



Reporte de sostenibilidad 2020

Leche Gloria

INDICE

01

Carta del Gerente

02

Cifras principales en el 2020

03

Somos Leche Gloria

04

Nutrición para todos

05

Crecemos Juntos

06

Protección del planeta

07

Índice GRI

BIENVENIDA

Carta del Gerente General

Estimados lectores,

Tengo el agrado de presentar a ustedes el Reporte de Sostenibilidad 2020 de Leche Gloria. Este año ha sido muy complejo y desafiante para todos. Sin embargo, nos ha permitido fortalecer nuestra resiliencia y solidaridad para cumplir con el compromiso que Leche Gloria asumió hace 79 años, mantener abastecidos a todos los hogares peruanos con productos de la más alta calidad.

Cumplir con este compromiso y cuidar la salud de nuestros colaboradores continúa siendo nuestra prioridad, principalmente por los efectos del COVID-19. Implementamos el “Plan de vigilancia, prevención y control de COVID-19 en el trabajo”, en el cual se estableció protocolos y adecuaciones para brindar el cuidado y protección necesaria a todos los colaboradores.

Realizamos alianzas con diversas instituciones para brindar apoyo durante esta difícil situación. Llevamos a cabo la cruzada “Yo soy Arequipa” para hacer entrega de una planta de oxígeno medicinal al Hospital Regional Honorio Delgado. Además, donamos alrededor de 2,000 toneladas de alimentos lácteos a familias vulnerables y distribuimos equipos de bioseguridad en mercados para contribuir al cuidado de la salud de las personas.

Desde que empezó la pandemia, quisimos estar más cerca de nuestros socios ganaderos, quienes nos proveen de la mejor leche del Perú y son parte fundamental de la familia Gloria. Durante el 2020, recogimos más de 673,000 toneladas de su producción de leche ininterrumpidamente e invertimos más de un millón de soles en el desarrollo de la ganadería.

Pensando en la comodidad y seguridad de nuestros clientes, aceleramos el lanzamiento de nuestra plataforma de venta *on line*, avanzando así en nuestro proceso de digitalización. Ahora nuestros productos están presentes en diversas tiendas de *e-commerce* y servicios de *delivery*.

Nuestra labor obtuvo el reconocimiento como la segunda compañía con mayor compromiso y responsabilidad social del país, según el Ranking de Empresas Más Responsables durante la Pandemia, elaborado por Merco en su edición “Merco de Responsabilidad y Gobierno Corporativo Perú 2020”. Asimismo, Leche Gloria fue la marca más recordada por los peruanos, liderando el ranking con 17% de

recordación, en el estudio Marcas 2020. Además, fue la única marca que creció 7 puntos en recordación con respecto al año anterior.

Como parte de nuestra lucha contra la anemia y la desnutrición, adaptamos nuestros programas para promover hábitos saludables a formatos virtuales, logrando capacitar a 924,821 familias en temas de salud y nutrición. Junto a La Buena Nutrición, difundimos conocimiento en salud y fomentamos la investigación científica.

79 años acompañando a millones de peruanos en cada etapa de sus vidas es nuestra razón de seguir adelante. Los invito a revisar el detalle del trabajo que venimos realizando y reitero para este 2021 nuestro compromiso con el abastecimiento y apoyo en los desafíos que este bicentenario nos traiga.

Valeria Flen Silva
Gerente General de Leche Gloria S.A.

Cifras principales del 2020

Somos Leche Gloria



+ 673,000 TN
de leche
acopiadas



S/ 1,078'332,000
invertidos en el desarrollo
de la ganadería



+ 200,000 puntos de ventas
mayoristas y minoristas



27,727 de km recorridos cada día para
el acopio de leche



924,821
Familias capacitadas
en hábitos saludables
y nutrición



8 000,000 de peruanos
vulnerables atendidos a través
del Vaso de Leche y Qali Warma



3,599 MM de
soles en ventas de
todas las unidades de
negocio



1 planta de oxígeno
donada en Arequipa durante la
pandemia por el COVID-19



7,000 tomas de pruebas COVID-19 a
nuestros trabajadores para su seguridad



2 189 toneladas de
alimentos lácteos donados
por la pandemia



**Créditos
blandos** para
capital de trabajo de
nuestros socios
ganaderos

78 años
comprometidos
con la nutrición
de tu familia

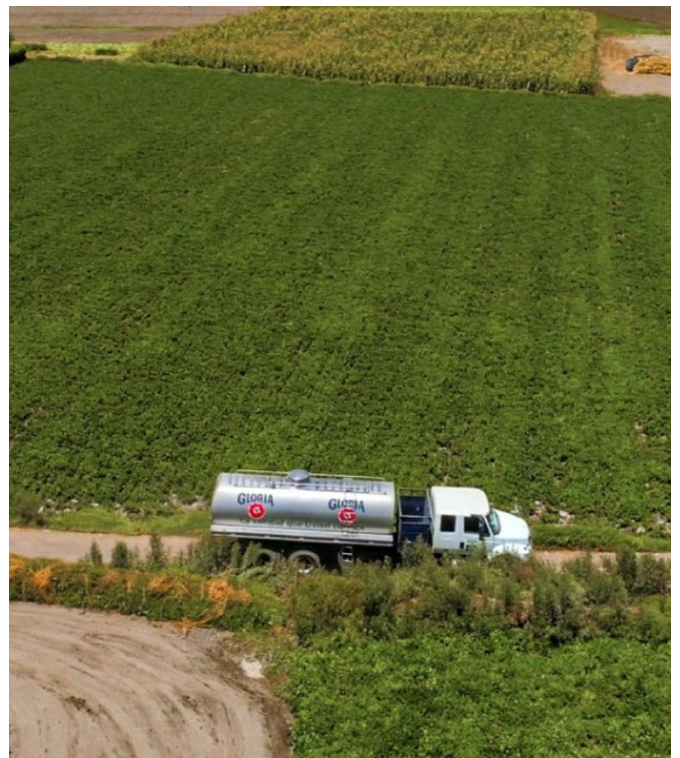
Somos Leche Gloria

Nuestra organización

Somos Leche Gloria, la mayor empresa de lácteos en Perú y una de las más importantes de Latinoamérica.

Desde nuestra fundación en la ciudad de Arequipa, hace 78 años, estamos comprometidos en contribuir con el bienestar de las familias peruanas, llevando alimentos saludables, ricos y nutritivos a los hogares de millones de peruanos.

Nuestro trabajo sostenido y esforzado a lo largo de casi ochenta años, nos ha permitido mantener el liderazgo como una de las marcas peruanas más valiosas y de mayor recordación en nuestro país.



Misión, visión y valores

Trabajamos para producir alimentos ricos, saludables y nutritivos que generen un impacto positivo en nuestra sociedad, respetando el medio ambiente.

MISIÓN

Desarrollar los mercados de alimentos con productos ricos, nutritivos y accesibles, de forma eficiente y sustentable, asegurando la calidad, el cuidado de las personas y un futuro más saludable.

VISIÓN

Ser la mejor empresa de alimentos en Latinoamérica, reconocida por nuestro aporte a la nutrición, sustentabilidad, innovación y desarrollo de talento de nuestros colaboradores.

VALORES

- ⇒ **Nos comprometemos:** Hacemos lo que prometemos.
- ⇒ **Aprendemos:** A diario y con excelencia.
- ⇒ **Ejecutamos:** Hacemos que las cosas pasen.

Parte del Grupo Gloria

Formamos parte del Grupo Gloria, que está integrado por más de 50 empresas que generan sinergias y operan en los sectores de alimentos, cemento, papel, agroindustria, transporte y servicios.

En los últimos años, el Grupo ha registrado un importante crecimiento a nivel internacional y, actualmente, tiene operaciones en siete países de la región y realiza exportaciones a más de 50 países del mundo.



Buen Gobierno Corporativo

Como parte de nuestras acciones para asegurar un buen gobierno corporativo, contamos con el Estatuto Social de Leche Gloria, que sigue los pilares estipulados para las sociedades peruanas aprobados por la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV). Este documento delimita los derechos de los accionistas y establece las funciones de la Junta General de Accionistas, el Directorio y la Gerencia General.

Nuestros órganos de gobierno son:

Órgano de gobierno	Funciones
Junta General de Accionistas	Órgano supremo de la sociedad encargado de la aprobación de la política de retribución del Directorio, la aprobación de los estados financieros y el nombramiento de los miembros del Directorio.
Directorio	Aprobar y dirigir la estrategia corporativa de la sociedad; establecer objetivos, metas y planes de acción, controlar y supervisar la gestión; así como encargarse del gobierno de la sociedad.
Gerencia General	Cumplir y velar por el cumplimiento de la política de entrega de información oportuna al Directorio para que estos adopten decisiones debidamente informadas y se mantengan al tanto de los principales hechos que atañen a la sociedad. Asimismo, es el órgano encargado de la administración de la sociedad.

Llevamos a cabo una gestión integral de riesgos, definiendo roles, responsabilidades y líneas de reporte, y efectuamos auditorías internas y externas.

Por último, cumplimos con la transparencia de la información, difundiendo anualmente nuestros Estados Financieros auditados, Memoria Anual y Reporte de Buen Gobierno Corporativo regulados por la Superintendencia del Mercado de Valores -SMV y publicado en nuestra página web.

Cultura ética y anticorrupción

El comportamiento ético es un compromiso de nuestra organización, por ello, velamos por el cumplimiento de las leyes que nos aplican y las distintas políticas internas de Leche Gloria.

Cumplimos con la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la normatividad vigente y la Constitución Política del Perú. Además, velamos por las condiciones de trabajo justo de nuestros proveedores y colaboradores.

Hemos implementado un *compliance* anticorrupción junto a una consultora externa, estableciendo una política de prevención de corrupción, lavado de activos, financiamiento del terrorismo y nuestro Código de Ética.

La plataforma **"Gloria Te Escucha"** forma parte de nuestros mecanismos de quejas y reclamos. Es administrada por un tercero independiente que permite que cada uno de nuestros colaboradores, proveedores y clientes pueda reportar

de manera responsable algún hecho o suceso ilícito o antiético que vaya en contra de nuestras normas internas y de nuestro Código de Ética, las cuales pueden afectar el progreso de nuestra empresa, nuestras relaciones con nuestros grupos de interés, así como el desarrollo profesional y personal de nuestro equipo.

Los reportes son atendidos por nuestro Comité de Ética, quienes son los encargados de investigar y tomar las acciones necesarias para cada caso.

	2019	2020
Nº total de denuncias realizadas a través de la línea ética	187	19
Nº total de acciones correctivas implementadas como consecuencia de las denuncias	95(*)	9(*)
Nº total de investigaciones realizadas por denuncias a través de la línea ética	187	19
Principales temas implicados en la denuncia recibida	Incumplimiento de políticas y procedimientos	Incumplimiento de políticas y procedimientos

(*) Número sobre la base a denuncias cerradas, el resto fueron desestimadas, por lo tanto, no hay acciones correctivas.

