cali y construye su propio molino de trigo, naciendo así Harinera del Valle y Harina de Trigo Haz de Oros.

1970



Adquisición del Molino Roncaval en Palmira, significando para Harinera del Valle una etapa de consolidación, desarrollo productivo y administrativo.

1977



Se inicia la producción de Pastas Conzazoni en una sencilla Planta de Producción. Actualmente es la marca líder en el segmento de pastas premium.

1992



Harinera del Valle adquiere la Industria Harinera de Bogotá, ingresando al portafolio Pastas San Remo y Harina La Americana.

1994



Harinera del Valle compra la empresa La Muñeca, ampliando el proceso productivo con una nueva Planta de Pastas, dos nuevos molinos de trigo en Cali y Yumbo y un nuevo molino de maíz en Cali. Ingresan al portafolio Pastas La Muñeca, Doñarepa, Doña Torta, Harina de Trigo Aguileña y Harina de Trigo Bola de Nieve.

2009



Harinera del Valle adquiere la empresa de producción de tortillas Pancho Villa, integrándola a su portafolio de productos listos.

2008



Mama-ía y Grandpetitas se fusionan con Harinera del Valle, permitiendo entrar a la categoría de productos alimenticios listos. Inició el acuerdo comercial para la distribución de los productos de Lloreda S.A.

2007



Se inicia la operación del Canal T&P, Tiendas y Panaderías. Harinera del Valle llega directamente a más de 40 mil de ellas en el país.

2003



Inicia la comercialización del portafolio de Salsas La Muñeca y Salsas y Aceites Bucatti. Se presenta al mercado el Syrup Haz de Oros.

2002



Construcción y puesta en funcionamiento de la Planta de Pastas en el municipio de Villa Rica - Cauca, una de las más tecnológicas del suroccidente colombiano.

1999



Adquisición del Molino Dagua ampliando la importante capacidad logística y posición estratégica.

2012



En este año se lanzan 14 nuevos productos, fortaleciendo el portafolio de Pastas, incluyendo pastas secas rellenas.

2013



La marca Harina de Trigo Haz de Oros fortalece su portafolio presentando 3 nuevos productos para panadería: Harina de Trigo Haz de Oros para Congelados, Harina de Trigo Haz de Oros para Tortas y Ponqués y Harina de Trigo Haz de Oros Integral.

2015



Harinera del Valle renueva su imagen como HV: una empresa experta, innovadora, receptiva, flexible y socialmente responsable en la que 'Sabemos de Alimentos'. Haz de Oros lanza sus Mezclas Listas para Natilla y Buñuelos.

2016



HV fortalece su portafolio con el lanzamiento de nuevos productos de las marcas Haz de Oros, Canola Life, Pastas La Muñeca y Petitas.

2017



Ejecución de proyectos de actualización tecnológica en todas las Plantas de Producción.

2018

La categoría de productos alimenticios listos crece con el lanzamiento de las Tortillas Integrales Haz de Oros con Fibra de Avena, una opción saludable y práctica para los consumidores.





## 1.2 Nuestras MARCAS

LÍNEA DE CONSUMO MASIVO

# Pastas Alimenticias



## Atributos

-  Hechas con materia prima fortificada.
-  Fuente de energía.
-  Naturalmente libres de Grasa Saturada.
-  Libre de Grasas Trans.
-  Muy bajas en sodio.
-  Con proteína vegetal.
-  Libres de conservantes y colorantes.

### Conzazoni



### San Remo



### Pugliese





## Harinas de Trigo Familiar



## Atributos

-  Harina de trigo fortificada.
-  Elaboradas con 100% del cereal de trigo (Grano entero).
-  Naturalmente libre de Grasa Saturada y Grasas Trans.
-  Muy bajas en sodio.
-  Libres de conservantes, saborizantes y colorantes.

### Haz de Oros



### Aguileña



### La Americana





# Harinas de Maíz



## Atributos

-  100% maíz (Doñarepa Blanca y Amarilla).
-  No contienen conservantes.
-  No contienen colorantes artificiales.
-  Excelente fuente de fibra (Doñarepa Fibra).
-  Aptas para vegetarianos.

### Doñarepa Choclo



### Doñarepa Del Campo



### Doñarepa con Fibra










## Premezclas Familiares



## Atributos

-  Libres de conservantes.
-  Sin sabores artificiales.
-  Mezcla lista para Pancakes light Haz de Oros: Alto en fibra y endulzado con stevia.

### Mezcla lista para Pancakes y Syrup Light



### Doña Torta



### Mezcla lista para CupCakes vainilla



### Mezcla lista para brownies



### Mezcla lista para galletas



### Mezcla lista para natilla



### Mezcla lista para natilla de arequipe y coco



### Mezcla lista para buñuelos






## Aceites y Esparcibles



### Atributos Canola Life


 Contiene  
Omega 3, 6 y 9.

 100% puro  
de Canola.

 Aptos  
para vegetarianos.

### Atributos otros aceites

 Libres  
de Grasas Trans.

 No son fuente  
de colesterol.

 Contienen Omega 9.

### Premier



### Oleocali



### Riquísimo








**\*Distribuidor  
autorizado**





## Brownies y Galletas

### Atributos

-  Deliciosa Textura a Brownie.
-  Sabor Casero.
-  Hechos con Harina de Trigo Haz de Oros e ingredientes de alta calidad.
-  Deliciosos y variados sabores.
-  Sabor auténtico a Chocolate y Arequipe.

#### Doypack - Mini Brownies M&M'S



#### Brownie - Azúcar



#### Brownie - M&M'S



#### Brownie - Arequipe



#### Petitas - Corazones de Hojaldre







## Tortillas y Wraps

### Atributos

- Libres de Grasas Trans.
- Libres de colesterol.
- No contienen colorantes.
- Con prebióticos.
- Buena fuente de fibra (Tortillas Integrales Haz de Oros con Fibra Chía y Avena).

### Tortillas Tradicionales Haz de Oros



### Tortillas Integrales con Chía Haz de Oros



### Wraps Haz de Oros












## Salsas y Vinagre Balsámico



## Atributos

### Salsas BUCATTI

-  Libre de Grasa Trans.
-  Bajo en colesterol.
-  Sin colorantes.
-  Sin conservantes.
-  Sin saborizantes artificiales.

### Vinagre Balsámico Bucatti

-  Elaborado a partir del mosto de la uva.
-  Madurado en toneles de diferentes maderas.
-  Sabor ácido, intenso y ligeramente dulce.
-  Ideal para ensaladas, postres y reducciones.
-  Producto importado de Italia.

### Salsas Bucatti



### Vinagre Balsámico Bucatti











LÍNEA INDUSTRIAL

Línea Clásica



## Atributos

-  Mayor rendimiento.
-  Excelentes características de miga en el producto final.
-  Buena estabilidad a lo largo del proceso.
-  Fácil acondicionamiento.
-  Permiten la formación de finas capas en los productos hojaldrados.
-  Buen volumen en el producto final.

## Multipropósito



## Sin mejorantes













## Línea Especialidades



## Atributos

-  Alta absorción y rendimiento.
-  Excelente salto de horno.
-  Masas más blandas.
-  Buena resistencia a los procesos de congelación y refrigeración.
-  Tolerancia a los procesos de fermentación.
-  Mayor volumen en el producto final.

### Congelados



### Hojaldres y Galletas



### Integral



### Especialidades















## Línea Premezclas



## Atributos

-  Excelente volumen del producto final.
-  No requiere adición de leudantes.
-  Permite la incorporación de semillas y frutos secos en el batido.
-  Permite absorción de jarabes.
-  Fácil y rápida preparación.
-  Contribuye a una mayor estandarización de procesos.
-  Producto final con miga suave y esponjosa.
-  Menor tiempo de preparación respecto a una fórmula tradicional.

## Integral



### Tortas y Ponqués sabor a Vainilla



### Pancakes



### Bizcochuelo



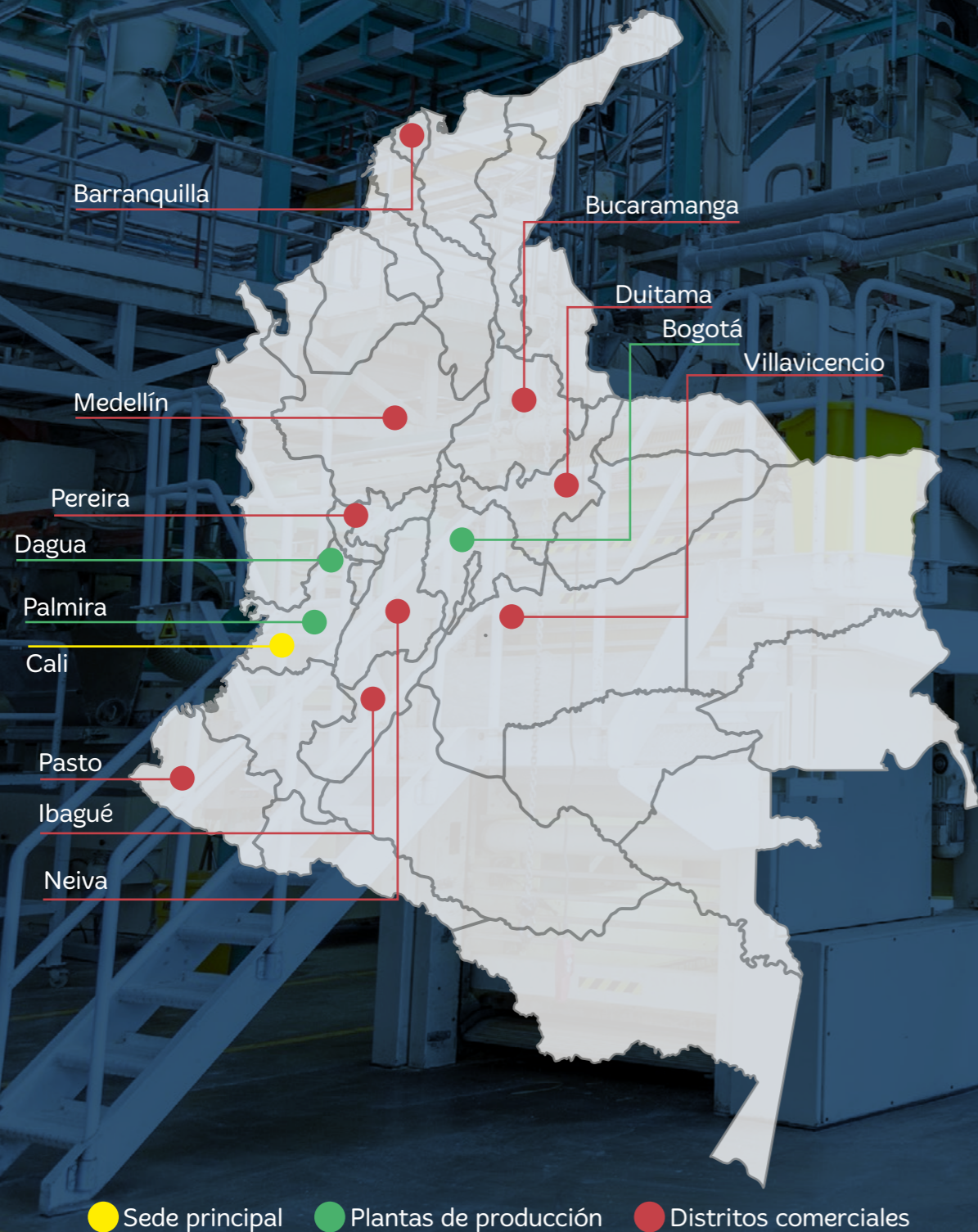
### Brownies





1.3

Ubicación de nuestras  
**PLANTAS DE PRODUCCIÓN,  
DISTRITOS COMERCIALES  
Y SEDE CORPORATIVA**



1.4

Modelo  
**CORPORATIVO**

1.4.1

Direccionamiento  
**ESTRATÉGICO**

En HV contamos con un direccionamiento estratégico conformado por nuestra visión, misión, valores y focos estratégicos, que fortalecen nuestra cultura organizacional.

**Misión**

Con marcas potentes y soluciones integrales, alimentamos hogares generando valor y bienestar.

**Visión**

Ser una organización innovadora, rentable y sostenible con soluciones y marcas irresistibles que generan experiencias únicas en los mercados de alimentos nacionales e internacionales.



Colaboradores Planta de Producción Villa Rica



### Focos estratégicos



**Excelencia Operacional**



**Innovación**



**Enfoque en el cliente**

### Nuestros valores



**Respeto a las personas**



**Responsabilidad por los resultados**



**Toma de decisiones éticas, ágiles y disciplinadas**



**Pasión por innovar y crear soluciones**



**Trabajo en equipo**



**Enfoque en el cliente**

## 1.4.2 Estructura organizativa **SÓLIDA Y TRANSPARENTE**



**Martha L. Arboleda O.**  
Gerente de Innovación y Estrategia



**Jaime Felipe Monedero N.**  
Gerente Finanzas y Contraloría



**María Claudia Fernández D.**  
Directora de Tecnología Informática y Comunicaciones



**Eduardo J. Ayalde E.**  
Gerente Gestión Humana



**Juan Carlos Henao R.**  
Gerente Clientes Industriales



**Marcela Ferrero C.**  
Gerente de Productividad y Asuntos Corporativos



**Julián A. Madrid P.**  
Director Jurídico



**Antonio José González O.**  
Gerente Consumo Masivo



**José Fernando Chacón V.**  
Gerente de Producción



**Juan Sebastián Díaz G.**  
Gerente Cadena de Abastecimiento



**María Alix Orduz B.**  
Gerente Auditoría Interna



**Angélica Ospina I.**  
Directora de Mercados y Commodities

#### Comité de Gerencia



**Eduardo Urdaneta Wiesner**  
Gerente General

#### Suplentes

Eduardo Urdaneta Wiesner  
Adriana Martínez Ramírez  
Rafael Robledo Montagut

#### Principales

Luz Marina Paz Bautista  
Fernando Paz Bautista  
Álvaro José Henao Ramos

Asamblea General de Accionistas >

< Junta Directiva



## 1.4.3 Referentes que guían NUESTRA ACTUACIÓN

### a) CÓDIGO DE ÉTICA



Este año se realizó la actualización **del Código de Ética** a través de jornadas de divulgación y sensibilización en las que participaron nuestros colaboradores.

Durante este periodo se recibió una denuncia relacionada con un presunto incumplimiento del Código de Ética la cual fue gestionada conforme a lo establecido en el manual de la Compañía que regula este tipo de eventos.

### c) GESTIÓN DE RIESGOS ESTRATÉGICOS

La Compañía continuó con la Gestión de los Riesgos Estratégicos (ERM) que pueden impactar el logro de los objetivos, a los que Auditoría Interna les hizo seguimiento semestral para verificar su evolución de acuerdo con las acciones acordadas para mitigarlos.

#### COMITÉ DE RIESGOS ESTRATÉGICOS

### b) AUDITORÍA INTERNA

Durante el año 2018 se realizaron por parte de Auditoría Interna, cincuenta y un (51) auditorías operativas y de sistemas a los procesos cuyo análisis de riesgo desde el punto de vista de auditoría (impacto, riesgo estratégico, riesgo de fraude, problemas y cobertura) dio alto.

Como resultado de estas auditorías, se emitieron las respectivas recomendaciones, para las cuales la Administración ha implementado el 89%, por lo que se puede concluir que el control interno de la Compañía es adecuado.



El rol del Comité es asesorar **a la Gerencia General** en los temas relacionados con **la Gestión de Riesgos Estratégicos.**

- Gerente General.
- Gerente de Auditoría Interna.
- Gerente de Productividad y Asuntos Corporativos.
- Gerente de Innovación Estrategia y Negocios Internacionales.
- Gerente Financiero y Contraloría.



Equipo Auditoría Interna

### d) REVELACIÓN Y CONTROL DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA

La Compañía cuenta con adecuados sistemas de revelación y control de la información financiera, los cuales son objeto de seguimiento por parte del Representante Legal, asegurando que esta se presente en forma adecuada. Además, se tiene establecido que el Representante

Legal informa al Revisor Fiscal y Junta Directiva, en caso que se presenten deficiencias significativas en el diseño y operación de los controles internos que impidan a la Compañía registrar, procesar, resumir y presentar adecuadamente la información financiera de la misma.





### e) CONTROL AL LAVADO DE ACTIVOS Y FINANCIACIÓN DEL TERRORISMO



**Prevención del riesgo LAFT**

Dentro de los plazos establecidos por la ley, se presentó el informe 50 - Prevención del Riesgo LAFT ante la Superintendencia de Sociedades.




**Implementación del sistema de consulta de listas restrictivas**

Se culminó el proyecto de implementación del sistema Local Check, que permite la consulta de clientes, proveedores y trabajadores en las listas restrictivas, las cuales son suministradas por la firma INFOLAFT.



**Seguimiento del SAGRLAFT (Sistema de Autocontrol y Gestión del Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo)**

Se realizó la evaluación y análisis sobre la eficiencia y efectividad del SAGRLAFT, respecto a los controles asignados a los departamentos de Contabilidad, Cartera y Jurídico. A su vez, de forma mensual, se ejecutó la revisión de las políticas del sistema, los procedimientos de debida diligencia y la matriz de gestión del riesgo LAFT.



