Reporte de Sostenibilidad 2024

harinera del valle
Sabe de alimentos

Contenido

Introducción

- Mensaje de nuestro Gerente General
- Sobre este Reporte
- Materialidad
- Asuntos Materiales
- Validación y priorización de Grupos de Interés
- Nuestro enfoque de Sostenibilidad

Capítulo 1

Juntos escribimos la historia que transforma generaciones

1.1 Nuestra Historia

1.2 Categorías Consumo Masivo y Línea Industrial

1.3 Presencia en Regiones Estratégicas

1.4 Cadena de Valor

1.5 Modelo Corporativo

1.6 Juntos avanzamos

1.7 Relacionamiento y comunicación con nuestros Grupos de Interés

1.8 Reconocimientos

1.9 Comunicaciones Corporativas

Capítulo 2

Unidos por las personas que nos inspiran

2.1 Nuestros Colaboradores

2.2 Nuestros Consumidores

2.3 Nuestros Clientes

2.4 Nuestros Proveedores

2.5 Nuestra Comunidad

Capítulo 3

Comprometidos con la sostenibilidad del planeta hoy y siempre

3.1 Desempeño Ambiental

3.2 Economía Circular

3.3 Cambio Climático

Capítulo 4

Unidos somos la fuerza que nos impulsa hacia el éxito

4.1 Valor Económico Compartido

4.2 Balance General

4.3 Informe Revisor Fiscal

Capítulo 5

Construimos un futuro sostenible, de Clase Mundial

5.1 Estándares Globales que nos guían

Mensaje de nuestro Gerente General

Juan Carlos Henao Ramos
Gerente General

UN equipo de Clase Mundial

Es la manifestación de nuestro compromiso con el trabajo en equipo, compartiendo un mismo objetivo, experiencias y sueños, que consolidan nuestra visión de **Ser una Organización de Clase Mundial**

Sobre este Reporte

Presentamos nuestro Reporte de Sostenibilidad con los resultados de la gestión del periodo comprendido del 1° de enero al 31 de diciembre del 2024, destacando acciones ejecutadas que aborda las tres (3) P de nuestro enfoque de sostenibilidad: Personas, Planeta y Prosperidad. Este reporte ha sido elaborado con fundamento en el estándar GRI - Global Reporting Initiative y cuenta con nivel I 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 información y resultados suministrados fueron aprobados por los diferentes equipos de la Compañía y los estados financieros fueron verificados por la organización externa PwC Contadores y Auditores S.A.S.

Para ampliar la información, aclarar dudas o expresar sugerencias puede remitirse a:

Giovanna Erazo Oliveros
g.erazo@hv.com.co
Teléfono: (602) 418 7000

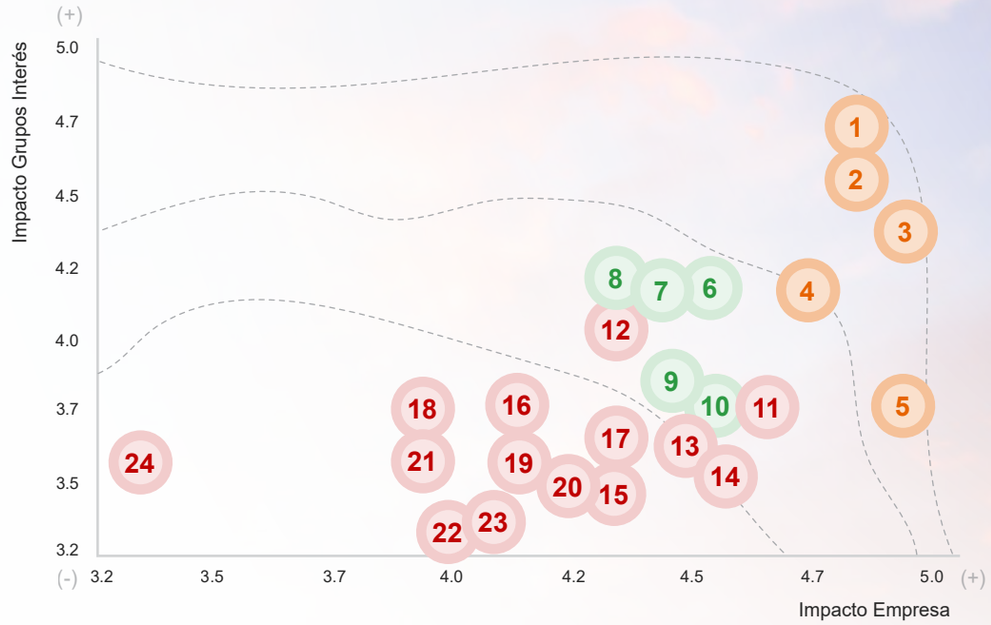
Natalia Elizabeth Erazo Zambrano
ne.erazo@hv.com.co
Teléfono: (602) 418 7000

Materialidad

Para la priorización de los Asuntos Materiales se utilizaron referentes metodológicos definidos en años anteriores con consultores de Pacto Global Colombia, con quienes tuvimos la oportunidad de capacitarnos sobre Grupos de Interés y gestión de materialidad. Para la priorización se tuvieron en cuenta dos factores:

La importancia estratégica del asunto para la Empresa: Ejercicio en el que 15 directivos de nuestra Compañía calificaron los temas prioritarios que tienen importancia estratégica para Harinera del Valle.

La importancia de los asuntos: Ejercicio de priorización de asuntos con 93 personas pertenecientes a los Grupos de Interés: Clientes (15), Colaboradores (15), Comunidad (17), Proveedores (16) y Consumidores (30).



Asuntos Materiales

Los 24 Asuntos Materiales de sostenibilidad que presentamos en este Reporte, se identificaron en el ejercicio de materialidad realizado en el 2022.

Los asuntos de sostenibilidad son producto de:

- Requerimientos de las normas privadas a nivel global (referente de años anteriores).
- Estado del arte de reportes de sostenibilidad de cinco empresas de alimentos.
- Asuntos tomados del GRI para el sector de alimentos empacados.
- Asuntos identificados por nuestros Grupos de Interés.

Prosperidad

1. Prácticas anticorrupción
2. Presencia en el mercado nacional e internacional
3. Crecimiento económico
4. Innovación
5. Gestión de riesgo

Planeta

6. Gestión ambiental de envases y empaques
7. Uso eficiente del agua
8. Eficiencia energética
9. Aprovechamiento de residuos
10. Eficiencia en las emisiones

Personas

11. Salud y seguridad consumidores
12. Satisfacción clientes
13. Etiquetado responsable
14. Mercadeo consciente
15. Soluciones integrales que aportan a los clientes
16. Salud y seguridad en el trabajo
17. Calidad de vida de colaboradores y sus familias
18. Inversión social sostenible
19. Abastecimiento responsable
20. Generación de empleo
21. Programa de donaciones
22. Desarrollo de proveedores
23. Educación y desarrollo de los colaboradores
24. Diversidad e Inclusión

Validación y priorización de Grupos de Interés

9.5
Validación

Consumidores

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

9.2
Validación

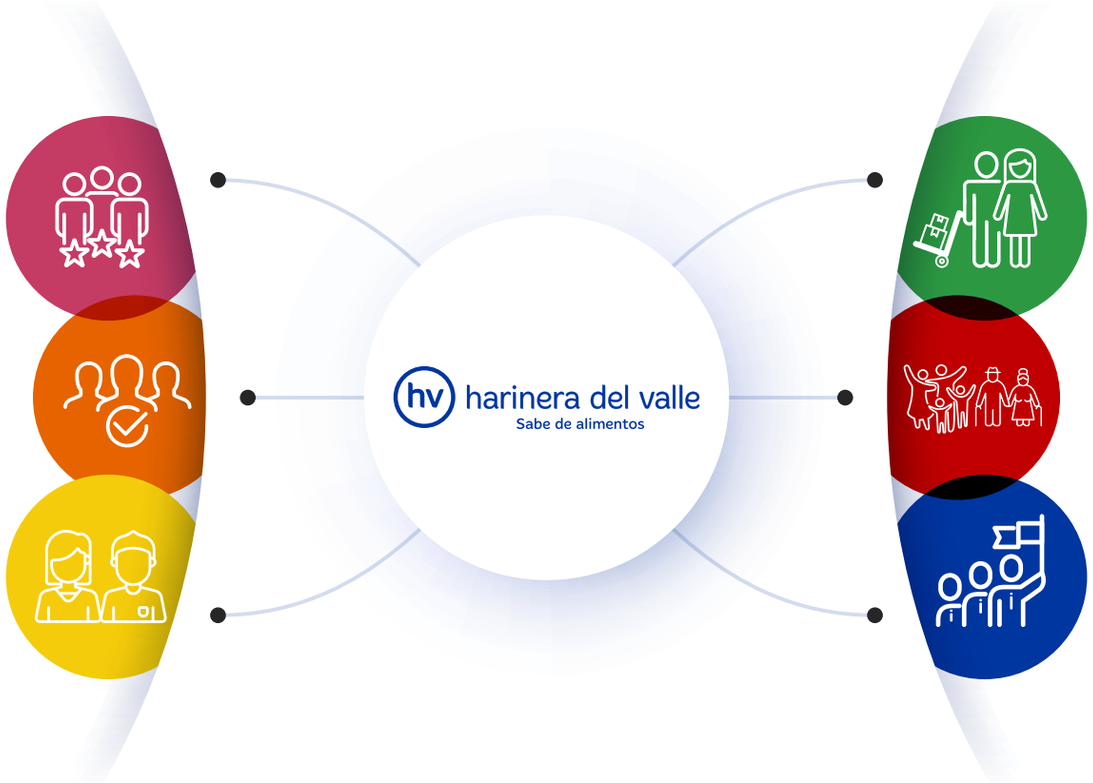
Clientes

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

8.7
Validación

Colaboradores

Hacer de HV un buen lugar para trabajar buscando atraer, desarrollar y retener colaboradores talentosos e innovadores.



Proveedores

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

8.1
Validación

Comunidad

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

7.8
Validación

Accionistas

Garantizar la prosperidad y crecimiento de nuestra Organización.

9.3
Validación

Nuestro enfoque de Sostenibilidad

Creamos valor, lo compartimos y hacemos sostenible, porque somos conscientes que crecer implica mantener un constante equilibrio con nuestra huella ambiental, al tiempo que impactamos positivamente la sociedad, contribuyendo con su bienestar y progreso.

Por ello, nuestro enfoque aborda las tres (3) P de la Sostenibilidad:

- **Prosperidad** económica que significa ser competitivos y rentables en nuestro negocio, con el fin de generar valor económico y distribuirlo entre nuestros Grupos de Interés.
- **Personas** asociada al propósito de fortalecer nuestro capital social, generando valor y bienestar en las personas y en la sociedad.
- **Planeta** representa avanzar en la generación de soluciones amigables para minimizar nuestro impacto y cuidar el medio ambiente.

Capítulo 1

Juntos escribimos la historia que transforma generaciones

1.1 Nuestra Historia

1940

1947
Fue fundada en Pasto por Don Arcesio Paz Paz, quien en compañía de un amigo compra un molino de trigo. Diez años después nace Harinera del Sur con la compra de un molino más grande.

1950

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

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, logrando ser la marca líder en el segmento de pastas premium.

1990

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.

1999
Adquisición del Molino Dagua ampliando la capacidad logística y posición estratégica.

2000

2000
Se inicia producción de premezclas para Pancakes Haz de Oros. Igualmente, Harinera del Valle S.A. adquiere Pastas Pugliese, con el objetivo de fortalecer su presencia en la Costa Caribe.

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.

2003
Inicia la comercialización del portafolio de Salsas La Muñeca y Salsas y Aceites Bucatti. Igualmente se presenta al mercado el Syrup Haz de Oros.

2005
Harinera del Valle lanza el Aceite Canola Life al mercado, producto pionero en la categoría aceites con un balance ideal en Omega 3, 6 y 9.

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.

2008
Mama-ía y Grandpetitas se fusionan con Harinera del Valle, permitiendo entrar a la categoría de productos alimenticios listos. Inicia el acuerdo comercial para la distribución de los productos de Lloreda S.A.

2009
Harinera del Valle adquiere la empresa de producción de tortillas Pancho Villa, integrándola a su portafolio de productos listos.

2010

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.

2019
HV lanza al mercado 4 productos: Esparcible Canola Life en Barra, Mezcla Lista para Pancakes Haz de Oros Avena, Pasta Conzazoni Penne Rigate Integral y Tortillas Frutos Rojos Haz de Oros.

2020

2020
Pancakes Avena Haz de Oros y Canola Life en Barra fueron reconocidos como Productos del Año en Colombia.

2021
Lanzamos las premezclas Pan Tradicional y Pan Integral Haz de Oros.

Renovamos nuestra identidad corporativa.

Ganamos el Premio Empresario Colombiano del año.

2022
Ganamos el Sello Bronce Sostenibilidad de ECOVADIS.

Lanzamos tres nuevos productos: Salsa Arrabbiata de Bucatti y las Mezclas para preparar Pizza y Pandebonos Haz de Oros.

Premio Nova a los productos más innovadores: Mezclas para preparar Pan Tradicional e Integral Haz de Oros.

Inaguramos el Centro de Experiencia e Innovación Arcesio Paz Paz en la Planta Palmira.

Recibimos el galardón a Esfuerzo Exportador de ADICOMEX.

2023
Construcción Planta Solar en la Planta de Producción de Villa Rica, Cauca.

Premio Plata Monde Selection del Instituto Internacional de la Calidad para nuestras pastas Conzazoni referencias Vermicelli, Fettuccine y Fusilli.

Creación y divulgación de nuestra Política de Derechos Humanos.

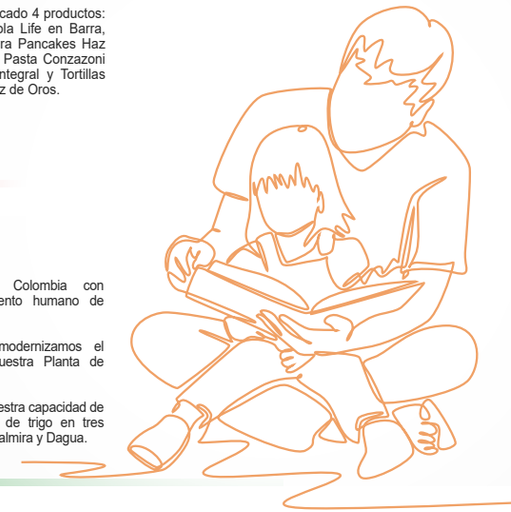
2024
Lanzamos dos nuevos productos: Mezcla para preparar almojábanas Haz de Oros y Harina Haz de Oros Multicereal y Semillas.

Premio Colibrí Dorado por la implementación de la Granja Solar en la Planta de Pastas de Villa Rica, Cauca.

Reconocimiento por La Nota Económica como una de las 42 compañías en Colombia con equipos de talento humano de Clase Mundial.

Ampliamos y modernizamos el Molino A en nuestra Planta de Palmira.

Aumentamos nuestra capacidad de almacenamiento de trigo en tres silos de Planta Palmira y Dagua.



1.2 Categorías Consumo Masivo y Línea Industrial

Harinas y Productos Listos

haz de oros
DOÑAREPA

Consumo masivo - Industrial

Doña Torta
Brownie Mama-ia Irresistible tentación
harina de trigo LA AMERICANA
AGUILEÑA
HARINA DE TRIGO Bola de nieve

Consumo masivo - Industrial

Pastas

Pastas La Muñeca
Molini e Pastificio Pasta CONZAZONI
Pastas San Remo
Pastas PUGLIESE Calidad Suprema

Salsas y Aderezos

BUCATTI
haz de oros
Colman's

Aceites y Esparcibles

Canola Life 100% pura de Canola
Premier
BUCATTI
Natura

Consumo masivo - Industrial

Riquísimo
OLEOCALI Su aceite de confianza
Mesa y Cocina Practis
Frida Calidad

Consumo masivo - Industrial

Lefrit Rinde bien sabroso
La Americana
Pal día Margarina Industrial

Consumo masivo - Industrial

Jabones

Jabón para lavar Unico
Jabón de tocador Lemon Frescura que sí dura
La Fama
Manantial

Línea Consumo Masivo

Harinas y Productos Listos

Pastas

Salsas y Aderezos

Aceites y Esparcibles

Jabones

Ingresa y conoce nuestro portafolio https://www.hv.com.co/nuestro-portafolio

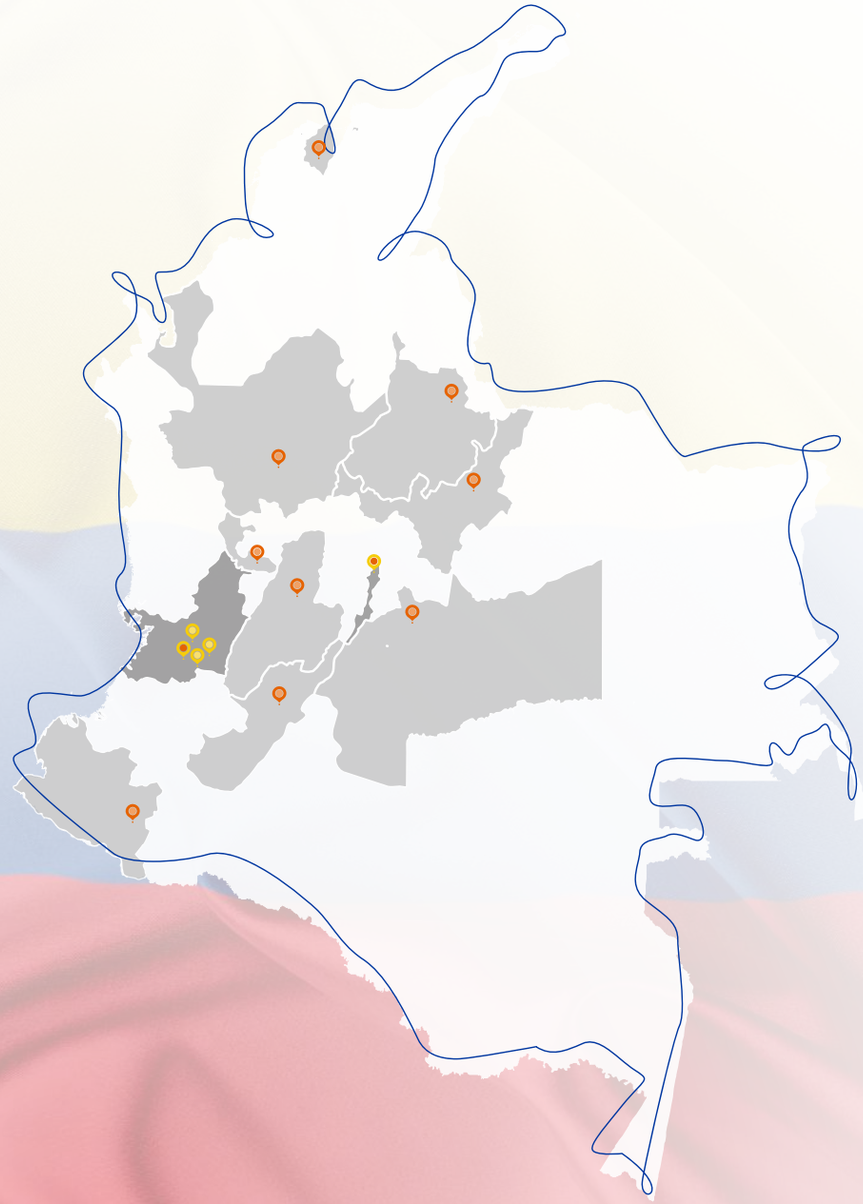
Línea Industrial

Harinas y Productos Listos

Aceites y Esparcibles

Ingresa y conoce nuestro portafolio https://www.hv.com.co/nuestro-portafolio

1.3 Presencia en Regiones Estratégicas



5 Plantas de Producción

Cali, Sede Principal

Bogotá

Palmira

Dagua

Villa Rica

11 Distritos Comerciales

Cali	Bucaramanga	Pasto
Bogotá	Pereira	Neiva
Barranquilla	Duitama	Ibagué
Medellín	Villavicencio	

1.4 Cadena de Valor

Proveedores

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

Abastecimiento

- Marítimo
- Terrestre

Clientes y Consumidores

- Directos
- Indirectos

Creamos y compartimos valor para todos nuestros Grupos de Interés, generando desarrollo y crecimiento para el país

Proveedores de insumos

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

Distribución

- Distritos Comerciales

Manufactura

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

harinera del valle
Sabe de alimentos

1.5 Modelo Corporativo

1.5.1 Referentes de Clase Mundial

a. Direccionamiento estratégico

Visión

Ser una Organización de Clase Mundial

Misión

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

Focos Estratégicos

- Excelencia operacional
- Innovación
- Enfoque en el cliente

Nuestros Valores

- Respeto a las personas
- Pasión por innovar y crear soluciones
- Responsabilidad por los resultados
- Enfoque en el cliente
- Toma de decisiones éticas, ágiles y disciplinadas
- Trabajo en equipo

b. Estructura Organizativa

Asamblea General de Accionistas

Junta Directiva

Principales	Suplentes
Fernando Paz Bautista	Rosa Adriana Martínez Ramírez
Martha Sofía Pérez Perdomo	Marcela Aillón Morales
Álvaro José Henao Ramos	Rafael Robledo Montagut

Gerente General
Juan Carlos Henao Ramos

Comité Gerencial 2024

José Fernando Chacón
Gerente de Producción

Paola Andrea Rozo
Gerente Comercial

Giovanna Erazo
Gerente de Gestión Humana, Sostenibilidad y Comunicaciones Corporativas

Diego Fernando Soria
Gerente Financiero

Ximena Andrade
Gerente de Logística

Juan Mario Rendón
Gerente Jurídico

Andrés Castrillón
Gerente de Proyectos y Desarrollo Inmobiliario

Diana Isabel Toro
Directora de Mercadeo

José David Estrada
Director de Auditoría Interna

Miguel Ángel Delgado
Director de Tecnología Informática y Comunicaciones

Juan Carlos Henao Ramos
Gerente General

c. Prácticas que fortalecen nuestra Ética

El Código de Ética sigue siendo el orientador de políticas y prácticas transversales y sostenibles en los diferentes procesos de carácter productivo, social y ambiental de nuestra Compañía. En sus lineamientos organizacionales cuenta con los compromisos y normas de conducta que establecemos con nuestros Grupos de Interés, Competidores y el Estado. Haciendo pública nuestra responsabilidad de promover y fortalecer buenas prácticas ambientales.

d. Línea Ética

Como se plantea en el Código de Ética; las denuncias de las posibles violaciones a este Código podrán hacerse por escrito o verbalmente a el Oficial de Cumplimiento, Director de Auditoría Interna o a la Gerencia General, o a través de mensajes al correo electrónico **lineaetica@hv.com.co** que es manejado por el Director de Auditoría. Nuestro Código se encuentra publicado en la Intranet Somos HV y los colaboradores, así como los Grupos de Interés, pueden denunciar el no cumplimiento o violación de éste, a través de la página web de Harinera del Valle **https://www.hv.com.co/contacto/**.