A partir de las denuncias recibidas se implementaron mejoras en los procesos y se reforzaron controles de la empresa.

Asimismo, durante el 2020, realizamos capacitaciones virtuales referidas al buen gobierno corporativo a la gerencia general y a todos nuestros colaboradores de la Unidad Nacional de Alimentos en tres módulos:

- Prevención de corrupción
- Prevención de LA/FT
- Prevención de Prácticas anticompetitivas

Desarrollamos el Protocolo de Relacionamiento con funcionarios públicos y nos hemos adherido a Ley N°30424, que regula la responsabilidad administrativa de las personas jurídicas por el delito de cohecho activo transnacional.

Además, Leche Gloria participó en la evaluación virtual al Perú en el marco de la implementación de la “Convención para Combatir el Cohecho de Servidores Públicos Extranjeros en Transacciones Comerciales Internacionales” de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE).

Durante el 2020, no recibimos quejas sobre afectaciones a los derechos humanos, ni nos hemos visto involucrados en casos de corrupción.

Evaluación a terceros

Como parte de nuestra cultura ética y anticorrupción, buscamos trasladar nuestros estándares de cumplimiento a proveedores, clientes y contratistas.

En 2019, incorporamos el software **Cumpro 360** como parte de nuestro proceso de evaluación de terceros, sistema que permite automatizar el proceso de verificación de los terceros en las listas Dow Jones y descartar riesgos asociados a las empresas con las que trabajamos.

Durante el 2020, los proveedores de la Unidad Nacional de Alimentos (UNA) en proceso de homologación pasaron por el módulo de búsqueda de Cumpro360, cumpliendo así la revisión en listas restrictivas.

Premios

Este año 2020, hemos fortalecido el desarrollo de nuestra marca corporativa, obteniendo los siguientes reconocimientos:



Ranking Merco: En 2020, Leche Gloria fue reconocida como la segunda compañía con mayor compromiso y responsabilidad social durante la pandemia en el país, según el Ranking de Empresas Más Responsables durante la Pandemia elaborado por Merco en su edición “Merco de Responsabilidad y Gobierno Corporativo Perú 2020”.

Además, en el Ranking de Responsabilidad y Gobierno Corporativo Perú 2020, nos ubicamos en el tercer lugar a nivel del sector Alimentación. En el ranking general, logramos escalar 63 posiciones, situándonos en el puesto 29.



Marcas 2020: El estudio Marcas 2020, realizado por la consultora Arellano, precisa que Gloria es la marca más recordada por los peruanos. Gloria lideró el ranking con 17% de recordación, a gran distancia del segundo lugar, que alcanzó un 4%. Fuimos la única marca que creció 7 puntos en recordación con respecto al año anterior.



Ranking IPSOS Reputation Monitor 2020: Gloria fue reconocida como la marca que genera mayor confianza entre los consumidores, según el ranking, que evalúa anualmente la imagen corporativa de las empresas en la opinión pública.



InTarget: Gloria fue la marca mejor evaluada en el sector alimentos en el ranking que evaluó a las empresas con mejor desempeño durante la pandemia.

Nos reinventamos - Hitos frente al COVID

En el 2020 mantuvimos el compromiso de mantener abastecidos a todos los hogares peruanos con productos de la más alta calidad, así como apoyar a las familias más vulnerables afectadas por la pandemia.

El “**Plan de vigilancia, prevención y control de COVID-19 en el trabajo**” contiene los siguientes procedimientos y protocolos de seguridad:

- ⇒ Toma de temperatura con cámara termográfica, cabinas de desinfección y estaciones de lavado de manos en el ingreso y salida de los colaboradores de cada turno de trabajo.
- ⇒ Ampliación de rutas y flota de buses para disminuir el aforo de trabajadores por bus.
- ⇒ Uso obligatorio y entrega de doble mascarilla y caretas protectoras.
- ⇒ Entrega de alcohol medicinal 96°.



- ⇒ Acondicionamiento de espacios de trabajo, rutas de tránsito, comedor y salas de reuniones para cumplir con los requisitos sanitarios y condiciones de distanciamiento y aforo.
- ⇒ Trabajo remoto, rotación de asistencia presencial y salidas escalonadas para reducir aforo en espacios de trabajo y vestidores.
- ⇒ Separadores de acrílico en el comedor y desinfección después de cada uso. Se otorgan Kits de cubiertos embolsados.
- ⇒ Toma de pruebas de descarte del virus.
- ⇒ Implementación de líneas telefónicas con médicos infectólogos y psicólogos para asesoría y acompañamiento médico y psicológico para trabajadores y sus familiares.
- ⇒ Difusión de protocolos de seguridad y medidas de prevención.



Adicional a ello, se decidió que los colaboradores con comorbilidades no asistirían a laborar y que contarían con licencia con goce de compensación. En cuanto a los colaboradores que retornan de vacaciones, se les realiza una prueba serológica.

Durante el inicio de la pandemia se realizaron campañas de despistaje al personal, logrando realizar 7,000 pruebas de detección de COVID-19.

Desde que empezó la pandemia, hemos estado más cerca de nuestros socios ganaderos, recogiendo más de 673,000 toneladas de su producción de leche los últimos 12 meses ininterrumpidamente. Les brindamos:



Asesoría técnica, capacitación, mejoramiento genético, tecnificación y servicios veterinarios.



Créditos blandos para capital de trabajo, financiándole solo en los últimos dos meses más de 6,000 toneladas de alimento a precio de costo, que pueden pagar hasta en un año con su propia producción.

Además, hemos realizado diversas alianzas para poder sumar esfuerzos y llevar ayuda inmediata y efectiva a las familias más afectadas. Algunas de nuestras acciones fueron:

- Llevamos a cabo la cruzada "Yo Soy Arequipa", junto a Yura y Supermix, para hacer entrega de una planta de oxígeno medicinal al Hospital Regional Honorio Delgado.
- 2,189.11 toneladas de alimentos lácteos como leche enriquecida, yogurt, bebidas, quesos, entre otros, y no lácteos como cereales, panetones, jugos y néctares.
- Distribución de equipos de bioseguridad en mercados.
- Apoyo para la llegada del primer lote de vacunas.

Con respecto a nuestros proveedores, solicitamos que todos aprueben su Plan para la Vigilancia, Prevención y Control de COVID-19 en el Trabajo y les comunicamos las nuevas medidas de control en la recepción de materiales establecidos en nuestro Plan de Emergencia.

Por otro lado, dispusimos que las homologaciones a proveedores quedaban suspendidas el tiempo que durara la cuarentena y se estableció la reanudación de estas de manera remota.

Nuestro negocio

Nacimos como una empresa lechera, sin embargo, con el paso de los años nos hemos diversificado, buscando satisfacer las nuevas necesidades de nuestros consumidores. Hoy, contamos con una amplia gama de productos, agrupados en 5 categorías: leche y derivados, mezclas lácteas, bebidas, conserva de pescados y alimentos no lácteos.

Principales líneas de negocio



A pesar del contexto, nuestra principal prioridad durante el 2020 fue asegurar que nuestros productos no dejen de estar presentes en las mesas de los hogares peruanos. Tuvimos dos metas prioritarias:

- Asegurar el abastecimiento de los productos de primera necesidad.
- Evitar la especulación de precios, asegurando la oferta para hacer frente a la escasez.

Aseguramos el crecimiento de nuestras ventas debido a tres aspectos principales:

- El crecimiento del consumo en el hogar.
- La revalorización de la cocina y repostería dentro del hogar.
- La revalorización de los beneficios de una buena nutrición.

Las ventas en el 2020 fueron S/ 3,599 millones, 5.6% superior a las ventas del año 2019. En este aspecto se concentró debido al incremento en las ventas de leche evaporada (S/ 2,121 millones), yogurt (S/561 millones) y derivados lácteos (S/284 millones), además del incremento en mercaderías con S/ 166 millones en el 2020 principalmente en alcohol, azúcar y conservas de pescado, producto de una fuerte demanda por las medidas de seguridad, la cuarentena y la tendencia a comprar productos de larga duración.

Composición de ventas en el 2020, según categoría

Ventas por unidades de negocio	En millones de soles		En miles toneladas	
	2019	2020	2019	2020
Leche evaporada	1,934	2,121	366	385
Leche fresca UHT	344	284	116	96
Yogurt	535	561	129	134

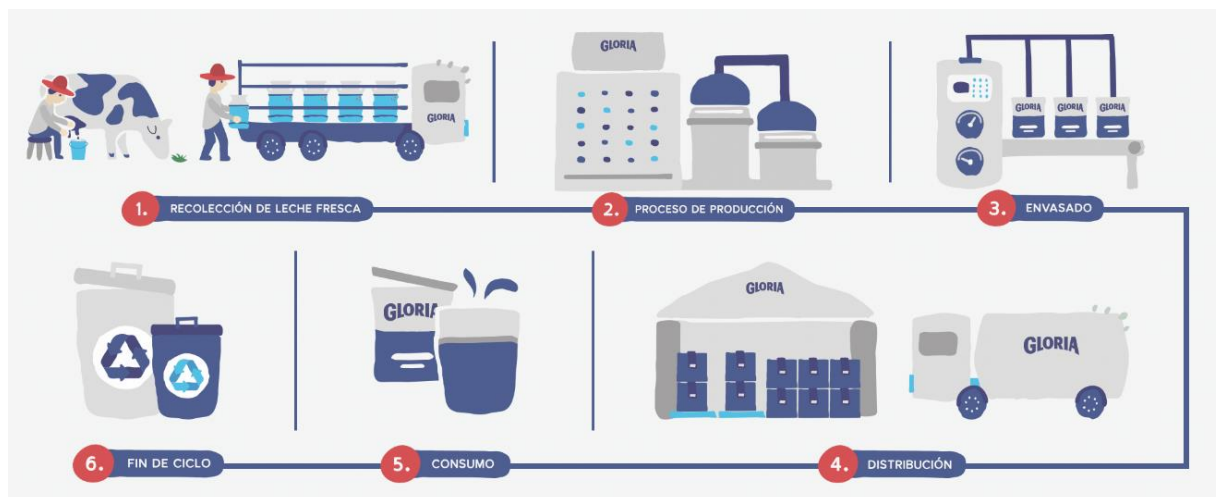
Derivados lácteos (queso, leche en polvo, base helados, mantequilla, manjar blanco, condensada)	264	284	21	19
Bebidas no carbonatadas (jugos, refrescos, té, agua)	138	113	95	83
Mercaderías (conservas, café, mermelada, compota, azúcar, panetón, cereales, barra de cereal, modificadores lácteos, gelatina, snacks)	115	166	11	22

Composición de ventas en el 2020, según zona geográfica

Ventas por zona geográfica	En millones de soles*		En miles toneladas	
	2019	2020	2019	2020
Norte	472	533	93	103
Sur	401	414	92	91
Lima	1,718	1,842	392	393
Centro oriente	437	467	87	91
Exportaciones	302	267	74	62

Cadena de valor

Incorporamos la gestión responsable en todas las fases de nuestra cadena de valor, desde el acopio de leche fresca hasta la gestión de los residuos que generamos, impactando de manera positiva a todos los actores de nuestro ecosistema.



