Huercasa certifica su Estrategia en Sostenibilidad con AENOR

HUERCASA, empresa comprometida con la sostenibilidad global desde hace más de 40 años, se convierte en la primera empresa de Castilla y León en recibir la certificación Estrategia Sostenible (ODS) de AENOR, por la incorporación de la sostenibilidad a sus principios y por alinear las estrategias de la compañía con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas más relevantes para su actividad.

Como indicó el viceconsejero de Desarrollo Rural de la Junta de Castilla y León, Jorge Llorente, durante la jornada que Huercasa ha celebrado con motivo del Día Mundial del Agua, "Huercasa es una compañía referente que, tras sus más de 40 años a la vanguardia de la elaboración y comercialización de productos vegetales de 5ª Gama, sigue apostando por la modernización a través de la digitalización y la innovación; formando continuamente al sector; comercializando con más de 40 países; y apostando por la calidad en todos sus matices, para así alcanzar y hacer frente a los retos de futuro y condicionantes a los que se enfrenta la industria alimentaria". Además, para el viceconsejero "conseguir una certificación es diferenciarse y ganar confianza. Es algo complejo, que conlleva mucho trabajo, pero también es auditable y demostrable, con lo que Huercasa va a conseguir una mejor reputación si cabe y acercarse, aún más, a la confianza de los consumidores y las Administraciones Públicas".

Por su parte, el presidente de Huercasa, Félix Moracho, reiteró el compromiso de la compañía con la sostenibilidad en todas sus vertientes, y reseñó que la sostenibilidad "es para nosotros una línea estratégica por la que Huercasa apuesta de manera decidida, como en el pasado apostamos por la calidad del producto y la seguridad alimentaria; hace más de veinte años, por la internacionalización y, más recientemente, por la innovación".

El acto contó también con la intervención de Ana San Romualdo, portavoz de Huercasa, quien repasó la trayectoria de la compañía en materia de sostenibilidad en las últimas décadas, para centrarse después en el momento actual y en los ODS más relevantes para la compañía, desgranando algunas de las actuaciones más importantes de su Plan de Acción en Sostenibilidad, que cuenta con más de 100 iniciativas.

La empresa segoviana puede decir que su compromiso es una realidad y que su estrategia sostenible funciona. Cuando donan productos al Banco de Alimentos, contribuyen al ODS 2: Hambre Cero; su apuesta por la alimentación saludable, como es el festival de música country, fomenta el ODS 3: Salud y Bienestar; y el plan de igualdad de la empresa para garantizar que no haya distinción entre hombres y mujeres en la organización aporta al ODS 5: Igualdad de género. Y hoy, gracias a AENOR, empresa certificadora de referencia en el sector, pueden celebrarlo.

Por otro lado, Álvaro Rincón, director técnico industrial de la compañía, profundizó en los avances hacia la sostenibilidad global que está efectuando la Huercasa, destacando el esfuerzo que están realizando en materia de agua: “En los últimos años, hemos reducido el consumo de agua un 14%, pasando de 8,9m3 por toneladas de producto en 2017 a 6,9m3 en 2019”.

Inmaculada García, directora de AENOR en Castilla y León, fue la encargada de hacer entrega de la certificación al presidente de la compañía. Para la directora, “esta certificación propia de AENOR resalta la importancia de la inclusión de los ODS en las estrategias empresariales con objeto de proporcionar a las organizaciones un marco para la recuperación económica, potenciar el valor de la empresa como agente clave para la consecución de estos objetivos, y reafirmar su compromiso con la Agenda 2030 de Naciones Unidas”.

Posteriormente, Nuria Martínez, directora de la Asociación "5 al día", y Marta Vallbé, directora de Gran Consumo de Loop Business Models, señalaron que la Covid-19 ha incrementado el nivel de concienciación y compromiso de los consumidores con respecto a la sostenibilidad. “El consumidor quiere, por ejemplo, encontrar en los lineales productos de proximidad, de agricultores locales, con un packaging que reduzca el impacto ambiental. Es decir, están cambiando sus preferencias de compra y consumo basándose en criterios de Responsabilidad Social Corporativa, por lo que es crucial que las empresas de nuestro sector sean capaces de adaptarse y cumplir con sus deseos y expectativas para seguir generando beneficios”, indicó Martínez.

Por su parte, Vallbé destacó que la sostenibilidad es una cuestión muy compleja que tiene muchos ejes de trabajo: “Lo que vemos es que el consumidor esta evolucionando hacia un consumo identitario. Está empezando a tomar decisiones de compra no solo por el producto, sino también en función de valores de la empresa. Tiene que ser un buen producto, aportar valor y, además,

compartir su forma del ver el mundo, y cada cosa que hagamos en nuestra empresa debe responder a este compromiso”.

Huercasa es una empresa para la que la innovación, la defensa del medio rural y la vida sana son principios irrenunciables. “Somos la primera empresa en Castilla y León que recibe esta certificación y estamos muy orgullosos de ello. Gracias por ayudarnos cada día a cumplir nuestros objetivos”, comentó el presidente de Huercasa. “Hoy hemos dado un paso más en favor del desarrollo rural focalizado en Huercasa. Aunque las palabras clave hoy han sido Huercasa, certificación y sostenibilidad, esto no es fruto de la casualidad, sino que detrás hay compromiso, competitividad empresarial, innovación, trabajo, constancia, profesionalidad implicación social y calidad de producto, procesos y personas. Esto convierte a Huercasa en una empresa líder en nuestro sector”, finalizó el viceconsejero de Desarrollo Rural de la Junta de Castilla y León.

El acto contó con la participación de Jorge Llorente, viceconsejero de Desarrollo Rural de la Junta de Castilla y León; Félix Moracho, presidente de Huercasa; Inmaculada García, directora de AENOR en Castilla y León; Ana San Romualdo, portavoz de Huercasa; Álvaro Rincón, director técnico industrial de la compañía; Nuria Martínez, directora de la Asociación “5 al día”; y Marta Vallbé, directora de Gran Consumo de Loop Business Models.