



ÍNDICE

06	Criterios del informe
08	Yanbal, nuestra empresa
26	Nuestra gente, el mejor equipo
44	Gestión ambiental
58	Pasión por los productos
66	Clientes, proveedores y distribuidores
74	Oportunidad Yanbal
86	Nuestros aliados y proveedores

Estimados amigos:

Yanbal Ecuador, empresa líder en el sector cosmético, consciente de la importancia que tiene el desarrollo de la responsabilidad empresarial en nuestra sociedad, pone a consideración de la opinión pública su primer **Informe de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad**, que ofrece información detallada sobre las actividades desarrolladas por nuestra compañía durante los años 2010 y 2011, en el marco del desarrollo sostenible.

Elevar el nivel de vida de la mujer y de todos quienes forman parte de la familia *Yanbal International*, ofreciéndoles la mejor oportunidad de desarrollo personal, profesional y económico, con el respaldo de productos de belleza de calidad mundial, es nuestra misión y es desde donde se desprenden las iniciativas de sostenibilidad y RSC que implementamos de forma continua.

Los años 2010 y 2011 han sido gratificantes momentos de satisfacción empresarial, al ver cristalizado el crecimiento de miles de mujeres que, a través de la **Oportunidad Yanbal**, logran su desarrollo en diferentes aspectos de la vida. Convencidos de la capacidad y empuje de la mujer latina, estamos enfocados en desarrollar un mundo de empresarias independientes que logren, a través del desarrollo de sus competencias, su crecimiento personal, profesional y económico.



Para lograr este propósito, desarrollamos permanentemente productos de calidad mundial, respetando la normativa legal, el cuidado medioambiental, la seguridad de los trabajadores y la eficiencia energética, siendo una industria de bajo impacto ambiental y manteniendo normas internacionales que nos permitan tener procesos que generen valor de forma continua. Reducir, reciclar, reusar, pero sobre todo repensar los procesos, son constantes ejercicios en nuestro sistema de fabricación y distribución de productos.

El paradigma de que todo lo que es bueno para una empresa es bueno para la sociedad, no es necesariamente cierto. Hoy, las empresas deben buscar un acercamiento expreso con la sociedad, para beneficiarla. Nuestro gran reto es llevar a más mujeres en el Ecuador, la Oportunidad Yanbal, para su desarrollo como empresarias independientes.

CARLOS GALLEGOS

Apreciados lectores:

Al cumplir 35 años en el país, Yanbal Ecuador presenta su primer **Informe de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad**. De esta manera, confirma su convencimiento de que hacer las cosas bien genera buenos resultados.

Con gran orgullo, ponemos a su consideración los resultados más relevantes de nuestra gestión durante los años 2010 y 2011, períodos de intensa actividad en pos de ofrecer las mejores opciones de desarrollo personal, profesional y económico, tanto a nuestro personal como a nuestra fuerza de ventas, siempre orientados a aportar a la prosperidad del Ecuador.

La información contenida en este documento ha sido verificada y sigue los parámetros establecidos por la "Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad GRI-G3", de la *Global Reporting Initiative*, así como los mandatos de la norma de Aseguramiento AA 1000, los indicadores del Sistema Integrado de Gestión Yanbal (SIG), y los requisitos, estándares y lineamientos internos de nuestra empresa.

En el período reportado, Yanbal Ecuador obtuvo el reconocimiento a la Mejor Marca y el premio EKOS de Oro; se ubicó entre las primeras diez empresas del *Great Place to Work*; y fue galardonada con la Medalla de Oro a la Excelencia Empresarial sobre la base del modelo Malcom Baldrige, ubicándose entre las doce empresas ecuatorianas que han recibido este reconocimiento.



Con **nuestra gente**, ponemos especial empeño en el trabajo en equipo, la actitud positiva y alegre, la búsqueda conjunta de prosperidad para todos y todas. En este marco, nuestra práctica constante y nuestro reto permanente tienden a la innovación.

El aseguramiento de la **sostenibilidad** de nuestra actividad se maneja en toda la **cadena de valor**; se enmarca en la **gestión ambiental, y en las normas de calidad y seguridad**, para ofrecer siempre productos de nivel mundial, con **compromiso y responsabilidad** hacia nuestros recursos propios y los del Ecuador.

En 2012, nos proponemos continuar afrontando el reto de integrar los sistemas de gestión en uno solo, con el fin de optimizar recursos, desarrollar políticas y delinear objetivos acordes con el enfoque en la mejora continua de todo el sistema.

Agradecemos la participación de nuestros *stakeholders* en los diálogos, grupos focales, encuestas y entrevistas, que nos permiten generar espacios de escucha e intercambio, para mejorar nuestra gestión corporativa y el relacionamiento mutuo.

AMALIA DE LA CERDA PÉREZ

CRITERIOS DEL INFORME

ALCANCE Y COBERTURA

El presente informe es un ejercicio de comunicación y transparencia de la gestión de Yanbal Ecuador S. A., en relación con los aspectos económicos, sociales y ambientales de su actividad, durante los ejercicios económicos 2010 y 2011.

Este es el primer informe de carácter público. Por compromiso adquirido, los futuros informes que presente la compañía tendrán una periodicidad bianual.

La información y datos exhibidos en el presente documento han sido verificados por la firma independiente **Deloitte & Touche Ecuador** y abarcan, exclusivamente, las actividades realizadas en territorio ecuatoriano.



GUÍAS

La elaboración del **Informe de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad 2010-2011** ha sido realizada con estricta observancia de los requisitos, estándares y lineamientos internos de Yanbal, la "Guía para elaboración de Memorias de Sostenibilidad GRI-G3" de la *Global Reporting Initiative*, la norma de Aseguramiento de Calidad AA 1000 y los indicadores del Sistema Integrado de Gestión Yanbal.

INFORMACIÓN Y COMENTARIOS

Los comentarios, sugerencias o inquietudes relativas a la información constante en el presente documento, provenientes del interior o exterior de Yanbal Ecuador, serán siempre bienvenidas. Se solicita su envío a:

Amalia de la Cerda Pérez
Responsabilidad Corporativa
amalia.delacerda@unique-yanbal.com
246 3181 Ext. 2676



YANBAL, NUESTRA EMPRESA

1967	1977	1979	1982
Inicio de las operaciones de Yanbal.	Expansión de Yanbal al Ecuador.	Réplica del modelo de Yanbal a otros países de la región, como Colombia y Bolivia.	Expansión al norte del continente (México).

1990	1993	2002	2004	2011
Construcción e inauguración de la planta de cosméticos en el Ecuador.	Creación del Centro de Investigación de Fragancias Cosmo International en EE. UU.	Apertura de una nueva unidad comercial en Guatemala.	Ingreso de Yanbal al mercado europeo, con el establecimiento de instalaciones en España.	Janine Belmont es nombrada Presidenta Ejecutiva de la <i>Corporación Yanbal International</i> .

YANBAL, NUESTRA EMPRESA

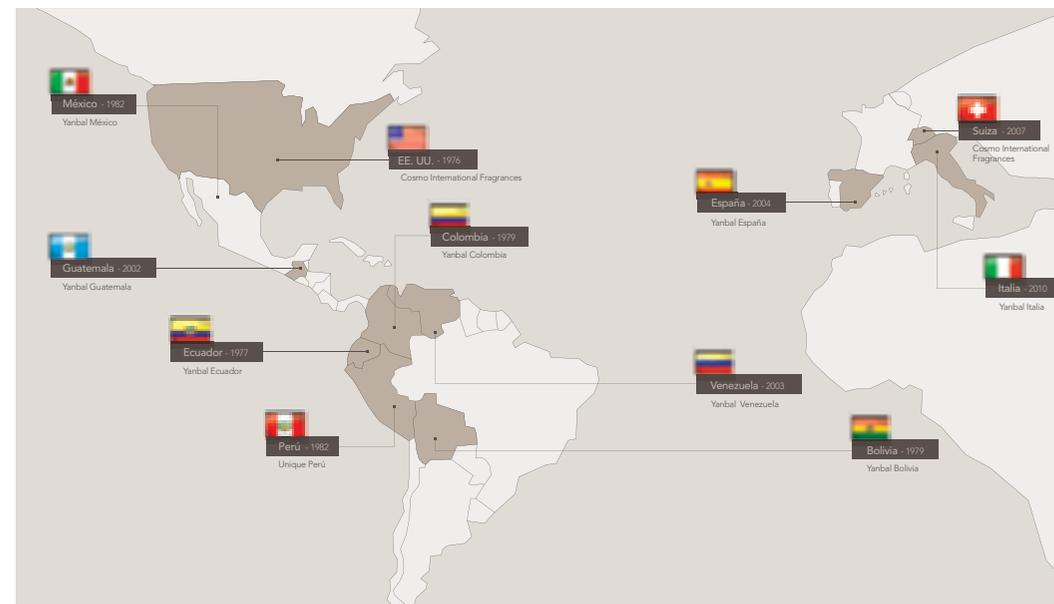
Han pasado 35 años desde que Corporación Yanbal llegó al país y fundó Yanbal Ecuador S. A., con el propósito principal de brindar a los ecuatorianos y ecuatorianas la **mejor oportunidad** para crecer personal, profesional y económicamente.

Desde entonces, la empresa impulsa en el Ecuador el desarrollo de personas emprendedoras, a través de la venta directa de productos cosméticos de calidad mundial.

Años antes, en 1967, Yanbal International fue fundada por Fernando Belmont, en Perú. El espíritu latino caracteriza a esta empresa, empeñada en ofrecer a la mujer de la región una forma innovadora de cumplir sus metas y hacer realidad sus sueños.

Actualmente, la sede de la *Corporación Yanbal International* continúa en Lima, bajo la presidencia de Janine Belmont. Administra tres modernas plantas de producción en Latinoamérica y tiene presencia comercial en nueve países, además de laboratorios de investigación y desarrollo de cosméticos y fragancias en Estados Unidos (Cosmo International) y Suiza, y un equipo de diseñadores de bisutería en New York.