**Acreditación ante la Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada**

Se tramitó la acreditación del SAGRLAFT, ante la Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada.

**Se efectuaron 20 jornadas de capacitación al personal que ingresó a la Compañía sobre el Sistema de Autogestión del Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo.**

### f) CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CUMPLIMIENTO

El Oficial de Cumplimiento recibió la certificación del curso “Oficial de Cumplimiento Sector Real”, dictado por la firma Lozano Consultores.

## 1.4.4 Adhesiones a OTROS CÓDIGOS

Asociación Nacional de Empresarios de Colombia ANDI

**Declaración de Principios Éticos del Empresario Colombiano**

[http://www.andi.com.co/Archivos/file/GERENCIA%20RSE/Principios%20%C3%89ticos%20del%20Empresario%20Colombiano\\_20100827\\_105029\(1\).pdf](http://www.andi.com.co/Archivos/file/GERENCIA%20RSE/Principios%20%C3%89ticos%20del%20Empresario%20Colombiano_20100827_105029(1).pdf)



Asociación Nacional de Empresarios de Colombia ANDI

**Compromiso de la ANDI y de los Empresarios afiliados a ella 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\(1\).pdf](http://www.andi.com.co/Archivos/file/GERENCIA%20RSE/Compromiso%20ANDI%20con%20el%20respeto%20a%20los%20Derechos%20Humana_20100827_104125(1).pdf)



Pacto Global

**Los 10 Principios del Pacto Global de la Organización de las Naciones Unidas**

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



**Pacto Global Red Colombia**



1.5

Reconocimientos 2018

Nuestra Compañía obtuvo a lo largo del año 2018 importantes reconocimientos que dan cuenta de su imagen, calidad y reputación a nivel externo:



**Merco**

El Monitor Empresarial de Reputación Corporativa, Merco, incluyó a HV en el ranking de las empresas del sector de alimentos de Colombia con mejor reputación corporativa.

Este resultado se logra a partir de las calificaciones que le otorgan a la Compañía diferentes públicos como Analistas Financieros, Comités de Dirección, Asociaciones de Consumidores, Periodistas económicos, Académicos, usuarios de redes digitales, ONG's, entre otros.

**Premio Proveedores Éxito**

HV recibió el premio como Proveedores de Éxito en la categoría de Gran Consumo, un reconocimiento que destacó a la Compañía entre los más de 6.000 proveedores de Grupo Éxito.



Este premio califica el servicio, simplicidad, innovación, calidad y trabajo colaborativo con este aliado comercial.




**100 Marcas más reconocidas del 2018**

Pastas La Muñeca ingresó a la lista de Compassbranding de las 100 marcas más reconocidas del 2018 en Colombia, un reconocimiento que esta firma entrega a las marcas más valiosas en términos de su reputación, promoción y su disponibilidad en los puntos de venta.

**Kantar Worldpanel**

Esta compañía internacional que se dedica al conocimiento del consumidor y las perspectivas del mercado, consideró en 2018 que nuestros productos están presentes en 9 de cada 10 hogares colombianos y ubicó a nuestras marcas La Muñeca y San Remo como 2 de las 20 marcas más elegidas por los consumidores colombianos en su informe BrandFootprint.




**Premios Portafolio**

HV estuvo nominada a los Premios Portafolio en las categorías de Responsabilidad Social y Esfuerzo Exportador ubicándose como una de las cinco empresas más destacadas del país en esta última categoría.



## 1.6

Relacionamiento y comunicación  
CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

## 1.6.1

Nuestros medios  
DE RELACIONAMIENTO Y DIÁLOGO

## Colaboradores

- Revista Harinotas
- Canal Digital HV TV
- Intranet
- Correo electrónico
- Cartelera
- Boletín Corporativo
- Boletín Transportando Sueños
- Reuniones con Gerente General
- Comités de Participación
- Socialización Reporte de Sostenibilidad
- Reuniones Equipos Primarios



## Proveedores

- Página web: [www.hv.com.co](http://www.hv.com.co)
- Portal de Proveedores
- Visitas de Evaluación
- Correo electrónico
- Boletín Corporativo



## Consumidores

- 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
- Facebook @HarineraDelValle
- **La Muñeca**  
Página web: [www.pastaslamuneca.com](http://www.pastaslamuneca.com)  
Facebook: @ClubDeLaEnergiaPastasLaMuñeca  
Instagram: @PastasLaMuneca
- **Haz de Oros**  
Facebook: @Hazlo @HarinaHazdeOros  
Instagram: @Hazdeo  
[www.hazdeoros.com](http://www.hazdeoros.com)
- **Brownies Mama-ía**  
Página web: [www.mama-ia.com](http://www.mama-ia.com)  
Facebook: @BrownieMamaia  
Twitter: @BrowniesMamaia →



## • Conzazoni

Facebook: @PastasConzazoni

Instagram: @PastaConzazoni

## • Doñarepa

Página web: [www.donarepa.com](http://www.donarepa.com)  
[www.donarepa.cl](http://www.donarepa.cl)  
[www.donarepa.cr](http://www.donarepa.cr)  
[www.donarepa.pa](http://www.donarepa.pa)

Facebook: @donarepacol @donarepaChile @donarepaCostaRica @donarepaPanama

## • Canola Life

Página web: [www.canolalife.com](http://www.canolalife.com)

Facebook: @CanolaEscuchaTuCorazon

Instagram: @Canola.Life

## • Premier

Facebook: @AceitesYEsparciblesPremier

Instagram: @PremierColombia

## • Colman's

Facebook: @SalsasColmans

Instagram: @UnMundoDeSabores\_



## Clientes

- Línea de Servicio al Cliente 01800 0514020
- Línea Amiga Centro de Atención al Panadero APP
- Revista Harinotas APP
- Capacitación a Panaderos
- 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
- Facebook @HarineraDelValle
- Correo electrónico
- Boletín Corporativo
- Medición de servicios



## Comunidad

- Reuniones y encuentros con comunidades educativas e Instituciones
- Encuentros con empresas y gremios
- Revistas y periódicos de las instituciones educativas
- Presencia en espacios de participación comunitaria
- Página web: [www.hv.com.co](http://www.hv.com.co)
- Correo electrónico



## 1.6.2 Comunicación HV

Durante el 2018 nuestra estrategia de Comunicaciones se enfocó en fortalecer la reputación corporativa de la Compañía desde diversos frentes de intervención:

### DIGITAL

Continuamos fortaleciendo la presencia de HV en las diferentes plataformas digitales como Página Web Corporativa y en las redes sociales **Facebook e Instagram**, a partir de una estrategia que tuvo como objetivo informar y fomentar hábitos de alimentación saludable entre la comunidad de seguidores, al igual que en promover el conocimiento de las marcas y atributos nutricionales de los productos que conforman nuestro portafolio y cómo aportan a la alimentación diaria.

Para esto, se generaron contenidos fáciles de consultar sobre las temáticas de interés que fueron identificadas directamente por los seguidores y trabajando junto a la Nutricionista HV se generaron durante el año **15 artículos de temáticas nutricionales**.

Como parte del desarrollo digital del 2018, se renovó por completo la Página Web [www.hv.com.co](http://www.hv.com.co) actualizando su interfaz gráfica y generando nuevas secciones que incluyeron a **'Cocina con HV'** en la que se compartieron más de 144 videos de recetas prácticas para enseñar cómo preparar delicias para todos los momentos



del día contando con productos HV. Al cierre de 2018, en redes sociales de Facebook e Instagram se registraron 25,343 y 1,747 seguidores respectivamente. Por su parte, el promedio de visitantes al mes de la página web fue de 17,300 usuarios.



## BLOG HV



Alimentación Saludable

### Nutrición en el adulto mayor (65+)

La esperanza de vida en Colombia y en el mundo ha ido incrementando gracias a los avances de las ciencias de la salud, incluida la nutrición y el deporte. Actualmente...



Alimentación Saludable

### ¿Intolerancia o alergia a la leche?

La intolerancia a la lactosa y la alergia a las proteínas de la leche son dos trastornos distintos, pero a menudo tienden a confundirse. La alergia a las proteínas de...



Alimentación Saludable

### Nutrición balanceada para deportistas

La palabra dieta en la mayoría de los casos es asociada a un régimen alimenticio para bajar de peso, sin embargo, una dieta o un plan de alimentación también puede...



Alimentación Saludable

### Alimentación saludable para niños y adolescentes en edad escolar

La palabra dieta en la mayoría de los casos es asociada a un régimen alimenticio para bajar de peso, sin embargo, una dieta o un plan de alimentación también puede...





Colaboradores Planta de Producción Dagua

## COMUNICACIÓN INTERNA

La estrategia de comunicación interna estuvo alineada con el concepto del Reporte de Sostenibilidad 2017 de HV “Hechos de Valores Sostenibles” destacando y fortaleciendo la gestión que realiza cada uno de los Equipos de la Compañía y su aporte a la sostenibilidad de HV. De esta forma, se fortaleció el compromiso y se afianzó el aporte de todos los colaboradores al cumplimiento de objetivos y logros de la Compañía.

Como parte de esta estrategia, se realizaron durante el año actividades presenciales que destacaron las buenas prácticas de los diferentes equipos para aportar a la sostenibilidad, compartiéndolas a través de la plataforma de medios de comunicación HV.

Por otro lado, 2018 fue un año de actualización de los medios de



comunicación internos entre los que se incluyó la renovación de la Intranet Corporativa, como principal medio de comunicación interna de la Compañía que contó con nuevas secciones como la de Sostenibilidad, en la que compartimos los compromisos de HV y las acciones que realiza con sus diferentes Grupos de Interés.

Junto al equipo de Transporte y Motoristas de HV, consolidamos el nuevo boletín 'Transportando Sueños' que ofrece contenido de interés para este grupo de Colaboradores que por su labor no tiene acceso a otros medios de comunicación de la Compañía.

## COMUNICANDO INICIATIVAS SOSTENIBLES

Como parte de las iniciativas que se trabajaron en la Compañía para aportar al medio ambiente se desarrollaron durante el año una serie de campañas que informaron a los colaboradores sobre el papel que cada uno tiene en la conservación de los recursos naturales y cómo con diferentes acciones podían contribuir.

Con los temas que se abordaron se contribuyó a la promoción de prácticas de cuidado del medio ambiente como parte de nuestra cultura organizacional.



Día Mundial del Reciclaje



Día Mundial del Medio Ambiente



Día de la Tierra



Día del Agua



Cero Residuos



Uso de vasos Ecoamigables



Jornada por Amor a Dagua



Ecofestival al Parque 2018



El **Día Mundial del Medio Ambiente** es una fecha en la que recordamos nuestro compromiso con el planeta y las acciones que podemos hacer para su cuidado y conservación. Este año el tema es **#SinContaminaciónPorPlástico** invitándonos a reciclar y reutilizar.

Cada año se vierten en los océanos 8 millones de toneladas de plástico que amenazan la vida marina y destruyen los ecosistemas naturales, por eso todos podemos cambiar hábitos en nuestro día a día para disminuir la cantidad de plásticos que pueden afectar nuestro entorno.

**¿SABÍAS QUE...?**

- De acuerdo a cifras de la ONU
- Cada año se usan 500 mil millones de botellas plásticas en el mundo
- En la última década producimos más plástico que en todo el siglo pasado
- 60% de plásticos es desechable o de un solo uso
- Compramos 1 millón de botellas plásticas cada minuto
- Cada año usamos 17 millones de barras de pan para producir botellas de agua
- En 2016, se vendieron 402 mil millones de botellas plásticas en todo el mundo
- El plástico representa 10% de todos los residuos que generamos

Visualiza el video adjunto y cambia tu relación con el plástico para que juntos aportemos al cuidado del medio ambiente.





Contenido | 250 g

**Fideo**



**8-10**  
minutos  
de cocción

✓ 100% Natural  
✓ Libre de Conservantes

**250 g**  
Pastas Alimenticias

Capítulo 2

# EL PODER DE LA COMUNICACIÓN Y LA CONFIANZA





## 2.1

### Seguimos siendo parte de la vida **DE NUESTROS CONSUMIDORES**

Nuestro compromiso con los consumidores es entregar productos nutritivos, inocuos y de alta calidad, con información nutricional completa de acuerdo a sus propiedades funcionales y nutricionales, que aporten a su bienestar y se adapten a sus estilos de vida.



## 2.1.1 El Valor de LA CALIDAD HV

En el año 2018, renovamos nuestra Política Integrada de Calidad: **somos un equipo comprometido con la producción y distribución de productos de consumo masivo y línea industrial con los más altos estándares de calidad, seguridad y sostenibilidad.**

### INICIATIVAS



**Fortalecer el Sistema de Gestión de Calidad mediante el cumplimiento de estándares de certificación y de la normatividad existente.**

### AVANCES

- Auditoría ICONTEC para la recertificación del Sistema de Gestión de Calidad en la nueva versión ISO9001:2015.



- La auditoría ICONTEC dio seguimiento al cumplimiento de los requisitos de sellos de calidad de producto en harinas de trigo y pastas alimenticias según la NTC 267 y la NTC 1055 respectivamente.



- Auditorías a proveedores con el fin de verificar la conformidad de los requisitos en los procesos, productos y servicios suministrados.

- Se atendieron auditorías de clientes externos en las diferentes Plantas de Producción.



**Asegurar el cumplimiento de la normatividad legal para materiales en contacto con alimentos.**

Mediante el requerimiento a los proveedores se da cumplimiento con lo establecido en las resoluciones del Ministerio de Salud y Protección Social 683/2012, 4142/2012 y la 4143/2012, las cuales establecen los requisitos sanitarios que deben cumplir los materiales, objetos, envases y equipamientos metálicos, plásticos, elastómeros y sus aditivos destinados a entrar en contacto con alimentos y bebidas para consumo humano.



**MinSalud**  
Ministerio de Salud y Protección Social

### INICIATIVAS



**Asegurar el cumplimiento de la normatividad legal en los laboratorios de Gestión de Calidad.**

### AVANCES

Implementación de los requisitos de la Resolución 1619/2015 la cual establece el Sistema de Gestión de la Red Nacional de Laboratorios en los ejes estratégicos de Vigilancia en Salud Pública y de Gestión de Calidad.

Como parte de esta se han realizado adecuaciones locativas de los laboratorios y gestionado requisitos que involucran otros controles y ajustes en la documentación.



**Actualizar Equipos de colaboradores involucrados en los Sistemas de Gestión de Calidad e implementaciones relacionadas con inocuidad.**

**Se realizaron capacitaciones en:**

- Formación de auditores internos ISO9001:2015.



- Actualización de la NTC 17025 /2017 Requisitos para la competencia de los laboratorios de ensayo y calibración.



- Formación mediante asesorías con expertos en el campo de estándares de aseguramiento e inocuidad de alimentos.

- Implementación de los controles preventivos que establece la Ley FSMA para exportar productos alimenticios a Estados Unidos.





A continuación se numeran las resoluciones y decretos que HV cumple en sus procesos productivos.

- **Resolución 2674/2013**  
Requisitos sanitarios en Plantas Productoras de Alimentos.
- **Decreto 1944/1996**  
Fortificación harinas y semolatos de trigo.
- **Decreto 1575/2007**  
Control de la calidad del agua.
- **Resolución 4506/2013**  
Límites máximos de contaminantes.
- **Resolución 2906/2007**  
Límites máximos de plaguicidas.
- **Resolución 683/2002**  
Requisitos sanitarios empaques y envases.
- **Resolución 5109/**  
Requisitos de rotulado en los envases de productos alimenticios.

- **Resolución 2115/2007**  
Características, instrumentos básicos del sistema de control y vigilancia para la calidad del agua para consumo humano.

- **Resolución 16379/2003**  
Control metrológico del contenido de producto en pre-empacados.

- **Resolución 4393/1991**  
Pastas alimenticias.

Nuestros Equipos de Aseguramiento de la Calidad de Palmira y Dagua, junto a los Asesores Técnicos APP y representantes del Equipo Clientes Industriales, recibieron en nuestra Planta de Producción de Palmira, capacitación por parte de US WHEAT ASSOCIATES sobre mezclas de trigo y sus resultados en la panificación.

Laboratorio Aseguramiento de Calidad Planta Cali



## 2.1.2

### Nuestro PANEL SENSORIAL



En el año 2018 el Panel Sensorial 'ConSentidos' continuó fortaleciendo las habilidades de los colaboradores que lo integran mediante capacitaciones, talleres y sesiones de calibración sensorial, con el fin de mantener actualizadas sus aptitudes como panelistas y reforzar los conocimientos y herramientas sensoriales para garantizar resultados confiables en las evaluaciones hechas a los productos en desarrollo, en mejoramiento y a los existentes.

