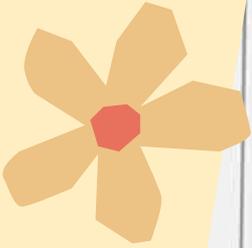


REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2019 / 2020



REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

2019|2020



INDICE DE CONTENIDOS



2019 | 2020

CARTA DEL GERENTE GENERAL	07	IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS	40
NUESTRA IDENTIDAD	08	NUESTROS MATERIALES	42
MISIÓN Y VISIÓN	10	Cadenas de valor resaltantes 2019 y 2020	47
NUESTRA HISTORIA	12	Nuestros proveedores – Prácticas de adquisición	50
NUESTROS REPORTES DE SOSTENIBILIDAD	14	ENERGÍA	56
NUESTRO APORTE A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO		AGUA Y EFLUENTES	60
SOSTENIBLE DE NACIONES UNIDAS	16	BIODIVERSIDAD	64
PRINCIPALES RESULTADOS 2019 y 2020	20	ESTÁNDARES VOLUNTARIOS Y OBLIGATORIOS	66
Identificando la Materialidad y cobertura	22	GESTIÓN DE RESIDUOS	67
GOBIERNO CORPORATIVO	24	CONFORMIDAD AMBIENTAL	69
Nuestra Organización	25	EMPLEO	70
DESEMPEÑO ECONÓMICO	28	Nuestra Política de Contratación	71
Productos y Servicios	30	Prestaciones Sociales para el Colaborador Contratado	
Producción	30	por Tiempo Específico y Estables	71
Presentaciones de productos	31	Ética Empresarial	73
Marcas	32	Rotación	73
Servicios	32	MANEJO DE RELACIONES LABORALES	75
Afiliaciones	32	Evaluación de Desempeño	76
Mercados	32	Clima Laboral	76
Ventas	33	Salud y Seguridad Ocupacional	82
Ventas totales	33	Nuestros Colaboradores	85
Ventas por países	33	SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE	90
Ventas por tipos de Clientes	34	ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI	93
Ventas por productos	34	RESPONSABLES DE LA ELABORACIÓN DEL REPORTE	97
Marketing	37		





ESPAÑOL	INGLÉS
ADEX = Asociación de Exportadores del Perú	Association of Peruvian Exporters
AFP = Administradoras de Fondos de Pensiones	Pension Fund Administrators
ANA = Autoridad Nacional del Agua	NWA = National Water Authority
APPCC = Análisis de Peligros y de Control Crítico	HACCP = Hazard Analysis and Critical Control Points
BPM = Buenas Prácticas de Manufactura	GMP = Good Manufacture Practices
B2C = Business to Consumer	B2C = Business to Consumer
BRC = British Retail Consortium	BRC = British Retail Consortium
BTU = Unidad de Energía Inglesa	BTU = British Thermal Unit
CCL = Cámara de Comercio de Lima	Chamber of Commerce of Lima
CITES = Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres	CITES = The Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora
CO2 = Dióxido de carbono	CO2 = Carbon dioxide
CTS = Compensación por Tiempo de Servicio	CS = Compensation Service
DNI = Documento Nacional de Identidad	National Identity Document
DJ = Declaración Jurada	Sworn Declaration
DS = Decreto Supremo	Supreme Decree
DIGESA = La Dirección General de Salud Ambiental	Directorate General for Environmental Health
EC = Empresa Comercializadora	Marketing company
EPP = Equipos de Protección Personal	PPE = Personal Protective Equipment
EO-RS = Empresa Operadora de Residuos Sólidos	Solid Waste Services Company Provider
E.U.A = Estados Unidos de América	USA = United States of America
ESSALUD = Seguro Social de Salud del Perú	Social Health Insurance
GLP = Gas Licuado del Petróleo	LPG = Liquid Petroleum Gas
GN = Gas Natural	Natural Gas
GRI = Iniciativa del Reporte Global	GRI = Global Reporting Initiative
INEI = Instituto Nacional de Estadísticas e Informática	NISI = National Institute of Statistics and Informatics
INLOG = Instituto Peruano de Logística Aplicada	Peruvian Institute of Applied Logistics
IPER = Identificación de Peligros y Evaluación de Riesgos	HIRA = Hazard Identification and Risk Assessment
JAS = Sistema Agrícola del Japón	JAS = Japanese Agricultural Standard
Kg = Kilogramos	Kg = Kilogram
m2= metros cuadrados	m2= Square meter
m3= metros cúbicos	m3= Cubic meter
MINAGRI = Ministerio de Agricultura y Riego	Ministry of Agriculture and Irrigation
MINAM = Ministerio de Ambiente	Ministry of Environment
MINSAL = Ministerio de Salud	Ministry of Health
MTPE = Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo	Ministry of Labor
OSS = Sistema de Esterilización Orgánico	OSS = Organic Sterilization System
ODS= Objetivos de Desarrollo Sostenible	SDG = Sustainable Development Goals
ONP= Oficina de Normalización Previsional	Office of Social Security Standardization
PRODUCE = Ministerio de la Producción	Ministry of Production
PROMPERÚ = Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	Exports and Tourism Promotion Board of Peru
RIT = Reglamento Interno de Trabajo	Internal Work Regulation
RTPO = Reglamento Técnico para los Productos Orgánicos	Technical Regulation for Organic Products
SA = Sociedad Anónima	PLL = Public Limited Liability Company
SAC = Sociedad Anónima Cerrada	CLL= Closed Limited Liability Company
SCTR = Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo	Complementary Risk Work Insurance
SEDAPAL = Servicio de Agua Potable y Alcantarillado de Lima	Lima Potable Water and Sewer System Service
SENASA = Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria	National Service of Health and Food Quality
SIICEX = Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior.	IFTIS = Integrated Foreign Trade Information System
SST = Salud y Seguridad en el Trabajo	OSH = Occupational Safety and Health
SUNAFIL = Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral	National Superintendence of Labor Inspection
SUNAT = Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria.	National Superintendence of Customs and Tax Administration
SUNARP = Superintendencia Nacional de Registros Públicos	National Superintendency of Public Records
UE = Unión Europea	EU = European Union
UIT = Unidad Impositiva Tributaria	Tax Unit (Perú)
USD = dólares americanos	USD = American dollars
USDA = Departamento de Agricultura de Los Estados Unidos	USDA = United States Department of Agriculture

PERUVIAN NATURE S&S SAC





CARTA DEL GERENTE GENERAL



A nuestros grupos de interés y lectores en general:

Nos satisface presentarles una nueva edición del Reporte de Sostenibilidad correspondiente al periodo 2019 y 2020 alineados a los estándares del Global Reporting Initiative. Con este reporte queremos reiterar nuestro compromiso en lo que representa un desempeño con enfoque sostenible el cual se vea cristalizado en las actividades económicas, sociales y ambientales más relevantes de Peruvian Nature.

Sí que fueron y siguen siendo tiempos complejos que parten desde una “crisis económica global” al 2019 la cual tiene un desenlace aún mayor el 2020 con una de las peores crisis sanitarias a causa de la propagación del Covid19 la cual impacta de forma transversal al modelo de negocio que mantenemos y por lo cual respondemos de forma resiliente ya que, más allá de lo que los números nos puedan contar, Peruvian Nature es gente y su bienestar tanto físico como emocional es primordial.



Sabemos además que la elaboración de este reporte nos alentará a seguir trabajando arduamente en nuestra propia mejora, pero también por la gente que representamos y a las expectativas de quienes nos ven como líderes en la promoción sostenible de superfoods y biodiversidad nativa peruana.

De esta manera, remarco el 2019 como un año de muchos desafíos a nivel de la caída de la demanda de productos de nuestra cartera pero que, gracias al conocimiento y al capital social que hemos ganado todos estos años, hemos podido dar frente y plantear estrategias para compensar dicha demanda. Esto implicó mantener nuestra presencia en ferias internacionales, pero al mismo tiempo, explorar nuevos espacios como lo fue la Expo

East, una feria a la cual asistimos como visitantes para focalizar nuestros esfuerzos. Además, seguimos alineados a los estándares que nos construyen puentes hacia nuestros principales mercados como lo fue la aprobación de BRC v8. Aparecieron también regulaciones más estrictas en términos de pesticidas en Europa y Estados Unidos, que gracias a nuestra área de calidad ya especializada en el tema, pudimos responder sin mayor inconveniente, trabajando en conjunto con laboratorios acreditados y claro está, con nuestros proveedores.

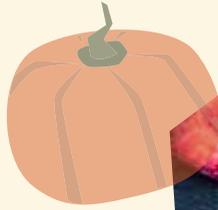
Y como cualquier otra empresa, no pudimos asimilar lo que la pandemia iría a representar para nuestro modelo de negocio e inclusive nuestras vidas. Sin embargo, debo aceptar que somos privilegiados de ser parte de un sector que no ha sido considerablemente golpeado como otros y, sobre todo, que estábamos ya preparados en términos de controles y prevención a través de nuestros sistemas de calidad: BPM, HACCP y BRC. Cabe resaltar que hemos visto entre toda esta nebulosa, la oportunidad de impulsar productos que refuercen el sistema inmunológico como es el caso del camu camu y uña de gato, frente a la respuesta internacional y, sorprendentemente, nacional a esta crisis sanitaria. De esta manera, planeamos la próxima introducción de productos B2C (“Business to Consumer”, por siglas en inglés) al mercado peruano lo cual representa el nuevo despertar de nuestra marca South Garden.

Esperamos que este ejercicio de transparencia contenga información de su interés. Sabemos además que la elaboración de este reporte nos alentará a seguir trabajando arduamente en nuestra propia mejora, pero también por la gente que representamos y a las expectativas de quienes nos ven como líderes en la promoción sostenible de superfoods y biodiversidad nativa peruana. (102-14, 102-54)

Damian Silva Cevallos
CEO



NUESTRA IDENTIDAD





PERUVIAN NATURE ¿QUIÉNES SOMOS?

Somos Peruvian Nature (102-1), una empresa peruana que nos abastecemos, procesamos y comercializamos, a nivel nacional e internacional, superalimentos y productos de la biodiversidad nativa peruana. (102-2)

Trabajamos en base al respeto hacia nosotros mismos, la naturaleza y nuestros pares; estamos comprometidos con el trabajo bien hecho. Somos de la misma forma consecuentes con las diferentes cadenas de valor de nuestros productos, buscando ofrecer productos de calidad a nuestros clientes. (102-2)

En suma, buscamos hacer las cosas bien de manera que logramos trabajar bajo un equilibrio entre el medio ambiente donde operamos o influenciamos, los recursos que utilizamos, y las personas. (102-2)

<https://peruviannature.com/es/>



MISIÓN Y VISIÓN





Misión

Dar a conocer y ofrecerle al mundo la riqueza de los súper alimentos peruanos, a partir de un trabajo hecho con respeto y con pasión.

Visión

Convertirnos en un agente de cambio relevante a nivel global, inspirando a las personas a alimentarse y a vivir de una manera más consciente con el mundo y con ellos mismos.

Valores (102-16)

Respeto

- Hacia nosotros mismos, hacia la naturaleza y hacia nuestros pares.

Compromiso

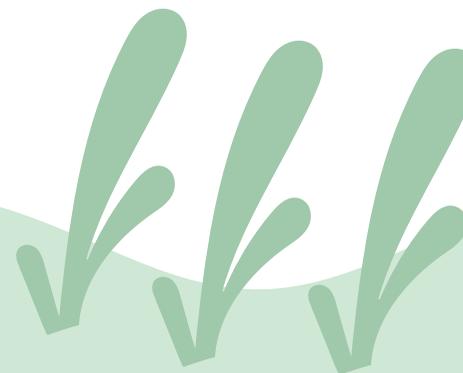
- Entendemos las consecuencias de nuestras acciones de manera que nos comprometemos con el trabajo bien hecho, ese que nos trae satisfacciones y nos deja dormir tranquilos.

Consciencia

- Trabajamos en equipo siempre alertas a los cambios de nuestro entorno, somos firmes con nosotros mismos, para así ser confiables para los demás.

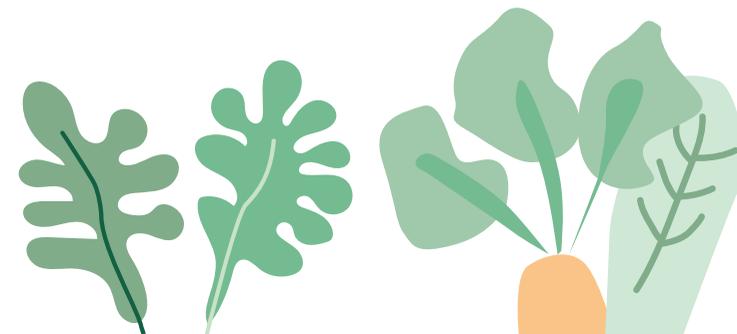
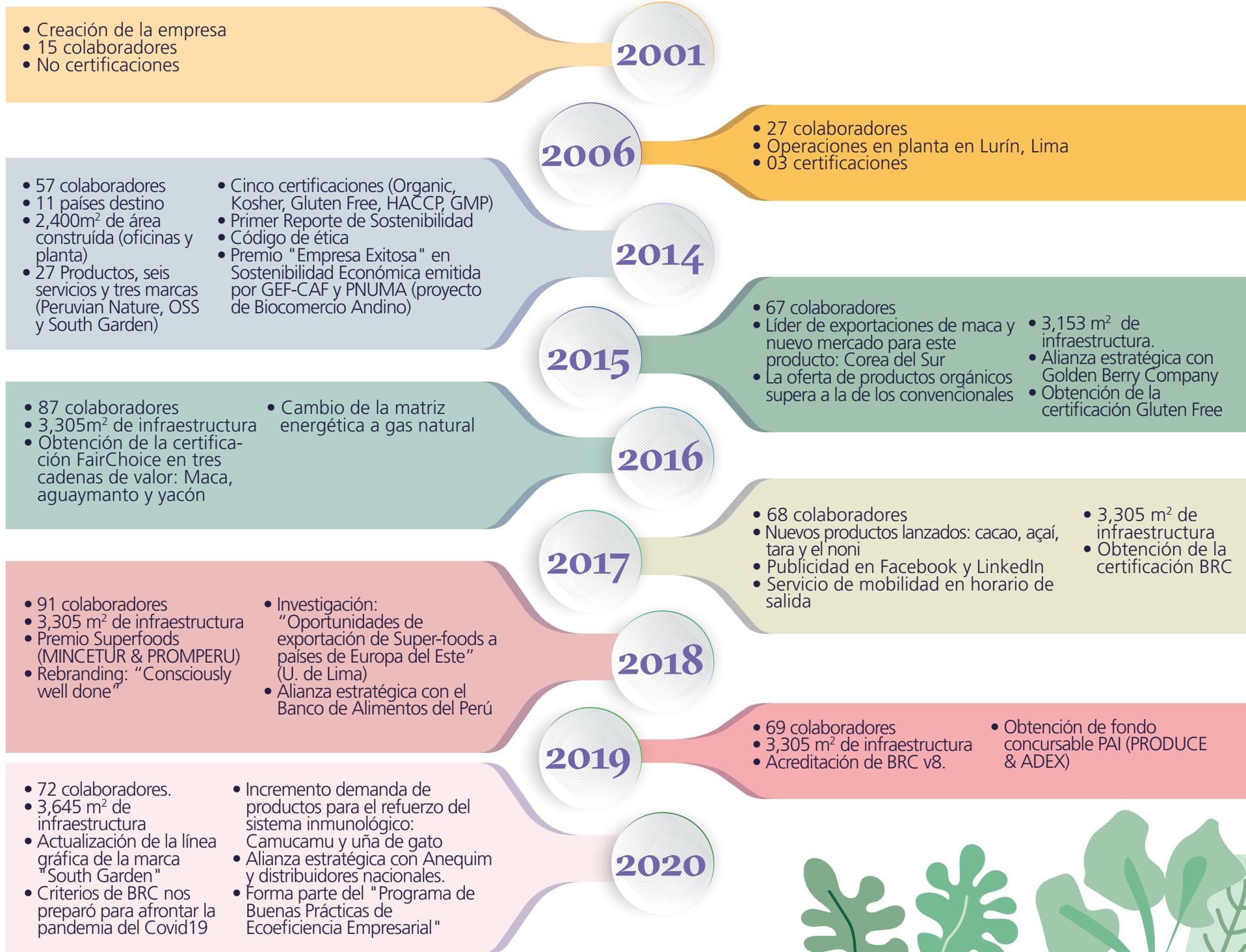
Calidez

- Creemos en ella como base para una buena relación entre los seres humanos, brindando lo mejor de nosotros permanentemente.



NUESTRA HISTORIA





NUESTROS REPORTE DE SOSTENIBILIDAD





Desde el 2014 comenzamos nuestra labor por expresar nuestro desempeño económico, ambiental y social a través de reportes de sostenibilidad, permitiéndonos hacer una sistematización de todas las actividades que nuestra empresa lleva a cabo desde las aristas económicas, sociales y ambientales y además de evaluar de forma integral y específica, las diversas áreas de la empresa, resultando en acciones de mejora. Sin duda, también nos brinda la oportunidad de dar a conocer los avances que logramos cada año y de esa manera, podemos demostrar a nuestros grupos de interés que Peruvian Nature está comprometida con gran responsabilidad e ímpetu en crecer como empresa cumpliendo las regulaciones nacionales e internacionales, así como implementando estándares voluntarios sostenibles y de calidad. (102-31)

Hasta la fecha, contamos con cinco reportes de sostenibilidad los cuales corresponden a los años 2014, 2015, 2016, 2017 y 2018 los cuales han sido elaborados bajo las exigencias del Global Reporting Initiative – GRI, estando disponibles en la página web de esta organización: <https://database.globalreporting.org/organizations/9589/>. (102-31, 102-51, 102-52, 102-54)

Al año 2019, nos enfocamos en direccionar muchos esfuerzos e inversión económica para dar frente a la recesión económica global (ej. modificaciones en la planta de procesamiento) por lo cual decidimos fusionar los Reportes de Sostenibilidad 2019 y 2020. (102-49, 102-50, 102-52)



NUESTRO APORTE A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE NACIONES UNIDAS





Pero además de promover transparencia en nuestro desempeño económico, social y ambiental, sabemos que contribuimos a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, lo cual representa la base del enfoque de sostenibilidad de diversas naturalezas de organizaciones, como es el sector de la agroindustria al cual formamos parte.



Objetivo 1. Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo

En Peruvian Nature proporcionamos condiciones laborales justas a todos nuestros colaboradores¹ (Ver objetivo 8) con lo cual nos sumamos, en conjunto con otras empresas de diversos sectores económicos y que trabajan bajo estándares de responsabilidad social, a combatir la pobreza a nivel de nuestra comunidad local como es el caso del distrito de Lurín del cual la mitad de nuestros colaboradores provienen (55%-2019, 47%-2020), seguido de Villa María del Triunfo (6%-2019, 14%-2020). Ambos distritos se encuentran en el [puesto 10 y 152 respectivamente con mayor incidencia de pobreza monetaria respecto al total de distritos analizados \(43\) a nivel de la provincia de Lima.](#)

Así mismo, estamos contribuyendo, en conjunto con otras empresas de diversos sectores económicos, al crecimiento económico y por ende, combatir la pobreza de las diversas regiones del Perú, donde trabajamos de la mano con nuestros proveedores quienes son nuestros aliados estratégicos y los cuales trabajan dentro del ámbito rural en el cual [la incidencia de la pobreza es mayor que el urbano](#). Nuestros principales proveedores de materias primas, por valor monetario (US\$) y volumen (Kg), provienen de las siguientes regiones: Maca (Junín y Huancavelica), lúcuma (Huánuco), camote (Lima), camu camu y uña de gato (Ucayali), aguaymanto (Huánuco, Ancash, Cajamarca) y yacón (Huánuco). Entre todas estas regiones, Huancavelica y Cajamarca dentro del grupo (1° quintil inferior) de regiones con

mayor incidencia de pobreza monetaria (%), seguido por Huánuco (2° quintil), Junín (3° quintil), Ancash, Ucayali y Lima (4° quintil). Las regiones dentro de los quintiles 1° y 2° (Huancavelica, Cajamarca y Huánuco) en conjunto abarcan alrededor del [70% de incidencia](#) (2019) de pobreza en el país por lo cual nuestra atención se enfoca en nuestros proveedores que forman parte de dichas regiones que al mismo tiempo representan nuestras principales cadenas de abastecimiento: maca, aguaymanto, lúcuma y yacón.



Objetivo 3. Garantizar una vida sana y promover bienestar para todos

Nuestra oferta comercial está basada en alimentos más saludables garantizados por estándares (ej. orgánico) o la propia naturaleza del producto (ej. Superfoods) como respuesta a los nuevos patrones de consumo a nivel mundial. A nivel de nuestra planta, la certificación “BRC v.8 Alimentos” garantiza también la inocuidad a nivel de los procesos de elaboración de nuestros productos finales pero además, contamos con tecnología que ayuda a mantener las propiedades nutricionales de estos productos.



Objetivo 5. Igualdad de Género

Nuestro compromiso en promover la igualdad de género y la de prohibir todo tipo de discriminación está reflejado en nuestro Código de Ética pero también en nuestras cifras (al 2019, 49% del total de colaboradores fueron mujeres y para el 2020, 61%). Además, nuestra “Política de Equidad Salarial” de nuestro Reglamento Interno de Trabajo promueve oportunidades laborales en nuestra empresa que son alcanzadas meritocráticamente. Además, nuestro cumplimiento con la Ley N° 30709 del Ministerio del Trabajo, la nueva estructura salarial define criterios para la creación y caracterización de puestos de trabajo y sus salarios respectivos.

1. En lenguaje GRI, los “colaboradores” están representados por todo el personal de la empresa.

2. Ordenados de mayor a menor en función al porcentaje de pobreza monetaria total de los distritos (INEI, 2020).



Objetivo 8. Trabajo decente y crecimiento económico

Así como el punto anterior, la nueva estructura salarial define criterios para la creación y caracterización de puestos de trabajo y sus salarios respectivos basado en elementos alineados al rol por desempeñar y meritocráticos. Además el sueldo mínimo que manejamos es superior al que exige la Ley de Productividad y Competitividad Laboral. Tenemos además un Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo que garantiza justamente que todos nuestros colaboradores trabajan bajo condiciones en las cuales su salud y seguridad no se ve afectada.

Así como en el Objetivo 1, a nivel de nuestra comunidad local y las regiones de nuestras principales cadenas de abastecimiento, estamos contribuyendo, en conjunto con otras empresas de diversos sectores económicos, al crecimiento económico de estas localidades sea por brindar oportunidades laborales en nuestra sede de operaciones, o trabajar con proveedores de materia prima que a su vez se abastecen de diversos agricultores individuales u organizados.



Objetivo 9. Industria, innovación e infraestructura

Al habernos decidido ingresar al segmento de mercado B2C, queremos introducir nuevas formulaciones de productos las cuales estén destinadas al consumidor final en el Perú, a través del próximo relanzamiento de nuestra marca "South Garden", y Estados Unidos a través de nuestra nueva empresa "Nature 360". A nivel de planta, mejoramos procesos para poder ser más eficientes en el consumo energético como es el caso de la implementación de un banco de condensadores (2020), la adquisición de nuevas tecnologías (molino), y el incremento de la capacidad de volumen de materia prima a nivel del área de trozado y selección a través del acondicionamiento de dos trozadores en un único espacio y la implementación de un tamizador centrífugo respectivamente.

Por otro lado, al 2020, nuestra infraestructura se ha extendido en 340m² respecto al año anterior debido a la construcción de un segundo nivel para oficinas administrativas, un nuevo almacén de materia prima, un nuevo taller de mantenimiento, una nueva línea para el procesamiento de

producto seco, una nueva área para producto retail, una nueva área de deshidratado de productos frescos y un nuevo almacén de frío para producto fresco. Esta extensión de nuestra sede de operaciones responde a un incremento de la demanda de nuestra cartera de productos y por ende, un requerimiento mayor de operaciones para responder a dicha demanda.



Objetivo 12. Producción y consumo responsable

Nuestra alianza con el Banco de Alimentos en el 2018 hasta el día de hoy ha mantenido nuestro compromiso por la reducción de la pérdida de alimentos ya que todo alimento que no es orientado a la venta final es direccionado a dicha organización. Por otro lado, los productos finales orientados a la venta contribuyen a la promoción de una oferta comercial que responde a la demanda de consumidores responsables. Al adquirir un producto con certificado orgánico, este consumidor reconoce que su decisión de compra contribuye al mantenimiento o incremento de la fertilidad natural del suelo de donde el producto proviene. Por su parte, al adquirir un producto certificado en Fairchoice, el consumidor reconoce que dicho producto ha sido elaborado en un escenario socialmente responsable para con los colaboradores, con condiciones laborales y salarios justos.



Objetivos 6, 7 y 13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos; garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos; y el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna

Proyectándonos con un consumo de agua y energía más eficientes y sostenibles, disminuyendo emisiones y así, luchando, al lado de diversas organizaciones de diversas naturalezas y sectores económicos, contra el cambio climático. Este último ha venido impactando a nivel rural con sequías y lluvias más largas e intensas y, a su vez, en nuestro abastecimiento de materia prima. De esta manera, al 2020 decidimos formar parte del "Programa de Buenas Prácticas de Ecoeficiencia Empresarial" propuesto por el Departamento de Comercio Sostenible de PROMPERÚ el cual tiene como objetivo la capacitación en la interiorización de criterios para una producción de bienes



y servicios con un menor consumo de materiales, agua y energía y con una reducción en las emisiones generadas a lo largo de la cadena productiva de nuestra oferta comercial. Culminado el programa, una auditoría externa validará la interiorización de dichos criterios en nuestra empresa y, si es así, obtendremos una "Certificación de Buenas Prácticas de Ecoeficiencia" la cual se encuentra alineada a los criterios de ecoeficiencia y estándares internacionales: ISO 9001 (sistemas de gestión de calidad), ISO 14001 (sistemas de gestión medioambiental) e ISO 45001 (sistemas de gestión de la seguridad y salud en el trabajo). Con este programa esperamos colocar en agenda la incorporación de nuevas tecnologías o adecuaciones en nuestra planta que puedan brindarnos la eficiencia que buscamos pero también reduciendo las emisiones que generan un impacto ambiental.

Dicho programa está alineado al Pacto Verde de la Comisión Europea el cual cuenta con su pilar "[De la granja a la mesa](#)". Este busca una producción de alimentos inocua, y ambiental y socialmente sostenible. Desde nuestros inicios, venimos contribuyendo al Pacto Verde con una oferta de productos orgánicos certificados con los cuales se garantiza la disminución de plaguicidas y fertilizantes específicos en la agricultura que contaminan el suelo, agua y aire. Dicha agricultura ecológica que forma parte de nues-

tro modelo de negocio mantiene nuestro rendimiento económico y, con otros esquemas (ej. FairChoice y SMETA), justo a lo largo de nuestra cadena de abastecimiento.

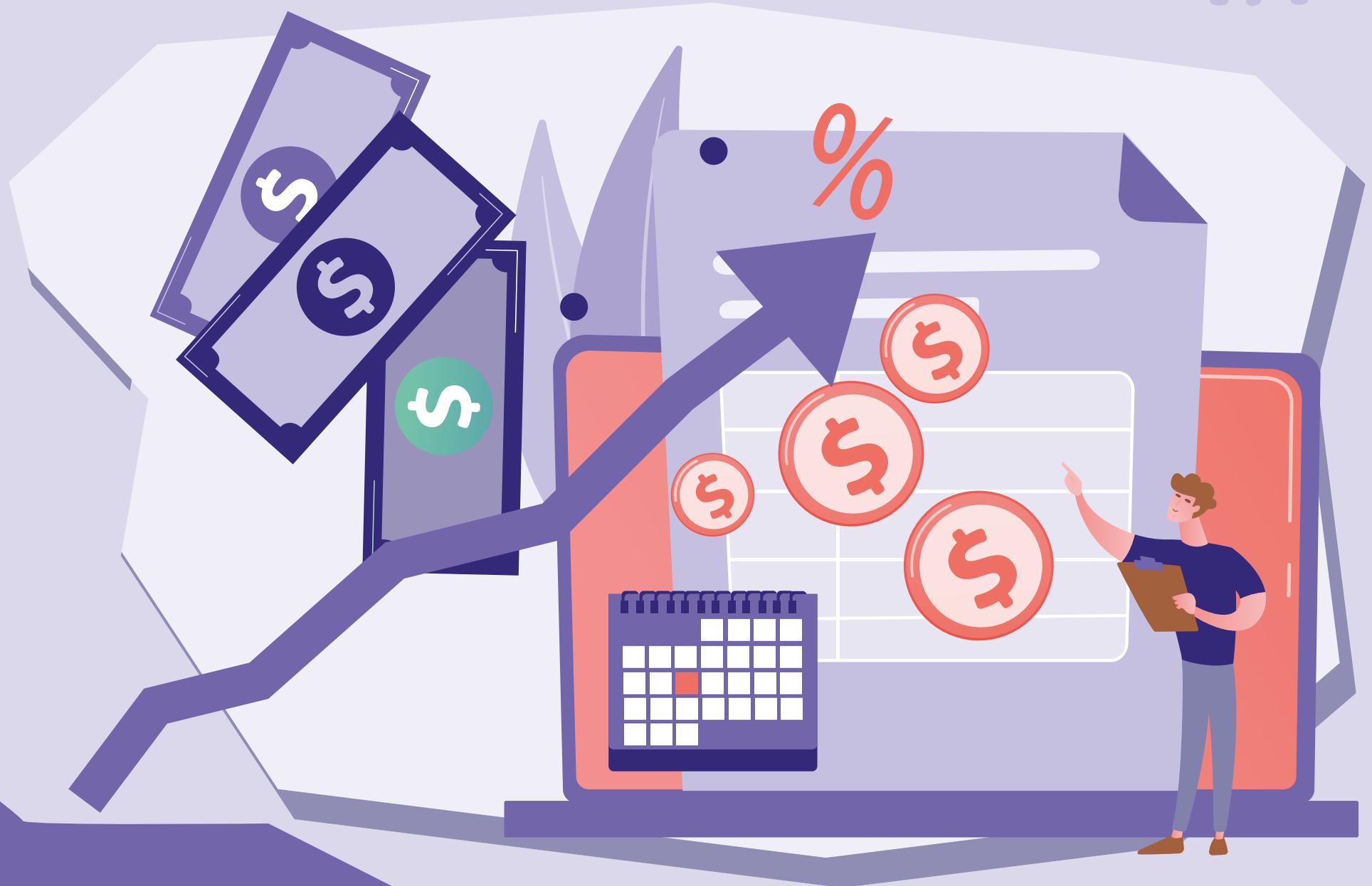


Objetivo 15. Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de tierras y detener la pérdida de biodiversidad

Somos una empresa que depende de la biodiversidad nativa peruana ya que parte de nuestra oferta comercial proviene de esta. De esta manera, la naturaleza de nuestras operaciones, por defecto, no implica un perjuicio en áreas de gran valor de biodiversidad ya que estas se concentran a nivel de la planta de procesamiento dentro de un parque industrial en Lurín, Lima. Sin embargo, también buscamos garantizar que las operaciones de nuestros principales proveedores no impliquen un perjuicio en la biodiversidad del ecosistema afín a estas operaciones. Para ello, las certificaciones orgánicas de nuestros proveedores, sea implementada por cuenta propia o con nuestro apoyo, garantizan una proveeduría bajo prácticas sostenibles en campo de las zonas de proveeduría (suelos para cultivos, o bosques para productos de recolección).



PRINCIPALES RESULTADOS 2019 y 2020





1. Crecimiento económico (Valor Económico Retenido) del 31% y 42% al 2019 y 2020 respectivamente.
2. Pudimos compensar la caída de las ventas del 2019 (debido a una “recesión económica mundial”) con un crecimiento del 13% (US\$ 832,736) al año 2020, comandado por el crecimiento de las ventas de nuestro producto bandera, maca, y de productos que refuerzan el sistema inmunológico como respuesta a la crisis sanitaria mundial actual: Camu camu y uña de gato.
3. La estructura de banda salarial ha dado lugar a la creación de uno y tres nuevos puestos de trabajo al 2019 y 2020 respectivamente. En este último año, también se reubicaron cinco puestos de trabajo por ascenso.
4. Al 2019, de las ocho ferias que participamos, logramos generar cuatro clientes nuevos y se cerraron dos negociaciones con ellos ese mismo año (US\$ 19,943). En febrero 2020 logramos asistir a Biofach en Alemania aún cuando no se hablaba de pandemia global, luego a partir de Expo West en E.U.A las ferias fueron canceladas paulatinamente. Algunos organismos intentaron hacer ferias en modalidad incluyendo la Expoalimentaria que anualmente se llevaba a cabo en Lima. Plataformas que no fueron del todo exitosas, pero nos brindaron la oportunidad de ganar un nuevo cliente y prospectos con los cuales nos encontramos aún en negociaciones.
5. Al 2020, nos mantenemos como el líder nacional de exportaciones³ de derivados de maca alcanzando los US\$ 3,915,646 (un crecimiento del 26% respecto al 2019) y una participación del 19% entre todo el grupo de empresas exportadoras de este producto.
6. Al 2020, camu camu y uña de gato han respondido a la demanda de consumidores nacionales e internacionales por productos que refuercen el sistema inmunológico para hacer frente al impacto sanitario de la pandemia del Covid19.
7. Acreditación de la norma BRC v8. Alimentos. Desde el 2018, la implementación de los lineamientos de esta norma en nuestra sede de operaciones nos preparó para la pandemia del Covid19 al 2020 por lo cual, nuestras operaciones no se han sido visto afectadas.
8. El 2020 trabajamos en la actualización de los lineamientos gráficos de nuestra marca South Garden y en la creación de su “brandbook”, preparándonos para entrar en el segmento de mercado B2C a nivel nacional e internacional, a fin de responder a la demanda creciente de productos naturales para el cuidado de la salud general y reforzamiento del sistema inmunológico.

NUESTRO REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2019 y 2020

Identificando la Materialidad y cobertura

Elaboramos el Reporte 2019 y 2020 con la metodología “Standards” publicada por el Global Reporting Initiative – GRI. De acuerdo con ello, se ha llevado a cabo las siguientes etapas (102-46, 103-1):

Etapa 1: Criticidad de Impactos y Expectativas de Grupos de Interés

Identificación de los impactos económicos, sociales y ambientales, y estimación de su “criticidad” lo cual se traduce en la contribución e influencia de la empresa en la mejora o deterioro de las condiciones económicas, ambientales y sociales en el contexto (local, regional e internacional) en la que está operando. Los impactos identificados en el Reporte de Sostenibilidad 2018, se mantienen para el alcance temporal (2019-2020) de este nuevo reporte (102-15, 102-29).

