

## RSA - GRANDES EMPRESAS Y EMPRESAS PÚBLICAS

---

### Empresa evaluada

**HARINERAS VILLAMAYOR, S.A.**

CIF:A22008106

Ronda Estacion s/n

22810 - PLASENCIA DEL MONTE

HUESCA

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

HARINERAS VILLAMAYOR, S.A.

#### 02 - Dirección - CP - Población

Ronda Estacion s/n

22810 - PLASENCIA DEL MONTE

HUESCA

#### 03 - Sector. Actividad

ALIMENTACIÓN, HARINERO Y SEMOLERO

#### 04 - Año comienzo actividad.

1934

#### 05 - Número de personas empleadas

130

#### 06 - Persona contacto

LUIS VILLAMAYOR SUSÍN

#### 07 - E-mail persona contacto

[lvillamayor@harinerasvillamayor.com](mailto:lvillamayor@harinerasvillamayor.com)

#### 08.- Página web

[www.harinerasvillamayor.com](http://www.harinerasvillamayor.com)

### GENERAL

#### Tendencias Globales

1.- Considera que su organización tiene en cuenta o se ve afectada, directa o indirectamente, por temas globales y generales como, por ejemplo:

**Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad)**

**- Políticos (por ejemplo, cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas)**

**- Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica, etc)**

- **Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)**
- **Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación, etc)**

Existe un análisis estructurado de estos temas, que son claves para la organización, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio de la organización a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

### **1.1, Información adicional**

En Harineras Villamayor S.A. consideramos que nuestra sostenibilidad en el largo plazo depende de cómo logremos establecer una relación duradera y satisfactoria con el medio que nos rodea y con todos los que formamos parte de la empresa. En HV buscamos el modo rentable de aportar un valor añadido a nuestros clientes con la transformación de los cereales desde una perspectiva de Responsabilidad Social en el mundo empresarial. Para nosotros, es esencial garantizar la salud del consumidor, tratando siempre de ir un paso más allá, como cuando promovemos el consumo de harinas y sémolas ecológicas, o como cuando planteamos harinas realmente integrales. El respecto al medio ambiente y a la seguridad en el trabajo, son también compromisos esenciales en el día a día. En el entorno legal, tratamos siempre de ir un paso más allá de su cumplimiento, y en algunos casos tratamos de colaborar con las administraciones o las asociaciones sectoriales, por ejemplo, colaborando en la nueva Ley Técnico Sanitaria para el sector de harinas. Cabrían muchos más ejemplos, todos ellos recogidos en el esfuerzo de incluir en el día a día las necesidades de todos nuestros colaboradores, clientes, proveedores, asociados y entorno social y medioambiental.

## **Integración en la estrategia de los retos económicos, sociales y ambientales**

### **2.- Al planificar la actividad de su organización, ¿se incluyen los aspectos sociales y ambientales?**

Se plantean y planifican de forma voluntaria aspectos sociales y ambientales en el corto, medio y el largo plazo de la organización

#### **2.1. Información adicional**

Anualmente se marcan objetivos ambientales superiores a lo establecido legalmente, así como principios sociales que mas tarde recogemos en la memoria de RSC

### **3.- ¿Existe presupuesto o un porcentaje del beneficio obtenido destinado a la inversión en proyectos sociales y/o medioambientales?**

Se destina una cantidad, en su caso, en función de los planes que se pongan en marcha.

#### **3.1. Información adicional.**

Hasta 2009 se destinó un presupuesto a fines sociales, si bien los años siguientes, al no existir un resultado económico positivo, no se tuvo capacidad económica para poder considerar una colaboración activa. En 2017, se ha considerando varias opciones de colaboración, una vez se ha identificado la posibilidad de estabilizar los resultados económicos positivos. Durante los últimos años hemos venido realizando pequeñas colaboraciones con el Banco de Alimentos, convenio con Hermanos de la cruz Blanca, carrera ASPACE etc.

## **Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders**

**4.- Tiene identificados su organización los grupos de interés/colectivos con los que se relaciona: empleados, clientes, proveedores, posibles inversores, apoyos y alianzas con asociaciones, organismos públicos, medios de comunicación, otros.**

Tenemos identificados los grupos de interés de la organización y realizamos una gestión específica de cada uno de ellos.