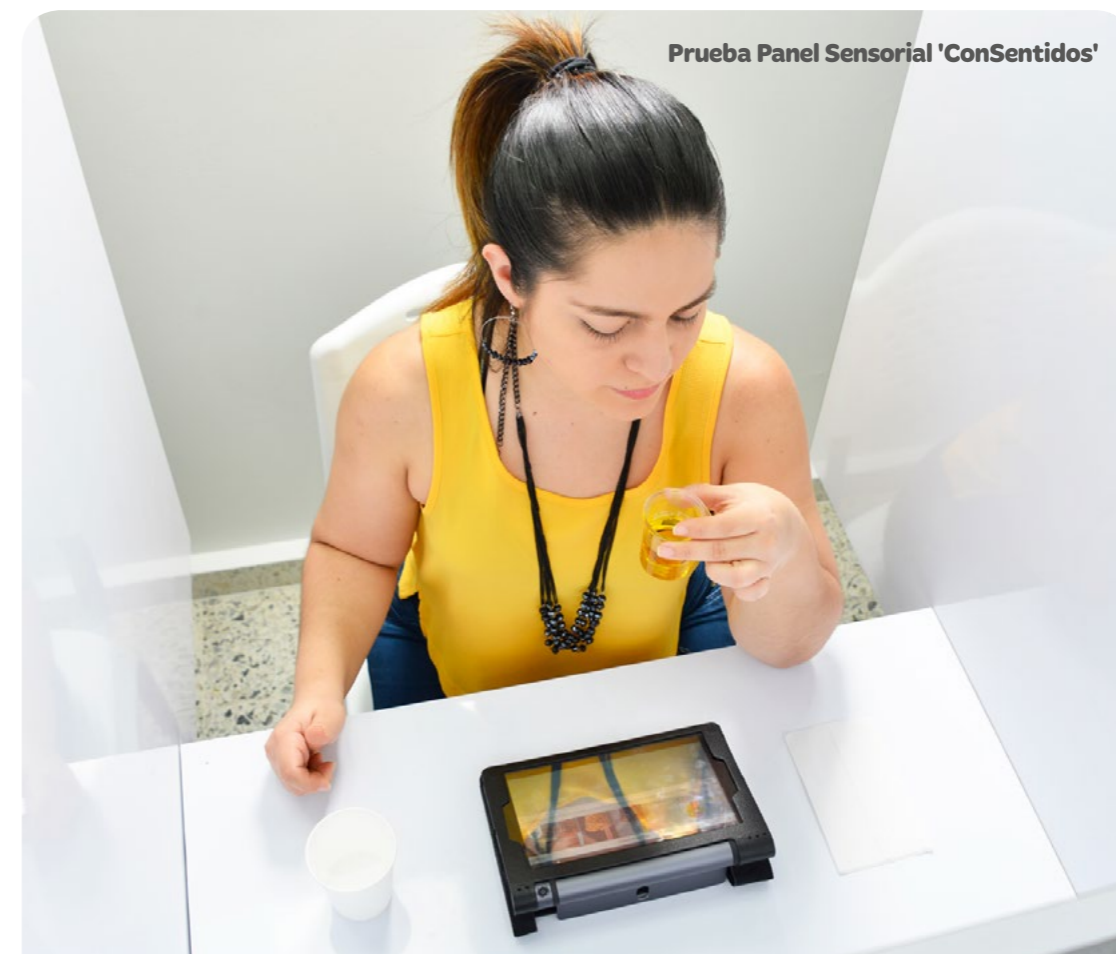
Se inició la formación de la sexta promoción con un grupo de 29 colaboradores de diferentes áreas de la Compañía en temas relacionados con evaluación

sensorial, que incluyó talleres prácticos y teóricos. Se capacitaron aproximadamente 60 colaboradores en temas relacionados con los atributos funcionales, nutricionales y las formas de preparación de los productos de la Compañía.

El Panel continuó utilizando materiales desechables biodegradables para las pruebas de laboratorio, reemplazando los artículos de plástico e icopor.

En el año se realizaron 12 capacitaciones, 288 pruebas sensoriales y 9 pruebas con consumidores internos.

Prueba Panel Sensorial 'ConSentidos'





## 2.1.3 Innovación NUTRICIÓN Y BIENESTAR

Teniendo en cuenta la importancia de conocer las necesidades de los consumidores, evaluar los productos desarrollados y explorar nuevas categorías, se realizaron 13 investigaciones de mercado en las que se utilizaron nuevas herramientas para acercarnos al consumidor y a su entorno cambiante.

Así mismo, se formó al personal de I+D+I en técnicas de investigación de mercados, permitiendo el desarrollo de investigaciones in-house y la mejora del proceso de selección y relacionamiento con agencias de investigación.



Prueba con consumidores

## LANZAMIENTO TORTILLAS INTEGRALES HAZ DE OROS CON FIBRA DE AVENA

### DESCRIPCIÓN

- Tortillas Integrales Haz de Oros con fibra de Avena es un producto dirigido a personas que además de buscar practicidad y variedad en la cocina, desean alimentarse de manera saludable.
- Este producto es único en su categoría en el mercado colombiano.

### BENEFICIOS FUNCIONALES

- Es la solución perfecta para una alimentación saludable durante todos los momentos del día en diversas preparaciones dulces y saladas.
- No se cuartean, no se rompen, son suaves y flexibles al momento de enrollar.



## 2.1.4 Mejoramiento DE PRODUCTOS

En Harinera del Valle mejoramos continuamente nuestros procesos productivos, lo que ha permitido que **Doñarepa** cuente con dos meses de vida útil adicionales, manteniendo los altos parámetros de calidad que la caracterizan.

### DOÑAREPA DE CHOCLO



Mejora del perfil nutricional de la fórmula, reduciendo el contenido de azúcar en un 20% y de sal en un 13%.

Sin conservantes ni colorantes artificiales.

#### DESCRIPCIÓN

- Es un producto con un sabor más intenso a choclo, maíz dulce, notas a mantequilla y queso que recuerda las típicas arepas de choclo.
- Reducción en cantidad de azúcar y de sal.

#### BENEFICIOS FUNCIONALES

- Delicioso sabor a choclo.

### DOÑAREPA BLANCA, AMARILLA, DEL CAMPO Y FIBRA

100% maíz.

No contiene conservantes, colorantes ni saborizantes.

Naturalmente libre de azúcar y sodio.

Naturalmente libre de grasa saturada y Grasas Trans.

Excelente fuente de fibra.

#### DESCRIPCIÓN

- Se realizaron estudios de estabilidad para ampliar la vida útil de Doñarepa Blanca, Amarilla y del Campo.

#### BENEFICIOS FUNCIONALES

- Doñarepa Blanca, Amarilla y del Campo amplió su vida útil de 10 a 12 meses.
- Doñarepa Fibra amplió su vida útil de 6 a 8 meses.
- Estas mejoras se realizaron para facilitar el proceso logístico, especialmente en los mercados internacionales.



## MEZCLA LISTA DOÑA TORTA SABOR A CHOCOLATE



### DESCRIPCIÓN

- Como resultado de las investigaciones de mercado, se evidenció la oportunidad de mejorar el perfil sensorial de la Mezcla Lista Doña Torta sabor a chocolate, es por ello que se realiza el relanzamiento de este sabor como Explosión de chocolate, cumpliendo con los atributos deseados por los consumidores.

### BENEFICIOS FUNCIONALES

- Fácil preparación.
- Versátil, puede prepararse en horno o estufa.
- Rinde 16 porciones.
- Miga suave y húmeda.
- Sabor intenso a chocolate.

## MEZCLA LISTA HAZ DE OROS PARA NATILLA TRADICIONAL Y NATILLA SABOR AREQUIPE CON COCO RALLADO



### DESCRIPCIÓN

- Año tras año los consumidores buscan en la temporada navideña sabores que sorprendan a su familia y que evoquen lo mejor de nuestra tradición, por esto Haz de Oros ha acompañado los hogares con su línea tradicional y desde el 2015 con su portafolio de mezclas listas para la temporada decembrina.

### BENEFICIOS FUNCIONALES

- 1 • Producto de excelente calidad.
  - Fácil preparación, solo se debe agregar leche.
  - Contiene panela (30%).
  - La presentación de 300g rinde 12 porciones.
  - Empaque Doypack que conserva mejor el producto y facilita su almacenamiento.
- 2 • Producto de excelente calidad.
  - Único con sabor arequipe con coco rallado.
  - Contiene coco (5%).
  - Fácil preparación, solo se debe agregar leche.
  - La presentación de 280g rinde 12 porciones.
  - Empaque Doypack que conserva mejor el producto y facilita su almacenamiento.



## MEZCLA LISTA HAZ DE OROS PARA BUÑUELOS



Sin colorantes.

Sin conservantes.

### DESCRIPCIÓN

- HV a partir del 2018 fabrica en sus instalaciones las Mezclas Listas para Natilla Tradicional, Natilla Arequipe con Coco rallado y Buñuelos Haz de Oros.

### BENEFICIOS FUNCIONALES

- Producto de excelente calidad.
- Buñuelos crocantes y esponjosos.
- Fácil preparación, solo se debe agregar agua y queso.
- La presentación de 300g rinde 15 porciones.
- Empaque Doypack que conserva mejor el producto y facilita su almacenamiento

## FUSILLI CONZAZONI



Mejor apariencia (formato de tornillo más definido).

Tornillo de mayor volumen después de cocción.

Nueva forma  
3,24cm 12,76mm

Permite una mejor incorporación/adherencia de la salsa.

### DESCRIPCIÓN

- Cambio de molde para mejorar la forma del Fusilli según resultados de estudio de consumidor.

### BENEFICIOS FUNCIONALES

- Pasta Premium elaborada con trigo 100% durum.
- Libre de Grasas Saturadas, Grasas Trans y colesterol.
- Libre de aditivos, especialmente de conservantes y colorantes.



## 2.1.5 Consumidores INFORMADOS



### 1. Nombre del alimento/marca:

Indica la verdadera naturaleza del alimento. Se incluye en la parte frontal del empaque el nombre real y la marca.

### 2. Guías Diarias de Alimentación GDA'S:

Es un rotulado de advertencia que muestra el porcentaje de valor diario de los nutrientes de interés en salud como lo son calorías, grasas totales, grasas saturadas, azúcares y sodio con el fin de prevenir su consumo excesivo.

### 3. Marca sombrilla:

Es la marca de la compañía que elabora el producto.

### 4. Declaración de propiedades nutricionales:

Cualquier representación que afirme, sugiera o implique que un producto posee

propiedades nutricionales particulares, incluyendo su valor energético y contenido de proteínas, grasas, carbohidratos y fibra dietaria, así como su contenido de vitaminas y minerales.

### 5. Peso neto:

Nos dice con exactitud el peso del producto que se va a adquirir, esto nos ayuda a determinar el costo por gramo del alimento.

### 6. Nombre del fabricante:

Información sobre la empresa que elabora el producto y sus datos de contacto.

### 7. Registro sanitario:

Es una autorización otorgada por el INVIMA para la comercialización de productos en el país, y se concede a los alimentos que han cumplido previamente con los requisitos correspondientes aplicables.

### 8. Ingredientes:

Permite conocer las sustancias que contiene el producto. Se ordenan de mayor a menor peso. Este orden ayuda a determinar cuál es el ingrediente que más predomina dentro del alimento.

### 9. Alérgenos:

Sustancias que pueden llegar a producir una reacción alérgica en personas que padecen de alguna patología.

### 10. Información nutricional:

Incluye el valor energético (calorías) que aporta por porción el producto, así como el porcentaje que representa sobre la cantidad diaria recomendada (%VD), tomando como referencia lo que debería consumir teóricamente un adulto en grasas saturadas, grasas trans, colesterol, sodio, carbohidratos, fibra, azúcares y proteínas. También se debe informar

sobre el contenido de vitaminas A, C y minerales como hierro y calcio.

### 11. Instrucciones de conservación:

Recomendaciones para que el alimento conserve sus propiedades físicas, organolépticas y microbiológicas.

### 12. Instrucciones de preparación:

Orientan al consumidor sobre formas de preparación del producto, sea solo o mezclado con otros ingredientes.



## 2.1.6 El compromiso DE NUESTRAS MARCAS

En Harinera del Valle promovemos y difundimos hábitos alimentarios equilibrados y estilos de vida saludables por medio de una comunicación responsable, diseñada para permitir que los consumidores tomen decisiones informadas y comprendan la importancia de un estilo de vida activo y equilibrado. Con este propósito, se utilizan iniciativas de marca, empaque

de productos y sitios web para educar e informar a los consumidores sobre una nutrición balanceada. Muestra de ello son las etiquetas nutricionales detalladas, las diferentes actividades que se realizan en puntos de venta y otros espacios para entregar información que contribuya al conocimiento y uso apropiado de nuestros productos.

### EL SABOR DE NUESTRA CULTURA

Iniciativa que realizaron nuestras marcas Doñarepa y Premier para destacar el sabor de las recetas tradicionales colombianas que se pueden preparar con estos productos. Más de 35.000 personas participaron de las actividades realizadas en puntos de venta en Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla, Bucaramanga y Pereira.



### CARRERA DEL ZOO CON PASTAS LA MUÑECA

Evento deportivo y de recreación para toda la familia que se realizó al interior de las instalaciones del Zoológico de Cali para aportar, con la inscripción de cada participante, a la conservación de

la cuenca media del Río Cali. En esta actividad Pastas La Muñeca se hizo presente recargando de energía a más de 2.000 asistentes con la entrega de degustaciones de producto.







### ESCUELA DE COCINA HAZ DE OROS

En alianza con la Escuela Gastronómica de Occidente EGO y su equipo de chefs expertos, se llevaron a cabo cuatro clases en vivo por Facebook para compartir los usos y versatilidad de la Harina de Trigo Haz de Oros, brindando un espacio en el que los aficionados y emprendedores de la cocina pudieron aprender diferentes preparaciones de una manera fácil y creativa.

### TALLER DE OLIVICULTURA "MEDICINA NATURAL EN TU COCINA"

En el marco de Expovinos, la feria más importante de vinos del país que se realiza en Bogotá, nuestra marca Bucatti ofreció a los asistentes este taller en el que se dieron a conocer las propiedades y usos del aceite de oliva para diferentes preparaciones, así como sus beneficios para la salud.



### COMPARTE TU TRADICIÓN HAZ DE OROS Y PREMIER

Con el objetivo de compartir días llenos del espíritu de la Navidad, nuestras marcas Haz de Oros y Premier convocaron a sus seguidores en las redes sociales para que compartieran sus tradiciones favoritas de la temporada decembrina, buscando elegir la más original de ellas e invitarlos a hacerla realidad

para una fundación dedicada al cuidado de niños o de adultos mayores. Más de 3.000 personas de fundaciones en Barranquilla, Bogotá, Cali y Medellín disfrutaron de momentos inolvidables cantando villancicos, recordando sus tradiciones y compartiendo la novena junto a deliciosa natilla, buñuelos y hojaldres.





## 2.1.7 Nuestros consumidores EN EL EXTERIOR

Desarrollamos estrategias de comunicación dirigidas a la población de cada país en donde está presente nuestra marca Doñarepa, entendiendo sus preferencias culinarias y destacando la versatilidad de este producto para realizar diferentes preparaciones tradicionales.

### a) EL SABOR DE NUESTRA CULTURA

Doñarepa participó activamente en la celebración más importante de Costa Rica, Día de la Independencia – 15 de septiembre, dando a conocer a través de buses públicos rotulados, medios digitales y recetarios su versatilidad para preparar diferentes platos típicos ticos.

Doñarepa también hizo parte del desfile tradicional, en el cual niños y adultos alumbran las calles con faroles alusivos a este tradicional momento.



### b) UNA MASA, MUCHAS PREPARACIONES

En Panamá realizamos activaciones en puntos de venta, en las cuales se dio a conocer la versatilidad de Doñarepa en diferentes preparaciones a través de degustaciones e impulso.

Adicionalmente, en el mes de la Independencia de Panamá, Doñarepa participó de la celebración y en eventos de las cadenas en los que se prepararon tamales panameños, ofrecidos por nuestro equipo de trabajo, quienes se vistieron con el traje típico del país.

### c) NUEVAS REFERENCIAS EN PANAMÁ

Con el fin de mejorar nuestra exhibición en punto de venta de las presentaciones Doñarepa Blanca y Amarilla 500 g, se desarrolló la presentación en empaque de fondo plano, la cual está disponible en todos los puntos de venta de Panamá. También se desarrolló la presentación de Doñarepa Blanca 22.68 kg con el objetivo de atraer al mercado de hoteles, restaurantes y cafeterías (HORECA).







## 2.2

### Nuestros **CLIENTES NOS FORTALECEN**

Desde nuestra apuesta por la sostenibilidad buscamos siempre establecer relaciones duraderas con nuestros clientes y ofrecerles productos y líneas de negocio innovadoras y rentables.

Sabemos que nuestra fortaleza radica en la capacidad de atender sus necesidades y expectativas a través de un portafolio de productos y servicios de la más alta calidad, reconociéndolos como aliados estratégicos de nuestro negocio. Por esta razón, nos enfocamos en desarrollar programas de asesoría y formación que agregan valor a sus negocios, a la vez que capacitamos a nuestros equipos de Ventas, Logística y Producción para seguir ofreciendo una atención diferenciada a nuestros clientes en Colombia y en el exterior.



## 2.2.1 Nuestro SERVICIO AL CLIENTE

El área de Servicio al Cliente durante el año 2018 continuó el fortalecimiento del foco estratégico de Enfoque en el Cliente a través de la capacitación y sensibilización a todos los colaboradores de HV respecto a la importancia del proceso de atención y gestión oportuna de las peticiones, quejas y reclamos de nuestros clientes y consumidores.