- Recolección de leche fresca: La cadena de valor de Gloria se inicia con el desarrollo de la ganadería lechera capacitando a 19,000 familias ganaderas, lo cual les proporciona un ingreso fijo y el desarrollo de sus comunidades.
- Proceso de producción: Nuestras plantas procesan 2 millones de litros de leche al día. Contamos con la más alta tecnología, el mejor equipo humano y el respaldo de certificaciones internacionales para asegurar los más altos estándares de calidad y satisfacer las necesidades nutricionales de las familias peruanas.
- Envasado: Las latas de hojalata que usamos en Gloria poseen la mayor tasa de reciclaje del mundo, lo cual permite la conservación de alimentos reduciendo la generación de desperdicios.
- Distribución y comercialización: Nuestros camiones recorren todo el Perú diariamente, llevando nuestros productos hasta los lugares más alejados. Hemos desarrollado una red de distribución que opera en todas las regiones.
- Consumo: Contamos con una amplia gama de productos lácteos y alimenticios que son accesibles y, al mismo tiempo, brindan los nutrientes necesarios para llevar una dieta balanceada y nutritiva.
- Fin del ciclo: sabemos que el reciclaje cumple un rol importante en la reducción de la huella de carbono. Por ese motivo, promovemos campañas de reciclaje y reutilización de latas para contribuir al consumo sostenible.

Plantas de producción

Contamos con **tres** plantas de producción:

1. Complejo industrial Huachipa:
Es la planta de leche evaporada más grande a nivel mundial. Aquí se fabrica leche UHT, leches saborizadas, yogurt, néctares, leche condensada, mantequilla, quesos y otros productos.
2. Planta Arequipa:
Fundada en 1941, la planta es uno de los emblemas de la industria láctea en el Perú. Gracias a una inversión de US\$ 30 millones, se cuenta con la primera línea aséptica para la elaboración de productos lácteos que no necesitan refrigeración.
3. Planta Cajamarca:
Esta planta está especializada en derivados lácteos.

Desempeño económico del 2020

Somos líderes en el mercado total de leches industrializadas con una participación de mercado de 76.7%. El principal segmento está constituido por las leches evaporadas, con un 79.8% de participación, seguido por el segmento de leches pasteurizadas con 68.8%.

En el año 2020, obtuvimos una utilidad operativa de S/ 377.9 millones, superior en 48.0% a la utilidad operativa del año 2019 de S/ 255.4 millones. Los gastos operativos incluyen cargas de personal, servicios de terceros, publicidad, honorarios y comisiones, entre otros.

Nuestros principales indicadores financieros de nuestra gestión en el 2020 expresados en millones de soles son:

2020	Leche Gloria S.A.
Pago a proveedores de bienes y servicios en Perú	2,099
Pago de Tributos e Impuesto a la renta	245
Inversiones en Activo fijo	18
Pago de remuneraciones y beneficios sociales	140

Innovación

El contexto del COVID -19 nos permitió consolidar la llegada directa a los minoristas con el proceso de digitalización, se fortaleció la venta no presencial, a través del e-commerce, servicios de *delivery* y plataformas de televenta.

En 2021 se potenciará la estrategia de innovación, enfocada principalmente en dos tendencias: accesibilidad y buena nutrición.

Excelencia operativa y ecoeficiencia

En el 2020, se lograron eficiencias en optimización/reducción de costo por S/ 36.8 millones. Implementamos las siguientes iniciativas:

Sistema TPM & 5 S (COLPA)

Con el objetivo de aumentar la eficiencia y productividad de nuestras operaciones hemos implementado el **Sistema TPM**, con el **método de las 5S (COLPA)**. Esta es una técnica de gestión que se basa en cinco principios para lograr lugares de trabajo mejor organizados, más limpios, más ordenados y, en definitiva, más productivos. Esta iniciativa nos ayudó a tener las áreas de trabajo limpias y ordenadas los 365 días del año.

Actualmente tenemos un avance de 80% de su implementación en las plantas, con miras a llegar al 90% en el 2021. Una planta ordenada y limpia parte de una cultura de hábitos de los colaboradores, y los resultados son altamente efectivos en términos de mejora de la calidad, productividad, reducción de costes e, incluso, evitar accidentes.

Food Safety System Certification

Nuestra planta de Arequipa se certificó en el **estándar FSSC 22000** (Food Safety System Certification) en todas sus líneas, el cual establece requisitos de gestión de la inocuidad alimentaria, incorporando procedimientos para prevenir el fraude alimentario, las potenciales situaciones de sabotaje y un programa de gestión de alérgenos alimentarios.

Cientes

Cerca del 40% de nuestras ventas se comercializa a través de DEPRODECA, empresa del Grupo Gloria responsable de la gestión comercial de la compañía. Además, contamos con una importante red de distribución con más de 200,000 puntos de venta mayoristas y minoristas.



En 2020 la emergencia sanitaria por el COVID-19, nos hizo enfrentar el reto de acelerar el lanzamiento de nuestra plataforma de venta online, que nos habíamos propuesto como parte de nuestra estrategia de crecimiento y para estar más cerca del consumidor final. Ahora nuestros productos están presentes en las tiendas online Linio, Juntoz, Cornershop, Freshmart y servicios de *delivery*.

En cuanto al servicio al cliente, potenciamos las plataformas de televenta debido a que las visitas presenciales estuvieron restringidas.

Vaso de leche y Qali Warma

Desde hace 21 años colaboramos con diferentes programas del Estado como El Vaso de Leche, a cargo de los gobiernos locales, y Qali Warma (desayunos escolares). Juntos representan aproximadamente el 15 % de nuestras ventas.

Sin embargo, durante el 2020, el programa Qali Warma tuvo un gran impacto por la pandemia y la ausencia de clases presenciales. El segmento de leches pasteurizadas decreció en 14.3%.

	2018	2019	2020
Ingresos generados a través de los programas sociales	412,533,171	397,467,854	343,608,515
Qali Warma	224,379,496	232,136,413	175,740,842

	2018	2019	2020
Vaso de Leche	169,169,029	165,315,521	167,394,365
Otros	18,982,628	13,901	471,288
Nº total de beneficiarios por programas sociales	7,800,000	8,000,000	8,000,000
Qali Warma	3,800,000	4,000,000	4,000,000
Vaso de Leche	4,000,000	4,000,000	4,000,000

Nuestro compromiso con la sostenibilidad

Para alcanzar nuestra visión, trabajamos en **tres dimensiones** que nos permiten generar valor, no solo para nuestros consumidores y clientes, sino para las personas, el medio ambiente y las comunidades en las que operamos.



1. **Nutrición para todos:** Producimos alimentos de alta calidad, valor nutricional y asequibles a todos.
2. **Creemos juntos:** Impulsamos a nuestros empleados, socios ganaderos y proveedores para que se desarrollen y crezcan junto con nosotros.
3. **Protección del planeta:** Aseguramos operaciones responsables e invertimos en nuevas tecnologías que ayuden a reducir el impacto de nuestras actividades.

Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS

Nuestras prioridades en cada una de estas tres dimensiones se encuentran alineadas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas.

Nuestras prioridades de sostenibilidad¹

Nutrición para todos	Crecer juntos	Protección del planeta
   • Salud y nutrición • Inocuidad alimentaria • Publicidad responsable • Satisfacción del cliente • Libre competencia • Incidencia política • Innovación	   • Ética y cumplimiento • Gobierno corporativo • Abastecimiento de materias primas y desarrollo ganadero • Proceso de distribución • Seguridad y Salud ocupacional • Desarrollo del talento • Derechos humanos • Desarrollo local	   • Gestión del agua • Gestión de residuos • Emisiones • Eco eficiencia • Energía • Empaques • Cambio climático

¹ Alineados a los Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos por las Naciones Unidas en la Agenda 2030.

Somos parte del Dairy Sustainability Framework (DSF)

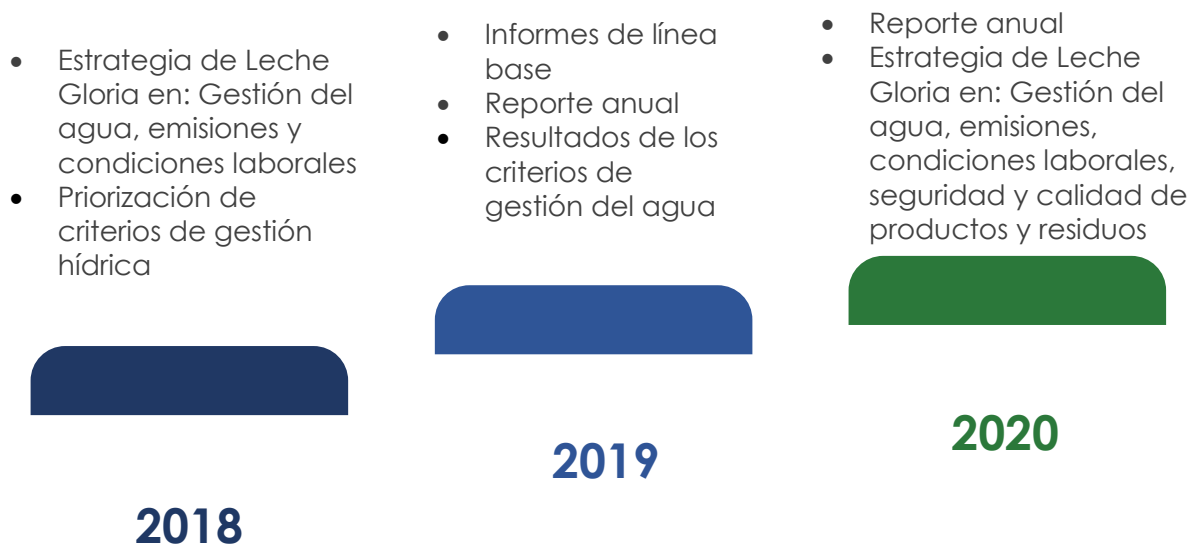
Desde el 2018, Gloria es miembro internacional del **Dairy Sustainability Framework (DSF)**, organización internacional que promueve el compromiso con el alineamiento sostenible del sector lácteo en el mundo. Esta iniciativa es parte de nuestro compromiso de colaborar con el sector lácteo y abordar los criterios clave de sostenibilidad del sector.