### **4.1. Información adicional**

En los ámbitos donde más esfuerzo realizamos a la hora de dialogar con los grupos de interés son, por un lado, los empleados de la empresa, y por otro, las distintas asociaciones sectoriales, siempre con el objetivo de intentar mejorar la inclusión de las necesidades de los grupos de interés, haciendo especial esfuerzo con la sensibilización de nuestros proveedores

**5.- ¿Ha identificado las necesidades y/o expectativas de sus grupos de interés?**

Disponemos de mecanismos formales (encuestas, reuniones ad hoc, etc..) para conocer la opinión de los principales grupos de interés

### **5.1. Información adicional**

Se dispone de encuestas a clientes, se realizan comunicaciones con las administraciones, visita /auditorias a proveedores...

## **Gobierno de la organización**

**6.- En cuanto a normas de actuación, ¿conocen los gestores de la organización y los responsables de personas las pautas o normas de actuación de la organización?**

Existe un código de conducta a disposición de todas las personas de la organización

### **6.1.. Información adicional.**

Se dispone de una política de comercio ético que está a disposición de todos el personal de la empresa, y se traslada al comienzo de las relaciones laborales

**7.- ¿Existen vías o canales para comunicar posibles incumplimientos del código ético?**

Sí, existe formalmente y se gestiona con confidencialidad pero no aplica a todos los empleados

### **7.1. Información adicional**

En caso necesario se realizan comunicaciones por escrito que se entregan en una reunión con el departamento de RRHH y comunicación al Comité de Empresa.

**8.- ¿Conocen las personas que trabajan en la organización la cultura (razón de ser de la organización, valores, ...) y los objetivos de la organización?**

Sí, si bien exclusivamente a los más implicados

### **8.1 Información adicional**

Ha habido un número importante de incorporaciones en los últimos años, y debemos

buscar nuevos medios de comunicar con mayor efectividad.

Estamos realizando diversos planteamientos que se ejecutaran en breve.

**9.- ¿Existe un manual de prevención de riesgos penales y canales adecuados para comunicar la existencia de comportamientos no éticos dentro de la organización?. ¿Su organización participa de alguna forma en la cadena de valor de organizaciones afectadas por la Directiva de Diligencia Debida?**

La sociedad sabe que tiene que implementar este manual pero no ha iniciado los trabajos para ello

**9.1. Información adicional**

Existe una política de Comercio Ético, pero no un manual y un sistema asociado.

**Plan de Responsabilidad Social**

**10.- Respecto a la Responsabilidad Social ¿En qué situación se encuentra su organización en este momento?**

Nos encontramos inmersos en el desarrollo de distintas actuaciones de Responsabilidad Social

**10.1. Información adicional.**

La RS está muy presente en la gestión de harineras Villamayor, confiamos que en el próximo año dotarnos de una estructura de organización y presupuestaria.

Actualmente se realizan actuaciones como convenios con los Hermanos de la Cruz Blanca, Colaboración Carrera Aspace, Banco de Alimentos...

**11.- En caso de existir un plan de Responsabilidad Social o acciones concretas, ¿se establecieron los objetivos e indicadores de seguimiento del plan?**

Se plantean indicadores si bien no se establecen objetivos

**11.1. Información adicional.**

Estamos en proceso de establecer objetivos e indicadores

**CLIENTES**

**Satisfacción de cliente**

**12.- ¿Tienen mecanismos para conocer la satisfacción de sus clientes?**

Sí, existe una metodología que se revisa periódicamente y permite incorporar la opinión de los clientes

**12.1. Información adicional**

Hemos realizado en el pasado encuestas de satisfacción del cliente, y en la actualidad realizamos entrevistas que nos permiten dar seguimiento a las quejas de clientes o a las solicitudes de expedientes de diseño.

Todo ello se traslada a nuevas líneas de trabajo (Molino de Piedra), nuevos productos,

mejor servicio!!!!!!

**13.- ¿Cómo identifica las mejoras de servicio a sus clientes y las introduce en los procesos de la organización?**

Disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y y saber si son exitosas

**13.1. Información adicional**

Disponemos de un aplicación a través de nuestro CRM que nos permite recoger los ámbitos de mejora que señalan nuestros clientes, así como el proceso de análisis de las mismas, las respuestas y el seguimiento de los resultados. Realizamos una reunión de mejora de manera frecuente para analizar la evolución de cada una de las propuestas o quejas.

**Innovación en los productos y servicios**

**14.- ¿Se llevan a cabo labores de investigación para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de los clientes y el mercado?**

Se planifica y se evalúa el resultado en la innovación de forma responsable y sostenible en el tiempo

**14.1. Información adicional.**

Durante el año 2017 se ha materializado la nueva gama de productos ecológicos molidos a la piedra, con una doble línea de productos en todas las referencias, harina de alta extracción y harinas integrales, Esta línea de productos responde a la inquietud de nuestra propia organización y de los consumidores, sobre productos ecológicos y mas saludables.