Identificación de los grupos de interés (colaboradores, clientes, proveedores y entidades de apoyo) y se prepararon encuestas virtuales para conocer sus expectativas, intereses razonables y/o necesidades de información sobre el desempeño económico, social y ambiental de la empresa para lo cual se realiza una encuesta dirigida a una muestra de los grupos de interés identificados. Las expectativas, intereses razonables y/o necesidades de información en común de los grupos de interés captados para el Reporte de Sostenibilidad 2018, se mantienen para el alcance temporal (2019-2020) de este nuevo reporte. (102-40, 102-42, 102-43, 102-44, 102-48)

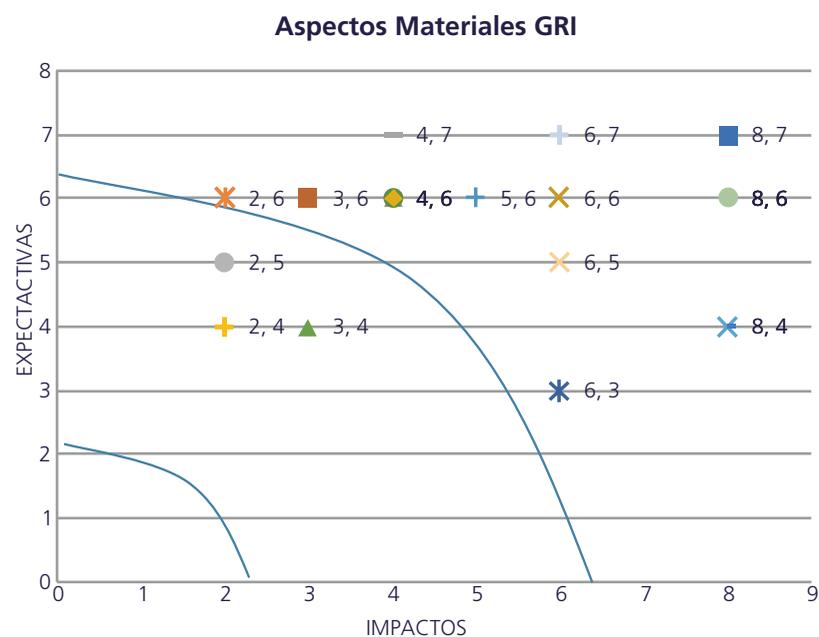
Etapa 2: Se realiza una **priorización** de los aspectos y asuntos propios del desempeño económico, social y ambiental de la empresa. Para el Reporte de Sostenibilidad 2018, se priorizaron 23 aspectos los cuales son denominados “materiales” y, por consiguiente, el proceso para su priorización se denominaría “materialidad”. (103-1)

Para el alcance temporal (2019-2020) de este nuevo reporte, se mantienen estos 23 aspectos priorizados los cuales son (102-44, 102-47):

1. Agua y efluentes
2. Biodiversidad
3. Comunidades locales
4. Conformidad ambiental
5. Desempeño económico
6. Diversidad e igualdad de oportunidades
7. Efluentes y residuos
8. Emisiones
9. Empleo
10. Energía
11. Enfoque de gestión
12. Evaluación derechos humanos
13. Impactos económicos indirectos
14. Libertad de asociación y negociación colectiva
15. Manejo de relaciones laborales
16. Marketing y etiquetado
17. Materiales
18. No discriminación
19. Prácticas de adquisición
20. Prácticas de seguridad
21. Presencia en el mercado
22. Privacidad del cliente
23. Salud y seguridad del cliente



Gráfico 1. Matriz de Materialidad del Reporte de Sostenibilidad de Peruvian Nature 2019 – 2020



- | | |
|--------------------------------------|--|
| ◆ Desempeño económico | ✕ Manejo de relaciones laborales |
| ■ Prácticas de adquisición | ● Salud y seguridad ocupacional |
| ▲ Presencia en el mercado | + Capacitación y educación |
| ✕ Impactos económicos indirectos | ■ Diversidad e igualdad de oportunidades |
| ✱ Materiales | — No discriminación |
| ● Energía | ◆ Libertad de asociación y negociación colectiva |
| + Agua y efluentes | ■ Trabajo infantil |
| ■ Biodiversidad | ▲ Trabajo forzado |
| — Emisiones | ✕ Prácticas de seguridad |
| ◆ Efluentes y residuos | ✱ Derechos de poblaciones indígenas |
| ■ Conformidad ambiental | ● Evaluación derechos humanos |
| ▲ Evaluación ambiental del proveedor | + Comunidades locales |
| ✕ Empleo | ■ Evaluación social del proveedor |

Etapa 3: Levantamiento de Información y medición de los indicadores de los enfoques de gestión (DMA, en sus siglas en inglés) a ser plasmados en el Reporte de Sostenibilidad como parte de la redacción del propio reporte. De esta manera, se solicitó información a representantes de las siguientes áreas: Gerencia General, Administración, Aseguramiento y Control de la Calidad, Compras, Comercial, Marketing, Producción, Mantenimiento, Recursos Humanos y Legal, a través de encuestas semiestructuradas y entrevistas on-line debido a coyuntura sanitaria actual. (102-37)

Etapa 4: Revisión final del Reporte de Sostenibilidad por parte de la Gerencia General en cuanto al contenido y por parte de la Gerencia de Marketing, para la aprobación de diagramación y estilo del documento. (102-32)



GOBIERNO CORPORATIVO



Somos una empresa constituida como Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.) al amparo de la Ley General de Sociedades (Ley N° 26887). Los accionistas son propietarios de la sociedad mediante acciones nominativas y su responsabilidad está limitada a sus aportes en el capital social. (102-5)

Realizamos nuestras operaciones en el distrito de Lurín, Lima - Perú, donde se ubican la planta de procesamiento y las oficinas comerciales y administrativas. (102-3, 102-4)

La empresa está liderada por el Gerente General y el Subgerente, asumiendo la toma de decisiones en materia económico, social y ambiental de forma transversal a las diversas áreas de la empresa (102-19). La Gerencia General está a cargo de Damián Silva quien a su vez es presidente de la empresa desde el año 2011. La subgerencia, liderada por Gabriela Llontop desde el año 2018 pero así mismo está a cargo de la jefatura de marketing. Ambas posiciones son independientes en su accionar y se encargan de las estrategias, monitoreo y control de las estrategias implementadas. Sus roles están alineados al logro de objetivos generales de la empresa. Posteriormente, a nivel de jerarquía organizacional, siguen la Gerencia Comercial, Gerencia de Operaciones, y Administración. La primera se encarga de todo lo competente a ventas y marketing; la segunda⁴, de controlar la producción, mantenimiento, mejora continua, almacenamiento y abastecimiento; y la administración vela por el buen desempeño económico y financiero de la empresa. De igual forma, estas son instancias ejecutivas que atienden temas económicos, ambientales y sociales transversales a sus áreas a cargo y las cuales deben informar a los colaboradores que están a cargo respecto a nuevas estrategias, objetivos y decisiones que afecten las operaciones de sus áreas. (102-18, 102-19, 102-20, 102-21, 102-22, 102-23, 102-26)

4. La Gerencia de Operaciones actualmente se encuentra en estatus vacante por lo cual las responsabilidades de esta posición se encuentran repartidas entre las áreas a su cargo

Comité de Gestión

Desde el 2013, contamos con un Comité de Gestión que tiene como misión definir objetivos anuales y plantear mejoras para las diferentes áreas en un período determinado. Al año 2019, este comité se encuentra conformado por 11 miembros lo cual representa un incremento de cuatro colaboradores en este grupo respecto al año anterior. Del total, cuatro son mujeres y siete son varones; y cabe resaltar que es la primera vez que participan menores de 30 años (2). La mayoría (6) se encuentran entre edades de 30-50 años las cuales son las edades promedio del colaborador administrativo. Al año siguiente, sólo se redujo en un colaborador (10) e incrementó la participación de colaboradores menores de 30 años (3) respecto al año anterior. Este comité está liderado por el Gerente General. (102-18, 102-22, 102-26, 102-27)



Nuestra Organización

Al 2019 y 2020, se crearon nuevos puestos de trabajo con el objetivo de cubrir las necesidades de carga laboral y las actividades de mayor especialización, además de promover una línea de carrera en nuestra empresa. (102-18)

Tabla 1. Tipos, Nombres y Objetivos de Puestos en Peruvian Nature 2019 y 2020

Año	Tipo de Puesto	Nombre del Puesto	Objetivo
2019	Nuevo	Asistente de ventas	Brindar soporte al área de ventas
2020	Nuevo	Planner de mantenimiento	Atender las actividades específicas en el área de mantenimiento como: Control de los equipos e infraestructura de planta, planificar y programar las actividades de mantenimiento preventivo y correctivo de los equipos y maquinarias de planta de forma sistemática, organizada y eficiente a través de un sistema informático para la gestión de mantenimiento (FRACCTAL ⁵).
		Operario de Almacén Nivel 3	Es un soporte administrativo al supervisor de almacén
	Ascenso Reemplazo	Enfermera	Debido a la pandemia originada por el virus Covid19 y con el objetivo de cubrir los lineamiento del Plan para la Vigilancia, Prevención y Control del COVID19, establecido por el MINSA y fiscalizado por SUNAFIL, se incorporó a la empresa una enfermera ocupacional la cual se encarga de monitoreo, primeras atenciones médicas al personal, antes de derivarlos a un centro médico en caso se requiera. Además realiza capacitaciones programadas para diversos temas de salud relacionados con los síntomas de Covid19, y de enfermedades de riesgo ante contagio por Covid19.
		Supervisor de almacén	Puesto creado como parte de los cambios realizados a nivel del área logística al 2019 lo cuales identificaron la necesidad de contar con un colaborador que controle el almacenaje de productos (en todos los almacenes) a través del registro de información en tiempo real. De esta manera, el "analista de almacén" ascendió a "supervisor de almacén".
		Asistente de exportaciones	Debido al cese del contrato e incremento de las funciones del practicante de logística ⁶ , se vio la necesidad de promoverlo a asistente de exportaciones y mantener su soporte a nivel de las operaciones logísticas y gestión documentaria de esta.
		Jefe de compras y proyectos:	Atiende actividades específicas en el área de Compras como la de gestionar las operaciones de abastecimiento nacional e internacional, buscando optimizar de manera permanente la calidad, costo y oportunidad. Asimismo, liderar los proyectos relacionados con el desarrollo de productos nuevos en cualquier presentación, acuerdos de desarrollo de cultivos, la optimización o cambio de insumos, materias primas y/o proveedores.

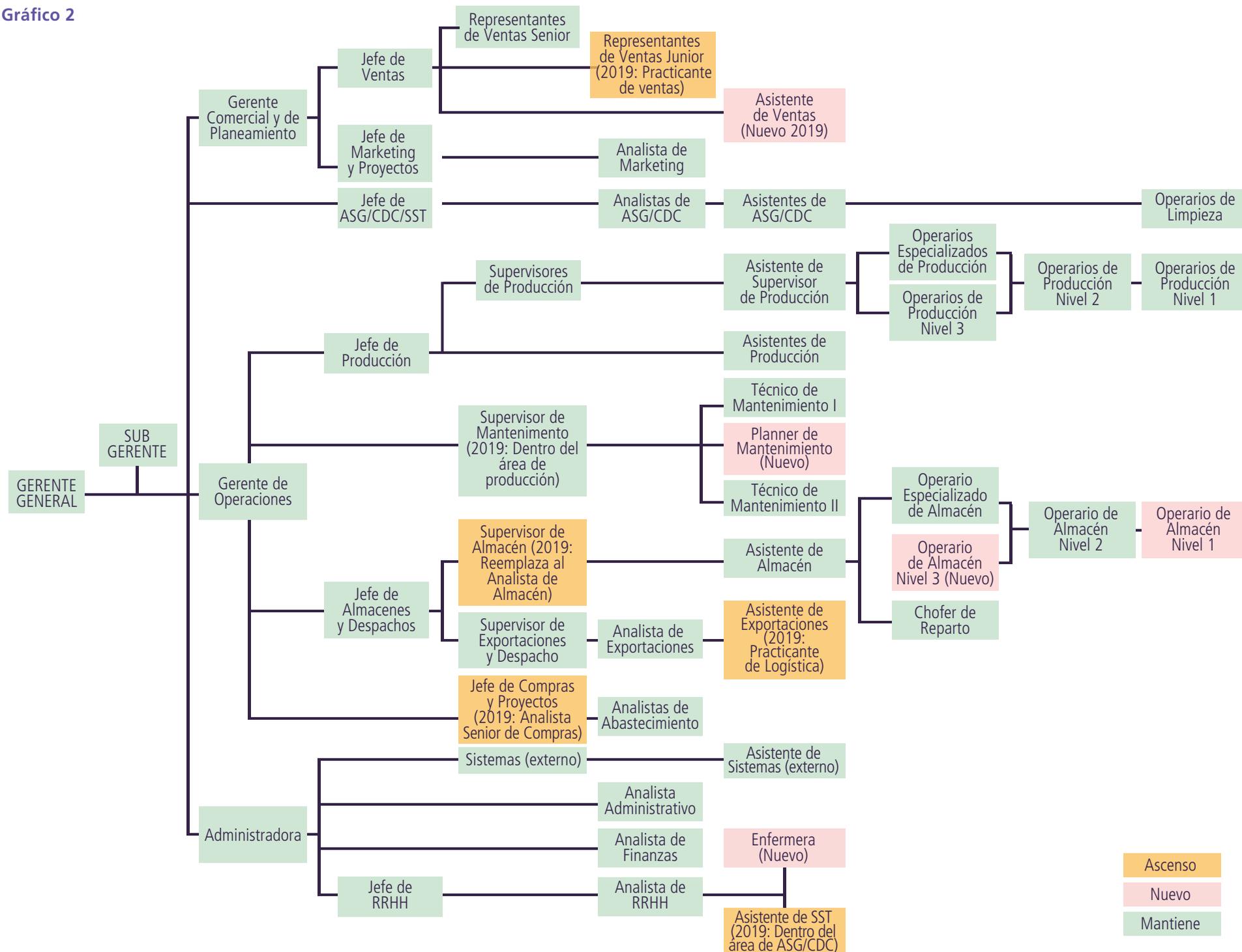
5. Esta herramienta permite gestionar los mantenimientos desde la solicitud (que podría ser cualquier persona dentro de la organización), la generación de las ordenes de trabajo (programado por el planner), la ejecución (realizado por el técnico o algún proveedor) y el cierre del trabajo (que podría realizarse mediante el planner o el supervisor). Además de la operación del mantenimiento, también tiene módulos de control de almacenes, proveedores, documentación de interés y presupuesto. 6. Este practicante fue contratado como parte de un acuerdo estratégico con el Instituto Peruano de Logística Aplicada-INLOG al 2018. Al 2019 y 2020, no se cuentan con colaboradores como parte de este acuerdo al no haber un requerimiento de nuestra empresa alineado a la oferta de estudiantes de dicha organización.





ORGANIGRAMA 2020

Gráfico 2



- Ascenso
- Nuevo
- Mantiene

DESEMPEÑO ECONÓMICO





Como todos los años, nos esforzamos para mantenernos como líderes en las exportaciones de superfoods por lo cual utilizamos diversas herramientas analíticas (ej. Inteligencia comercial) con el fin de conocer las tendencias y afrontar los cambios en un contexto actual caracterizado por ser volátil, incierto, complejo y ambiguo (VUCA, en sus siglas en inglés). Así mismo, la evaluación de nuestro desempeño económico también es una práctica constante la cual está a cargo del Comité de Gestión. Este se reúne mensualmente para presentar los avances de nuestros indicadores de gestión, revisión de los estados financieros, así como del control presupuestal y de la producción. Por otro lado, también trabajamos de la mano con entidades financieras para el apalancamiento financiero y así mitigar riesgos de esta clase. (103-2, 103-3, 201-2)

El Valor Económico Generado⁷ al 2019, ha representado una caída (-10%) respecto al año anterior la cual es proporcional a la reducción de las ventas totales como producto de la recesión económica mundial que ha impactado en la demanda de nuestros principales mercados. Sin embargo, el Valor Económico Retenido, el cual representa la diferencia entre el Valor Económico Generado y Valor Económico Distribuido (total de gastos de la empresa), ha experimentado un crecimiento de 31%. Esto se debe a una reducción a nivel del Valor Económico Distribuido, influenciado por una disminución (-9%) de los Gastos Operativos que son los de mayor magnitud en la empresa (78% del total de los gastos al 2019). Entre los Gastos Operativos, la reducción del valor monetario (US\$) del abastecimiento de materias primas es el factor de mayor magnitud y esto se debe a una caída de la demanda de los productos de nuestra oferta comercial a causa de la recesión económica mundial y, por ende, en los precios de adquisición de estos productos. Además, se acondicionaron los dos trozadores en un único espacio ("planta 2") y se implementó un tamizador centrífugo para la línea de selección en este mismo espacio, con el fin de incrementar el rendimiento de la operación de trozado, reducir tiempos y defectos en mano de obra (102-10, 103-2, 201-1).

7. El Valor Económico Generado es representado por el total facturado por la empresa de las ventas de productos y servicios.

A los Gastos Operativos le sigue los "Sueldos y Prestaciones de los Empleados" (-7%), "Pagos a los Proveedores de Capital" (-84%), e "Inversiones en Comunidades" (pasando de una inversión de US\$ 56,465-2018 a US\$ 5,500-2019). Este último se vio caracterizado únicamente por el pago de certificación orgánica a nuestro proveedor de lúcuma al 2019.



Así mismo, la evaluación de nuestro desempeño económico también es una práctica constante la cual está a cargo del Comité de Gestión.

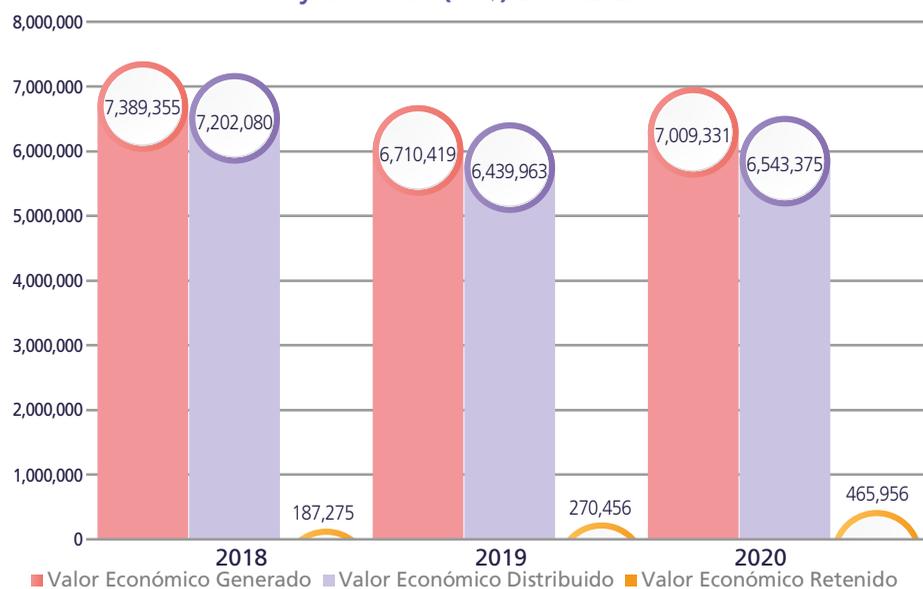
En cambio, al 2020 se ha experimentado un crecimiento en el Valor Económico Generado de 4%. A pesar de que la pandemia representó un desafío a lo largo de nuestra cadena de abastecimiento y operatividad, hemos aprovechado la oportunidad de captar [una demanda creciente por productos que refuerzan el sistema inmunológico](#), como lo son camu camu y uña de gato, y también de haber trabajado de la mano con nuestros proveedores de maca para poder incrementar el abastecimiento y así, las ventas de este producto. (103-2) Este incremento en el Valor Económico Generado impactó en el Valor Económico Retenido ya que este último incrementó en un 2% respecto al año anterior. Cabe destacar que por el lado de los Gastos Operativos, las inversiones en comunidades expresaron un crecimiento considerable (+86%) respecto al 2019, debido a la implementación de medidas de prevención del Covid19 para todos nuestros colaboradores como: Movilidad para el recojo y retorno hacia sus viviendas, atenciones médicas en el policlínico, pruebas de descarte, psicólogo ocupacional (debido al estrés generado durante la coyuntura sanitaria), y capacitaciones y adquisiciones en planta como parte de las medidas de prevención contra este virus. (201-1) Sin embargo, el incremento de gastos operativos también se vio incrementado por la extensión de la sede de operaciones de nuestra empresa (+340m² al 2020) con la construcción de un segundo nivel para una nueva área de oficinas, un nuevo de almacén de materia prima, un nuevo taller de mantenimiento, una nueva línea para el procesamiento de producto seco, una nueva

área para producto retail, una nueva área de deshidratado de productos frescos y un nuevo almacén de frío para producto fresco. (102-10)

Tabla 2.- Valor Económico Generado, Valor Económico Distribuido y Valor Económico Retenido de Peruvian Nature en el año 2018-2020 (US\$)

US\$	2018	2019	2020
Valor Económico Generado	7,389,355	6,710,419	7,009,331
Ingresos	7,389,355	6,710,419	7,009,331
Valor Económico Distribuido	7,202,080	6,439,963	6,543,375
Gastos Operativos	5,453,303	4,994,699	5,476,347
Sueldos y Prestaciones de los Empleados	1,184,115	1,110,668	745,763
Pagos a los Proveedores de Capital	416,942	227,191	196,782
Pagos a Gobiernos	91,254	101,905	84,307
Inversiones en Comunidades	56,465	5,500	40,177
Valor Económico Retenido	187,275	270,456	465,956

Gráfico 3. Valor Económico Generado, Distribuido y Retenido (US\$) 2018-2020



Cabe resaltar que nosotros también mapeamos y aplicamos a fondos concursables como fue el caso del Programa de Apoyo a la Internacionalización (PAI), auspiciado por PRODUCE y el consorcio operador ADEX y Swisscontact, con el cual se obtuvo recursos no reembolsables de hasta US\$ 38,500 y con los cuales

planeamos la extensión de nuestro modelo de negocio en Estados Unidos a través de la creación de una nueva empresa: Nature 360. (201-4, 203-2)



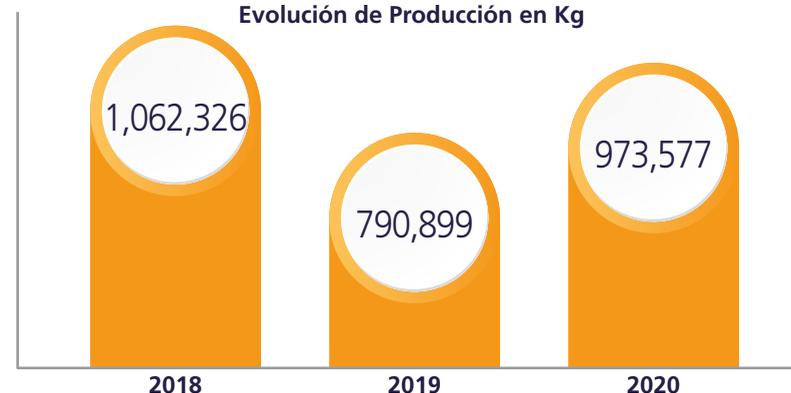
Productos y Servicios

Producción

Durante el 2019, hemos producido 791 toneladas de productos en planta lo cual representa una reducción de casi 34% frente al año anterior. Como se mencionó en la sección anterior, esta reducción se debe a una caída de la demanda de los productos de nuestra oferta comercial a causa de la recesión económica mundial y, por ende, en los precios de adquisición de estos productos.

Al año 2020, dicho valor se ha incrementado a 974 toneladas representando un crecimiento de un 19% comandado por el incremento de la demanda de productos para el reforzamiento del sistema inmunológico y el trabajo coordinado con nuestros proveedores de maca para mantener el abastecimiento de este producto durante la pandemia. Los principales procesos de producción son de tratamiento térmico mediante el nuestro sistema OSS (Organic Sterilization System por sus siglas en inglés) para disminución de carga bacteriana, luego la deshidratación, molienda, envasado y empaque.

Gráfico 4. evolución de los kg producidos 2018-2020
Evolución de Producción en Kg





Presentaciones de productos

Al año 2019 y 2020, se mantienen la misma lista de productos respecto al año 2018.

Esta se actualizará al 2021. (102-2)

PRODUCT LIST 2018												
#	Raw Material	Botanical Name	Category	Superfood	Powder	Nibs/ Crushed/ Pieces / Tea cut	Whole	Oil / Concentrate Juice	Spray Dry/ Extract	Kosher	Organic	FairChoice
1	Maca	<i>Lepidium meyenii</i>	Roots & pods	o	o	o			o	o	o	o
2	Yacon	<i>Smallanthus sonchifolius</i>	Roots & pods	o	o	o		o		o	o	o
3	Sweet Potato	<i>Ipomea batatas</i>	Roots & pods	o	o	o				o		
4	Mesquite	<i>Prosopis pallida</i>	Roots & pods	o	o					o	o	
5	Tara Protein	<i>Caesalpinia spinosa</i>	Roots & pods	o	o						o	
6	Golden Berry	<i>Physalis peruviana L.</i>	Fruits & vegetables	o	o	o	o	o	o	o	o	o
7	Lucuma	<i>Pouteria lucuma</i>	Fruits & vegetables	o	o					o	o	
8	Camu Camu	<i>Myrciaria dubia</i>	Fruits & vegetables	o	o				o	o	o	
9	Noni	<i>Morinda citrifolia</i>	Fruits & vegetables	o	o	o			o			
10	Cat's Claw	<i>Uncaria tomentosa</i>	Medicinal herbs		o	o			o	o		
11	Graviola Leaf	<i>Annona muricata</i>	Medicinal herbs		o				o	o		
12	Stone Breaker	<i>Phyllanthus niruri</i>	Medicinal herbs		o	o						
13	Chuchuhuasi	<i>Maytenus macrocarpa</i>	Medicinal herbs		o				o			
14	Huanarpo Macho	<i>Jatropha macrantha</i>	Medicinal herbs		o							
15	Purple Corn	<i>Zea mays</i>	Grains & seeds	o	o				o	o	o	
16	Cacao	<i>Theobroma cacao L</i>	Grains & seeds	o	o	o	o			o	o	
17	Quinoa	<i>Chenopodium quinoa Willd</i>	Grains & seeds	o	o		o				o	
18	Amaranth	<i>Amaranthus caudatus L.</i>	Grains & seeds	o	o		o			o	o	
19	Cañihua	<i>Chenopodium pallidicaule</i>	Grains & seeds	o	o		o				o	
20	Sacha Inchi	<i>Plukenetia volubilis</i>	Grains & seeds	o	o	o		o			o	
21	Maca / Cacao	BLEND	BLEND	o	o					o	o	

Marcas

Al año 2019 y 2020, nuestras marcas principales son: Peruvian Nature, OSS (Organic Sterilization System por sus siglas en ingles) y South Garden.

Servicios

Así mismo ofrecemos servicios de procesamiento de productos (OSS, deshidratado, molienda y envasado) de terceros que cumplan con los requisitos de su sistema de calidad implementado y de sus certificaciones; es decir, no se acepta el procesamiento de productos que contengan alérgenos, gluten, pesticidas, etc. (102-2)

Afiliaciones

Como todos los años, Peruvian Nature recibe el apoyo de PROMPERU para la coordinación y gestión de la participación de la empresa en ferias nacionales e internacionales. También contamos con una membresía en ADEX para recibir capacitaciones, convocatorias para proyectos y plataformas de diálogo para el sector superfoods. De esta manera, al año 2019, aprobamos un fondo concursable no reembolsable del Programa de Apoyo a la Internacionalización (PAI), auspiciado por PRODUCE y el consorcio operador ADEX y Swisscontact con el cual se ha diseñado el proyecto de expansión del modelo de negocio a nivel internacional. (102-13)



Al año 2019 y 2020, nuestras marcas principales son: Peruvian Nature, OSS (Organic Sterilization System por sus siglas en ingles) y South Garden.

Al año siguiente, el Estado de Emergencia declarado como medida de prevención frente al Covid19 dio lugar a que las autoridades regionales restringieran el tránsito interprovincial de mercaderías, permitiendo únicamente los de primera necesidad. De esta manera, coordinamos con el gremio del sector superfoods y ADEX una solicitud para que los productos de nuestra oferta comercial puedan ser considerados prioritarios y así

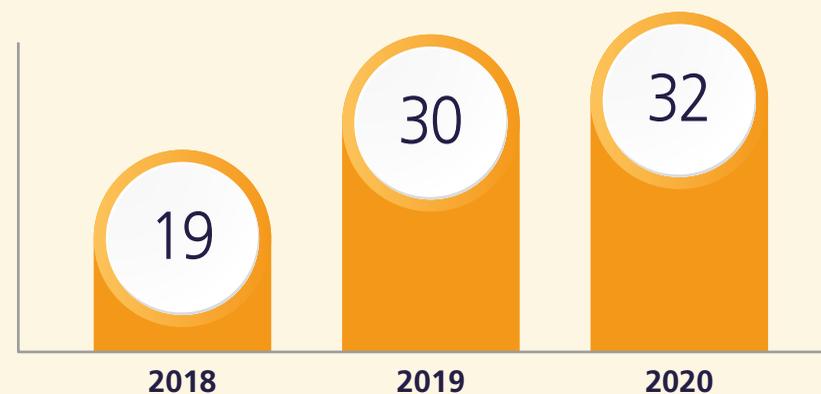
mantener el abastecimiento de nuestras materias primas provenientes de diversas regiones del país. (102-13)

Mercados

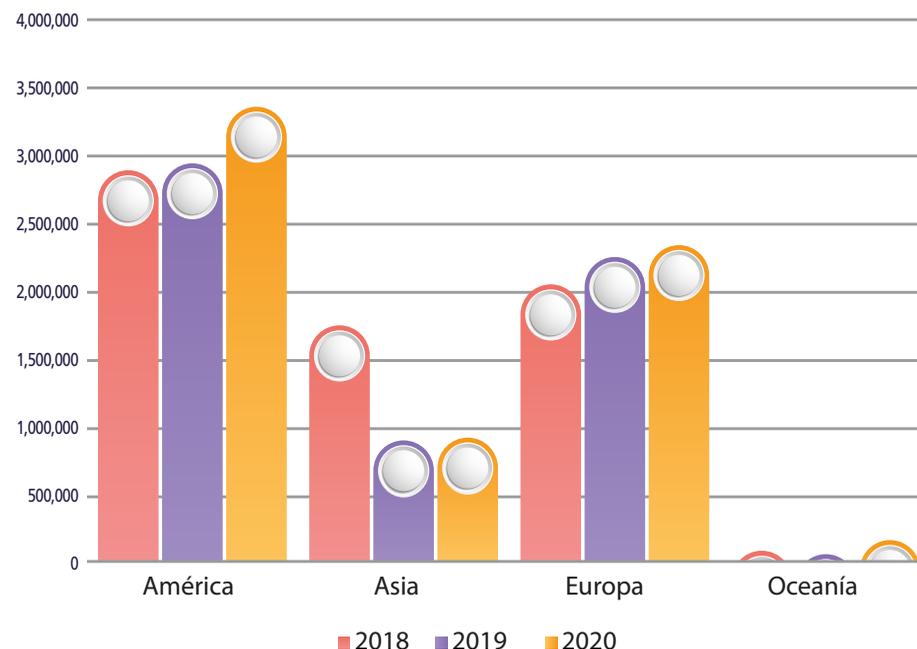
Al 2019 y 2020 se han realizado ventas a 30 y 32 países respectivamente, lo cual representan un incremento aproximado del doble de los países que las ventas estaban dirigidas al año 2018. Entre estos nuevos países se encuentran (102-6):

- Europa: Bélgica, Polonia, Serbia y Rusia.
- Latinoamérica: Colombia, Chile, Ecuador, Costa Rica y Guatemala.
- Asia: Emiratos Árabes, India, Filipinas, Malasia, Taiwán (China) y Turquía.
- Oceanía: Indonesia.