El compromiso de Yanbal, vigente desde sus inicios corporativos, es ofrecer el mejor producto y la mayor calidad.



ALGO MÁS SOBRE YANBAL ECUADOR

Yanbal Ecuador inició operaciones en 1977, con capitales nacionales y extranjeros. El primer centro de distribución se ubicó en el sector de Mapasingue, en la ciudad de Guayaquil.

Para 1989, las operaciones centrales fueron trasladadas a Quito; y, en noviembre de 2001, fue inaugurada la Planta de Producción. Años después, en octubre de 2009, se abrió un Centro de Distribución en las afueras de la capital, en la zona de Aloag.

En 2010, Yanbal Ecuador contaba con 700 colaboradores; mientras, en 2011, el número se fijó en 688.

Yanbal Ecuador busca integrar a todos sus grupos de interés, tanto internos como externos, para vincularlos en una gran familia alineada a la misión, visión, valores y principios corporativos de la compañía, y favorecer su alineación con los enunciados valorativos expresados en el himno empresarial.

La compañía coordina permanentes acciones directas con sus *stakeholders* externos más inmediatos: las consultoras, distribuidores y transportistas.



Visión

Ser reconocida como la corporación latina de venta directa de productos de belleza más prestigiosa y competitiva, basada en el principio de "prosperidad para todos".

Misión

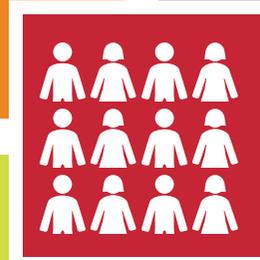
Elevar el nivel de vida de la mujer y de todos quienes forman parte de la familia Yanbal International, ofreciéndoles la mejor oportunidad de desarrollo personal, profesional y económico, con el respaldo de productos de belleza de calidad mundial.

Valores

- Integridad.
- Honestidad.
- Equidad.
- Lealtad.
- Respeto.
- Transparencia.

Principios Corporativos

- Prosperidad para todos.
- Pasión por la excelencia y la calidad.
- Espíritu de equipo.
- Innovación.
- Actitud de servicio.



HIMNO

YO SOY YANBAL

Yo soy Yanbal,
es más que pasión lo que yo siento
en mi vida,
me mueve cada día,
me siento feliz por eso,
yo soy Yanbal.

Nació como un sueño
que todos tengan una oportunidad
de poder tocar el cielo,
logrando sus sueños realizar.

Con todos tus productos,
Yanbal haces que me vea bien
y ganar bien como soñaba,
eso hace que yo me sienta bien.

Yo soy Yanbal,
es más que pasión lo que yo siento
en mi vida,
me mueve cada día,
me siento feliz por eso,
yo soy Yanbal.

Nació como un sueño
que todos tengan una oportunidad
de poder tocar el cielo,
logrando sus sueños realizar.

En cada producto,
se ve pasión por la calidad
y nada se compara
con la oportunidad de Yanbal.

Miles de familias viven este sueño:
lograr en su vida la prosperidad.
Somos para el mundo más que un
gran ejemplo,
por eso yo me siento Yanbal.

Yo soy Yanbal,
es más que pasión lo que yo siento
en mi vida,
me mueve cada día,
me siento feliz por eso,
yo soy Yanbal.

Nada se parece a Yanbal.
Yo te siento en mi alma, Yanbal,
haces que me vea bien
GANE Y ME SIENTA BIEN,
PARA SIEMPRE,
YO SOY YANBAL.

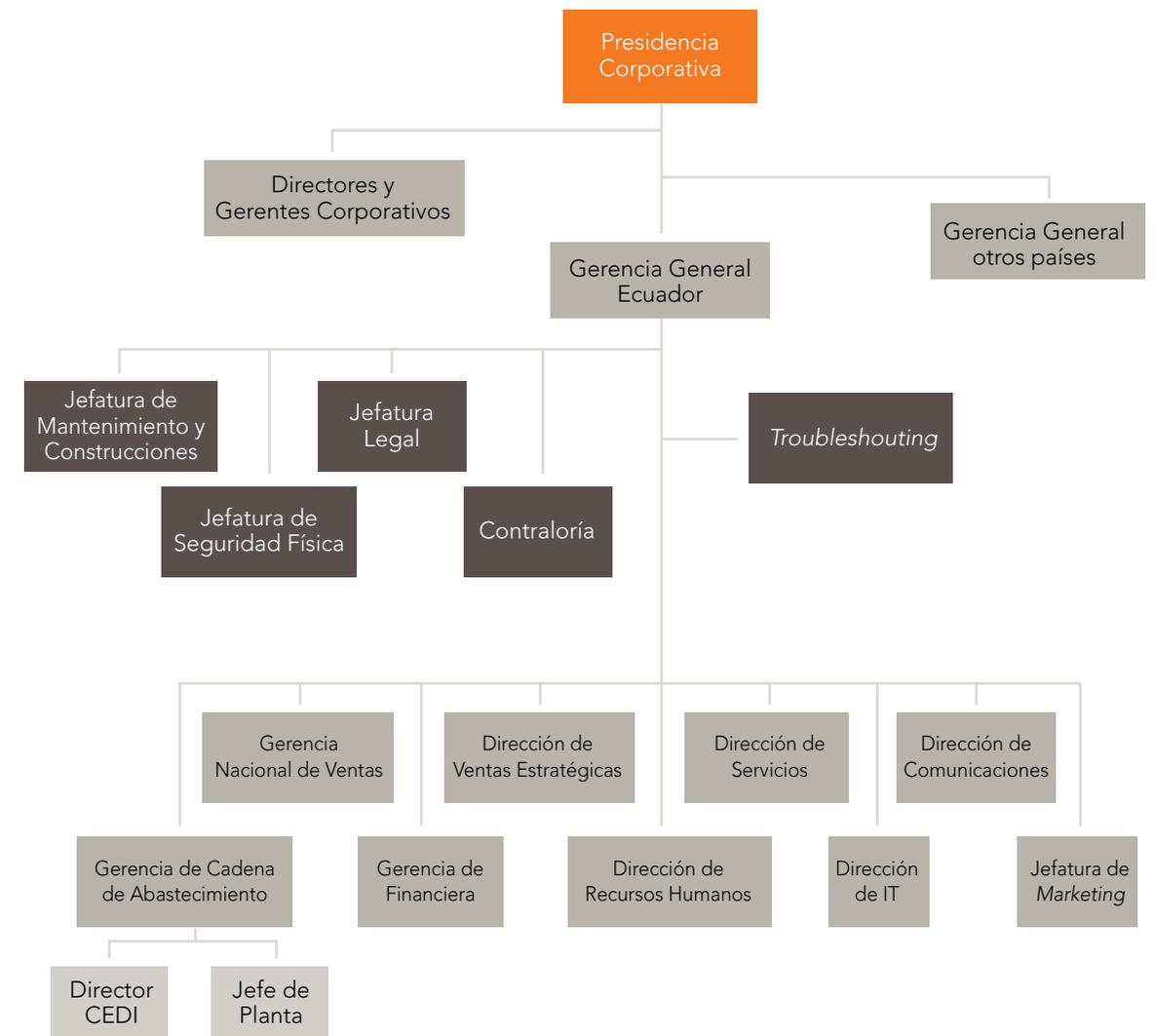


ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

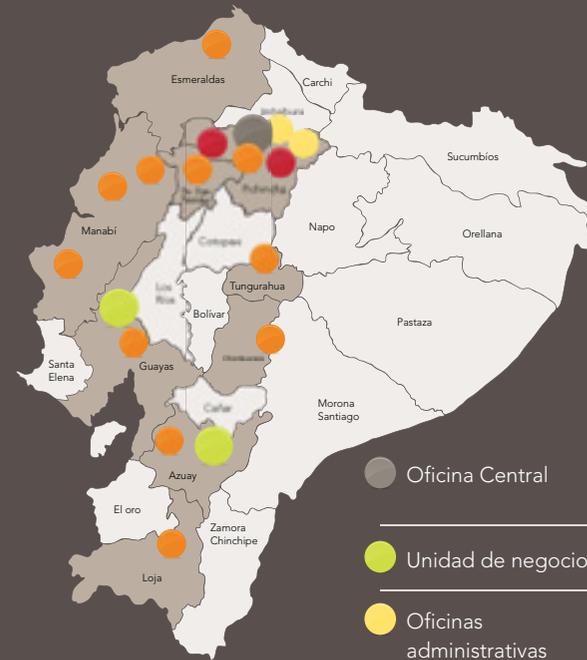
Por ser parte de *Yanbal Internacional*, varias de las políticas y procesos de Yanbal Ecuador son establecidos desde la corporación.

En nuestro país, la matriz está en Quito. El representante legal es Robert Watson Barber, gerente general desde 1988 y máximo responsable de la toma de decisiones y la dirección de operaciones en el Ecuador.

La *Corporación Yanbal Internacional* cuenta con un gobierno corporativo que elige a los directivos de las diversas representaciones nacionales, quienes guían la aplicación de la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos, y vigilan el cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, así como de los códigos internos y políticas.



ESTRUCTURA OPERATIVA Y NATURALEZA JURÍDICA



- Oficina Central
- Unidad de negocio
- Oficinas administrativas
- Planta de Producción
- Centros de Distribución Opportunity Centers



Matriz administrativa localizada en el edificio La Previsora, Quito.

En Guayaquil y Cuenca.

Planta industrial ubicada en Calderón, Quito.

Centro de Distribución y Despacho, Aloag-Park, Quito.

Once centros distribuidos de la siguiente manera: dos en Quito; dos en Guayaquil; uno en Cuenca, Ambato, Esmeraldas, Loja, Machala, Manta y Santo Domingo de los Tsáchilas, respectivamente.

Ninguna de las locaciones de Yanbal Ecuador (incluyendo su Planta de Producción y su Centro de Distribución) se encuentra en áreas protegidas; de esta manera, se garantiza ausencia de impacto a especies vulnerables y al medioambiente en general.