Código de Ética

- Valores Organizacionales
- Principios Éticos
- Lineamientos Organizacionales
- Conducta Ética
- Política Anticorrupción
- Política Antisoborno Transnacional y Nacional
- Política de Derechos Humanos
- Comité de Ética
- Administración del Riesgo de Soborno Transnacional y Corrupción
- Control al Lavado de Activos, Financiación del Terrorismo y Financiamiento de la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva
- Oficial de Cumplimiento

Clientes y Consumidores	Código de Conducta Empresarial
Proveedores	Política de Compras Sostenibles Código de Conducta Empresarial Política de Gestión de la Seguridad de la Cadena de Abastecimiento
Administradores y Colaboradores	Política Seguridad de la Información
Medio Ambiente	Política Ambiental Política Envases y Empaques
Competidores	Libre y Leal Competencia
Accionistas	

e. Informe de Unidad de Cumplimiento

Matriz de Riesgo SAGRILAFT y la Matriz de Riesgo del Código de Ética

Durante el año 2024 se efectuó un monitoreo trimestral de los riesgos inherentes y residuales definidos en cada matriz. Este monitoreo se fundamentó en un análisis exhaustivo de los factores constitutivos de riesgo, además de impartir las capacitaciones necesarias y realizar un seguimiento a las áreas que aplican los controles establecidos.

Normas de transparencia que rigen la Junta y la Asamblea

Estas se encuentran claramente establecidas en el Código de Ética de la Compañía, cuyo alcance abarca a todos los accionistas, administradores y trabajadores.

Informes de la Unidad de Cumplimiento a la Junta Directiva relacionados con incidentes de antisoborno

Durante el año 2024 no se reportó ninguna denuncia ni incidente en materia de soborno.

La Unidad de Cumplimiento llevó a cabo jornadas de capacitación, tanto de inducción como de refuerzo, dirigidas a los trabajadores en temas relacionados con el Sistema de Autocontrol y Gestión del Riesgo de Lavado de Activos, Financiación del Terrorismo y Financiamiento de la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva (SAGRILAFT) y el Programa de Transparencia y Ética Empresarial (PTEE). Estas jornadas hicieron especial énfasis en la gestión del riesgo de lavado de activos, financiación del terrorismo y financiamiento de la proliferación de armas de destrucción masiva (LA/FT/FPADM) y en las políticas anticorrupción y antisoborno. Asimismo, se presentaron los informes pertinentes ante la Unidad de Información y Análisis Financiero (UIAF) y la Superintendencia de Sociedades de manera oportuna

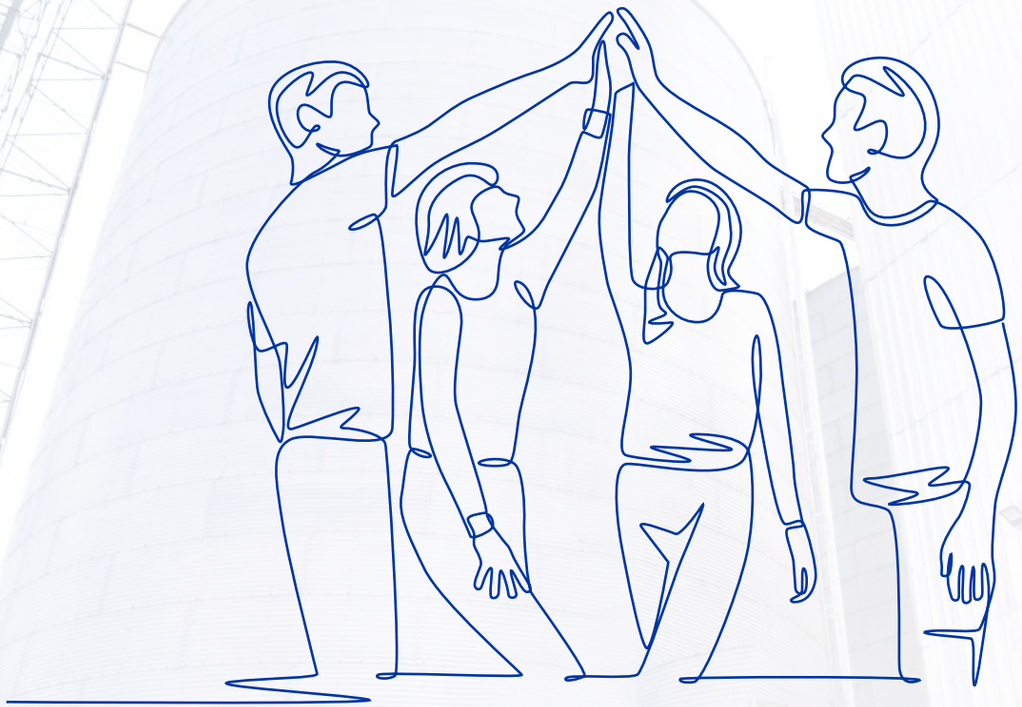
Acciones realizadas relacionadas con la protección de datos y el control del Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo

La Compañía solicitó las autorizaciones necesarias para el tratamiento de datos personales y llevó a cabo dicho tratamiento conforme a su Política de Tratamiento de Datos Personales. Además, se realizó la actualización anual de las bases de datos registradas ante la Superintendencia de Industria y Comercio. En relación con la gestión del riesgo de LA/FT/FPADM, se presentaron los reportes mensuales de las operaciones en efectivo y sospechosas ante la UIAF y se presentó el Informe 75 - SAGRILAFT - PTEE ante la Superintendencia de Sociedades.

Durante el año 2024 no se recibió ninguna reclamación fundamentada sobre la violación de la privacidad o la fuga de datos de los clientes.

f. Auditoría Interna

Durante el 2024 Auditoría Interna realizó diecinueve (19) auditorías a los diferentes procesos de nuestra Compañía, basados en un plan de trabajo que parte de la gestión del riesgo estratégico y considerando los riesgos financieros, de fraude, operacionales y las situaciones detectadas en los años anteriores. Como resultado de estas, se emitieron las respectivas recomendaciones de eficiencia, financieras, de control interno y de sistemas, llegando a diciembre con un cumplimiento del **76%**.



g. Gestión de Riesgos Estratégicos

Como consecuencia del dinamismo de las operaciones y los nuevos planteamientos a la estrategia de la compañía, se realizó un taller de riesgos en conjunto con el comité de Gerencia en donde se revisaron y actualizaron los riesgos estratégicos para Harinera del Valle. De este ejercicio se definieron 11 riesgos estratégicos a los cuales se les identificaron los controles claves utilizados por la administración para mitigar sus impactos y estos fueron evaluados por el área de Auditoría Interna validando su cumplimiento.

El Comité de Riesgos está conformado por:

- Gerente General
- Gerente Financiero y Contraloría
- Director Auditoría Interna

Adicionalmente, podrán asistir en calidad de invitados, los colaboradores a quienes el Comité encomiende tareas específicas que tengan responsabilidades en los temas a tratar.

Personas

- Interrupción del negocio por afectación de la cadena de abastecimiento.
- No contar con el talento requerido que garantice la continuidad del negocio.
- Afectación a terceros por inocuidad en los productos.
- Pérdida de información o falta de disponibilidad de los recursos informáticos de la Compañía.
- Entorno regulatorio que afecte negativamente la Compañía y/o incumplimiento del mismo.

Prosperidad

- Inadecuada definición, entendimiento o ejecución de la estrategia.
- Afectación de los resultados por la volatilidad en los precios de los commodities y tasas de cambio.
- Falta de recursos financieros para garantizar la continuidad del negocio.
- Falta de agilidad para aprovechar las oportunidades detectadas a partir del entendimiento de las necesidades y expectativas de clientes, consumidores y tendencias de mercado.
- Afectación de la Compañía por un entorno altamente competitivo.

Planeta

- Impacto del cambio climático.

1.6 Juntos avanzamos

9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA

Implementamos iniciativas en enfocadas a:

Actualizaciones tecnológicas

Ampliamos y modernizamos el Molino A en nuestra Planta de Palmira, el cual aumentó el 67% en la capacidad de producción.

67% aumento

En relación al aumento de la capacidad de producción de nuestra planta de Bogotá, ampliamos la PTARnD, para dar alcance y óptimo tratamiento de las aguas residuales.

En nuestra Planta de Dagua instalamos un nuevo sistema de paletizado automático, que nos brinda mayor eficiencia en este proceso y en el de almacenamiento llegando a 3.500 bultos de harina por turno (525Ton/día).

Aumentos de capacidad

Trasladamos nuestra sede de la planta de Bogotá, mejorando las condiciones locativas y aumentando la capacidad de producción del 50%.

50% aumento

Instalamos tres Silos que nos permitieron aumentar nuestra capacidad de almacenamiento de trigo:

Planta Palmira
Silo 14, aumento del 13% en la capacidad (3230 Ton)

13% aumento

Planta Dagua
Silos 8 y 9, aumento del 54% de la capacidad (4000 Ton)

54% aumento

Eficiencia y optimización de recursos

Optimización del uso de energía y recursos en las operaciones productivas.

Control estricto de especificaciones de peso para minimizar el desperdicio de materiales.

Incremento de la capacidad productiva mediante ajustes en los procesos clave.

Fortalecimiento del Sistema de Gestión Documental

Mantenimiento continuo del sistema para garantizar su operatividad y alineación con las políticas internas. Así como las mejoras en el módulo de planes de acción y la realización de capacitaciones para los usuarios del sistema, optimizando su funcionalidad y visualización.

1.6.1 Tecnología Informática

Durante el 2024 continuamos con la adopción de robots, actualizando el sistema para los retos de la compañía, fortaleciendo nuestro control frente a la ciberseguridad y realizando procesos de adquisición para la actualización de las herramientas de trabajo de los usuarios finales. A continuación, destacamos los logros más relevantes:

525
actualizaciones

Actualizaciones de sistemas:
Mediante el servicio interno MASI, se han liberado 525 actualizaciones a los sistemas de la compañía.

Optimización de procesos:
Realizamos configuraciones en nuestro sistema SAP para dar cumplimiento a la normatividad de factura electrónica y POS, segunda actualización de la jornada laboral y el impuesto saludable.

Ciberseguridad:
La cultura y consciencia cibernética es parte de nuestras herramientas de protección, por ello:

- Adquirimos tecnologías que utilizan inteligencia artificial para revisar correos electrónicos y detectar software malicioso.
- Capacitamos y comunicamos sobre la importancia de la ciberseguridad para concienciar a los colaboradores.
- Implementamos configuraciones a las redes y sistemas operativos para fortalecer la seguridad.

Desarrollo de robots para:
Descarga de los recaudos de clientes de los principales bancos, reduciendo tiempos de operación de 4 horas a 30 minutos. Además de optimizar nuestros procesos internos, agiliza los procesos de liberación de cupo de crédito de nuestros clientes.

Automatizar la revisión de los usuarios críticos en SAP y el sistema mismo alerta sobre los accesos inusuales.

Mejoras en herramientas:
Integración de formularios de autoservicio con SAP para que los colaboradores puedan solicitar certificados laborales y realizar cambios claves del sistema SAP.

Mejoras en la herramienta de captura de pedidos para que los precios y descuentos estén disponibles, permitiendo apoyar la productividad por parte de la fuerza de ventas.

Se renovaron 270 equipos de cómputo y 157 celulares para la fuerza de venta.

1.7 Relacionamiento y comunicación con nuestros Grupos de Interés

Aplica para todos nuestros Grupos de Interés:

- Página web: www.hv.com.co
- Blog: www.hv.com.co/blog
- Facebook: @HarineradelValle
- Instagram: @HarineradelValle
- LinkedIn: Harinera del Valle S.A.
- YouTube: Harinera del Valle S.A.
- Correo electrónico: comunicaciones@hv.com.co
- Reporte de Sostenibilidad

Comunidad

- Encuentros comunitarios
- Visitas estudiantiles
- Reuniones y encuentros con comunidades educativas e Instituciones
- Encuentros empresariales o gremiales
- Boletín Corporativo #Somos HV

Proveedores

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

Colaboradores

- Revista Harinotas
- Pantallas informativas HV TV
- Intranet Somos HV
- Correo electrónico Somos HV
- Carteleras
- Boletín Transportando Sueños
- Reunión con la Gerencia General
- Boletín Novedades Equipo HV
- Espacios de socialización Reporte de Sostenibilidad
- Reuniones Equipos Primarios
- HV Contigo WhatsApp
- Reporte Diario de Noticias
- Calendario Institucional

Clientes

- Centro de Innovación y Experiencia Arcesio Paz Paz
- Línea de Servicio al Cliente 01800 0514020
- Revista Harinotas APP
- Capacitación a Panaderos
- Boletín Corporativo #SomosHV
- Correos de Servicio al cliente: servicioalcliente@hv.com.co / facturacionhv@hv.com.co
- Medición de Servicio al Cliente

Consumidor

Línea de Servicio al Cliente 01800 0514020
Redes sociales y páginas web marcas de productos de Harinera del Valle

Pastas La Muñeca
- Página web: www.pastaslamuneca.com
- Facebook: @Pastaslamunecaoficial
- Instagram: @Pastaslamuñeca
- YouTube: Pastas La Muñeca

Haz de Oros
- Página web: www.hazdeoros.com
- Facebook: @Hazdeoros @Hazdeorospanaderia
- Instagram: @Hazdeoros @Hazdeorospanaderia
- YouTube: Haz de Oros Panadería

Doñarepa
- Página web Colombia: www.doñarepa.com
- Facebook: @Donarepacol
- Instagram: @Donarepacolombia
- YouTube: Doñarepa Oficial
- Página web Chile: www.donarepa.cl
- Facebook: @Donarepachile
- Página web Costa Rica: www.donarepa.cr
- Facebook: @Donarepacostarica
- Página web Panamá: www.donarepa.com.pa
- Facebook: @Donarepapanama
- Facebook: @Donarepaespana

Canola Life
- Página web: www.canolalife.com
- Facebook: @Canolaescuchatucorazon
- Instagram: @Canola.life
- YouTube: Canola Life

Conzazoni
- Página web: www.conzazoni.com
- Facebook: @Pastaconzazoni
- Instagram: @Pastaconzazoni
- YouTube: Pasta Conzazoni

Brownies Mama-ía
- Página web: www.mama-ia.com
- Facebook: @Browniemamaia
- Instagram: @Browniemama_ia

Premier
- Facebook: @Aceitesyesparciblespremier
- Instagram: @Premiercolombia
- YouTube: Aceites y esparcibles Premier
- Página web: www.premier.com.co

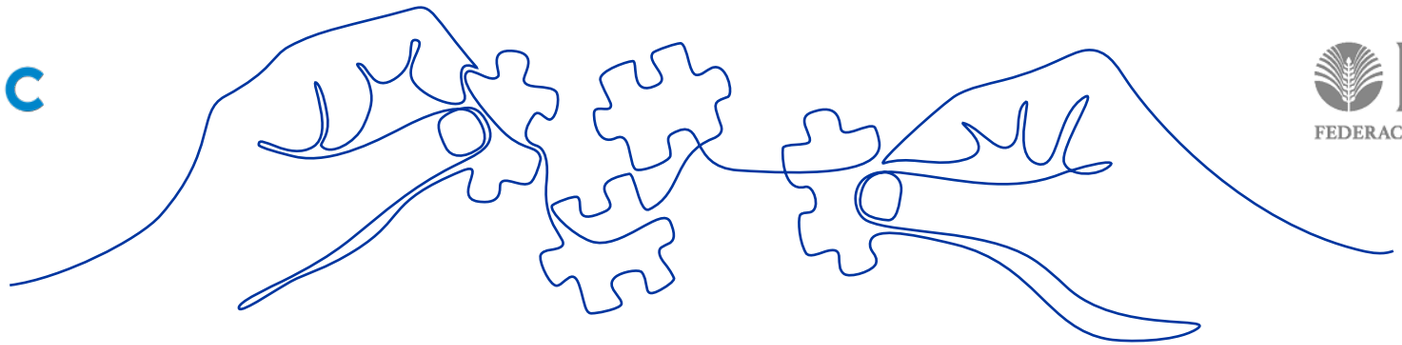
Colman´s
- Facebook: @Colmans.colombia
- Instagram: @Colmanscol
- YouTube: Colman's Colombia

Bucatti
- Facebook: @Aceiteysalsasbucatti
- Instagram: @Bucatticolombia

1.7.1 Alianzas que generan Valor

Pacto Global

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE



1.8 Reconocimientos

Colibrí Dorado

Recibimos el Premio Colibrí Dorado de la Corporación Autónoma Regional del Cauca (CRC), Categoría Empresarial en su octava edición, por la implementación de la Granja Solar en la Planta de Pastas de Villa Rica, Cauca.

Este premio resalta nuestra gestión en la preservación de los recursos naturales y simboliza el esfuerzo conjunto por construir una cultura de respeto ambiental e innovación.

BASC

Recibimos un reconocimiento, gracias a nuestro compromiso con el mantenimiento de la Certificación del Sistema de Gestión en Control y Seguridad BASC por más de 20 años, que resalta la excelencia de nuestros procesos y nuestra contribución a la cultura de seguridad y confianza en el comercio internacional, fortaleciendo nuestra organización y contribuyendo al desarrollo de un mejor país.

Equipo de talento humano de Clase Mundial

Con orgullo compartimos que recibimos un reconocimiento por La Nota Económica como una de las 42 compañías en Colombia con equipos de talento humano de clase mundial. Este reconocimiento demuestra el compromiso y dedicación de cada uno de nuestros colaboradores, quienes día a día trabajan para obtener resultados excelentes.

Banco de Alimentos Cali

El Banco de Alimentos de Cali, nos otorgó un reconocimiento por nuestro compromiso en la lucha por la seguridad alimentaria y nutricional de nuestra ciudad y región.

Valle innovación

Reconocimiento por participar en el proyecto “Fortalecimiento de capacidades de innovación para el aumento de la competitividad, la productividad y el desarrollo social en el departamento del Valle del Cauca”.

1.9 Comunicaciones Corporativas

Durante el 2024, las Comunicaciones Corporativas consolidaron el concepto de **#OrgulloHV** como la expresión del compromiso y la satisfacción de pertenecer a Harinera del Valle. Este enfoque se tradujo en la ejecución de un plan estratégico centrado en fortalecer la conexión emocional con nuestros Asociados, resaltando cada logro como parte de una historia compartida de liderazgo, desarrollo y contribución positiva a nuestra región y a Colombia.

1.9.1 Comunicaciones Internas

Nuestro Reporte de Sostenibilidad se compartió tanto interna como externamente, promoviendo un entendimiento integral de nuestros avances y compromiso con la sostenibilidad. Para fomentar un sentido de pertenencia y orgullo por el impacto generado, implementamos iniciativas de comunicación directa como Un Café con nuestro Líder, un espacio liderado por la Gerencia General para fortalecer el diálogo abierto y cercano con los colaboradores.