Gráfico 5. Número de Países vs Ventas 2018-2020



América y Europa representan las regiones del mundo que abarca la mayor participación de las ventas de la empresa al 2019 y 2020, las cuales han venido incrementado desde el 2018 en ambas regiones. Dicho incremento en América se debió principalmente fue influenciado por el incremento de las exportaciones hacia Estados Unidos (+21%) el cual pasó de 23% (del total de las ventas de la empresa) a un 32% al año 2019 y 2020. Por otro lado, el incremento en Europa fue comandado principalmente por el crecimiento de las exportaciones hacia Reino Unido en un 18% al 2019 y un 38% al 2020, pasando de una participación del total de las ventas de 8% (2018) a 11% al 2019 y 16% al 2020. (102-7, 102-13)

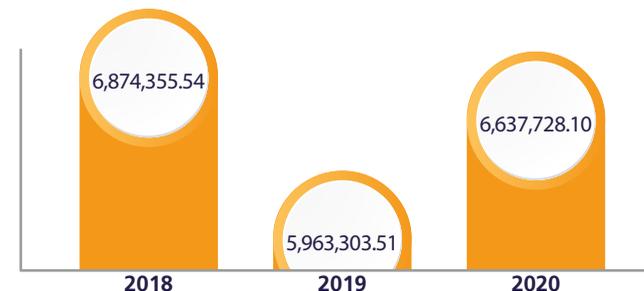
**Gráfico 6. Participación de las Ventas (US\$) por Continente 2018-2020**

Ventas

Ventas totales

Al 2019, las ventas totales de la empresa disminuyeron en un 15% respecto al año anterior (pasando de US\$ 6'874,356 a US\$ 5'963,304) las cuales han sido principalmente influenciadas por una caída de las exportaciones hacia Corea del Sur, pasando de US\$ 1'286,953 (2018) a US\$ 70,088 (2019). Esta caída se explica por el desenlace de la tendencia del consumo de noni en el mercado asiático al año 2019. (102-7)

A pesar de la crisis sanitaria en el año siguiente 2020, estas ventas se levantaron en un 10% respecto al año anterior debido al incremento de las ventas dirigidas, además de hacia nuestro principal mercado (Estados Unidos), a diversos mercados los cuales cuentan con una participación importante en las ventas (US\$) totales de la empresa y se puede apreciar en la siguiente sección. Cabe resaltar que la crisis sanitaria ha impactado en los patrones de consumo de alimentos a nivel mundial, lo cual ha dado lugar a un incremento de la demanda por productos para el refuerzo del sistema inmunológico (ej. Camu camu y uña de gato). (102-7)

Gráfico 7. evolución de las Ventas totales (US\$) 2018-2020

Ventas por países

Al 2019, Estados Unidos se ha mantenido como nuestro principal mercado, incrementando las ventas respecto al año anterior en 21%, así mismo como su participación en las ventas totales (pasando de un 23%-2018 a un 32%-2019). Estas ventas se incrementaron en este mercado en un 9% (US\$ 2,107,041) al año 2020, pero se mantuvo su participación respecto a las ventas totales al año 2020 (32%). Esto se debe a que al 2020 (vs. 2019), se han incrementado las ventas hacia otros mercados y, por consiguiente, su participación respecto a las ventas totales: Reino Unido (+38%), Perú (+13%), Japón (+78% al 2020), Canadá (+32%), Australia (+55%) y Francia (+50%), entre los más representativos por volúmenes de ventas (US\$). (102-7)

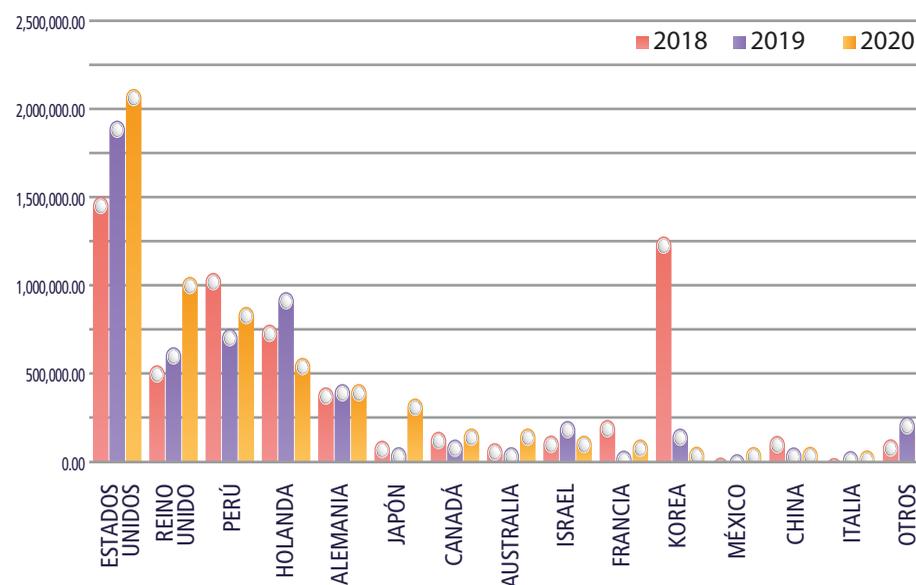
Gráfico 8. Evolución de ventas por países (US\$) 2018-2020

Gráfico 9. Porcentaje de ventas por país 2019

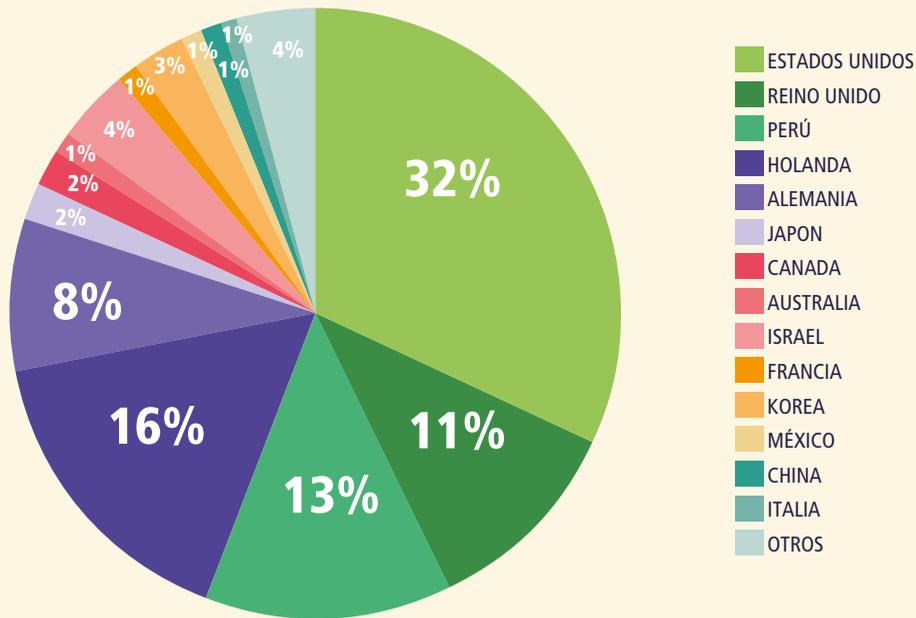
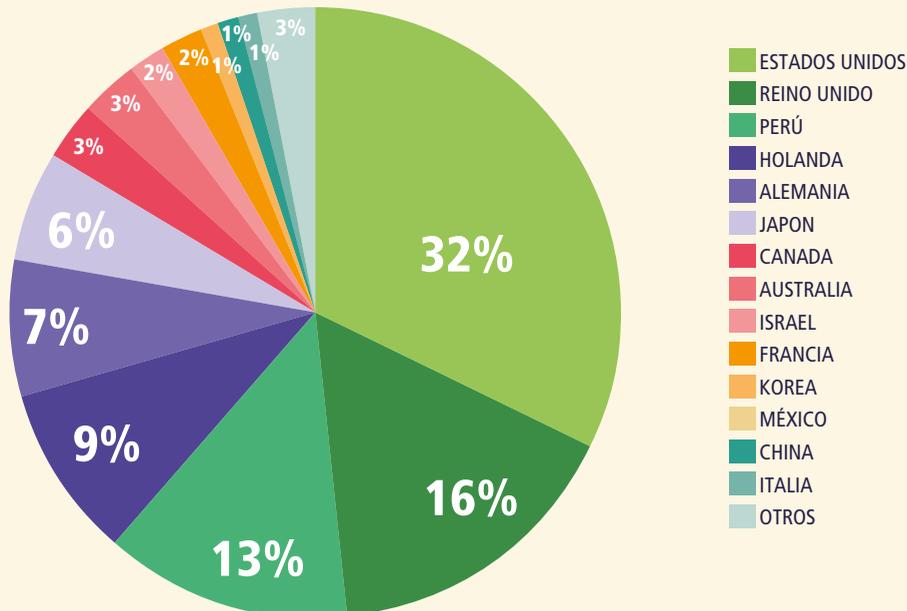


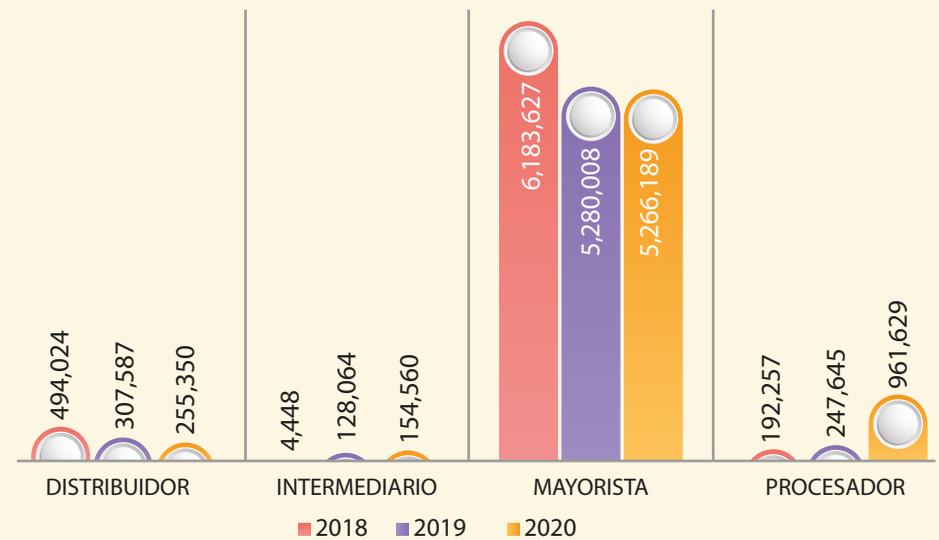
Gráfico 10. Porcentaje de ventas por país 2020



Ventas por tipos de Clientes

Al 2019, nuestros clientes están caracterizados, en su mayoría, por mayoristas (89% del total de las ventas), seguido por distribuidores (5%) y procesadores (4%) del sector de ingredientes naturales y superfoods. Sin embargo, al año 2020, los procesadores (15%) ha superado a distribuidores (4%) en participación de nuestras ventas debido a que las primeras han comenzado a comprar cantidades más grandes de superfoods, como respuesta a la creciente tendencia del consumo de productos más saludables, evitando así distribuidores que cumplían el rol de intermediarios. (102-7)

Gráfico 11. Ventas (US\$) por Tipo de Clientes 2018 - 2020



Ventas por productos

La caída de las ventas por mercados al 2019 se refleja también en la caída de las ventas por productos (15% o US\$ 911,052) respecto al año anterior. Desde esta mirada, este decrecimiento se debe a la caída de las ventas (US\$) de nuestros productos de mayor magnitud comercial. Noni (Morinda citrifolia), que tenía una participación comercial del 18% del total de las ventas (US\$) al 2018, sufrió una caída al año siguiente, pasando de US\$ 1,234,264 a US\$ 64,881 lo cual representa una pérdida de US\$ 1,169,383

o 17% del valor total de las ventas del año 2018. A este les sigue el concentrado o miel de yacón (*Smallanthus sonchifolius*), uña de gato (*Uncaria tomentosa*) y maca (*Lepidium meyenii*) con un decrecimiento en las ventas (US\$) del 78%, 105% y 4% respectivamente al año 2019. A pesar de presentar fuertes pérdidas, maca continúa siendo el producto de mayor participación (50%-2019) respecto al total de las ventas. Por otro lado, otros productos del catálogo de nuestra empresa que, con una participación de entre el 1% - 10% de las ventas totales al 2018, han expresado un incremento y participación (%) tales como: Aguaymanto (*Physalis peruviana*) (+19%), camu camu (*Myrciaria dubia*) (+13%), lúcuma (*Pouteria lúcuma*) (+46%), graviola (*Annona muricata*) (+38%), cacao (*Theobroma cacao*) (+37%) y chanca piedra (*Phyllanthus niruri*) (+23%). (102-7)



A pesar de presentar fuertes pérdidas, maca continúa siendo el producto de mayor participación (50%-2019) respecto al total de las ventas.

El 2020 refleja un incremento del 10% de las ventas totales (o US\$ 674,425) respecto al año anterior. Este crecimiento absoluto está reflejado en el incremento del 26% de las ventas de derivados de maca al año 2020, respecto al año anterior, y que logra abarcar 59% del total de las ventas por productos. De esta manera, al 2020 nos mantenemos como el líder nacional de exportaciones de derivados de maca según el Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior – SIICEX alcanzando una participación del 19% entre todo el grupo de empresas exportadoras de este producto y un incremento del 37% respecto al año anterior. Es importante resaltar que el crecimiento de las ventas de maca es seguido por las de camu camu (+56%) y uña de gato (+53%) al 2020 lo cual compensa la caída que ha sufrido la mayoría de nuestros productos en ese mismo año. Como mencionamos a lo largo de este documento, la venta de estos productos se ha incrementado debido a que satisfacen una demanda creciente por productos naturales que refuerzan el sistema inmunológico como respuesta a la pandemia del virus Covid19. (102-7)

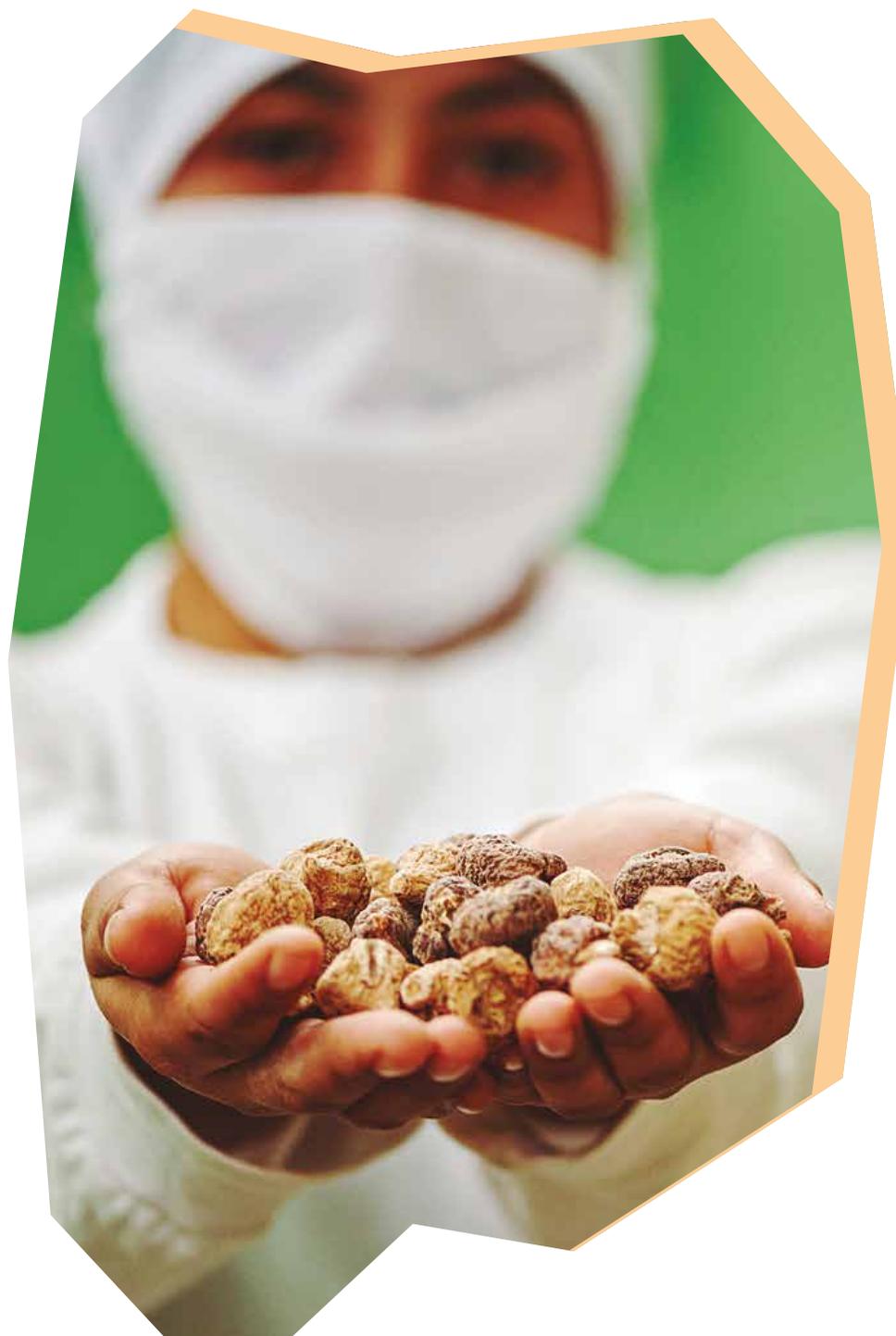


Gráfico 12. Ventas (US\$) por Derivados de Materias Primas 2018-2020

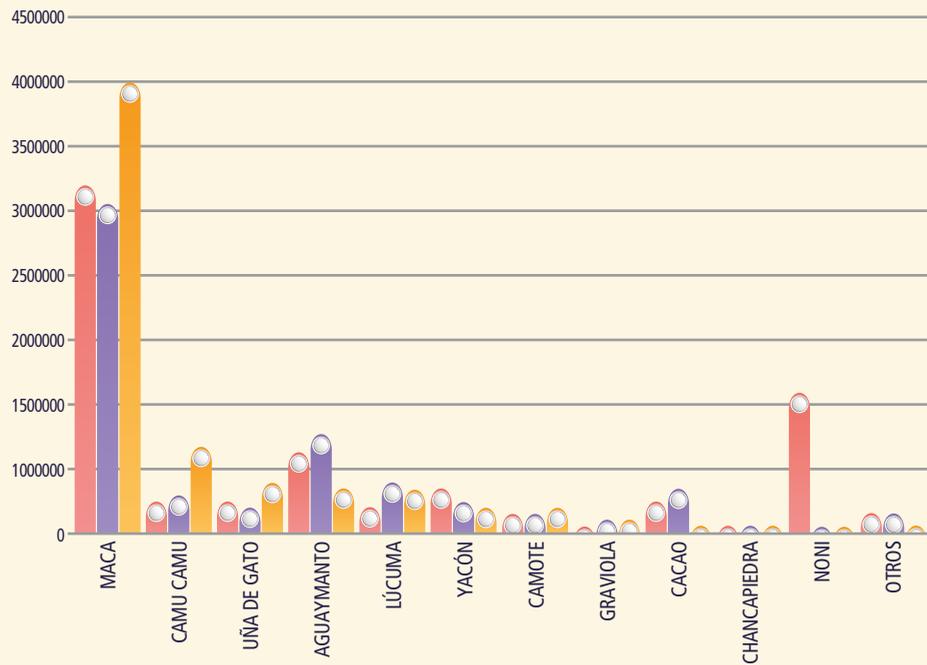


Gráfico 14. Participación (%) de las Ventas de los Productos Derivados - 2020

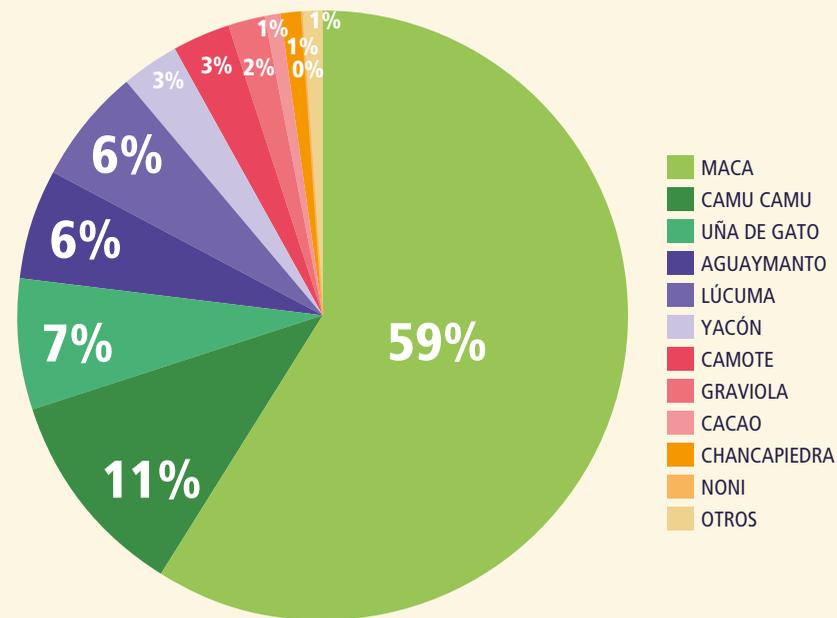
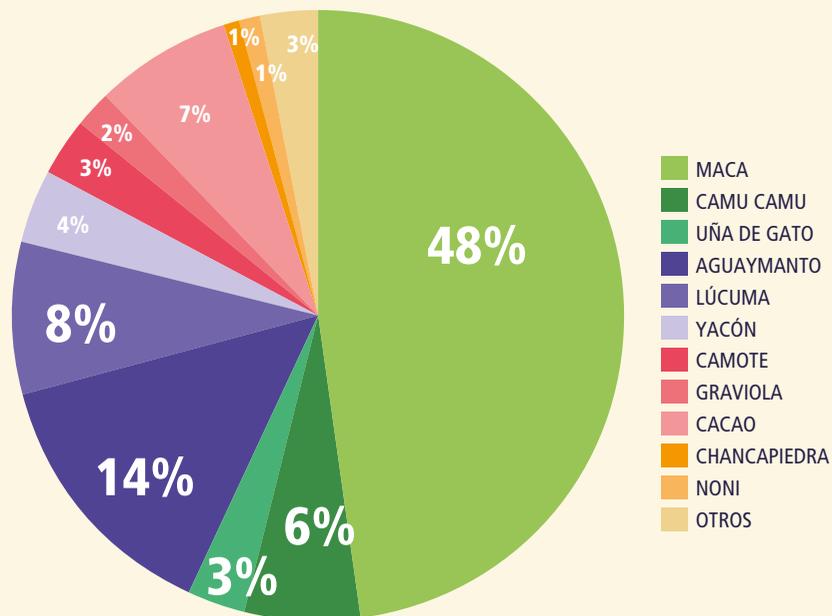


Gráfico 13. Participación (%) de las Ventas de los Productos Derivados - 2019





MARKETING



Marca Peruvian Nature

Al año 2019 y 2020, las principales herramientas de comunicación para expresar la información de los productos y servicios de nuestra empresa son la **página web, redes sociales, email marketing, la participación en ferias, las redes sociales, folletos y etiquetas de cada producto** (103-2). En ambos años, todas estas herramientas se encuentran alineadas al concepto de marca actualizado en el año 2018. (103-2, 417-1)

Página Web, email marketing y redes sociales

Como en todos los años, en la **Página Web** se puede verificar información sobre los beneficios y características de cada producto, nuestros servicios, nuestras certificaciones y noticias relevantes lo cual también son difundidas por el **email marketing y redes sociales** (Facebook, Instagram y LinkedIn). Estas últimas se tornaron en herramientas fundamentales para la promoción de Peruvian Nature, la búsqueda de nuevos talentos, y sirven como canales de comunicación actualizada semanalmente de: Recetas, aplicación de los productos, premios recibidos, renovación de certificaciones, logros de nuestros colaboradores, fechas importantes y todo aquello que puede ser relevante para nuestros seguidores, clientes, proveedores o público en general. Además debemos resaltar que en el 2020 los prospectos que llegaban a través de correo electrónico derivado de la web se convirtió en una de las principales fuentes para captar nuevas ventas y nuevos destinos, reemplazando los contactos que no se obtuvieron por cancelación de ferias presenciales nacionales e internacionales.

Ferias

Un pilar importante en cuanto a estrategia comercial es la promoción de nuestros productos en ferias y misiones comerciales organizadas alrededor del mundo, en las cuales participamos de manera independiente o con el apoyo de entidades gubernamentales o privadas como:

Promperú, ADEX y la Cámara de Comercio de Lima (CCL).

Al año 2019, participamos como expositores en 8 ferias (7 internacionales y 1 nacional), de las cuales participamos en Expo East⁸ – Estados Unidos por primera vez como visitantes. Gracias a la participación en estas ferias, se ha logrado un total de 573

contactos nuevos de los cuales 4 se tornaron en nuestros nuevos clientes. También se cerraron dos negociaciones por US\$ 19,943 durante dicha participación.

El 2020, año en que inició la pandemia del Covid19, sólo logramos participar presencialmente en una feria internacional (Biofach-Alemania) la cual se llevó a cabo en febrero del 2020. Sin embargo, se ha experimentado la participación virtual en la feria Expoalimentaria-Perú y una rueda de negocio bajo el concepto "superfoods", organizada por ADEX. La participación en la rueda de negocio nos generó un nuevo cliente, y algunos prospectos con los que aún se mantienen negociaciones.

En ambos años, los productos más solicitados en las ferias mencionadas por los nuevos contactos y/o potenciales clientes fueron:

2019: Maca (polvos y extractos) y lúcumo (polvo orgánico).

2020: Camu camu (polvo) y uña de gato (polvo).



8. Natural Products Expo East es una feria de productos naturales y orgánicos para la industria de alimentos y cosmética: <https://www.expoeast.com/en/home.html>



Tabla 3. Evolución de las negociaciones cerradas por participación en las ferias 2018-2020

Año	Número de negociaciones cerradas	Monto de negociaciones cerradas
2018	4	US\$ 62,455
2019	2	US\$ 19,943
2020	1	US\$ 56,700

Folleto de producto

Por otro lado, tenemos otra herramienta de ventas importante, los folletos de cada producto que se actualizaron en el 2019. Estos documentos contienen información a detalle del origen, principios activos, beneficios, presentaciones, estacionalidad, usos, aplicaciones y recetas de los productos. Sin embargo, para finales del 2019, debido a la afluencia de contactos nacionales, se hizo necesaria la creación de un folleto con información de los servicios que ofrecemos, el proceso de compra, cantidades mínimas de venta, presentación de nuestros productos, buscando acelerar y minimizar dudas sobre nuestro proceso de producción y comercialización. Ese mismo año fueron distribuidos únicamente a clientes y prospectos que visitaron la planta o en reuniones en ferias. Al año 2020, únicamente se distribuyeron digitalmente al mismo público.



Estos documentos contienen información a detalle del origen, principios activos, beneficios, presentaciones, estacionalidad, usos, aplicaciones y recetas de los productos.

Etiquetas

Como parte del fondo de internacionalización de la empresa (Asociación de Exportadores y Ministerio de la Producción) obtenido en el año 2019 con el fin de extender el modelo de negocio de la empresa en los Estados Unidos, con una nueva oficina y marca comercial, se planteó el lanzamiento de nuevos productos (formulaciones) dirigidos al segmento B2C en dicho mercado al año 2020 a través de una plataforma de E-commerce (“Shopify”) y vitrina en la web de la empresa. Para ello se diseñaron etiquetas que plasman el origen de los productos (procedencia de la materia prima), la marca Superfoods, y los beneficios tácitos (“Vegan”, “Libre de Gluten” y “Orgánico”). Dada la coyuntura sanitaria en el mismo año

la cual impactó en los patrones de consumo de la población peruana, se vio la oportunidad de introducir esta misma línea de productos B2C en el mercado nacional a través de una alianza estratégica con distribuidores nacionales.

Marca South Garden

South Garden es una sub-marca de Peruvian Nature la cual fue creada en el South Garden es una sub-marca de Peruvian Nature la cual fue creada en el año 2003 con el fin de posicionarse en el segmento B2C de mercado; sin embargo, en aquellos años el mercado nacional para el consumo de productos naturales era incipiente y no representaba una unidad de negocio rentable. De esta manera, esta marca fue retirada del mercado en el 2013. Sin embargo, con un mercado de productos naturales orgánicos y convencionales en crecimiento en los últimos años y los cambios en los patrones de consumo (ej. Cuidado de la salud, alimentación saludable y refuerzo del sistema inmunológico) de la sociedad peruana como una respuesta a la pandemia del virus Covid19, decidimos actualizar los lineamientos gráficos de esta sub-marca y dar inicio a su relance en el mercado nacional al 2020 con nuevas formulaciones de productos. Para ello, el área de marketing gestionó dicha actualización, desarrollando un manual de marca (brandbook) el cual recoge toda la información referente a la gráfica, logotipo, isotipo, paleta de colores, y tipografías. Posteriormente, se crearon simulaciones realistas (“artes”) de las presentaciones de los mono-productos y las formulaciones. Por último, se creó una página web básica independiente a la de Peruvian Nature pero alineada a su concepto visual.

Evaluación de las comunicaciones

Marketing se encarga de definir los canales de comunicación para difundir dicha información. En el caso específico de las etiquetas, su evaluación es más detallada, involucrando otras áreas e inclusive a los clientes, a diferencia de las comunicaciones digitales las cuales pueden ser enmendadas sin incurrir en un gasto (103-3).

Cabe destacar que al 2019 y 2020, no se han presentado casos por incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios, y comunicaciones de marketing. (417-2, 417-3)

IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS



Impactos económicos indirectos

Nuestros impactos económicos indirectos como parte de nuestras operaciones principalmente se direccionan a nivel de la proveeduría y nuestros colaboradores (103-1, 203-1):

- Estamos impulsando la economía regional al trabajar con proveedores, representados por agricultores individuales, organizaciones de productores, y empresas procesadoras, provenientes de: Junín, Huánuco, Ancash, Huancavelica, Ayacucho, San Martín, Cajamarca, Amazonas, Ucayali y Lima. Como se presentó en la sección de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, contribuimos al Objetivo 1 el cual busca reducir la pobreza en los grupos de regiones de mayor incidencia de pobreza como los son Huancavelica, Cajamarca y Huánuco (en su conjunto abarcan alrededor del [70% de incidencia](#) (2019) de pobreza en el país) y que al mismo tiempo representan el origen de nuestras principales cadenas de abastecimiento: maca, aguaymanto, lúcuma y yacón. (103-1, 103-2, 203-2)
- Trabajamos con proveedores en la transición de sus cultivos convencionales (no orgánicos) a cultivos orgánicos. Al 2019 y 2020, hemos alcanzado 926 y 904 hectáreas orgánicas lo cual representa mejores precios pagados para los proveedores y especialmente en los que están certificados por FairChoice. Sabemos que la caída del número de hectáreas respecto al 2018 es gigantesca y representa el impacto que tienen las regulaciones internacionales, especialmente para el cacao, al haberse impuesto límites máximos de pesticidas más estrictos para el ingreso de este producto en Europa.
- Particularmente en el 2019, realizamos una alianza con un proveedor de lúcuma basada en la adecuación de sus prácticas de cultivo y documentación, con miras a obtener la certificación orgánica de su fundo. Para

ello, realizamos visitas de campo y asesorías para la implementación de los criterios de dicha certificación. (103-1, 103-2)

- Al 2020, no se realizaron actividades a nivel de campo debido a las restricciones implementadas por parte de las autoridades a nivel nacional para enfrentar la pandemia, impidiendo el desplazamiento de nuestros colaboradores al interior del país.
- A nivel de nuestra planta de producción localizada en Lurín, estamos promoviendo el crecimiento de dicho distrito donde la mayor cantidad de nuestros colaboradores provienen por la cercanía a la planta. Al 2019 y 2020, 55% y 47% del total de colaboradores provienen de Lurín respectivamente; sin embargo, el saldo (%) provienen de otros distritos que en total suman 12 y 11 en cada año respectivamente. (103-1, 103-2, 203-2)



NUESTROS MATERIALES

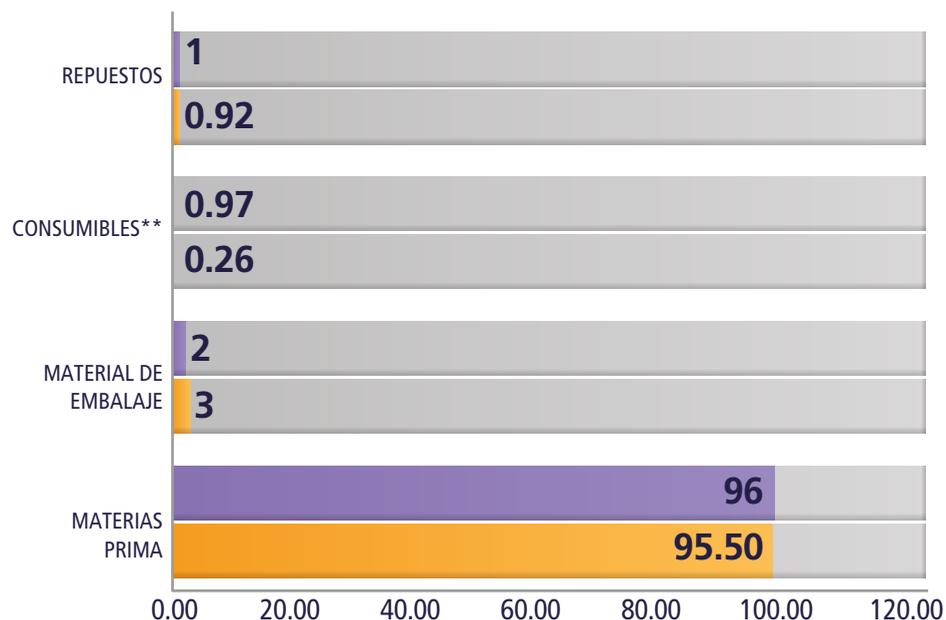




Materiales

Al año 2019, la adquisición total de materiales fue de US\$ 3, 516,584 lo cual representa una reducción respecto al año anterior en 21%. Esto se debe principalmente a la reducción en la adquisición de materias primas en dicho año lo cual está ligado a la caída en las ventas. Al año siguiente, ha habido un incremento de esta adquisición en 16%, alcanzando US\$ 4, 208,083 y por lo cual, ha habido un crecimiento en la adquisición de materia prima (+17%). De hecho, las materias primas representan la mayor participación (96%) respecto al total de adquisiciones de materiales (US\$). Por consiguiente, los materiales de embalaje, consumibles y repuestos representan una mínima parte de esta participación. (301-1)

Gráfico 15. Participación (%) de Materiales Adquiridos por Valor Monetario (US\$) 2019-2020



Nota: Los consumibles y repuestos no pueden ser comparados en peso (KG) ya que se tratan de unidades adquiridas que varían en cantidades, pesos, contenidos, entre otros.

*Material de embalaje contempla adquisición de bolsas y cajas.

** Insumos de limpieza requeridos por el área de calidad (jabones y detergentes).

Podemos apreciar que existe una disminución en la adquisición de materias primas por valor monetario (21%) y volumen (63%) al año 2019 lo cual se alinea a una caída en la demanda debido a la recesión económica mundial durante dicho año. Por consiguiente, existe un decrecimiento en la adquisición de material de embalaje y consumibles al haberse reducido la producción en planta. Sin embargo, al año siguiente ha habido un incremento en la adquisición de materias primas (+17%) debido a un crecimiento de la demanda de productos para el cuidado de la salud y refuerzo del sistema inmunológico. Este crecimiento también se refleja en la adquisición de consumibles (+43%) pero no respecto al material de embalaje (-7%) ya que cierta materia prima adquirida, ha sido deshidratada y se mantiene en stock, sin recurrir a otros niveles de procesamiento y su posterior embalaje. (301-1)

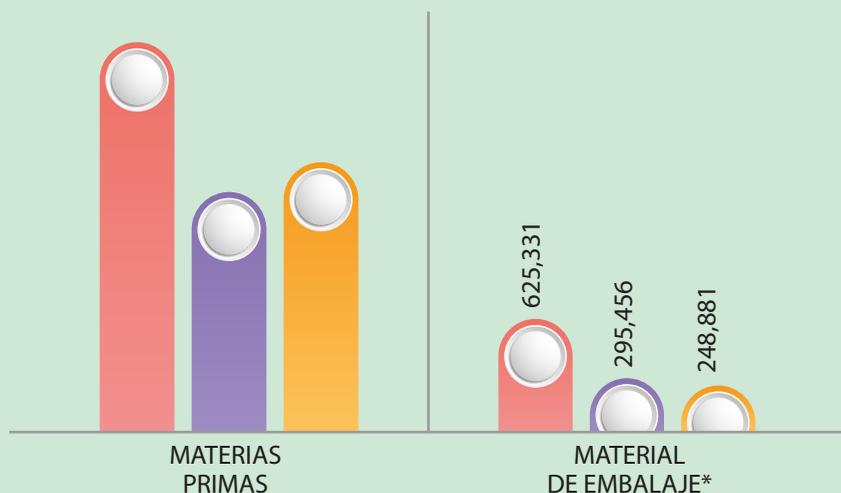
Gráfico 16. Evolución de las Compras de Materiales por Valor Monetario (US\$) 2018-2020



*Material de embalaje contempla adquisición de bolsas y cajas.