Gracias a sus doce Opportunity Centers, Yanbal Ecuador tiene presencia nacional. En estos espacios, las consultoras y directoras son atendidas con capacitaciones, gestión de problemas y dudas, y otros servicios.

Recientemente, fueron inaugurados los centros de Quitumbe y Machala.

PRINCIPALES MARCAS, PRODUCTOS Y SERVICIOS

Yanbal Ecuador ofrece una amplia línea de productos de belleza y cuidado personal para hombres, mujeres, adolescentes, niños y niñas.

Pero el producto central de Yanbal es la **oportunidad**, que consiste en el desarrollo de consultoras independientes (mayores de dieciocho años), en tres ejes fundamentales: personal, profesional y económico.



MUNDO MUJER



- Gaia
- Ccori
- Elixir
- Top Modeling
- Aqua Flx
- Cuartetos
- Hidralip
- Collar y Aretes Blanco y Negro

MUNDO HOMBRE



- Jaque
- Ohm
- Total Block
- Cadena Baltazar

MUNDO JUVENIL



- Dulce Vanidad
- Rímel Alargador
- Brillo Cocktail
- Sombras Clic

MUNDO NIÑOS



- Espejito Espejito
- Petit Pon Pon
- Set Aretes Estefanía

RESULTADOS

FINANCIEROS 2010 - 2011

	2010 (US \$)	2011 (US \$)
Ventas netas	163 574 770	171 947 379
Activos no corrientes	25 173 251	35 207 606
Ventas netas y otros ingresos	171 192 676	178 322 993
Obligaciones sociales	11 521 425	13 502 000
Donaciones	3600	3600
Impuesto a la Renta y participación laboral	11 012 450	9 670 00

PROYECTOS

DE SOSTENIBILIDAD

Durante 2010 y 2011, Yanbal Ecuador realizó varias inversiones en proyectos de desarrollo sostenible, tanto en la Planta de Producción como en el Centro de Distribución (CEDI).

El afán de la compañía es encontrar oportunidades para optimizar procesos, disminuir el uso de recursos financieros y no financieros, y reducir su impacto.



— 2010

PROYECTO DE SOSTENIBILIDAD	MONTO DE AHORRO (US \$)
Reducción de gramaje de cajas	35 000,00
Reducción de consumo de energía eléctrica	1400,00
Disminución de embalaje de pedidos	23 500,00
Optimización de uso de <i>pallets</i> para exportación	11 326,00
Iluminación natural de la planta	3044,00
Ahorro en papelería	158 259,00



— 2011

PROYECTO DE SOSTENIBILIDAD	MONTO DE AHORRO (US \$)
Fusión K-DNA-A (apoyo en tareas)	316 709,62
Proyectos en SMED (cambio rápido de formato en producción)	1951,00
Mejoras en la comunicación entre Planta y Mantenimiento	880,00
Reutilización de <i>pallets</i>	15 482,80
Apoyo en limpieza profunda	12 997,44
Ahorro en embalaje de pedidos	127 419,47
Eliminación de rollos de aire	36 400,16
Ahorro en la compra de nitrógeno	24 000,00
Optimización del sistema de calefacción CEDI	28 466,94
Optimización de iluminación en el CEDI	1305,60
Recuperación de agua del equipo de ósmosis	1378,96
Producción más limpia	8411,00

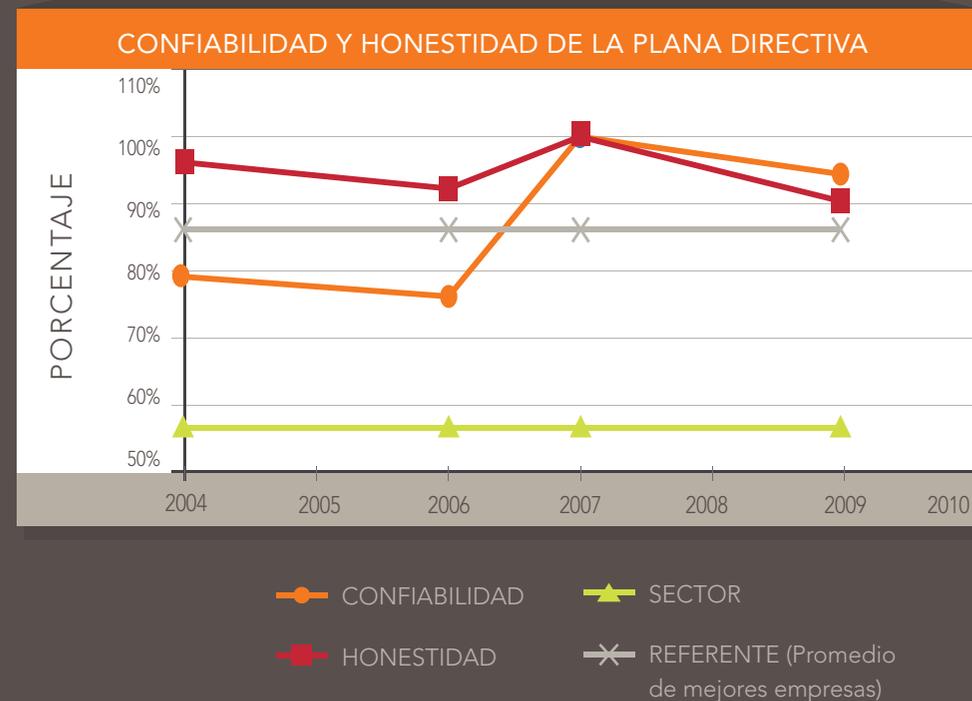
ÉTICA Y ANTICORRUPCIÓN

Yanbal Ecuador ha desarrollado un programa de capacitaciones destinado a sus colaboradores, repartidores y fuerza de ventas, con el fin de prevenir y sancionar cualquier acción deshonesta, incompatible con los principios de la compañía.

En el caso de producirse conflictos entre el interés de la empresa y las acciones de algún colaborador, se aplican acciones de conciliación previas a la sanción; en el caso del personal, dichas intervenciones son realizadas por el departamento de Recursos Humanos.

La intención es preservar la integridad en toda la gestión empresarial. La cadena de toma de decisiones es consecuente con este principio.

Nivel de confiabilidad y honestidad de directivos de Yanbal Ecuador



Mecanismo de medición: Encuestas aplicadas al personal, bajo metodología GPTW.

Resultado: Los encuestados consideran que el nivel de confiabilidad y honestidad de la plana directiva es alto; superior al sector y a empresas referentes.

Fuente: GPTW.



En 2011, Yanbal redefinió el funcionamiento de su Comité de Ética, para mayor eficiencia en la atención de los reclamos de consultoras independientes y directoras.

Los *stakeholders* externos más cercanos son las **consultoras independientes y el equipo de distribuidores**, actores fundamentales del negocio. Ante la eventualidad de su vulnerabilidad hacia actos de corrupción, Yanbal maneja un **Código de Ética** que establece los parámetros a seguir para no incurrir en actos poco transparentes que afecten al negocio.

En Yanbal Ecuador, la ética es gestionada en todas las instancias y monitoreada por el gobierno corporativo, especialmente en temas de *lobbying* y negocios que pudieran generar duda interna o externamente.

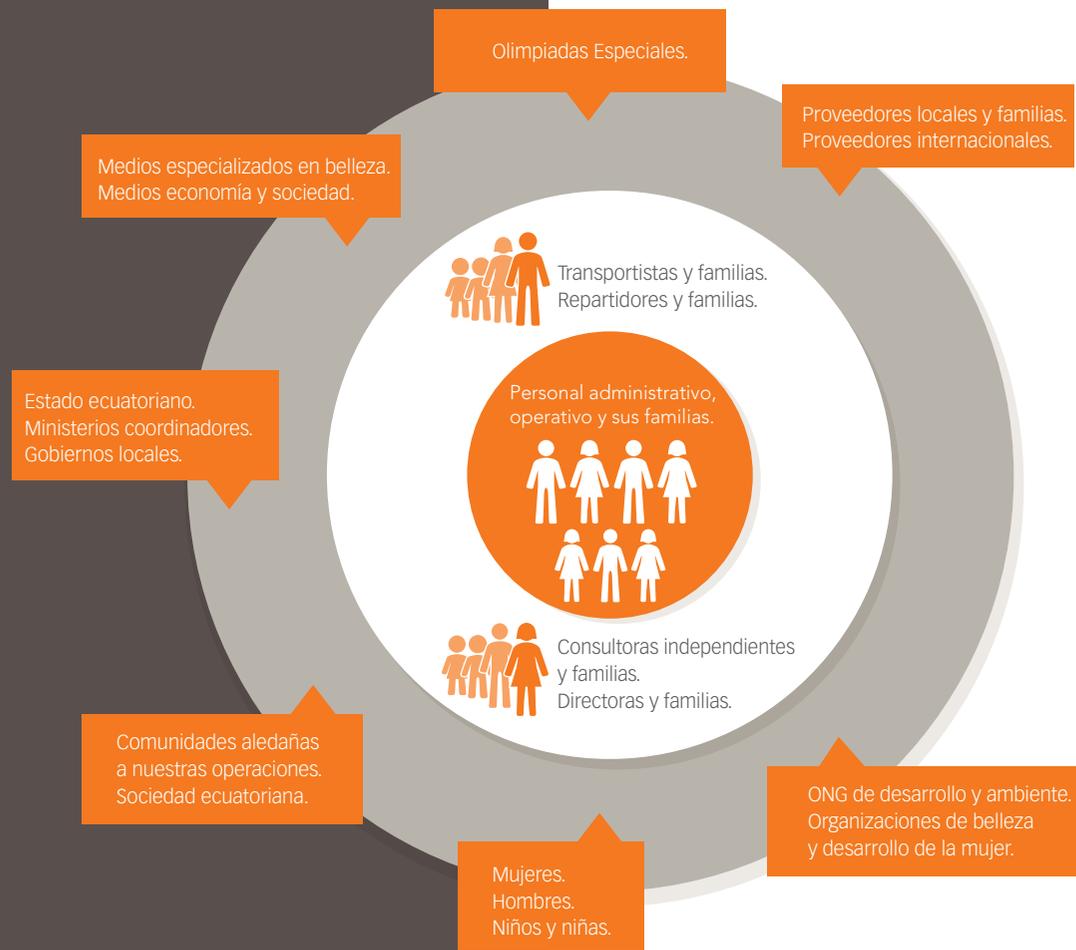
La naturaleza del negocio de venta directa impide la generación de monopolios. La empresa pone a disposición de sus consultoras y clientes beneficios de libre elección para sus grupos de interés.