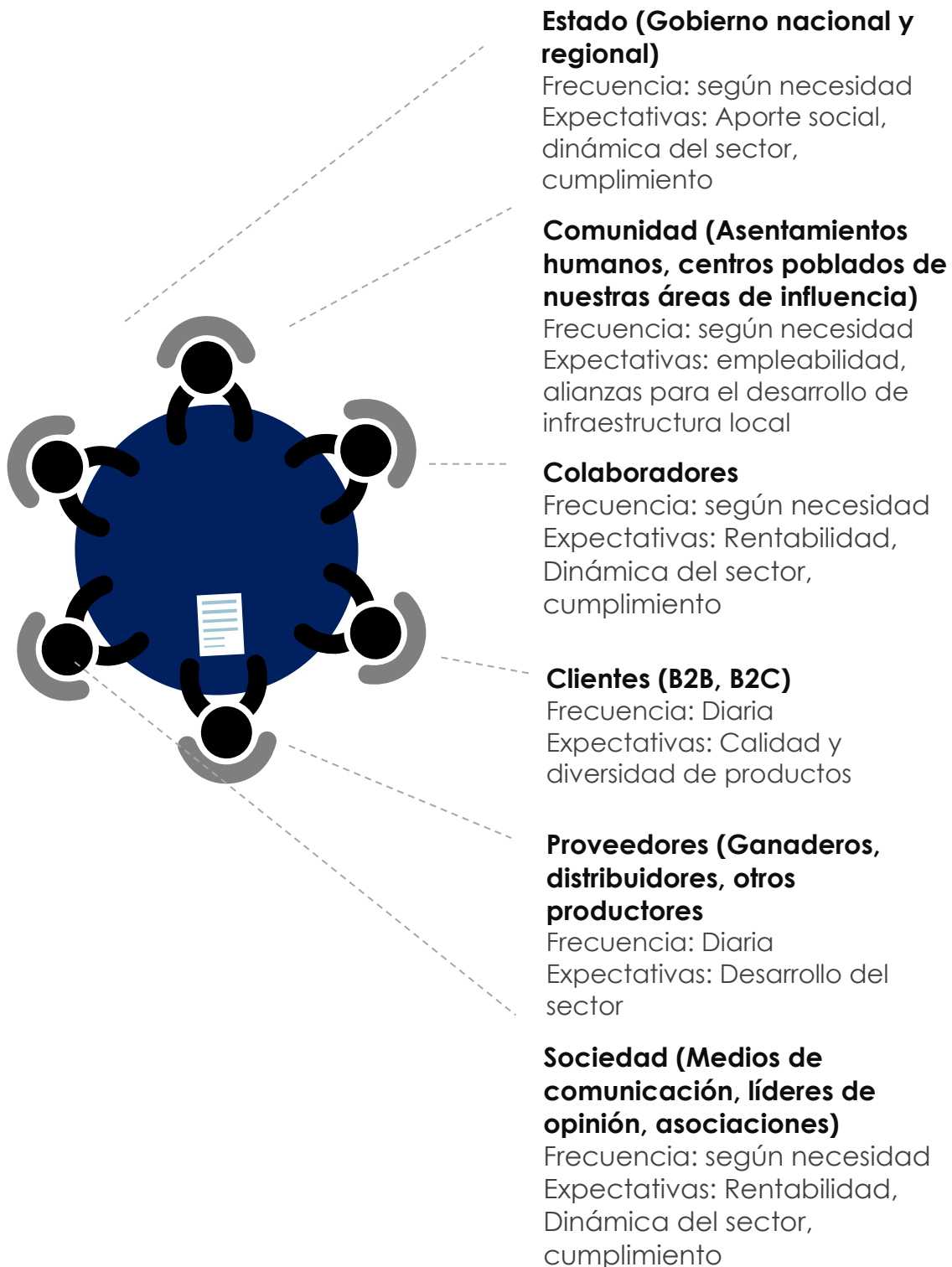
Como miembros de este proyecto, presentamos anualmente un informe de gestión donde mostramos haber cumplido con los criterios de sustentabilidad acordados.

Entre sus líneas de acción destaca la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, gestión de residuos, manejo de agua y/o suelo, fomento de economías rurales, calidad del producto, entre otras.

Nuestros hitos relevantes:



Nuestros grupos de interés y mecanismos de relacionamiento



Materialidad

Nuestros temas materiales han sido definidos a través de un proceso de identificación, definición y priorización de asuntos relevantes para el negocio en materia ambiental, social y económica junto a nuestros grupos de interés.

En el 2020, delimitamos una lista de asuntos relevantes de acuerdo a las tendencias y al contexto socio-económico para nuestra industria, así como en base a nuestro desempeño y desafíos. Los 22 asuntos que establecimos fueron evaluados, ajustados y priorizados a través de un panel con gerentes y líderes.

Para este ejercicio, los asuntos de alta relevancia para nosotros fueron valorados por nuestros grupos de interés para identificar sus percepciones y expectativas sobre nuestro desempeño.

En este proceso, encontramos que para nuestros grupos de interés es de gran importancia que nos preocupemos por la satisfacción de nuestros clientes y por brindarles productos seguros y de calidad. La ética y cumplimiento es otro tema considerado de relevancia, ya que se espera que nuestra manera de actuar como empresa sea transparente e íntegra. Asimismo, se considera vital para nuestro negocio fomentar relaciones justas con nuestros proveedores y socios ganadero. En cuanto a salud y nutrición, se identificó que, nuestra contribución el altamente valorada ante las necesidades nutricionales en nuestro país. Finalmente, la publicidad responsable y comunicación oportuna al consumidor es fundamental para generar relaciones duraderas y de confianza.

Materialidad de Leche Gloria

Relevancia para los grupos de interés																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
---------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Nutrición para todos

Productos ricos, saludables y nutritivos

Como parte de nuestra propuesta de valor, creamos productos enfocados en las necesidades de nuestros consumidores. Contamos con un amplio portafolio de productos, creados a partir de grandes esfuerzos de investigación e innovación, que nos permiten responder las nuevas necesidades y estilos de vida.



LÁCTEOS

Leches y Mezclas Lácteas



DERIVADOS LÁCTEOS

Yogurt, mantequilla, queso, crema de leche, leche condensada, manjar y otros lácteos



BEBIDAS

Agua, té, refrescos, bebidas de frutas y bebidas vegetales



ALIMENTOS

Panetón, conserva de pescado, mermelada y modificadores lácteos

Variedad de productos

Actualmente, contamos con más de 10 variedades de productos a base de leche y productos lácteos en nuestro portafolio. Algunas importantes son:

- Leche sin lactosa: En el 2018 lanzamos la leche Gloria sin lactosa que, a partir de una tecnología de ultrafiltración, separa la lactosa de la leche, sin afectar sus nutrientes, ni sabor. Está dirigida a personas con intolerancia a la lactosa.
- Leche Entera UHT: Este producto fue pensando para toda la familia. Se elabora a partir de leche fresca a la que se le añade vitaminas A, C y D.

Su alto contenido en proteínas y minerales como el calcio y el fósforo, promueven el crecimiento y el fortalecimiento de los huesos.

- Leche Evaporada Niños: Pensando en los más pequeños de la casa, elaboramos una nueva fórmula con doble DHA. Este producto está específicamente dirigido a niños, especialmente entre 2 y 5 años y contribuye al aprendizaje y desarrollo cerebral.
- Pura Vida: Pensando en el objetivo de combatir la desnutrición de nuestro país, nace Pura Vida. Cubre todas las necesidades nutricionales, cuenta con un gran aporte proteico y está fortificada en hierro y zinc; todo ello con un precio 30% menor al de la leche evaporada.

Nutrición y leche

Nuestra emblemática Leche Evaporada viene acompañando el crecimiento de muchas generaciones de peruanos y forma parte de la cultura culinaria del país.

Es una leche evaporada enriquecida con vitaminas A y D, fuente natural de proteínas y minerales como el calcio y el fósforo. Las proteínas son nutrientes que promueven el crecimiento y contribuyen a conservar la masa muscular y los minerales calcio y fósforo, ayudando a mantener fuertes los huesos y dientes.



Productos cada vez más saludables

Como parte de nuestro compromiso con la nutrición saludable, realizamos esfuerzos para que nuestra misión y productos estén alineados. Ello ha ido de la mano con la innovación, la investigación y el uso de nuevas tecnologías.

Uno de nuestros objetivos ha sido la reducción del azúcar, especialmente en los alimentos dirigidos a los niños. En el 2020, logramos reducir:

70%

del azúcar en
nuestra línea de
Yogurt

85%

del azúcar en la
línea de BNAC

5%

del azúcar en
nuestra línea de
alimentos

40%

del azúcar en
leches UHT

Lucha contra la anemia y desnutrición

En la lucha contra la anemia y la desnutrición, nuestro compromiso está orientado a la mejora continua del perfil nutricional de todos nuestros productos. Trabajamos para que nuestros productos contribuyan a revertir esta problemática nutricional.

25 productos fortificados con hierro

53 productos fortificados con vitamina C y zinc

Etiquetado y publicidad responsable

El etiquetado de alimentos es el principal medio de comunicación con nuestros consumidores. En Gloria, tenemos el compromiso de brindar información oportuna y detallada, así como un etiquetado claro y transparente para fomentar decisiones informadas en nuestros clientes.

Este año 2020, hemos logrado que el 81% de nuestros productos cuenten con información GDA (Guía Diaria de Alimentación) sobre el aporte de energía por porción, y que el 100% tengan información nutricional.

Etiquetado	2019		2020	
	%	Nº	%	Nº
Aporte de energía por porción	73%	226	81%	203
Información nutricional	87%	271	99%	248
Claims Nutricionales	74%	228	76%	190

Somos conscientes de la importancia que la publicidad ejerce en la educación y concientización de los consumidores. Por eso, impulsamos una comunicación orientada al bienestar que sea responsable, honesta y transparente. Nuestra publicidad pasa por un proceso de rigurosa revisión antes de ser emitida en diversos medios.

Calidad

En Gloria buscamos asegurar la satisfacción plena de las necesidades de nuestros consumidores y clientes. Para lograrlo, les entregamos productos nutritivos elaborados bajo estrictos estándares de calidad e inocuidad.