** Insumos de limpieza requeridos por el área de calidad.

Gráfico 17. Evolución de las Compras de Materiales por Volumen (Kg) 2018-2020



*Material de embalaje contempla adquisición de bolsas y cajas.

Nota: Los consumibles y repuestos no forman parte del análisis por Kg ya que su adquisición se da por unidades de producto final.

Contexto Nacional y la Cadena de Abastecimiento de Materiales

Existe incertidumbre del volumen de proveeduría que se puede adquirir ante los cambios extremos climatológicos de los últimos años (ej. sequías e inundaciones) lo cual nos obligó a adquirir la mayor cantidad de ciertas materias primas con el fin de asegurar nuestras ventas. (103-2, 201-2) Particularmente, la pandemia originada por el virus Covid19 y las acciones para su prevención desde las autoridades gubernamentales, representaron un desafío para el abastecimiento eficiente y oportuno de las materias primas que requerimos. A nivel municipal, únicamente se permitió el traslado de productos de primera necesidad (ej. Alimentos de la canasta familiar) a nivel interprovincial. De esta manera, el gremio empresarial de superfoods en conjunto con ADEX, logró obtener el permiso por parte del MINCETUR para que las materias primas que se tornan nuestra oferta comercial puedan desplazarse entre provincias. De esta manera, coordinamos directamente con nuestros proveedores para la presentación de este permiso ante los municipios provinciales y así asegurar el traslado de estas materias primas desde sus orígenes hacia nuestra planta en Lurín. (103-2)

De hecho, las medidas locales de prevención también impactaron en el acceso a insumos y mano de obra por parte de algunos de nuestros provee-

dores, generando un impacto en el precio de compra de los productos de nuestro portafolio. De igual forma, la adquisición de equipos de protección personal contra el virus, como parte de estas medidas, impactó también en sus costos de producción y por ende, en el precio de venta de estos productos. Esta información ha sido corroborada como parte de las coordinaciones que se han realizado con nuestros proveedores y de las cuales hemos sido también testigos análogamente con nuestras operaciones en Lima. Al final del año 2020, la legislación laboral agraria también representó un enorme desafío ya que los protestas a nivel provincial dio lugar al cierre de carreteras; sin embargo, nos adelantamos a los hechos realizando el abastecimiento de materias primas antes del cierre de carreteras. (103-2)

Materias Primas

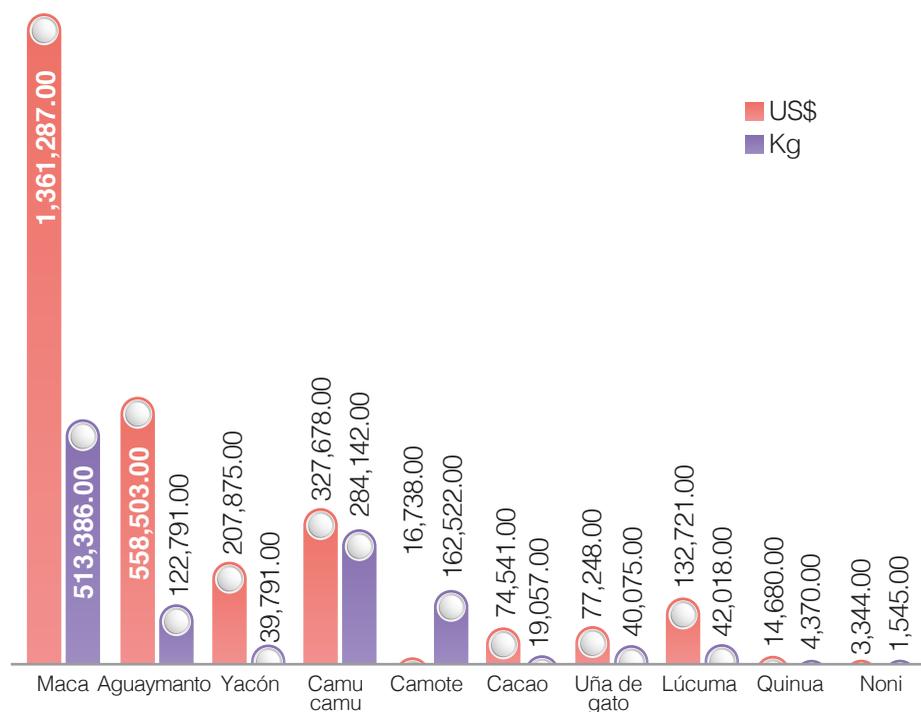
En Peruvian Nature nuestra materia prima se compone de material 100% puro⁹ que puede ser orgánico o convencional. Al año 2019, la raíz de maca (*Lepidium meyenii*) representa el mayor volumen de adquisición (kg) con una participación 42% sobre el total de abastecimiento. Es seguido por camu camu (23%), camote (13%) y aguaymanto (10%). En términos monetarios (US\$), maca también mantiene dicha participación; sin embargo, le sigue el aguaymanto (20%), camu camu (12%) y yacón (8%) como los más representativos. Esta diferencia entre el volumen (kg) y valor monetario de las compras (US\$) se debe a los precios de los productos; por ejemplo: el aguaymanto a pesar de tener una participación en compras por volumen (10%) después de maca (42%), camu camu (23%) y camote (13%), en términos monetarios tiene una participación (20%) mayor que el camu camu (12%) y camote (0.6%). Este mismo año, la adquisición de la mayoría de los productos, tanto en volumen como valor monetario, se redujo a excepción de aguaymanto, camu camu, camote y quinua. En el caso de aguaymanto y camote, tuvieron un incremento en el abastecimiento por volumen de 38% y 91% respectivamente, pero una reducción del valor monetario respecto al año anterior, lo cual se traduce como una reducción en los precios de compra de ambas materias primas. En el caso del camote, el crecimiento de su abastecimiento está influenciado por su creciente demanda para lo cual se realizó una búsqueda de diversos proveedores afín de seleccionar aquel que cumpla con nuestros requerimientos en volumen, precio y calidad. (103-2) Para el caso de camu camu, tanto el abastecimiento en volumen como valor moneta-

9. Un material 100% puro se refiere a la correspondencia entre la materia prima adquirida y la especie botánica a la cual pertenece. Para ello, se realizan evaluaciones botánicas sobre muestras de la materia prima adquirida a cargo del área de Aseguramiento y Control de la Calidad.



rio incrementaron en 77% y 73% respectivamente. Para incrementar dicho abastecimiento, se realizó un adelanto de pago por el volumen de producto solicitado que ayudó a este proveedor a poder renovar su certificación orgánica. (103-2) Y finalmente, quinua tuvo una reducción considerable en volumen (-149%) pero un incremento en su valor monetario (66%) lo cual se interpreta como un incremento en su precio de adquisición. (301-1)

Gráfico 18. Compras de Materias Primas por Volumen (Kg) y Valor Monetario (US\$) 2019



Al año 2020, la maca representa el mayor volumen de adquisición (kg) con una participación del 58% sobre el total del abastecimiento. Es seguido por camote (14%), camu camu (10%) y lúcumá (9%). En términos monetarios (US\$), maca también mantiene dicha participación al cual le sigue camu camu (13%), lúcumá (9%) y aguaymanto (9%) entre los más representativos. A diferencia del año 2019, la participación (%) de los principales productos por volumen (kg) y valor monetario de las compras (US\$) es proporcional; es decir, el abastecimiento incrementó, pero también su precio de compra. Esta tendencia se dio a excepción del camote que, a pesar de tener una participación en compras por volumen (14%) solamente después de maca (58%), en términos de monetarios (US\$) su participación no llega al 1% de todas las compras de materias primas debido a su precio. (301-1)

El incremento del precio en estos productos se debió a que las autoridades locales restringieron la operatividad del aparato empresarial como parte de las medidas de prevención frente a la pandemia del Covid19. Entre estas empresas se encuentran las del comercio de insumos agrícolas, reduciendo su disponibilidad en el mercado rural y así, incrementando sus precios de compra. La mano de obra también disminuyó debido a la ausencia de colaboradores para las actividades agrarias e industriales a causa del pánico generado por contagio y posteriormente, por los propios contagios. Las regulaciones de prevención contra el Covid19 dieron lugar a que nuestros proveedores deban adquirir equipos de protección personal los cuales implicaron un sobrecosto a nivel de su producción. Por otro lado, instancias públicas también limitaron su operatividad, como es el caso de la Autoridad Nacional del Agua (ANA), reduciendo así el abastecimiento de agua para diversos cultivos y con ello, la pérdida de campos. En resumen, la limitación en la provisión de insumos agrarios y mano de obra, e implementación de insumos de prevención contra Covid19 a nivel de nuestros proveedores, generó un incremento en los precios de compra de los cultivos que forman parte de nuestra oferta comercial. Sin embargo, nuestros proveedores y aliados estratégicos jugaron un rol vital para anexar otros proveedores locales que cumplan con nuestros requerimientos y así, mantener la oferta requerida; sobre todo, en un escenario donde la demanda por productos para el cuidado de la salud incrementó y representó una oportunidad comercial. Por nuestra parte, flexibilizamos las condiciones de pago para que nuestros proveedores puedan contar con liquidez y así lograr la adquisición de materia prima proveniente de otros proveedores anexados y seleccionados bajo los parámetros de calidad que exigimos. (103-2)



Al año 2020, la maca representa el mayor volumen de adquisición (kg) con una participación del 58% sobre el total del abastecimiento.

Por otro lado, al 2020 ha habido un incremento en cuanto a la adquisición, tanto en volumen y valor monetario, de ciertas materias primas que tuvieron una caída al 2019, tales como: maca (+44% Kg/+39% US\$), camote (+20% Kg/+19% US\$), uña de gato (+40% Kg/+42% US\$), y lúcumá (+63% Kg/+66% US\$). En el caso de camu camu, este ha decrecido en volumen (-104%) pero ha incrementado en su valor monetario (+34%) lo cual da a entender que ha habido un alza en el precio producto al incremento de su demanda como respuesta a la crisis sanitaria. En cuanto al noni, no se ha hecho abastecimiento debido a que no ha existido demanda en dicho año por parte del mercado asiático. (301-1)

Gráfico 19. Compras de Materias Primas por Volumen (Kg) y Valor Monetario (US\$) 2020

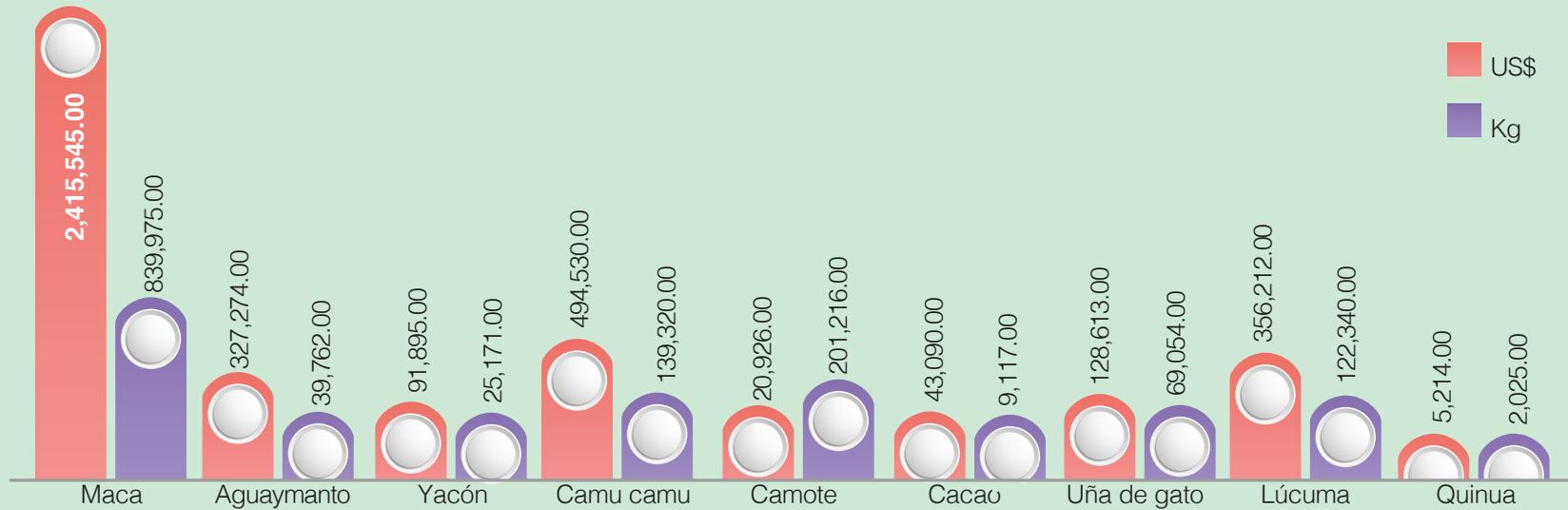


Gráfico 20. Evolución de las compras de materias primas (us\$) 2018-2020

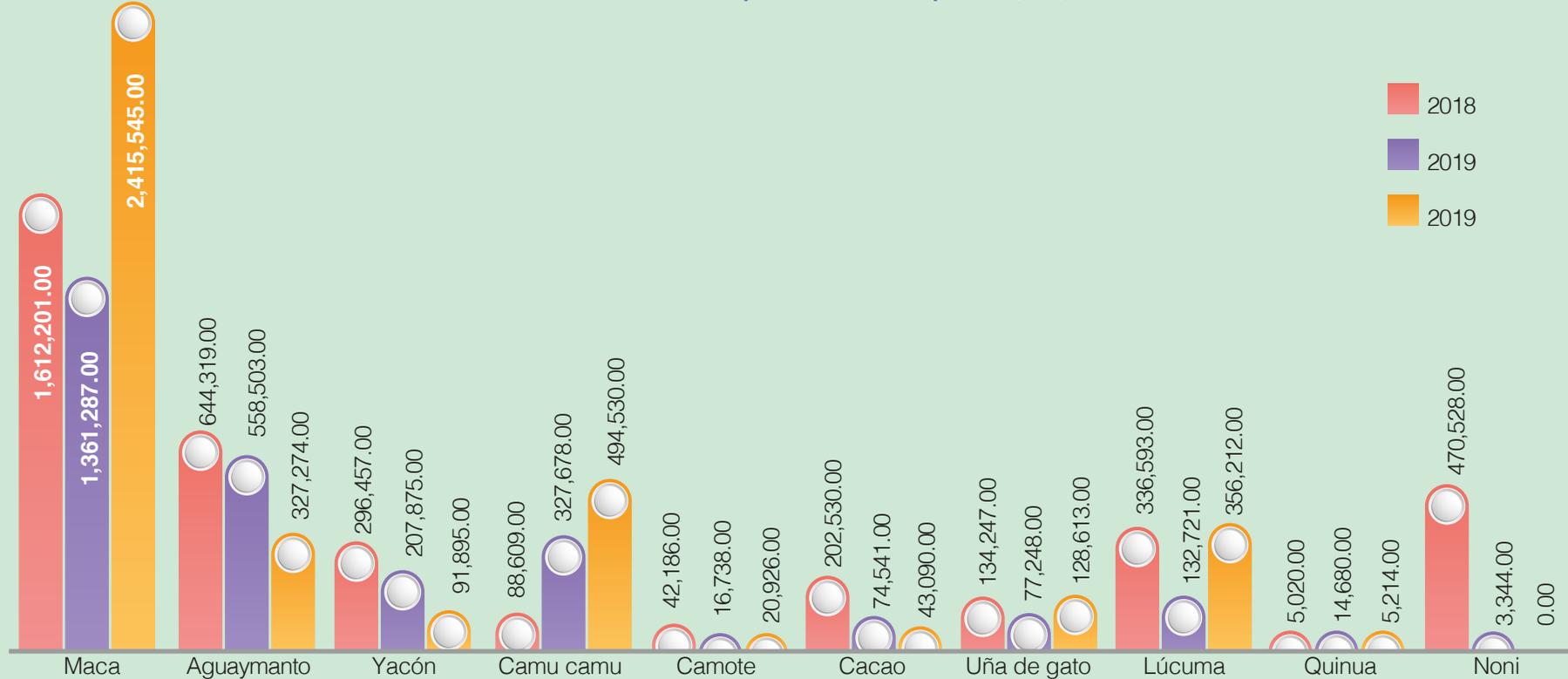
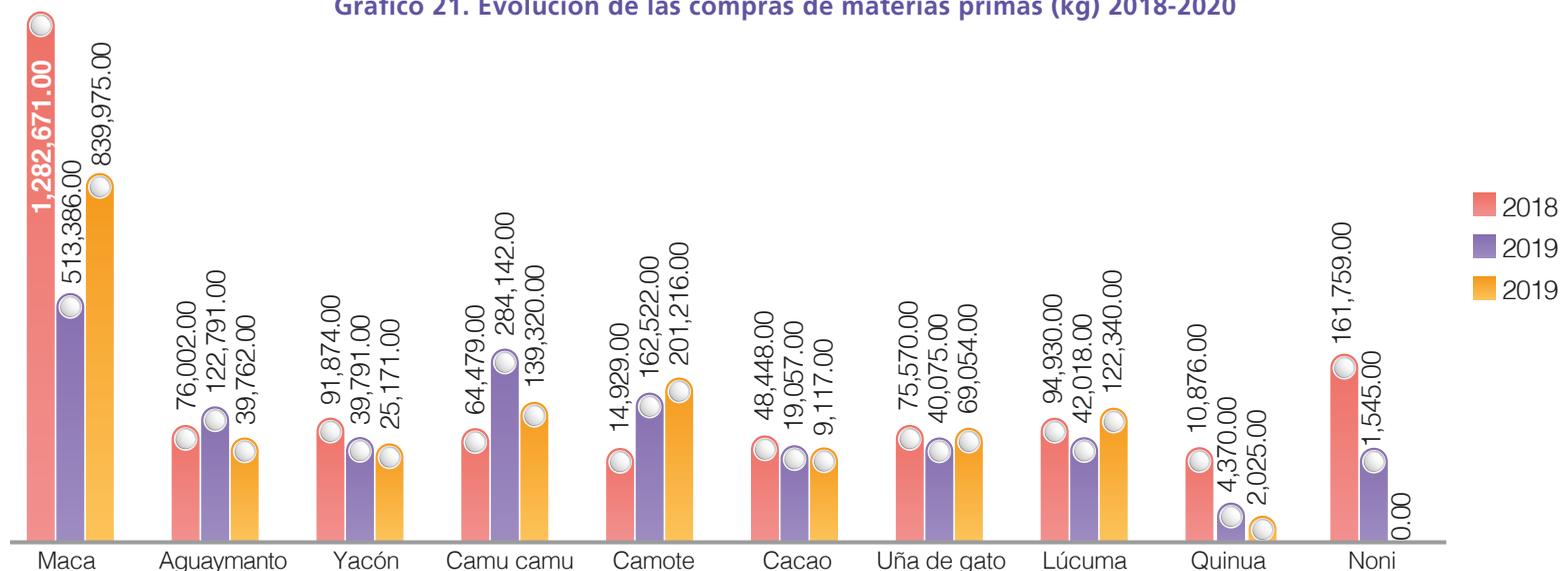


Gráfico 21. Evolución de las compras de materias primas (kg) 2018-2020


La información presentada anteriormente, ha sido recolectada del Sistema contable ERP – RIVA (301-3))

CADENAS DE VALOR RESALTANTES 2019 Y 2020

1.- Cadena de Valor de la Camu Camu

La cadena de valor del camu camu comienza con su producción en campos orgánicos certificados los cuales se encuentran en Yarinacocha (Ucayali) y pertenecen a una empresa formal la cual acopia de productores individuales. Las actividades en campo son: Siembra, cosecha, almacenamiento y transporte hasta ser entregado en planta. El 100% del volumen de esta producción es direccionada a nuestra planta. Para la siembra y cosecha, se requieren tres personas por hectárea y una única persona para el mantenimiento de los campos. Para su ingreso en planta, previamente debieron cumplir parámetros físicos y de calidad como un tamaño, color y madurez específica. Una vez en planta, se realizan las actividades de lavado (limpieza), cortado, deshidratación, molienda, pulverización, ensacado y almacenado, bajo parámetros estandarizados que permitan mantener sus características organolépticas. Posteriormente, es enviado al mercado internacional (dirigido a distribuidores y manufacturers en E.U.A) y nacional (exportadores) los cuales incrementaron su demanda debido a ser un producto que refuerza el sistema inmunológico por su alto contenido

de vitamina C, respondiendo así al impacto que ha tenido y que sigue ocasionando la pandemia del virus Covid19 como se ha venido comentando a lo largo de este documento. (102-9)

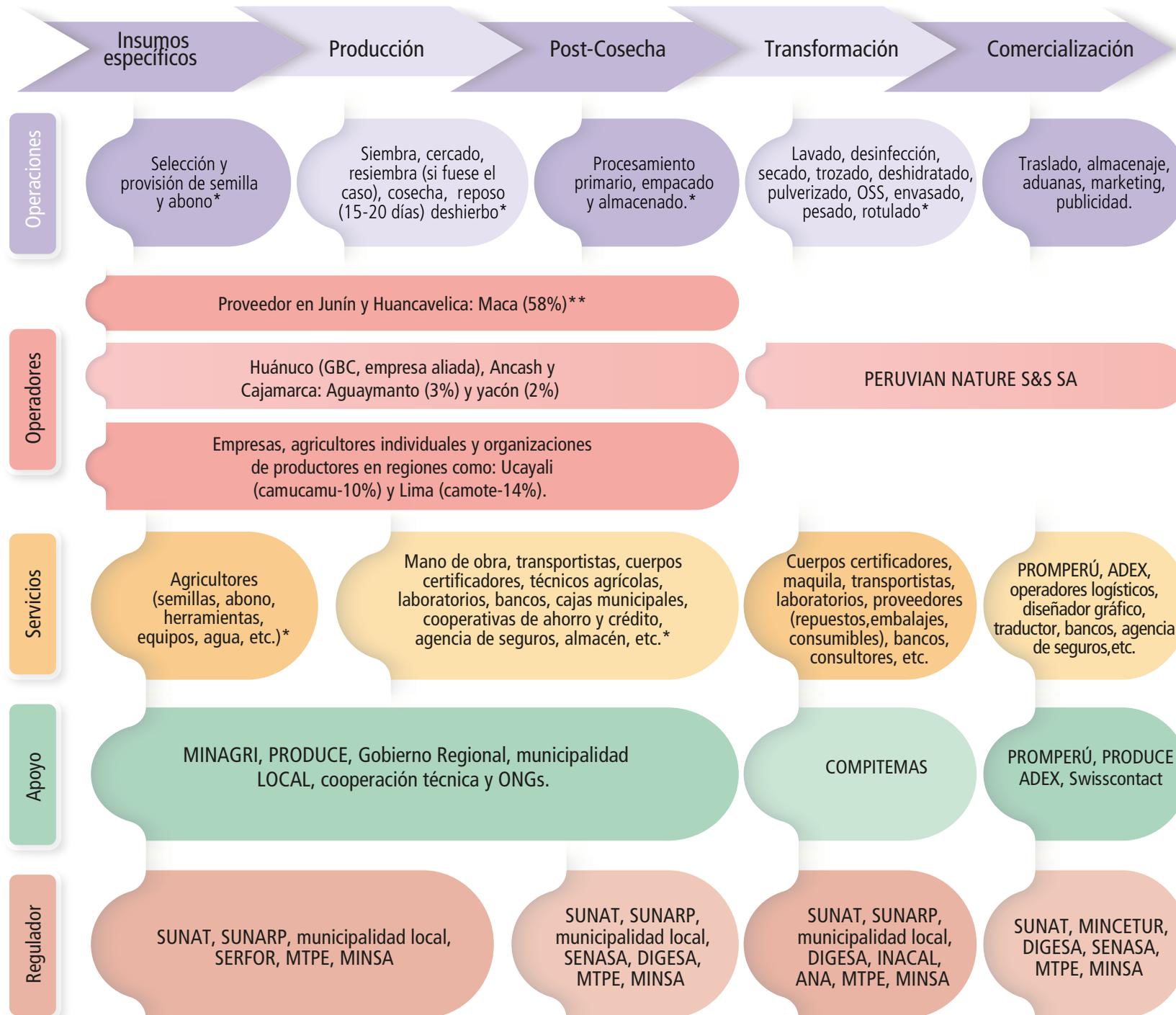
2.- Cadena de valor del camote

La cadena de valor del camote comienza en su producción en campos ubicados en Huaral, Huacho y Barranca (Lima), o zona conocida también como “Norte Chico”, y que pertenecen a un agricultor individual (empresa formal) el cual también acopia de otros productores individuales. Las actividades en campo son: Siembra, cosecha, almacenamiento y transporte hasta ser entregado en planta. Como en el caso del camu camu, el 100% del volumen total de la producción es direccionada a Peruvian Nature. Para la siembra y cosecha, se requieren 10 personas por hectárea y cuatro personas para el mantenimiento de los campos. Para su ingreso en planta, previamente deben cumplir los parámetros físicos y de calidad señalados. Una vez en planta, se realizan las actividades de lavado (limpieza), cortado, deshidratación, molienda, pulverización, ensacado y almacenado, actividades de procesamiento que no alteran las características organolépticas del producto. El producto final, harina de camote, se dirige básicamente a atender la demanda de mercados y supermercados nacionales e internacionales; los cuales establecen precios con base en calibres específicos (tamaños). (102-)





Gráfico 22. Mapeo de la cadena de valor de la oferta de Peruvian Nature 2020 (GRI-102-9)



* Dependerá del tipo de producto.

** Porcentaje respecto al volumen total del abastecimiento.

NUESTROS PROVEEDORES – PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN



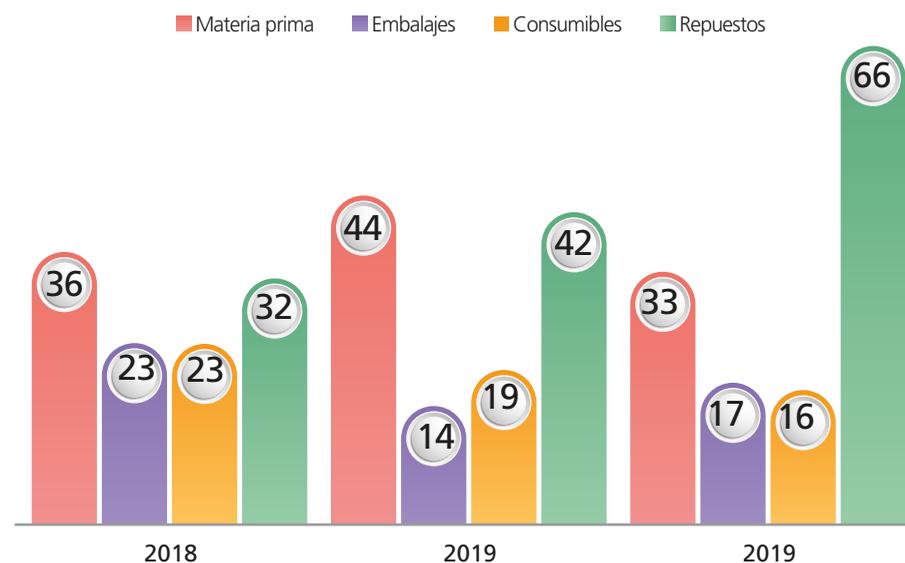
Proveedores

Cada área de la empresa cuenta con proveedores aprobados específicos para satisfacer sus requerimientos. La cuenta de “gastos” del área de Administración incluye los proveedores de servicios financieros, legales, RRHH, compras menores, contabilidad, gastos de representación, patentes, viáticos, transporte, informática, entre otros; los cuales en mayoría suman un total de 396 proveedores, representando el 62% del total de proveedores de la empresa, seguido del área de Mantenimiento (15%), Exportaciones (9%), Logística (5%), Marketing (5%), Producción (3%) y Aseguramiento y Control de la Calidad (2%). Estas proporciones se repiten cada año.

En el caso del tipo de proveedores por gasto (US\$), los proveedores de compra de materia prima, al 2019, son los que ocupan la mayor participación (67%) del total de proveedores seguido por los de administración y recursos humanos (10%), mantenimiento (6%), exportaciones (5%), activos y otros (5%), logística (3%), producción (2%), calidad (2%) y marketing y ventas (1%). Esta participación (%) de proveedores por gasto se repite al año siguiente. Las áreas de producción, calidad y mantenimiento solicitan la adquisición de materiales de producción, como son las materias primas, embalajes, consumibles y repuestos, al área de compras de la empresa ya que la magnitud en el gasto (US\$) de las materias primas es la mayor entre todas las otras adquisiciones de la empresa.

En cuanto a los materiales de producción, los proveedores de materia prima han sido los de mayor número hasta al año 2019. Al año siguiente, ha habido una reducción en el número de estos, debido a la coyuntura sanitaria la cual obligó al abandono de campos de cultivo por el incremento de los costos de insumos agrícolas y falta de mano de obra (información corroborada y proveniente de nuestros propios proveedores). Por otro lado, los proveedores de repuestos duplicaron (66) al número de proveedores de materias primas (33) lo cual se debe a la ampliación de planta y movilización de áreas administrativas. (103-2, 308-1, 413-1)

Gráfico 23. Evolución del número de proveedores por material de producción



Proveedores de Materias Primas: Características

Para una mejor visualización del análisis, nos concentraremos en los proveedores de las diez principales materias primas de acuerdo a su volumen de adquisición (kg) durante los últimos años, siendo: Maca, cacao, lúcuma, noni, tara, camote, uña de gato, camu camu, aguaymanto y yacón. Los proveedores de estos productos provienen de diferentes regiones del país tales como Junín, Huánuco, Ancash, Huancavelica, Ayacucho, San Martín, Cajamarca, Amazonas, Ucayali y Lima. (204-1)

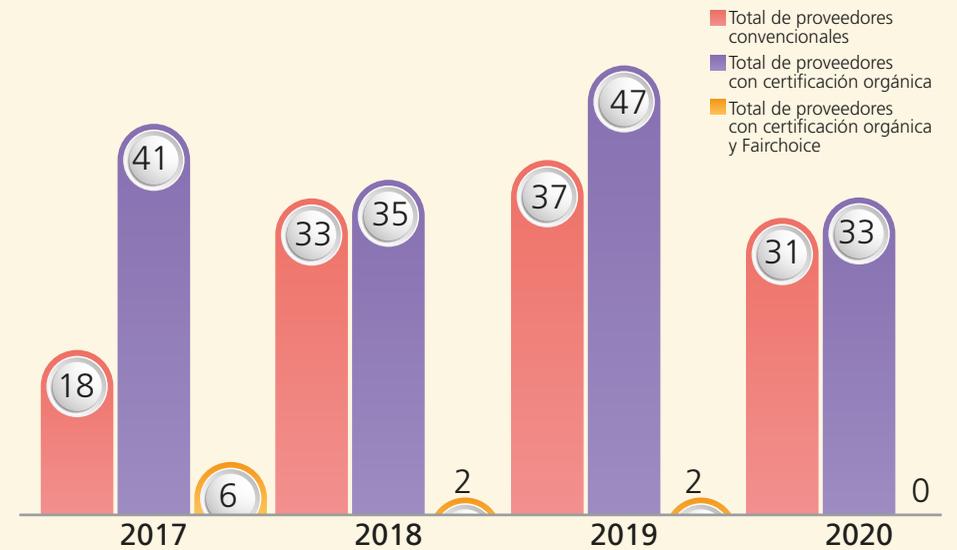


Gráfico 24. Ubicación de las zonas de aprovisionamiento de los principales productos 2019 y 2020



Desde el 2017, el número de proveedores certificados en orgánico ha venido oscilando, estando en el rango de entre 33 y 47 proveedores y con un pico máximo al 2019. Al 2020, ha existido una reducción de 14 de estos, debido a la coyuntura sanitaria que obligó al abandono de campos de cultivo, por el incremento de los costos de insumos agrícolas y falta de mano de obra, y deteniendo así el pago por de la certificación orgánica en dichos campos. En cuanto a los proveedores con FairChoice, estos se han mantenido al 2019 respecto al año anterior; sin embargo, actualmente ya no se trabaja con ninguno de estos debido a que se cuenta con nuevos requisitos por parte de los clientes, como es el caso del esquema SMETA. (103-2, 308-1)

Gráfico 25. Evolución del número de proveedores certificados 2017-2020



Podemos mencionar que las hectáreas cultivadas con certificación orgánica suman 2,647 al 2019 lo cual representa una reducción de 17,114 hectáreas respecto al año anterior (19,760). Esta reducción estuvo encabezada por la caída del número de hectáreas orgánicas de cacao la cual ha pasado de 18,211 hectáreas (2018) a 926 (2019) debido a que Estados Unidos y la Comisión Europea establecieron regulaciones nacionales más estrictas para la importación de productos en materia de límites máximos de ciertos pesticidas y metales pesados, lo cual obligó a analizar muestras de cacao de nuestros proveedores en laboratorios acreditados. Los análisis dieron como resultado que dicho producto no cumplían con la norma y así, no pudimos continuar trabajando con dichos proveedores. (308-1)



Al 2020, la caída de hectáreas de cacao ha continuado (-2%) pero también la de otros cultivos como es el caso de maca (-18%) y lúcuma (-112%) a causa de la coyuntura sanitaria como se explicó anteriormente.