1.9.2 Comunicaciones Externas

Consolidamos nuestra presencia y posicionamiento corporativo en el entorno digital, alcanzando resultados relevantes:

Página Web creció un **10.4%** versus el 2023
550.789 visitas

LinkedIn creció un **17.7%** más que 2023
89.519 seguidores

Facebook creció un **20.7%** frente al 2023
140.806 seguidores
alcance +15 millones de personas

Instagram creció un **26.6%** versus el 2023
14.435 seguidores
alcance +3.2 millones de personas

YouTube creció un **30.9%** frente al 2023
2.137 suscriptores

harinera del valle
Sabe de alimentos

Capítulo 2

Unidos por las personas que nos inspiran

2.1 Nuestros Colaboradores

Como equipo nos enfocamos en crear un entorno que promueva la salud, la seguridad y el bienestar, ofreciendo oportunidades de desarrollo y beneficios que impactan positivamente la vida de nuestros colaboradores y sus familias. **¡Juntos seguimos haciendo de HV un gran lugar para trabajar!**

2.1.1 Nuestros Colaboradores

En el 2024 logramos excelentes resultados, gracias al trabajo en equipo de 1559 colaboradores: 971 hombres y 588 mujeres, con quienes fortalecemos nuestra visión de **Ser una Organización de Clase Mundial**.

Tenemos el compromiso de brindar beneficios y programas que aporten a su bienestar integral y al de sus familias. En nuestras cinco Plantas de Producción y once Distritos Comerciales, establecemos ambientes de trabajo saludables y seguros.

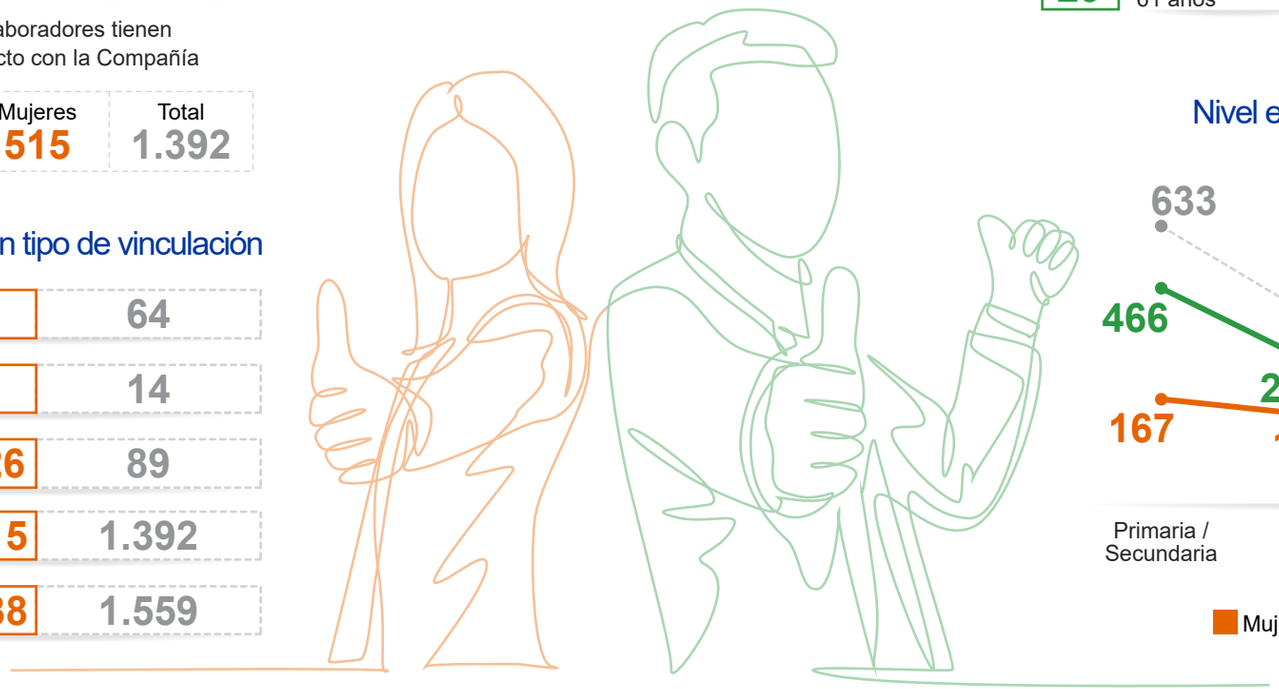
89%

de los colaboradores tienen contrato directo con la Compañía

Hombres	Mujeres	Total
877	515	1.392

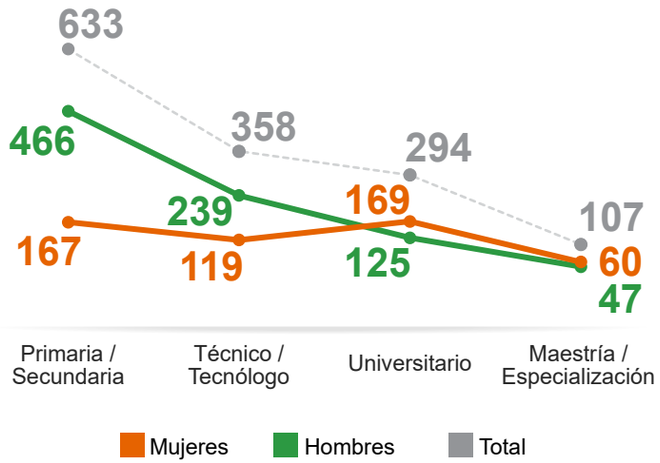
Número de personas en HV según tipo de vinculación

Estudiantes en práctica del Sena	25	39	64
Estudiantes en práctica de Universidades	6	8	14
Contratación Temporal	63	26	89
Contratación Directa	877	515	1.392
Total	971	588	1.559



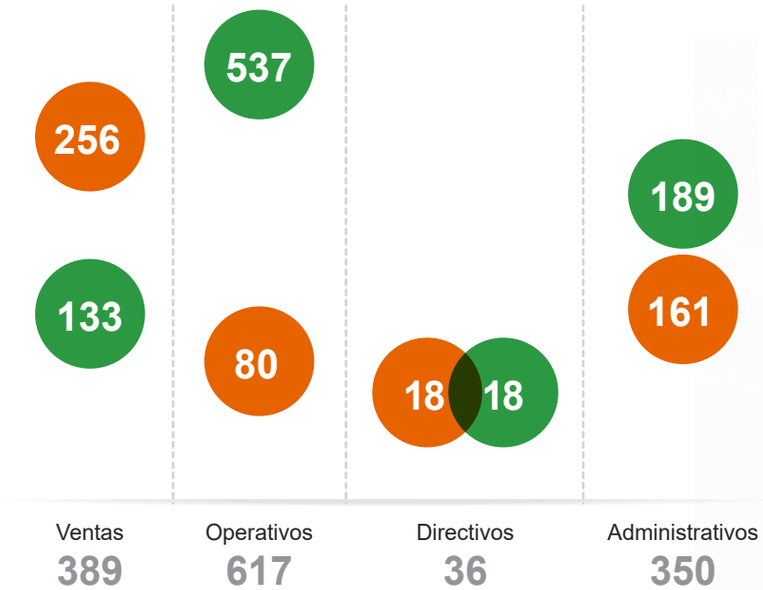
Colaboradores directos según edad

Nivel educativo colaboradores directos



Hombres	Mujeres	Total
877	515	1.392

Tipo de cargo colaboradores directos



Rango de antigüedad colaboradores directos

Entre 0 - 5 años	429	221	650
Entre 6 - 9 años	137	90	227
Entre 10 - 19 años	204	172	376
Entre 20 - 29 años	55	18	73
30 años en adelante	52	14	66

Espacios de participación

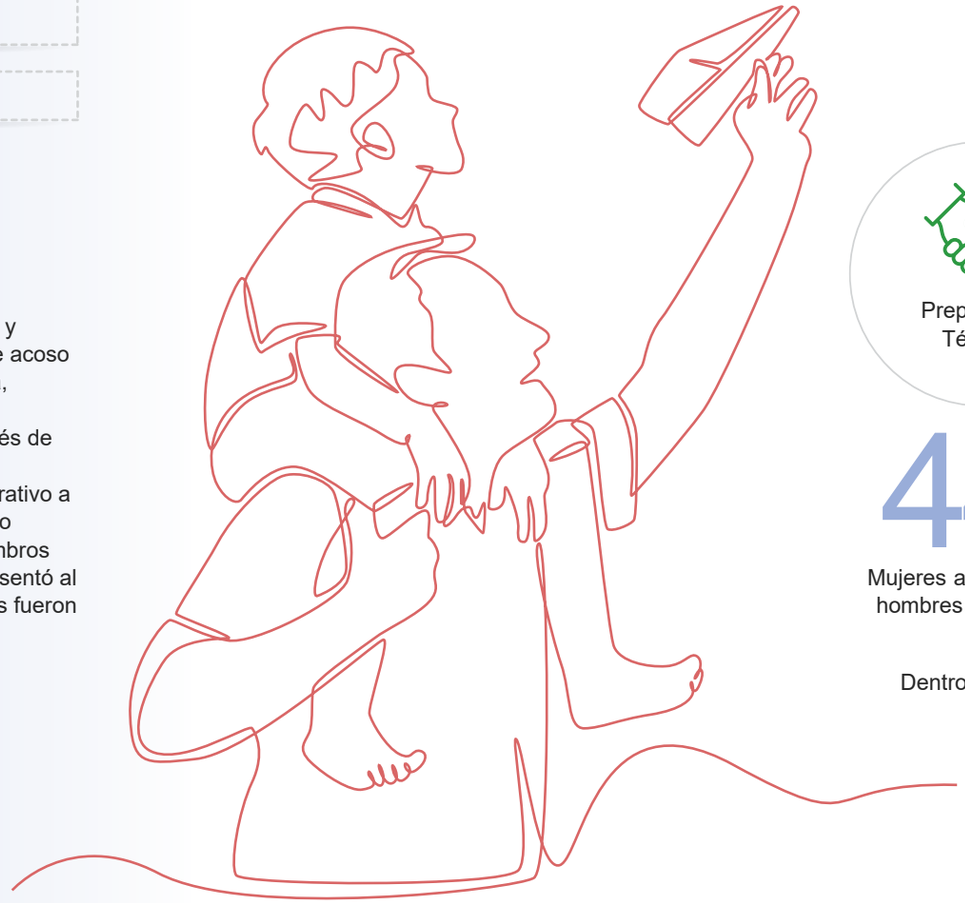
Reforzamos con nuestros colaboradores la importancia de los beneficios que brindamos en nuestro Pacto Colectivo y Plan de Beneficios, que impactan su calidad de vida y la de sus familias, logrando una cobertura del 68% de los colaboradores.

Número de colaboradores

Comité de convivencia

El objetivo de este comité es contribuir a la prevención y solución de las situaciones causadas por conductas de acoso laboral de los colaboradores al interior de la Compañía, enmarcadas en los principios de conciliación y confidencialidad. Actualmente tenemos siete (7) Comités de Convivencia a nivel nacional, uno por cada Planta de Producción, uno para el Distrito Bogotá y uno administrativo a nivel nacional. Cada comité está conformado por cuatro miembros representantes del empleador y cuatro miembros representantes por los trabajadores. En el 2024 se presentó al comité tres casos de presunto acoso laboral, los cuales fueron atendidos y cerrados por el comité respectivo.

Diseñando mi futuro
harinera del valle
Sabe de alimentos



Programa Diseñando mi Futuro

Lanzamos un nuevo programa que permite desarrollar un plan personal, brindando las mejores herramientas para acompañar y apoyar el proyecto de vida, de nuestros colaboradores y sus familias. Los colaboradores que hacen parte del programa son mujeres a partir de los 45 años y hombres a partir de los 50 años.

Con una población objetivo a nivel nacional de 383 colaboradores, el programa está compuesto por los siguientes pilares:

- Preparación Técnica
- Preparación Personal Reorientación
- Reconocimiento

44% Mujeres a partir de los 45 años y hombres a partir de los 50 años

39% Asociados entre 35 y menor de 45 años

Dentro del marco de las relaciones laborales se ha dado cumplimiento a los requerimientos legales con el fin de estar alineados con las disposiciones de la normatividad laboral vigente.

2.1.2 Estándares Laborales

Víctor Raúl Rivas, Planta Pastas Cali

Beneficios
$ 8.638 millones de pesos fueron invertidos en beneficios de educación, salud y otros, impactando de manera integral al colaborador y su familia.

Estabilidad laboral
53% de nuestros colaboradores cuentan con más de 6 años en la Compañía.

Espacios de retroalimentación
98% de colaboradores realizaron evaluaciones de desempeño y desarrollo profesional.

Índice de rotación
9,94% (4,42% Mujeres y 5,52% Hombres).

Generamos empleo en las regiones
Más del **90%** de nuestros colaboradores son oriundos de las localidades donde están ubicadas nuestras Plantas de Producción.

Clima laboral
Se aplicó la Encuesta de Clima Organizacional y Compromiso alcanzando una cobertura nacional del **94,49%.**

A través de grupos focales se amplió el análisis de los resultados y se empezó a construir planes de acción.

Resultados más importantes:
- Índice de Engagement **87,62%** (agrupa las 6 preguntas de compromiso).
- Puntaje actual **84,96 %** (representa el puntaje total de la medición).
- ENPS **74,71** (Employee Net Promote Score).

Calidad de empleo
- **89%** de los colaboradores tienen contrato directo con la Compañía.
- **93%** de colaboradores directos cuentan con un contrato a término indefinido.
- **111** personas pasaron de ser contratadas en misión a directas por HV.
- **92** colaboradores (**55%** mujeres y **45%** hombres) ascendieron a otros cargos donde se presentaron vacantes internas a través del Plan Carrera.

2.1.3 Beneficios Sostenibles

Más de $7.097 millones

Auxilios: prima extralegal, auxilios educativos para hijos y trabajadores, salud y bonificaciones por antigüedad.

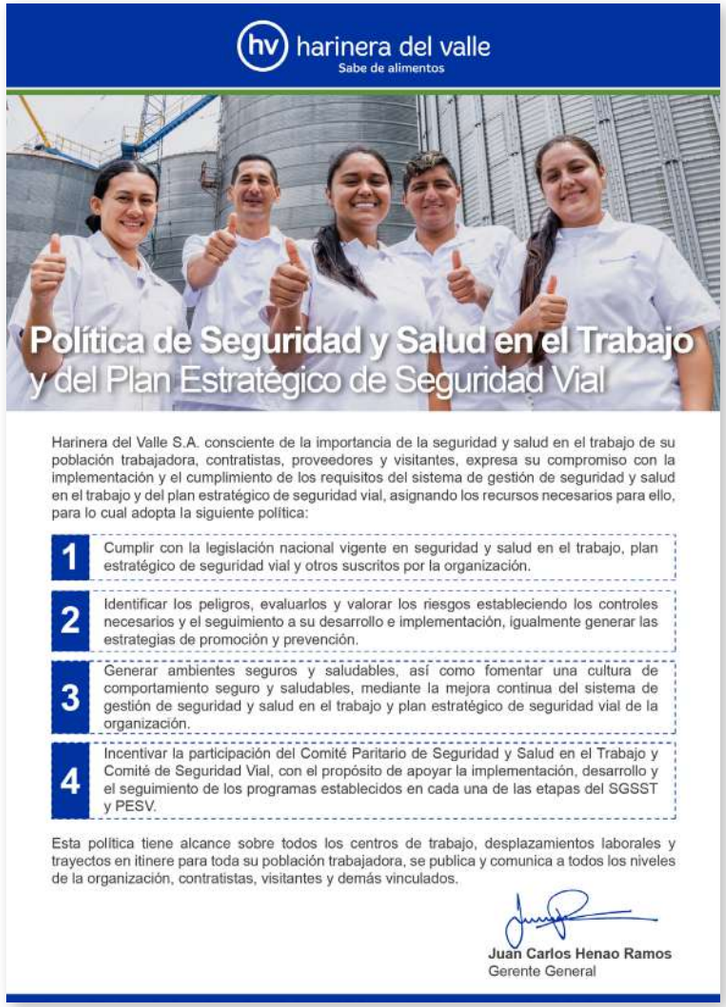
Por un valor de $492 millones

Pólizas: protección exequial, de vida, e incapacidad laboral, brindando así seguridad y respaldo a nuestros asociados.

Un total de $1.048 millones

Préstamos: calamidad doméstica, estudios, compra de vivienda y adquisición de vehículos, facilitando el acceso a bienes y servicios fundamentales para nuestros asociados.

2.1.4 Personas Saludables y Espacios Seguros



harinera del valle
Sabe de alimentos

Política de Seguridad y Salud en el Trabajo y del Plan Estratégico de Seguridad Vial

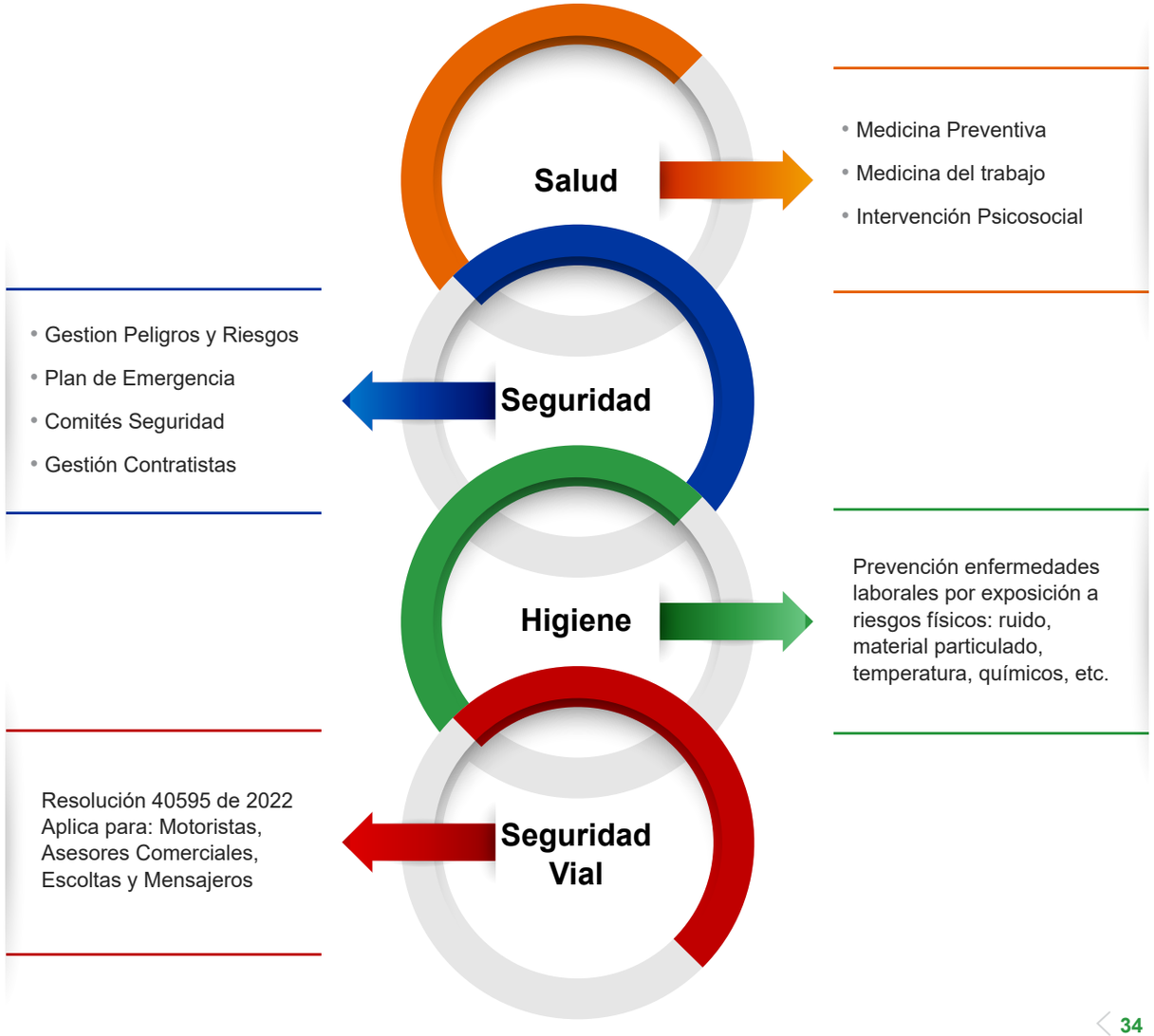
Harinera del Valle S.A. consciente de la importancia de la seguridad y salud en el trabajo de su población trabajadora, contratistas, proveedores y visitantes, expresa su compromiso con la implementación y el cumplimiento de los requisitos del sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo y del plan estratégico de seguridad vial, asignando los recursos necesarios para ello, para lo cual adopta la siguiente política:

1. Cumplir con la legislación nacional vigente en seguridad y salud en el trabajo, plan estratégico de seguridad vial y otros suscritos por la organización.
2. Identificar los peligros, evaluarlos y valorar los riesgos estableciendo los controles necesarios y el seguimiento a su desarrollo e implementación, igualmente generar las estrategias de promoción y prevención.
3. Generar ambientes seguros y saludables, así como fomentar una cultura de comportamiento seguro y saludables, mediante la mejora continua del sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo y plan estratégico de seguridad vial de la organización.
4. Incentivar la participación del Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo y Comité de Seguridad Vial, con el propósito de apoyar la implementación, desarrollo y el seguimiento de los programas establecidos en cada una de las etapas del SGSST y PESV.