Igualmente se realizó el Programa de BPA (Buenas Prácticas de Almacenamiento) que tiene como objetivo generar valor a nuestros clientes a través de la construcción de una cultura de buenas prácticas en el manejo de productos alimenticios.

### INICIATIVA

**Fortalecer el vínculo de confianza con nuestros clientes y consumidores, ofreciendo una atención oportuna y ágil de sus peticiones, quejas, reclamos y sugerencias (PQRS).**

**Equipos multidisciplinarios comprometidos, enfocados en mejora continua de procesos y productos que nos permitan hacer parte de la vida de nuestros consumidores y clientes.**

**Promover y ejecutar iniciativas de fidelización que agreguen valor a nuestros clientes.**

**Comunicar y sensibilizar sobre el proceso de Servicio al Cliente y la importancia del mismo para la Compañía.**

### AVANCE

- 1.298 casos atendidos en donde se brindó información y asesoría a: 345 consumidores y 953 clientes.
- Durante el año 2018 el tiempo de atención a PQRS de nuestros clientes y consumidores mejoró en un 2% en comparación con el año anterior.
- Capacitación en el proceso de atención de PQRS para nuestros clientes en el exterior.

Creación de 9 equipos de excelencia para mejora de procesos como resultado de la retroalimentación de nuestros clientes y consumidores.

Capacitación a 22 clientes y sus equipos de trabajo en Buenas Prácticas de Almacenamiento en las ciudades de Cali y Medellín.

Capacitación a más de 700 colaboradores respecto a la generación de valor del proceso de servicio al cliente.

Compartimos algunos comentarios de nuestros consumidores respecto a la atención brindada a sus PQRS:



“Buenas noches, he recibido el detalle de ustedes, la HARINA para elaborar el pan que tanto deseamos en nuestra familia, al igual que la información sobre dónde debo dirigirme para comprarla la próxima vez. Hoy comenté en la compañía donde estoy vinculada comercialmente, que el SERVICIO AL CLIENTE que tienen ustedes es EXCELENTE, les decía que su respuesta a mi correo fue inmediata, y además tuvieron el detalle de preocuparse por mi impase al elaborar el pan con la Harina Haz de Oros, y a la vez tener el detalle de obsequiarme una variedad de sus PRODUCTOS, de los cuales son de los más comercializados. Esto demuestra el cuidado que tiene esta Empresa HARINERA DEL VALLE, de permanecer en el Mercado como el #1, porque atienden con cordialidad y diligencia las apreciaciones de sus clientes, quienes lo hacemos en Beneficio de conservar el buen Nombre de su Empresa, además esta experiencia me deja muy contenta al Saber que nuestro Departamento y nuestro País, tienen de qué sentirse orgullosos de poder contar con una Empresa con una Excelente calificación en todos sus departamentos, como lo pude ver en este caso mío, que siendo yo un cliente individual, dejó en mí un MODELO A SEGUIR, de cómo ustedes conservan y cuidan los clientes Grandes y Pequeños, y a la vez la IMAGEN DE SU COMPAÑÍA. SUS EMPLEADOS TIENEN LA CAMISETA PUESTA, ES TRABAJAR EN UNIDAD, PORQUE ELLA HACE LA FUERZA. Muchas Gracias”.

**María Zulma Rojas Hurtado.** - PQRS: Harina de trigo Haz de Oros Familiar.

El señor Rafael Martínez indica que en respuesta a su reclamación recibió una carta y una anqueta con productos de Harinera del Valle, por lo cual manifiesta su agradecimiento por la oportuna atención que recibió.

**Rafael Martínez**  
Vía Línea Servicio al Cliente  
PQRS: Pastas Conzazoni.

“Buenas noches. Quiero agradecer su atención a mi requerimiento, su oportuna y cordial respuesta y también por su gesto de no solo reponer el producto si no darme una gran variedad de sus productos. Quedo altamente satisfecha. Esperando que tengan mucho éxito”.

**Edith Cristina Fernández**  
PQRS: Harina de trigo Haz de Oros Familiar.



## 2.2.2 Acciones que agregan VALOR A NUESTRO SERVICIO

### CAMPAÑA “EL VALOR DEL SERVICIO AL CLIENTE”

Esta campaña tuvo como objetivo capacitar al personal de HV sobre el proceso de Servicio al Cliente y sensibilizar respecto a la importancia del mismo para la Compañía.

En la capacitación se utilizaron herramientas didácticas digitales donde se explicó paso a paso la atención de PQRS de clientes y consumidores, cómo se genera valor a través de cada etapa del proceso, los canales de atención y cómo se ejecuta la mejora continua de los procesos internos a partir de la relación con nuestros clientes y consumidores.

A través de la campaña se capacitó a más de 700 colaboradores de todas las Áreas Administrativas y Operativas a nivel nacional.



### CAPACITACIÓN BPA PARA NUESTROS CLIENTES

Uno de nuestros programas principales para generar valor a nuestros clientes es BPA ( Buenas Practicas de Almacenamiento) el cual tiene como objetivo capacitar y asesorar en el cumplimiento de los requisitos y prácticas necesarias para realizar un óptimo manejo de producto en sus centros de almacenamiento y de esta manera se minimicen riesgos de inocuidad para los consumidores y contribuya a la competitividad de sus negocios.

En el 2018 participaron del programa 22 clientes de Cali y Medellín y se capacitó a 54 personas de los equipos de trabajo de las áreas de logística y calidad de los clientes participantes.





## 2.2.3 Nuestros CLIENTES PANADEROS

### a) FORTALECIENDO LOS NEGOCIOS DE NUESTROS CLIENTES PANADEROS



### b) CAPACITACIÓN POR EXPERTOS DE LA APP

Con el propósito de seguir fortaleciendo en nuestros clientes panaderos sus habilidades y destrezas y buscando hacer más competitivos sus negocios, la Unidad de Negocios de Clientes Industriales de HV continuó ofreciendo atención, asesoría y capacitación permanente a través de diferentes estrategias.

En este año el equipo de Asesores Profesionales en Panadería APP, con su conocimiento y gran experiencia, dictó 131 capacitaciones sobre técnicas de preparación de diversos productos de panificación con el objetivo de fortalecer la

experticia de los panaderos y ampliar el portafolio de productos que ofrecen en sus negocios.

Estas capacitaciones se complementaron con el inserto de panadería práctica que se puede encontrar en la Revista Harinotas APP, la cual se entrega a los panaderos trimestralmente.

Además de estos apoyos, en el 2018, con el fin de fortalecer este proceso de aprendizaje se implementó el canal de YouTube a través del cual de manera práctica y fácil los panaderos pueden acceder a estas capacitaciones.

Equipo de Asesores Profesionales en Panadería - APP





### c) NIÑO PANADERO: PENSANDO EN LAS FAMILIAS

Con el objetivo de contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de nuestros clientes panaderos, les invitamos en dos momentos del año a compartir espacios de recreación y unión con sus familias. El programa contó con dos momentos especiales:

#### • RECREACIÓN EN FAMILIA:

En Pereira, Bogotá, Medellín y Cali se realizó el día del Niño Panadero en diferentes sitios de recreación. En total se contó con la asistencia de 660 personas, todas pertenecientes a las familias de nuestros clientes.



#### • VAMOS A CINE EN FAMILIA:

Su propósito es ofrecer un espacio de esparcimiento y de unión en familia, en donde se busca promover un momento especial para compartir, recrearse y

disfrutar. Esta actividad se realizó con clientes de Cali, Medellín y Bogotá con una participación de 720 personas.





## 2.2.4 Nuestros CLIENTES EN EL EXTERIOR

Ahora nuestros productos de exportación, Doñarepa y nuestras premezclas familiares Doña Torta y Pancakes, se encuentran en 12 países. En 2018 ingresamos a dos nuevos mercados: Perú e Italia.



- |  |   |   |
|--|---|---|
|  Costa Rica           |  Panamá            |  Chile   |
|  Estados Unidos       |  España            |  Ecuador |
|  Perú                 |  Canadá            |  Curazao |
|  República Dominicana |  Trinidad y Tobago |  Italia  |

### PORTAFOLIO EXPORTADOR

Contamos con un amplio portafolio de Doñarepa, nuestro producto de mayor participación en exportaciones, a través del cual se ofrecieron:

- Para el consumidor final: Doñarepa Blanca y Amarilla 1 kg, 500g y 200g, Doñarepa del Campo 1 kg y Doñarepa con Fibra 500g.
- Para clientes institucionales: Doñarepa Blanca 22.68 kg.

En premezclas familiares exportamos la Mezcla Lista Haz de Oros para tortas Doña Torta en sus sabores Chocolate y Vainilla 500g, como también la Mezcla Lista Haz de Oros para Pancakes Regular y Light 300g.

### REVISIÓN Y AJUSTE DE ETIQUETADO INTERNACIONAL

En el 2018 se realizó una rigurosa revisión de la normatividad de cada país en aspectos técnicos de producto y rotulado internacional. Esto nos permitió unificar láminas de la marca Doñarepa por zona geográfica, reduciendo el consumo de stickers, así como adaptar las indicaciones de uso y recetas de acuerdo a la cultura de cada país.

Adicionalmente, se incluyeron textos en los idiomas más significativos de cada región, como por ejemplo para la Unión Europea las etiquetas son en español, francés, italiano y portugués, y para Norteamérica son en español, inglés y francés. Lo anterior nos ha permitido generar una relación más cercana de la marca con nuestro consumidor de mercados internacionales.







Equipo Comercial Doñarepa Panamá

### c) NUEVOS CANALES DE COMUNICACIÓN CON NUESTROS CONSUMIDORES Y CLIENTES DE DOÑAREPA

Desarrollamos la página web con contenido dirigido a los consumidores de Costa Rica, Panamá y Chile, teniendo en cuenta su lenguaje, las preparaciones típicas, los productos disponibles en su mercado y sus atributos gastronómicos tradicionales.

También, se incluyó una sección en la que el cliente o consumidor de cada país puede encontrar los datos de contacto del Distribuidor oficial de HV para adquirir nuestro producto.

Además, se crearon fanpages en Facebook para Doñarepa Costa Rica, Doñarepa Panamá y Doñarepa Chile, las cuales buscan comunicar la versatilidad

del producto en las diferentes preparaciones típicas de cada país, así como dar a conocer nuevas preparaciones.

Por otro lado, en Costa Rica tuvimos menciones especiales en uno de los programas más importantes de la televisión nacional llamado 'Giros', en el que se anunciaron videos de 'Recetas Prácticas para Compartir en Familia' en época de Navidad, así como los atributos nutricionales y beneficios de nuestro producto. Igualmente, continuamos con nuestra alianza con Tía Florita, conocida por sus más de 60 años de experiencia en programas de cocina en los que prepara recetas con Doñarepa en canales de televisión locales y en sus redes sociales.



Equipo Comercial Doñarepa Costa Rica

### d) DOÑAREPA, UNA DE LAS MARCAS MÁS RECONOCIDAS POR LOS HOGARES COSTARRICENSES

Con el fin de profundizar en el conocimiento del consumidor de Costa Rica, entender el comportamiento de compra de la categoría de harinas precocidas de maíz e identificar estrategias enfocadas en el crecimiento de Doñarepa, se realizó una investigación de mercado cualitativa y cuantitativa a 200 hogares ticos con Kantar Worldpanel, dando como resultado que Doñarepa es una de las marcas más reconocidas por los hogares costarricenses y la primera marca de origen extranjero más comprada en ese país.





## 2.2.5 Asegurando la lealtad y satisfacción DE NUESTROS CLIENTES

Alineados con el foco estratégico de Enfoque en el cliente, con el cual tenemos como objetivo agregar valor y ofrecer un servicio diferenciado a nuestros clientes, continuamos capacitando en cada una de las líneas de negocio de HV a nuestros colaboradores de los equipos de Ventas, Producción y Logística.



### a) Programa La Llave Maestra

Con el soporte académico del Colegio de Estudios Superiores de Administración CESA, en el 2018 se implementó la fase II del programa de capacitación La Llave Maestra.

El objetivo de esta fase fue el fortalecimiento de la Gestión Efectiva en Ventas, a partir de la identificación de las instancias claves del proceso negociador, el entendimiento de la dinámica del mercado para concretar la venta y el aprendizaje y aplicación de técnicas de fidelización que contribuyan al fortalecimiento del vínculo con nuestros clientes. Seguimos afianzando una técnica de negociación estandarizada en la Compañía que sea referente en el mercado y ofrezca a nuestros clientes un servicio diferenciado que nos permita seguir satisfaciendo sus necesidades y logre relaciones comerciales duraderas y de mutuo beneficio.

Cuarenta y siete (47) líderes de nuestros equipos comerciales de

la Unidad de Consumo Masivo y de la Unidad de Clientes Industriales profundizaron sus conocimientos y fortalecieron sus competencias y habilidades comerciales.

### b) Capacitación técnica Línea Industrial

Además de contar con todos los beneficios que ofrece la Asesoría Profesional en Panadería – APP – de Haz de Oros, fortalecimos nuestro Equipo de Ventas en todo el país para que de manera idónea y experimentada, ofrezca la mejor atención y asesoría a nuestros clientes.

Con este objetivo, se realizó un programa de capacitación en temáticas de panificación y fichas técnicas de las harinas industriales. En total fueron 40 jornadas realizadas en las ciudades de Cali, Bogotá y Medellín en las que fueron capacitados 45 vendedores.

### c) Capacitación clientes internacionales

Cinco equipos de nuestros doce



Equipo de Ventas en Programa La Llave Maestra

clientes internacionales de los países de Panamá, República Dominicana, Ecuador, Perú y Chile fueron capacitados en temas como: los atributos de los productos de nuestro portafolio, el rol de la marca, la estrategia de comunicación de acuerdo al mercado, información nutricional, lectura de etiquetas y beneficios nutricionales de nuestra materia prima.

Adicionalmente, los asistentes pudieron interactuar con cada uno de los productos y reconocer las características sensoriales y principales diferencias frente a la competencia. Esta capacitación fue liderada por el área de Negocios Internacionales e Investigación y Desarrollo.

### Capacitación Equipos Comerciales, Logística y de Servicio al Cliente:

Con el propósito de promover espacios de retroalimentación con nuestros clientes, se capacitaron equipos de Panamá, Costa Rica, Chile y Ecuador en buenas prácticas de atención a quejas, reclamos, sugerencias y el manejo de averías de producto.

### Capacitación a colaboradores de Planta de Empaque Doñarepa HV

Colaboradores de la Planta de Producción de Doñarepa fueron capacitados en los aspectos que se deben tener en cuenta para el etiquetado del producto de exportación según los requisitos de cada país.



Colaboradores de Planta de Producción Doñarepa en capacitación





## 2.3

### Trabajo en equipo **QUE EMPODERA**

Para HV uno de los principales objetivos de la sostenibilidad es promover el desarrollo de nuestros colaboradores, buscando consolidar a Harinera del Valle como un buen lugar para trabajar.

Nuestro compromiso está relacionado con la creación de empleo de calidad, el logro y mantenimiento de ambientes saludables y seguros de trabajo y el desarrollo y fortalecimiento de las habilidades y competencias de nuestros colaboradores, entendiendo que el capital humano es el catalizador de todos los procesos orientados al logro de la estrategia de sostenibilidad.



## 2.3.1 Nuestros COLABORADORES

Este Reporte además de mostrar las cifras socio-demográficas de nuestros colaboradores, busca reconocer la importancia que tienen todas y cada una de las **1.571 personas** que laboraron en Harinera del Valle en este periodo.



### PERSONAS EN HV

	Contratación directa	Contratación temporal	Estudiantes en práctica (Universidades)	Estudiantes en práctica (SENA)
Hombres	<b>736</b>	<b>157</b>	<b>5</b>	<b>36</b>
Mujeres	<b>541</b>	<b>50</b>	<b>10</b>	<b>36</b>

### EDAD

	Entre 21-30 años	Entre 31-40 años	Entre 41-50 años	Entre 51-60 años	Mayores de 61 años
Hombres	<b>119</b>	<b>238</b>	<b>191</b>	<b>165</b>	<b>23</b>
Mujeres	<b>116</b>	<b>215</b>	<b>135</b>	<b>71</b>	<b>4</b>

## NIVELES ESCOLARIDAD

	Primaria / Secundaria	Técnico / Tecnólogo	Universitario	Maestría / Especialización
Hombres	<b>424</b>	<b>138</b>	<b>155</b>	<b>19</b>
Mujeres	<b>256</b>	<b>93</b>	<b>175</b>	<b>17</b>



## 2.3.2 Estandares LABORALES





## 2.3.3 Promovemos espacios DE PARTICIPACIÓN Y BIENESTAR

En diciembre del año 2017 inició el nuevo Pacto Colectivo de Trabajo, cuyos nuevos beneficios fueron producto de un acuerdo entre representantes de la Empresa y de los colaboradores.

Cada una de las Plantas de Producción cuenta con representantes en la Comisión Permanente del Pacto Colectivo, la cual tiene por objetivo acompañar, revisar y vigilar el cumplimiento de lo acordado.