Se cuantifican el número de nuevas referencias, así como la aportación de las nuevas líneas, nuevas gamas de productos a los márgenes de la empresa

**Calidad de los productos y servicios**

**15.- ¿Cómo realiza su organización la producción del producto o la prestación del servicio?**

Se incorporan aspectos ambientales y/o sociales en la producción y prestación del servicio y se analiza sistemáticamente de estos aspectos en la gestión.

**15.1. Información adicional.**

Se consideran aspectos medioambientales tanto en envasado de productos, como en graneles.

Reducción de residuos, control y optimización de consumo de carburantes....

**16.- ¿Cuáles son las características del servicio post venta de su organización?**

Se ofrece un servicio postventa integral y de manera proactiva, en el que la organización informa a sus clientes de posibles defectos o errores en el producto o su comercialización

**16.1. Información adicional.**

Llegamos a programar con nuestros clientes los cambios de trigos que realizamos cada

campaña.

## **Transparencia informativa sobre el producto o servicio**

### **17.- ¿Se proporciona información sobre los productos y/o servicios ofertados?**

De la totalidad de los productos de la oferta comercial se proporciona información detallada de las características, propiedades y riesgos del producto o servicio

#### **17.1. Información adicional.**

Todos los productos cumplen con la legalidad vigente, disponen de Ficha de Producto y de Seguridad.

Se realizan simulacros de retirada de producto.

## **PERSONAS EMPLEADAS**

### **Satisfacción de las personas empleadas**

#### **18.- ¿Existen mecanismos para evaluar la satisfacción de sus personas empleadas?**

Sí, formalmente alguna vez hemos realizado alguna iniciativa puntual (reuniones específicas, encuestas, etc...)

#### **18.1. Información adicional**

Adicionalmente, en la actualidad estamos realizando un programa de Coaching dirigido a todos los responsables de departamento, con el objetivo de mejorar la comunicación, la motivación, y el clima de trabajo dentro de un esfuerzo estratégico global de mejora.

Durante el año 2018 se formalizará una encuesta de Satisfacción del Personal y un Plan de Comunicación

### **Igualdad de oportunidades y no discriminación**

#### **19.- ¿Cómo se garantiza en su empresa el Principio de Igualdad de Oportunidades (acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional y la retribución) y la no discriminación (circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual o cultural)?**

Se realizan acciones formales de sensibilización y formación dirigidas al departamento de personas, y se dispone de herramientas específicas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación (protocolos de selección de personal, protocolos de promoción interna, política retributiva, ?) que se comunican a todos los trabajadores.

#### **19.1. Información adicional**

Estamos trabajando para dotarnos de un sistema que nos ayude a garantizar el seguimiento de un protocolo eficaz a la hora de garantizar la igualdad de oportunidades.

### **Corresponsabilidad en los cuidados y conciliación de la vida personal, familiar y laboral**

#### **20.- En cuanto la conciliación entre vida personal, familiar y laboral, ¿cuenta su organización con medidas que faciliten su equilibrio?**

Existen iniciativas formales para facilitar el equilibrio entre vida laboral, familiar y personal.

**20.1. En el caso de existir actuaciones específicas en materia de corresponsabilidad y conciliación personal, familiar y laboral, especificarlas.**

Disponemos de media hora de flexibilidad horaria en oficina, lo que facilita que las personas que lo necesiten puedan dejar a los hijos en el colegio, o por el contrario, salir media hora antes.

**Formación y desarrollo profesional**

**21.- ¿Cómo gestiona su organización las necesidades de formación de las personas empleadas?**

Existe un Plan de Formación Anual que planifica todas las acciones formativas y en cuyo proceso de elaboración participa toda la plantilla planteando sus necesidades y propuestas formativas

**21.1. Información adicional.**

Existe un plan de formación anual que incluye a todo el personal de la organización, con un cumplimiento aproximado del 75 %.

El plan se revisa y actualiza con nuevas necesidades que se detecten durante el año.

**22.- ¿Cómo gestiona el desarrollo de las personas en su organización?**

Además de realizar acciones formativas para mejorar las competencias técnicas, se realiza formación en competencias personales y formación orientada a la promoción y desarrollo profesional y personal de las personas empleadas

**22.1. Información adicional**

Se realizan promociones internas en función de capacidades del personal, apoyando dichas promociones con planes de formación.