Gráfico 26. Evolución del número de hectáreas orgánicas de los proveedores de materias primas 2018-2020

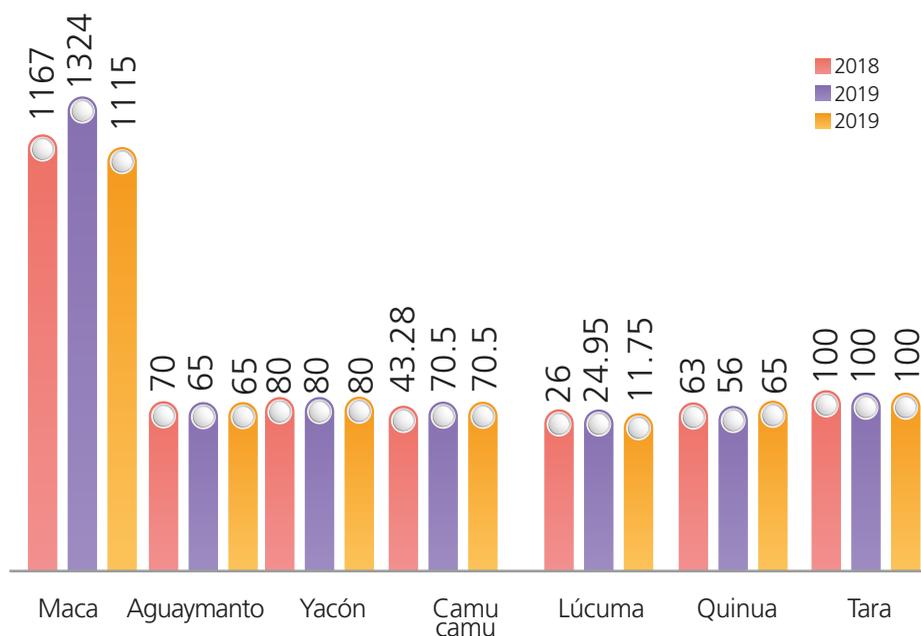


Gráfico 27. Evolución de las hectáreas orgánicas de los proveedores de cacao 2018-2020



Nota: Para una mejor visualización, se ha separado la evolución de las hectáreas orgánicas de cacao de los otros productos.

Prácticas de Adquisición

Procedimiento de Adquisición:

El procedimiento de compra de Peruvian Nature ha sido actualizado en el año 2018 pero se comienza a implementar al siguiente año. Los cambios realizados buscan la optimización del proceso de compra a través de la reducción del tiempo de atención (de 28 a 16 días para productos de compra regular) con base en una proyección de ventas (de acuerdo con la estacionalidad) y el costo de oportunidad de aprovisionamiento a cargo del área de Compras. (102-10, 103-2)

Políticas y/o Estándares a Nivel de las Adquisiciones

Al año 2019 y 2020, se mantienen las políticas y estándares de aseguramiento de la calidad y responsabilidad social de los materiales comprados y productos entregados, a lo largo de las cadenas de abastecimiento (103-2) de estos:

a. Seguridad alimentaria:

- Declaración Jurada: Es un documento que garantiza el compromiso de cada uno de nuestros proveedores en mantener los procesos de producción y transformación bajo estándares de inocuidad alimentaria. Los proveedores firman estas declaraciones antes del inicio de operaciones con nosotros y se renuevan una vez al año. (416-1)

- Requerimientos de seguridad alimentaria como parte de la norma BRC. (416-1)

b. Orgánico:

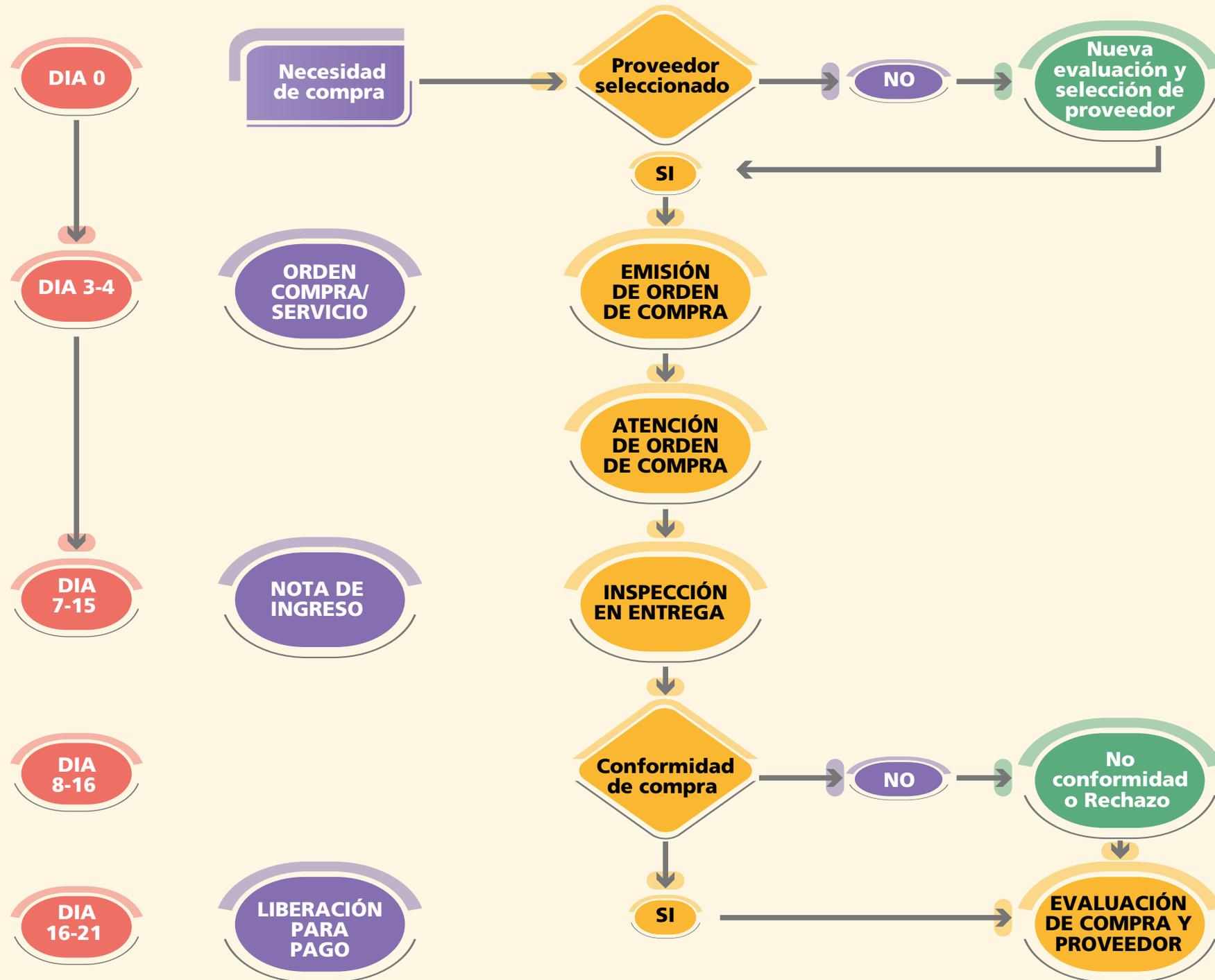
- Certificado de Transacción: Nuestros proveedores de productos orgánicos deben garantizar que aplican la norma orgánica (USDA, UE, JAS y RTPO). Para ello, nos comparten sus certificados de transacción los cuales confirman que estos aprobaron la inspección por parte del cuerpo tercero de certificación y, de esta manera, pueden proveer productos con la certificación orgánica. (308-1)

c. Responsabilidad Social y Comercio Justo:

Declaración Jurada: Documento firmado por nuestros proveedores el cual garantiza que estos prohíben toda explotación infantil y trabajo forzoso en sus operaciones. De igual forma, se firman antes del inicio de operaciones con nosotros y se renueva cada año. En la medida de lo posible realizamos visitas de inspección de las operaciones de nuestros proveedores. (308-1, 408-1, 409-1)

PROCEDIMIENTO DE ADQUISICIÓN:

Gráfico 28





ENERGÍA





Energía Eléctrica

Al año 2019, el ratio de consumo de energía eléctrica (Kg producidos por dólares americanos de electricidad) y consumo total de electricidad en kilovatio-hora y valor monetario aumentaron en 36% (pasando de US\$ 0.062 por kg producidos-2018 a US\$ 0.098 por kg producidos-2019), 2% (pasando de 524,890 KHW a 534,080 KHW) y 5% (pasando de US\$ 64,832 a US\$ 68,023) respectivamente. Esto debido a que hubo un mayor volumen de materia prima fresca que ingresó a planta al 2019 (137 TM) respecto al año anterior (31 TM) la cual requiere mayor cantidad de electricidad en los procesos de deshidratación al ser productos con mayor nivel de humedad¹⁰. Sin embargo, a pesar de haber incrementado la adquisición de materia prima fresca (160 TM) y por ende, el consumo de electricidad en kilovatio-hora (626,598 KHW) al año 2020, este ratio disminuyó en un 40% (alcanzando US\$ 0.070 por kg producidos en promedio anual) así como el consumo anual de electricidad (-3%) en valor monetario (alcanzando US\$ 65,814). (302-1) Esto fue debido a los siguientes factores (302-4, 302-5):



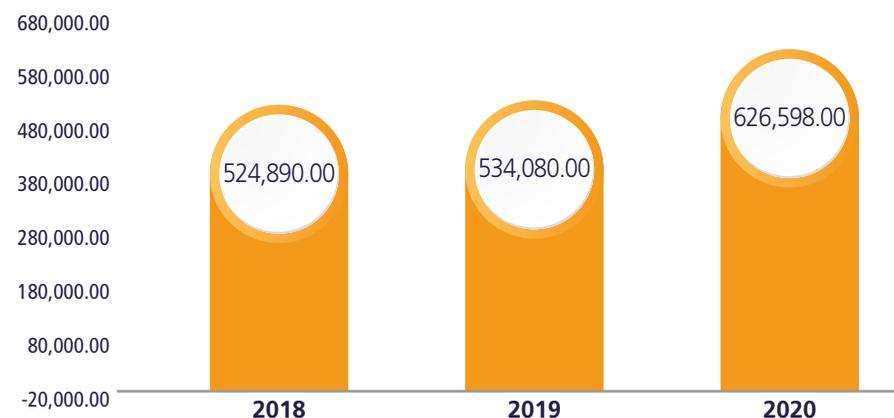
Se trabaja con un nuevo proveedor de electricidad el cual cuenta con una forma diferente de facturación que impacta positivamente en nuestro consumo de electricidad

- Se trabaja con un nuevo proveedor de electricidad (103-2) el cual cuenta con una forma diferente de facturación que impacta positivamente en nuestro consumo de electricidad (US\$). Anteriormente, el antiguo proveedor calculaba incremento o disminución de la tarifa de acuerdo a las horas y día de consumo, y al pico máximo generado en el mes. La tarifa del nuevo proveedor se construye con base en un costo uniforme durante todo el día y una "potencia coincidente"¹².

- El "toque de queda", producto de la pandemia del virus Covid19, condicionó la operatividad de la planta a ciertos días y horarios; por ejemplo: De lunes a viernes, la planta cerraba a las 4 p.m.; y los sábados no operaba completamente. De esta manera, la reducción en la utilización de las máquinas dio lugar a una disminución en el consumo de electricidad (US\$).

- Al año 2020, se ha implementado un banco de condensadores para compensar la energía reactiva generada en nuestra planta y así evitar cualquier sobrecalentamiento en la subestación que nos provee energía eléctrica. (103-2) Cuando dicho daño ocurre, nuestro proveedor nos emite una multa que se traduce en sobrecostos por consumo de energía eléctrica.

Gráfico 29. Evolución del Consumo de Energía Eléctrica (KWH) 2018-2020



10. La materia prima fresca tiene una cantidad de humedad que oscila entre 76%-86%, con respecto a otra categoría de materia prima del cual la empresa se abastece (7%-14%).

11. El proveedor anterior construye una tarifa con base en el costo por consumo de KWh en "Hora punta" (Lunes a sábado, de 6:00 p.m. a 11:00 p.m.) el cual es mayor respecto al consumo en "Hora fuera de punta" (Los demás horarios). Por su parte, el costo del consumo de electricidad también depende del día de mayor demanda ("potencia máxima") durante el mes (no importa que todo el mes se haya consumido menores cantidades, siempre se pagará el pico de demanda).

12. La "potencia coincidente" es el consumo generado cuando ocurre el pico nacional cada mes. Es decir, el nuevo proveedor calcula el cobro de la potencia del cliente con base en el día de "pico de potencia nacional", sin importar que sea su potencia máxima en dicho día.

Gráfico 30. Consumo de electricidad vs volumen de materia prima fresca 2018-2020

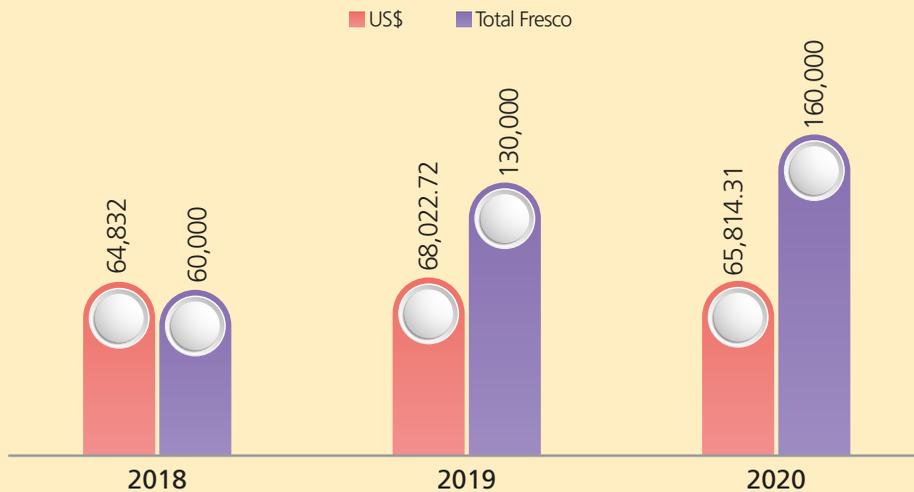
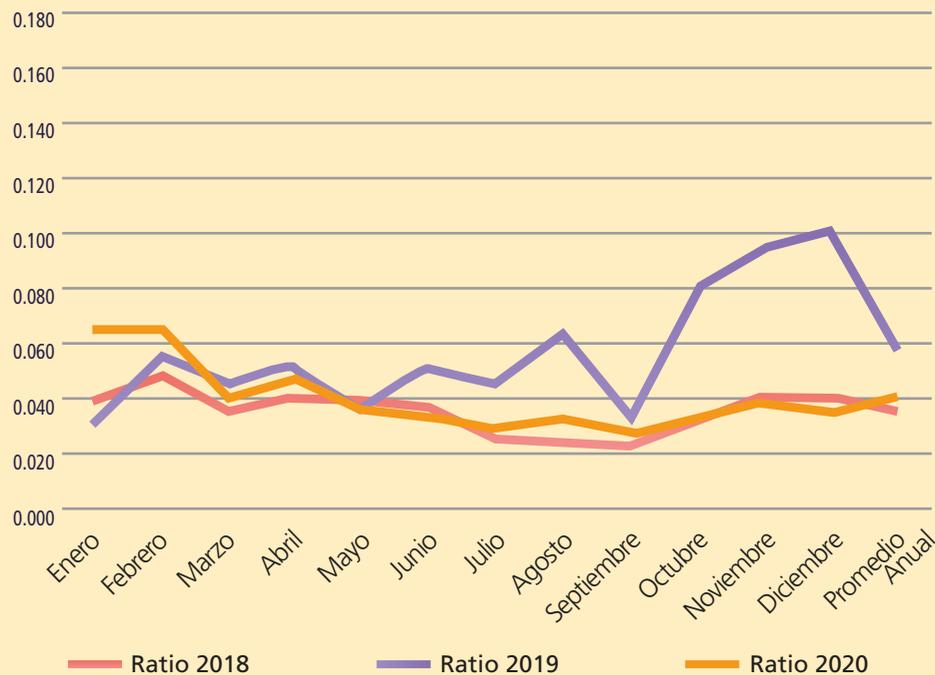


Gráfico 31. Evolución del consumo de electricidad (Kg producidos por US\$ de electricidad) 2018 - 2020

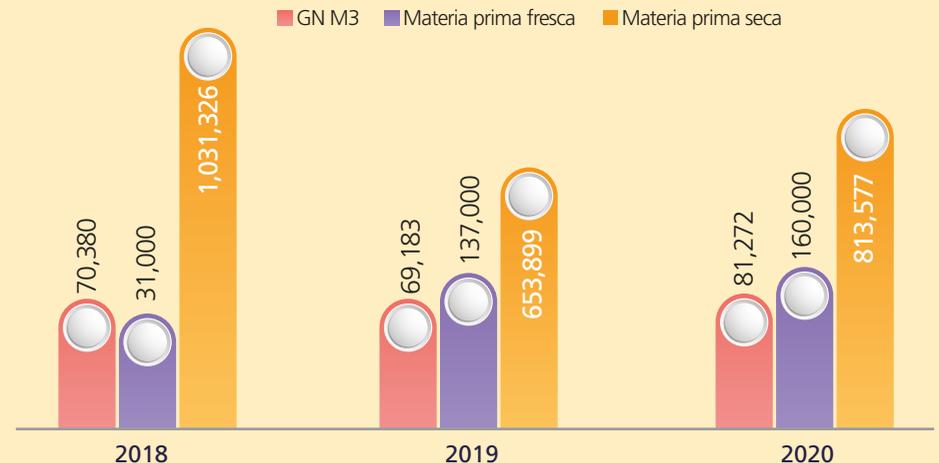


En el reporte de sostenibilidad anterior, se planteó la necesidad de contar con un sistema que controle las variaciones altas de energía que se generan al prender y apagar el molino 1 (planta 1) para efectos de disminuir el consumo de energía eléctrica, manteniendo nuestros procesos. Este molino debe apagarse constantemente para limpiar el filtro e intentar mantener su rendimiento a lo largo del día¹³. Sin embargo, se ha planteado la adquisición de uno nuevo al 2021 el cual no requiere dicha limpieza de filtro recurrente además de contar con un rendimiento constante y mayor a lo largo del día. (103-2)

Consumo de Gas Natural

El consumo de gas natural ha reducido en un 2% al año 2019 respecto al año anterior debido a una disminución considerable (-58%) en el consumo de materias primas pre-secadas (ej. Granos, lúcumas, raíces, hierbas y cortezas en polvo) las cuales requieren menor tiempo de deshidratación en planta frente a las materias primas frescas. De hecho, el volumen de materias primas pre-secadas fue mayor respecto a las frescas a pesar que estas últimas incrementaron su adquisición en un 77% en dicho año. Sin embargo, este consumo de gas natural se ha incrementado en un 14% al año 2020 debido a una adquisición mayor de materias primas pre-secas (+20%) y frescas (+14%) respecto al año anterior. (302-1)

Gráfico 32. Evolución en el consumo de GAS NATURAL (M3) 2018-2020



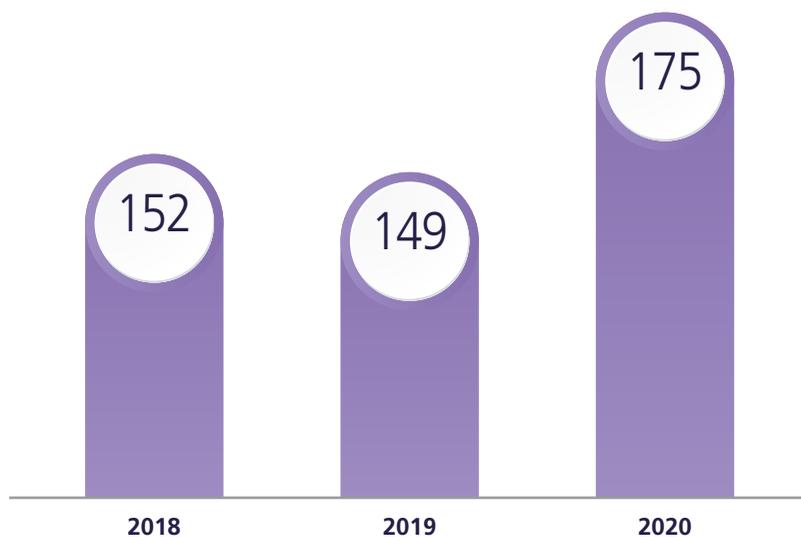
13. A pesar de la limpieza constante del filtro del molino 1, su capacidad de rendimiento disminuía al final del día.



Emisiones

Las emisiones de CO2 producto de las operaciones de la empresa son proporcionales al consumo de Gas Natural, por lo cual, al 2019 se ha generado 149.3 toneladas de CO2, representando un 4% menor respecto al año 2018. Sin embargo, al año 2020, el incremento del consumo de gas natural por consiguiente generó un incremento de las emisiones de CO2 (+46%). Como parte del "Programa de Buenas Prácticas de Ecoeficiencia Empresarial" (PROMPERÚ) buscamos lograr en los próximos años una mayor eficiencia ("producir más con menos") y reducir las emisiones de nuestros procesos que contribuyen al Calentamiento Global. (103-2, 305-1)

Gráfico 33. Emisiones de CO2 (TONELADAS) por el Consumo de Gas Natural (m3) 2018-2020



El factor de conversión de gas natural (m3) a kg de CO2 es el utilizado por el Departamento de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Gobierno de Aragón (España) en el cual:

$$\text{m}^3 \text{ de gas natural} \times 10.7056 = \text{Cantidad de KWH.}$$

$$\text{Por lo tanto: } 1 \text{ kg de CO2} = \text{Cantidad de kWh} \times 0.2016 \text{ (305-1)}$$



AGUA Y EFLUENTES





Abastecimiento de Agua

Al 2019, el abastecimiento de agua que utilizamos en Peruvian Nature proviene en su totalidad de la compra diaria de agua subterránea de un sólo proveedor el cual cumple con los requerimientos del Reglamento de la Calidad del Agua para Consumo Humano DS N°. 031-2010-SA, tales como: Autorización de funcionamiento del pozo (municipalidad local), autorización para extracción del agua (Autoridad Nacional del Agua-Ministerio de Agricultura), constancia de autorización y desinfección del camión cisterna que transporta el agua a la planta (cada seis meses) y resultados de análisis fisicoquímico y microbiológico (anual) por un laboratorio acreditado por INACAL (bajo la norma ISO/IEC 17025:2017) a nivel nacional; con el fin de demostrar que el agua abastecida y utilizada durante todos nuestros procesos está debajo de los límites permisibles. Estos requisitos son también monitoreados y vigilados constantemente por nuestra área de Aseguramiento y Control de Calidad como parte de nuestros sistemas de calidad.

Complementariamente, realizamos mensualmente análisis microbiológicos y fisicoquímicos (contenido de cloro) en nuestro laboratorio como parte de los controles internos de la empresa y, alineándonos con dicho reglamento, nuevamente microbiológicos (abarcando todos los microorganismos señalados en este reglamento), parasitológicos, organolépticos, químicos inorgánicos y orgánicos a muestras de nuestro pozo (donde el agua provista es almacenada) de forma anual. Por otro lado, desde agosto del 2020, se está trabajando con un nuevo proveedor al cual, además de todos los requerimientos mencionados, se le solicita la autorización sanitaria de DIGESA. (103-2, 303-1, 303-3)

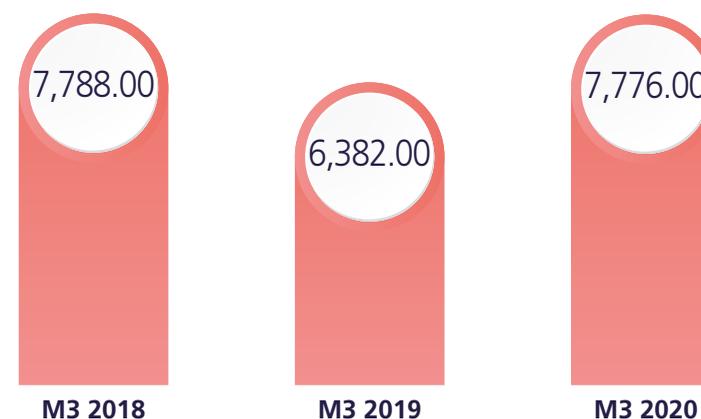
Consumo de Agua

Al 2019, el consumo de agua ha alcanzado los 6,382 m³, 22% menos que el año anterior (7,788 m³). Esto se debe a un decrecimiento en el volumen total de materias primas adquiridas y procesadas (790,899 kg) respecto al año anterior (1,062,326 kg)¹⁴. Así mismo, el ratio de consumo ha alcanzado 0.092 soles por kg de agua lo cual representa un incremento del 28%

con respecto al año anterior. Esta diferencia entre el consumo total de agua y el ratio en dicho año se debe a que este último es condicionado por la cantidad de materia prima fresca tratada (137 TM) en la planta respecto al año anterior (31 TM) para lo cual se utiliza mayor cantidad de agua en su desinfección. (303-5)

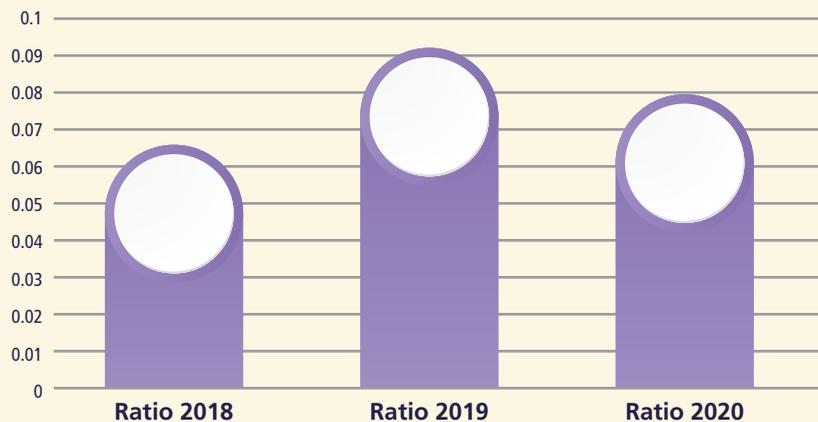
Al año 2020, el consumo se ha incrementado en un 14%, alcanzando los 7,776 m³. Esto se debe a un incremento en el volumen total de materia prima adquirida alcanzando los 973,577 kg en dicho año. De igual forma que en el año 2019, el ratio de consumo de agua disminuyó en 15%, resultando en un consumo de 0.08 soles por kg de agua. Esto se debe a que, a pesar de un incremento de materia prima fresca en dicho año (160 TM), actualmente se requiere menos lavado de las máquinas (por cambio de producto en proceso) debido a adecuaciones a nivel de la línea de procesamiento comparando con el año anterior. (103-2) En otras palabras, anteriormente se requería un día de lavado de estas máquinas por cada semana y actualmente, se requiere solamente un día por cada dos semanas; logrando así un incremento del abastecimiento de materia prima. (303-5)

Gráfico 34. Consumo anual de Agua anual (m³) 2018-2020



14. El consumo de agua es proporcional a los kg fabricados y la variedad de productos ya que cuanto más diversa la producción, mayor será el lavado de máquinas y por ende, el consumo de agua. Ciertos productos también requieren el propio lavado lo cual influenciará nuevamente en dicho consumo.

Gráfico 35. RATIO DEL Consumo anual (US\$) de Agua por kg de producto 2018-2020



Tecnología y Aprovechamiento de Agua

Al 2019 y 2020, mantenemos la optimización del 50% en una cisterna como “agua dura” (agua sin tratamiento) para la limpieza de las áreas de producción. El otro 50% es direccionado a una cisterna que es usada específicamente para tratamiento de osmosis inversa generando “agua blanda” (menor grado de salinidad) la cual es a su vez direccionada a las áreas de producción. En el proceso de osmosis se pierde un 20% de agua (“agua de rechazo”) la cual es direccionada para baños, vestuarios y el pediluvio (limpieza de botas) gracias a una cisterna exclusiva que funciona con un sistema de bombeo. (103-2, 303-2, 303-5)



Al 2019 y 2020, mantenemos la optimización del 50% en una cisterna como “agua dura” (agua sin tratamiento) para la limpieza de las áreas de producción.

Efluente de Agua

En cuanto a los efluentes, cada año pasamos los controles de SEDAPAL, los cuales consisten en análisis para determinar que la calidad del agua esté dentro de los parámetros fisicoquímicos permisibles. (103-2, 303-4) La propia naturaleza de la producción de la empresa facilita que no se exce-

dan dichos parámetros debido a que la materia prima que ingresa a planta sólo es transformada en su forma, sin añadir algún elemento químico que pueda alterar su carga orgánica. De esta manera, los efluentes de agua únicamente corresponden al lavado que se realiza a ciertos productos y máquinas (añadiendo detergentes líquidos para la industria alimentaria aprobados por DIGESA). Sin embargo, al 2019 se ha tenido una notificación por parte de SEDAPAL por sobrepasar los Valores Máximos Admisibles (V.M.A) de sólidos suspendidos, establecido por Decreto Supremo N° 021-2009-Ministerio de Vivienda, lo cual hemos subsanado implementando rejillas, una trampa con filtros y un percolador para la retención y separación de estos sólidos. El efluente libre de sólidos se ha direccionado a un punto específico para la toma de muestras y corroboración de que dicho efluente no contiene residuos orgánicos que puedan impactar en las condiciones sanitarias a nivel local. (103-2, 103-3, 302-2, 306-3)





BIODIVERSIDAD



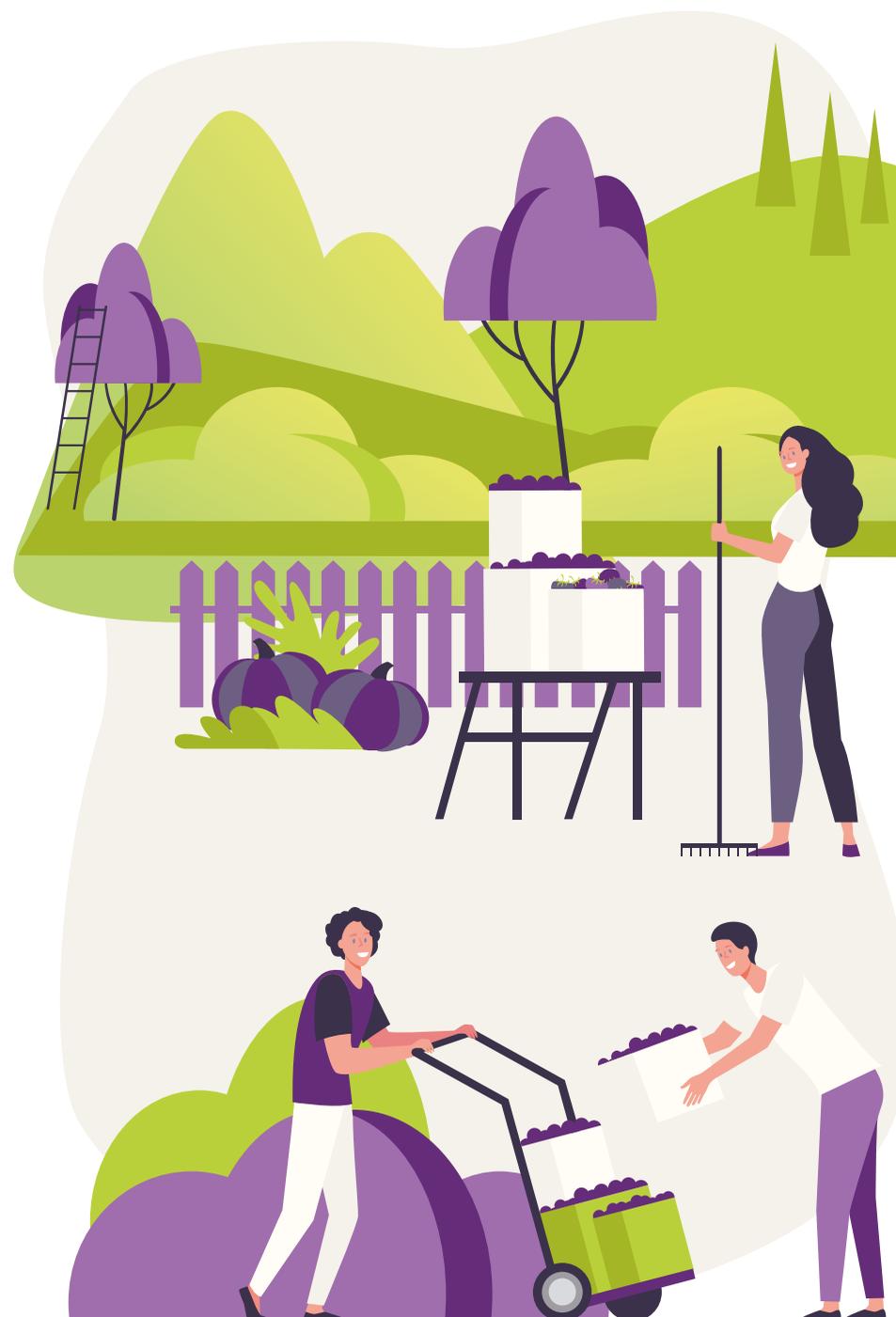
En Peruvian Nature somos conscientes de la gran importancia que representa la biodiversidad en nuestro modelo de negocio ya que son 17 productos¹⁵ del total de nuestra cartera de materias primas y que provienen de la biodiversidad peruana, y no representan especies amenazadas (contenidas en la lista roja de la UICN), de los cuales nos abastecemos y procesamos para satisfacer los requerimientos de nuestros clientes nacionales e internacionales. Anteriormente hemos sido partícipes de proyectos de Biocomercio como Perubiodiverso (GIZ & SECO), Trade, Climate and Environment Program (International Trade Center), y Biocomercio Andino (GEF&CAF&PROMPERU) con los cuales impulsamos estos productos y así mismo fuimos evaluados en los Principios y Criterios del Biocomercio (UNCTAD) para ser partícipes de estos proyectos. Como parte de estas evaluaciones, se confirmó que nuestras operaciones y proveedores de nuestro principal producto de la biodiversidad peruana, como es el caso de maca, se basan en prácticas de conservación y uso sostenible, además de promover una distribución equitativa de los beneficios económicos a lo largo de esta cadena de valor. Actualmente, mantenemos estas prácticas y buscamos aprobar una nueva inspección de estos principios y criterios, a cargo de PROMPERÚ, para seguir garantizando un modelo de gestión bajo un enfoque de Biocomercio¹⁶. (102-11, 103-2, 103-3, 304-2, 304-4)



Al 2019 y 2020, se mantiene el sistema de segregación para clasificar, cuantificar y disponer de una zona de acopio de los residuos sólidos, tanto reciclables y no reciclables, como parte de las exigencias de los criterios de BRC.