COMUNICACIÓN CON LAS AUDIENCIAS

El desarrollo sostenible debe involucrar la comunicación, la transparencia y la gestión de expectativas en toda la cadena de negocio.

Este **Informe de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad** determinó el desarrollo de un estudio de materialidad, sobre la base de diálogos, *focus groups*, encuestas y entrevistas.

De este modo, Yanbal Ecuador tiene claramente identificados sus grupos de interés:



Para los *stakeholders* externos, los principales aspectos a considerar, como prioridad uno, consisten en:

1. Calidad vs. costo de productos.
2. Cumplimiento de regulaciones.
3. Principios de Gobierno Corporativo.
4. Sistemas de transporte y distribución.
5. Diálogo con *stakeholders*.
6. Igualdad de oportunidades.
7. Inclusión familiar / Conciliación trabajo-familia.
8. Transparencia.
9. Inversión en nuevas tecnologías.
10. Satisfacción del cliente.
11. Beneficios tangibles e intangibles extrareglamentarios.
12. Derechos Humanos.



Para los colaboradores, tanto operativos como administrativos, las principales preocupaciones y expectativas de prioridad uno, giran en torno a:

1. Políticas de negocio (tarifas, regulación, competencia).
2. Calidad vs. costo de productos.
3. Inversión social.
4. Sistemas de transporte y distribución.
5. Igualdad de oportunidades.
6. Salud y seguridad ocupacional.
7. Relaciones laborales.
8. Gestión del agua.
9. Sistemas de información del producto y mercadeo responsable.
10. Seguridad de procesos.
11. Principios de Gobierno Corporativo.
12. Estudios de impacto ambiental.
13. Inversión en nuevas tecnologías.
14. Eficiencia de productos.
15. Sistemas de gestión medioambiental.
16. Diálogo con *stakeholders*.
17. Formación de colaboradores.
18. Formación en medioambiente.



DISTINCIONES Y CERTIFICACIONES

Yanbal fomenta la mejora continua de sus colaboradores y la perfectibilidad de los procesos. Con este fin, realiza reuniones semanales y campañas (cada cuatro semanas), durante las cuales se verifica el cumplimiento de objetivos por campaña o para el mediano plazo. Los resultados son notables.

En 2010, Yanbal fue reconocida con el EKOS de Oro. En 2011, recibió el reconocimiento a la Mejor Marca 2011 y estuvo dentro del grupo de las diez mejores empresas ecuatorianas donde trabajar, según el *Great Place to Work Institute*. Adicionalmente, obtuvo la Medalla de Oro a la Excelencia Empresarial.



Yanbal Ecuador cuenta con las siguientes certificaciones:

- ISO 9001:2008, en toda la cadena de abastecimiento.



- BASC (*Business Alliance for Secure Commerce*), habiendo sido premiada como la empresa con la cadena logística más segura.



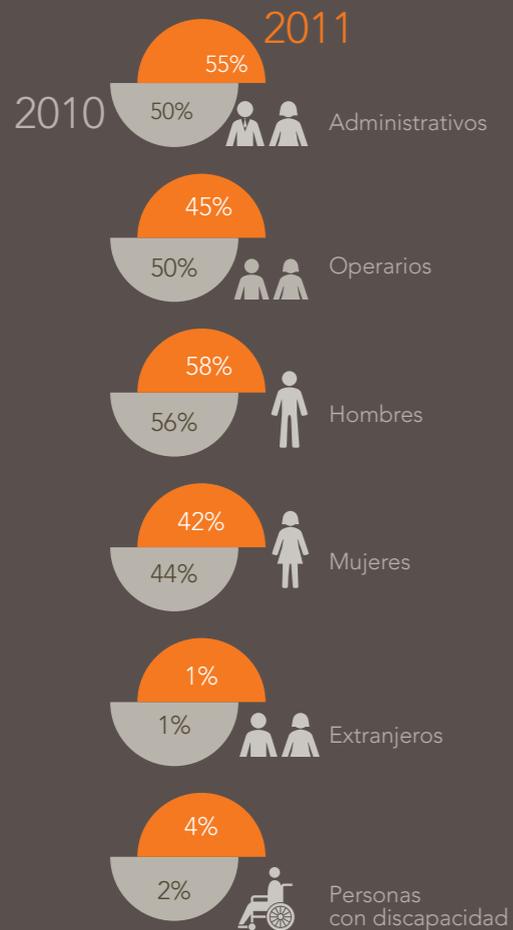
- BPM (Buenas Prácticas de Manufactura).





**NUESTRA
GENTE,**
EL MEJOR EQUIPO

DISTRIBUCIÓN DE NÓMINA



RELACIONES DE PUERTAS ABIERTAS

Toda la empresa maneja una política de puertas abiertas, con el fin de cumplir las expectativas y necesidades de su gente.

En cumplimiento de las normativas nacionales e internacionales, Yanbal Ecuador no se opone a la conformación de convenios colectivos y/o asociaciones de trabajadores pacíficas, al tiempo que busca conseguir siempre las mejores condiciones para sus colaboradores.

Yanbal Ecuador cuenta con varias vías de comunicación interna, así como con un nuevo programa llamado **Recursos Humanos te escucha**, que busca promover la mejora, motivación y solución de inquietudes entre el personal.



FOMENTANDO EL ORGULLO

La cultura corporativa de Yanbal se centra en la motivación y el sentido de pertenencia, especialmente a través del proyecto corporativo **"Yo Soy Yanbal"**, cuyo objetivo es desarrollar en el personal las cualidades que destacan a las personas de la Familia Yanbal, enmarcadas en tres ejes principales: **Verse bien, Ganar bien y Sentirse bien.**



La gestión con transparencia permite informar y compartir decisiones corporativas, metas, cambios organizativos y otros asuntos relevantes para la construcción de una cultura corporativa adecuada.

Yanbal Ecuador ha desarrollado cronogramas de reuniones semanales, campañas y anuales, para todas las áreas de la compañía. De este modo, se garantiza una gestión de comunicación fluida y de doble vía, que incluye al personal operario, administrativo y directivo.



Todos los lunes del año, el personal canta y baila el himno Yanbal, y se informa sobre el cumplimiento de metas, para fomentar una cultura corporativa inclusiva y transparente.

ÍNDICE DE ROTACIÓN

— 2010

Rotación media: 10,71%



ZONA	NÚMERO DE PERSONAS	RANGO DE EDAD
Oficina Matriz	10	23 – 40 años
Planta	48	20 – 64 años
Guayaquil	1	30 – 40 años
Cuenca	2	30 – 40 años
Santo Domingo	1	20 – 30 años
Aloag (Centro de Distribución)	13	30 – 40 años

— 2011

Rotación media: 13,51%

ZONA	NÚMERO DE PERSONAS	RANGO DE EDAD
Oficina Matriz	10	20 – 40 años
Planta	51	20 – 50 años
Guayaquil	7	20 – 60 años
Manta	2	20 – 40 años
Cuenca	6	20 – 40 años
Esmeraldas	1	30 – 40 años
Aloag (Centro de Distribución)	16	20 – 40 años

BENEFICIOS PARA EL PERSONAL

Yanbal Ecuador se preocupa por el bienestar de sus colaboradores, como una estrategia de inclusión y motivación.

La empresa ofrece:



AMBIENTE FÍSICO ADECUADO

Excelentes instalaciones y condiciones para el desenvolvimiento del trabajo.

AMBIENTE LABORAL AGRADABLE

La Familia Yanbal se interesa por el ambiente de trabajo, para el bienestar personal y el incremento de la productividad.

REMUNERACIÓN COMPETITIVA Y OPORTUNA

Salarios competitivos, políticas de ascenso y remuneraciones pagadas oportunamente; de esta manera, se eleva el nivel de vida y los ingresos del personal.



YANBAL ECUADOR, CERCA DE SU GENTE Y SU FAMILIA

Desde el departamento de Recursos Humanos, se conduce la selección, desarrollo y capacitación del personal.

La inclusión de la familia del trabajador en los eventos realizados para el personal es parte de la cultura Yanbal.



Yanbal cuenta con tres profesionales en Trabajo Social, quienes conforman el área de Bienestar y llevan a cabo visitas domiciliarias al personal, para un acercamiento cordial y una relación estrecha con el colaborador y su familia.



BENEFICIOS SOCIALES	2010 (US \$)	2011 (US \$)
Sueldos y salarios	7 901 919,00	9 053 358,00
Bonos, gratificaciones y compensaciones	2 369 307,00	3 266 305,00
Aportes patronales de fondos de salud	1 039 164,00	1 193 624,00
Vacaciones	269 089,00	82 527,00
Eventos, atenciones al personal y otros gastos	379 905,00	406 394,00
Transporte, concesionarios y refrigerios	802 355,00	915 744,00
	12 761 739,00	14 917 952,00

Yanbal ofrece un salario base de entrada de US \$ 300, en promedio. Recuérdese que el Salario Básico Unificado (SBU) en el Ecuador fue de US \$ 240 en 2010 y de US \$ 264 en 2011.



SALUD Y SEGURIDAD

EN EL TRABAJO

Yanbal desarrolla su negocio con orientación a la protección de las personas, propiedades y al medioambiente.

Su compromiso con el desempeño en calidad, salud, seguridad y sostenibilidad forma parte integral de su visión, misión y valores.