Certificaciones vigentes		Alcance	Actualización	¿Qué buscamos?
ISO 9001	Sistema de Gestión de Calidad	Lima y Arequipa	Versión 2015	Gestión de los procesos para asegurar la manufactura de nuestros productos conforme a nuestras especificaciones y requisitos del cliente.
ISO 22000 - Inocuidad de alimentos	Sistema de Gestión de Inocuidad de los alimentos	Lima y Arequipa	Versión 2018	Gestión de los procesos para asegurar la producción de alimentos inocuos, combinando los elementos de ISO 9001 y tomando como base los lineamientos del sistema HACCP.
Validación Técnica Oficial del Plan HACCP por DIGESA	Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos	Lima, Arequipa y Cajamarca	Norma Sanitaria sobre aplicación del Sistema HACCP del 2006	Aplicación de los principios de la gestión de riesgos a la manufactura de alimentos, con el objetivo de prevenir, reducir o eliminar los contaminantes (peligros), garantizando un alimento inocuo.
FSSC 22000	Sistema de Gestión de Inocuidad	Lima (leche evaporada y	Versión 5.0	Gestión de los procesos para asegurar la producción de alimentos inocuos, tomando como base la ISO 22000,

Certificaciones vigentes		Alcance	Actualización	¿Qué buscamos?
Food Safety System Certification	de los alimentos	condensada) y Arequipa (todas las líneas)		elementos propios del sistema FSSC 22000 como el programa de control de alérgenos, fraude y defensa alimentarios, con un enfoque en la gestión de la seguridad alimentaria.
OHSAS Occupational Health and Safety Assessment Series	Sistema de Gestión de la Salud y Seguridad en el Trabajo	Lima	2007	Gestión de los procesos para asegurar la producción de alimentos en un entorno donde se prevengan los accidentes y riesgos laborales, se fomente la salud en el trabajo, y se realice una eficaz gestión de riesgos en seguridad y salud de los trabajadores.
OEA Operador económico Autorizado, certificado por SUNAT	Sistema de Gestión en Control y Seguridad (SGCS)	Lima y Arequipa: líneas de manufactura	2018	Gestión de los procesos para asegurar una cadena de suministro controlada que prevenga las actividades ilícitas, garantice la seguridad del transporte de mercancías y realice buenas prácticas para reducir los riesgos en las instalaciones, las personas y la carga en el comercio internacional.
BASC (Business Alliance for Secure Commerce)	Sistema de Gestión en Control y Seguridad (SGCS)	Lima: almacenes de Exportaciones	Versión 5-2017	Es un estándar privado, con un espíritu similar al OEA.

Durante el 2020, a pesar de la pandemia, hemos continuado realizando auditorías. El 50% fueron realizadas de manera presencial y el otro 50% de manera virtual. Las auditorías virtuales han sido igual de exigentes que las presenciales e incluso han solicitado más información.

Cultura nutricional

Desde nuestros inicios, nos consideramos una empresa estrechamente ligada a la nutrición y a la salud. En ese marco, nuestra misión es brindar lineamientos basados en investigación científica, nutrición y salud para el desarrollo de productos nutritivos y promover estilos de vida saludable, a través de una cultura nutricional sostenible para el bienestar integral de las familias.

Nos basamos en tres pilares:



Soporte y vigilancia nutricional en alimentos

Proporcionar productos nutricionalmente equilibrados y generar lineamientos internos en base a tendencias actuales en alimentos, nutrición y salud.



Cultura nutricional

Educar y generar conciencia en la nutrición para mejorar la calidad de vida de las personas.



Investigación científica

Asesorar, realizar y difundir estudios de investigación aplicados en la ciencia de la nutrición con ética profesional.

Promoción de estilos de vida saludables

Desde el 2015, ejecutamos campañas preventivo-promocionales para mejorar el estado nutricional de la población y fomentar estilos de vida saludables.

Implementamos el programa **Centro Móvil de la Buena Nutrición**, realizado a nivel nacional, con el objetivo de desarrollar intervenciones donde ofrecemos consultorías y asesorías nutricionales, sesiones demostrativas a cargo de chefs y nutricionistas, talleres para mejorar hábitos de alimentación saludable y talleres de actividad física.

A través de este programa hemos podido generar información estadística del estado nutricional de la población intervenida para iniciar estrategias de nutrición y salud.

Este año 2020, debido a la pandemia, tuvimos que adaptarnos a la coyuntura y reforzar el alcance del programa a través de medios digitales. Lanzamos el **Whatsapp de la Buena Nutrición**, el cual nos permitió continuar brindando consultoría nutricional. Asimismo, reforzamos nuestra comunicación a través de redes sociales y de nuestra página web.

En el 2020

924,821 familias
capacitadas en temas de
nutrición y hábitos saludables

1,849,642 beneficiarios
en programas de nutrición

Difusión de conocimiento en salud y nutrición

Contamos con una plataforma virtual dirigida a consumidores, donde compartimos artículos científicos, contenidos de interés relacionados a nutrición y estilos de vida saludable y herramientas de autoevaluación: www.labuenaalimentacion.com.

Por la coyuntura actual hemos realizado un programa digital llamado “**Aprende de Nutrición con Gloria**” programa dirigido a la población infantil, con el objetivo de proporcionar conocimientos de nutrición y medidas higiénicas de una manera divertida y dinámica, donde se usarán herramientas digitales como videos, canciones, y demostraciones de preparaciones nutritivas para niños y niñas.





Nuestra página web “La Buena Nutrición” fue reconocida por la Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios, alcanzando uno de los mayores puntajes en los criterios objetivos establecidos por CI y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO).

Formación continua de profesionales de la salud

Desde el 2014 fomentamos espacios académicos en beneficio de la comunidad de los profesionales de la salud y nutrición.

Durante el 2020, realizamos el **II Foro Internacional de Erradicación de la Anemia**, en alianza con la Universidad Femenina de Sagrado Corazón (UNIFE), donde se contó con la presencia de ponentes internacionales y nacionales, quienes compartieron sus experiencias a favor de la erradicación de la anemia.

Asimismo, se realizó el **VIII Simposio Internacional de Avances en Nutrición (SIAN)** con el objetivo de convocar a estudiantes y profesionales de la salud e impartir conocimientos actualizados en alimentación, nutrición y salud. Debido a la pandemia, ambos eventos se realizaron de manera virtual.

2,872 profesionales de la salud

capacitados en eventos académicos

Asimismo, mensualmente publicamos nuestra **revista “La buena nutrición”** con artículos y consejos actuales que llega a más de **5,000 profesionales de la salud**. Esta publicación cuenta con la participación de investigadores reconocidos en cada una de las temáticas abordadas. En cada edición se incluyen temas actuales en alimentos, nutrición y salud, con la finalidad de dotar a los profesionales de la salud de herramientas científicas para un mejor abordaje de los pacientes.



Fomento de la investigación científica

El programa **Creciendo Fuertes**, es un proyecto de investigación realizado desde el año 2018 a enero de 2020 en alianza con el Gobierno Regional de la ciudad de Arequipa, el puesto de Salud Yura y el puesto de salud Ciudad de Dios, para evaluar la eficacia de una mezcla láctea fortificada con hierro y zinc en el nivel de hemoglobina en una población de niños con anemia del distrito de Yura, Arequipa.

Las variaciones del nivel de hemoglobina del grupo a quienes se le administra la mezcla láctea fortificada con hierro y zinc son significativamente superiores al grupo que se le administra la mezcla láctea no fortificada con hierro y zinc.



Alianzas

Mantenemos el compromiso de establecer alianzas estratégicas que permitan el diálogo entre el gobierno, las universidades y la industria alimentaria en temas de salud. Combatir problemas de salud pública como la anemia y desnutrición precisa de la participación de diversos actores sociales. Los años de experiencia de Gloria en el sector, nos permiten contribuir al logro de estos objetivos.

- Gobierno Regional de Arequipa: alianza para realizar estudios en beneficio de la población.
- Fuerza Aérea del Perú (FAP): alianza para llegar a las poblaciones alejadas con campañas preventivo-promocionales a favor de una alimentación saludable.
- Investigadores Internacionales: alianza para brindar educación de calidad y actualizada a los profesionales de salud y a la población en general.

Crecemos juntos

Nuestros 1,831 trabajadores son el motor de la compañía. A través de su compromiso y pasión, hacen de Leche Gloria una marca líder e influyente, reconocida en el Perú y el mundo.

Contamos con 28 mujeres liderando equipos de trabajo y 2 en puestos de gerencia. Para fomentar el crecimiento de las colaboradoras mujeres hemos implementado las siguientes acciones:

- Se implementó y difundió la Política de Igualdad remunerativa.
- Se implementó y difundió la metodología de administración salarial.
- Hemos implementado un Comité de intervención frente al hostigamiento sexual, el cual vela por el colaborador (hombre o mujer) ante cualquier denuncia o reporte de acoso u hostigamiento sexual en el trabajo. Asimismo, hemos difundido información para sobre los distintos ejemplos de hostigamiento sexual, el procedimiento para denunciar, mitos y verdades sobre el tema, entre otros.

Capacitación permanente

La capacitación constante es uno de los principales compromisos con nuestros colaboradores. Durante el 2020, hemos impartido sesiones de capacitación a nuestros colaboradores enfocadas en cuatro programas:

Programas de mejora continua/TPM	Programa de Seguridad y Salud en el Trabajo	Programa Técnico	Programa de Cumplimiento Normativo
• Para la optimización de las operaciones	• Para cuidar a nuestro personal y llegar a nuestro objetivo de 0 accidentes	• Para contribuir a la especialización por áreas y fortalecer estándares en nuestros procesos.	• Para implementar buenas prácticas

Nuestras capacitaciones han obtenido los siguientes resultados:

92%

De asistencia a cursos presenciales (2 a inicio de año)

93%

De participación en eventos online (17 durante la pandemia)

99%

De participantes superaron la nota mínima de 14

7.72 horas

De formación promedio por colaborador al año durante el 2020

Algunos de los temas abarcados son:

- Nuevo reglamento de la ley general de aduanas
- Introducción al phishing
- Innovaciones tecnológicas en la industria de alimentos y bebidas en el Perú
- Microsoft Teams
- Mantenimiento Productivo Total
- Prevención y Sanción del Hostigamiento Sexual en el Trabajo
- Política de Administración Salarial
- Preparación y Respuesta ante una Emergencia

Horas de capacitación		
		2020
Sexo	Mujeres	264
	Hombres	1779
Jerarquía laboral	Altos funcionarios	162
	Funcionarios medios	669
	Administrativos y Técnicos	1212
Tipo de capacitación	Capacitación In-House	15767
	Capacitación externa	12
-	Promedio anual de capacitación por colaborados	7.72 hrs.

Beneficios a nuestros colaboradores

Queremos potenciar una organización y un entorno de trabajo centrado en el bienestar de las personas y maximice la satisfacción y el compromiso de todos nuestros colaboradores. Para ello, ofrecemos una serie de beneficios adaptados a cada situación:

Económicos	Sociales
• Incremento remunerativo anual • Bono por cierre de Pliego • 27% de sobretasa por trabajo nocturno • Reconocimiento económico por años de servicio • Asignación por fallecimiento del trabajador y familiares directos • Asignación familiar por cónyuge o conviviente y por hijo • Apoyo económico sindical • Descuentos en productos de la empresa • Préstamos a trabajadores sin intereses • Almuerzos y cenas cubiertos en feriados • Subvención del 75% del costo del refrigerio • Adelanto de utilidades	• Asignación por educación • Becas para la educación de los hijos de los trabajadores que hayan obtenido el mejor promedio en cada nivel • Canasta de productos por fiestas patrias • Licencia por fallecimiento de familiares directos • Movilidad y asignación por transporte • Permisos remunerados para citas médicas y terapias.