**Seguridad y Salud**

**23.- ¿Tiene implantados en su organización mecanismos de salud y seguridad laboral?**

Además de la evaluación y prevención de riesgos laborales, se hace seguimiento periódico de los casos de enfermedad laboral y de accidentes de trabajo a través de un registro de los mismos segregado por sexos, por categorías profesionales y por puestos de trabajo, con la finalidad de introducir nuevas medidas para reducir la siniestralidad y optimizar la salud laboral.

**23.1. Información adicional.**

Hay zonas de descanso agradables, sofás, TV....

Se realizan campañas de vacunación de gripe.

**PROVEEDORES**

**Compras responsables**

**24.- ¿Se han definido criterios de compra responsable para los productos, bienes y**

## **servicios?**

Existen unos criterios de compra concretos que integran aspectos ambientales y sociales específicos para la mayoría de los productos, bienes y servicios que adquiere la organización.

### **24.1. Información adicional**

Se evalúan anualmente el compromiso social y medioambiental de los proveedores de envases, y otros suministros.

## **Clasificación y evaluación de proveedores**

### **25.-¿Existen criterios de clasificación y evaluación de los proveedores que integren aspectos sociales y ambientales?**

Existen unos criterios para la clasificación y evaluación de proveedores, en algunos casos, se han considerado aspectos ambientales o sociales como, por ejemplo, favorecer la compra local.

#### **25.1. Información adicional**

Reevaluación anual de los proveedores, con valoración aspectos medioambientales.

## **Homologación de proveedores**

### **26.- ¿Existe en su empresa un proceso de Homologación de Proveedores?**

Existe un sistema de homologación transparente con requisitos de Responsabilidad Social Corporativa que se revisa de forma periódica

#### **26.1. Información adicional**

Existe un proceso de homologación y evaluación anual en el que se consideran aspectos como medioambiente.

Se realizan auditorias especificas desde el punto de vista medioambiental, gestión de RRHH...

Los proveedores es uno de los grupo de interés en quién más se incide este tipo de conductas

## **Interacción con los proveedores**

### **27. - ¿ Tienen establecidos mecanismos para relacionarse con los Proveedores y conocer su opinión?**

Se realizan ocasionalmente encuestas/focus group/ se participa en algún foro para conocer su opinión

#### **27.1. Información adicional**

El departamento de compras realiza visitas, mínimo anuales a todos los proveedores de trigo, así como asiste a diferentes encuentros sectoriales para conocer la situación del sector.



Esa información es utilizada para la reevaluación anual

## **SOCIAL**

### **Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos**

**28.- En cuanto a la implicación en la comunidad en la que desarrolla la actividad su organización, ¿en qué tipo de proyectos sociales colabora?**

Se colabora en proyectos afines a la cultura de la organización sin planificación específica

#### **28.1. Información adicional.**

En los últimos años, por motivos económicos, nos hemos restringido a colaboraciones puntuales, como aportación de harina al bando de alimentos, aportación de harina a un convento, compra de algunos cuadros a ATADES Huesca, colaboración Hermanos de la Cruz Blanca...

### **Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio**

**29.- ¿Considera que los proyectos sociales desarrollados están integrados con el negocio de su organización?**

Se realizan algunas iniciativas sociales relacionadas con algún aspecto de la organización o de las personas que trabajan en ella

#### **29.1. Información adicional.**

Tenemos la tendencia a colaborar con nuestros productos en algunos proyectos sociales.  
-Banco de Alimentos de Huesca  
- Atades Huesca (Producto por Arte)

### **Transparencia con el entorno social de la organización**

**30.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se comparten con las personas empleadas y otros grupos de interés, fomentando su participación e implicación activa?**

Sí, se comunican formalmente y se fomenta la participación, como puede ser en proyectos de voluntariado corporativo, colaboración con campañas, participación en actividades de asociaciones, etc.

#### **30.1. Información adicional**

Durante el año 2018 se formalizará un Plan de Comunicación para hacer extensible al conjunto del personal nuestro compromiso social.

### **Comunicación y fomento de buenas prácticas**

**31.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se realiza una comunicación proactiva en la Comunidad Local?**

Se comunican actuaciones de forma aislada de los proyectos realizados y colaboraciones en curso

### **31.1. Información adicional**

Se plantea un plan de Comunicación interno y externo para dar mayor visualización a las actuaciones realizadas

## **AMBIENTAL**

### **Impacto ambiental**

#### **32.- Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta su organización el impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?**

Se evalúa el impacto ambiental y se ha desarrollado un plan de acciones en materia ambiental global para toda la organización, que cuenta con objetivos e indicadores en seguimiento cuyo resultado se mide periódicamente.

##### **32.1. Información adicional**

HARINERAS VILLAMAYOR, S.A. está certificada bajo la Norma ISO 14001 desde el año 2000.