El área de Salud, Seguridad y Medioambiente (SSMA) cuenta con políticas, equipos y capacitación permanente de los actores involucrados. Su configuración y desempeño se han convertido en un referente nacional en la implementación y manejo de la temática.

El proceso de vigilancia de la **salud** implementa evaluaciones periódicas, con exámenes ocupacionales de acuerdo con el factor de riesgo específico de la situación y puesto de trabajo del colaborador, además de administración de vacunas y sus refuerzos, tanto para el personal como para sus familiares.



En temas de **seguridad**, Yanbal Ecuador cuenta con varios procedimientos tendientes a desarrollar un área de trabajo segura, para sus colaboradores y para sus productos. La compañía trabaja en la elaboración de evaluaciones de riesgos y permisos de trabajo; adicionalmente, posee un reglamento desarrollado sobre la base de las mejores prácticas en el tema y la implementación de un sistema de gestión en seguridad y salud ocupacional.

A partir de 2010, Yanbal Ecuador trabaja en el mejoramiento de las condiciones de ergonomía e higiene en los procesos, en las instalaciones y en el colaborador.

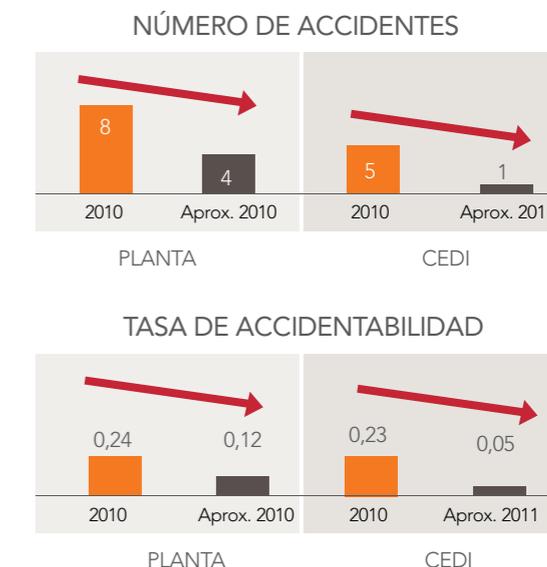
Se destaca la implementación de **Pausas Activas** durante la jornada de trabajo en empaque y el programa de vigilancia músculoesquelética en el Centro de Distribución.

La atención médica, tanto de consulta externa como de emergencias, cubre todos los turnos de trabajo en la Planta industrial y en el CEDI. Aunque se trabaja para evitar accidentes, Yanbal Ecuador cuenta con **brigadas** de emergencias y **procedimientos** para la atención de accidentes de trabajo y evacuación de pacientes críticos.

MORBILIDAD

OCUPACIONAL

Los esfuerzos de Yanbal están encaminados a prevenir y mitigar la ocurrencia de accidentes en sus operaciones, así como enfermedades laborales.



Análisis de puestos de trabajo (Fundación General Ecuatoriana).

Indicadores de Gestión SSMA Planta		Unidad	Resultado 2010	Resultado 2011
Índice de frecuencia	Número		5,3	0,00
Índice de gravedad	Días		65,0	0,00
Tasa de accidentabilidad	Número		0,2	0,12
Gestión de ocurrencias (RIS)	Porcentaje		97,6%	97,7%

Indicadores de Gestión SSMA CEDI		Unidad	Resultado 2010	Resultado 2011
Gestión de ocurrencias (RIS)	Porcentaje		93,0%	98,5%
Tasa de accidentabilidad	Número		0,2	0,05
Índice de gravedad	Días		18,7	0,00
Índice de frecuencia	Número		5,3	0,00

Las **capacitaciones** en ergonomía general y específica, primeros auxilios y el fomento de conciencia sobre el consumo de alcohol y drogas, son pilares fundamentales para el fortalecimiento de una cultura de seguridad y salud preventiva en la compañía.

Los ejes de capacitación, en este bienio, han sido: ergonomía, drogas y alcohol, nutrición, cuidado de la espalda, manejo de estrés, cuidado de posturas en el lugar de trabajo, emergencias, uso de equipos de protección personal, uso de materiales peligrosos (manejo de productos químicos), impacto en el medioambiente y prevención de riesgos laborales.

Más de 60 módulos de capacitación en salud y seguridad se impartieron a todo el personal de Yanbal Ecuador durante 2010 y 2011.

PROYECTO FUSIÓN K-ADN-A

En 2011, Yanbal implementó y logró el cumplimiento del proyecto **Fusión K-ADN-A**, que consiste en la rotación del personal a lo largo de la cadena de abastecimiento de distintas áreas (Producción, Almacenes, Calidad y Distribución), con la finalidad de desarrollar un personal mejor capacitado y polifuncional.

El aspecto de la polifuncionalidad ha roto muchos paradigmas en lo relativo a temas de género. Una vez instaurado el proyecto, se ha confirmado que las habilidades, acompañadas de una capacitación adecuada, dependen de cada persona y no necesariamente del rol que la sociedad le ha asignado históricamente.

El ahorro obtenido por la recuperación de tiempo en tareas productivas supera las 50 000 horas/hombre, equivalente a un aproximado de US \$ 300 000.



Ausentismo



DISTRIBUCIÓN DE COMITÉS DE SALUD Y SEGURIDAD

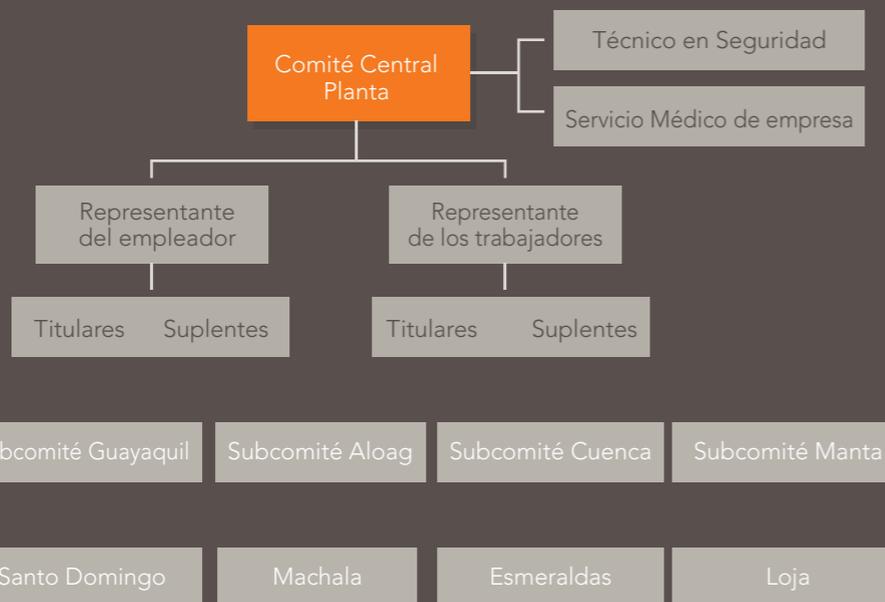
Yanbal Ecuador cuenta con varios comités de SSMA; el principal se encuentra en Planta y está conformado por tres representantes de los trabajadores y tres de la empresa, cada uno con un suplente; es decir, está integrado en un 50% por colaboradores y en un 50% por asociados.

Los comités tienen como principal función divulgar y fomentar prácticas saludables, y motivar la adquisición de hábitos seguros.



Entre sus principales funciones están las siguientes:

- Promover actividades en seguridad y salud ocupacionales.
- Hacer el seguimiento al desarrollo de las actividades del programa de SSMA.
- Prevenir la ocurrencia de accidentes y enfermedades profesionales, y proponer medidas correctivas.
- Visitar, periódicamente, los lugares de trabajo e inspeccionar los ambientes, las máquinas y los equipos.
- Servir como organismo de coordinación entre el empleador y los trabajadores.



DESARROLLO Y CRECIMIENTO PROFESIONAL

En el año 2010, Yanbal inició la implementación del programa **Desarrollo de Talentos Yanbal**, dirigido a colaboradores con un alto nivel de compromiso y evaluaciones de desempeño superiores.

A partir de las evaluaciones de competencias, se identifican los planes de mejora y desarrollo individuales, presentando a cada colaborador sus fortalezas y sus debilidades, para enfocar el trabajo de mejora en cada uno de estos aspectos.

Los Talentos Yanbal son beneficiados con estudios de posgrado y planes de retención atractivos para su desarrollo dentro de la empresa.

Yanbal Ecuador cuenta con un sistema informático denominado **Alineamiento Estratégico**, desarrollado internamente e implementado en 2009. Dicha herramienta permite que los colaboradores, orientados por Recursos Humanos, proyecten sus objetivos anuales, alineándolos con los objetivos estratégicos de la compañía.

Proceso



Esta metodología ha permitido a los gerentes empoderar a su gente y ha favorecido que el personal tenga metas claras y alcanzables, adquiera una motivación basada en resultados, y reciba retroalimentación oportuna y aplicable a acciones de mejora.

El plan de capacitación de los colaboradores de Yanbal Ecuador cuenta con directrices estratégicas que fomentan el desarrollo del personal e inciden favorablemente en la productividad, el profesionalismo y el acceso a herramientas y procesos útiles para su trabajo.



		TOTAL HORAS DE CAPACITACIÓN					
		2010			2011		
		Personal cadena	Personal administrativo	Total personal Yanbal	Personal cadena	Personal administrativo	Total personal Yanbal
Nivel	Horas	8245	6022	14 267	8656	6386	15 042
1	Directores / Gerentes	167	474		187	854	
2	Jefes / Coordinadores	567	1745		613	1692	
3	Analistas / Supervisores	3375	2090		3600	2236	
4	Asistentes	102	969		206	1292	
5	Auxiliares	4034	744		4050	312	

Control Evaluación de Desempeño 2011	
Personal administrativo	325
Personal administrativo evaluado	325
Personal cadena	344
Personal cadena evaluado	344
Porcentaje evaluados Yanbal Ecuador	100%





GESTIÓN AMBIENTAL

GESTIÓN

AMBIENTAL

Yanbal Ecuador es una empresa direccionada hacia el cuidado medioambiental. Enfoca su gestión en ciclos de mejora continua que observan el buen manejo de los recursos y la reducción del impacto de sus operaciones, lo que ha permitido que la empresa no haya recibido multas o sanciones significativas en este ámbito, durante el período reportado.