Esta política tiene alcance sobre todos los centros de trabajo, desplazamientos laborales y trayectos en itinere para toda su población trabajadora, se publica y comunica a todos los niveles de la organización, contratistas, visitantes y demás vinculados.

Juan Carlos Henao Ramos
Gerente General

Seguridad y Salud en el Trabajo



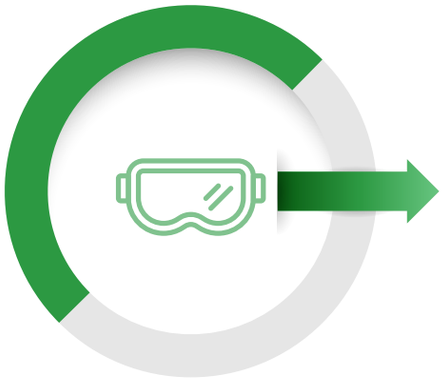
a. Salud

Acciones	Indicadores
Nuevo! Programa Salud 100	**1147** asociados valorados **66%** Índice salud HV
Vacunación Influenza y Tétano	**373** asociados vacunados a nivel nacional
Programa Nutrición*	**315** asociados valorados a nivel nacional
Semana de la Salud	**2301** participaciones en actividades presenciales y **509** participaciones en actividades virtuales
Valoraciones Médicas Periódicas	**100%** asociados valorados a nivel nacional (1105 objetivo).
Programa Reincorporación Laboral	**111** asociados con casos de salud: **89** casos cerrados. Vs **200** casos - **44%** casos salud
Nuevo! Programa Productividad	● **61** Colaboradores ● **36** Colaboradores ● **14** Colaboradores
Intervención Psicosocial	**97%** asociados participaron en la Encuesta diagnóstica

b. Seguridad

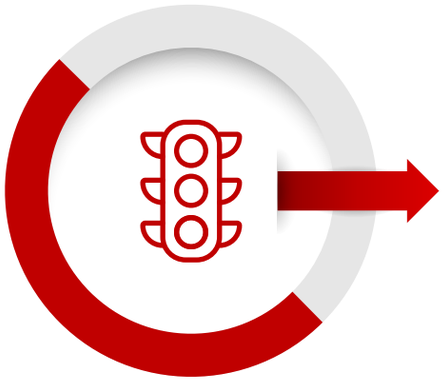
Acciones	Indicadores
Capacitación en Seguridad	**1.100** asociados capacitados en prevención de riesgos
Gestión Condiciones Inseguras	**189** reportes de condiciones inseguras gestionados
Programa Ecoss y Actitud Segura	**252** participantes a nivel nacional (Personal de plantas Cauca y Valle)
Inspecciones y Evaluación Riesgos	**24** inspecciones con especialista ARL a nivel nacional
Tareas Alto Riesgo	**100%** asociados que realizan labores en altura certificados.
Operación Montacargas	**100%** operarios montacargas certificados
Entrenamiento Brigadas Emergencia	**84** Brigadistas activos - **20** capacitaciones realizadas
Plan de Emergencias	**149** Coordinadores de Evacuación y 3 Visitas de Bomberos realizadas (Cali, Palmira y Dagua)
Simulacros Evacuación	**12** sedes con simulacro de evacuación

c. Higiene



Acciones	Indicadores
Mediciones Higiene	**743** mediciones higiénicas realizadas en las plantas Cumplimento **100%** plan de mediciones
Capacitación Uso EPP´s	Capacitamos a 198 personas en uso de EPS
Entrega EPP´s	**$120M** invertidos en compra de EPP a nivel nacional Cubrimiento a 100% de trabajadores
Mejoras en área*	Proyecto Ventilación - Bodega de Exportación
Monitoreo Niveles Exposición	Área Tortillas (Monóxido y Temperatura)

d. Seguridad Vial



Acciones	Indicadores
Capacitación Asesores TyP	**7** Capacitaciones a asesores TyP - **1** Grupo Motodestrezas* Nacional
Nuevo! Entrega Elementos Protección	**180** Asesores con elementos de protección motos
Capacitación Motoristas	**8** capacitaciones especializadas a motoristas. **2** sesiones de trabajo en equipo
Comunicados Diarios (Logística)	Comunicados informativos para la conducción prudente Y consiente.
Pruebas de Consumo Alcohol y Drogas	**90** pruebas de detección y consumo de alcohol y drogas.

2.1.5 Desarrollo de capacidades y experiencia del empleado

Durante el año 2024, fortalecimos nuestra apuesta por el desarrollo de las capacidades y las competencias de nuestros colaboradores, a través de programas como:

Programas para el fortalecimiento del liderazgo y trabajo en equipo

En alianza con nuestra caja de compensación, se invirtieron más de **195** millones de pesos, para la formación de **100** líderes, en competencias de gestión del cambio, liderazgo y construcción de equipos de alto desempeño, impactando a su vez al **92%** de colaboradores.

Llegamos a siete de nuestros distritos para construir junto a **166** colaboradores, iniciativas y talleres fortaleciendo su agilidad interpersonal y cooperación para el logro de resultados.

Programas de gestión del conocimiento y desarrollo continuo

Con el propósito de preservar conocimientos específicos en la Compañía, brindamos a través de nuestra Escuela de Molinería, **560** horas de formación teóricas - prácticas a **91** colaboradores.

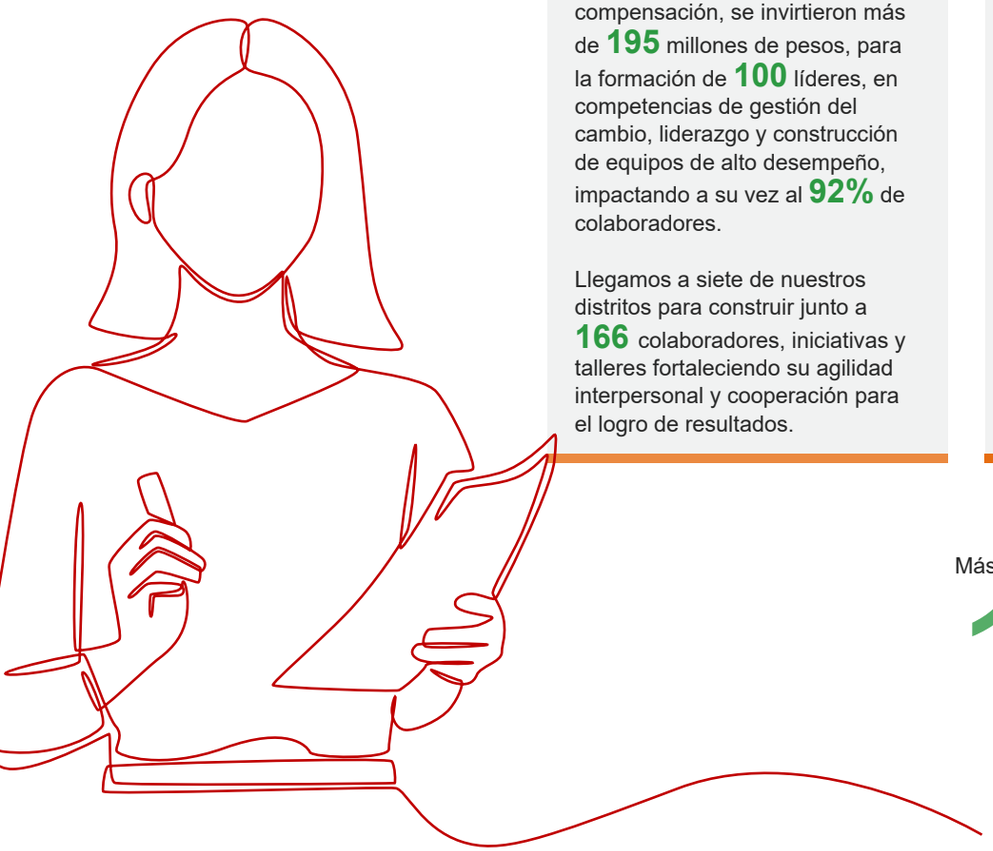
Cumplimos con los programas de aprendizaje normativos

BASC, Código de Ética y políticas integradas, Políticas de TI y ciberseguridad, y Cultura de Calidad e Inocuidad alimentaria; favoreciendo la recertificación en nuestros sistemas de gestión.

1.015 personas capacitadas en el Código de Ética.

Programas de fortalecimiento de competencias

Acompañamos el cierre de brechas de conocimientos y habilidades de nuestros colaboradores con programas como el Diplomado en Cadena de Abastecimiento y Logística, la participación en la Cumbre Latinoamericana de Economía Creativa y formaciones especificas en IA, análisis de datos, comercio exterior y negociación.



Más de **1.370** horas ⇒ impactamos a **1.318** colaboradores a nivel nacional

2.1.6 Desarrollo del Talento

Durante este año potenciamos nuestras estrategias para atraer nuevo talento y desarrollar a nuestros colaboradores.

426 procesos de selección: **304** a través de temporales y **122** directos.

El **75%** de las posiciones directas se cubrieron con promociones internas fortaleciendo el desarrollo del talento.

117 millones de ahorro estimado por optimización en costos del proceso

Con la implementación de la nueva herramienta de evaluación assessment center; logramos una reducción del **29.4%** en el tiempo de selección, pasando de 17 a 12 días hábiles.

a. Marca empleadora

Fortalecimos nuestro posicionamiento como marca empleadora y Semilleros de Talento a través de:

- **Ferias laborales universitarias**
  300 estudiantes impactados
- **Programa de Orientación Profesional**
  32 estudiantes impactados, Colegio Colombo Británico y Colegio Jefferson
- **Pasantes de Verano**
  2 estudiantes impactados, una de ellas beneficiaria de la Beca Arcesio Paz Paz y el otro participante del Programa de Orientación Profesional en 2023

b. Clima laboral y desempeño

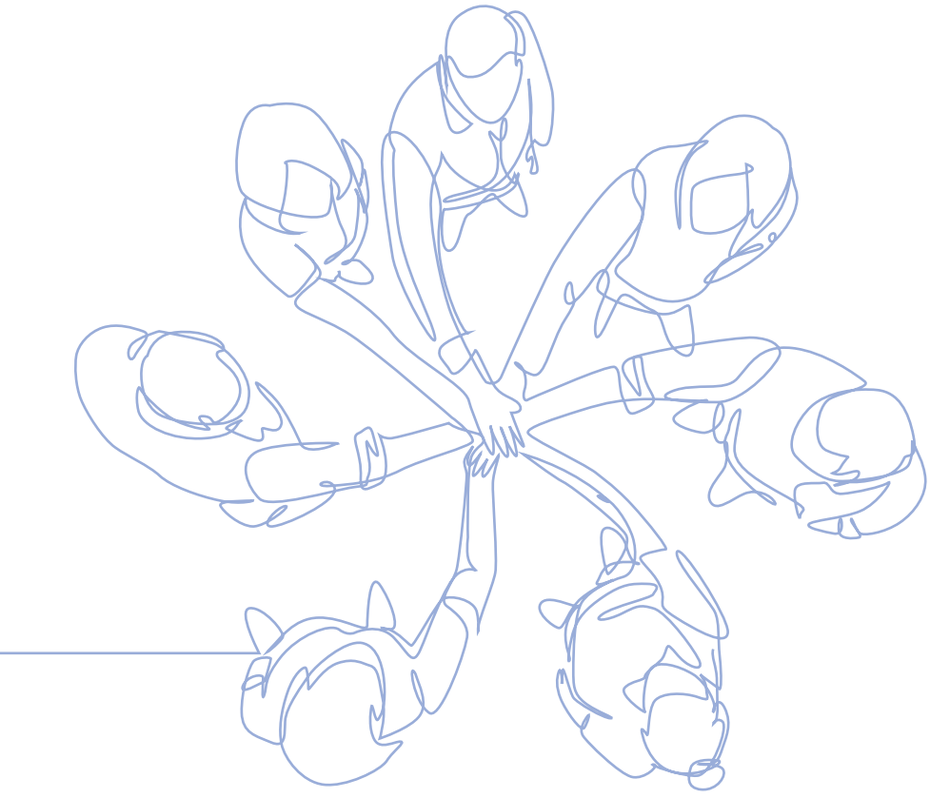
A través del **Ciclo de Desarrollo y Desempeño** logramos una participación del **97%** de los colaboradores en la evaluación parcial, de los cuales un 82% obtuvo calificaciones entre bueno y muy bueno, reflejando su alto nivel de vinculación con la compañía, alineado con los resultados de la **Encuesta de Clima Organizacional y Compromiso**, que alcanzó una cobertura del **95%** destacando un aumento en los siguientes indicadores:

	2018	2022	2024	
Resultado General Encuesta Clima Escala 1-100	80,7	80,8	84,96	+ 4,16
eNPS Employee Net Promotore Score Escala 1-100	N/A	61,00 (11% 17% 72%)	74,75 (5% 15% 80%)	+ 13,5
Movilidad Interna - Horizontal Escala 1-100	N/A	74,8	83,1	+ 8,30
Dimensión Liderazgo Escala 1-100	77,8	77,40	82,39	+ 4,99
Orgullo de Pertenecer Escala 1-100	82,8	92,60	97,38	+ 7,78

c. Construcción de equipos

- Realizamos Talleres de Construcción de Equipos impactando a **46** colaboradores de seis equipos, fortaleciendo competencias como el trabajo conjunto y el liderazgo.

- Iniciamos la primera versión del programa de mentoría Impacto M, que tiene como propósito fortalecer el liderazgo de 5 colaboradoras con alto potencial en la compañía a través del desarrollo de habilidades y el intercambio de conocimientos con Mentores Internos. Este programa es el resultado de nuestra alianza con la ANDI y la confederación Danish Industry, quienes financiaron el **92%** del costo del programa.



d. Formación Dual

Implementamos el modelo de Formación Dual, que combina la teoría académica con la práctica, fortaleciendo el desempeño, la productividad y competitividad de los equipos y la compañía en el mercado, a través de programas como:

Formación Dual HV

Diplomado Dual Operario Autónomo en Molinería

Desarrollo de habilidades para la gestión de mantenimientos preventivos que reducen la probabilidad de averías de alto impacto en la operación.

15 colaboradores beneficiados

150 horas de formación

Programa 100% subsidiado

3 Mentores de la compañía respaldados con una experiencia entre los 15 y 30 años

Técnico Dual en Mercadeo y Ventas

A través de este programa creamos el Semillero de Asesores Comerciales TyP.

12 estudiantes beneficiados de niveles socio económicos 1 y 2.

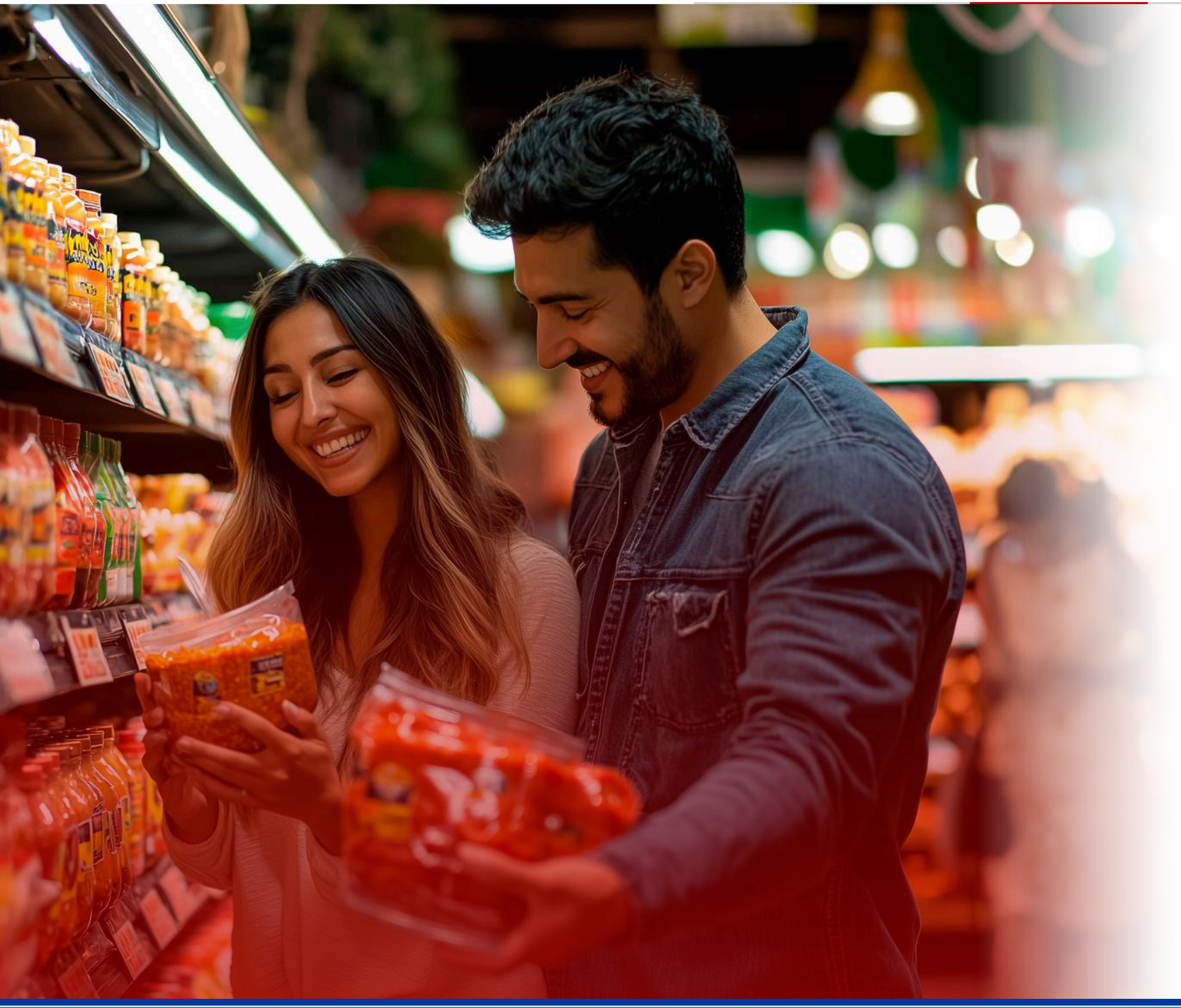
Modalidad de formación

2 días de estudio en la Institución educativa y **4** días laborales en la compañía

1 año de formación en competencias necesarias para desarrollarse en el área comercial

Alianzas:

swisscontact, Politécnico PIO Internacional de Occidente, PEC Politécnico Empresarial Colombiano, Antonio José Camacho Institución Universitaria, ProPacífico



2.2 Nuestros Consumidores

Trabajamos para que nuestros productos lleguen a las mesas de los hogares colombianos y del mundo con calidad, confianza y el respaldo de una tradición construida por más de siete décadas.

2.2.1 Gestión de Calidad

Formación

Curso de formación y certificación de auditores internos en:
- **FSSC22000 nueva versión V.6: 54** colaboradores certificados.
- **ISO 9001:2015: 25** auditores internos certificados.

Auditorías - Certificación

Actualización de la certificación Kosher en Harina Precocida de Maíz Doñarepa con vigencia hasta agosto 2025.

Auditoría de recertificación en nuestras plantas y procesos, renovando la certificación en ISO 9001:2015 con vigencia hasta el año 2027.

Auditoría de seguimiento en FSSC22000 por parte de ICONTEC para el proceso de Harina Precocida de Maíz obteniendo resultados satisfactorios por la implementación y cumplimiento de los requisitos de la nueva versión (V.6).

Cultura de Inocuidad Alimentaria

Priorizamos el entrenamiento de Calidad e Inocuidad para nuestro personal operativo y administrativo, fortaleciendo el programa de cultura de inocuidad alimentaria.
Talleres realizados:

- **Taller Líderes de Inocuidad:** Espacio dedicado a fortalecer las competencias que, como líderes, deben impulsar para promover la cultura de Calidad e Inocuidad alimentaria. Así reafirmamos nuestro compromiso y aseguramos el desarrollo de habilidades esenciales para garantizar estándares excepcionales.

- **Taller Construyendo una Cultura de Inocuidad Corporativa:** Junto a una experta en seguridad alimentaria, fortalecimos la cultura de calidad e inocuidad alimentaria en colaboradores de diversas áreas con análisis de casos reales y trabajo en equipo.

kosher certification

icontec

FSSC 22000

2.2.2 Innovación

a. Nuevos productos

Harina Haz de Oros Multicereal y Semillas

Se identificó la oportunidad de fortalecer el portafolio de productos saludables con una harina que incorpora semillas y cereales en tendencia.