Para fomentar la participación de los colaboradores en el Pacto Colectivo, los representantes de la Comisión no pueden ser integrantes de otros comités, como el Comité de Fondo Rotatorio para Compra y Mejora de Vivienda, Comité de Actividades Lúdicas, Deportivas y Recreativas.

### COMITÉ DE CONVIVENCIA

El Comité de Convivencia está conformado por 48 colaboradores, 24 mujeres y 24 hombres tanto de Plantas de Producción como de los Equipos Administrativos.

En el año 2018 no se presentaron casos al Comité de Convivencia de Harinera del Valle, el cual cuenta con un procedimiento interno, confidencial, conciliatorio y efectivo para prevenir las conductas de acoso laboral.

### Participación

Plan de Beneficios	
Hombres	Mujeres
299	437
Pacto Colectivo	
437	104
TOTAL	
736	541

El Pacto Colectivo y el Plan de Beneficios no incluyen especificaciones de periodos mínimos de preaviso relativos a cambios organizativos.



## 2.3.4 Beneficios SOSTENIBLES

En el año 2018, se otorgaron beneficios a nuestros colaboradores en educación, salud, préstamos, pólizas y otros auxilios por un valor de:

  
\$ 4.853'963.595



### a) EDUCACIÓN

Los auxilios educativos tienen como objetivo fomentar mejores niveles educativos tanto para colaboradores como para sus hijos. Comprende apoyo para adelantar estudios en diferentes niveles (bachiller, técnico, pregrado), para la compra de útiles y apoyar los derechos de grado.

Por último, se entrega la Beca Arcesio Paz Paz para hijos de colaboradores en etapa estudiantil que obtengan los mejores resultados en las Pruebas Saber 11 que realiza el Estado colombiano.

Para el 2018, tanto hombres como mujeres accedieron equitativamente a estos auxilios y se entregaron en total 10 becas. En los últimos tres años HV ha invertido en la educación de los colaboradores y sus familias más de 3.000 mil millones de pesos.

### Inversión en educación de colaboradores e hijos 2017- 2018

2017	2018
Auxilios educativos	
\$ 887'120.630	\$ 941'656.457
Préstamos educativos	
\$ 101'724.319	\$ 176'280.208
Programas de formación y educación	
\$ 172'305.000	\$ 200'156.598
<b>TOTAL</b>	
\$ 1.161'149.949	\$ 1.318'093.263



### b) SALUD

Se entregaron 21 millones de pesos más que en el 2017 por concepto de auxilios a los colaboradores y sus familias, siendo los más solicitados el auxilio de anteojos y medicamentos o exámenes clínicos. De los 1.144 colaboradores que accedieron a este auxilio el 56% fueron hombres y el restante 44% mujeres.

#### Auxilios en salud 2017- 2018

2017	2018
Auxilio anteojos	
\$ 228'009.108	\$ 171'070.000
Odontología	
\$ 63'023.279	\$ 59'551.000
Medicamentos, exámenes clínicos y otros	
\$ 63'023.279	\$ 144'583.518
<b>TOTAL</b>	
\$ 354'055.666	\$ 375'204.518

### c) OTROS AUXILIOS Y BONIFICACIONES

#### Otros auxilios 2017 - 2018

2017	2018
Bonificación por reconocimiento de pensión, retiro o invalidez	
\$ 18'594.300	\$ 30'708.144
Auxilio a familia por defunción del asociado y/o familia	
\$ 23'558.682	\$ 22'656.018
Auxilio de primera comunión de hijos	
\$ 33'790.196	\$ 54'686.940
Auxilio cuota de manejo tarjeta pago nómina	
\$ 49'508.527	\$ 46'130.970
Auxilio para licencia de conducción	
\$ 541.758	\$ 315.689
Bonificación de productividad y mejora continua	
\$ 813'486.000	\$ 891'946.994
Bonificación por antigüedad	
\$ 17'918.173	\$ 56'801.304
<b>TOTAL</b>	
\$ 957'397.636	\$ 1.103'246.099



### d) PRÉSTAMOS

#### Préstamos HV 2017 - 2018

2017	2018
Mejora de vivienda	
\$ 207'019.000	\$ 272'832.000
Compra de vivienda	
\$ 336'800.000	\$ 286'000.000
Calamidad doméstica	
\$ 158'791.700	\$ 95'507.000
Compra de vehículo	
\$ 315'346.000	\$ 551'000.000
Préstamo ordinario	
\$ 82'114.964	\$ 77'136.833
<b>TOTAL</b>	
\$ 1.100'071.664	\$ 1.282'475.833

La inversión para compra de vehículo y vivienda, así como para la mejora de esta última, abarca más del 50% de los préstamos de los 139 créditos otorgados a 89 hombres y 50 mujeres.

### e) PÓLIZAS

#### Pólizas

2018
Pólizas exequiales
\$ 128'555.314
Póliza de seguro de vida
\$ 89'979.264
Póliza de incapacidades
\$ 60'691.872
<b>TOTAL</b>
\$ 279'226.450





### g) PROGRAMAS QUE GENERAN BIENESTAR

Nombre del Programa	Beneficiarios	Valor invertido en pesos
Familia Harinera	<b>75</b>	<b>\$ 6'105.000</b>
Jornada de integración Familiar	<b>3.667</b> Personas	<b>\$ 210'000.000</b>
Actividades integración fin de año	<b>1.400</b> Colaboradores	<b>\$ 248'974.937</b>
Fortalecimiento de la Comunicación y Relacionamiento Asertivo	<b>10</b>	<b>\$ 1'300.000</b>
Programa Recreo-deportiva (Distrito Comercial Bogotá y Planta de Producción Mama - ía)	<b>170</b>	<b>\$ 7'601.700</b>
Fechas especiales	<b>80</b>	<b>\$ 2'500.000</b>
Reconocimiento a la Antigüedad	<b>245</b>	<b>\$ 19'235.795</b>

Colaboradores Planta de Producción Villa Rica



## 2.3.5 Garantizamos ESPACIOS SEGUROS

Con el fin de garantizar espacios seguros, nuestros comités de Seguridad y Salud en el Trabajo continúan trabajando en cada una de las Plantas de Producción, Distritos Comerciales y Sede Corporativa.

### Comités espacios seguros

Hombres	Mujeres	TOTAL
COPASST		
<b>25</b>	<b>19</b>	<b>44</b>
Comité de Brigadistas		
<b>71</b>	<b>14</b>	<b>85</b>
Comité de Emergencia		
<b>18</b>	<b>8</b>	<b>26</b>
Comité de Evacuación		
<b>52</b>	<b>28</b>	<b>80</b>
Coordinadores para Trabajo en alturas		
<b>47</b>	<b>4</b>	<b>51</b>
Estructura de apoyo y Gestión de la SST		
<b>2</b>	<b>4</b>	<b>6</b>

### SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

En el año 2018, de acuerdo a los indicadores de Seguridad y Salud en el Trabajo, la tasa de accidentalidad fue de 6.7% presentando reducción respecto al año 2017.

#### Indicadores Seguridad y Salud en el Trabajo

2017	2018
<b>118</b>	<b>81</b>
Número de accidentes laborales	
<b>1.487</b>	<b>757</b>
Número de días de incapacidad por accidente	
<b>501</b>	<b>503</b>
Número de incapacidades por enfermedad común	
<b>8.117</b>	<b>7.930</b>
Días de ausencia por enfermedad común	
<b>7.6%</b>	<b>6.7%</b>
<b>TASA DE ACCIDENTALIDAD</b>	





## 2.3.6 Comprometidos con la capacitación Y FORMACIÓN DE NUESTROS COLABORADORES

En el año 2018 continuamos afianzando la formación y capacitación de nuestros colaboradores para fortalecer el desarrollo de competencias y habilidades.



**842**  
COLABORADORES  
CAPACITADOS  
CON UN PROMEDIO DE  
**18 HORAS**  
DE FORMACIÓN  
POR PERSONA.

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

CreSer como principal programa de formación HV, ofreció diferentes tipos de cursos presenciales en temas de interés general, contando con la participación de más de 150 colaboradores.

Uno de sus principales logros fue la actualización de la plataforma virtual de capacitación CreSer que permitió el acceso a contenidos virtuales, independientemente de la sede en la que se encuentra el colaborador, brindando flexibilidad horaria, facilidad para inscripciones en línea y acceso a cursos de educación continua.



Colaboradores en Curso CreSer

### PERSONAL DE SEGURIDAD EN HV

El 100% de nuestros colaboradores del Equipo de Seguridad tanto propio como de outsourcing, recibieron formación en derechos humanos y su aplicación a la seguridad de la Organización.

## 2.3.7 Voluntariado HV

Durante el 2018, el Voluntariado HV, conformado por 20 colaboradores de diferentes disciplinas y áreas de HV, participaron activamente en tres frentes principales:

### COMPARTIENDO EXPERIENCIA Y CONOCIMIENTO

En este año atendimos más de 500 estudiantes de grado universitario, técnico o bachiller, a través de las visitas a nuestras Plantas de Producción. Los estudiantes, además de conocer las prácticas sostenibles de HV y el proceso productivo, tuvieron la oportunidad de interactuar con colaboradores que compartieron su experiencia profesional según la formación académica en curso del grupo estudiantil visitante.

### PARTICIPANDO CON LA COMUNIDAD:

Frente a las acciones con la comunidad, los Voluntarios HV participaron en las iniciativas Por Amor a Dagua y en la Jornada de EcoFestival al Parque en Cali.

### MOVILIZÁNDONOS POR UN MUNDO MEJOR:

El grupo de Voluntarios HV se unió a causas sociales de interés nacional y local. Más de 1.400 colaboradores de Harinera del Valle ubicados en todo el país, Plantas Productivas y Distritos Comerciales, apoyaron la jornada de ALIMENTATÓN liderada por la Asociación de Bancos de Alimentos, a través de la cual se lograron recoger 898 kilos de alimentos que se entregaron a los Bancos de Alimentos del país y a Ancianatos de Dagua, Palmira y Villa Rica.



Gracias por unirte a la #Alimentatón2018



harinera del valle  
Con tu ayuda seguimos beneficiando a más de 581 mil personas.





A nivel local, a través de la Campaña “Por los Animales Yo me muevo”, se recolectaron 84 kg de alimento para apoyar la causa de un líder campesino de Dagua, que cuenta con un refugio para perros y gatos en ese municipio. También se realizó una jornada de esterilización para 22 perros y 10 gatos.



### 2.3.8 Socialización del Reporte DE SOSTENIBILIDAD HV 2017

En el 2018, se socializó el Reporte de Sostenibilidad 2017 a colaboradores tanto de nuestras Plantas de Producción, Distritos Comerciales, así como a los equipos administrativos en nuestra Sede Corporativa. Esta socialización se realizó mediante una metodología participativa

a través de la cual cada equipo de trabajo HV expone y socializa su aporte a la sostenibilidad de la Compañía. Este ejercicio, que deja como muestra el aporte a la sostenibilidad fue difundido posteriormente a través de los medios de comunicación internos.



Socialización Reporte de Sostenibilidad – Barranquilla

### 2.3.9 HV de cara a la transformación DIGITAL SAP

Desde hace 20 años HV implementó SAP como su sistema de información empresarial, siendo soporte de nuestra gestión organizacional. Nuestro equipo de Tecnología Informática cuenta con expertos formados en temas SAP que conforman la Mesa de Atención de los Sistemas de Información (MASI) los cuales han desarrollado importantes implementaciones en diferentes módulos como HCM, PM, MM, FI, SD, entre otros, que han

permitido hacer más eficiente la integración de la información y la estandarización de los diferentes procesos. En el año 2018, el equipo de T.I siguió incursionando en la implementación de soluciones innovadoras que están permitiendo agilizar procesos y mejorar el análisis de la información para la toma de decisiones. En el siguiente cuadro se destacan los avances alcanzados este año.

PROGRAMA	BENEFICIOS	BENEFICIARIOS
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Análisis del desarrollo: mejoran y apoyan a los usuarios en la gestión de las calificaciones y el plan de desarrollo de los colaboradores.</li> <li>E-Panel: Módulo para la gestión de las evaluaciones sensoriales del Equipo 'ConSentidos'.</li> <li>Liberación de pedidos desde celular, tablets o fuera de la empresa.</li> </ul>	<p><b>Colaboradores</b></p>
	<p>Permite reunir, almacenar y procesar grandes volúmenes de datos operativos y entregar información en tiempos de respuesta más rápidos.</p>	<p><b>Cientes, proveedores y colaboradores</b></p>



PROGRAMA	BENEFICIOS	BENEFICIARIOS
	Facilita la generación de los formularios para las evaluaciones.	<b>Panel sensorial y colaboradores</b>
	Portal para los proveedores, actualización de versiones de fiori transparente para los usuarios.	<b>Proveedores y colaboradores</b>
	Registro de ingreso y salida en tiempo real integrado a SAP para generar reportes de pagos y horas extras, permitiendo planificación de turnos de personal en las diferentes Plantas de Producción.	<b>Colaboradores</b>
	Generación de certificados de retención, consulta de facturas por pagar, consulta de pagos, todos en línea con SAP.	<b>Proveedores</b>
	Facilita la formación virtual de los colaboradores en el marco de una estrategia integral de desarrollo del talento, orientada al logro de los objetivos de la Compañía y la mejora de los niveles de competitividad.	<b>Colaboradores</b>
	Mejoramiento de la asertividad en los pronósticos de ventas. El proceso de Planeación y Análisis de Demanda se empezó a hacer de una manera colaborativa, permitiendo la participación activa de las áreas comerciales.	<b>Colaboradores</b>



Equipo Tecnología Informática





Proveedor Call In Action

## 2.4

### Creceamos juntos APORTANDO AL PAÍS

Para Harinera del Valle, los **proveedores** son nuestros socios estratégicos de negocio. Por ello, le apostamos a su crecimiento y desarrollo al igual que fortalecemos nuestra relación cliente/proveedor basada en la confianza y la responsabilidad.

Hemos avanzado de forma sólida hacia un proceso de compras sostenibles que nos ha permitido compartir nuestras prácticas a través del ejercicio de auditoría en el que se proponen acciones de mejora que estén encaminadas a fortalecer una cadena de valor responsable y sostenible.



## 2.4.1 Nuestros PROVEEDORES

En el año 2018 continuamos nuestro propósito de fortalecer la cadena de abastecimiento, manteniendo relaciones estables con nuestros proveedores basadas en la mutua confianza y beneficio. En este periodo fueron auditados 20 proveedores críticos de material de empaque e insumos de producto. El proceso de auditoría además de evaluar los aspectos referidos al sistema de gestión de calidad de la empresa, las buenas prácticas de manufactura y la política de seguridad (BASC), tiene en cuenta criterios de sostenibilidad que contemplan los 10 Principios del Pacto Global de la Organización de las Naciones Unidas en el marco de los componentes social y ambiental.

A partir del 2018 se incluyeron en los criterios de selección de proveedores aspectos sociales y ambientales.

El Código de Proveedores HV se ha constituido en un referente de consulta que ha permitido orientar a los proveedores sobre nuestros principios éticos y guía de comportamiento alineado con nuestro Direccionamiento Estratégico y Código de Ética en el marco de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y los 10 principios del Pacto Global.

Este código se encuentra disponible en nuestra Pagina Web <https://www.hv.com.co/proveedores/>



BUSINESS ALLIANCE FOR SECURE COMMERCE

**CERTIFICADO BASC**  
**COLCL000026-1**

## 2.4.2 Prácticas SOSTENIBLES



### 1. Promovemos desarrollo en el país

El 97% de nuestros proveedores son nacionales y están ubicados en 25 departamentos de las diferentes regiones.

### 2. Evaluamos y retroalimentamos a nuestros proveedores

Se realizaron 20 auditorías a proveedores, incluyendo criterios de sostenibilidad.

### 3. Mantenemos relaciones estables y duraderas

El 36% de nuestros proveedores nacionales lleva más de 10 años

de relación con HV y el 54% más de 6 años.

### 4. Compartimos y fomentamos prácticas sostenibles

- 1.591 proveedores y contratistas capacitados en prevención y control de riesgos laborales.
- Indicadores de sostenibilidad hacen parte de la evaluación de proveedores.

### 5. Fortalecemos nuestra comunicación y dialogo

Nuestro Portal de Proveedores fue visitado 13.361 veces.



## 2.4.3 Cadena DE ABASTECIMIENTO

### 1 Proveedores

- Trigo
- Productos comercializados
- Maíz
- Aceite Crudo
- Azúcar



### 2 Abastecimiento

- Marítimo
- Terrestre



### 4 Manufactura

- Planta de Producción
- Productos Listos
- Premezclas
- Pastas
- Harinas
- Aceites



### 3 Proveedores insumos

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



### 5 Distribución

- Distritos Comerciales



### 6 Clientes y Consumidores

- Directos
- Indirectos







## 2.5

## El poder de la CORRESPONSABILIDAD

Entendemos la corresponsabilidad como un principio de responsabilidad compartida que permite a las comunidades participar y comprometerse con el desarrollo de sus propias iniciativas, en las que HV juega un papel de apoyo y acompañamiento a su gestión buscando el logro de objetivos comunes. Desde esta perspectiva, hacemos manifiesto nuestro compromiso con la sociedad a través del desarrollo de diferentes programas de inversión social.