Relaciones laborales

El diálogo entre una empresa y sus colaboradores es fundamental para el alcance de sus objetivos corporativos. Contamos con políticas que establecen lineamientos para la libre negociación entre los trabajadores y la gestión de sindicatos organizados, en los cuales participan 796 colaboradores.

Contamos con tres sindicatos:

SUTRADEG	SINATEG	SINATOG
109 trabajadores afiliados	57 trabajadores afiliados	603 trabajadores afiliados

Comunicación interna

El equipo de Comunicación Interna apoya en la difusión y promoción de las diversas iniciativas de impacto directo en el colaborador. Mantenemos informados a nuestros trabajadores sobre “¿qué hacemos?” “¿Cómo lo hacemos?” y “¿Por qué lo hacemos?”, con el fin de interiorizar la cultura y Propósito de nuestra organización.

Para ello, mantenemos constante comunicación con nuestros trabajadores a través de diversas plataformas de difusión:

- **Gloria de la semana:** magazine semanal con noticias de actualidad de la organización.
- **Podcast del colaborador:** magazine radial en el que a través de entrevistas ahondamos en los procesos, campañas, iniciativas que venimos desplegando.
- **Boletín Gloria te informa:** boletín que ofrece un resumen de noticias del acontecer nacional en temas económicos, salud, sociales, entre otros.
- **Ejercítate en casa:** Cápsula de ejercicios y entrenamiento físico, fáciles de realizar en casa.
- **Cartelería digital:** A través de monitores en los comedores, transmitimos información de utilidad para nuestros colaboradores, en un espacio común y de alto tránsito.
- **Conexión:** espacio inaugurado en el 2020 donde se presentan los planes y desarrollo de la organización, con la participación de todos los trabajadores en labor remota o presencial.

Salud y seguridad en el trabajo

Nos esforzamos para lograr condiciones de trabajo seguras que protejan la vida, la salud y el bienestar de nuestros trabajadores.

Nuestra planta de Huachipa ha sido recertificada bajo los estándares de la norma **OHSAS 18001**, que nos proporciona los lineamientos para diseñar, implementar, evaluar y mejorar nuestro sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo. Nuestro objetivo para el 2021 es migrar a la norma **ISO 45001**, la cual es aún más exigente.

Sin embargo, en el 2020 dimos un paso más en materia de seguridad y salud en el trabajo. Además del estricto cumplimiento de los requisitos legales nos esforzamos por garantizar la salud de todos nuestros empleados a través de la implementación del **Programa de Seguridad Basado en el Comportamiento (SBC)**.

La Seguridad basada en el Comportamiento es una metodología proactiva de mejora continua aplicada a la seguridad, cuyo fin es minimizar los comportamientos inseguros y, en consecuencia, reducir el número de accidentes. Asimismo, busca generar en los colaboradores el hábito del autocuidado y reforzar su compromiso para reportar incidentes, es decir, aquellos eventos que no llegaron a convertirse en accidentes, para implementar medidas correctivas que nos permitan llegar a cero accidentes.

Para ello, contamos con un **Comité de Seguridad** con la función de investigar los incidentes o accidentes reportados, hacer seguimiento a los indicadores de seguridad y definir acciones concretas de mejora.

Por otro lado, continuamos **la formación continua a nuestros trabajadores** en materia de seguridad y salud en el trabajo, abordando temas como:

- Manejo de productos químicos
- Ergonomía en el trabajo
- Protección contra el ruido
- Uso de elementos de protección personal
- Protección de manos
- Entrenamiento a la brigada contra incendios

350 horas de capacitación

en seguridad durante el 2020

Todos estos esfuerzos en prevención de riesgos nos permitieron seguir cumpliendo nuestro objetivo reducir nuestros índices de frecuencia y gravedad de los accidentes.

	2019	2020
Índice de frecuencia de accidentes	19.1	14.6
Índice de gravedad	403.4	310.3
Nº de accidentes fatales	0	0
Nº de simulacros de emergencia realizados	3	3
Horas de capacitación en seguridad	331	350

Socio ganaderos y cadena de suministro

Sabemos que detrás de cada producto Gloria, se encuentran nuestros socios ganaderos. Ellos son el primer eslabón que nos permite llevar productos nutritivos a todos los hogares peruanos.

Desde 1942, no ha habido un solo día en que no realicemos el acopio de leche fresca. Cumplimos con nuestro compromiso de ofrecer un mercado seguro a nuestros socios ganaderos, garantizando el acopio de leche en la cantidad que produzcan, todos los días del año y pagando puntualmente.

En el 2020:

27,727 kilómetros

Recorridos para el acopio de leche al
día

**673 mil toneladas de
leche**

acopiadas durante el 2020

Crecimiento de cuencas lecheras

Gloria ha promovido la ganadería lechera en el Perú, apoyando el crecimiento de más de 6 cuencas lecheras a nivel nacional donde cada vez más familias peruanas tienen acceso a un mercado seguro de comercio que les proporciona un ingreso fijo y el desarrollo de sus comunidades.

En nuestra operación generamos miles de puestos de trabajo directos e indirectos, en forma descentralizada durante las diferentes etapas del proceso productivo, que van desde el acopio de la leche fresca cruda, su transporte a las plantas de producción, la elaboración de nuevos productos, así como la distribución y transporte de estos.

Historias

Cresencio Huatay - Ganadero de Cajamarca



Cresencio Huatay es un ganadero cajamarquino que trabaja hace más de 18 años con nosotros. Su madre también ha sido proveedora de Gloria.

“Soy proveedor de Gloria desde el año 1999. Gloria nos trajo unas vacas de argentina y unos toros arequipeños. Desde ahí venimos mejorando la raza de nuestros animales lo que nos permite seguir ofreciendo un producto de calidad”.



Reinaldo Juárez - Transportista de Gloria Cajamarca

Reinaldo Juárez tienen la misión de diaria de recoger la leche de nuestros ganaderos en Cajamarca.

“Me siento feliz de trabajar en una empresa tan grande aquí en Cajamarca. Nuestro recorrido consiste en dos horas por la mañana y dos horas por la tarde. El trabajo es tranquilo y ya son como una familia más para mi”.



Emérita Abanto de Bautista – Ganadera de La Libertad

“Esta pandemia nos ha afectado bastante. El concentrado está demasiado caro y una vaca debe comer bien. Para que produzca bien debe de comer 12 kg. Nosotros tenemos un representante de campo para que vea la necesidad. Gloria nos ha favorecido porque con lo mismo del ganado, dejamos la leche y con eso mismo se cancela. Ese descuento nos favorece bastante porque no contamos con el dinero de todos los días para poder pagar.”

Impulso del desarrollo ganadero

Fomentamos relaciones a largo plazo con nuestros socios ganaderos, generando empleo y valor en las comunidades locales donde estamos presentes.

En el 2020:

- **12,528** ganaderos fueron capacitados
- **596** ganaderos recibieron alimento para su ganado
- **21,107** toneladas de alimento entregadas para el ganado
- Otorgamos prestamos de **50,500** porongos a ganaderos, cuyo valor supera los S/ 1,000

- Otorgamos prestamos de **560** tanques de frio entregados a ganaderos, valorizados en S/ 10,000

Asimismo, invertimos sostenidamente en la ganadería lechera. En el 2020, destinamos un **total de S/ 1,078'332,000** para pagos por compra de leche, fletes, carga fabril, préstamo de insumos e inversión en tecnología de producción, acopio e innovación.

	2018	2019	2020
Asignación total en desarrollo de la ganadería (miles de soles)	960,822	965,750	958,117
a. Pago a ganaderos compra leche (miles de soles)	859,872	863,688	856,056
b. Fletes (miles de soles)	67,404	66,401	66,401
c. Carga fabril (miles de soles)	114	113	112
d. Prestamos de 50500 porongos a ganaderos (valorizado) miles de soles	1,003	1,003	1,003
e. Préstamos de 560 tanques de frio entregado a ganaderos(valorizado)miles de soles	10,000	10,000	10,000
f. Inversión total en tecnología de producción y acopio / Innovación/prestamos (miles de soles)	22,429	24,545	24,545

Gestión de proveedores

Nos preocupamos por el alineamiento de cada uno de nuestros proveedores a nuestros estándares de calidad, para lo cual contamos con una estricta política de compras y un régimen de evaluaciones periódicas.

Actualmente contamos con:

**1,551 proveedores
activos**

durante el 2020

S/ 1,353,021 en compras

durante el 2020
(miles de soles)

Concepto	2019	2020
Valor total de compras (miles de soles)	S/1,227,556	S/1,353,021
Valor compras nacionales (miles de soles)	S/560,494	S/586,882
Valor compras internacionales (miles de soles)	S/667,062	S/766,138
N° de proveedores	1,787	1,551
N° de proveedores nacionales	1,304	1,142
N° de proveedores internacionales	483	409
N° de proveedores críticos	13	13

Hemos clasificado a 13 proveedores como “críticos” para nuestras operaciones, es decir, son proveedores fabricantes de materiales indispensables para las líneas de producción, cuyas no conformidades podrían generar paradas de línea.

Todos los proveedores que ingresan en el Complejo Industrial de Huachipa reciben la Cartilla de Medidas de Seguridad en Planta, emitida por las áreas de Seguridad Industrial y Gestión de Calidad. De esta manera, les comunicamos sobre temas de seguridad industrial, medio ambiente e inocuidad alimentaria.

Homologación de proveedores

Hemos implementado el proceso de homologación de proveedores locales y del exterior, tanto de bienes como de servicios.

Este proceso consta de dos fases:

Evaluación documentaria: en donde se evalúan aspectos legales, financieros, comerciales, prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo y gestión antisoborno. Esta etapa es obligatoria para todos los proveedores sin excepción y se verifica tanto la legalidad en la constitución de la empresa como el cumplimiento de las obligaciones laborales con sus trabajadores.

Verificación de implementación y mantenimiento de sistemas de gestión: aplicables de acuerdo al tipo de material y/o servicio que el proveedor suministra. Se distinguen dentro de esta fase cuatro tipos de evaluaciones:

- Evaluación estándar: en donde se evalúa la capacidad operativa y los sistemas de gestión de calidad, gestión de seguridad y salud ocupacional, gestión medioambiental y responsabilidad social.
- Evaluación especializada en seguridad y salud en el trabajo: en donde se verifica lo descrito en la evaluación estándar adicionando el cumplimiento de la Ley N°29783, Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo.

- Evaluación especializada en gestión de inocuidad: en esta evaluación se verifica la implementación de programas de pre requisitos y el establecimiento de un plan Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos (HACCP).
- Evaluación en sistema de gestión en control y seguridad de la OEA.