Multipropósito Ideal para la preparación de panes, tortas y galletas.

16% de proteína Las preparaciones pueden alcanzar una clasificación de "Buena a Excelente fuente de proteína", según la proporción en la receta.

5.8% de fibra Dependiendo de su uso en la receta, puede calificarse como "Buena fuente de fibra".

Libre de saborizantes y colorantes.

Mezcla para preparar almojábanas Haz de Oros

ampliamos el portafolio de mezclas saladas, ofreciendo una solución práctica para preparar almojábanas, uno de los amasijos más tradicionales del país.

Mezcla ideal para obtener almojábanas de calidad con facilidad, ahorrando tiempo y esfuerzo.

Sólo requiere la adición de queso, un huevo y agua.

Versatilidad en preparaciones con ajustes en ingredientes y pasos, permite elaborar waffles, tortas y hasta sopa de almojábana.

Libre de saborizantes y colorantes.

b. Mejoramiento de productos

Premezcla Industrial para torta sabor chocolate

Resultados:
Mejora en desempeño y optimización del perfil sensorial.

c. Nutrición: Alimentando Momentos

Creemos que la alimentación va más allá de lo que consumimos; es una experiencia que conecta personas, brindando satisfacción a quienes confían en nosotros.

d. Bienestar para para nuestros consumidores

- **Ingredientes responsables:** Trabajamos con proveedores que comparten nuestro compromiso con calidad.
- **Reducción de sodio:** Hemos disminuido significativamente el contenido de sodio en nuestros productos de las categorías de salsas, margarinas y esparcibles.
- **Sello Positivo (Etiquetado nutricional voluntario):** En harinas de maíz, harinas de trigo y pastas.
- **Calidad Natural:** Ofrecemos productos elaborados con ingredientes **100%** naturales, como harina de maíz y semolatos de trigo.
- **Conviértete en un experto de la cocina en casa:** Somos tu compañero en la cocina, con nuestras mezclas para pancakes. pan, tortas pizza y buñuelos, te invitamos a crear momentos especiales en familia, mientras compartimos contigo recetas y tips.

e. Panel Sensorial (Equipo ConSentidos):

Esta es una herramienta clave para la toma de decisiones en I+D, permite evaluar de manera objetiva y científica las características sensoriales de los productos, asegurando calidad, aceptación del consumidor y diferenciación en el mercado. Nuestros logros fueron:calidad, aceptación del consumidor y diferenciación en el mercado.

Nuestros logros fueron:

Formación de Evaluadores:
26 nuevos asociados fueron entrenados mediante talleres y dinámicas sensoriales.

Pruebas Sensoriales:
Se realizaron **85** pruebas de vida útil, contribuyendo a la innovación y mejora de productos.

Fortalecimiento del Panel Sensorial:
Se capacitó y calibró a **22** panelistas del equipo ConSentidos para asegurar evaluaciones confiables en nuevos productos, mejoras y análisis de la competencia.

Mejoras en Instalaciones:
Se optimizo la infraestructura física y tecnológica del panel sensorial.

Pruebas con Consumidores:
Se ejecutaron **6** pruebas con apoyo de colaboradores y sus familias, impulsando el desarrollo de nuevos productos.

f. Asuntos Regulatorios

Durante el primer semestre 2024, la compañía culminó el proceso de transición en los empaques para garantizar una implementación efectiva de la Resolución 810 de 2021.

La adaptación a los límites de la Resolución 2013 de 2020 y la Resolución 2056 de 2023, ha requerido el rediseño de productos (mejoramiento) y empaques en categorías como esparcibles, mostaza, salsas de soya, salsas con tomate y salsas de base vegetal, para cumplir los contenidos máximos de sodio.

Asimismo, se ha llevado a cabo una revisión y actualización de la publicidad (página web, material POP, redes sociales, comunicación corporativa), asegurando que la información nutricional, las declaraciones de salud y los claims de los productos estén alineados con la Resolución 810 de 2021 y sus modificaciones.

g. Formación Técnica en Molinería de Maíz y Proceso de Pastas Alimenticias

Esta formación fue fundamental para fortalecer los equipos interdisciplinarios, optimizando la eficiencia de los procesos productivos, mejorando la calidad del producto y asegurando el cumplimiento de las normativas de calidad e inocuidad alimentaria.

20
Alcance Colaboradores

1.248
millones
Inversión I+D

819
millones
Inversión Innovación

h. Etiquetado Responsable

Referencia de procedencia

Sellos frontales de advertencia de acuerdo con la Resolución 2492 de 2022/Resolución 254 de 2023

Instrucciones de uso (preparación)

Información de valor agregado

Marca del producto

Tabla de Información Nutricional de acuerdo con Resolución 810 de 2021

Nombre del producto

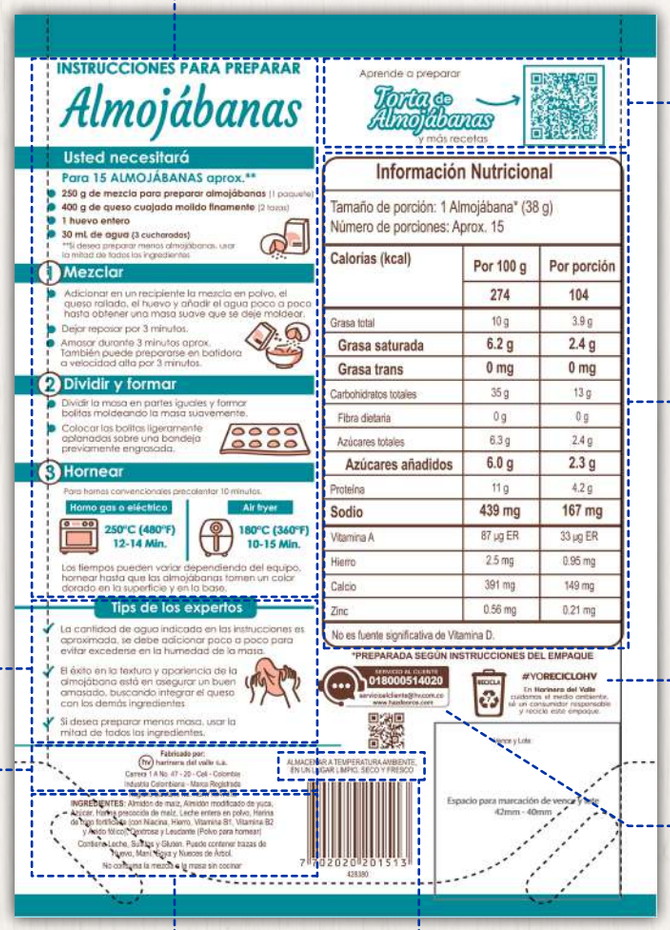
Información de valor agregado

Información sobre reciclaje

Información del fabricante y registro sanitario

Línea de servicio al cliente y página web

Nota informativa



Declaración de atributos diferenciales

Contenido neto y porciones

Lista de ingredientes y aclaración

Instrucciones de conservación

2.2.3 Hechos de Clase Mundial

a. Promoviendo estilos de Vida Saludable

Patrocinios Carreras Atléticas Pastas La Muñeca

- Promover la actividad física en Carreras Atléticas de alto impacto a Nivel Nacional y en regiones clave, fortaleciendo el territorio de Energía de la marca.
- Reconocer y resaltar el empoderamiento Femenino con la Carrera de la Mujer.
- Incentivar la práctica de actividad física, específicamente el running, como un hábito que sumado a una alimentación con Pastas La Muñeca les permite tener la energía para alcanzar sus retos personales y llegar a la meta.

14
Carreras patrocinadas

- Media Maratón del Mar
- Carrera 10K Verde PLM
- 10K Semana Santa
- Corre Mi Tierra Bogotá
- Corre Mi Tierra Barranquilla
- Media Maratón Cali
- Carrera del Pacifico
- Carrera de la Mujer
- Carrera del Zoo
- Yoga Run
- Maratón Bogotá
- Duatlon Bogotá
- Bogotá Trai
- Vuelta a Cali

+95.000
personas impactadas a nivel nacional **(+19% vs 2023)** en ciudades como Cali, Bogotá, Medellín Barranquilla y Cartagena

Patrocinio Deportivo Cali Pastas La Muñeca

Fútbol Profesional Colombiano Masculino, Femenino y Canteras (Formación Niños y Jóvenes).

Apoyamos a los equipos de la región, promoviendo el deporte y la buena alimentación que aporta Pastas La Muñeca, brindando la energía y nutrientes que necesitan los deportistas.

Mas de **200** deportistas en las 3 divisiones del Deportivo Cali: Equipo masculino, equipo femenino y cantera.

3.000

niños impactados durante el desarrollo del Torneo

Torneo Humberto Arias Pastas La Muñeca

- Promover la actividad física y la sana competencia en niños y adolescentes, apoyando el mensaje de Energía de la marca.
- Incrementar nuestro TOM en el consumidor del futuro (niños y adolescentes).
- Incrementar nuestra exposición en otros medios digitales, para amplificar nuestro contenido en una comunidad focalizada en el deporte (redes sociales del Deportivo Cali).

Canola Life®

Los expertos en canola

Patrocinios de carreras y eventos deportivos con Canola Life

Promover un estilo de vida activo y saludable, con buenos hábitos de alimentación y actividad física, en relación con el propósito a la marca.

Patrocinios

- Copa Colsanitas
- Carrera de las Rosas Bogotá y Medellín
- Maratón Medellín
- Vchallenge - Yoga Run
- Bogotá Trail
- Duatlón y 42K

110.000

corredores y acompañantes impactados en ciudades como: Bogotá, Cali y Medellín.

Cocina con el corazón

b. Marcas con propósito

Unidos por el medio ambiente

Menos plástico en nuestros empaques

Disminución de **65,332** ton de plástico

Reducción de **5,4** Ton de plástico de las referencias cabello de ángel y fideo en las presentaciones de 250 gr y 200 gr de las marcas La Muñeca, San Remo y Pugliese.

Nuestras Salsas Colman´s de 100 ml, cuentan con un empaque monomaterial 100% reciclable y sin tapa plástica, disminuyendo el uso de aproximadamente **232** kilos de plástico.

Reducción del consumo de **59** ton de plástico en empaques de aceites (botellas y tapas) de las marcas Premier, Oleocali y Riquísimo.

Reducción de **0,7** ton en el Calibre de las bolsas Doy Pack Mini Brownie Mama-ía 180 g.

Pilar de Sostenibilidad

En redes sociales de Marca Premier, promovemos una cultura de cuidado del medio ambiente, con la difusión de tips prácticos y educativos sobre la correcta disposición y uso del plástico de nuestros empaques.

Piezas en digital con mejor performance mes a mes

+2 Millones de impresiones en IG

ECOBOT

Promover la cultura del reciclaje (envases plásticos, latas y tetra pak) e incentivar a quienes contribuyan al cuidado de nuestro planeta y eligen hacer la diferencia.

Durante la COP 16, más de **1** Millón de visitantes.

Recibimos **4.899** envases y entregamos **1.047** cupones de las marcas.

Instalamos ECOBOTS Cali, Bogotá, Medellín y Barranquilla. Recolectamos **+ 500.000** envases plásticos, latas y TetraPak.

Entregamos **67** mil cupones redimibles en la marca Premier.

PLOGGING Corre y Recicla

Plogging Cali COP16 más de **400** participantes.

Recolectaron **+400** kg en residuos aprovechables y no aprovechables.

1.700 tapas plásticas para la campaña "cada tapa cuenta" en Buenaventura para crear el mural más grande de tapas.

Sembratón

Iniciamos con la siembra de **16.000** árboles en la Hacienda Piedechinche, en colaboración de Juancho Correlón, donde participaron corredores y colaboradores.

Comprometidos con el bienestar integral

Canola Life se viste de Rosa por ti y por la vida

Reafirmamos el compromiso de Canola Life con la vida y el bienestar, destacando la importancia del autocuidado y la prevención como elementos esenciales para una vida saludable.

Esta iniciativa promovió la detección temprana del cáncer de mama, también contribuyó a generar conciencia a través de un empaque edición especial y colaboraciones estratégicas con la Fundación Alma Rosa de Medellín.

60.000
Unidades de Edición limitada vendidas

Alcance en Redes sociales con piezas de la campaña
+500K
Vistas de los videos más importantes

Logramos una donación a la fundación Alma Rosa de
$20M
por la compra de este producto

c. Más cerca de nuestros consumidores

Expovinos Conzazoni y Bucatti

Bogotá

- Incrementamos la visibilidad de las marcas como protagonistas en eventos exclusivos, brindando experiencias únicas a nuestro consumidor que nos permitan tener mayor alcance.
- Aumentamos el número de inscritos en el Club Amantes de la Pasta, vinculando a los consumidores a un contenido exclusivo y de valor.

Se impactaron a
+30.000
personas

Se entregaron
+4.500
degustaciones

1.000
nuevos inscritos al Club Amantes de la Pasta

Vino al Parque Conzazoni y Bucatti

Bogotá

- Incrementamos la visibilidad de las marcas como único patrocinador en las categorías de pastas y salsas.
- Mostramos la versatilidad que tienen nuestras pastas ofreciendo a los consumidores diferentes recetas y brindamos tips para que cocinen como chefs en casa.
- Fidelizamos a los consumidores y aumentamos el número de inscritos al Club Amantes de la Pasta.

Se impactaron
+9.000
asistentes al evento

+2.000
degustaciones entregadas

1.100
inscritos al Club Amantes de la Pasta.
Crecimiento del 90% de seguidores en Tik tok

Master Class con los Expertos Conzazoni y Canola Life

Cali, Bogotá, Barranquilla y Medellín

Logramos el reconocimiento de las marcas mediante una experiencia culinaria única, donde los consumidores, se sientan como chefs, descubriendo nuevas formas de preparar pasta.

3 Master Class

5.400
personas impactadas

+7.800
unidades rotadas durante la actividad

Master Class Virtual Haz de Oros con @Juanesanchez

Nacional

Generamos interacción en nuestros medios digitales con una Master Class dirigida por el embajador de marca Juan Esteban Sánchez (influenciador), mostrando la practicidad de nuestras premezclas.

200
personas impactadas de forma virtual a nivel nacional.

Participación Mama-ía en Coca-Cola Food Fest

Bogotá

Fortalecimos el conocimiento de marca y conectamos con los consumidores, generando visibilidad y ofreciendo degustación.

10.000
personas impactadas con nuestra presentación de mini brownies de 18 gr.

d. Conociendo Nuestras Marcas

PASTAS La Muñeca 40 AÑOS

Celebración Día Mundial de la pasta y 40 años de Pastas La Muñeca con la Chechi Baena

Celebramos los 40 años de Pastas La Muñeca en el marco del Día Mundial de la Pasta. Este aniversario destacó su historia y trayectoria, que ha acompañado a los colombianos durante cuatro décadas, reflejando a su vez el compromiso con el deporte en el país, apoyando a talentos que inspiran y construyen sueños.

La celebración contó con la presencia especial de Chechy Baena, un ícono del deporte colombiano que nos recordó, a través de su charla, la importancia de la disciplina y la pasión para alcanzar nuestras metas.

Fortalecimiento campaña interna "Nuestras Marcas, Nuestro Orgullo"

Dimos a conocer a nuestros colaboradores atributos, beneficios y el portafolio de cada una de nuestras marcas, entendiendo la importancia de sus embajadores y los primeros en recomendar con familiares y cercanos nuestros productos.

780
colaboradores impactados a nivel nacional

NUESTRAS MARCAS

NUESTRO ORGULLO

haz de oros, Pastas La Muñeca, Pasta Conzazoni, Canola Life, Doñarepa, Premier, Pastas San Remo, Bucatti, Doña Torta, Brownie Mama-ia, Petitas, Oleocali, Harina de trigo La Americana, Colman's, Pastas Pugliese, Riquísimo, Natura, Practis, Frido, Lefrit, Aguileña, Harina de trigo Bola de nieve, Pa' día, La Americana, Unico, Limón, Fama, Manantial

e. Impactamos en redes

Premier

Reforzamos el Reconocimiento de la Marca, Promovimos la Gastronomía Colombiana y Fomentamos la Sostenibilidad, a través de nuestras redes sociales y con el apoyo de influenciadores y tips de sostenibilidad.

Alineándonos con nuestro compromiso ambiental y animando a nuestra comunidad a adoptar prácticas más responsables.

Instagram

18.500
seguidores un incremento del
23%
frente al 2023

haz de oros

Enseñamos a nuestros seguidores diferentes recetas que pueden preparar con nuestro portafolio.

Brindamos tips necesarios para el uso correcto del portafolio.

Fidelizamos a los consumidores con la marca.

Amplificamos nuestra comunicación por medio de los influenciadores (Juan Esteban Sánchez y Jhonathan Contreras).

Instagram

Seguidores: **+62 mil** seguidores (**+16%** vs 2023)

Alcance: **+1 millón** de personas (**+708%** vs 2023)

Interacciones: **+12 mil** (**+1052%** vs 2023)

Pastas La Muñeca

Enseñamos a nuestros seguidores recetas con diferentes ingredientes prácticos y económicos con la versatilidad de nuestras pastas.

Brindamos los tips necesarios para cocinar una buena pasta en casa.

Fidelizamos a los consumidores con la marca.

Amplificamos nuestra comunicación por medio de los influenciadores (Juan Diego Vanegas y Alejandro Valencia).

Instagram

Seguidores: **+31 mil** seguidores (**+25%** vs 2023)

Alcance: **+10 millones** de personas (**+214%** vs 2023)

Interacciones: **+274 mil** (**+57%** vs 2023)

Tik Tok:

+6 millones
de visualizaciones

Pasta Conzazoni

Creamos contenido dinámico que entregue valor (Recetas, tips, maridajes, atributos, actividades) que fortalezcan el vínculo entre la marca y los consumidores.

Brindamos tips necesarios para cocinar una buena pasta en casa.

Fidelizamos a los consumidores con la marca.

Amplificamos nuestra comunicación por medio de los influenciadores (Chris Carpentier, Leo Cocinero, Carolina Arisitzabal, B. Eats, Esta es mi Cocina y Luis Carlos Bonilla).

Instagram

Seguidores: **+15 mil** seguidores (**+49%** vs 2023)

Alcance: **+14 millones** de personas (**+2.094%** vs 2023)

Interacciones: **+305 mil** (**+1.219%** vs 2023)

Tik Tok:

8 a 94
seguidores en 2 meses

2.3 Nuestros Clientes

En Harinera del Valle, construimos relaciones sólidas que marcan la diferencia, basadas en el respeto, la innovación y una visión compartida de progreso.

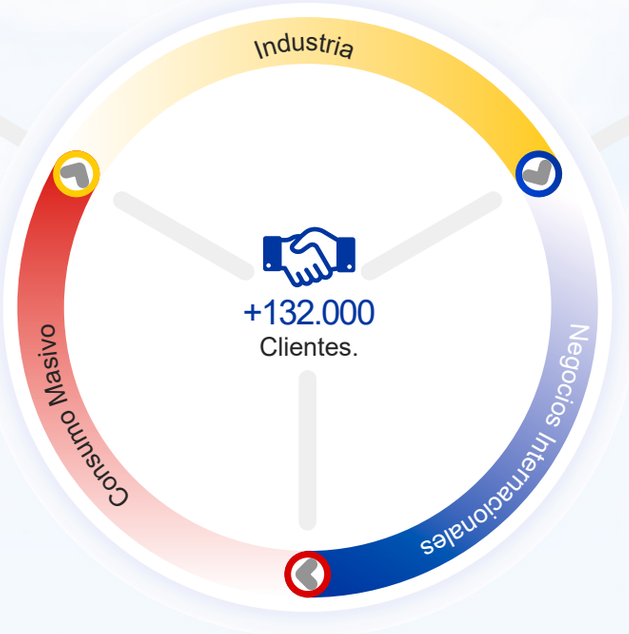
8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

2.3 Nuestros Clientes

Contamos con un portafolio integral para la industria y los hogares colombianos, con una cobertura del **92%** de los municipios de Colombia y llegando a mercados del exterior.

6.224 Clientes

Industrias Panificadoras, Panaderías de Barrio, Industria de Alimentos, Canal HORECA:



+111.000
Tiendas.

+12.000
Supermercados y minimercados.

+3.000
Mayoristas, distribuidores e institucionales.

6
E-Commerce

Llegamos a **1.023** Municipios de Colombia

11 Países.
12 Clientes

Canadá
Australia
Perú
Panamá
Trinidad y Tobago
Cota Rica
Estados Unidos
Chile
España
Bolivia
Ecuador

2.3.1 Clientes Consumo Masivo: **Nuestros Canales**

Supermercados Independientes y Cadenas Regionales

Realizamos talleres y capacitaciones personalizadas, brindando **orientación integral** en: exhibición de productos, márgenes de ganancia y rotación de inventarios y manejo adecuado de las averías, con el fin de evitar pérdidas de alimentos.