En este periodo, diseñamos el programa NutriRSE, cuyo objetivo principal tiene relación directa con nuestro core de negocio, en tanto a través de este, buscamos promover hábitos alimentarios y estilos de vida saludables en niños y niñas escolares.

Igualmente, desde nuestra política de cero desperdicios de alimentos, fortalecimos el proceso de donación en nuestros once Distritos Comerciales, ubicados en diferentes ciudades del país, y nos articulamos a través de alianzas público-privadas a diversas iniciativas de la agenda pública de la región.



## 2.5.1 NutriRSE



Siendo HV una empresa que sabe de alimentos y reconociendo que la promoción de hábitos de alimentación saludable en niños y niñas es una necesidad sentida frente a las problemáticas de salud que se están evidenciando, tales como malnutrición, sobrepeso y obesidad infantil, bulimia, anorexia, entre otros, surge NutriRSE como un programa integral dirigido a trabajar con las comunidades educativas sobre hábitos alimenticios y estilos de vida saludables.

El programa se diseñó a partir del desarrollo de las siguientes etapas:

### a) FASE DE INDAGACIÓN:

En esta fase se llevaron a cabo dos acciones fundamentales para la formulación del Programa. La primera fue una sesión de trabajo con el equipo de docentes de las cuatro instituciones educativas de Dagua, Villa Rica, Palmira y Cali para conocer su experiencia y prácticas en torno a hábitos saludables de los escolares de

primera infancia, con el fin de indagar sobre conceptos, metodologías, experiencias y pedagogías con las que se aborda esta temática.

En este primer encuentro se identificó con los docentes que en las instituciones existe divergencia de conceptos y definiciones alrededor de hábitos y prácticas saludables, deficientes metodologías de trabajo, insuficiente material didáctico y hábitos de alimentación que varían de acuerdo al contexto cultural de cada región.

Con el ánimo de obtener mayor conocimiento sobre el material educativo existente en el país que promueva hábitos y estilos de vida saludables en los espacios escolares, se lanzó la convocatoria EdukaNutriRSE en el marco del evento Edukatic promovido por la Universidad ICESI de Cali, con la cual se reconocieron proyectos de clase que promueven este tipo de prácticas, apoyándose en herramientas de la Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC).



Inauguración del Restaurante Escolar - Palmira

### b) FASE PRELIMINAR DE CONCRECIÓN

Paralelo a este proceso, realizamos el diseño y registro de la marca para NutriRSE, la cual fue avalada por la Superintendencia de Industria y Comercio como marca HV. En esta fase, y como compromiso de trabajo con la Institución Educativa de Palmira y alineados con el sentido del Programa, adecuamos y dotamos el Restaurante Escolar de la sede Gabriela Mistral de la Institución Educativa María Antonia Penagos, ubicada en cercanías a nuestra Planta de Producción de Palmira.

### c) FASE DE FORMULACIÓN

A finales del año 2018, se completó el diseño del Programa NutriRSE, el cual se iniciará en el 2019 con la realización del diagnóstico de hábitos de alimentación en niños de primera infancia en cuatro instituciones educativas del Valle y Cauca. Posteriormente y de acuerdo a los resultados obtenidos, se definirán las siguientes etapas del Programa.

El diagnóstico será realizado por el equipo de docentes del Programa de Nutrición y Dietética de la Pontificia Universidad Javeriana de Cali.





## 2.5.2 EducaRSE

### • MEJORES ESPACIOS ESCOLARES

Comprometida con la educación, HV junto a padres de familia, profesores, estudiantes y voluntarios de nuestra Organización, apoyó y promovió la Jornada de Enlucimiento de fachadas y aulas escolares en la sede Antonio Ricaurte de la Institución Educativa del Dagua.

Brochas, rodillos y pintura que fueron donados por HV, se utilizaron para cambiar la imagen del colegio y así, contribuir a una mejor calidad educativa a través del mejoramiento de los espacios y ambiente escolar, en el que se beneficiaron 196 niños y niñas, estudiantes de esta sede ubicada en la cabecera municipal de Dagua.

### • DOTACIÓN DE LIBROS Y MATERIAL DIDÁCTICO

Las dos salas de lectura de primera infancia en Dagua fueron dotadas de material didáctico y libros.

Se apoyó la participación de las promotoras de lectura en eventos de interés que permitieron fortalecer sus conocimientos para el desarrollo de su labor, lo cual se logró a través de la Fundación Bibliotec.

### • REVISTA SEPIME

En este periodo se continuó apoyando la publicación de la Revista sobre Innovación y Emprendimiento SEPIME de la Institución Educativa Simón Rodríguez en Cali, la cual alcanza un cubrimiento de 950 estudiantes y familias simonianas. Esta revista es el producto del trabajo de docentes y estudiantes sobre las acciones que se realizaron en el colegio y los proyectos innovadores que presentan anualmente los estudiantes y que se convierten en emprendimientos que pueden llegar a ser una alternativa de ingresos para los jóvenes.





## 2.5.3 Por nuestros RECURSOS NATURALES

### • POR AMOR A DAGUA

Iniciativa que desde hace 5 años lidera la Institución Educativa del Dagua que logra reunir a la comunidad e instituciones públicas y privadas con el fin de sensibilizar y comprometer a los ciudadanos en torno a una cultura ambiental que reconozca y proteja los recursos hídricos y la biodiversidad de este municipio.

Durante las jornadas, que se realizaron en alianza con la Alcaldía, la Institución Educativa, la Policía Nacional, Bomberos Voluntarios, Coprocenva, la CVC, Dagualimpia y EPSA, nuestros Voluntarios HV estuvieron presentes y participaron en las diferentes actividades.



Exposición 'Dagua Biodiversa' Institución Educativa del Dagua



Voluntarios HV en marcha Por Amor a Dagua 2018



**Marcha con pasacalles** alusivos a promover una cultura amigable con la naturaleza.



**Exposición 'Dagua Biodiversa'** que resaltó la riqueza hídrica y la biodiversidad de cada uno de los 27 corregimientos y de las 123 veredas.



**Jornada de Embellecimiento** de un parque en la cabecera del municipio.



**Jornada de limpieza** de las riberas del río Dagua y la quebrada El Cogollo, en las que fueron recolectadas aproximadamente 2 toneladas de residuos.



Voluntarios HV



## b) ECOFESTIVAL AL PARQUE

Con la participación de más 250 residentes de las comunas 4 y 5 de Cali, se realizó el 20 de octubre el EcoFestival al Parque, una iniciativa del Colectivo Comunitario Sin Fronteras, que contó con el apoyo de reconocidas empresas ubicadas en este sector de la ciudad, las cuales se tomaron el parque de la carrera 1B con calle 52 con actividades que buscaban generar conciencia y cultura de cuidado ambiental en estas comunas.

Familias y voluntarios de las empresas hicieron parte de la programación de actividades y dejaron su huella, ayudando con la pintura del mural más grande de la ciudad (24 metros de largo)

y que se entregó como regalo a Cali con figuras de sus aves más representativas, reflejando en él la riqueza de nuestra fauna y el aporte que todos podemos dar para su conservación.

La jornada también contó con el avistamiento de colonias de aves, la realización de cinco talleres para la creación de huertas urbanas haciendo aprovechamiento de material reciclado, plantón ambiental realizado por estudiantes de la Institución Educativa Simón Rodríguez en el que se mostraron mensajes ambientales y un espacio de muestra artesanal en el que 40 artesanos expusieron sus emprendimientos.



## c) BANCO2 – HV -CVC:

En este año las seis familias campesinas apoyadas a través del Programa BANCO2 continuaron protegiendo los recursos naturales, específicamente el recurso hídrico con el fin de aumentar las fuentes de



agua que alimentan el Río Dagua. De 45 hectáreas intervenidas en este proceso, el 34% se destinan a conservación.



## 2.5.4 Mujeres Empoderadas - DISTRITO DE AGUABLANCA EN CALI

En el año 2018 el grupo de mujeres emprendedoras que hemos venido apoyando a través de capacitaciones en preparación de alimentos, lograron el montaje de tres emprendimientos de comidas rápidas en el Distrito de Aguablanca de la ciudad de Cali. Estos emprendimientos tienen como objetivo el mejoramiento de ingresos.

Esta experiencia ha significado un gran aprendizaje para el grupo, pues paralelo al proceso de montaje de cada negocio, continuaron capacitándose mediante el Programa PROSPERA de la Cámara de Comercio de Cali. Mercadeo, ventas, servicio al cliente, clases de diferentes tipos

de cocina y contabilidad han sido los temas en los que se han fortalecido.

Como parte de su proceso de crecimiento como emprendedoras, visitaron varios establecimientos de comidas rápidas y conocieron la experiencia de propietarios de otros negocios.

Los tres emprendimientos que se han ido consolidando han logrado atraer clientes permanentes en el sector donde se ubican y ofrecen servicio a domicilio para empresas o grupos que requieran de refrigerios, almuerzos o eventos.



Mujeres Empoderadas - Distrito de Aguablanca en Cali

## 2.5.5 Alianzas QUE DEJAN HUELLA

### a) VISITAS ESTUDIANTILES

Durante el 2018 recibimos en nuestra Planta de Producción Cali a 500 estudiantes pertenecientes a 20 instituciones educativas universitarias, técnicas y colegios.



Universidad del Valle



Universidad Cooperativa de Colombia



## b) DONACIÓN DE ALIMENTOS

Este año continuamos fortaleciendo nuestra práctica de donación de productos a los Bancos de Alimentos en todo el país, evitando la pérdida y el desperdicio de alimentos aptos para el consumo humano.

En total, en el año 2018 entregamos a once Bancos de Alimentos de todo el país y a las instituciones que se benefician periódicamente con nuestras donaciones de producto, más de 19 toneladas de alimentos para personas que lo necesitan.

**OCTUBRE 2018**

Queremos agradecer y reconocer la contribución que realizó **HARINERA DEL VALLE** a la reducción del desperdicio de alimentos y la nutrición de la población más vulnerable de nuestro país, por medio de las donaciones en Producto.



## c) ALIANZAS ESTRATÉGICAS

### COMITÉ RSE - COMUNAS 4 Y 5

Este Comité está conformado por diferentes empresas de las comunas 4 y 5 con el objetivo de contribuir al desarrollo social y ambiental de esta zona de la ciudad. Entre las empresas que participan se encuentran Centro Comercial Único, Centro Comercial Carrera, Abbott, Motul, Reckitt Benkiser, Proambientales, ACODAL y Harinera del Valle.

### VALLE POR Y PARA TODOS

HV forma parte de la alianza Valle por y para Todos, iniciativa del sector privado del Valle y Norte del Cauca para promover el Desarrollo Sostenible de nuestro Territorio. Como resultado de esta alianza se entregó la segunda edición del Reporte Empresarial Consolidado 2016-2017, en el cual participaron 23 compañías y 10 fundaciones que trabajaron junto

### ALIANZA POR AMOR A DAGUA

Esta alianza pública privada se generó en el marco de los proyectos ambientales escolares liderados por la Institución Educativa del Dagua con el apoyo de la Unidad de Asistencia Técnica Municipal, Defensa Civil Municipal, Bomberos Voluntarios, Policía, Dagua Limpia, EPSA y Harinera del Valle. Por sexto año consecutivo, en el 2018 se realizaron diferentes acciones de carácter educativo dirigidas al cuidado y preservación del medio ambiente.

a la Fundación para el Desarrollo Integral del Pacífico FDI (ahora ProPacífico), ANDI y la Universidad Javeriana de Cali para consolidar este reporte alrededor de tres enfoques fundamentales: Crear y Distribuir Riqueza, Contribución colectiva a la equidad en el territorio y Gestión responsable de los recursos naturales.







**DOÑA AREPA**<sup>®</sup>

**De Choclo**

Sin conservantes  
ni colorantes artificiales

Cont. Neto  
**1000 g**

Capítulo 3

# EL PODER DE LAS GENERACIONES ACTUALES Y FUTURAS



### 3.1 El Compromiso SOSTENIBLE SE PRUEBA

En Harinera del Valle entendemos que un manejo ambiental responsable basado en la prevención contribuye a la reducción de impactos ambientales.

Nuestro compromiso se encamina a un consumo eficiente de recursos claves como agua, energía, materias primas y a mitigar la huella ecológica a través de la minimización en las emisiones y residuos. Hemos implementado programas orientados a gestionar nuestros aspectos ambientales producto de nuestras operaciones, logrando prevenir, reducir, mitigar los impactos y riesgos que pueden generarse.

#### INDICADORES AMBIENTALES

UNIDAD DE MEDIDA	2017	2018
Producción		
<b>Toneladas</b>	<b>345.166</b>	<b>375.390</b>
Materias primas		
<b>Toneladas</b>	<b>347.384</b>	<b>376.721</b>
Consumo eléctrico red (compra)		
<b>kw</b>	<b>31'276.383</b>	<b>33'091.077</b>
Electricidad (generación)		
<b>kw</b>	<b>1'983.658</b>	<b>1'948.420</b>
Gas natural		
<b>m<sup>3</sup></b>	<b>1'420.395</b>	<b>1'507.812</b>
Agua de red en Planta		
<b>m<sup>3</sup></b>	<b>23.352</b>	<b>33.828</b>
Agua subterránea en Planta		
<b>m<sup>3</sup></b>	<b>36.275</b>	<b>27.187</b>
Agua superficial en Planta		
<b>m<sup>3</sup></b>	<b>26'618.925</b>	<b>26'811.213</b>

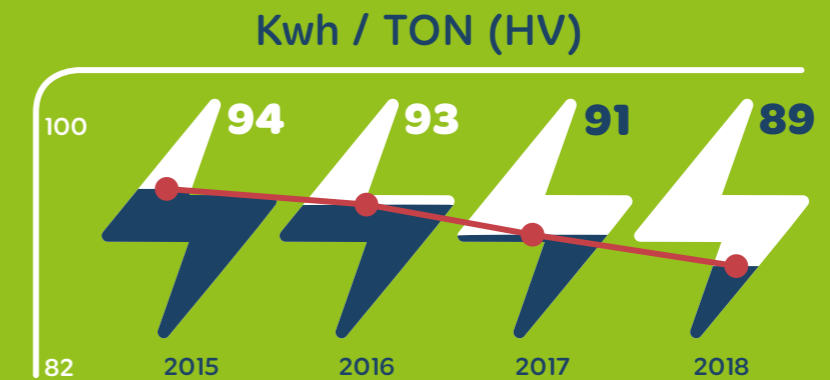
### 3.2 Gestionamos LA BUENA ENERGÍA

En el año 2018, se disminuye un 2,2% el consumo energético por tonelada producida en los molinos de maíz, trigo y pastas, pasando de 91 a 89 kW/Ton. Como se mostró en el reporte del periodo anterior, desde 2015 se tiene una reducción del 5,3% en este índice.

La eficiencia energética en HV se logra mediante la puesta en práctica de diferentes iniciativas a través de las cuales se evalúan de manera sistémica todos los componentes técnicos,

económicos y ambientales que integran este programa.

Estamos desarrollando proyectos enfocados en la conectividad de nuestros procesos, los cuales se pueden visualizar a través de la red corporativa, enfocándonos hacia la industria 4.0, lo cual significa que tendremos indicadores energéticos en línea que nos permitirán obtener análisis oportunos y una efectiva toma de decisiones.





## Acciones Eficiencia Energética HV



### Eficiencia en Procesos

#### DESCRIPCIÓN

Adopción de metodologías REDEX (Resultados de Equipos Excelentes) para la disminución de tiempos de paradas no programadas y la mejora de los planes de producción y mantenimiento.

#### BENEFICIO

En los procesos productivos, en los últimos cinco años, se ha incrementado la producción en un 33% reduciendo el consumo de energía en un 7%.



### Generación aire comprimido

#### DESCRIPCIÓN

Optimización de los sistemas de aire comprimido a través de la adquisición de compresores de tornillo de tecnología alemana con sistemas de control inteligente y variadores de velocidad.

#### BENEFICIO

En la Planta de Producción Villa Rica se ha ahorrado 104.648 kWh de consumo de energía, lo cual representa un 34% de ahorro.



### Mejoramiento combustión

#### DESCRIPCIÓN

Se adquirieron analizadores de gases que se utilizaron para la evaluación de la combustión de las calderas. Se cambiaron sistemas electromecánicos de control a sistemas automáticos electrónicos.

#### BENEFICIO

Reducción de 6 m<sup>3</sup> de gas natural por tonelada producida en los últimos cinco años.



### Equipos alta eficiencia

#### DESCRIPCIÓN

Sustitución de motores convencionales por motores de alta eficiencia en el 100% de nuestras Plantas de Producción.

#### BENEFICIO

Con estos equipos se ha logrado reducciones en los consumos de energía en aproximadamente un 40%.



### Generación de energía renovable- PCH

#### DESCRIPCIÓN

Generación de energía limpia a través de una Pequeña Central Hidroeléctrica PCH.

#### BENEFICIO

A través de la Pequeña Central Hidroeléctrica - PCH de la Planta de Producción en Dagua, se generaron 1,9 gigawatios de energía.



### Iluminación

#### DESCRIPCIÓN

Adecuación de luminarias LED en el 100% de las Plantas Productivas.