YANBAL

VERDE

La empresa ha creado el plan corporativo **Yanbal Verde**, basado en el principio de "Prosperidad para todos" y en el compromiso responsable con el medioambiente.

El plan incluye capacitaciones, campañas de reciclaje y promoción de conciencia ambiental, y es difundido entre los colaboradores desde el proceso mismo de inducción, con el fin de impulsar acciones efectivas, coordinadas y sistemáticas.



SELECCIÓN Y

UTILIZACIÓN DE MATERIAS PRIMAS

La Planta de Producción de Yanbal Ecuador se dedica, principalmente, a la producción de fragancias y desodorantes. Un importante volumen de productos es exportado para su comercialización en otros países de la corporación.



Materias primas utilizadas (kg y unidades) en 2010 y 2011



ENERGÍA

El proceso de producción involucra el uso de energía y agua, constantemente monitoreado bajo la premisa de la mejora continua.

En 2011, se reportó un incremento en el consumo de combustible, debido a la incorporación de un transformador eléctrico que resultaba necesario para mejorar los procesos en la gestión en el Centro de Distribución.



ENERGÍA ELÉCTRICA

En 2011, se logró disminuir el consumo de energía eléctrica con respecto a 2010:

2010

	Consumo de energía kw/h	Consumo de diésel Galones/1000 pedido
Planta de Producción	895 431, 00	0,10
Centro de Distribución	885 318,00	0,00

2011

	Consumo de energía kw/h	Consumo de diésel Galones/1000 pedido
Planta de Producción	780 488,00	0,13
Centro de Distribución	822 849,00	0,79

EMISIONES

La principal fuente de emisión de Gases de Efecto Invernadero (GEI), en Yanbal, es la quema de combustible en calderos. De ahí que, en cumplimiento de la ley, la empresa realiza cuatro monitoreos trimestrales, a cargo de un laboratorio externo acreditado.



Caracterización fisicoquímica de emisiones al aire 2010 (0°C y 1013 mbar).

GAS	UNIDAD	MEDICIÓN 1	MEDICIÓN 2	MEDICIÓN 3	MEDICIÓN 4
Monóxido de carbono	CO ppm	83	1120	19	49
Dióxido de azufre	SO2 ppm	<10.6	<10.6	86	1
Óxidos de nitrógeno	NOx ppm	4	26	19	42
Material particulado	PM g/m ³ de gas seco	0,00	0,01	0,04	0,00

*Análisis realizado con un consumo mensual de combustible de 400 gal. y tiempo de funcionamiento de 14 horas/semana.

Caracterización fisicoquímica de emisiones al aire 2011 (0°C y 1013 mbar).

GAS	UNIDAD	MEDICIÓN 1	MEDICIÓN 2	MEDICIÓN 3	MEDICIÓN 4
Monóxido de carbono	CO ppm	55	40	893	<7
Dióxido de azufre	SO2 ppm	ND	ND	ND	21
Óxidos de nitrógeno	NOx ppm	46	40	35	15
Material particulado	PM g/m ³ de gas seco	0,016	0,02	0,10	0,05

*Análisis realizado con un consumo mensual de combustible de 400 gal. y tiempo de funcionamiento de 14 horas/semana.

PROYECTOS

DE SOSTENIBILIDAD

En Yanbal Ecuador, muchos proyectos buscan la eficiencia y el ahorro en recursos energéticos. La mayoría de programas se encuentra en funcionamiento y otros van a ser implementados a partir de 2012.

La operación del Centro de Distribución localizado en Aloag, durante 2010 y 2011, se concentró en diseñar mecanismos exitosos para reducir el impacto ambiental, hasta minimizarlo.

Algunas de las acciones aplicadas son:

- Separación de mecanismos de control de encendido de luces en las nuevas oficinas administrativas.
- Promoción de conciencia sobre la responsabilidad de apagar equipos fuera de uso en áreas administrativas.
- Reducción del consumo de energía en iluminación, con reemplazo de lámparas de menor voltaje.
- Instalación de un sistema de recirculación de aire comprimido, para evitar el consumo excesivo de energía en el sistema de calefacción.

Acciones realizadas para minimizar el impacto ambiental (2010-2011).

PROYECTOS	BENEFICIOS
<ul style="list-style-type: none"> • Eliminación de cojines de aire en pedidos. • Reducción de gramaje de las cajas en pedidos nacionales. • Sustitución de cajas de los <i>kits</i> de spa facial por fundas biodegradables. • Reducción del consumo de energía eléctrica, a través de mejoras en los sistemas de calefacción y de iluminación en el CEDI Aloag. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción en la tala de árboles.  • Reducción en el uso de energía (combustible) aplicada al transporte de madera al aserradero (menos carga de materia prima). Ahorro de 1500 kw/hora.  • Reducción de emisiones de gases contaminantes a la atmósfera, por unidad de peso de envase, durante el transporte del producto. 



En cuanto a la contaminación por ruido, Yanbal Ecuador realiza las mediciones que establece la ley, a través de un laboratorio certificado externo, en el punto de mayor criticidad por la generación de ruido: la Sala de Fuerza.

Pese a que no se exceden los límites permitidos por la legislación nacional, debido al aislamiento acústico de la sala, implementado hace aproximadamente tres años, la compañía realiza un seguimiento constante para prevenir afectaciones a la salud de sus colaboradores y generar un entorno de excelencia en las áreas de producción y distribución.

Caracterización de ruido en 2010 y 2011.

MEDICIONES	HORA	PROMEDIO 2010	PROMEDIO 2011
I MONITOREO febrero 2011	Diurno	46,75	40,70
	Nocturno	38,75	30,70
II MONITOREO abril 2011	Diurno	46,35	49,20
	Nocturno	38,95	41,50
III MONITOREO junio 2011	Diurno	46,20	47,90
	Nocturno	38,75	42,00
IV MONITOREO octubre 2011	Diurno	45,85	46,40
	Nocturno	38,70	44,40

AGUA

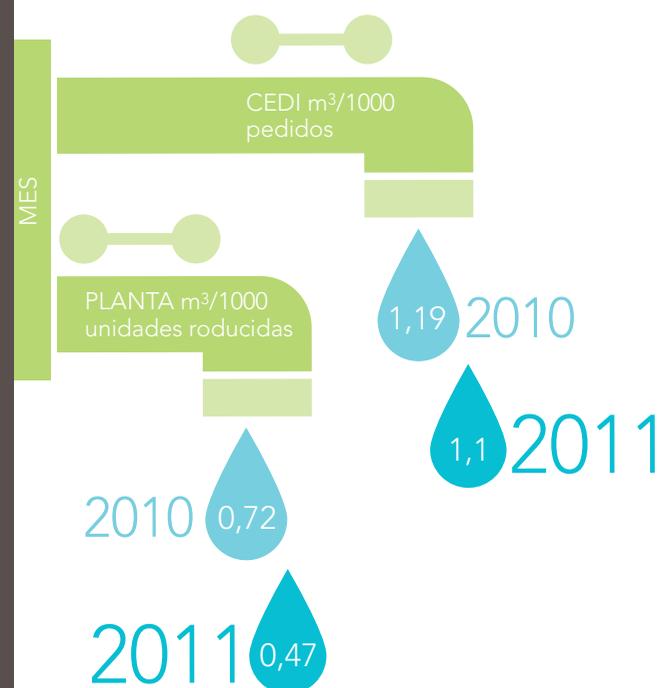
En la elaboración de los productos de Yanbal, especialmente en perfumería, el agua es uno de los elementos más importantes.

La empresa impone un control permanente del recurso hídrico, con la finalidad de limitar su desperdicio y manejar una calidad óptima del agua en toda la cadena de elaboración del producto, hasta su descarga.

El promedio de consumo de agua de pozo en el Centro de Distribución de Aloag es de seis metros cúbicos diarios.



Consumo de agua en 2010 y 2011 en Planta y CEDI.



La empresa realiza los cuatro monitoreos establecidos por la ley, con fines de seguimiento y cumplimiento de las condiciones de descarga de agua residual requeridas. De esta manera, se evitan daños permanentes al medioambiente.

La cantidad de agua residual tratada anualmente fue de 384 m³.

Caracterización de agua residual 2010.

CALIDAD DEL AGUA	UNIDAD	MEDICIÓN 1	MEDICIÓN 2	MEDICIÓN 3	MEDICIÓN 4
Demanda química de oxígeno	DQO mg/l	<2	201	<2	28,4
Demanda bioquímica de oxígeno	DBO ₅ mg/l	<4	620	102	54,0
Sólidos sedimentables	SS mg/l	<0,1	<0,1	<0,1	<0,2
Volumen m ³ /día	V m ³ /día	0,126			
Caudal de descarga	Q l/s	0,13	0,13	0,1260	0,1260

Caracterización de agua residual 2011.

CALIDAD DEL AGUA	UNIDAD	MEDICIÓN 1	MEDICIÓN 2	MEDICIÓN 3	MEDICIÓN 4
Demanda química de oxígeno	DQO mg/l	468	15,14	354	<3
Demanda bioquímica de oxígeno	DBO ₅ mg/l	589	39	481	<30
Sólidos sedimentables	SS mg/l	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1
Volumen m ³ /día	V m ³ /día	0,126			
Caudal de descarga	Q l/s	0,13	0,13	0,13	0,1260



Yanbal cuenta con un **Plan de Emergencias Ambientales**. Gracias a esta y otras medidas, no ha presentado situaciones de impacto ambiental significativas en temas de derrame y está preparada para eventualidades.

En casos de incidentes menores o cuasi incidentes, los operadores y el supervisor de SSMA siguen un procedimiento establecido, con el fin de determinar las causas del evento y las acciones a realizarse para evitarlo en el futuro.