Trabajamos de la mano con un equipo altamente comprometido y capacitado compuesto por **199** personas, de las cuales el **76%** fueron mujeres, para apoyar la rotación de productos y en la implementación de actividades diseñadas para impactar positivamente en la imagen de nuestras marcas.

Logramos crecimientos importantes en categorías como **Pastas, Harinas de Trigo y Harina de Maíz,** gracias a la participación activa en las actividades de nuestros clientes, fortaleciendo nuestra confianza y relacionamiento.

Cadenas Nacionales

Desarrollamos presentaciones **ready to sell** en la categoría de pastas disminuyendo el uso de plástico, mejorando la operación logística y exhibición en el punto de venta.

Implementamos actividades y modelos de atención para adaptarnos a las nuevas tendencias y demandas del mercado.

Trabajamos en equipo con los clientes buscando eficiencia logística logrando ahorros en costos y mejorando el nivel de servicio.

Distribuidores y Mayoristas

Contamos con una Red de distribución sólida y colaborativa: compuesta por **108** distribuidores, con quienes hemos establecido relaciones sólidas basadas en la confianza y la colaboración.

Implementamos el **Plan Aliados** impactando directamente a la fuerza de ventas de nuestros principales distribuidores, logrando un crecimiento importante en impactos y distribución.

Brindamos programas de capacitación integral dirigidos a la fuerza de ventas de nuestros distribuidores.

En temas como:

- Estrategias comerciales para maximizar el impacto en el mercado.
- Diferenciadores y beneficios de nuestros productos, destacando nuestras ventajas competitivas.
- Actualización en normativas y regulaciones relacionadas con etiquetado y la información nutricional, fortaleciendo la confianza del consumidor.

E-commerce

Diversificamos los puntos de contacto con los clientes, ofreciendo una experiencia de compra conveniente, rápida y adaptada a las nuevas tendencias digitales de consumo.

Aprovechamos el análisis de datos proporcionado por las plataformas de **e-commerce,** permitiéndonos identificar patrones de compra, personalizar ofertas y monitorear nuestro desempeño general.

Este canal se convirtió en una herramienta estratégica para fortalecer la relación con nuestros consumidores y clientes, mediante la generación de contenido digital atractivo e informativo.

Tiendas y panaderías (TyP)

Consolidamos la distribución de nuestro portafolio, de forma integral, teniendo como pilar importante la ejecución en el punto de venta con bloques de marca, exhibiciones que generan mayor exposición, visibilidad y contundencia para cautivar a nuestros consumidores.

Logramos consolidar una fuerza de venta Focalizada en **línea Industrial y línea Comercial** en las principales ciudades del país, acompañada de una capacitación continua que les permite aprender y asesorar a nuestros clientes con mayor capacidad de conocimiento de nuestros productos.

Trade Marketing

Crecimos un **21%** en visibilidad y exhibiciones en puntos de venta, con un nuestro programa Grana con la Mejor Exhibición, que busca dar a conocer nuestras marcas al comprador, dentro del concepto de portafolio completo para varias ocasiones de consumo.

2.3.2 Nuestros Clientes Industriales

Nuestro equipo Comercial Especializado y de Asesores Profesionales en Panadería atiende las necesidades del sector de panificación, industria e institucional entregando soluciones integrales acorde a las necesidades de nuestros clientes.

Asesoramos **392** panaderías a través del equipo APP de manera presencial y a través de la Lineamiga en nuevas formulaciones, pruebas de harinas, margarinas, premezclas con clientes nuevos, manejo de las harinas tradicionales y especialidades.

Capacitamos **2.700** panaderos en el país a través de **65** espacios presenciales y virtuales con nuestro equipo de Asesores Profesionales en Panadería.

Potencializamos nuestro Centro de Innovación y Experiencia Arcesio Paz Paz, como un espacio de aprendizaje, relacionamiento, capacitación y asesoría para clientes y partes interesadas, impactando **240** personas (clientes, Colaboradores y estudiantes de Instituciones Educativas Públicas)

Fortalecimos nuestra presencia digital con contenidos relevantes y específicos para nuestro público objetivo. Capacitamos **175** panaderos con capacitaciones virtuales en alianza con escuela Mariano Moreno para el canal Facebook y YouTube.

Participamos de la Campaña Pan con Fe buscando reactivar el consumo de pan en Colombia, apoyar a los panaderos locales y fortalecer la industria panificadora promoviendo el uso de ingredientes tradicionales en la elaboración de panes especializados.

Entregamos elementos de panadería a **270** clientes panaderos que participaron del programa **"Goleador Haz de Oros"**, logrando cercanía y fidelización con la marca.

SEGUIDORES	VISUALIZACIÓN PROMEDIOS MES	VISUALIZACIONES
+17 % DICIEMBRE 2024: **12.182** DICIEMBRE 2023: **10.400**	**15.147**	**181.769**

SEGUIDORES	INTERACCIONES	ENGAGEMENT
+11 % DICIEMBRE 2024: **12.182** DICIEMBRE 2023: **4.867**	**+10 %** DICIEMBRE 2024: **9.541** DICIEMBRE 2023: **8.615**	**+26 %** DICIEMBRE 2024: **11,8 %** DICIEMBRE 2023: **9,3**

2.3.3 Nuestros Clientes en el Exterior

a. Portafolio Experto

Doñarepa blanca y **amarilla** en presentación de 500grs, 1Kg, 2.1Kg y bultos industriales de 22.68Kg

Premezclas de temporada **Natilla** y **buñuelos** presentación de 300gr

Doñatorta vainilla y **chocolate** 500grs

Premezclas para **pancakes tradicional, light** y **avena** en presentación de 300gr

Venta Internacional 2024

Venta total 2024:

US$6.3 Millones

(COP $25.663 millones) representados en 6.515 toneladas.

Mercados Internacionales

Exportamos a 11 países: Costa Rica, Panamá, Chile, Trinidad y Tobago, Estados Unidos, España, Ecuador, Canadá, Bolivia, Australia y Perú.

b. Actividades con Clientes

Implementamos estrategias claves para mejorar la distribución de nuestros productos en mercados internacionales, fortalecer nuestro portafolio y consolidar relaciones comerciales sostenibles, que impulsaron el crecimiento empresarial, reforzaron nuestra presencia en mercados claves y nos adaptándonos a las necesidades locales y regulatorias.

Crecimiento Doñarepa en facebook

Cota Rica
17.740 seguidores
crecimiento del **10,2%** en seguidores
Alcance de 317.980 personas.

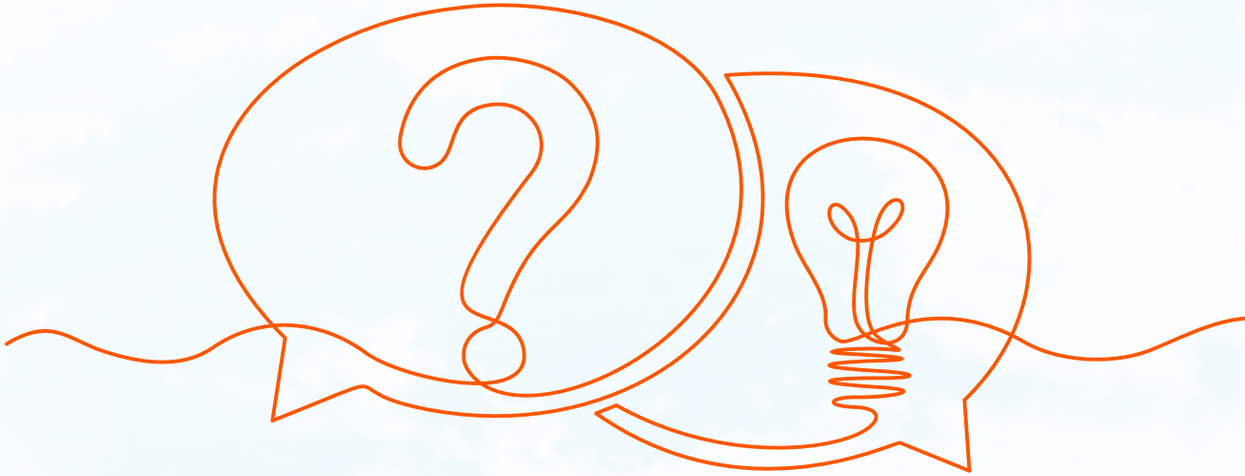
Chile
5.307 seguidores
crecimiento del **0,8%** en seguidores
Alcance de 2.411.028 personas..

Panamá
3.814 seguidores
crecimiento del **1,5%** en seguidores
Alcance de 2.073.957 personas.

España
1.423 seguidores
crecimiento del **16,1%** en seguidores
Alcance de 2.212.200 personas.

Estados Unidos
19.537 personas
alcanzadas gracias a muestras campañas publicitarias.

2.3.4 Servicio al Cliente



a. Programa piloto HV está contigo:

Ampliamos nuestro foco de gestión generando valor a nuestros clientes a través de este programa, basado en modelos de cercanía y propósito, con el objetivo de generar conexiones con nuestros clientes para lograr su fidelización.

En el programa se inscribieron 75 personas de 52 clientes de las ciudades de Cali, Bogotá y Medellín, las cuales al vincularse recibieron experiencias significativas en torno a nuestros productos y actividades de las marcas.

b. Gestión de PQRS:

Brindamos atención oportuna y gestión a 2.552 PQRS, facilitando la identificación de oportunidades de mejora en diversos procesos de la compañía.

1.924 casos correspondieron a clientes y 628 a consumidores.

c. Encuesta de medición de satisfacción de clientes:

finalizamos el ciclo, con la medición del indicador NPS, obteniendo como resultado que el 73% de los encuestados son promotores y recomiendan a Harinera del Valle como proveedor. Permitiéndonos identificar las necesidades de nuestros clientes para implementar las oportunidades correspondientes en nuestros procesos.

Comentarios de nuestros clientes:

- **Inversiones Vaquita Express S.A.S. (Supermercado Independiente):** Nos encontramos satisfechos como proveedor en cuanto a lo que Harinera del Valle nos ha ofrecido como clientes.
- **Supermercados Betel Cúcuta S.A.S. (Supermercado Independiente):** ¡Gracias! seguimos trabajando de la mano para crecer juntos.
- **Comercializadora la Cosecha S.A.S. (Mayoristas y Distribuidores):** Harinera del Valle es una compañía que apoya permanentemente la rotación de sus productos, la atención al cliente es 100% a favor de cada uno de nosotros.
- **José María Mujica Sánchez (Mayoristas y Distribuidores):** Felicidades por el excelente trabajo que vienen realizando, estamos muy a gusto con su labor. El vendedor tiene una excelente atención. ¡Sigan así!
- **Supertiendas Olímpica (Supermercado de Cadena):** Muy buena la labor realizada, esperamos que sigan trabajando de forma agradable como hasta ahora.

d. Comentarios de satisfacción de nuestros consumidores:

Algunos comentarios enviados al correo de Servicio al Cliente por parte de nuestros consumidores sobre la atención brindada por la atención de PQRS:

PQRS Harina de trigo Haz de Oros:

Dora Navarro. Cordial saludo. Quiero expresar mi agradecimiento a Harinera del Valle por haber atendido mi reclamación. Me complace saber que el problema no fue causado en el lote del producto. Sin embargo, creo que sería importante verificar la cadena de distribución entre la Harinera y el consumidor, ya que como se pudo evidenciar con la muestra que envié, el problema sí existió. De todas formas, me da mucha confianza comprar con una empresa que responde tan bien al cliente.

Que tenga un buen resto del día.

PQRS Mezcla para Galleta Haz De Oros:

Beatriz Ayubi. Buenas tardes, Señores Harinera del Valle, por medio del presente me permito agradecer el acto de resarcimiento que tuvieron hacia mi persona con relación a lo sucedido con la mezcla para galletas Haz de oros.
Hemos recibido una muestra de sus productos, por lo cual adjunto el video donde usamos sus productos de mi pequeña sobrina Camila de 5 años quien quiere ser YOUTUBER y preparo pizza con su masa. Agradecemos su gran detalle.

2.4 Nuestros Proveedores

Impulsamos el crecimiento de nuestros socios estratégicos, construyendo juntos una cadena de suministro más sostenible.

8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

Angie Montaño, Centro de Formación Integral Providencia

2.4.1 Relación de Mutuo beneficio y crecimiento con nuestros proveedores

De los **6.212** proveedores, el **93%** son nacionales y están ubicados en las diferentes regiones de país. El **58%** de nuestros proveedores nacionales lleva más de **6 años** de relación con la Compañía.

Auditamos a **22** proveedores en **2024** bajo criterios de sostenibilidad.

1.674 proveedores y contratistas pertenecientes a diferentes empresas fueron capacitados en prevención y riesgos laborales.

Compras Sostenibles

La dotación para nuestros colaboradores del área comercial, vigilancia y servicios generales, la elaboró el centro de formación integral providencia, que genera empleo a más de **200** mujeres, muchas de ellas madres cabeza de hogar.

Cambiamos los rollos de cinta habituales a rollos de **1.000** metros en la Planta Bogotá, permitiéndonos reducir en un **20%** su consumo y disminuyendo la generación de residuos.

Adquirimos huevo líquido libre de jaula, utilizado en la producción de brownies. Actualmente, el **25%** del huevo líquido adquirido cumple con la característica de ser libre de jaula, lo que contribuye a garantizar el bienestar animal y a reducir nuestro impacto ambiental.

2.5 Nuestra Comunidad

Junto a las comunidades promovemos iniciativas que impactan positivamente su bienestar, demostrando que juntos podemos construir un mejor país.

2.5.1 Inversión Social

EducaRSE
harinera del valle

Programa EducaRSE

Mejoramiento de la calidad educativa:
Continuamos fortaleciendo el aprendizaje mediantela implementación del Programa Fortaleciendo el Aprendizaje en el aula, desarrollado por la Universidad ICESI. Este programa benefició a 90 docentes de instituciones educativas del Valle del Cauca y Cauca, quienes culminaron satisfactoriamente su proceso de formación.

Adecuación de panadería para Mujeres Empoderadas de Dagua:
En el marco del programa de fortalecimiento al emprendimiento, se realizó una donación para la adecuación de una panadería que beneficiará a 200 mujeres (víctimas de violencia y cabezas de familia), promoviendo su autonomía económica.

Apoyo a la participación en el Encuentro Internacional de Robótica:
Respaldamos la participación de niños y jóvenes estudiantes de la Institución Educativa Técnica Senón Fabio Villegas de Villa Rica en la IX versión del Megatorneo Internacional de Robótica, realizado en Bogotá.

Impulso a la innovación de proyectos empresariales escolares:
Apoyamos los premios del programa Muestra Empresarial Simoniana de la Institución Educativa Simón Rodríguez, en el que participaron 20 proyectos, fomentando el espíritu emprendedor en los estudiantes.

Fortalecimiento de la soberanía alimentaria:
Avanzamos en la construcción de huertas escolares sostenibles elaboradas con estructuras de madera plástica provenientes de empaques reciclados. Estas iniciativas en instituciones educativas de Cali, Palmira y Villa Rica han beneficiado a más de 3.000 estudiantes, promoviendo prácticas responsables con el medio ambiente.

Experiencia Centro de Innovación Arcesio Paz Paz Palmira:
Más de 50 estudiantes de Instituciones Educativas Públicas de Cali, Dagua, Palmira y Villa Rica vivieron una experiencia culinaria enriquecedora en nuestro Centro de Innovación. Allí, guiados por Asesores Profesionales en Panadería de Harinera del Valle, desarrollaron en equipo recetas que fomentaron la colaboración y el diálogo sobre el proceso de producción de harina, ampliando su conocimiento sobre la industria alimentaria y el entorno productivo.

Programa NutriRSE

NutriRSE
harinera del valle

Talleres de Cocina Creativa:

En alianza con el Museo La Tertulia de Cali, organizamos dos talleres exitosos de Cocina Creativa dirigidos a niños de 8 a 15 años de Instituciones Educativas Públicas de Dagua y Villa Rica. Por primera vez, muchos de ellos visitaron el museo y tuvieron la oportunidad de explorar las propiedades de los alimentos, incluyendo colores, olores, formas y texturas.

Los **100** participantes prepararon pandebonos con nuestros productos Haz de Oros y crearon pinturas utilizando pigmentos naturales.

Esta actividad conectó la gastronomía y las artes, despertando su creatividad e interés por ambos campos.

Máster Class:

Junto al Chef Director de Alquimia Cocina Estudio y líder académico de la Escuela de Gastronomía Nacional e Internacional de Comfandi, **170** padres de familia de estudiantes de Instituciones Educativas de Palmira y Cali, disfrutaron de una clase práctica para preparar recetas fáciles, económicas y nutritivas.

Este espacio fortaleció las habilidades culinarias utilizando productos de nuestra Compañía.

Programa Recicla**RSE**

Concurso infantil Cuentos Planeta HV:

Participaron **650** niños de 8 a 16 años de las Instituciones Educativas Públicas María Antonia Penagos de Palmira Institución Educativa del Dagua y Simón Rodríguez de Cali. El concurso tuvo como objetivo fomentar la creatividad y sensibilizar a los estudiantes y sus familias sobre la importancia de cuidar y conservar el medio ambiente, a través de acciones que hagan la diferencia. Se premiaron los tres primeros lugares en las dos categorías (de 8 a 11 años y de 12 a 16 años), generando un importante impacto en la comunidad educativa.

Programa Por Amor a Dagua,

liderado por la Institución Educativa del Dagua y con la participación de **634** estudiantes y entidades como la Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca (CVC), se llevó a cabo una jornada llena de actividades que destacaron la biodiversidad y la riqueza cultural del Pacífico colombiano.

Durante el evento, los asistentes disfrutaron de presentaciones artísticas, stands temáticos dedicados al medio ambiente y una variada muestra de platos típicos representativos de la región.

Continuamos fomentando el reciclaje

para promover una cultura de consumo responsable en las comunidades educativas de las Instituciones educativas de Cali, Palmira, Villa Rica y Dagua.

Con este programa se benefician cerca de 3.300 estudiantes gracias a la entrega de una ecobotella y mesas tipo picnic elaboradas en madera plástica como resultado del reciclaje que se logró en cada institución.

ReciclaRSE
harinera del valle

Programa Visitas para Estudiantes

A través de este programa, **225** estudiantes de diferentes Instituciones Educativas técnicas y universitarias del país visitaron nuestras instalaciones en Cali y conocieron la experiencia de una empresa vallecaucana que Sabe de Alimentos.

Voluntariado:

En el marco de preparación de Cali para recibir la COP 16, participamos en un voluntariado especial promovido por la Fundación ANDI. Esta iniciativa tuvo como objetivo consolidar un vehículo de impacto colectivo, convocando a **300** voluntarios de empresas del sector privado, la Alcaldía y la comunidad para participar en una jornada de embellecimiento de espacio público y siembra de árboles.

Donaciones:

En el 2024 se invirtieron más de **500** millones de pesos en donaciones e iniciativas de responsabilidad social.

Las donaciones de alimentos a población vulnerable, se efectuaron a **14** fundaciones y a la Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia, por un total de más de **36** toneladas de alimentos. Debido a la emergencia nacional ocasionada por la lluvia, nos unimos a la campaña de la ANDI y los Bancos de Alimentos a nivel nacional con la donación de productos no perecederos como pastas, aceite y harina para ayudar a **40** mil familias del Chocó.