#### BENEFICIO

Desde 2015 se han logrado ahorros del 60% en consumo eléctrico por iluminación.

La continuidad de estas buenas prácticas se garantiza mediante tres componentes fundamentales articulados al Programa Ecoeficiencia Energética:

#### a) Multiplicación de la experiencia



Nuestros proyectos piloto inician en una de las Plantas de Producción y según sus resultados y evaluación se replican en las otras Plantas Productivas. Cada una de las prácticas han sido probadas teniendo en cuenta su impacto técnico, económico y ambiental.

#### b) Innovación y mejora continua



Cada uno de nuestros proyectos es revisado periódicamente y analizados a la luz de la mejora continua, buscando mejorar los resultados. REDEX, nuestro programa de Resultados de Equipos de Excelencia, motiva y reconoce la innovación como un pilar transversal a todos los procesos. El 100% de nuestras Plantas de Producción cuenta con equipos REDEX.

#### c) Alianzas estratégicas



Buscamos establecer alianzas con empresas cuyos procesos, equipos y portafolio dirijan sus propuestas a la implementación de resultados que sean amigables con el medio ambiente.



### 3.3 Avanzamos EN LA FÓRMULA RESIDUAL

En este año, el índice de residuos aprovechados aumentó en un 12% con respecto al 2017. Avanzamos en la promoción de hábitos de reciclaje entre nuestros colaboradores, haciendo énfasis en la correcta separación de los residuos y los puntos para su recolección.

Tanto en nuestra sede corporativa como en las áreas administrativas de las sedes HV, se han incrementado el número de contenedores pertenecientes al programa Cero Residuos, el cual busca promover el reciclaje de papel en las oficinas a través de 30 puntos de recolección, lo que ha permitido aprovechar 1,7 toneladas de papel.

#### ¡PARA DESTACAR!



**¡Nuestro compromiso es Cero Residuos!**

Invitamos a nuestros Asociados a reciclar en la oficina utilizando las cajas **Cero Residuos** que están ubicadas al lado de las impresoras de las áreas.

**En las cajas Cero Residuos podrás darle una adecuada disposición a:**

- ✓ Papel que ya hayas utilizado.
- ✓ Periódicos.
- ✓ Sobres o fólderes de manila.
- ✓ Guías telefónicas.
- ✓ Catálogos, folletos, revistas o libros.
- ✓ Envases y embalajes de papel.
- ✓ Publicidad.



**RECUERDA:**  
Para poderlo reciclar el papel debe estar limpio, seco y sin ningún objeto metálico como clips o ganchos.

**¡Sigamos demostrando nuestro compromiso con el medio ambiente porque somos hechos valores sostenibles!**

#### ¡PARA DESTACAR!

Durante el año 2018, nuestra Planta de Producción Villa Rica, que produce pastas alimenticias, dispuso 8,7 toneladas de residuos ordinarios al relleno sanitario, cifra que resulta positiva para una planta de producción.

En general, el 2018 en comparación con los anteriores, arrojó datos satisfactorios respecto al aprovechamiento y disposición final de los residuos en rellenos sanitarios.

Residuos	2017	2018
Aprovechados	289 Ton	325 Ton
Peligrosos / especiales Incineración / aprovechamiento	2.5 Ton	4.8 Ton
Ordinarios enviados al relleno sanitario	170 Ton	163 Ton



**Nueva Eco Botella**

Invitamos a nuestros Asociados a hacer uso de la nueva **Eco Botella** que está ubicada al lado del Casino, en la que podemos reciclar botellas plásticas a través de su adecuada disposición.

**¡HACERLO ES MUY FÁCIL!**  
Verifica que el envase este vacío, luego separa la botella de la tapa y arrojálas en el orificio indicado.

**Estamos Hechos de Valores Sostenibles, por eso sigamos demostrando nuestro compromiso con el medio ambiente.**





### 3.4 Reducción DE EMISIONES

Cumpliendo con los parámetros de la normatividad ambiental, en el 2018 se monitorearon 16 fuentes pertenecientes a las Plantas Productivas donde se emiten emisiones atmosféricas (Cali, Palmira y Dagua), en las que se evaluó el parámetro material particulado (MP).

Estos monitoreos arrojaron resultados positivos, gracias a los sistemas de control efectivos que en su mayoría son filtros de manga; demostrando así, nuestro compromiso social y ambiental.

El promedio de la concentración de MP fue de 24.47 mg/m<sup>3</sup>, por debajo del límite máximo permitido por la Res 909/2008 que es 250 mg/m<sup>3</sup>.



**24.47 mg/m<sup>3</sup>**

#### ¡PARA DESTACAR!

Nos vinculamos al programa posconsumo de envases y empaques de la ANDI, esto con el objetivo de cumplir la normatividad emitida por el Ministerio de Medio Ambiente y desarrollo sostenible, cuyo propósito es gestionar los residuos de envases y empaques una vez estén en el mercado.



**MinAmbiente**  
Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible

### 3.5 Prácticas SOSTENIBLES

#### EMPAQUES:

Gracias a la reducción en un 26% del gramaje de material plástico en la estructura de las bolsas de nuestra categoría de premezclas familiares, desde el año 2016 hemos dejado de utilizar 28 toneladas de este material.

Por otro lado, desde el año 2017 mejoramos el estibado de los corrugados de la línea de tortillas, optimizando el espacio en bodega en 140 posiciones, lo que equivale a 18 estacionamientos vehiculares. Con estas 140 posiciones, se dejaron de utilizar 83 kilogramos de plástico de stretch film utilizado para estabilizar los arrumes, equivalente a 7.000 botellas de agua.



#### EMBALAJE:

En los últimos años hemos logrado avances importantes en el diseño de nuestros empaques y en el embalaje de los mismos, buscando disminuir la utilización de plástico con el fin de lograr mayor eficiencia y reducir el impacto ambiental. Desde esta perspectiva, trabajamos con empaques potencialmente reciclables que puedan ser incorporados a nuevos procesos productivos mediante su transformación, haciendo énfasis el enfoque de economía circular.



#### ¡PARA DESTACAR!

En la búsqueda de reducir el impacto ambiental, en las plegadizas de la línea La Muñeca y Mama-ía se utilizan fibras naturales como el bagazo de caña de azúcar.



# Canola Life<sup>®</sup>

100% puro de **Canola\***

**Cont. Neto**  
**1 Litro**

**Aceite de Canola**

Naturalmente libre  
de Grasas Trans y Colesterol.

Bajo  
en grasa  
saturada.

✓ Fuente natural de  
**Omega 3**

✓ Contiene  
**Omega 6 y 9**

6 (2 g por porción)  
y 9 (6 g por porción)

Capítulo 4

**PROSPERIDAD  
QUE GENERA  
PODER  
SOSTENIBLE**



4.1

Valor económico COMPARTIDO



	2017	2018
Ingresos Operacionales	\$ 831.378	\$ 887.856
Ingresos No Operacionales	\$ 80.703	\$ 86.375
<b>Valor Económico Generado (VEG)</b>	<b>\$ 912.081</b>	<b>\$ 974.231</b>
Pagos Proveedores	\$ 768.782	\$ 833.389
Colaboradores	\$ 64.331	\$ 70.381
Intereses Financieros pagados	\$ 14.503	\$ 11.920
Impuestos pagados	\$ 12.275	\$ 7.497
Inversión comunidades	\$ 318	\$ 268
<b>Valor Económico Distribuido (VED)</b>	<b>\$ 860.209</b>	<b>\$ 923,455</b>

Miles de Millón

Miles de Millón

4.2

Balance GENERAL

HARINERA DEL VALLE S.A.  
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA SEPARADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018 Y 2017  
(En miles de pesos colombianos)

	31 de Diciembre	
	2018	2017
<b>ACTIVO</b>		
<b>ACTIVOS CORRIENTES:</b>		
Efectivo y equivalentes de efectivo (Nota 6)	\$ 57,562,649	\$ 53,151,889
Cuentas por cobrar comerciales y otras cuentas por cobrar (Nota 7)	142,827,542	134,060,293
Activos financieros (Nota 8)	9,425,795	1,607,953
Inventarios (Nota 9)	149,120,074	121,656,302
Activos por impuestos corrientes (Nota 10)	17,059,491	15,017,361
Otros activos no financieros	1,162,077	994,577
<b>Total activos corrientes</b>	<b>\$ 377,157,628</b>	<b>\$ 326,488,375</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES:</b>		
Cuentas por cobrar partes relacionadas (Nota 7)	\$ 25,687,694	\$ 28,448,161
Activos financieros (Nota 8)	594,442,013	666,266,692
Propiedad, planta y equipo, neto (Nota 11)	157,205,593	137,533,157
Propiedades de inversión (Nota 12)	22,827,859	15,731,695
Activos intangibles (Nota 13)	63,214,628	62,943,566
Inversiones en subsidiarias (Nota 14.1)	90,258,788	91,237,132
Inversiones en asociadas (Nota 14.2)	56,431,041	57,339,027
<b>Total activos no corrientes</b>	<b>\$ 1,010,067,616</b>	<b>\$ 1,059,499,430</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 1,387,225,244</b>	<b>\$ 1,385,987,805</b>

Las notas adjuntas son parte integral de estos estados financieros

  
 FERNANDO EDUARDO URDANETA  
 Representante Legal (\*)

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

  
 DANIELA HERRERA  
 Revisor Fiscal  
 Tarjeta profesional No210680-T  
 Designado por Deloitte & Touche Ltda.  
 (Ver mi opinión Adjunta)


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




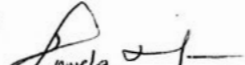
**HARINERA DEL VALLE S.A.**  
**ESTADO DE SITUACION FINANCIERA SEPARADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018 Y 2017**  
 (En miles de pesos colombianos)

	31 de Diciembre	
	2018	2017
<b>PASIVOS Y PATRIMONIO</b>		
<b>PASIVOS CORRIENTES:</b>		
Préstamos (Nota 15)	193,357,582	\$ 157,897,061
Cuentas comerciales por pagar y otras cuentas por pagar (Nota 16)	74,227,101	53,689,032
Pasivos por impuestos corrientes (Nota 17)	8,962,727	8,610,669
Beneficios a empleados (18)	6,431,576	5,925,098
Otros pasivos (Nota19)	-	5,023,098
<b>Total pasivos corrientes</b>	<b>\$ 282,978,986</b>	<b>\$ 231,144,958</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES:</b>		
Préstamos (Nota 15)	78,500,000	\$ 91,000,000
Pasivos por impuestos diferidos neto (Nota 33.2)	38,982,041	38,263,599
Beneficios a empleados ( Nota 18 )	1,290,778	1,934,621
Provisiones y pasivos contingentes (Nota 20)	695,315	1,332,631
<b>Total pasivos no corrientes</b>	<b>\$ 119,468,134</b>	<b>\$ 132,530,851</b>
<b>Total pasivos</b>	<b>\$ 402,447,120</b>	<b>\$ 363,675,809</b>
<b>PATRIMONIO:</b>		
Capital emitido (Nota 21)	\$ 722,868	\$ 709,000
Prima en colocacion de acciones (Nota 21)	223,393,756	203,411,259
Reservas (Nota 22)	162,674,634	162,674,634
Utilidad del ejercicio	44,376,800	42,293,964
Utilidades retenidas	644,227,899	609,930,623
Otro resultado integral (Nota 22)	(90,617,833)	3,292,516
<b>Total patrimonio</b>	<b>\$ 984,778,124</b>	<b>\$ 1,022,311,996</b>
<b>TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO</b>	<b>\$ 1,387,225,244</b>	<b>\$ 1,385,987,805</b>

Las notas adjuntas son parte integral de estos estados financieros

  
 FERNANDO EDUARDO URDANETA  
 Representante Legal (\*)

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

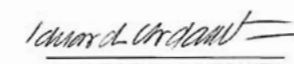
  
 DANIELA HERRERA  
 Revisor Fiscal  
 Tarjeta profesional No210680-T.  
 Designado por Deloitte & Touche Ltda.  
 (Ver mi opinión Adjunta)


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


**HARINERA DEL VALLE S.A.**  
**ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL SEPARADO**  
**POR LOS AÑOS TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 2018 Y 2017**  
 (En miles de pesos colombianos)

	2018	2017
Ingresos (Nota 23)	\$ 872,649,001	\$ 821,506,209
Costo de Venta (Nota 24)	(649,848,267)	(621,973,810)
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 222,800,734</b>	<b>\$ 199,532,399</b>
<b>Otros Ingresos Operacionales (Nota 25)</b>	<b>15,206,722</b>	<b>9,871,575</b>
Dividendos y otros Ingresos (Nota 26)	41,993,545	54,964,601
Otras ganancias y pérdidas (Nota 27)	1,559,318	(5,973,753)
Gastos de ventas (Nota 28)	(158,787,917)	(144,411,497)
Gastos de administración (Nota 29)	(45,575,551)	(30,612,513)
Costos financieros (Nota 30)	(17,133,109)	(19,142,427)
Otros gastos ( Nota 31)	(11,997,978)	(15,571,717)
Participación en los resultados de las inversiones (Nota 32)	2,709,684	3,215,561
<b>Utilidad antes de impuesto sobre la renta</b>	<b>\$ 50,775,448</b>	<b>\$ 51,872,229</b>
Gasto por impuesto sobre la renta: (Nota 33)		
Corriente (33.1)	(4,474,310)	(5,073,910)
Diferido (33.2)	(1,924,338)	(4,504,355)
<b>Utilidad neta</b>	<b>\$ 44,376,800</b>	<b>\$ 42,293,964</b>
<b>OTRO RESULTADO INTEGRAL:</b>		
<b>Partidas que pueden reclasificarse posteriormente al Resultado del Periodo</b>		
Ganancia por valoración de activos financieros designados a su valor razonable con cambios en otro resultado integral neto de impuestos	(88,599,881)	24,735,752
Participación en otro resultado integral de las asociadas (Nota 22)	311,410	(1,971,444)
Participación de otros resultados integrales de subsidiarias (Nota 22)	(6,338,481)	(8,999,195)
<b>Partidas que no se reclasifican posteriormente al resultado</b>		
Superavit por impuesto diferido de propiedades, planta y equipo	716,603	518,430
Ganancias (pérdidas) actuariales	594,877	(34,205)
<b>Total resultado integral del año</b>	<b>\$ (48,938,672)</b>	<b>\$ 56,543,302</b>

Las notas adjuntas son parte integral de estos estados financieros

  
 FERNANDO EDUARDO URDANETA  
 Representante Legal (\*)

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

  
 DANIELA HERRERA  
 Revisor Fiscal  
 Tarjeta profesional No210680-T  
 Designado por Deloitte & Touche Ltda.  
 (Ver mi opinión Adjunta)

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



## 4.3

Informe  
REVISORÍA FISCAL

Deloitte.

Deloitte & Touche Ltda.  
Calle 64 No. 5B - 146  
Sector C. Piso 3  
Centroempresa  
A.A. 4445/3645  
Nit. 860.005.813-4  
Cali  
Colombia

Tel: +57 (2) 524 7027  
Fax: +57 (2) 524 4836  
www.deloitte.com/co

## INFORME DEL REVISOR FISCAL

A los accionistas de  
HARINERA DEL VALLE S.A.:

## INFORME SOBRE LOS ESTADOS FINANCIEROS SEPARADOS

He auditado los estados financieros separados adjuntos de HARINERA DEL VALLE S.A., los cuales comprenden el estado de situación financiera al 31 de diciembre de 2018, el estado de resultados y otro resultado integral, de cambios en el patrimonio neto y de flujos de efectivo por el año terminado en esa fecha, y un resumen de las políticas contables significativas, así como otras notas explicativas.

## Responsabilidad de la administración sobre los estados financieros separados

La administración es responsable por la preparación y correcta presentación de estos estados financieros separados de conformidad con las Normas de Contabilidad y de Información Financiera aceptadas en Colombia, y por el control interno que la gerencia considere relevante para la preparación y correcta presentación de los estados financieros separados libres de errores significativos, bien sea por fraude o error; seleccionar y aplicar las políticas contables apropiadas; así como, efectuar las estimaciones contables que resulten razonables en las circunstancias.

## Responsabilidad del Revisor Fiscal

Mi responsabilidad es expresar una opinión sobre dichos estados financieros separados con base en mi auditoría. Efectué la auditoría de acuerdo con las Normas Internacionales de Auditoría aceptadas en Colombia. Esas normas requieren que cumpla con requerimientos éticos y que planifique y realice la auditoría para obtener una seguridad razonable sobre si los estados financieros separados están libres de errores significativos. Una auditoría consiste en desarrollar procedimientos para obtener evidencia de auditoría acerca de los montos y revelaciones en los estados financieros separados. Los procedimientos seleccionados dependen del juicio profesional del auditor, incluyendo su evaluación de los riesgos de errores significativos en los estados financieros separados. En la evaluación del riesgo, el auditor considera el control interno de la Compañía que es relevante para la preparación y presentación razonable de los estados financieros separados, con el fin de diseñar procedimientos de auditoría que sean apropiados de acuerdo con las circunstancias. Una auditoría también incluye, evaluar las políticas contables utilizadas y las estimaciones contables significativas hechas por la administración, así como evaluar la presentación general de los estados financieros separados.