Yanbal Ecuador ha puesto en marcha las siguientes acciones para disminuir su consumo de agua, tanto en Planta como en su Centro de Distribución:

- Cambio de llaves de agua y sanitarios, con una reducción del consumo de agua potable en 226,8 m³/mes.
- Reutilización de agua tratada, en pos de lograr una reducción considerable del consumo de agua potable.
- Reducción de un consumo aproximado de 200 litros de agua potable por cada 100 kg de consumo de cartón.

Uno de los proyectos de disminución de uso del agua y ahorro económico es la **reutilización del agua de ósmosis**, con el fin de recuperar el agua de rechazo de la ósmosis inversa, enviándola al sistema de agua potable sin afectar las características físicoquímicas y microbiológicas del líquido.



Se estima que, gracias al proyecto de reutilización del agua de ósmosis, se recuperarán 450 m³ de agua anualmente, mediante un sistema que incluye un tanque de recepción, una bomba para elevar la presión y tubería PVC para llevarla a la cisterna. **El costo de inversión del proyecto es US \$ 1250,00 y genera un ahorro estimado de US \$ 6500,00.**

RESIDUOS SÓLIDOS

En el marco de su accionar ambiental, Yanbal opera en la gestión de residuos sólidos peligrosos y no peligrosos. En el primer caso, entrega los residuos peligrosos a gestores calificados y, en el segundo, vende los residuos no peligrosos a gestores identificados, con el fin de optimizar su uso y disminuir el impacto sobre el medioambiente.



Cantidad de cartón reciclado 2010 – 2011.

MES	2010		2011	
	kg/1000 unidades producidas en Planta	kg/1000 unidades producidas en CEDI	kg/1000 unidades producidas en Planta	kg/1000 unidades producidas en CEDI
ENERO	15,73	45,33	5,76	127,76
FEBRERO	6,48	61,36	5,82	107,24
MARZO	8,29	100,47	5,50	178,42
ABRIL	7,94	114,22	6,30	133,18
MAYO	6,24	65,00	8,63	162,77
JUNIO	7,39	119,84	7,73	92,54
JULIO	6,13	110,39	5,89	165,16
AGOSTO	5,21	92,43	6,19	144,04
SEPTIEMBRE	7,31	97,90	5,87	145,79
OCTUBRE	5,34	129,96	7,25	201,52
NOVIEMBRE	7,35	116,85	7,92	165,16
DICIEMBRE	6,18	119,52	7,88	155,10
PROMEDIO	7,47	97,77	6,73	148,2

Residuos reciclables y no reciclables entregados a gestores ambientales, para su disposición.

TIPO	RESIDUO	UNIDAD	2010	2011	
 Reciclable	Entrega de <i>pallets</i> Planta	Unitario	3055	2349	
	Entrega de <i>pallets</i> CEDI	Unitario	2552	2562	
 No reciclable	Fluorescentes	Unitario	---	615	
	Hospitalarios	kg	---	15	
	Lodos de tratamiento de aguas residuales/filtros de carbón activado/reactivos químicos caducados	kg	---	188	



El manejo de los residuos sólidos de Yanbal ha sido ordenado mediante acciones que buscan minimizar la producción de residuos y disminuir el impacto sobre el medioambiente, entre ellas:

- Reutilización y reciclaje de *pallets*: Aprovechamiento de *pallets* que estaban siendo donados y reaprovechamiento de 60 *pallets* por mes.
- Mejora de las condiciones económicas de reciclaje externo de cartón: Mayor ganancia por incremento en volumen y precio del material.

Materiales valorizados para los años 2010 y 2011.

Proceso	Tipo de material	VALORES 2010		VALORES 2011	
		Peso en kg	Valor US \$	Peso en kg	Valor US \$
Fabricación cosméticos	Materiales auxiliares (p. e. placas, tapones)	638,80	9269,34	1443,37	16 856,88
	Materias primas (p. e. esencias para fragancias)	263 605,47	339 073,27	500 394,50	687 242,77
	Materiales no valorados (p. e. agua tratada)	25 992,48	0,00	53 053,33	0,00
	Productos semiterminados (p. e. <i>bulks</i> de fragancias)	259 322,08	2 254 424,09	509 804,09	5 810 429,05
Envasado cosméticos	Materiales auxiliares (p. e. placas, tapones)	131,12	2540,45	53,96	1132,08
	Catálogos y folletería (p. e. catálogos, circulares, volantes)	48,25	812,20	572,32	1707,72
	Embalajes (p. e. cajas, fundas)	315,26	4748,93	986,11	10 828,50
	Envases (p. e. frascos)	392 666,38	3 902 965,24	1 453 116,37	13 827 572,43
	Mercaderías (p. e. premios; como DVD, maletines, camisetos, gorras, etc.)	94,55	7117,15	3333,07	20 662,13
	Productos terminados (p. e. demostradores 1 ml)	2308,76	117 866,16	59 718,29	2 596 814,11
	Productos semiterminados (p. e. <i>bulks</i> de fragancias)	254 996,64	2 166 658,95	554 798,20	6 539 984,76
	Otros	Embalajes (p. e. cajas, fundas)	0,34	6,01	5,86
Envases (p. e. frascos)	11,24	308,76	106,30	1576,38	
Productos semiterminados (p. e. <i>bulks</i> de fragancias)	2,95	68,41	430,79	7775,47	
Total general		1 200 134,32	8 805 858,96	28 922,63	307 970,28

En el período de reporte, Yanbal Ecuador ha evidenciado varios niveles de ahorro, gracias a acciones amigables con el ambiente, en un monto que sobrepasa los US \$ 500 000.



PASIÓN POR LOS PRODUCTOS

PASIÓN POR LOS PRODUCTOS

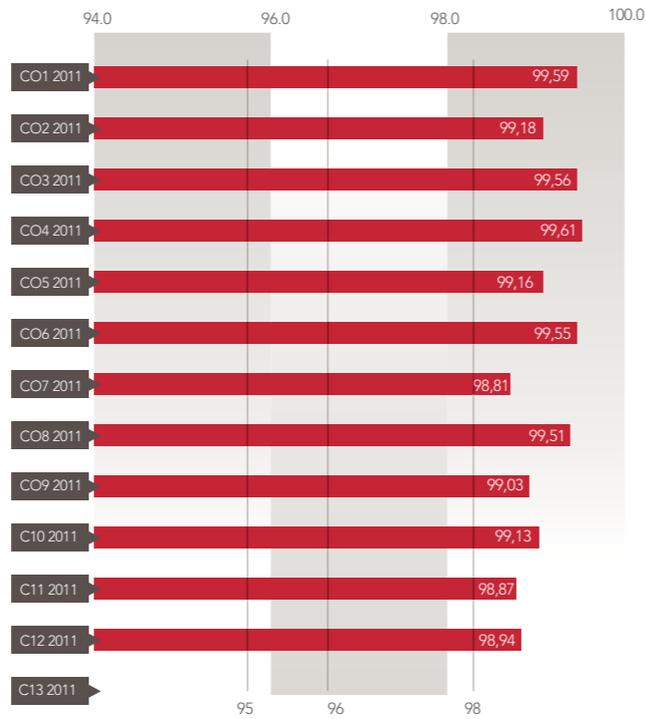
PASIÓN POR LOS PRODUCTOS

Yanbal es la marca de mayor recordación, y una de las principales y mejores marcas de cosméticos en el mercado ecuatoriano.

La cadena de abastecimiento de Yanbal Ecuador ha sido diseñada a partir del compromiso de ofrecer el mejor servicio a sus clientes, cumpliendo estándares de calidad mundial, con costos competitivos. Esto se ha logrado a través de procesos eficientes que permiten satisfacer los requerimientos de manera oportuna, mediante el mejoramiento continuo del **Sistema de Gestión**.

El plan de capacitación de los colaboradores de Yanbal Ecuador cuenta con directrices estratégicas que fomentan el desarrollo del personal e inciden favorablemente en la productividad, el profesionalismo y el acceso a herramientas y procesos útiles para su trabajo.

Primer Objetivo de la Calidad



Cálculo: Promedio de cumplimiento de los indicadores de Servicio al Estimado (cosméticos y bisutería), Plan de Exportaciones a Colombia y Perú, Pedido Perfecto.

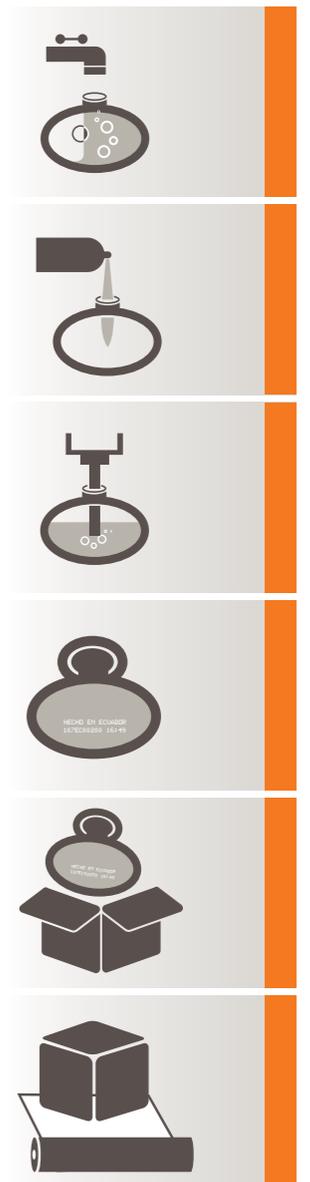


CICLO DE VIDA DE LOS PRODUCTOS

El primer paso de la elaboración es la adquisición de materias primas de la mejor calidad, con miras a ofrecer productos terminados de excelencia.

El proceso de envasado comienza con el alistamiento, lavado y aplicación de soplete en frascos; prosigue con las labores de llenado, codificado, empacado y colocación de celofán, para terminar en el envío del producto terminado a bodega y su posterior distribución.

En el siguiente diagrama se esquematiza el procedimiento de elaboración de fragancias.