Concepto	2019	2020
Nº de proveedores evaluados (post servicio)	85	87
Nº proveedores auditados/homologados	311	438
Valor de compras a proveedores homologados (miles de soles)	S/373.672	S/644,210
% compras de proveedores homologados	30%	48%

Asimismo, realizamos auditorías a nuestros proveedores, como parte del proceso de homologación. Estas auditorías se aplican según el tipo de material y/o servicio que el proveedor nos suministra. Contamos con cuatro clases de auditorías:

- **Evaluación Estándar:** aplica a proveedores fabricantes de materiales críticos para las líneas de producción.

En el 2020 se evaluaron 12 proveedores y de estos, el 67% cumplieron con más del 70% de los requisitos exigidos obteniendo una calificación de Aprobado, el 17% de los proveedores aprobaron condicionalmente y el resto no lograron cumplir con al menos el 50% de los requisitos quedando desaprobados.

- **Evaluación Especializada en Seguridad y Salud en el Trabajo:** aplica a proveedores de servicios que efectúan trabajos de riesgo dentro de las instalaciones de la empresa.

En el 2020 se evaluaron 76 proveedores; de estos 37 proveedores obtuvieron una calificación de aprobados, 15 aprobaron condicionalmente y 24 desaprobaron.

- **Evaluación Especializada en Gestión de Inocuidad:** aplica a proveedores fabricantes o comercializadores de materias primas, materiales de empaque, productos de venta a terceros y maquiladores que no cuenten con algún certificado de Sistema de Gestión de Inocuidad de uno de los estándares reconocidos por la Global Food Safety Initiative.

En el 2020 se evaluaron 87 proveedores, de los cuales el 67% obtuvo un puntaje igual o superior a 85% obteniendo una calificación de Aprobado; el 31% cumplió con entre el 60% y menos del 85% de los requisitos establecidos logrando una calificación de Aprobado Condicional y el 2%

no logró cumplir con el porcentaje esperado quedando como proveedores Desaprobados.

- **Evaluación en Sistema de Gestión en Control y Seguridad de Operador Económico Autorizado:** aplica a proveedores de cajas de cartón, parihuelas de madera y precintos de seguridad empleados para la exportación de productos terminados fabricados por la empresa.

En el 2020 se estableció que no se efectuarían auditorías de SGCS OEA, dando prioridad a las auditorías de materiales críticos para la empresa.

Dos veces al año realizamos evaluaciones del desempeño de nuestros proveedores. Los criterios establecidos para esta evaluación son: la entrega del material a tiempo y en la cantidad solicitada (OTIF: on time in full); la calidad e inocuidad de los materiales suministrados; los resultados de las auditorías efectuadas o la vigencia de los certificados de sistemas de gestión aplicables; y, el nivel de atención post venta.

Los resultados de esta evaluación son comunicados a los proveedores, detallando el puntaje obtenido en cada uno de estos criterios y las recomendaciones a seguir para mejorar o mantener la calificación obtenida.

Comunidades

Contamos con un programa de Empleabilidad Local, que nos permite priorizar la contratación de personas de nuestra zona de influencia y contribuir a la dinamización de la economía local.



- Trabajamos sinergias entre la empresa, las comunidades y las autoridades locales.
- Fomentamos el desarrollo de capacidades y de empleo.
- Impulsamos la formalidad.

Durante los últimos tres años, el **99 % de los puestos de trabajo** en nuestras diferentes plantas y centros de acopio fueron cubiertos con personal de cada provincia.

Voluntariado corporativo

Nuestros colaboradores asumen de manera activa el compromiso de Leche Gloria con el desarrollo local. Con el programa de voluntariado corporativo ofrecemos a nuestros empleados la posibilidad de involucrarse en las acciones que desarrollamos a lo largo del año, en beneficio de nuestras áreas de influencia y zonas priorizadas.

En el 2020, para velar por la seguridad en el contexto de la pandemia, se redujo al mínimo la participación de nuestros colaboradores en los programas de voluntariado corporativo. A pesar de ello, distribuimos las donaciones a través del Ejército y logramos incrementar el número de beneficiarios durante el 2020.

Concepto	2018	2019	2020
Nº de beneficiarios de los programas de voluntariado corporativo	30,000	700,000	100,000
Nº de horas de voluntarios de la empresa	850	1,800	300

Patrocinios y donaciones

Nuestro objetivo durante el 2020 fue brindar asistencia a las poblaciones de bajos recursos de nuestro país, aquellas que se encuentran atravesando una difícil situación a causa de la Emergencia Sanitaria.

En el 2020 donamos:

- **S/9,584,638.36**, 10.7% más que el 2019
- **2 189.11 toneladas** de alimentos lácteos, 146.6% más que el 2019, como leche enriquecida, yogurt, bebidas, quesos, entre otros, y no lácteos como cereales, panetones, jugos y néctares; así como alcohol a diversas organizaciones e instituciones públicas y privadas encargadas de las acciones.

“Una de las principales preocupaciones de la población de bajos de recursos es la falta de capacidad de acceso a la compra de alimentos durante esta crisis ocasionada por el COVID-19, que nos ha obligado a mantener aislamiento social por varias semanas. En Gloria esperamos haber contribuido en dar un poco de tranquilidad por algunos días a las familias y mejorar la calidad nutricional, poniendo al alcance un alimento esencial en la nutrición diaria”

Juan Carlos Belaunde, director de Asuntos Corporativos y Responsabilidad Social de Leche Gloria.

Protección del planeta

Menos residuos, mejores empaques

Buscamos que los empaques de nuestros productos generen el menor impacto ambiental posible. Por ello, priorizamos materiales de fácil reciclaje y diseñamos herramientas para su reutilización.

Material en empaques 2020		
	2019	2020
Volumen de Papel y cartón usado en empaques (TN)	1,936	1,800
Volumen de plástico usado en empaques (TN)	843	942

Una lata todo terreno

Nuestra emblemática lata constituye un empaque práctico, seguro y resistente, que permite que la leche atraviese montañas, ríos y condiciones muy adversas para llegar a los pueblos más alejados, en perfecto estado de conservación y sin requerir refrigeración.

Gracias a su tecnología *Vent Hole*, estas latas están diseñadas para preservar e incrementar la vida útil del producto en temperaturas altas, bajas o a diferente presión por altura de la costa a la montaña. Su dureza y resistencia a la ruptura protegen a los alimentos y bebidas de la formación de microorganismos.

Nuestra lata de leche Gloria es un envase ecológico por excelencia. A diferencia de otros tipos de envases de alimentos, las latas son 100% reciclables y tardan mucho menos en degradarse (de 1 a 15 años) comparado con otros materiales que pueden llegar a tardar hasta 1,000 años.

Nuestra lata todo terreno, fabricada por Gloria, se exporta a más de 40 países. Somos la empresa importadora de hojalata para la producción de envases más importante del Perú.

Sus principales beneficios:

RESISTENTE Es el material con mayor resistencia mecánica a los golpes.		REUTILIZABLE Es uno de los productos con más posibilidades de reúso en diversos ámbitos.
INVOLABLE No se puede abrir sin que se aprecie que ha sido manipulada.		MAGNÉTICO Puede recuperarse fácilmente de la corriente de desechos mediante electroimanes.
OPACO Su opacidad impide la destrucción de las vitaminas de los alimentos que transporta, que se ven afectadas por la luz.		DEGRADABLE Expuesto a la intemperie, un envase desaparece en pocos años, convirtiéndose en óxido de hierro, inocuo para el suelo.
ESTANCO Es un envase herméticamente cerrado, lo que resulta esencial para la conservación y utilidad de todos los productos.		MINIMIZA EL DESPERDICIO Las latas proporcionan la vida útil más larga de cualquier alimento. El alimento envasado en latas está protegido del aire, de los gérmenes, la luz, oxígeno y de otros factores, logrando generar menos desperdicio.
RECICLABLE Se reutiliza el 100% de su material en la fabricación de nuevo acero. Además, posee la mayor tasa de reciclaje entre los envases de alimentos en el mundo.		EFICIENTE Su eficiencia cúbica ligera y la falta de necesidad de refrigeración permiten su envío y almacenamiento a un bajo costo.

Transición a energías limpias

Somos conscientes que cualquier industria consume mucha energía para realizar sus actividades. Por ello, monitoreamos de forma activa nuestro consumo energético, con el objetivo de mejorar la eficiencia de este recurso en las operaciones y utilizarlo de manera sostenible.

Cantidad de energía consumida (no renovable)		
2019		
	Generado (Mwh)	Importado de la red Activa (Mwh)
2019	76.825,44	33.581,80
2020	82.667,61	24.747,40

Planta de Cogeneración

Somos la única empresa de alimentos en el Perú que cuenta con una planta de Cogeneración, la cual produce de forma simultánea electricidad y calor. Nuestra Planta de Cogeneración de Huachipa tiene una eficiencia de 78%, la cual supera a una Central de Ciclo Combinado y atiende el 94% del consumo de energía de nuestras instalaciones en Huachipa.

Asimismo, la planta de Cogeneración de Huachipa reemplazó el uso continuo de las Calderas Industriales (Gas Natural o Diésel) para producir vapor. El 84% del consumo de vapor en el proceso productivo de la Planta de Gloria es atendida con nuestra Cogeneración, con ello se dejó de utilizar aproximadamente 60,000 m3/día de Gas Natural.

Biogás

Uno de los principales problemas de la ganadería es la emisión de desechos. En Gloria, hemos identificado una oportunidad para que el ganadero aproveche el estiércol generado por el ganado y lo transforme en biogás, a través de biodigestores que han sido desarrollados en convenio con CIDELSA. Actualmente este proyecto se encuentra en la fase de piloto en Arequipa, donde estamos midiendo el impacto positivo del uso de esta tecnología.

Gestión de emisiones

Basamos la gestión de indicadores de emisiones de nuestros procesos productivos en función al monitoreo permanente y a la implementación de medidas para su control y reducción. Todo ellos con base en el cumplimiento de la normativa ambiental a nivel nacional e internacional.

Por ello, una de nuestras principales acciones en el 2020 fue tener un mejor control de las emisiones a través del **Método Isosinéxico**, para lo cual adecuamos las chimeneas para hacer la una medición más exhaustiva. Los resultados obtenidos se encuentran dentro de los parámetros estipulados por la OEFA, debido a que usamos gas natural.

De manera referencial, presentamos la información referida al promedio de tres corridas puntuales realizadas en la Caldera Gonella, de la planta Huachipa. Las emisiones están dentro de los parámetros de las normas de comparación establecidas.