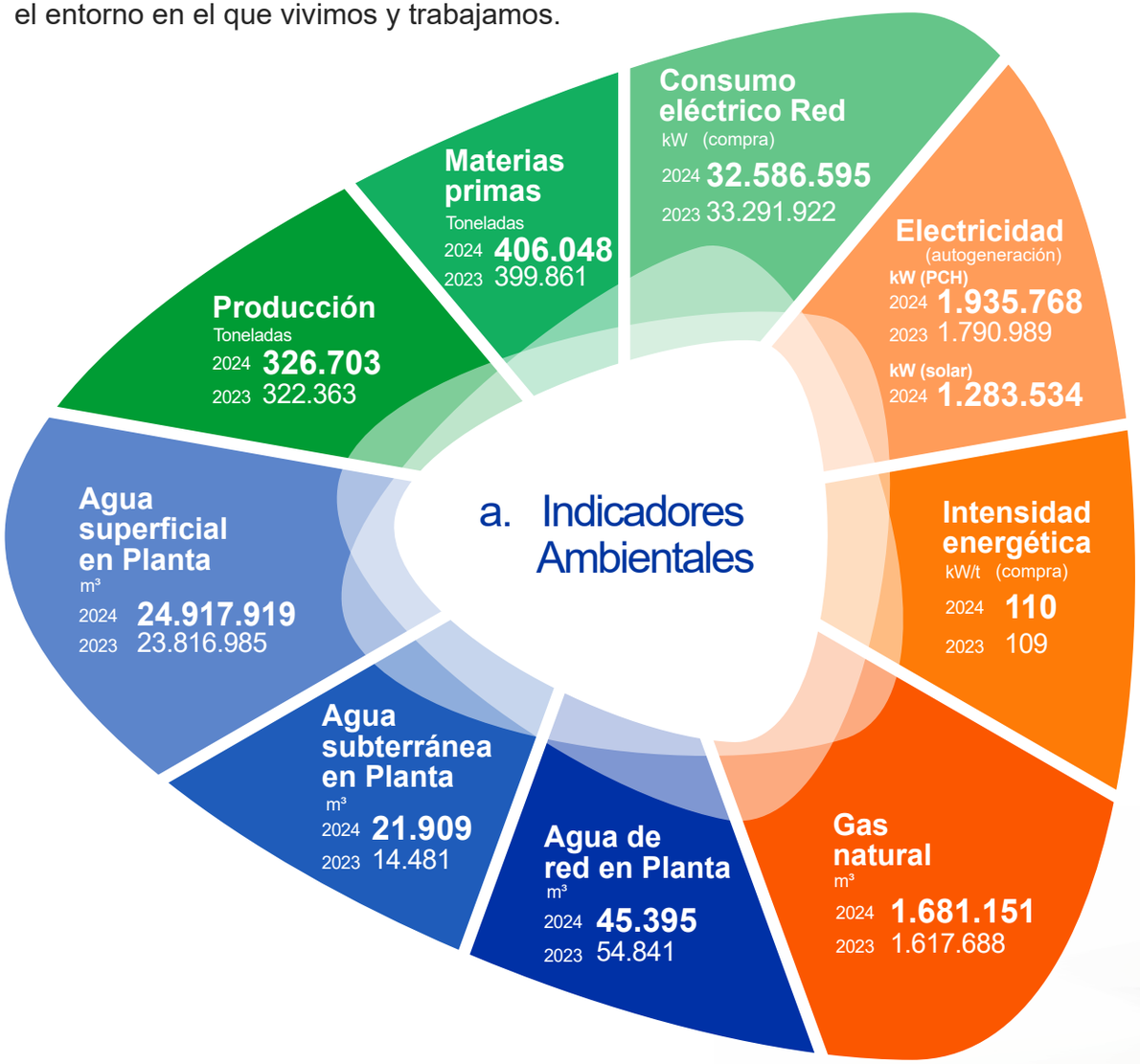
harinera del valle
Sabe de alimentos

Capítulo 3

Comprometidos con la sostenibilidad del planeta hoy y siempre

3.1 Desempeño Ambiental

Cuidar el planeta es un compromiso compartido, por ello actuamos con responsabilidad para proteger el entorno en el que vivimos y trabajamos.



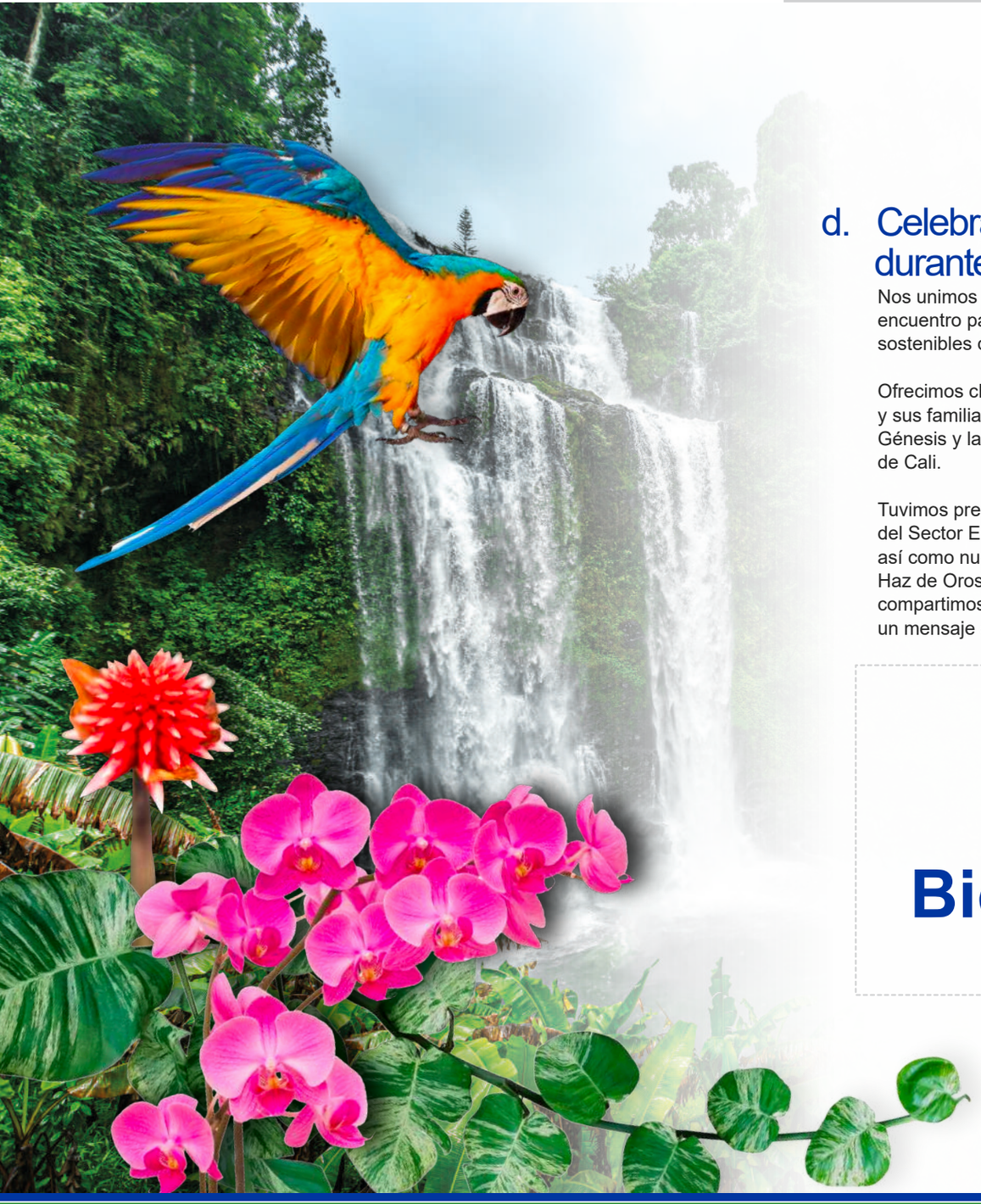
b. Gestión de emisiones atmosféricas

Evaluamos las emisiones atmosféricas de 11 fuentes fijas en nuestras Plantas de Producción de Cali, Dagua y Palmira, utilizando laboratorios acreditados. Los resultados promedio de medición de partículas (MP) fueron de 17 mg/m3, muy por debajo del límite normativo de 250 mg/m3 (Resolución 909/2008), esto debido a que contamos con sistemas de control de alta eficiencia y seguimiento a los procesos de producción, aportando no sólo al cumplimiento de la normatividad ambiental, sino también a que las comunidades vecinas tengan una mejor calidad de aire.

c. Siembra de árboles Planta Villa Rica

Como parte de los compromisos de nuestra licencia ambiental de Planta Villa Rica, realizamos la siembra de **200** árboles nativos (especies de Cedro Rosado, Gualanday, Guayacán Amarillo) en el Humedal Guaymaral ubicado en el municipio de Villa Rica, con el apoyo de nuestros colaboradores, fortaleciendo así su cultura ambiental para la protección y cuidado de nuestros recursos naturales.

200
árboles nativos



d. Celebrando la Biodiversidad durante la **COP16**

Nos unimos a la celebración de la COP16 en Cali, un importante encuentro para reflexionar y compartir nuestras acciones sostenibles que reafirman nuestro compromiso con el planeta.

Ofrecimos charlas educativas para nuestros Colaboradores y sus familias, realizadas en alianza con la Fundación Nuestra Génesis y la Secretaría de Desarrollo Económico de la Alcaldía de Cali.

Tuvimos presencia en diferentes espacios como el evento del Sector Empresarial y Productivo, realizado por la ANDI, así como nuestra participación con el Ecobot de Premier, Haz de Oros y La Muñeca, en la Zona Verde. Además, compartimos a través de una campaña de comunicación un mensaje claro:

En HV vivimos la **Biodiversidad**

3.2 Economía Circular

En Harinera del Valle nos comprometemos a utilizar los recursos de manera eficiente y a minimizar los impactos ambientales por la generación de residuos, esto lo logramos a través de la implementación de iniciativas circulares que se centran en reducir el tamaño o calibre de los empaques y embalajes de nuestros productos, aprovechar los subproductos y residuos generados en nuestras operaciones y gestionar los envases y empaques que se comercializan.

a. Gestión de subproductos y averías

Subproductos

En el proceso de transformación del trigo y el maíz para la obtención de sémolas, semolatos y harinas se generan subproductos, los cuales se aprovechan por otras empresas para la elaboración de alimentos para animales.

Subproducto maíz (Ton)	
2024	**4.836**
2023	**6.127**

Subproducto trigo (Ton)	
2024	**71.576**
2023	**70.379**

Subproductos trigo (salvado, germen, harina de segunda y mogolla) y subproductos del maíz (salvado)

Averías

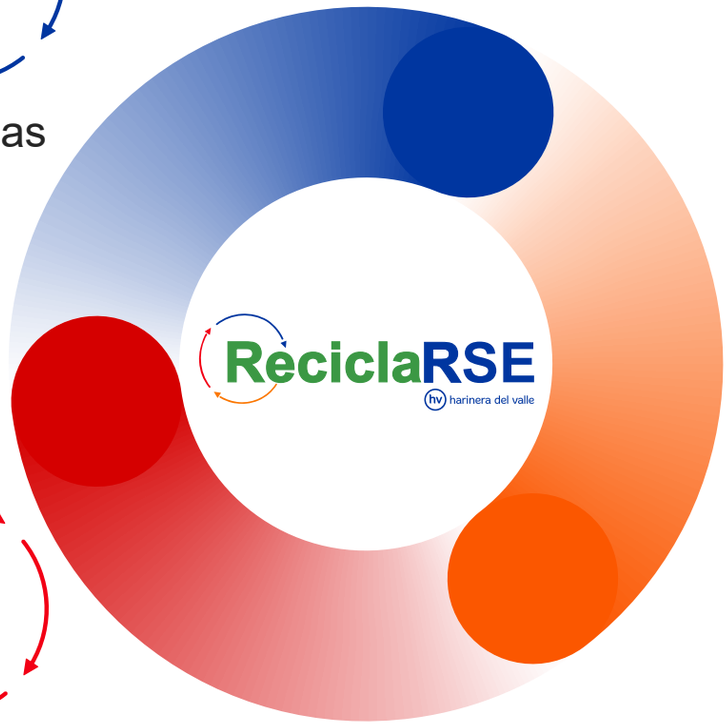
De los procesos de producción, almacenamiento y transporte de diferentes productos elaborados en nuestras plantas, se generan averías (productos no aptos para el consumo humano), las cuales se aprovechan por empresas autorizadas para la elaboración de alimento para animales o transformación en el proceso de compostaje.

Averías (Ton)	
2024	**611**
2023	**485**

b. Gestión de residuos

Reciclo
Envases y Empaques

371 Toneladas
de residuos aprovechables se reincorporaron nuevamente al ciclo productivo.
Post industrial



Reciclo
Aceite de Cocina Usado

75 Kilos
de ACU (Aceite de Cocina Usado) se aprovecharon como biodiésel.
Posconsumo

Reciclo
Residuos Peligrosos

7,6 Toneladas
de residuos peligrosos se gestionaron responsablemente con un gestor autorizado para el aprovechamiento, tratamiento y disposición final.

Retorno de productos

A través de nuestros procesos de reciclaje, los plásticos flexibles generados como residuos postindustriales, fueron transformados por un gestor aliado y retornados en **1200** estibas plásticas utilizadas en bodegas de logística y **12** puntos ecológicos para la separación de residuos sólidos en nuestras Plantas de Producción.

c. Campañas educación ambiental

Gestión de aceites de cocina usados:

Con puntos ubicados en las Plantas de Producción para la recolección posconsumo de aceites generados por los colaboradores en sus hogares, estos se entregaron a un gestor autorizado el cual los aprovecha para la fabricación de Biocombustibles.

Eco botellas:

Fomentamos el reciclaje de empaques de plástico flexibles a través de eco botellas. Se transformaron **1250** botellas entre botellas vacías y llenas con empaques flexibles.

Jornadas posconsumo:

Se lograron recoger **165** kg de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos, papel, cartón, plástico, medicamentos vencidos y aceites de cocina usados, los cuales fueron traídos desde los hogares de nuestros colaboradores.

d. Ecodiseño de empaques:

Reducción de plástico en los empaques de varias de nuestras marcas para optimizar el uso de este material, disminuyendo así la cantidad de residuos de plástico generados por nuestros clientes y consumidores por el consumo de nuestros productos.

65,332 ton
de reducción de plástico

e. Visión 30/30:

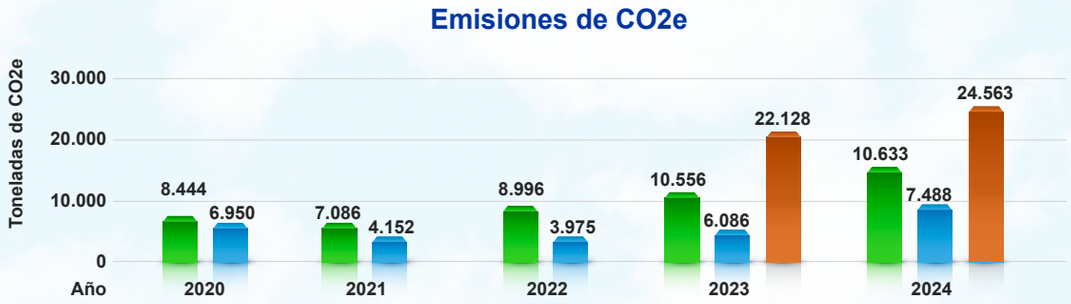
A través de nuestra alianza con el plan Visión Circular de la ANDI, en 2024 gestionamos la recolección y el aprovechamiento del **16%** de los envases y empaques de nuestros productos en el mercado colombiano, esto representa una disminución en la cantidad de residuos aprovechables que llegan a los rellenos sanitarios, incrementando la vida útil de estos últimos y optimizando el uso de los recursos.

Visión Circular
ANDI | MÁS PAÍS
Impulsando el país hacia la economía circular

3.3 Cambio Climático

a. Emisiones de GEI

Realizamos el inventario de gases de efecto invernadero para las cinco plantas de producción ubicadas en Cali, Palmira, Villa Rica, Dagua y Bogotá para determinar las emisiones generadas durante el 2024, este año incluyendo el Alcance 3. Este inventario se realizó bajo el "Estándar Corporativo de Contabilidad y Reporte del Protocolo de Gases de Efecto Invernadero (GHG Protocol)".



Emisiones de CO2e (Alcance 1)

Alcance 1: consumo combustibles por fuentes fijas y móviles, uso de aceites, lubricantes, grasas, aceites, acetileno y refrigerantes.

Emisiones de CO2e (Alcance 2)

Alcance 2: emisiones indirectas por el consumo de energía.

Emisiones de CO2e (Alcance 3)

Alcance 3: transporte tercerizado de materias primas, producto terminado y de colaboradores, vuelos corporativos, gestión de residuos sólidos.

b. Energías Renovables

Granja Solar

Avanzamos con soluciones para enfrentar los desafíos del cambio climático, para lo cual, construimos e inauguramos nuestra primera Granja Solar en Villa Rica, Cauca en colaboración con Gases de Occidente y Promigas. con la instalación de **1.666** paneles solares en **6.000** metros cuadrados y una capacidad de **999,6** kWp

Generación:

1.283.534 kwh

Equivalentes al

27% del consumo total de energía.

Beneficios ambientales:

566,78 toneladas de CO2 (evitadas)

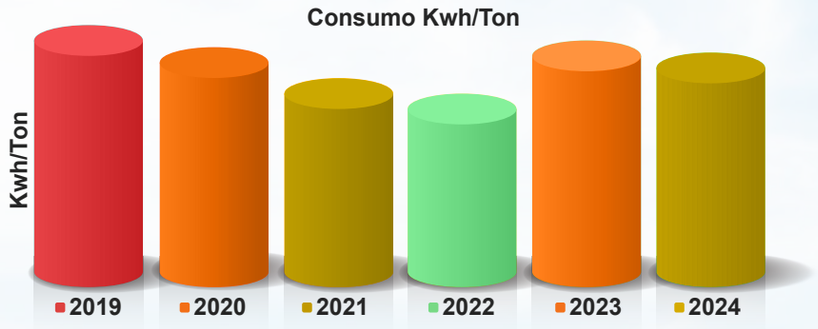
11.340 árboles sembrados (equivalente)

Pequeña Central Hidroeléctrica

Generamos **1.935.000 Kwh** de energía renovable con nuestra pequeña central hidroeléctrica de Planta Dagua, un **8,79 %** adicional con respecto a 2023, esta energía se utilizó para la elaboración de Harina de trigo.

c. Gestión Energética

Mejoramos continuamente nuestros procesos para minimizar el consumo de energía, mediante la modernización y adquisición de equipos más eficientes.

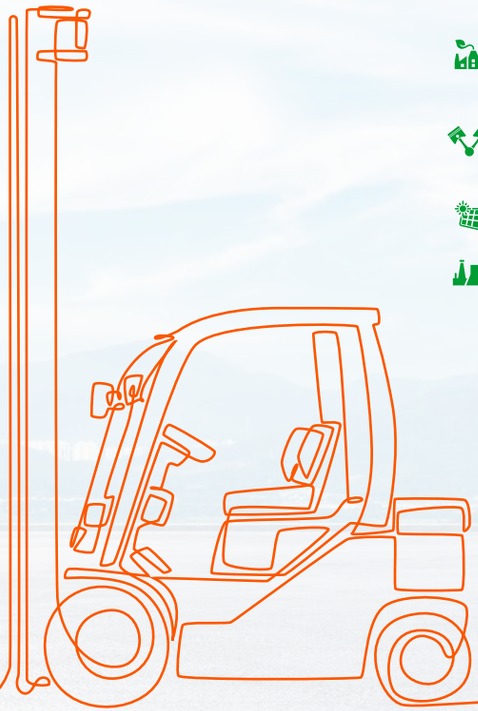


En el Año 2024 disminuyó el consumo energético respecto al Año 2023, pasando de **87,7**Kwh/Ton a **87,5K**wh/Ton.

En alianza con **ISAGEN,** dimos continuidad al Comité de Eficiencia Energética, para hacer seguimiento a la calidad de la energía, implementar mejoras en procesos optimizado su uso, así como la adopción de los requisitos del sistema de Gestión Integral Energética siguiendo los lineamientos de la norma **ISO 50001.**

Nuevos equipos y mejoras en procesos:

- Continuidad en los programas de mantenimiento predictivo, análisis de vibraciones y termografías para garantizar la disponibilidad de equipo minimizando el riesgo de falla e incremento de energía en sus consumos.
- Adquisición de tres Chiller para Planta Cali y Villa Rica con tecnología de ahorro energético y uso de refrigerantes ecológicos.
- Implementación de control en motores principales con variador velocidad en sistemas neumáticos.
- Seguimiento a las fugas de aire comprimido en Plantas y análisis de consumos.
- Reposición de motores convencionales por motores de alta eficiencia y adquisición de compresores.
- Cambio de Luminarias por tecnología led y solar.
- Automatización de procesos en Plantas de Producción.



d. Transporte Ecoeficiente

Continuamos enfocándonos en mejorar nuestras operaciones mediante inversiones en tecnología, infraestructura y procesos, con el objetivo de ser más eficientes y sostenibles, como parte de estas acciones, renovamos **9** tráileres con materiales más livianos, lo que aumentó su capacidad de carga en un **9%**, movilizando **4.725** toneladas adicionales reduciendo a su vez el consumo de combustible.

Reencauche de llantas

Gestionamos el proceso de rencauche de llantas con el reúso de 133 unidades, esto representó un ahorro de recursos naturales y energéticos, equivalente a **27 m³** de agua, **9.500 kWh** de energía, **3.345** galones de petróleo y **1.155 kg** de compuestos orgánicos volátiles, reafirmando así nuestro compromiso con la conservación y el cuidado del medio ambiente en nuestras operaciones logísticas.

e. Movilidad sostenible

Promovimos alternativas de transporte sostenible como motos, patinetas y scooter eléctricos. En Planta Cali adecuamos un punto de carga, de esta manera los colaboradores que ya cuentan con este tipo de automotores tienen la facilidad de cargarlos y motivar a otros colaboradores a que se sumen a movilizarse en este tipo de alternativas.