Igualmente estamos cumpliendo la Autorización Ambiental Integrada dada por el Gobierno de Aragón, número AR/AAI-58/2011

### **Compromiso frente al cambio climático**

#### **33.- ¿Se participa o se ponen en marcha acciones que evidencien el compromiso público de la organización para prevenir la contaminación?**

Existe un compromiso público junto con un plan de acciones que se comunica interna y externamente.

### **Economía circular**

#### **34.- ¿Hasta qué nivel se ha desarrollado en su organización el modelo de economía circular?**

Existen iniciativas asentadas para integrar en las operaciones materiales reciclados, reutilizar los productos, reciclar los residuos, y consumir energía no contaminante.

##### **34.1. Información adicional**

Actualmente se están destinando los residuos orgánicos de la limpieza del trigo para fabricación de compost, reduciendo así las Tm. de basura destinada a vertedero y dándole una segunda vida a la materia orgánica.

Adicionalmente se ha instalado placas solares de autoconsumo que ayudaran a aumentar la energía procedente de fuentes renovables.

### **Comunicación ambiental**

#### **35.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se comunica a los empleados y a otros grupos de interés?**

Se comunica a todos los grupos de interés a través de la web y/o RRSS

### 35.1. Información adicional.

Existen varias formas de comunicar a los diferentes grupos de interés:

- Empleados: Documentación escrita (comunicados, instrucciones...) y formación específica.
- Proveedores: Se solicita documentación medioambiental para homologación de proveedores (ISO 14001, Gestión SIGFITO...), Auditorías medioambientales a Cooperativas mas representativa, lavaderos, fabricantes de envases.... Envío de Política de Gestión.
- Clientes: Comunicación ISO 14001, firma protocolos de trabajo con orientación medioambiental...
- Sociedad y Administración: Comunicación formal con Ayuntamiento de Lupiñén, PRTR, Inspecciones Calidad Ambiental... declaraciones de emisiones, vertidos... muy por debajo de lo establecido en la AAI.

## VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

### Priorización de temas

**36.- Priorice la importancia que le otorga a los siguientes aspectos para lograr el éxito en la gestión socialmente responsable. (1 más importante - 10 menos importante)**

- 1 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
- 2 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 3 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 4 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 5 - Capacitar a las personas de la empresa
- 6 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
- 7 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
- 8 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 9 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunicad Local
- 10 - Disponer de presupuesto

### Valoración Global

**37.- ¿En qué nivel de 1 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?**

7

### Puntos fuertes y áreas de Mejora

**38.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?**

Harineras Villamayor S.A. apostó a finales de la década 2000 por el territorio que le había visto nacer, y eligió la provincia de Huesca para trasladar sus instalaciones del centro de la ciudad. Tras varios años de dificultad económica y sectorial, HV está logrando construir un nuevo modelo de negocio centrado en la especialización y diversificación. El punto más fuerte de Harineras es el compromiso compartido por hacer las cosas bien, por ir más allá del cumplimiento de la ley, lo cual fortalece su línea de especialización en productos más

sanos y saludables. Hoy en día, la Seguridad Alimentaria, y la seguridad de los empleados, son principios fuertemente arraigados. En este esfuerzo por garantizar la rentabilidad y sostenibilidad en el largo plazo, gracias a la búsqueda de nuevos productos relacionados con la salud y la seguridad alimentaria, Harineras ha logrado incrementar el empleo de calidad en casi 20 personas. Desde el punto de vista de RSC, se puede decir que la RSC está en el ADN de nuestra organización y que paulatinamente se esta volviendo a poner en valor y estructurar las actuaciones de RSC que se realizan, y se realizan en Harineras Villamayor.

**39.- ¿Podría enunciar un area de mejora?**

En Harineras Villamayor, como mediana empresa, tratamos de encontrar la asignación adecuada de tiempo y recursos para dotarnos de metodologías y sistematización adecuada en nuestro esfuerzo de ser una empresa socialmente más responsable. No siempre conseguimos dedicarle todo el tiempo o esfuerzo que consideramos sería necesario para poder sistematizar nuestro compromiso.

**Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible**

**¿Conoce su organización la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?**

Sí, mi organización conoce la Agenda 2030 pero no ha establecido ningún compromiso con la consecución de los ODS.

**En caso afirmativo, ¿su organización tiene identificados los ODS prioritarios sobre los que más impacta?**

Sí

**Si la respuesta a la anterior pregunta es afirmativa, ¿Cuales son?**

- ODS 2. Hambre cero.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.