15. Según PROMPERU (2014), los productos de la biodiversidad nativa peruana y que son parte de nuestra oferta comercial son: Maca, yacón, algarrobo, tara, aguaymanto, lúcuma, camu camu, uña de gato, chanca piedra, chuchuhuasi, huarnapo macho, maíz morado, quinoa, kiwicha, cañihua, cacao y sachá inchi.

16. El Biocomercio o comercio sostenible de la biodiversidad es un modelo de negocio que toma en cuenta los tres pilares fundamentales de la sostenibilidad: la rentabilidad económica, la conservación de la biodiversidad y la consideración de los aspectos sociales. Tiene como principal insumo la biodiversidad nativa, la cual es definida como la riqueza de una gran variedad de especies, genes y ecosistemas que existe en un área determinada y que es utilizada como insumo para la producción tanto de bienes como de servicios en diferentes sectores como el alimenticio, salud, textil, ecoturismo, entre otros (PROMPERU, 2014).



ESTÁNDARES VOLUNTARIOS Y OBLIGATORIOS

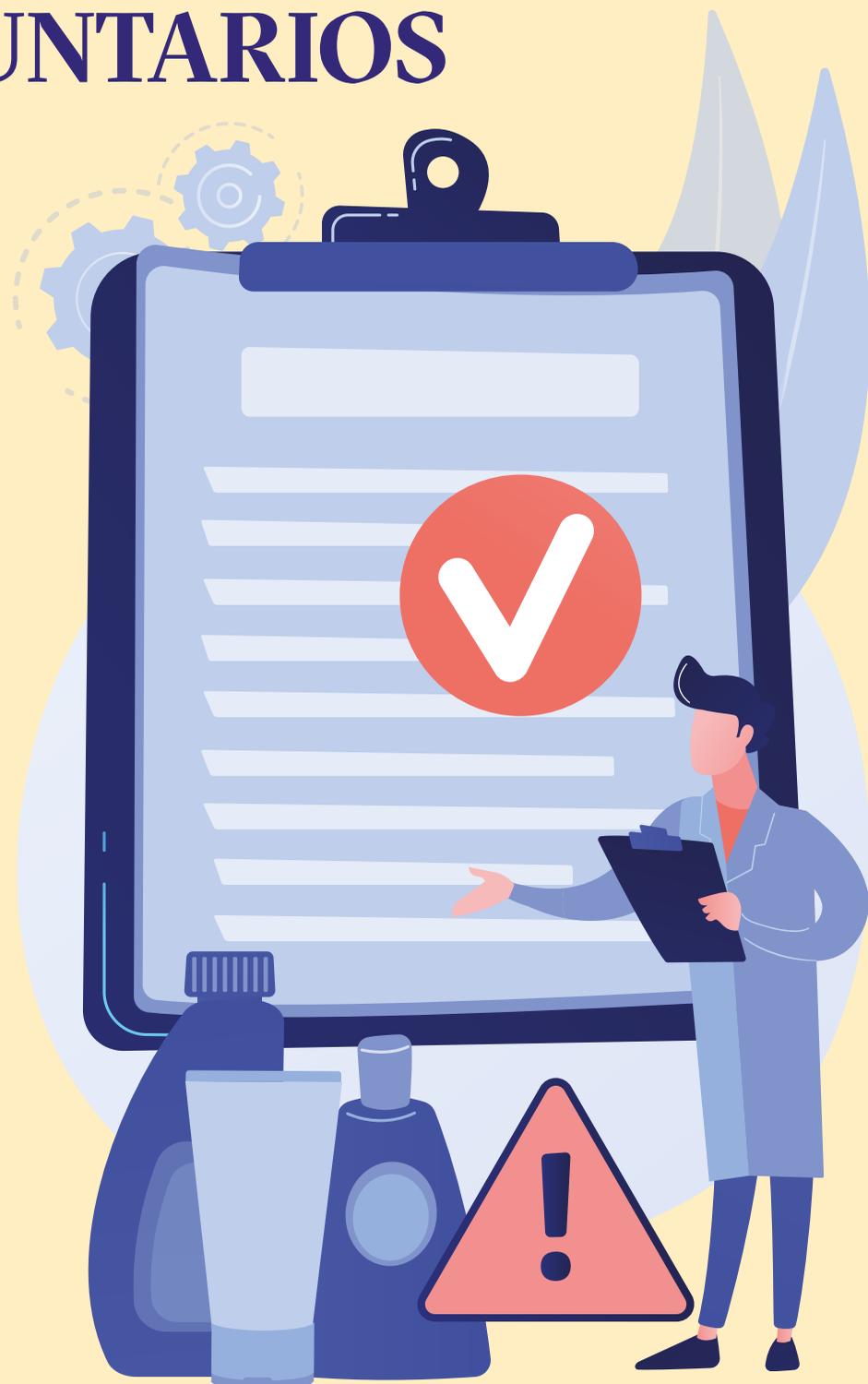
Para la operatividad legal y formal de toda empresa, cumplimos con todas las normas nacionales e internacionales en diversas temáticas, como se pueden apreciar a lo largo de este reporte. (103-2) Por otro lado, para efectos de acceder a mercados que demandan ciertas especificaciones (ej. De calidad y de sostenibilidad), cumplimos también con estándares voluntarios. (103-2) Al mismo tiempo, estamos fomentando ciertos patrones modernos de consumo como una alimentación saludable, inocua, “libre de gluten”, orgánica, social y ambientalmente responsable. Entre estos estándares tenemos (102-12):

Calidad, Seguridad Laboral y Alimentaria
BRC Alimentos (edición 8), HACCP y BPM

Orgánicas
USDA, JAS, UE y RTPO

Responsabilidad Social
FairChoice y SMETA (próximamente)

Específicos
Kosher y Gluten Free



GESTIÓN DE RESIDUOS

Al 2019 y 2020, se mantiene el sistema de segregación para clasificar, cuantificar y disponer de una zona de acopio de los residuos sólidos, tanto reciclables y no reciclables, como parte de las exigencias de los criterios de BRC. Todos los colaboradores de la empresa están encargados de direccionar los diversos residuos sólidos en sus contenedores respectivos. Una vez estos llenos, el analista de calidad verifica que los residuos sólidos corresponden a cada contenedor para efecto que los colaboradores de limpieza puedan trasladarlos a la zona de acopio respectiva. (103-2, 103-3, 301-3, 306-2) Además, ambos residuos segregados son transferidos a la empresa prestadora de servicios para la segregación de residuos sólidos (EO-RS), autorizada por el Ministerio de Ambiente, para su tratamiento respectivo. (103-2, 306-4) Para reforzar el manejo de residuos sólidos, se realizan capacitaciones en la temática dirigidas a todos los colaboradores, destacando también la importancia y beneficios de esta práctica. (103-2)

Foto 1. Punto Ecológico para la Segregación de Residuos Sólidos en Peruvian Nature



Tabla 4. Características de los residuos y tipo de Disposición 2018-2020

Tipo de Residuo	DESCRIPCION	COLOR	COMERCIALIZABLE	DISPOSICION	2018 (Kg)	2019 (Kg)	2020 (Kg)
Reciclaje	PAPEL Y CARTÓN	AZUL	SI	EO-RS			
	CILINDRO Y/O GALONES DE PLÁSTICO	BLANCO	SI	EO-RS	12,361.00	11,895.00	5,015.00
	VIDRIO	PLOMO	SI	EO-RS			
	METALES	AMARILLO	SI	EO-RS			
No Reciclaje	ORGANICOS	MARRON	NO	Municipalidad (Relleno sanitario)	N.A	N.A	N.A
	GENERALES	NEGRO	NO	EO-RS & (Relleno sanitario)	21,840.00	18,790.00	7,920.00
	PELIGROSOS	ROJO	NO	EO-RS & (Relleno sanitario)	0.00	180.00	0.00
	TOTAL				34,201.00	30,865.00	12,935.00

Los residuos generados como parte de las operaciones de la empresa son sólidos y están clasificados como Reciclables y No Reciclables. Los primeros están divididos en: a. Papel y cartón, b. Plástico, c. Vidrio, d. Metales. Los segundos, están comprendidos por: a. orgánicos, b. generales y c. peligrosos. Los orgánicos provienen de los servicios higiénicos, oficinas y el comedor los cuales son transferidos al camión de recolección de basura de la municipalidad diariamente. Los residuos generales consisten en utensilios, materiales y equipos de oficina y planta tales como: Botas de seguridad, mascarillas y guantes descartables, papel toalla, cajas de cartón, bidones, fajas de seguridad, etiquetas adhesivas, lapiceros, resaltadores, trapos, vasos, utensilios de limpieza, entre otros. Los residuos peligrosos son todos los que pueden contener material inflamable, cortopunzante, reactivo e inclusive infectado como: Cartu-

chos de tinta, fluorescentes, pilas (AA, AAA, C, D, 9V, 6V, y de botón), residuos de pintura, y pruebas de hisopado utilizadas (detección de Covid19). Los residuos generales y peligrosos son segregados y transferidos a la empresa proveedora de servicios contratada. (306-2, 306-4) El volumen total de residuos sólidos al 2019 fue de 30,865 kg de los cuales los “no reciclables” abarcan el 62% donde los de tipo “generales” abarcan el 61% y menos del 1% corresponde a los “peligrosos”. Los residuos orgánicos no forman parte de este cálculo ya que estos se segregan diariamente a través del camión de recolección de basura de la municipalidad. Por otro lado, 39% del total de residuos corresponde a los “reciclables”. (306-2)

Al año siguiente, el volumen total de residuos sólidos fue de 12,935 kg de los cuales los “no reciclables” abarcan el 61% y son representados en su totalidad por los residuos de tipo “generales” ya que los residuos “peligrosos” serán contabilizados en el ejercicio del año 2021 (debido a una detención de las operaciones de la planta a diciembre del 2020 como parte de las ampliaciones en nuestra sede). Así como años anteriores, los residuos orgánicos no forman parte de este cálculo al ser segregados diariamente. Por otro lado, nuevamente un 39% del total de residuos corresponde a los “reciclables”. Como se puede apreciar, se redujo la cantidad de residuos sólidos segregados al 2020 respecto al año anterior (-138%) debido a la disminución de la presencia del colaborador administrativo en las oficinas a causa de las medidas de prevención frente al virus Covid19. La información anteriormente presentada y analizada ha sido recopilada a través de los certificados entregados por EO-RS. (306-2)

Alianza Estratégica con Aniquem

Al 2020, se ha realizado una alianza estratégica con la Organización No Gubernamental, Aniquem, con el fin de direccionar un volumen específico de residuos sólidos de reciclaje (ej. cartón, papel y botellas de plástico), para efectos de su venta y así generar ingresos que puedan contribuir a la educación sobre prevención de lesiones por quemaduras y para tratamiento médico de niños y niñas con estas lesiones en situación de vulnerabilidad. Las donaciones de estos residuos se comenzarán a proveer a dicha organización a partir del año 2021. (103-2, 203-1, 413-1)





CONFORMIDAD AMBIENTAL

Por lo anteriormente descrito, Peruvian Nature no ha incurrido en penalidades, multas o faltas graves en materia ambiental. (103-2, 103-3, 307-1)



EMPLEO





Nuestra política de contratación

Tipos de Contratos

Peruvian Nature mantiene tres modalidades de contratación cada año: (102-8)

1. Contratos por tiempo específico: Son colaboradores a tiempo completo y un periodo de participación en la empresa medido en meses (de tres a 12 meses), con la opción de renovación. Este contrato, abarca el mayor número de colaboradores en la empresa:

2019: 43 (65%) de un total de 66 colaboradores.

2020: 44 (64%) de un total de 69 colaboradores.

2. Contratos estables: Son colaboradores a tiempo completo y que su contrato ha sido renovado constantemente cada tres años, culminando en su jubilación o desvinculación.

2019: 23 (35%) de un total de 66 colaboradores.

2020: 25 (36%) de un total de 69 colaboradores.

3. Recibos por honorarios (cuarta categoría) dirigido al colaborador externo encargado de la realización de trabajos puntuales. Como en todos los años, las diversas áreas de la empresa contratan diversos proveedores de servicios para realizar trabajos puntuales los cuales son remunerados bajo esta modalidad.

Requisitos para Ingresar a Laborar

Al 2019 y 2020, se mantienen los requisitos para ingresar a laborar:

1. Edad mínima de 18 años (comprobada con el documento de identidad) (408-1);
2. Antecedentes policiales;
3. Hoja de vida actualizada;
4. Copia de DNI;
5. Copia de derecho habientes (DNI de hijos menores de edad);
6. Copia de recibo de agua o luz;
7. Apertura de una cuenta de sueldo;
8. Carnet de sanidad para manipulación de alimentos (únicamente para operarios de producción, almacén y limpieza, y administrativos que tienen contacto directo con el producto);

9. A mediados del 2020, se ha incluido la prueba de descarte Covid19, la cual es asumida por la empresa.

Prestaciones Sociales para el Colaborador Contratado por Tiempo Específico y Estables

Brindamos a nuestros colaboradores, las prestaciones sociales con base en la Ley de Productividad y Competitividad Laboral (Decreto Legislativo N° 728) (103-3, 401-2), como son:

- Vacaciones.
- Compensación por Tiempo de Servicio.
- Gratificaciones en los meses de julio y diciembre.

Sin embargo, al 2019 y 2020 se han incorporado nuevos beneficios, de acuerdo con nuevas regulaciones nacionales, pero también beneficios voluntarios. (103-2) Ambos son dirigidos a todos los colaboradores y son cubiertos enteramente por la empresa:



Tabla 5. Beneficios Sociales Mandatorios y Voluntarios 2019 y 2020

Tipo de Beneficio Social	2019	2020
Mandatorio		
Seguro de Vida	Hasta el año 2019, el colaborador es facultado con el seguro de vida "Ley" (privado) sólo al cuarto año continuo de laboro con la empresa.	Desde enero del 2020 todos los colaboradores cuentan con el seguro de vida "Ley" (privado) desde que ingresan a planilla, el cual es asumido íntegramente por la empresa.
Asistencia sanitaria	EsSalud: Consultas o atención médica de una enfermedad común (medicina general). Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR): Cubre las atenciones de salud y pensión en caso de accidentes laborales.	
Cobertura por incapacidad e invalidez	Tanto los seguros EsSalud como SCTR, cubren la atención de todos los colaboradores en caso de una incapacidad e invalidez, ya sea por enfermedad común o accidente laboral. De esta manera, el trabajador recibe su remuneración regular hasta por un máximo de 360 días (asumidos por el empleador los primeros 20 días. A partir del día 21, la empresa recibe un subsidio de EsSalud para cubrir estos costes durante 11 meses y 10 días). En caso el colaborador sea declarado con incapacidad o invalidez permanente por el Comité Médico de EsSalud o la aseguradora SCTR, se gestiona la pensión de dicho colaborador.	
Previsión para la jubilación ¹⁷	Opciones de sistemas de pensiones para la jubilación con diferentes descuentos (%) sobre la remuneración mensual (201-3): ONP: 13% AFP: Aproximadamente 12%	
Repartición accionarial o de utilidades	Repartición del 10% de las ganancias obtenidas del ejercicio del año anterior a todos los colaboradores que laboraron en ese periodo (Decreto Legislativo N° 677).	
Permiso parental	Licencia por maternidad: 49 días de descanso prenatal y 49 días post natal. Licencia por paternidad: Desde el 2019, se amplía de cuatro a diez días con base en la Ley N° 30807. En casos especiales, se amplía hasta 30 días como se aprecia a continuación: 20 días calendario consecutivos por nacimientos prematuros y partos múltiples. 30 días calendario consecutivos por nacimiento con enfermedad congénita terminal o discapacidad severa. 30 días calendario consecutivos por complicaciones graves en la salud de la madre. Número de beneficiarios por sexo (GRI 401-3): 2019: Cuatro mujeres y dos varones. De este total, una mujer terminó su licencia maternal en agosto del 2019 y se retiró de la empresa en febrero del 2020. A falta de apoyo, la colaboradora dirigió toda su atención al cuidado de su bebé. 2020: Un varón, terminando su licencia a inicios del 2019, y retirándose de la empresa a fines del mismo año.	
Voluntario (Beneficios e incentivos) (GRI 402)		
Convenio con policlínico local (Virgen de Guadalupe – Lurín)	Servicio de visitas médicas (medicina general) a la empresa mensualmente.	Las citas médicas se realizan en el mismo policlínico y sólo una vez por cada colaborador. En caso de contraer Covid19, el convenio abarca evaluaciones, tratamiento y alta.
Enfermera ocupacional en planta		Atenciones iniciales a nuestros colaboradores antes de ser derivados al policlínico, en caso fuese necesario. Además realiza charlas a todos los colaboradores sobre prácticas de prevención frente al virus Covid19 (ej. Uso apropiado de la mascarilla, correcto lavado de manos, importancia del distanciamiento social, entre otros) así como la medición del Índice de Masa Corporal (IMC) para efectos de proveer recomendaciones en cuanto a hábitos saludables de alimentación que puedan contribuir a la reducción de peso y así, el riesgo de contraer síntomas más severos en caso de contagio de este virus.
Honorarios por encima del sueldo mínimo	Nueva estructura salarial.	
Horas extra	Compensación por horas extras o fuera del horario de acuerdo con el Reglamento Interno de Trabajo (capítulos 36-43: "Trabajo en Sobretiempo").	
Comisiones por ventas	Escalas de comisiones por ventas con el objetivo de incrementar los incentivos a los vendedores.	
Bonos por cumplimiento de objetivos	Son objetivos anuales por cada área de la empresa de los cuales, su cumplimiento está a cargo del jefe respectivo de dicha área. Si son cumplidos, el jefe recibirá un reconocimiento remunerativo.	
Cuponera de horas libres y vales de alimentos	Dos cupones de cuatro horas libres, un cupón de medio día libre por cumpleaños, un vale para un "Balde Familiar" de KFC, un vale para un pollo entero de Norkys y dos cupones Cineplanet al año por cada colaborador. Fueron implementados en el 2019 y se mantienen a la fecha.	Únicamente cupones por horas libres y vales de alimentación hasta antes de la pandemia.

17. Existen 2 sistemas de protección previsional que funcionan paralelamente, uno es el Sistema Nacional de Pensiones - SNP, que es de carácter público y es administrado por la Oficina de Normalización Previsional - ONP; y el otro es el Sistema Privado de Pensiones - SPP, que es gestionado por las Administradoras de Fondos de Pensiones (privado), regulado y supervisado por la Superintendencia de Banca y Seguros-SBS y AFP. Cualquier opción busca asegurar una pensión de jubilación a sus aportantes al final del ciclo de su vida laboral con nuestra empresa.



Ética Empresarial

A nivel interno

Desde el año 2014, el Código de Ética de Peruvian Nature, plasma su compromiso y accionar en la prohibición estricta de todo tipo de explotación (ej. Infantil), trabajo forzoso, amenaza, coacción, acoso, abuso, violencia, corrupción y conflicto de intereses tanto en el ambiente laboral como cualquier otro escenario que pueda comprometer a nuestra empresa. Además, todos los colaboradores son libres de renunciar con previo aviso a su jefe directo y al departamento de Recursos Humanos. (103-2, 102-16, 102-25, 402-1, 408-1, 409-1). Por otro lado, a pesar que actualmente no se cuenta con ningún convenio colectivo, la empresa permite la condición laboral de “libre de asociación” y negociación colectiva, así como el estricto rechazo en la aplicación de represalias o acciones hostiles. (102-41, 407-1). Al 2021 se iniciará la implementación del estándar SMETA el cual involucrará la actualización del código de ética en el cual se harán explícitos los elementos mencionados y se complementarán con otros nuevos que pueda mejorar el enfoque ético de nuestro accionar.

Por otro lado, el reglamento interno de trabajo fue actualizado al año 2019 por solicitud del Ministerio de Trabajo el cual evaluó y aprobó su nueva versión. En esta nueva versión se incluyen tres nuevas políticas: “Política de Equidad Salarial”, “Hostigamiento Sexual” y “Política de Hostigamiento Laboral”. Esta última ha sido creada por voluntad propia de la empresa pues no es exigida por el Ministerio de Trabajo. (103-2, 102-16)

A nivel externo

Como en todos los años, garantizamos que nuestros proveedores estén alineados a estas prácticas bajo una declaración jurada que explicita la prohibición de la explotación infantil, trabajo peligroso y riesgo de trabajo forzoso¹⁸. Este procedimiento es mantenido todos los años porque somos conscientes de casos de trabajo infantil, incluidas sus formas de peligro y riesgo de trabajo forzoso, en la cosecha de algunos de nuestros productos los cuales provienen principalmente de la sierra rural¹⁹ (103-2, 408-1, 409-1).

- Maca raíz orgánica natural negra, maca raíz fresca orgánica natural, maca raíz orgánica natural, maca raíz natural, maca raíz natural y maca raíz fresca orgánica: Junín y Huancavelica.
- Camote amarillo de raíz natural: Lima.



Como en todos los años, garantizamos que nuestros proveedores estén alineados a estas prácticas bajo una declaración jurada que explicita la prohibición de la explotación infantil, trabajo peligroso y riesgo de trabajo forzoso.

Rotación

A nivel del total de colaboradores de la empresa, la rotación ha ido disminuyendo en los tres últimos años (De un 75% en el 2018 a un 26% en el 2020). Ello podría representar el impacto de nuestras actividades de Clima Laboral y los beneficios sociales voluntarios que estamos incorporando. Sin embargo, aún tenemos altos índices de rotación a nivel de operarios que ha pasado de un 63% (2019) a un 72% (2020). Sin embargo, en cuanto a la rotación de los colaboradores administrativos, esta ha disminuido de un 38% (2019) a un 28% (2020). (401-1)

Tabla 6. Porcentajes de rotación general 2019 y 2020

2018		2019		2020	
Total Colaboradores	75%	Total Colaboradores	44%	Total Colaboradores	26%
Administrativos	22%	Administrativos	38%	Administrativos	28%
Operarios	118%	Operarios	63%	Operarios	72%

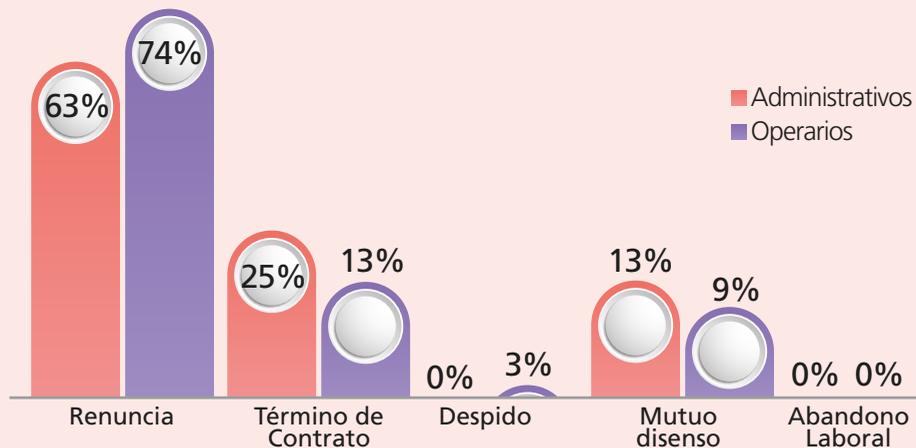
La rotación es calculada de la siguiente manera:

$$\text{Rotación \%} = \frac{(\text{Número de colaboradores cesados en el año})}{(\text{Número total de colaboradores en el año})} * 100$$

18. Magnitud y características del trabajo infantil en Perú: Informe de 2015 - Análisis de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG) y de la Encuesta sobre Trabajo Infantil (ETI) / Organización Internacional del Trabajo; Servicio de Principios y derechos fundamentales en el trabajo (FUNDAMENTALS); Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo del Perú (MTPE) - Ginebra: OIT, 2016. 19. Según la Organización Internacional del Trabajo y el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo del Perú (2016): “El número de niños de entre 5 a 17 años que laboran, ascienden a 1.619.200 a nivel nacional, lo que representa una tasa de 21,8 %. El trabajo infantil afecta más a los niños varones respecto a las niñas (24,1% y 19,2%; respectivamente). Por área de residencia, el trabajo infantil es 3,7 veces mayor en el área rural respecto al área urbana. Por región natural, el trabajo infantil es un fenómeno que se concentra en la Sierra y Selva, mientras que su presencia en la Costa es relativamente menor (34,4%, 31,5% y 8,9%; respectivamente). Por rango de edades, el trabajo infantil es 1,6 veces superior para los adolescentes de 14 a 17 años respecto a los niños de 5 a 13 años”.

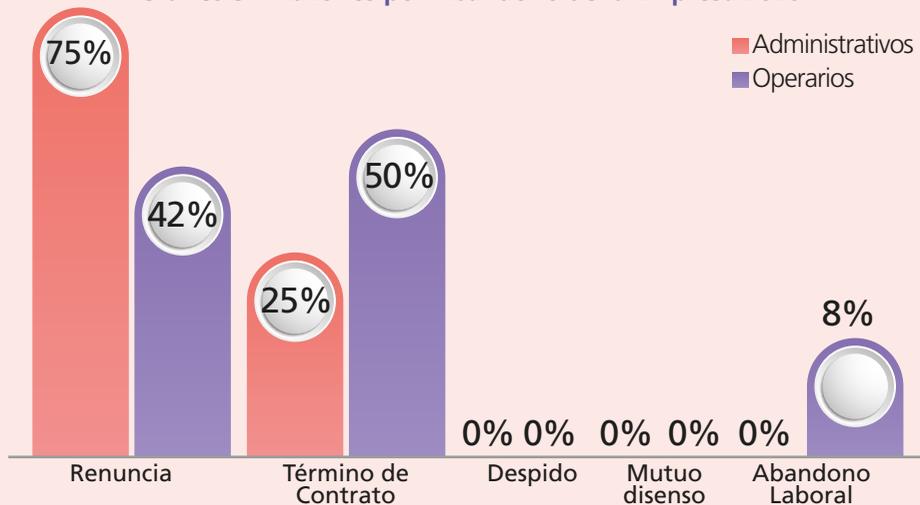
Al 2019, de un total de 35 operarios que dejaron la empresa, 74% fue por decisión propia (renuncia). Seguido por 14%, 9% y 3% del total de operarios que dejaron la empresa por término de contrato, mutuo disenso y despido. En el mismo año, del total de administrativos que dejaron la empresa (16), 63% renunciaron, 25% terminaron su contrato y un 13% dejaron la empresa por mutuo disenso.

Gráfico 36. Razones por Abandono de la Empresa 2019



Al 2020, de un total de 26 operarios que dejaron la empresa, 13 (50%) de estos dejaron la empresa por término del contrato. Otros 11 renunciaron y hubo dos casos de abandono laboral. Por otro lado, del total de administrativos que dejaron la empresa (ocho), seis renunciaron y dos terminaron su contrato.

Gráfico 37. Razones por Abandono de la Empresa 2020





MANEJO DE RELACIONES LABORALES



Evaluación de Desempeño

Evaluaciones por Competencias

Como cada año, Peruvian Nature realiza las evaluaciones por competencias y de cumplimiento de objetivos para efectos de medir el desempeño laboral del 100% de los colaboradores y así buscar estrategias para fomentar la motivación y satisfacción profesional. Al 2019 y 2020, se mantienen los criterios de evaluación de competencias; sin embargo, al 2019, el resultado de la evaluación por competencia se ha convertido en un indicador para la evaluación de aumento salarial y/o ascenso dentro de la empresa. (102-28, 102-35, 102-36, 103-2, 103-3)

Evaluaciones de Cumplimiento de Objetivos

Por su parte, la evaluación de cumplimiento de objetivos está únicamente dirigida a los jefes de las diversas áreas de la empresa quienes definen objetivos anuales por cada área, alineados a los objetivos generales de la empresa. Estos se definen al comienzo de cada año y se monitorean cada tres veces al año para conocer el grado de avance de tales objetivos respectivos. En diciembre de cada año, el "Comité de Gestión" valida si se alcanzaron los objetivos planeados en cada área. Y es de acuerdo a ello que también se realiza la entrega de bonos. (102-28, 103-2, 103-3, 401-2)

Clima Laboral

Actividades para Mejorar el Clima Laboral

Al 2019, se implementaron las siguientes prácticas para mejorar el clima laboral y fomentar la integración de los colaboradores (103-2, 401-2):

- **Desayuno Navideño de Confraternidad:** Previo a la celebración de Fiestas Navideñas y aprovechando la ocasión para generar una actividad de integración entre los colaboradores, se propuso realizar un desayuno navideño en el cual se sortearon 26 premios, entre canastas, artefactos eléctricos y bebidas los cuales fueron donaciones de nuestros proveedores. La asistencia fue del 86% del total de colaboradores. Además, se realizó el juego del "Amigo secreto" participando casi el 50% de colaboradores (34 de un total de 71). Este último no fue obligatorio por lo cual el 36% restante de colaboradores que participaron en el desayuno, no participaron en este juego.

- **Chocolatada Navideña para Hijos de Colaboradores** La Chocolatada Navideña de los niños se realizó en el comedor de Peruvian Nature y tuvo por objetivo crear un vínculo entre el trabajador, su familia y la empresa.

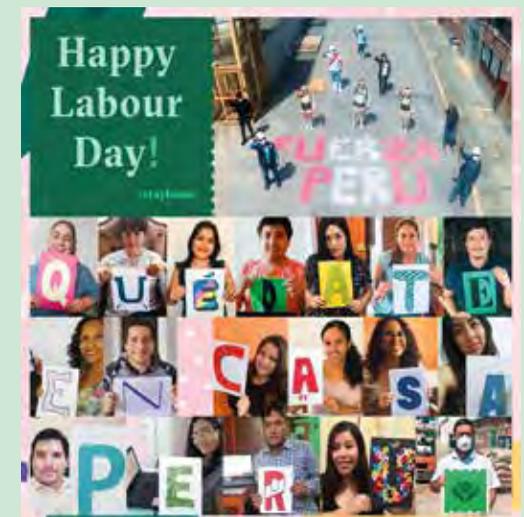
Participaron tanto los colaboradores administrativos como operarios, logrando la asistencia del 75% de los hijos e hijas de los colaboradores (22 de 29 niños en total). Durante esta chocolatada, se llevó a cabo el V Concurso de Dibujo y su premiación; además de una foto familiar navideña que se entregó en físico a los colaboradores.

Por otro lado, a pesar de las limitaciones por las medidas de prevención ante el virus Covid19, en el 2020 se realizaron diversas actividades para mejorar el clima. Estas se organizaron respetando el distanciamiento social, el uso de máscaras y con la desinfección debida. Las actividades fueron las siguientes (103-2, 401-2, 403-5, 403-6, 403-7):

- **Día de la amistad:** Fue un compartir realizado en el comedor de la empresa por el cual se contrató un carrito repartidor de helados y se contó con fotografías grupales decoradas para la ocasión.

- **Alimentación Saludable:** Con el objetivo de fomentar la alimentación saludable en los colaboradores, se repartió ensalada de frutas frescas de estación y deshidratadas, adicionando uno de nuestros productos: Jarabe de yacón. El objetivo fue el de promover este producto por sus atributos nutricionales o asociados a la salud.

- **Día del Trabajador:** Para evitar la aglomeración de colaboradores, se realizó una foto con la ayuda de un dron, formándose la frase "Fuerza Perú" como respuesta a los esfuerzos realizados en el país para enfrentar esta crisis sanitaria. Asimismo, a cada teletrabajador se les solicitó una foto con una de las letras para formar la frase: "Quédate en Casa Perú". Se unió en un collage las fotos de los colaboradores en planta como el de los "tele-colaboradores" la cual se subió a nuestras redes sociales.





- **Día de la Madre y del Padre:** Se armó un collage de fotos de todas las mamás y papás de la empresa y se le envió un mensaje a cada una y uno por su día. Ambos collages fueron subidos en nuestras redes sociales en los días conmemorativos.

- **Consultas Virtuales con el Psicólogo:** Con el objetivo de dar soporte al estado emocional de los colaboradores a causa del estrés generado por la crisis sanitaria, se retomaron las consultas con el psicólogo de manera virtual.

- **Habilidades Directivas:** Con el objetivo de preparar a líderes de jefaturas en asumir las responsabilidades propias de las más altas posiciones, se implementaron las capacitaciones de "Habilidades Directivas". Estas se diseñaron también debido a la encuesta de Clima Laboral 2020 donde se identificaron que los supervisores y jefes de algunas áreas mostraron dificultades en el liderazgo de su equipo a cargo.

- **Árbol Navideño de Agradecimiento:** Se armó y colocó un árbol navideño de vinil en el comedor de la empresa y se colocaron tarjetas escritas por los colaboradores con motivos de agradecimiento pese a ser un año complejo y lleno de incertidumbres por la coyuntura del momento.

- **Compartir Navideño:** Se realizó un pequeño compartir con los colaboradores por motivo de la Navidad. En esta ocasión, se aprovecharon los tres turnos de refrigerio, que se implementaron a raíz de la pandemia, para evitar la aglomeración. En este compartir se le entregó a cada trabajador: Un postre navideño, un vale para un pavo entero, una canasta y obsequios a todos nuestros colaboradores, incluyendo sus hijos e hijas. Todas estas entregas representaron obsequios por parte de nuestros proveedores. Los regalos fueron sorteados para evitar el desbalance en tamaño y cantidad. Además, se realizó la premiación del concurso de dibujo infantil a los hijos e hijas ganadores de los colaboradores.



En diciembre de cada año, el "Comité de Gestión" valida si se alcanzaron los objetivos planeados en cada área. Y es de acuerdo a ello que también se realiza la entrega de bonos.