70 colaboradores de Plantas de Producción de Cali, Palmira, Dagua y Villa Rica cuentan con la bicicleta como medio de transporte y con un espacio destinado para guardarla durante la jornada laboral.

harinera del valle
Sabe de alimentos

Capítulo 4

Unidos somos la fuerza que nos impulsa hacia el éxito

4.1 Valor Económico Compartido

	2023	2024
Ingresos Operacinales	$1.655.391	$1.424.090
Ingresos No Operacinales	$183.755	$114.922
Valor Económico Generado	$1.839.146	$1.539.012
Pagos Proveedores	$1.591.823	$1.288.764
Sueldos Empleados	$94.435	$109.472
Intereses Financieros pagados	$26.151	$18.641
Impuestos pagados	$32.840	$35.082
Inversión comunidades	$405	$518
Valor Económico Distribuido	$1.745.654	$1.452.477
Valor Económico Retenido	$93.492	$86.535

* En millones de pesos colombianos

4.2 Balance General

HARINERA DEL VALLE S.A.
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA SEPARADO
31 DE DICIEMBRE DE 2024 Y 2023
(Cifras expresadas en miles de pesos colombianos, salvo que se indique otra cosa)

	Notas	31 de diciembre 2024	31 de diciembre 2023
ACTIVO			
Activo corriente			
Efectivo y equivalentes de efectivo	7	62,223,502	72,710,715
Cuentas por cobrar comerciales y otras cuentas por cobrar	8	217,975,444	194,092,222
Inventarios	9	204,024,382	213,329,567
Otros activos no financieros	10	9,747,546	9,054,164
Activos por impuestos corrientes	12	23,134,119	26,647,771
Otras inversiones	13	5,815,426	-
Total activo corriente		**522,720,419**	**515,834,439**
Activo no corriente			
Cuentas por cobrar partes relacionadas	8.3	23,282,675	21,602,966
Propiedades, planta y equipo	14	262,798,828	232,842,975
Activos por derecho de uso	11	3,337,290	6,486,454
Activos intangibles	15	62,486,773	62,478,095
Propiedades de inversión	16	92,875,804	72,413,112
Inversiones en subsidiarias	17.1	47,480,356	42,757,085
Inversiones en asociadas	17.2	87,181,900	87,573,612
Otras Inversiones	13.1	501,796,234	435,133,997
Total activo no corriente		**1,081,239,860**	**961,288,296**
Total activo		**1,603,960,279**	**1,477,122,735**
PASIVO			
Pasivo corriente			
Obligaciones financieras	18	197,664,420	245,340,963
Pasivos por arrendamientos	19	1,637,591	2,058,682
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	20	84,982,367	81,371,779
Dividendos por pagar	24.1	2,774,992	2,250,101
Beneficios a Empleados	22	9,666,479	8,382,937
Otros pasivos no financieros	21	17,022,985	19,674,297
Total pasivo corriente		**313,748,834**	**359,078,759**
Pasivo no corriente			
Obligaciones financieras	18	60,000,000	16,760,000
Pasivos por arrendamientos	19	1,795,574	4,529,497
Beneficios a empleados	22	1,441,177	1,731,919
Provisiones y pasivos contingentes	23	1,531,007	1,396,007
Impuesto sobre la renta diferida, neto	37.3	62,264,191	53,635,566
Total pasivo no corriente		**127,031,949**	**78,052,989**
Total pasivo		**440,780,783**	**437,131,748**
PATRIMONIO			
Capital	24	722,868	722,868
Prima en colocación de acciones		223,393,756	223,393,756
Superávit por saneamiento		1,874,689	1,874,689
Reservas	25	394,478,995	331,719,970
Retención imputable a los accionistas		(8,174,190)	(7,893,781)
Resultado del ejercicio		86,535,171	93,492,436
Utilidades acumuladas		637,281,808	637,281,808
Otros Resultados integrales	25	(172,933,601)	(240,600,759)
Total del patrimonio		**1,163,179,496**	**1,039,990,987**
Total del pasivo y del patrimonio		**1,603,960,279**	**1,477,122,735**

Las notas que se acompañan son parte integrante de los estados financieros.

Juan Carlos Henao Ramos
Representante Legal
(Ver certificación adjunta)

Victor Hugo Celis Ocampo
Contador Público
Tarjeta Profesional No. 52894-T
(Ver certificación adjunta)

Luisa María Motta Urrea
Revisor Fiscal
Tarjeta Profesional No. 292189-T
Designado por PwC Contadores y Auditores S. A. S.
(Ver informe de fecha 27 de febrero de 2025)

HARINERA DEL VALLE S.A.
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES SEPARADO
AÑOS TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 2024 Y 2023
(Cifras expresadas en miles de pesos colombianos, salvo que se indique otra cosa)

	Notas	Año terminado el 31 de diciembre 2024	Año terminado el 31 de diciembre 2023
Ingresos de actividades ordinarias	28	1,424,090,110	1,655,391,174
Costo de ventas	29	(1,048,875,279)	(1,276,424,572)
Utilidad bruta		**375,214,831**	**378,966,602**
Gastos de administración	30	(53,303,153)	(45,674,976)
Gastos de ventas	31	(229,475,201)	(216,318,175)
Otros ingresos (gastos), neto	32-33-34	11,211,505	2,462,645
Utilidad operacional		**103,647,982**	**119,436,096**
Ingresos (Costos) financieros, neto	35	8,133,629	(786,233)
Utilidad antes de la provisión para impuesto sobre la renta		**111,781,611**	**118,649,863**
Provisión para impuesto sobre la renta	37	(25,246,440)	(25,157,427)
Utilidad neta		**86,535,171**	**93,492,436**
Otro resultado integral			
Componentes de otro resultado integral que se reclasificarán al resultado del periodo, neto de impuestos:			
Cambios en el valor razonables de inversiones medidas a valor razonable con cambios en ORI		64,536,832	(105,436,222)
Componentes de otro resultado integral que no se reclasificarán al resultado del periodo, neto de impuestos:		-	10,393
Participación en subsidiarias y asociadas		3,012,119	(19,519,696)
Pérdidas actuariales		118,207	(520,633)
Total otro resultado integral del periodo, neto de impuestos		**67,667,158**	**(125,466,158)**
Resultado integral total		**154,202,329**	**(31,973,722)**
Utilidad neta por acción básica en operaciones continuadas en pesos colombianos		**119.711**	**129,335**

Las notas que se acompañan son parte integrante de los estados financieros.

Juan Carlos Henao Ramos
Representante Legal
(Ver certificación adjunta)

Victor Hugo Celis Ocampo
Contador Público
Tarjeta Profesional No. 52894-T
(Ver certificación adjunta)

Luisa María Motta Urrea
Revisor Fiscal
Tarjeta Profesional No. 292189-T
Designado por PwC Contadores y Auditores S. A. S.
(Ver informe de fecha 27 de febrero de 2025)

4.3 Informe Revisor Fiscal

pwc

Informe del Revisor Fiscal sobre los estados financieros separados

A los señores Accionistas de
Harinera del Valle S. A.

Opinión

He auditado los estados financieros separados adjuntos de Harinera del Valle S. A., los cuales comprenden el estado de situación financiera separado al 31 de diciembre de 2024 y los estados separados de resultados integrales, de cambios en el patrimonio y de flujos de efectivo por el año terminado en esa fecha, y las notas a los estados financieros que incluyen un resumen de las políticas contables materiales.

En mi opinión, los estados financieros separados adjuntos, fielmente tomados de los libros, presentan razonablemente, en todos los aspectos materiales, la situación financiera de Harinera del Valle S. A. al 31 de diciembre de 2024 y los resultados 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.

Bases para la opinión

Efectuè mi auditoría de acuerdo con las Normas de Auditoría de Información Financiera Aceptadas en Colombia. Mis responsabilidades de acuerdo con dichas normas se describen más adelante en la sección de Responsabilidades del Revisor Fiscal en relación con la auditoría de los estados financieros separados de este informe.

Soy independiente de Harinera del Valle S. A. de conformidad con el Código de Ética para Profesionales de la Contaduría del Consejo de Normas Internacionales de Ética para Contadores (IESBA – por su sigla en inglés) junto con los requerimientos de ética que son aplicables a mi auditoría de los estados financieros en Colombia y he cumplido las demás responsabilidades de ética de conformidad con esos requerimientos y con el Código de Ética del IESBA.

Considero que la evidencia de auditoría que obtuve es suficiente y apropiada para proporcionar una base para mi opinión de auditoría.

Responsabilidades de la administración y de los encargados de la dirección de la Entidad sobre los estados financieros separados

La administración es responsable por la adecuada preparación y presentación razonable de los estados financieros separados adjuntos, de acuerdo con las Normas de Contabilidad y de Información Financiera Aceptadas en Colombia, y por el control interno que la administración considere necesario para que la preparación de estos estados financieros separados esté libre de error material debido a fraude o error.

PwC Contadores y Auditores S.A.S., Centro Empresarial Carvajal, Calle 35 Nte N°6A Bis - 100, Cali, Colombia.
Tel: (60-2) 4859111, www.pwc.com/co

© 2025 PricewaterhouseCoopers. PwC se refiere a las Firmas colombianas que hacen parte de la red global de PricewaterhouseCoopers International Limited, cada una de las cuales es una entidad legal separada e independiente. Todos los derechos reservados.

pwc

A los señores Accionistas de
Harinera del Valle S. A.

En la preparación de los estados financieros separados, la administración es responsable de la evaluación de la capacidad de la Entidad de continuar como negocio en marcha, revelando, según corresponda, las cuestiones relacionadas con el principio de negocio en marcha y utilizando el principio contable de negocio en marcha, excepto si la administración tiene la intención de liquidar la Entidad o de cesar sus operaciones, o bien que no exista otra alternativa más realista que hacerlo.

Los encargados de la dirección de la Entidad son responsables por la supervisión del proceso de reporte de información financiera de la Entidad.

Responsabilidades del Revisor Fiscal en relación con la auditoría de los estados financieros separados

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

Como parte de una auditoría de conformidad con las Normas de Auditoría de Información Financiera Aceptadas en Colombia, aplico mi juicio profesional y mantengo una actitud de escepticismo profesional durante toda la auditoría. También:

- Identifico y valoro los riesgos de error material en los estados financieros separados, debido a fraude o error; diseño y aplico procedimientos de auditoría para responder a dichos riesgos; y obtengo evidencia de auditoría suficiente y adecuada para proporcionar una base para mi opinión. El riesgo de no detectar un error material debido a fraude es más elevado que en el caso de un error material debido a error, ya que el fraude puede implicar colusión, falsificación, omisiones deliberadas, manifestaciones intencionadamente erróneas o la elusión del control interno.
- Obtengo un entendimiento del control interno relevante para la auditoría con el fin de diseñar procedimientos de auditoría que sean apropiados en las circunstancias.
- Evalúo lo adecuado de las políticas contables aplicadas y la razonabilidad de las estimaciones contables y las correspondientes revelaciones efectuadas por la administración.

4.3 Informe Revisor Fiscal

pwc

A los señores Accionistas de
Harinera del Valle S. A.

- Concluyo sobre lo adecuado de la utilización, por la administración, del principio contable de negocio en marcha y, basándome en la evidencia de auditoría obtenida, concluyo sobre si existe o no una incertidumbre material relacionada con hechos o con condiciones que puedan generar dudas significativas sobre la capacidad de la Entidad para continuar como negocio en marcha. Si concluyera que existe una incertidumbre material, se requiere que llame la atención en mi informe de auditoría sobre la correspondiente información revelada en los estados financieros separados o, si dichas revelaciones no son adecuadas, que exprese una opinión modificada. Mis conclusiones se basan en la evidencia de auditoría obtenida hasta la fecha de mi informe de auditoría. Sin embargo, hechos o condiciones futuros pueden causar que la Entidad deje de ser un negocio en marcha.

- Evalúo la presentación global, la estructura y el contenido de los estados financieros separados, incluida la información revelada, y si los estados financieros separados representan las transacciones y hechos subyacentes de un modo que logran la presentación razonable.

Comunico a los encargados de la dirección de la Entidad, entre otras cuestiones, el alcance y el momento de realización de la auditoría planificados y los hallazgos significativos de la auditoría, así como cualquier deficiencia significativa del control interno que identifique en el transcurso de la auditoría.

Informe sobre otros requerimientos legales y reglamentarios

La administración también es responsable por el cumplimiento de aspectos regulatorios en Colombia relacionados con la gestión documental contable, la preparación de informes de gestión, el pago oportuno y adecuado de aportes al Sistema de Seguridad Social Integral y la implementación del programa de transparencia y ética empresarial. Mi responsabilidad como Revisor Fiscal en estos temas es efectuar procedimientos de revisión para emitir una conclusión sobre su adecuado cumplimiento.

De acuerdo con lo anterior, concluyo que:

a) La contabilidad de la Compañía durante el año terminado el 31 de diciembre de 2024 ha sido llevada conforme a las normas legales y a la técnica contable y las operaciones registradas se ajustan a los estatutos y a las decisiones de la Asamblea de Accionistas y de la Junta Directiva.

b) La correspondencia, los comprobantes de las cuentas y los libros de actas y de registro de acciones se llevan y se conservan debidamente.

c) Existe concordancia entre los estados financieros separados que se acompañan y el informe de gestión preparado por los administradores. Los administradores dejaron constancia en dicho informe de gestión, que no entorpecieron la libre circulación de las facturas emitidas por los vendedores o proveedores.

3 de 4

pwc

A los señores Accionistas de
Harinera del Valle S. A.

d) 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 2024 la Compañía no se encuentra en mora por concepto de aportes al Sistema de Seguridad Social Integral.

e) La Entidad ha implementado el programa de transparencia y ética empresarial en cumplimiento de la Circular Externa 100-000011 de 2021 emitida por la Superintendencia de Sociedades.

En cumplimiento de las responsabilidades del Revisor Fiscal contenidas en los Numerales 1 y 3 del Artículo 209 del Código de Comercio, relacionadas con la evaluación de si los actos de los administradores de Harinera del Valle S. A. se ajustan a los estatutos y a las órdenes y a las instrucciones de la Asamblea y si hay y son adecuadas las medidas de control interno, de conservación y custodia de los bienes de la Sociedad o de terceros que estén en su poder, emití un informe separado de fecha 27 de febrero de 2025.

Luisa Maria Motta Urrea
Revisor Fiscal
Tarjeta Profesional No. 292169-T
Designado por PwC Contadores y Auditores S. A. S.
27 de febrero de 2025

4 de 4

Capítulo 5

Construimos un futuro sostenible, de Clase Mundial

5.1 Estándares Globales que nos guían

Nos inspiramos en estándares globales para mejorar constantemente.

TABLA GRI			
GRI	**Descripción**	**Respuesta**	**Página**
GRI 1: FUNDAMENTOS			
GRI 1	Sobre este reporte	Harinera del Valle S.A. ha elaborado el informe conforme a los Estándares GRI para el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2024.	5
GRI 2: CONTENIDOS GENERALES			
LA ORGANIZACIÓN Y SUS PRÁCTICAS DE PRESENTACIÓN DE INFORMES			
GRI 2-1	Detalles organizacionales	Sobre este Reporte / Cadena de Valor	5, 15
GRI 2-2	Entidades incluidas en la elaboración de informes de sostenibilidad	Sobre este Reporte	5
GRI 2-3	Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	Sobre este Reporte	5
GRI 2-5	Verificación externa	Sobre este reporte: los estados financieros fueron verificados por la organización externa PwC Contadores y Auditores S.A.S. Los reportes de sostenibilidad de Harinera del Valle S.A. no son sometidos a verificación externa. Por su parte, el contenido es revisado por el Gerente General	5
ACTIVIDADES Y TRABAJADORES			
GRI 2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	Cadena de Valor / Nuestros Clientes	15, 54 a 61
GRI 2-7	Empleados	Colaboradores	28 a 39
GOBERNANZA			
GRI 2-8	Trabajadores que no son empleados	Colaboradores	28 a 39
GRI 2-9	Estructura de gobernanza y composición	Modelo Corporativo	16 a 17
GRI 2-10	Designación y selección del máximo órgano de gobierno Gobierno Corporativo	Modelo Corporativo	16 a 17
GRI 2-11	Presidente del máximo órgano de gobierno	Modelo Corporativo / Estructura Organizativa	17
GRI 2-15	Conflictos de interés	Modelo Corporativo / Prácticas que fortalecen nuestra Ética, Línea Ética, Informe de Unidad de Cumplimiento	18 a 19
GRI 2-16	Comunicación de inquietudes críticas	Modelo Corporativo / Prácticas que fortalecen nuestra Ética, Línea Ética, Informe de Unidad de Cumplimiento	18 a 19

TABLA GRI			
GRI	**Descripción**	**Respuesta**	**Página**
ESTRATEGIA, POLÍTICAS Y PRÁCTICAS			
GRI 2-23	Compromisos y políticas	Políticas Harinera del Valle: https://harinera.sharepoint.com/SitePages/Pol%C3%ADticas.aspx	18
GRI 2-24	Incorporación de los compromisos y políticas	Todas las políticas del Harinera del Valle son adoptadas, actualizadas y comunicadas oportunamente	18
GRI 2-25	Procesos para remediar los impactos negativos	Modelo Corporativo / Prácticas que fortalecen nuestra Ética, Línea Ética, Informe de Unidad de Cumplimiento Relacionamiento y comunicación con nuestros Grupos de Interés	18 a 19, 23
GRI 2-26	Mecanismos de asesoramiento y consulta de inquietudes	Modelo Corporativo / Prácticas que fortalecen nuestra Ética, Línea Ética, Informe de Unidad de Cumplimiento Relacionamiento y comunicación con nuestros Grupos de Interés	18 a 19
GRI 2-27	Cumplimiento de la legislación y las normativas	No hubo multas o sanciones por incumplimiento de la legislación	
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS			
GRI 2-29	Enfoque para la participación de los grupos de interés	Relacionamiento y comunicación con nuestros Grupos de Interés	23
GRI 3: TEMAS MATERIALES			
GRI 3-1	Proceso de determinación de los temas materiales	Materialidad / Asuntos Materiales	6
GRI 3-2	Lista de temas materiales	Materialidad / Asuntos Materiales	6
GRI 201: DESEMPEÑO ECONÓMICO			
GRI 201-1	Valor económico directo generado y distribuido	Valor económico compartido	80
GRI 205: ANTICORRUPCIÓN			
GRI 205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Modelo Corporativo / Prácticas que fortalecen nuestra Ética, Línea Ética, Informe de Unidad de Cumplimiento	18 a 19
GRI 302: ENERGÍA			
GRI 302-1	Consumo de energía dentro de la organización	Desempeño Ambiental / Indicadores Ambientales	70
GRI 302-3	Intensidad energética	Desempeño Ambiental / Indicadores Ambientales	70
GRI 302-4	Reducción del consumo energético	Gestión Energética	77

TABLA GRI			
GRI	**Descripción**	**Respuesta**	**Página**
GRI 303: AGUA Y AFLUENTES			
GRI 303-3	Extracción de agua	Desempeño Ambiental / Indicadores Ambientales	70
GRI 305: EMISIONES			
GRI 305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Cambio Climático /Emisiones de GEI	76
GRI 305-2	Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)	Cambio Climático /Emisiones de GEI	76
GRI 305-3	Otras emisiones indirectas de CO2e Alcance 3	Cambio Climático /Emisiones de GEI	76
GRI 306: RESIDUOS			
GRI 306-4	Residuos no destinados a eliminación	Economía Circular	73 a 75
GRI 401: EMPLEO			
GRI 401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	Colaboradores	29 a 32
GRI 403: SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO			
GRI 403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Colaboradores / Personas Saludables y Espacios Seguros	34 a 36
GRI 403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	Colaboradores / Personas Saludables y Espacios Seguros	34 a 36
GRI 403-3	Servicios de salud en el trabajo	Colaboradores / Personas Saludables y Espacios Seguros	34 a 36
GRI 403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	Colaboradores / Personas Saludables y Espacios Seguros	34 a 36
GRI 403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	Colaboradores / Personas Saludables y Espacios Seguros	34 a 36
GRI 403-6	Promoción de la salud de los trabajadores	Colaboradores / Personas Saludables y Espacios Seguros	34 a 36
GRI 403-7	Prevención y mitigación de los impactos para la salud y la seguridad en el trabajo directamente vinculados a través de las relaciones comerciales	Colaboradores / Personas Saludables y Espacios Seguros	34 a 36

TABLA GRI			
GRI	**Descripción**	**Respuesta**	**Página**
GRI 404: FORMACIÓN Y EDUCACIÓN			
GRI 404-1	Promedio de horas de formación al año por empleado	Colaboradores	37 a 39
GRI 404-2	Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición	Colaboradores	37 a 39
GRI 404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera	Colaboradores / Desarrollo del talento	38
GRI 416: SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES			
GRI 416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad	No se presentaron sanciones	
GRI 417: MARKETING Y ETIQUETADO			
GRI 417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	Consumidores / Etiquetado Responsable	45
GRI 417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	No se presentaron sanciones	

harinera del valle
Sabe de alimentos

Reporte de Sostenibilidad
2024

UN equipo de Clase Mundial