Considero que la evidencia de auditoría obtenida me proporciona una base razonable para expresar mi opinión.

## Opinión

En mi opinión, los estados financieros separados adjuntos, tomados de los libros de contabilidad, presentan razonablemente, en todos los aspectos significativos, la situación financiera de HARINERA DEL VALLE S.A. al 31 de diciembre de 2018, el resultado de sus operaciones y sus flujos de efectivo por el año terminado en esa fecha, de conformidad con las Normas de Contabilidad y de Información Financiera aceptadas en Colombia.

## Otros Asuntos

Los estados financieros separados al 31 de diciembre de 2017, se incluyen para propósitos comparativos únicamente, fueron auditados por otro revisor fiscal designado por Deloitte, sobre los cuales expresó su opinión sin salvedades el 22 de febrero de 2018.

## INFORME SOBRE OTROS REQUERIMIENTOS LEGALES Y REGLAMENTARIOS

De acuerdo con el alcance de mi auditoría, informo que la Compañía ha llevado su contabilidad conforme a las normas legales y a la técnica contable; las operaciones registradas en los libros de contabilidad, la correspondencia, los comprobantes de las cuentas y los libros de actas y de registro de acciones se llevan y se conservan debidamente; el informe de gestión de los administradores guarda la debida concordancia con los estados financieros separados básicos e incluye la constancia por parte de la Administración sobre no haber entorpecido la libre circulación de las facturas emitidas por los vendedores o proveedores; y la información contenida en las declaraciones de autoliquidación de aportes al Sistema de Seguridad Social Integral, en particular la relativa a los afiliados y a sus ingresos base de cotización, ha sido tomada de los registros y soportes contables. Al 31 de diciembre de 2018, la Compañía no se encuentra en mora por concepto de aportes al Sistema de Seguridad Social Integral.

Según el artículo 1.2.1.4 del Decreto 2420 de 2015 el revisor fiscal aplicará las ISAE, en desarrollo de las responsabilidades contenidas en el artículo 209 del Código de Comercio, relacionadas con la evaluación del cumplimiento de las disposiciones estatutarias y de la asamblea o junta de socios y con la evaluación del control interno. Asimismo, según el Artículo 1.2.1.5 de dicho Decreto, para efectos de la aplicación del artículo 1.2.1.4, no será necesario que el revisor fiscal prepare informes separados, pero sí que exprese una opinión o concepto sobre cada uno de los temas contenidos en ellos. El Consejo Técnico de la Contaduría Pública expedirá las orientaciones técnicas necesarias para estos fines.

Con base en la evidencia obtenida en desarrollo de mi revisoría fiscal, durante el año 2018, en mi concepto, nada ha llamado mi atención que me haga pensar que: a) los actos de los administradores de la sociedad no se ajustan a los estatutos y/o a las decisiones de la asamblea de accionistas y b) no existen o no son adecuadas las medidas de control interno contable, de conservación y custodia de los bienes de la Compañía o de terceros que estén en su poder.

  
DANIELA IBETH HERRERA RAMIREZ  
Revisor Fiscal  
T.P. No. 210680-T  
Designado por Deloitte & Touche Ltda.

28 de febrero de 2019.





Nuevas



# Tortillas

Integrales

# Avena

con fibra de



Una porción de 1 tortilla (32 g) contiene:

Calorías	Grasa Total	Grasa Saturada	Azúcares	Sodio
100 kcal	3 g	1,5 g	5 g	230 mg
5%	5%	8%	10%	10%

% basado en una dieta de 2.000 calorías.

Cont. Neto 190g  
Tortillas Integrales de trigo con fibra de avena

Capítulo 5

## EL PODER DE LOS REFERENTES GLOBALES



# Tabla ÍNDICE

GRI G4	Estándar	Descripción del indicador	Contenido Adicional	Pacto Global	Página
<b>CONTENIDOS GENERALES</b>					
<b>ESTRATEGIA Y ANÁLISIS</b>					
<b>G4-1</b>	<b>102-14</b>	Declaración del responsable principal de las decisiones de la Organización	Palabras Presidente Harinera del Valle S.A.		<b>7</b>
<b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>					
<b>G4-3</b>	<b>102-1</b>	Nombre de la organización informante	Harinera del Valle S.A.	Principio 1	
<b>G4-4</b>	<b>102-2</b>	Principales marcas y productos	Véase Capítulo 1 – Ítem 1.2 Nuestras marcas.		<b>24-45</b>
<b>G4-5</b>	<b>102-3</b>	Lugar donde se encuentra la sede	Harinera del Valle S.A. tiene su sede principal en Cali, Colombia.		<b>46</b>
<b>G4-6</b>	<b>102-4</b>	Países en los que opera la organización.	Harinera del Valle S.A. opera sólo en Colombia.		
<b>G4-7</b>	<b>102-5</b>	Naturaleza de la propiedad (forma jurídica)	Harinera del Valle S.A. es una Sociedad Anónima de nacionalidad colombiana.		
<b>G4-8</b>	<b>102-6</b>	Naturaleza de los mercados a los que se sirve. (mercados servidos)	Véase capítulo 1 – Ítem Ubicación de nuestras plantas de producción, distritos comerciales y sede corporativa.		<b>46</b>
<b>G4-9</b>	<b>102-7</b>	Magnitud de la Organización No. empleados, No. de operaciones, ventas netas, capitalización y cantidad de productos que ofrece.	Véase Capítulo 4, Ítem 4.1 Valor económico compartido. Véase Capítulo 2, Ítem 2.3.1 Nuestros colaboradores.		<b>150; 104</b>
<b>G4-10</b>	<b>102-8</b>	Prácticas Laborales - contratación.	Véase Capítulo 2, Ítem 2.3.1 Nuestros colaboradores.	Principio 6	<b>105</b>
<b>G4-12</b>	<b>102-9</b>	Descripción de la Cadena de suministro de la Organización	Véase Capítulo 2. Ítem 2.4.3 Cadena de Abastecimiento.		<b>122 - 123</b>

<b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>					
<b>G4-13</b>	<b>102-10</b>	Cambios significativos durante el período cubierto por la memoria en tamaño, estructura y propiedad	En este periodo no se presentaron cambios significativos durante el periodo que fueran objeto de análisis sobre el tamaño, la estructura, la propiedad accionaria o la cadena de suministro de la organización.		
<b>G4-14</b>	<b>102-11</b>	Principio de precaución	Nuestra actividad productiva no atenta al ambiente con daños graves o irreversibles. Nos acogemos al cumplimiento de la normatividad ambiental vigente en el país y adoptamos un enfoque preventivo frente a posibles impactos ambientales.		<b>140-147</b>
<b>G4-15</b>	<b>102-12</b>	Iniciativas externas adoptadas por la Organización	Véase Capítulo 1 – Ítem 1.4.4 Adhesiones a otros códigos.		<b>53</b>
<b>G4-16</b>	<b>102-13</b>	Lista de Asociaciones a las que la Organización pertenece	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ANDI – Asociación Nacional de Empresarios de Colombia</li> <li>- Cámara de Fedemol</li> <li>- ANDI (Federación de la Industria molinera de trigo)</li> <li>- Cámara de Alimentos –ANDI</li> <li>- Comité Intergremial y empresarial del Valle del Cauca</li> <li>- Cámara Colombo Americana</li> <li>- Asociación para la Formación de Empresarios del Valle del Cauca AFEMVA</li> <li>- Valle por y para todos – ANDI – Valle</li> <li>- Pacto Global Colombia</li> </ul>		
<b>ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA</b>					
<b>G4-11</b>	<b>102-41</b>	Porcentaje de empleados cubiertos por Convenios Colectivos	Véase Capítulo 2, Ítem 2.3.3 Promovemos espacios de participación y bienestar.	Principio 3	<b>106</b>



**ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA**

<b>G4-17</b>	<b>102-45</b>	Lista de entidades que figuran en los estados financieros	La información referida es a Harinera del Valle S.A.		
<b>G4-18</b>	<b>102-46</b>	Proceso Contenido de la Memoria y aspectos materiales.	Véase Alcance del Reporte y Aspectos Materiales y de Cobertura		<b>9-11</b>
<b>G4-19</b>	<b>102-47</b>	Aspectos materiales	Véase Alcance del Reporte y Aspectos Materiales y de Cobertura		<b>9-11</b>
<b>G4-20</b>	<b>103-1</b>	Explicación del tema material y su cobertura	Véase Alcance del Reporte y Aspectos Materiales y de Cobertura		<b>9-11</b>
<b>G4-21</b>	<b>103-3</b>	Evaluación del enfoque de gestión	Véase Capítulo 2, 3 y 4		<b>65, 87, 103, 119 125, 140</b>
<b>G4-22</b>	<b>102-48</b>	Reformulaciones en memorias anteriores y sus causas	No se realizaron reformulaciones		
<b>G4-23</b>	<b>102-49</b>	Cambios significativos en el Alcance y la Cobertura de cada aspecto con respecto a los anteriores	No se presentaron cambios significativos en el Alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a los años anteriores		

**PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS**

<b>G4-24</b>	<b>102-40</b>	Lista de los grupos de interés vinculados a la Organización	Véase Validación de los Grupos de Interés		<b>12-13</b>
<b>G4-25</b>	<b>102-42</b>	Argumentos para la selección de los Grupos de Interés con los que se trabaja	Véase Validación de los Grupos de Interés		<b>12-13</b>
<b>G4-26</b>	<b>102-43</b>	Enfoque de la Organización sobre la participación de los Grupos de Interés	Véase Validación de los Grupos de Interés		<b>12-13</b>
<b>G4-27</b>	<b>102-44</b>	Cuestiones y temas claves que han surgido por la participación de los Grupos de Interés	Véase Validación de los Grupos de Interés		<b>12-13</b>

**PERFIL DE LA MEMORIA**

<b>G4-28</b>	<b>102-50</b>	Periodo cubierto por el Informe	Enero 1 a diciembre 31-2018		
<b>G4-29</b>	<b>102-51</b>	Fecha de la memoria previa más reciente	Reporte de Sostenibilidad Harinera del Valle 2017 / www.hv.com.co		
<b>G4-30</b>	<b>102-52</b>	Ciclo de presentación de la memoria	Anual		
<b>G4-31</b>	<b>102-53</b>	Punto de contacto en relación con la memoria	Marcela Ferrero.: m.ferrero@hv.com.co Elisa Ivette Ramírez V.: ei.ramirez@hv.com.co		
<b>G4-32</b>	<b>102-54</b>	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	Este informe se acoge a la opción esencial de conformidad con la guía del índice GRI		
	<b>102-55</b>	Índice de contenidos GRI	Capítulo 5 de este informe		
<b>G4-33</b>	<b>102-56</b>	Políticas y prácticas vigentes de la Organización con respecto a la verificación externa de la memoria	Este reporte no cuenta con verificación externa. Deloitte & Touche Ltda., auditó los estados financieros de Harinera del Valle S.A. al 31 de diciembre 2018		

**GOBIERNO**

<b>G4-34</b>	<b>102-18</b>	Estructura de Gobierno	Véase Capítulo 1, Ítem 1.4.2 Estructura organizativa sólida y transparente		<b>49</b>
<b>G4-56</b>	<b>102-16</b>	Valores, principios, estándares y normas de la organización	Véase Capítulo 1, Ítem 1.4.1 Direccionamiento estratégico		<b>47-48</b>

**CONTENIDOS GENERALES**

**ECONÓMICO**

<b>G4-EC1</b>	<b>201-1</b>	Valor económico directo generado y distribuido	Véase Capítulo 4, Ítem 4.1 Valor económico compartido		<b>150</b>
<b>G4-EC3</b>	<b>201-3</b>	Cobertura de las obligaciones de la Organización derivadas de su plan de prestaciones	No se reporta		
<b>G4-EC9</b>	<b>204-1</b>	Proporción de gasto en proveedores locales.	Véase Capítulo 2, Ítem 2.4.1 Nuestros proveedores.		<b>120-121</b>



COMPROMISO CON LO AMBIENTAL					
ENERGÍA					
<b>G4-EN3</b>	<b>302-1</b>	Consumo energético interno	Véase Capítulo 3, Ítem 3.2, Gestionamos la buena energía	Principio 8	<b>141-143</b>
<b>G4-EN5</b>	<b>302-3</b>	Intensidad energética	Véase Capítulo 3, Ítem 3.2, Gestionamos la buena energía	Principio 8	<b>140</b>
AGUA					
<b>G4-EN8</b>	<b>303-1</b>	Captación total de agua por fuentes	Véase Capítulo 3, Ítem 3.1, Compromiso sostenible se prueba	Principio 8	<b>140</b>
<b>G4-EN23</b>	<b>306-2</b>	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	Véase Capítulo 3, Ítem 3.3 Avanzamos en la formulación gestionar nuestros residuos más reciclaje menos residuos.	Principio 8	<b>144-145</b>
<b>G4-EN32</b>	<b>308-1</b>	Número de proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales.	Véase Capítulo 2, Ítem 2.4.1, Nuestros proveedores.		<b>120</b>
DESEMPEÑO SOCIAL					
EMPLEO					
<b>G4-LA1</b>	<b>401-1</b>	Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados desglosados por grupo etario, sexo y región.	Véase Capítulo 2, Ítem 2.3.2, Estándares laborales.		<b>105</b>
<b>G4-LA2</b>	<b>401-2</b>	Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa.	Véase Capítulo 2, Ítem 2.3.4, Beneficios sostenibles.		<b>107 - 110</b>
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO					
<b>G4-LA5</b>	<b>403-1</b>	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad.	Véase Capítulo 2, Ítem 2.3.5, Garantizamos espacios Seguros.	Principio 1	<b>111</b>
<b>G4-LA6</b>	<b>403-2</b>	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 2.3.5, Garantizamos espacios Seguros.	Principio 1	<b>111</b>

CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN					
<b>G4-LA10</b>	<b>404-2</b>	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 2.3.6, Comprometidos con la capacitación y formación de nuestros colaboradores.		<b>112</b>
<b>G4-LA11</b>	<b>404-3</b>	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares de desempeño y de desarrollo profesional.	Véase Capítulo 2, Ítem 2.3.2, Estándares laborales.		<b>105</b>
EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS LABORALES DE LOS PROVEEDORES					
<b>G4-LA14</b>	<b>414-1</b>	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales	Véase Capítulo 2, Ítem 2.4.1, Nuestros proveedores.		<b>120</b>
DERECHOS HUMANOS					
<b>G4-HR3</b>	<b>406-1</b>	Número de casos de discriminación y medidas adoptadas	No se registraron incidentes de discriminación.	Principios 1,2 y 6	
<b>G4-HR7</b>	<b>410-1</b>	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 2, Ítem 2.3.6, Comprometidos con la capacitación y formación de nuestros colaboradores.		<b>112</b>
<b>G4-HR10</b>	<b>414-1</b>	Porcentaje de proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos	Véase Capítulo 2, Ítem 2.4.1, Nuestros proveedores.	Principios 1 y 2	<b>121</b>
COMPROMISO CON LA SOCIEDAD					
<b>G4-SO1</b>	<b>413-1</b>	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, El poder de la corresponsabilidad con la comunidad		<b>125 - 137</b>



**COMPROMISO CON LA SOCIEDAD**

<b>G4-S04</b>	<b>205-2</b>	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción	Véase Capítulo 1, Ítem 1.4.3, Referentes que guían nuestra actuación.	Principio 10	<b>50 - 53</b>
<b>G4-S05</b>	<b>205-3</b>	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas	No se presentaron casos de corrupción en la compañía durante el año 2018.	Principio 10	
<b>G4-S07</b>	<b>206-1</b>	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.		
<b>G4-S08</b>	<b>419-1</b>	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.		
<b>G4-S09</b>	<b>414-1</b>	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social	Véase Capítulo 2, Ítem 2.4.1, Nuestros proveedores.		<b>120</b>

**RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS**

<b>G4-PR1</b>	<b>416-1</b>	Porcentaje de categorías de productos significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.	Véase Capítulo 2, Ítem 2.1-2.1.4, el Valor de la calidad HV.		<b>66 - 77</b>
<b>G4-PR2</b>	<b>416-2</b>	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.		

**RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS**

<b>G4-PR3</b>	<b>417-1</b>	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, el compromiso de nuestras marcas.		<b>78 - 79</b>
<b>G4-PR4</b>	<b>417-2</b>	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.		
<b>G4-PR5</b>	<b>102-43/44</b>	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes	Véase Capítulo 2, Ítem 2.2.1, Nuestro servicio al cliente		<b>88 - 89</b>
<b>G4-PR6</b>	<b>102-2</b>	Venta de productos prohibidos o en litigio	No aplica.		
<b>G4-PR8</b>	<b>418-1</b>	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.		
<b>G4-PR9</b>	<b>419-1</b>	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**

<b>FPSS4</b>		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 2.1.5 - 2.1.6, Consumidores Informados.		<b>78 - 85</b>
--------------	--	--	--	--	----------------





harinera del valle

**PODER  
SOSTENIBLE  
HV**

---

**REPORTE DE  
SOSTENIBILIDAD  
2018**

Concepto creativo,  
diseño y diagramación

**PARTNER**  
COMUNICACIÓN Y ESTRATEGIA CREATIVA