Encuesta de clima laboral

Así como cada año, se realizan la encuesta de clima laboral para medir la relación e interacción de los colaboradores en las diferentes áreas de la empresa, su satisfacción respecto a sus responsabilidades diarias y la empresa en general. (102-17, 103-3, 405-1, 405-2, 406-1)

Como se puede apreciar en los siguientes gráficos, al 2019 y 2020, más del 50% de los colaboradores, entre administrativos y operarios, afirman sentirse orgullosos por la empresa, que existe un trato igualitario y sin distinciones ni preferencias de ningún tipo, que existen oportunidades de ascenso claras y justas, que no cambiarían de centro laboral nunca o mínimo en un plazo no menor a cinco años, que existen todos los recursos para realizar apropiadamente sus responsabilidades, que existe comunicación fluida y fácil dentro de cada área, que se promueve el trabajo en equipo dentro de cada área, que se conocen con claridad sus funciones y que su jefe directo brinda apoyo en momento de dificultades en el ámbito laboral así como la de promover la motivación y valorar su trabajo de forma explícita. Anteriormente, existió una preocupación por la percepción de nuestros colaboradores en cuanto a la igualdad de oportunidades, donde casi la mitad (49%) lo reconocen, pero hay un 26% que indica que no y un 18% que lo desconoce. De esta manera, al año 2019 y 2020 hemos logrado que 61% y 63% nuestros colaboradores respectivamente afirmen percibir dicho trato; sin embargo, desde el área de Recursos Humanos se plantean diversas actividades al 2021 para poder incrementar este y otros resultados del clima laboral.

Los tipos de respuesta al 2019 fueron de opción múltiple categórica en cinco niveles: **Nunca, casi nunca, a veces, casi siempre y siempre**. Al 2020, se decidió cambiar por otro tipo de categoría y con la misma cantidad de niveles de afirmación y negación: **Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, tal vez, de acuerdo y totalmente de acuerdo**. El cambio se llevó a cabo para un mejor entendimiento por parte de los colaboradores.



Gráfico 38. Resultado de la encuesta de clima laboral 2019

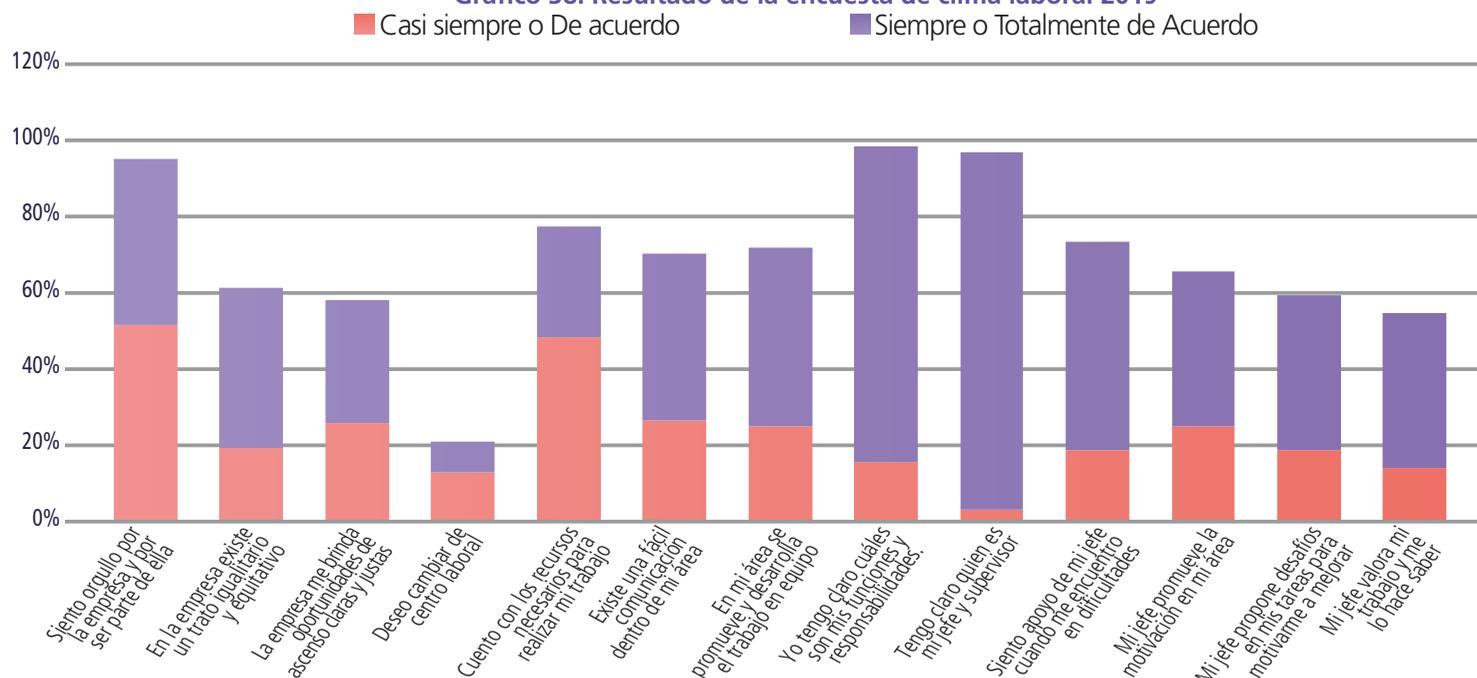
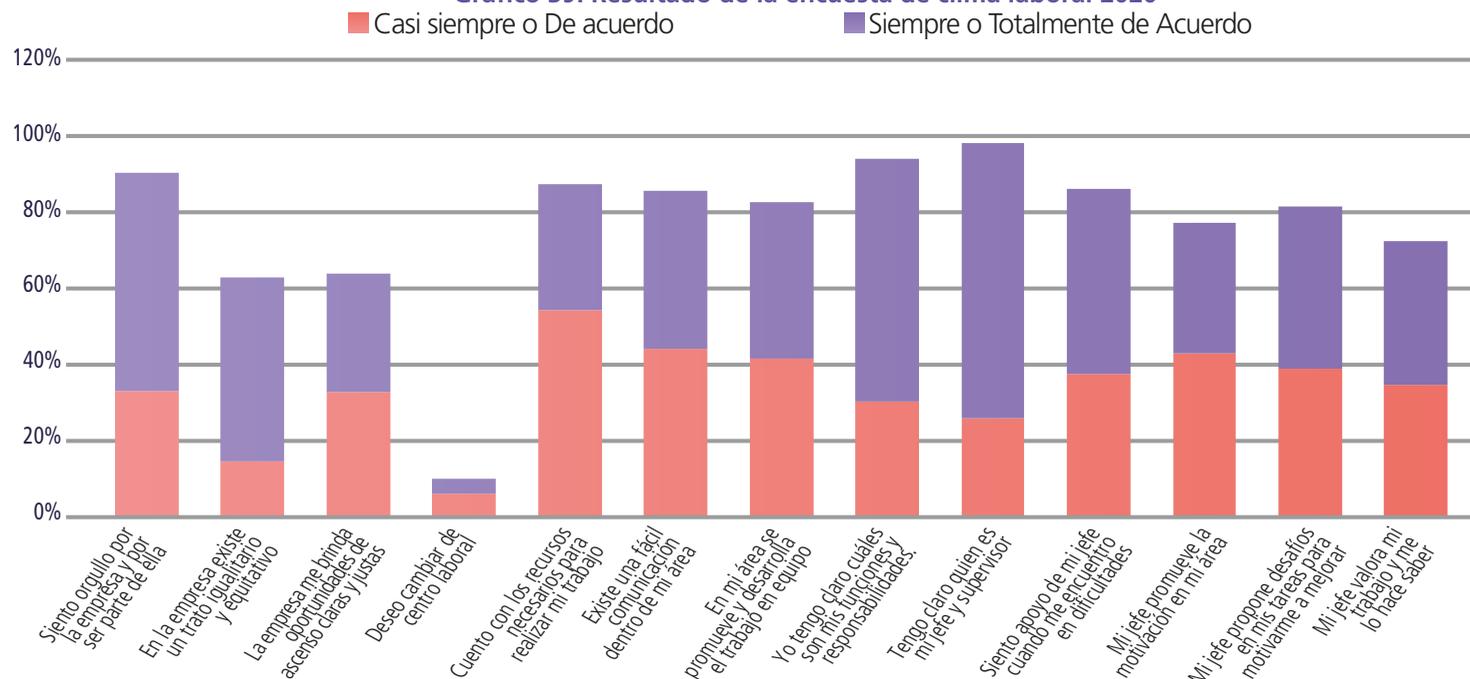


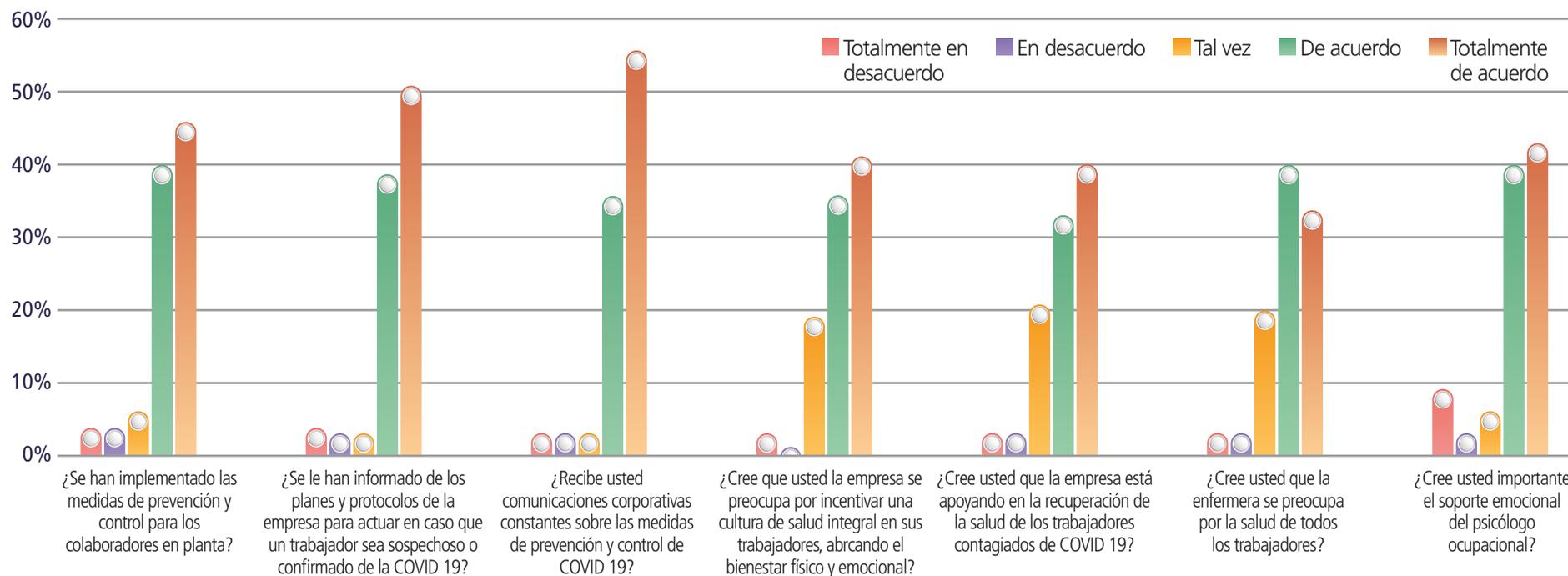
Gráfico 39. Resultado de la encuesta de clima laboral 2020





Particularmente al año 2020, se adicionaron preguntas referentes a la percepción sobre las medidas de salud en el ambiente laboral frente a la pandemia del virus Covid19. (103-3, 403-5, 403-6, 403-7) Como se puede apreciar en los resultados, más del 70% de los colaboradores afirman que la empresa ha implementado las medidas de prevención y control frente al Covid19 para los colaboradores en planta (los cuales se mantuvieron en la sede de operaciones); que se han informado los planes y protocolos para actuar en caso de sospecha o confirmación de un colaborador contagiado; que se reciben comunicaciones internas constantes sobre las medidas de prevención y control; que la empresa se preocupa por incentivar una cultura de salud integral (físico y mental); que la empresa apoya la recuperación de colaboradores contagiados; que la enfermera ocupacional se preocupa por la salud de los colaboradores y que es necesario el soporte emocional del psicólogo ocupacional. Frente a estos resultados, nos comprometemos a seguir manteniendo la confianza de nuestros colaboradores frente a las acciones adoptadas para prever y controlar la propagación del virus dentro y fuera del ambiente laboral. Para ello, planteamos que al 2021 (103-2, 403-5, 403-6, 403-7):

- Se elaborará un informativo gráfico en donde se detalle todas las implementaciones realizadas por el Covid19 desde marzo 2020 a la fecha, incluyendo el número de atenciones en tópico, en el policlínico, las pruebas rápidas adquiridas, entre otros aspectos.
- La enfermera garantizará que los informativos de prevención de Covid19 lleguen a todos los colaboradores y realizará una charla mensual en planta, tomando en cuenta las medidas de prevención, sobre los protocolos de emergencia en caso de sospecha y/o contagios en la empresa.
- Se revisará el contenido de las charlas tanto de alimentación saludable como de prevención frente al Covid19 con el fin variar y mejorar el contenido de la información que se brinda.
- El psicólogo asistirá a la planta dos veces al mes.

Gráfico 40. Resultado de Encuesta de Clima Laboral frente a Covid19 - 2020


Comunicaciones sobre el cambio de operaciones

Como mecanismos de comunicación a los colaboradores sobre cambios significativos que se den en la empresa, al año 2019 se han realizado reuniones presenciales con los supervisores y jefes para comunicación de los cambios significativos de la empresa y estos a su vez, deben informar a su personal a cargo en sus reuniones de equipo. Además, el área de Recursos Humanos envía correos electrónicos para comunicar estos cambios. Estas comunicaciones se llevan a cabo con 15 días de anticipación. (102-33, 102-34, 402-1)

Al 2020, debido al distanciamiento social producto de la coyuntura sanitaria, las reuniones presenciales han sido reemplazadas por reuniones virtuales (Zoom) para comunicar los cambios significativos para todo el colaborador administrativo. A su vez, estos cambios son comunicados a los operarios a través del colaborador administrativo (supervisores y jefes directos) en reuniones de equipo. El área de Recursos Humanos, además de los correos electrónicos, utiliza la mensajería instantánea del "WhatsApp" grupal para

estas comunicaciones. A diferencia del año anterior, nuestras comunicaciones y decisiones en la implementación de medidas de prevención han ido de la mano con las comunicaciones del Gobierno Peruano las cuales algunas veces han sido de un día para otro; sin embargo, en la medida que sea posible nos anticipamos e informamos al colaborador de la empresa. (102-33, 102-34, 103-2, 402-1)

En todos los medios de comunicación mencionados, sean reuniones presenciales o virtuales, no sólo se informan los cambios significativos; sino también se realizaron reuniones de retroalimentación con los colaboradores para conocer sus sugerencias y aclarar sus inquietudes. Un ejemplo claro fue la reunión que se tuvo con colaboradores cuando inició la pandemia en Perú que dio como resultado la implementación de una movilidad que pueda trasladarlos desde sus viviendas hacia la planta, y viceversa, y en los turnos respectivos. Otra sugerencia fue la del uso de mascarilla más adecuada en términos de comodidad y protección frente al contagio. (102-33, 102-34, 103-2, 103-3, 402-1)

SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL

Al 2019 y 2020, se mantiene el **Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo-SST** el cual se lleva a cabo como parte del Plan en Seguridad y Salud en el Trabajo de nuestra empresa que a su vez se basa en el Reglamento de Seguridad y Salud en el Trabajo (Ley N° 29783 del MINTRA y su modificatoria N° 30222). (103-2, 403-1) Este sistema consiste en procedimientos para prevenir, controlar o minimizar la probabilidad (riesgo²⁰) de ocurrencia de un peligro²¹ asociado a la salud y seguridad de todos los colaboradores de la empresa. (403-8) Los procedimientos de este sistema son: 1. Identificación de Peligros y Evaluación de Riesgos, 2. Comité de Seguridad y Salud en el Trabajo, 3. Investigación de Incidente y Accidente, 4. Capacitación Anual, 5. Trabajo de Terceros, 6. Auditorías Planeadas de Seguridad, 7. Ergonomía, 8. Higiene y Salud Ocupacional.

El área encargada de gestionar el SST es el de calidad; sin embargo, se cuenta también con un Comité de Seguridad y Salud Laboral, liderado por el jefe del área de Aseguramiento y Control de Calidad, que tiene como objetivo específico de supervisar y mantener operativo el sistema de SST, y los Sistemas de Gestión de Calidad (HACCP y BRC). (103-2,102-22, 403-1) Estos se revisan anualmente y de ser necesario, se actualizan. Únicamente al año 2020 se ha actualizado el sistema debido a la coyuntura sanitaria del momento, habiéndose incorporado el Plan de Vigilancia, Prevención y Control de Covid19 al SST el cual ha sido aprobado por el Ministerio de Salud y abarca las siguientes medidas para todos los colaboradores de la empresa (103-2, 103-3, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7):

- Incorporación de una enfermera ocupacional.
- Pruebas de descarte de Covid19 (al 2020, 213 pruebas realizadas de las cuales resultaron positivo nueve).
- Equipos Personales de Protección (EPP) contra el contagio (ej. mascarillas y protector facial).
- Capacitaciones (a los colaboradores operarios en planta de forma presencial y administrativos a través de la plataforma "Zoom") y controles sobre las medidas de prevención contra un posible contagio.
- Protocolo para ingreso de proveedores y/o visitas a planta.
- Nuevo sistema de registro de asistencia: Biométrico de reconocimiento facial y control de temperatura.

- Pediluvios de desinfección para el ingreso.
- Transporte particular para todos los colaboradores de la empresa. 403-1

Identificación de Peligros y Evaluación de Riesgos

Para la prevención o mitigación de riesgos o peligros en las operaciones de la empresa que representen impactos negativos para la salud y seguridad en el trabajo, existe el procedimiento para Identificación de Peligros y Evaluación de Riesgos (IPER) por cada puesto de trabajo. De esta manera, se determinan las debidas medidas de prevención o mitigación de los peligros identificados. Estas medidas consisten en: Uso correcto de los EPP, de maquinarias y equipos, entre otros. (403-2, 403-7)

Todo colaborador que haya identificado riesgos o peligros puede notificarlo libremente a sus supervisores o miembros del comité de SST. La notificación es un procedimiento dentro del Reglamento de Seguridad y Salud en el Trabajo. Además, la "Política contra el Hostigamiento", como parte del Reglamento Interno de Trabajo, protege a los colaboradores frente a represalias por realizar dicha comunicación. (403-2) Todo colaborador también es libre de retirarse de situaciones laborales que consideren riesgosas o peligrosas (ej. Contraer una lesión, dolencia o enfermedad). Nuevamente, la "Política contra el Hostigamiento" protege a este colaborador de posibles represalias. (103-2, 403-2, 403-3, 403-4)

Comité de Salud y Seguridad en el Trabajo

En el año 2019, se conformó un nuevo Comité de Salud y Seguridad en el Trabajo, estando compuesto por cuatro miembros titulares, dos representantes de la empresa designados por la gerencia general y dos representantes de los colaboradores elegidos por votación secreta, teniendo al 100% de los colaboradores como electores. El jefe del área de Aseguramiento y Control de Calidad es el líder de este comité. Este opera a través de reuniones mensuales con el objetivo de supervisar y mantener operativo el sistema SST, y los sistemas HACCP y BRC. Los planes de trabajo mensuales definidos en estas reuniones son consensuados a través de un acta de reunión. (102-22, 103-2, 403-4)

20. Para nuestra empresa, un "riesgo" en la salud y seguridad en el trabajo es toda probabilidad de que un "peligro" se materialice en unas determinadas condiciones y sea un generador de daño a los colaboradores, bienes de la empresa y al ambiente.

21. Para nuestra empresa, un "peligro" en la Seguridad y Salud en el Trabajo es la característica intrínseca de una situación con capacidad de ocasionar daño a los colaboradores, equipos, procesos y ambiente.



Investigación de Incidente y Accidente

Busca identificar las causas que dieron lugar a un incidente o accidente²², e implementar medidas correctivas para evitar su repetición. Estas medidas comprenden modificaciones a nivel de la planta u oficinas (ej. la reubicación de una herramienta, utensilio o el uso de guantes para el manejo de un equipo) así como la capacitación respectiva a los colaboradores involucrados del área donde se realizó dicha modificación. (403-2, 403-9)

Capacitaciones en Salud y Seguridad en el Trabajo

Las capacitaciones en SST son actividades que se realizan a lo largo del año, dirigidas a todos los colaboradores con el objetivo de prever o mitigar peligros para la salud (ej. Enfermedades respiratorias por la exposición de humedad) y seguridad (ej. Un accidente físico debido al uso incorrecto de una máquina) del colaborador. A continuación, se presenta un desglose de los tipos de capacitaciones, temáticas y al tipo de colaborador que van dirigidas. (403-5, 403-10)

Tabla 7. Capacitaciones sobre Salud y Seguridad en el Trabajo 2019 y 2020

Tipos de Capacitaciones	Temas	Público
Específicas	Inducción, inspecciones y auditorias, actos y condiciones inseguras, primeros auxilios, prevención contra incendios, seguridad y evacuación.	Dirigidas a jefes de áreas y brigadistas (primeros auxilios, contra incendios y evacuación), a excepción de la inducción (todo el personal).
Generales*	Plan de contingencia, riesgo disergonómico, orden y limpieza, y seguridad basada en el comportamiento.	Todo el personal
Salud e Higiene Ocupacional**	Peligros respiratorios, efectos nocivos del ruido (hipoacusia), desórdenes músculo-esqueléticos, enfermedades dérmicas en el entorno laboral, Ergonomía y pausas activas. Primeros auxilios básico, riesgos psicosociales en el ambiente laboral.	Operarios Administrativos Todo el personal
Operaciones	Uso de Equipos de Protección Personal (EPP) y riesgos existentes en las áreas de trozado, molienda, secadores, y el equipo OSS.	Colaboradores en las áreas mencionadas.
Almacén	Seguridad en equipos móviles, uso de Equipos de Protección Personal (EPP), riesgos UV, seguridad en proveedores.	Colaboradores en el área de almacén

*Obligatorias por Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo (Ley N° 29783, Art. 35).

** A partir del 2020, estas capacitaciones fueron dirigidas a todo el personal

Al año 2020, se mantuvieron dichas capacitaciones, pero debido al contexto sanitario global, se incorporaron capacitaciones sobre las medidas de prevención contra un posible contagio del virus Covid19, las cuales se llevaron a cabo de marzo a diciembre de dicho año, considerando su réplica al año siguiente. Entre las temáticas de estas capacitaciones se tienen: Prevención, desinfección (correcto lavado de manos e importancia), hábitos de higiene personal, uso correcto de las mascarillas, Covid19 en la industria alimentaria, medidas de prevención y protocolos de desinfección en el hogar, identificación de síntomas y distanciamiento social. (403-3, 403-5)

Los temas y contenidos de las capacitaciones se diseñan y programan con base en la evaluación de riesgos (103-3) con el fin de concientizar a los colaboradores sobre la importancia de prevenirlos. Se contrata expertos externo capacitado en SST para impartir dichos cursos los cuales son gratuitos para todos los colaboradores y se llevan a cabo durante el horario de trabajo. En el caso de la temática de salud, el médico externo realiza las capacitaciones. En cambio, en el caso de seguridad, es un especialista en la temática (ej. Un bombero cuando se trata de prevención contra incendios y evacuación o experto acreditado en SST). (403-3, 403-5)

Trabajo de Terceros

Son los requerimientos definidos con las diferentes áreas para la autorización de ingreso a las instalaciones de empresas contratistas²³ de obras o servicios. Entre estos requerimientos se tienen: a. Relación del contratista que ingresará (nombres, apellidos y D.N.I), b. Seguro complementario de trabajo de alto riesgo, c. Relación de EPP según el trabajo a realizar, d. Relación de Herramientas que ingresarán. Estos requerimientos serán enviados a la empresa contratista por el área solicitante junto con la orden de servicio. Sólo pueden ingresar acompañados por una persona del área que solicita sus servicios quien se hará responsable de ellos mientras estén operando dentro de la empresa. Al ingresar, se les da una inducción sobre las normas de seguridad. (403-4, 403-5, 403-8)

22. Para Peruvian Nature, un incidente es una situación que puede generar o no un daño en los colaboradores o material a nivel de las operaciones de la empresa. Un accidente, es el daño generado por dicha situación. 23 Para Peruvian Nature, las empresas contratistas prestan servicios para la construcción o remodelación de edificaciones, mantenimiento de equipos e instalaciones, transporte de carga y descarga, proveedores de insumos o de servicios variados.

Ergonomía

Busca identificar, analizar, reducir o eliminar los factores de riesgo ergonómico (daños en el músculo esquelético) en todos los colaboradores de la empresa. Para ello se brindan charlas sobre el manejo correcto de carga, posturas adecuadas, medidas de protección con fajas lumbares, pausas activas, entre otras. (403-2, 403-4, 403-5, 403-10)

Higiene y Salud Ocupacional

Busca identificar los riesgos para la salud del colaborador a causa de una higiene inapropiada dentro del marco de las operaciones de la empresa. Además brinda mecanismos de control y evaluación de posibles daños en la salud debido a dicha causa a través de evaluaciones médicas periódicas, equipos (ej. mascarillas y lentes protectores contra el polvo, protectores auditivos, etc.), capacitaciones para el uso apropiado de estos equipos y controles mensuales de peso a cargo de la enfermera, además de brindar recomendaciones para una alimentación saludable. (403-2, 403-3, 403-5, 403-6)

Auditorias en Salud y Seguridad en el Trabajo

Se realizan auditorías internas (anuales) y externas (cada tres años) en materia de salud y seguridad en el trabajo. En cuanto a las primeras, se realizó únicamente al 2019 a cargo del jefe del área de Aseguramiento y Control de Calidad teniendo como resultado la actualización del IPER; sin embargo, esta auditoría no se llevó a cabo al año siguiente, debido a la coyuntura sanitaria global, y ha sido reprogramada para el año 2021. Estas auditorias tienen como objetivo revisar el SST para identificar errores, si fuese el caso, y plantear mejoras. Respecto a las segundas, son realizadas por un auditor acreditado y por mandato del MINTRA. Esta había sido programada para el año 2020 pero fue también reprogramada al año siguiente por dicha coyuntura. (102-30, 103-3, 403-1)

Colaborador de seguridad de la Empresa

Al 2019 y 2020, se mantiene el colaborador de seguridad de terceras partes. Estos son dos colaboradores externos y cada uno trabaja en un turno diferente. En el 2019, fueron capacitados en políticas internas de la empresa y en el 2020, se les incluyeron en las capacitaciones para prevención de Covid19. Se tiene planeado para el 2021, capacitarlos en materia

de Derechos Humanos y su aplicación en la seguridad de la empresa. (102-17, 403-5, 403-8, 410-1)

Evaluaciones Médicas

Las evaluaciones médicas están dirigidas a todos los colaboradores de la empresa. En el caso del colaborador administrativo, se realiza una evaluación básica que comprende exámenes físicos (motriz), de sangre (hemograma y leucocitos), orina, glucosa, oftalmología y radiografía de tórax. En caso de operarios, comprende además de la evaluación básica, un examen de espirometría basal y audiometría por ser los riesgos auditivos y pulmonares los más críticos en las áreas de trozado y molienda. Existen dos tipos de evaluaciones médicas, Pre-ocupacionales y Periódicas. Las primeras se realizan a cada persona antes de ingresar a laborar a la empresa para validar su aptitud en el rol a desempeñar. Las segundas se realizan cada dos años (Evaluación Periódica) contando desde el inicio del periodo laboral de cada colaborador y con base en la modificatoria del artículo 101 de la Ley 29783 del MINTRA (Decreto Supremo N°. 016-2016-TR). De esta manera, al año 2019 y 2020, se realizaron las siguientes evaluaciones (103-3, 403-3, 403-7):

Tabla 8. Número de evaluaciones médicas ocupacionales por tipo 2019 y 2020 (403-3)

Evaluaciones Médicas	2019	2020
Evaluación Pre-ocupacional	9	10
Evaluación Periódica	31	3
Total	40	13

Debido a la coyuntura sanitaria del momento, no se lograron completar el total de evaluaciones periódicas como fue planeado. Según el registro médico, no existe evidencia de alteraciones tanto pulmonares como auditivas en ningún colaborador al año 2019 y 2020. Sin embargo, al año 2020, la participación del médico externo ha sido vital para la detección (con las pruebas de descarté dentro del marco del Plan de Vigilancia Prevención y Control de Covid19), tratamiento y alta de la enfermedad causada por el virus Covid19. Los resultados de estas evaluaciones se mantienen en reser-



va y sólo son manejados e informados por el personal médico. Recursos Humanos sólo recibe un resumen de los resultados de la evaluación para conocer si el colaborador es apto para laborar en la empresa. Estas evaluaciones son realizadas por un personal médico externo especializado en medicina ocupacional para garantizar la calidad en la provisión de los servicios de salud en el trabajo. (403-3, 403-7, 403-10)

Acceso a servicios médicos y cuidados de la salud (física y/o mental) no relacionados al trabajo

Al año 2019, se contaron con las visitas quincenales (por cuatro horas) de un médico externo y un psicólogo que atendieron consultas sobre salud general y mental respectivamente. Sin embargo, al año 2020 estas visitas sólo se realizaron hasta el mes de marzo. La empresa mantuvo la provisión del seguro optativo particular "Fe Salud" que brinda beneficios de atención en las más reconocidas clínicas y se hace extensivo para familiares directos e indirectos de todos los colaboradores. (403-6)

Al año 2020, se mantuvieron las consultas de forma virtual para la salud mental debido al estrés generado por la crisis sanitaria y el seguro optativo "Fe Salud" como parte de las prestaciones de la empresa. Asimismo, desde antes de la pandemia (2019), contamos con un convenio con el Policlínico Virgen de Guadalupe, en Lurín. También se brinda a todos nuestros colaboradores, evaluaciones, tratamiento y alta de Covid19, el cual es cubierto al 100% por la empresa. (403-6)

Nuestros Colaboradores

Características de los colaboradores por niveles de la empresa

Al año 2019, la mayor participación de colaboradores se concentra en los operarios (55%), como todos los años, debido a la naturaleza del modelo de negocio de la empresa; seguido por los analistas (16%), asistentes (13%), supervisores (7%), jefaturas (6%) y gerencias (3%). En este mismo año, el número de supervisores es mayor que el de jefaturas a diferencia del año anterior. Al año 2020, se mantienen las mismas proporciones a excepción del número de asistentes (15%) que supera a la de analistas (13%) respecto al año anterior. (102-8)

Gráfico 41. Porcentaje de colaboradores por niveles de la empresa 2019

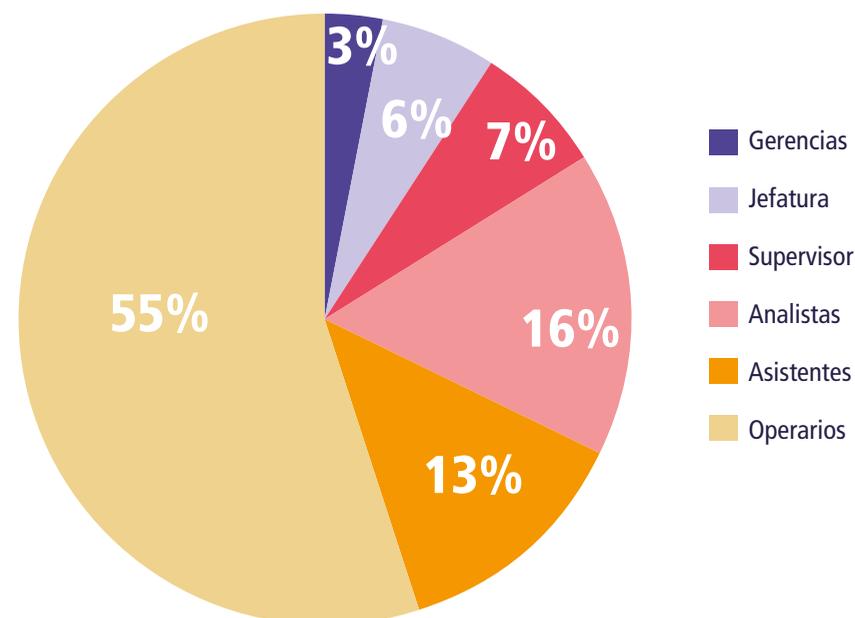
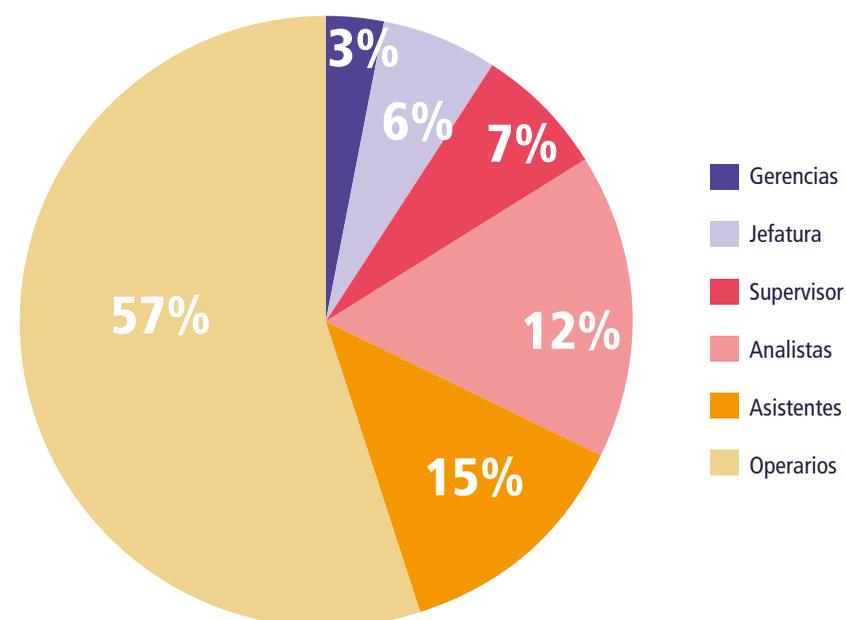


Gráfico 42. Porcentaje de colaboradores por niveles de la empresa 2020



Características de los colaboradores por niveles de la empresa y sexo

Al 2019, la participación de varones (51%) y mujeres (49%) respecto al total de colaboradores de la empresa, fue casi la misma; sin embargo, esta proporción ha variado al año 2020 en el cual la participación de mujeres (61%) ha incrementado considerablemente. Esto puede explicarse con el incremento de la participación de mujeres (56%) a nivel de operarios para el año 2020 respecto al año 2019 (47%); área que cuenta con el mayor

número de colaboradores en la empresa. La participación de mujeres en los niveles de gerencia, asistentes y analistas fue mayor respecto a los varones en 2019 y 2020. Al año 2019, la participación de hombres y mujeres fue la misma en jefaturas, pero al año siguiente, los hombres tuvieron la mayor participación (75%). Respecto al nivel de supervisores, la participación de los hombres es mayor en ambos años. (102-8, 405-1)