Emisiones					
Parámetros	Unidades	Set-20	Dic-20	Norma de Comparación	
Óxidos de Nitrógeno	mg/Nm ³	46.46	35.96	320 mg/Nm ³	IFC/BM: Guía general sobre el medio ambiente, salud y seguridad del grupo Banco Mundial 2007
Dióxido de Azufre	mg/Nm ³	<15	<15	2000 mg/Nm ³	Valor de comparación referencial del IFC/BM para combustible líquidos, debido a que la norma no lo tiene contemplado para Gas
Monóxido de Carbono	ppm	<1	58.13	1445 ppm	Decreto N° 833/1975

Cuidado del agua

El agua es un recurso fundamental en nuestra operación. Por ello, tenemos una política para ser eficientes en su uso y asegurar su tratamiento posterior basada en dos ejes estratégicos:

Optimización del consumo de agua: en todas las operaciones llevando consigo indicadores de gestión por planta productiva, que incluyen:

- Optimización del costo de tratamiento de agua por metro cúbico (netamente inherente a la gestión del mantenimiento)
- Indicadores relacionados a la eficiencia de su utilización por planta
- Optimización del Impacto medio ambiental y sostenibilidad

Comité de Mejora Continua de Agua: conformado por las áreas de Mantenimiento, Producción, Calidad e Ingeniería Industrial, quienes velan por estos indicadores.

En el año 2020, hubo **0 impactos a las fuentes de agua.**

Consumo de agua por plantas (m³)	
Instalación	2020
Planta Huachipa	1,971,147
Planta Arequipa	650,620
Planta Cajamarca	141,795
Total	2,763,562

Desde el año 2005 venimos implementando mejoras en el control del consumo del agua y diversas acciones para generar una cultura de ahorro permanente.

Sistemas de recirculación: Se tratan de sistemas que permiten reutilizar el agua en el proceso térmico de la leche evaporada. Se evalúa la calidad del agua cumpliendo con especificaciones de calidad, de manera que se genere un ahorro de agua sustancial a través de su reutilización.

Plantas de Tratamiento de Aguas Residuales

Contamos con cuatro Plantas de Tratamiento de Aguas Residuales en nuestra operación a nivel nacional con tecnología capaz de procesar hasta 65 litros por segundo, lo que nos permite obtener agua dentro de las especificaciones permitidas.

	2019	2020		
		Huachipa	Arequipa	Cajamarca
Total de agua procesada en la PTAR (m3)	1,610,113	1,498,146	0	106,507
Total de agua reutilizada proveniente de la PTAR (m3)	707,790	65,794	0	
Volumen total de agua vertida (m3)	2,492,359	2,284,942	633,784	106,692

De manera referencial se menciona que, en el año 2020, el total de agua vertida a la quebrada Huaycoloro fue de 2'284,942m3, lo cual cumple con los parámetros de la norma del Banco Mundial.

Volumen (m³) total de vertidos de agua a la quebrada Huaycoloro	
2019	2020
2'442,359 m ³	2'284,942m ³

Residuos

En Gloria, tenemos el gran desafío de reducir los volúmenes de residuos generados e incrementar el porcentaje de residuos reutilizados y reciclados. Anualmente gestionamos **15 toneladas** de residuos al año, que se gestionan en base a residuos que pueden ser aprovechables (ventas no giro) y residuos no aprovechables, los cuales van a una disposición final.

- **Residuos no aprovechables:** Contamos con una planta de segregación de materiales, para velar que el impacto ambiental sea lo mínimo posible. La planta está a disposición de todo el grupo Gloria. Los residuos llegan a la planta ya segregados como peligrosos y no peligrosos.
- **Residuos aprovechables:** son separados entre metales, madera, plástico, entre otros. En el 2020 Gloria tuvo ingresos por 5.7 millones de soles en venta de residuos.

Ventas no giro de residuos aprovechables	
2019	2020
S/ 6.7 millones	S/ 5.7 millones

Residuos reciclados (GRI 306-3)	
Año	Total de residuos reciclado TM
2020	10,192

Promovemos el desarrollo de la Economía Circular buscando valorar y reutilizar nuestros residuos sólidos, evitando así que sean acumulados, reduciendo la cantidad dispuesta al relleno sanitario o relleno de seguridad.

Como nueva estrategia, iniciamos el acercamiento a diversas empresas para que utilicen los materiales para producir nuevos productos como, por ejemplo,

utilizar los residuos aprovechables de Gloria para que construir nuevas jabas. En el caso de materiales como papel y cartón van a la empresa Trupal y los metales a Aceros Arequipa. En el año 2020, se vendió 5 mil toneladas de metales.

Clases de residuos sólidos	Clasificación	Generación Anual ™ (GRI 306-2)
		2020
Residuos Industriales	Peligroso	109.88
Residuos Biocontaminados		0.13
Residuos Inorgánicos	No Peligroso	956.01
Residuos Orgánicos		263.38
Residuos Metálicos		5,000

Capacitaciones en materia ambiental

En 2020, brindamos capacitaciones a nuestros colaboradores en materia ambiental:

- Patrimonio arqueológico
- Importancia de los recursos naturales (flora y fauna) y medio ambiente
- Manejo de Residuos Sólidos

También se solicita al personal tercerizado que realicen las capacitaciones "Importancia de los recursos naturales (Flora y Fauna) y medio ambiente", y "Manejo de Residuos Sólidos".

INDICE DE TEMAS GRI

Estándar GRI	Contenido	Referencia	Omisiones
Contenidos Generales			
GRI 102: Contenidos Generales 2016	102-1 Nombre de la organización	Leche Gloria S.A. (Pag.6)	NO
	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	Sección: Nuestro Negocio, cadena de valor, plantas de producción (Pag.13 - Pag.17)	NO
	102-3 Ubicación de la sede	Av. República de Panamá 2461, Santa Catalina, Lima 13, Perú	NO
	102-4 Ubicación de las operaciones	Planta Huachipa: La Capitana 190, Lurigancho-Chosica 15461 Planta Arequipa: Av. Alfonso Ugarte, Arequipa 04011 Planta Cajamarca: Av Atahualpa, Cajamarca 06004 (Pag.17)	NO
	102-5 Propiedad y forma jurídica	Sección: Buen Gobierno Corporativo (Pag.7)	NO
	102-6 Mercados servidos	Sección: Nuestra organización /Parte del Grupo Gloria (Pag.6, Pag. 7)	NO
	102-7 Tamaño de la organización	1,831 colaboradores (Pag.35)	NO
	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	Sección: Crecemos juntos (Pag.35)	NO
	102-9 Cadena de suministro	Sección: Socios Ganaderos y Cadena de Suministro, (Pag.39)	NO
	102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	Sección: Socios Ganaderos y Cadena de Suministro Hitos relevantes frente al COVID-19 (Pag.39 y Pag.11)	NO
	102-11 Principio o enfoque de precaución	Sección: Salud y seguridad en el trabajo (Pag.38)	NO
	102-12 Iniciativas externas	Sección: Comunidades, Hitos frente al COVID-19 (Pag.45, Pag.11)	NO
	102-13 Afiliación a asociaciones	Somos parte del Dairy Sustainability Framework (Pag.22)	NO
	102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	Sección: Carta del presidente ejecutivo (Pag.3)	NO
	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	Sección: Nuestro compromiso con la Sostenibilidad, Nuestros grupos de interés y mecanismos de relacionamiento, Temas materiales y sostenibilidad (Pag.20, Pag.23, Pag.24)	NO
	102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	Sección: Cultura ética y anticorrupción (Pag.8)	NO
	102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	Sección: Cultura ética y anticorrupción (Pag.8)	
	102-18 Estructura de gobernanza	Sección: Buen gobierno corporativo (Pag.7)	NO
	102-40 Lista de grupos de interés	Sección: Nuestros grupos de interés y mecanismos de relacionamiento (Pag.23)	NO

	102-41 Acuerdos de negociación colectiva	Sección: Relaciones laborales (Pag.37)	NO
	102-42 Identificación y selección de grupos de interés	Sección: Nuestros grupos de interés y mecanismos de relacionamiento (Pag.23)	NO
	102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés	Sección: Nuestros grupos de interés y mecanismos de relacionamiento (Pag.23)	NO
	102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados	Sección: Temas materiales y sostenibilidad (Pag.23)	NO
	102-46 Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	Sección: Carta del presidente ejecutivo obre el Reporte de Sostenibilidad (Pag.3)	NO
	102-47 Lista de los temas materiales	Sección: Temas materiales y sostenibilidad (Pag.24)	NO
	102-50 Periodo objeto del informe	2020	NO
	102-51 Fecha del último informe	2019	NO
	102-52 Ciclo de elaboración de informes	Anual	NO
	102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe	Christian Gonzáles Sánchez Jefe Corporativo de Responsabilidad Social cgonzalez@gloria.com.pe	NO
	102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	De conformidad – Referenciado	NO
	102-55 Índice de contenidos GRI	Sección: Anexos (Pag.55)	NO
	102-56 Verificación externa	No contamos con verificación externa	NO
Temas Materiales			
Ética y cumplimiento			
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	Sección: Cultura ética y anticorrupción (Pag.8)	NO
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	Sección: Cultura ética y anticorrupción (Pag.8)	NO
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Sección: Cultura ética y anticorrupción (Pag.8)	NO
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	Sección: Cultura ética y anticorrupción (Pag.8)	NO
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Sección: Cultura ética y anticorrupción (Pag.9)	NO
GRI 206: Competencia desleal 2016	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	Sección: Cultura ética y anticorrupción (Pag.9)	NO
Salud y nutrición			
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	Capítulo: Cultura nutricional (Pag.30-34)	NO
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	Capítulo: Cultura nutricional (Pag.30-34)	NO
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Capítulo: Cultura nutricional (Pag.30-34)	NO
Inocuidad alimentaria			

GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	Sección: La calidad que usted conoce (Pag.25-30)	NO
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	Sección: La calidad que usted conoce (Pag.25-30)	NO
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Sección: La calidad que usted conoce (Pag.25-30)	NO
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	Sección: Productos ricos, saludables y nutritivos (Pag.25-30)	NO
Publicidad responsable			
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	Sección: Etiquetado y publicidad responsable (Pag.27)	NO
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	Sección: Etiquetado y publicidad responsable (Pag.27)	NO
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Sección: Etiquetado y publicidad responsable (Pag.27)	NO
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	Sección: Etiquetado y publicidad responsable (Pag.27)	NO
Abastecimiento de materias primas y desarrollo ganadero			
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	Sección: Socios Ganaderos y Cadena de Suministro (Pag.39)	NO
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	Sección: Socios Ganaderos y Cadena de Suministro (Pag.39)	NO
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Sección: Socios Ganaderos y Cadena de Suministro (Pag.39)	NO
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016	203-2 Impactos económicos indirectos significativos	Sección: Socios Ganaderos y Cadena de Suministro (Pag.39-42)	NO
GRI 204: Prácticas de adquisición 2016	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	Sección: Impulso al desarrollo ganadero (Pag.39-42)	NO
GRI 413: Comunidades locales 2016	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	Sección: Comunidades, Inversión social (Pag.39-42)	NO
Satisfacción del cliente			
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	Sección: Etiquetado y publicidad responsable (Pag.27)	NO
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	Sección: Etiquetado y publicidad responsable (Pag.27)	NO
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Sección: Etiquetado y publicidad responsable (Pag.27)	NO
GRI 201: Desempeño Económico 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	Sección: Nuestro Negocio, Desempeño Económico (Pag.17)	NO