Gráfico 43. Porcentaje de colaboradores por niveles de la empresa 2019

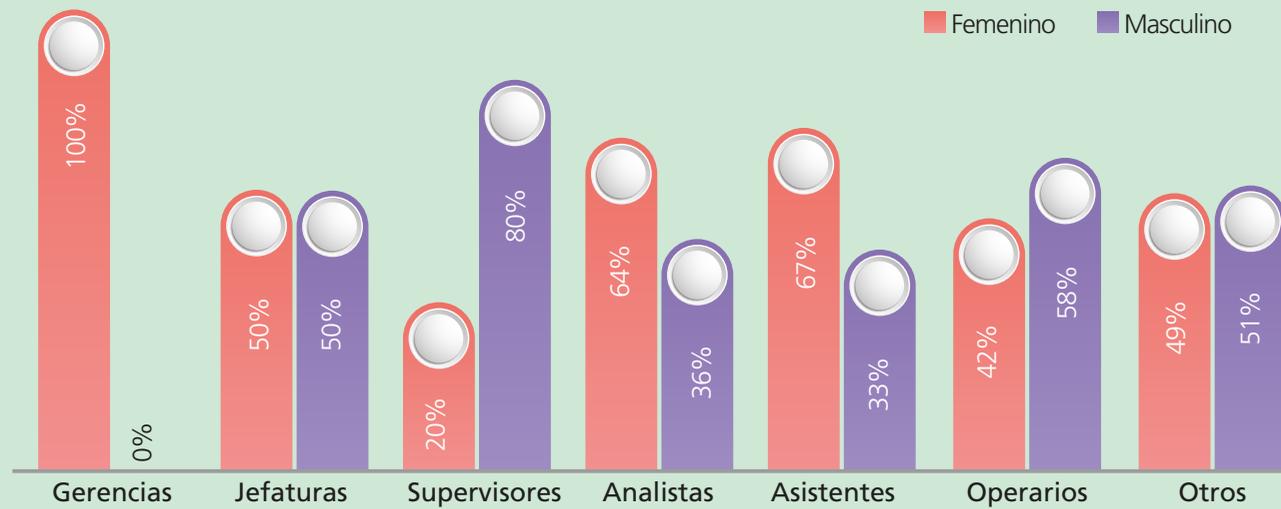
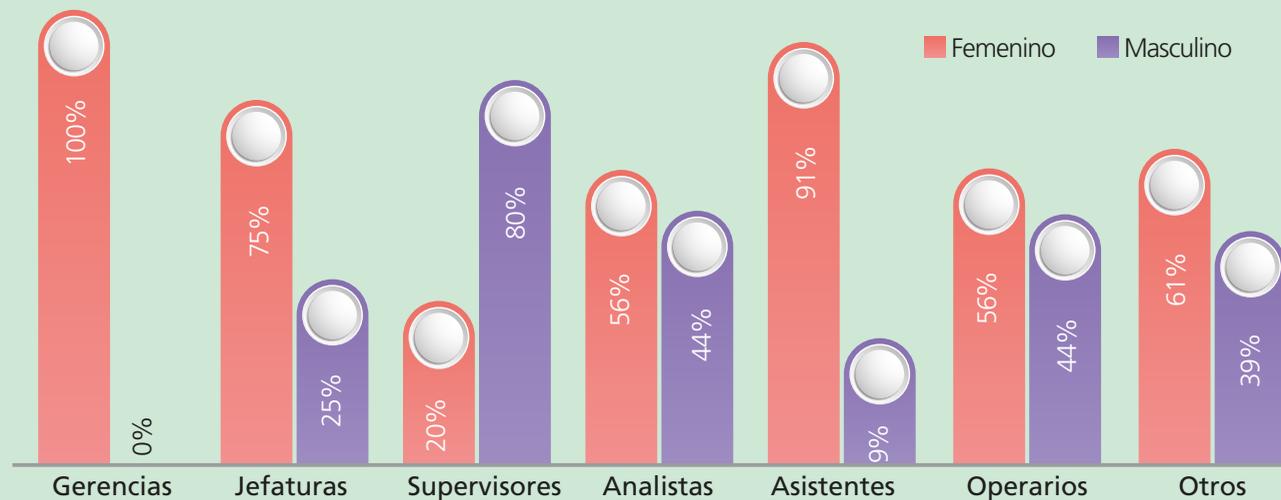


Gráfico 44. Porcentaje de colaboradores por niveles de la empresa 2020





Características de los colaboradores por niveles y edades de la empresa

En cuanto a las edades de nuestros colaboradores, la mayoría son menores de 30 años y se encuentran concentrados a nivel de operarios donde existe el mayor número de colaboradores. En este nivel, los operarios menores de 30 años representan la mayor participación por edades en los años 2019 (50%) y 2020 (59%). A pesar de contar con un menor número de colabo-

radores, los niveles de analistas y supervisores también cuentan con un mayor número de colaboradores menores de 30 años para el 2019 y 2020, tendencia que viene repitiéndose desde el 2018 y se ha dado sin ninguna influencia por parte de la empresa. Los colaboradores de edades entre 30 y 50 están distribuidos en todos los cargos de la empresa y los que tienen mayor a 50 se encuentran ocupando cargos de jefaturas y operarios para ambos años. (102-8)

Gráfico 45. Porcentaje de colaboradores por niveles de la empresa y edades 2019

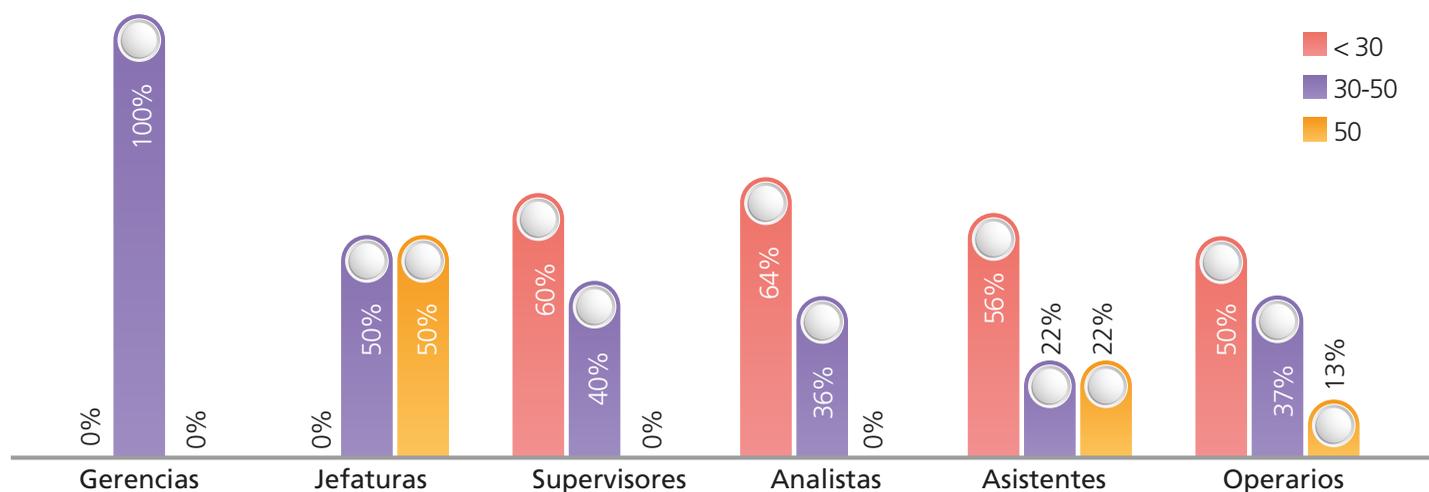
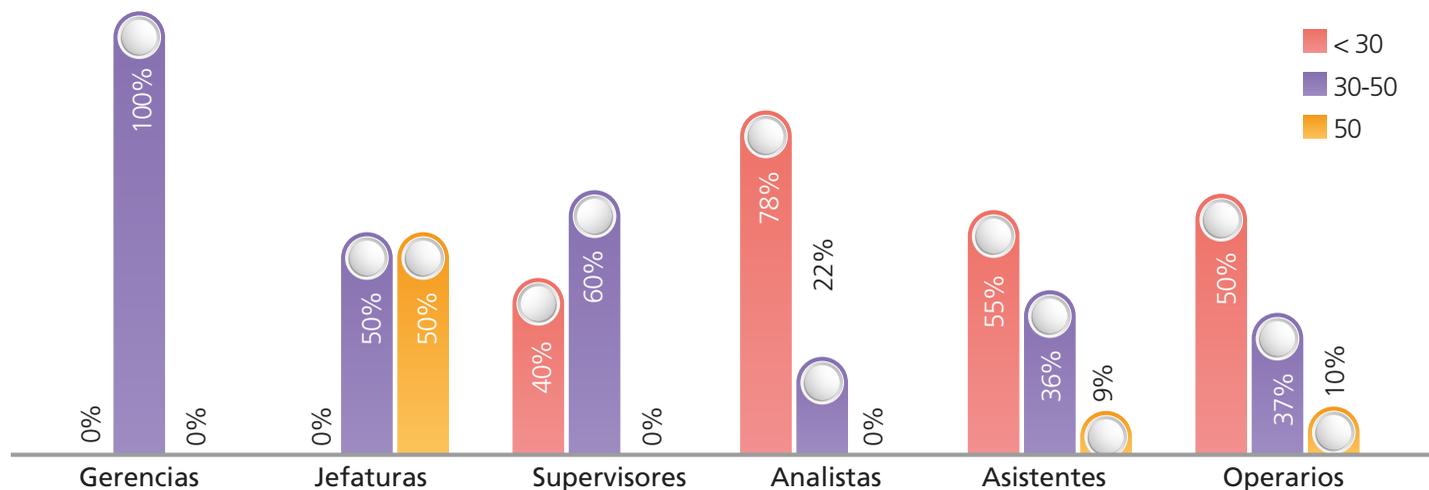


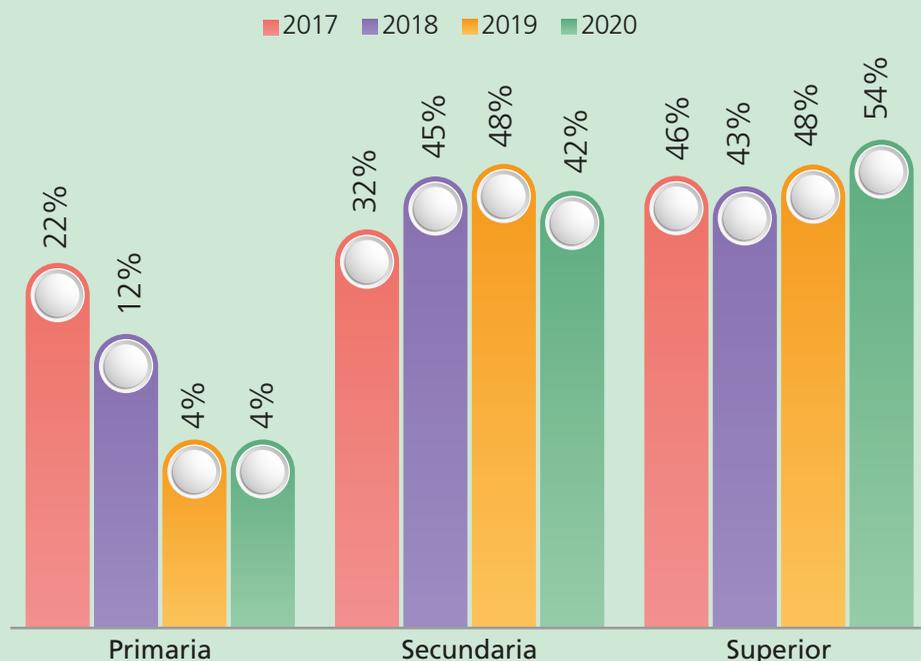
Gráfico 46. Porcentaje de colaboradores por niveles de la empresa y edades 2020



Características de los colaboradores por niveles y nivel de educación

En los últimos tres años, ha venido incrementando el número de colaboradores con educación superior en nuestra empresa; pasando de 43%-2018 a 54%-2020. Esto es debido a que el número de administrativos también ha incrementado en los cuales la educación superior es un requisito para asumir estos cargos. Los colaboradores con educación secundaria completa se ha mantenido en los últimos tres años (42%-45%). Y el número de colaboradores sólo con educación primaria ha venido disminuyendo: De 22%-2017 a 4%-2020. Esto debido a que en Peruvian Nature estamos requiriendo colaboradores con estudios universitarios el cual pueda estar más preparado y calificado para los diversos puestos. (102-8)

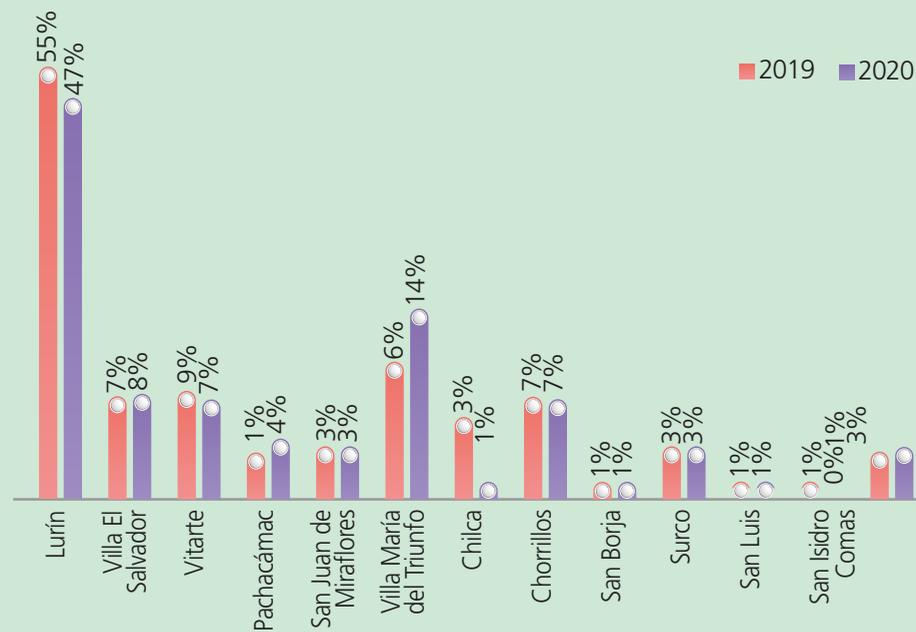
Gráfico 47. Evolución del Nivel de Educación de los Colaboradores 2017-2020



Características de los colaboradores por distrito de origen

De hecho, la mayoría de nuestros colaboradores proceden del distrito de Lurín ya que es donde se localiza nuestra sede de operaciones; seguido de distritos circundantes y cercanos como: Villa El Salvador, Villa María del Triunfo y Chorrillos. (102-8)

Gráfico 48. Distribución (%) de Colaboradores por Distrito de Origen 2019-2020



Como hemos mencionado en la sección de [prestaciones sociales](#), todos nuestros colaboradores gozan de los beneficios laborales. Así mismo, el sueldo mínimo que manejamos en la empresa es superior al que exige la Ley de Productividad y Competitividad Laboral (Decreto Legislativo N° 728). (103-2, 202-1)

Políticas de No Discriminación

En la empresa cada puesto es ocupado meritocráticamente, como parte de nuestra "Política de Equidad Salarial" dentro del Reglamento Interno de Trabajo, y sin lugar a ningún tipo de discriminación (ej. Raza, color, sexo, religión, opinión política, ascendencia nacional o condición social de acuerdo con la definición de la OIT, entre otras formas) o vinculadas al desempeño del colaborador. Desde el año 2014, nuestro Código de Ética refleja nuestro compromiso por combatir todas las formas de discriminación y abrir las puertas a todos y todas que quieran formar parte de la familia de Peruvian Nature. Se plantea para el año 2021, su actualización dentro del marco de la implementación del estándar SMETA. (102-16, 103-2, 103-3, 405-2)



Posteriormente, basándonos en la Ley N° 30709 del MINTRA la cual prohíbe todo tipo de discriminación remunerativa, desde el 2018 contamos con la nueva estructura salarial la cual define criterios de evaluación cualitativos²⁴ y cuantitativos²⁵ para la creación y caracterización de puestos de trabajo y sus salarios respectivos basados en la complejidad e impacto de las funciones en todos los niveles de la empresa. Esta estructura salarial nos ayudará a explicitar transparentemente la decisión por ascensos, incrementos salariales y crear nuevos puestos salariales. Para el año 2019 y 2020, el colaborador que ha ingresado a laborar a la empresa ha sido contratado con base en esta nueva estructura y la cual define salarios por encima del salario mínimo²⁶. Y para este último año, se ha realizado una nueva evaluación de incrementos salariales directamente relacionado al cumplimiento de objetivos y a las evaluaciones por competencias. El diseño e implementación de la banda salarial se ha llevado a cabo por intermedio de nuestra área de Recursos Humanos. (102-35, 102-36, 103-2, 103-3, 202-1, 405-2)

Cabe destacar que para el año 2019 y 2020, no se ha reportado ningún caso²⁷ de discriminación en los colaboradores de la empresa. Si fuese el caso, el procedimiento para su comunicación y gestión es el de “Resolución de Quejas” el cual es un sistema confidencial que presenta los reclamos o denuncias por incumplimiento de Derechos Humanos. Todo colaborador que se sienta acosado, maltratado o agredido en alguna forma (ej. Por discriminación) ya sea por sus superiores o pares, presenta su queja en forma verbal o escrita ante el área de Recursos Humanos. El denunciante debe presentar su queja presentando los medios probatorios en caso los hubiera. Recursos Humanos, dentro del plazo de tres días, deberá notificar al denunciado de la denuncia en su contra remitiéndole una copia de la misma y de los documentos que la sustentan a fin de que pueda presentar su descargo en un plazo de cinco días útiles y por escrito, incluyendo las pruebas que estime conveniente. Después de cinco días culminado el plazo de investigación, la jefatura de Recursos Humanos emitirá un Informe el cual describe o no la responsabilidad de la de la persona implicada. En caso exista responsabilidad, la empresa impondrá sanciones disciplinarias de naturaleza laboral, las mismas que atendiendo al principio de proporcionalidad y a la gravedad de la falta, podrán ser de amonestación, suspensión sin goce de haberes o despido. (406-1)



Todo colaborador que se sienta acosado, maltratado o agredido en alguna forma (ej. Por discriminación) ya sea por sus superiores o pares, presenta su queja en forma verbal o escrita ante el área de Recursos Humanos.



24. Método de Jerarquización o Comparación Simple: Listado de puestos por orden creciente o decreciente, resaltando las características que comparan un puesto con otro. 25. Método de Factores y Puntos: 1- Formación académica, 2- experiencia laboral, 3- Nivel de responsabilidad en la administración de dinero o valores de la empresa, 4- Responsabilidad por relacionamiento con entidades externas a la empresa, 5- Responsabilidad por relacionamiento con las diversas áreas de la empresa. 6- Complejidad de tareas o funciones, 7- Autonomía o toma de decisiones. Estos se valorizan dentro de una escala numérica cuya intensidad o peso refleja la importancia de cada uno de estos factores, dando lugar al puntaje total (sumatoria del puntaje de todos los factores). 26. Desde el año 2018, el salario mínimo a nivel nacional fijado por el MINTRA fue de S/. 930, el cual se mantiene al año 2020 (GRI 202-1) 27. “Caso” hace referencia a una acción legal o queja registrada ante la organización informante o las autoridades competentes mediante un proceso formal o una situación de incumplimiento identificado por la empresa mediante procedimientos establecidos (GRI 406).

SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE





Inocuidad

Al 2019 nos hemos preparado y aprobado la inspección de la actualización de la norma British Retail Consortium (BRC Alimentos v.8) en su octava versión la cual fue lanzada en agosto del 2018. BRC proporciona un marco integral para la gestión de criterios de seguridad, legalidad y calidad del producto además de los controles operativos a nivel del procesamiento y envasado del producto final tomando en cuenta estos criterios. En su octava versión, se promueve el fortalecimiento de capacidades sobre una cultura de calidad y seguridad alimentaria para lo cual, al año 2020, se ha establecido un programa de charlas (semanales) y talleres (bimensuales) facilitados por los propios colaboradores del área de Aseguramiento y Control de Calidad; incluyéndose la temática de prevención frente al Covid19. Además, también se ha incluido un programa de vigilancia ambiental en función al riesgo de agentes patógenos y en descomposición para lo cual, al año 2020, se han realizado análisis (hisopado de superficies) de estos agentes. La norma también incluye cuatro auditorías internas, realizadas por una entidad externa, la cual garantiza la producción de alimentos inocuos y bajo una gestión de calidad. De esta manera, estamos alcanzando un requisito de acceso a mercados más especializados y al mismo tiempo, estamos asegurando que nuestro producto final no causará un daño en la salud de nuestro cliente. (103-2, 103-3, 416-1)

Paralelamente, para efectos de mantener la inocuidad de nuestros productos, se utilizan muestras aleatorias de cada lote para realizar análisis microbiológicos con un laboratorio dentro de la empresa, con base en la norma ISO 2859 dentro del marco de BRC, y posteriormente, con un laboratorio externo acreditado, con base en la norma ISO 17025, para validar nuestros resultados. Así mismo, se reciben inspecciones bianuales por parte de DIGESA las cuales verifican el cumplimiento de requisitos y condiciones sanitarias de Infraestructura, Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), Programa de Higiene y Saneamiento, y la validación del Plan HACCP. La última inspección fue cancelada debido a la pandemia y ha sido postergada para el año 2021. (103-2, 103-3, 416-1)

Pesticidas

Para garantizar que nuestros productos están debajo de los límites permisibles de pesticidas establecidos por regulaciones internacionales, toda la materia prima certificada orgánicamente: 1. debe cumplir con todos los procedimientos de compras y calidad para ingresar a planta y, posterior-

mente, es también 2. analizada en niveles de pesticidas en dos laboratorios internacionales acreditados. (103-2, 416-1)

Al 2020, las nuevas normativas europeas (CE, pesticidas, en 5-7.2020) definió límites más estrictos para las moléculas químicas de clorato y percloratos para lo cual se realizaron análisis de estos pesticidas en laboratorios acreditados de sus productos más representativos y con mercado en Europa tales como maca seca, camu camu y aguaymanto deshidratados, tanto a nivel de la planta del proveedor y en la nuestra. Se plantea que para el 2021, estos análisis se extenderán a otros productos de la oferta comercial como camote y camu camu en polvo. (103-2, 416-1)

Covid19

La pandemia del virus Covid19 generó un claro impacto sobre la productividad de las operaciones por ausencia de colaboradores contagiados, por retrasos en el arribo de materias primas, o limitaciones en la operatividad de planta por horarios restringidos como parte de las medidas de prevención adoptadas por el Estado.

El Plan de Vigilancia, Control y Prevención frente al Covid19 del MINTRA establece lineamientos que, por defecto, se encuentran alineados a las medidas de control y prevención de la contaminación de los alimentos durante su procesamiento, como parte del marco de la norma BRC, involucrando aspectos como: Limpieza, saneamiento de equipos, distanciamiento social, uso de mascarillas, entre otros. El mismo año de la pandemia, BRC Alimentos v.8 también lanzó un anexo sobre medidas de prevención frente a la propagación de este virus en las empresas. (103-2, 403-2, 403-7)

Reclamos de Clientes

Al 2019 y 2020, todos los reclamos de los clientes son manejados según el procedimiento de "Solicitud de Acciones Correctivas y Preventivas" dentro del Sistema de Gestión de la Calidad y, así mismo, de la norma BRC (Clausula 3.7 Medidas Correctivas y Preventivas), en el cual mediante un "análisis de causa-raíz" se determina el motivo del reclamo para efectos de concluir si procede o no. Si es que este procede, se toman las acciones correctivas correspondientes (ej. Reembolso del dinero, nota de crédito o reposición de la mercadería) y en acuerdo con el cliente. Si el

reclamo no procede, enviamos un informe del “análisis de causa-raíz” incluyendo los sustentos respectivos (ej. Certificados, fotos, etc.) a dicho cliente. Los reclamos se han clasificado por la calidad intrínseca (ej. Aspectos fisicoquímicos, sensoriales, microbiológicos, identificación de un material extraño, etc.) y logística (ej. Peso y documentos de despacho incompletos, mercadería apilada inapropiadamente, etc.) del producto final en destino. (103-2, 103-3, 416-2)

Tabla 9. Tipos de reclamos de clientes 2019 y 2020

Tipos de Reclamo	2019	2020
Reclamos de la calidad intrínseca	15	11
Reclamos en la logística	5	5
Total	20	16
Proceden	12	4
No Proceden	8	12

PRIVACIDAD DEL CLIENTE

En Peruvian Nature revisamos estrictamente toda comunicación oficial de carácter informativo, educativo y promocional, antes de su publicación, a través de un colaborador legal externo y del área de Aseguramiento y Control de Calidad. De esta manera, queremos evitar todo perjuicio hacia nuestra empresa y grupos de interés como lo tenemos definido en nuestro Código de Ética. Además, nos aseguramos de que toda información publicada en cualquier plataforma como Facebook, LinkedIn o email marketing sea revisada desde la Sub Gerencia General. Así mismo, la información

obtenida tanto de los clientes y prospectos nuevos no es difundida ni compartida; sólo se utiliza de manera interna para hacer prospección de venta y establecer relaciones comerciales. (102-17, 103-2, 103-3, 418-1)

No hemos presentado ningún reclamo por haber transgredido la privacidad del cliente, fuga de datos privados, competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia, o por todo tipo de información emitida por la empresa. (206-1, 418-1)





ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI





GRI	ASPECTO	UBICACIÓN EN EL DOCUMENTO
GRI 102	Contenidos Generales	
102-1	Nombre de la Empresa	Página 9
102-2	Actividades, Marcas Productos y servicios	Página 9, 31, 32
102-3	Ubicación de la sede	Página 25
102-4	Ubicación de las operaciones	Página 25
102-5	Propiedad y forma Jurídica	Página 25
102-6	Mercados servidos	Página 32
102-7	Tamaño de la organización	Página 34
102-8	Información de colaboradores	Página 71, 85, 86, 87,88
102-9	Cadena de Suministro	Página 47, 48
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	Página 29, 30, 53
102-11	Principio de Precaución	Página 65
102-12	Iniciativas Externas	Página 65
102-13	Afiliaciones o Asociaciones	Página 32
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	Página 7
102-15	Principales impactos, riesgos y oportunidades	Página 22
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	Página 11, 73, 88
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	Página 78, 84, 92
102-18	Estructura de gobernanza	Página 25
102-19	Delegación de autoridad	Página 25
102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	Página 25
102-21	Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales	Página 25
102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	Página 25, 82
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	Página 25
102-25	Conflictos de intereses	Página 73
102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de objetivos, valores y estrategia	Página 25
102-27	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	Página 25
102-28	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	Página 76
102-29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	Página 22

GRI	ASPECTO	UBICACIÓN EN EL DOCUMENTO
102-30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	Página 84
102-31	Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	Página 15
102-32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	Página 23
102-33	Comunicación de preocupaciones críticas	Página 81
102-34	Naturaleza y número total de preocupaciones críticas	Página 81
102-35	Políticas de remuneración	Página 76, 89
102-36	Proceso para determinar la remuneración	Página 76, 89
102-37	Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración	Página 23
102-40	Lista de grupos de interés	Página 22
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	Página 73
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	Página 22
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	Página 22
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	Página 22
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	Página 22
102-47	Lista de temas materiales	Página 22
102-48	Período Objeto del Informe	Página 22
102-49	Cambios en la elaboración de informes	Página 15
102-50	Periodo objeto del informe	Página 15
102-51	Fecha del último informe	Página 15
102-52	Ciclo de elaboración de informes	Página 15
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	Página 94
102-54	Declaración de elaboración de informe de conformidad con los Estándares GRI	Página 7, 15
102-55	Índice de Contenidos GRI	Página 3
102-56	Verificación Externa	Página 94
GRI 103	Enfoque de gestión	
103-1	Explicación del tema material y cobertura	Página 22, 41
103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	Página 29, 38, 41, 44, 45, 51, 52, 53, 57, 58, 59, 61, 62, 65, 66, 67, 68, 69, 71,73, 76, 80, 81, 82, 88, 89, 91, 92





GRI	ASPECTO	UBICACIÓN EN EL DOCUMENTO
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Página 29, 39, 62, 65, 67, 69, 71, 76, 78, 80, 81, 82, 83, 84, 88, 89, 91, 92
GRI 201	Desempeño económico	
201-1	Valor económico directo generado y distribuido (VEGD)	Página 29
201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	Página 29, 44
201-3	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	Página 72
201-4	Asistencia recibida por el gobierno	Página 30
GRI 202	Presencia en el mercado	
202-1	Ratio de salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo	Página 88, 89
203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	Página 41, 67
203-2	Impactos económicos indirectos significativos	Página 30, 41
GRI 204	Prácticas de adquisición	
204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	Página 51
GRI 206	Competencia desleal	
206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas contra la libre competencias	Página 92
GRI 301	Materiales	
301-1	Materiales usados por peso o volumen	Página 43, 45
301-3	Productos reutilizados y materiales de envasado	Página 47, 67
GRI 302	Energía	
302-1	Consumo energético dentro de la organización	Página 57, 58
302-4	Reducción de consumo energético	Página 57
302-5	Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	Página 57
GRI 303	Agua y efluentes	
303-1	Interacción con el agua como recurso compartido	Página 61
303-2	Gestión de los impactos relacionados con los vertidos de agua	Página 62
303-3	Extracción de agua	Página 61
303-4	Vertido de agua	Página 62

GRI	ASPECTO	UBICACIÓN EN EL DOCUMENTO
303-5	Consumo de agua	Página 61, 62
GRI 304	Biodiversidad	
304-2	Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad.	Página 65
304-4	Especies que aparecen en la lista roja de la UICN y en listados nacionales de conservación, cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones.	Página 65
GRI 305	Emisiones	
305-1	Emisiones directas de GEI	Página 59
GRI 306	Efluentes y residuos	
306-1	Vertido de aguas en función de su calidad y destino	Página 62
306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	Página 67, 68
306-3	Derrames significativos	Página 62
306-4	Transporte de residuos peligrosos	Página 37
GRI 307	Conformidad ambiental	
307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	Página 69
GRI 308	Evaluación ambiental del proveedor	
308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	Página 51, 52, 53
GRI 401	Empleo	
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	Página 73
401-2	Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	Página 71, 76
401-3	Permiso parental	Página 72
GRI 402	Manejo de relaciones laborales	
402-1	Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	Página 73, 81
GRI 403	Salud y seguridad ocupacional	
403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Página 82, 83, 84, 85
403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	Página 82, 83, 84, 91
403-3	Servicios de salud en el trabajo	Página 82, 83, 84, 85
403-4	Participación de los colaboradores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	Página 82, 83, 84



GRI	ASPECTO	UBICACIÓN EN EL DOCUMENTO
403-5	Formación de colaboradores sobre salud y seguridad en el trabajo	Página 76, 80, 82, 83, 84
403-6	Fomento de la salud de los colaboradores	Página 76, 80, 82, 84, 85
403-7	Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los colaboradores directamente vinculados con las relaciones comerciales	Página 76, 80, 82, 85, 85, 91
403-8	Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Página 82, 83, 84
403-9	Lesiones por accidente laboral	Página 83
403-10	Dolencias y enfermedades laborales	Página 83, 84, 85
GRI 405	Diversidad e igualdad de oportunidades	
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	Página 78, 86
405-2	Ratio de salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres.	Página 78, 88, 89
GRI 406	No discriminación	
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	Página 78, 89
GRI 407	Libertad de asociación y negociación colectiva	Página 39
407-1	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	Página 73
GRI 408	Trabajo infantil	
408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	Página 53, 71, 73
GRI 409	Trabajo forzado	
409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	Página 53, 73
GRI 410	Prácticas de seguridad	
410-1	Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos	Página 84
GRI 413	Comunidades locales	
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	Página 51, 68
GRI 416	Salud y seguridad del cliente	
416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	Página 53, 91

GRI	ASPECTO	UBICACIÓN EN EL DOCUMENTO
416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	Página 92
GRI 417	Marketing y etiquetado	
417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	Página 37
417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios.	Página 39
417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	Página 39
GRI 418	Privacidad del cliente	
418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	Página 92



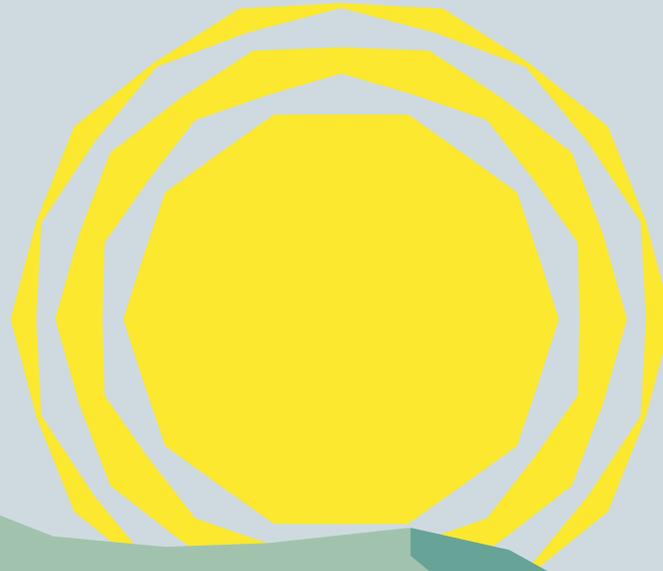


RESPONSABLES DE LA ELABORACIÓN DEL REPORTE



RESPONSABLES DE LA ELABORACIÓN DEL REPORTE (102-53)

Revisión del Reporte de Sostenibilidad 2019-2020 en Peruvian Nature:	Gabriela Llontop	gllontop@peruviannature.com
Elaboración del Reporte de Sostenibilidad 2019-2020 en Peruvian Nature:	Renatto Cánepa	canepa.renatto@gmail.com



CONTÁCTENOS

sales@peruviannature.com
+(511) 717 8720

Calle Las Gardenias Mz I,
Lote 12, Urb. Praderas de Lurín,
Lima - Perú