Uno de los puntos de mayor cuidado en la calidad de los productos Yanbal es la posible afectación a la piel, ya que se trata de cosméticos que se aplican directamente sobre la misma. Por esta razón, la empresa ha establecido políticas y acciones de atención responsable, inmediata y efectiva de reclamos derivados de efectos no deseados en la piel, con la finalidad de brindar a los clientes afectados una respuesta adecuada.

La empresa ha implementado la línea gratuita 1 800 YANBAL, para el contacto directo con sus clientes.



ETIQUETADO

El etiquetado de los productos es fundamental dentro de los parámetros de calidad que aplica Yanbal, pues garantiza la correcta identificación y trazabilidad de los materiales comprados, fabricados y/o envasados en Yanbal International.



Los productos Yanbal tienen impreso, en el envase o caja correspondiente, el texto de ingredientes, contenido, modo de uso e información de lote y hora de fabricación.

Algunos contienen etiquetas en su base, en la que se detalla información acorde a los formatos establecidos por la corporación y aprobados, en cada ingreso, por el área de Aseguramiento de Calidad.

El lote SAP se imprime en la etiqueta de código de barras, al igual que el lote original de proveedor.



El código de lote contiene un máximo de cuatro caracteres alfanuméricos, que indican la fecha de envasado del producto.



MERCADEO CICLO DE VIDA

El compromiso de Yanbal con la sociedad se cristaliza en cada fase de la cadena de producción, en lo relacionado al mercadeo y publicidad de sus productos.

El área de mercadeo de la compañía tiene como principales funciones:

- Realizar estrategias de oferta de acuerdo a los focos establecidos por la corporación.
- Evitar guerras de precios e impedir la afectación de la percepción de los productos con ofertas demasiado agresivas.
- Velar por el costo de venta.
- Precautelar la rentabilidad de la compañía.
- Fomentar la adecuada rotación de los inventarios.
- Supervisar la disminución de productos faltantes.

Todos los lineamientos de mercadeo son establecidos por la corporación y respetan la normativa internacional de venta directa. Hasta la fecha, Yanbal Ecuador no registra incumplimientos a la normativa en este ámbito.





CLIENTES, PROVEEDORES Y DISTRIBUIDORES

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Para Yanbal, es muy importante contar con clientes satisfechos con el producto y con el servicio recibido.

ÍNDICE DE SATISFACCIÓN	RESULTADO YANBAL	MEJOR DEL SECTOR
Satisfacción neta	92,8%	92,8%
Valor neto	71,3%	87,7%
Intención de recomendación	84,5%	89,6%
Permanencia	87,1%	87,6%
Porcentaje de clientes sin problemas	94,3%	95%
Porcentaje de clientes con problemas	5,7%	5,0%
Porcentaje de clientes que comunicaron su problema	42,1%	80,1%
Lealtad	60,4%	60,9%



El plan de capacitación de los colaboradores de Yanbal Ecuador cuenta con directrices estratégicas que fomentan el desarrollo del personal e inciden favorablemente en la productividad, el profesionalismo y el acceso a herramientas y procesos útiles para su trabajo.

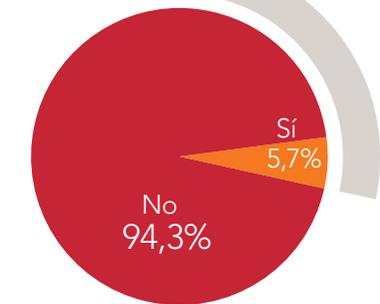
Los reclamos son analizados y gestionados, con el fin de evitar los mismos desaciertos en el futuro; de esta manera, la ubicación de los errores genera nuevas oportunidades de mejora.

Yanbal Ecuador sigue la normativa, y no evidencia incumplimientos a normas y reglamentos nacionales e internacionales en este ámbito.

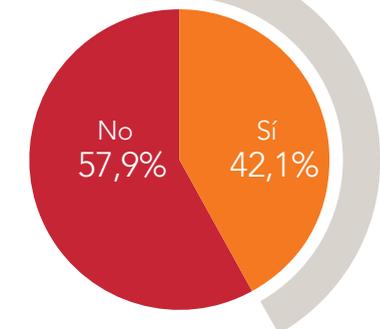


Índice de reclamos de clientes.

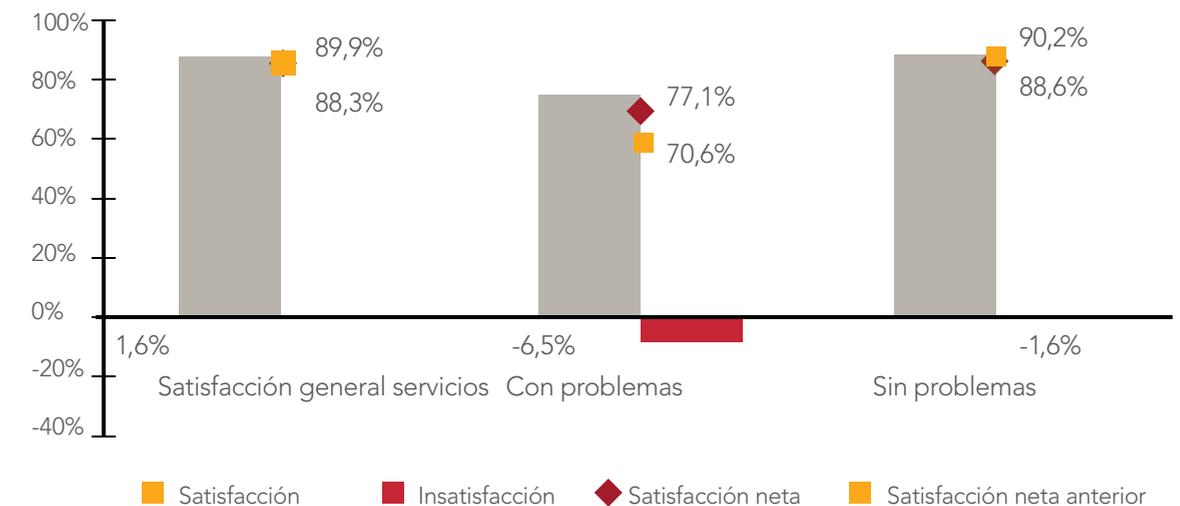
INCIDENTE



PROBLEMA COMUNICADO



Respuesta a los reclamos presentados.



NORMAS DE CALIDAD Y SEGURIDAD

El éxito en la gestión de Yanbal Ecuador radica en su gente. Desde esta perspectiva, la empresa invierte en la protección de sus empleados, contratistas y todas las personas involucradas en la cadena de valor, incluyendo proveedores, clientes y público en general.

ISO 9001:2008

La norma ISO 9001 o Sistema de Gestión de Calidad en toda la cadena de producción y logística, promueve el mantenimiento de un sistema efectivo en la administración y calidad de los productos y servicios de Yanbal.

SEGURIDAD, SALUD Y MEDIOAMBIENTE (SSMA)

Con la finalidad de precautelar la salud y seguridad de su gente, concomitantemente con el cuidado del medioambiente, Yanbal Ecuador ha implementado políticas de SSMA, previstas para disminuir al máximo eventualidades que pudieran causar daños a las personas y al entorno.



BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA Y ALMACENAMIENTO (BPM Y BPA)

El esquema de certificación de BPM y BPA proporciona a Yanbal un conjunto orgánico de prácticas esenciales de fabricación y almacenamiento, con verificación independiente, junto con los requisitos necesarios para el análisis de peligros y puntos de control crítico en todo el proceso productivo y de almacenamiento.



BUSINESS ALLIANCE FOR SECURE COMMERCE (BASC)

BASC es una alianza empresarial para el comercio seguro, gestada con la cooperación de gobiernos y organismos internacionales con el objetivo de asegurar que el personal, instalaciones, productos y actividades logísticas estén libres de actividades de contrabando y bioterrorismo.

En Yanbal, BASC forma parte de un modelo de gestión en control y seguridad, enmarcado en el compromiso de mejorar las condiciones del entorno de la empresa y desalentar actividades ilícitas que pudieran perjudicar los intereses económicos, fiscales y comerciales del país.

La magnitud empresarial de Yanbal incrementa su vulnerabilidad a riesgos de este tipo, lo que exige el cumplimiento riguroso de los siguientes estándares de calidad:



- 1 • Requisitos legales: Especialmente, evidencia de no participación de los directivos en actividades ilícitas.
- 2 • Sistema de gestión: Política de seguridad con evaluaciones continuas de desempeño en calidad, salud y seguridad.
- 3 • Administración del personal: Combinación de grupos de trabajo para lograr mayor eficacia en el cumplimiento de metas y objetivos.
- 4 • Sistemas de seguridad: Cuidado del personal y bienes a través de otras personas o medios tecnológicos.
- 5 • Logística de recibo y despacho de carga: Desde la compra de insumos hasta la entrega de mercadería.
- 6 • Control de materias primas y material de empaque.
- 7 • Control de documentos e información de la empresa.
- 8 • Selección de clientes y proveedores.
- 9 • Alianzas estratégicas de seguridad con: Cuerpo de Bomberos, Policía Nacional, BASC, empresas exportadoras y otros gremios.
- 10 • Reporte de operaciones y actividades sospechosas.

POLÍTICA DE PROVEEDORES

Yanbal realiza importantes inversiones en compras locales a proveedores nacionales de diversa índole, con el fin de generar empleo y desarrollo en el país.



2010

Bienes no producidos
Materia prima
Total

Compras netas locales (US \$)	Importaciones (US \$)
7 012 892,34	1 736 572,32
1 669 997,33	466 642,90
8 682 889,67	2 203 215,22

2011

Total
Materia prima
Bienes no producidos

Compras netas locales (US \$)	Importaciones (US \$)
2 203 215,22	56 337 994,55
466 642,90	132 884,42
1 736 572,32	56 205 110,13

La metodología de compras, vigilancia de calidad y verificación de procesos *in situ*, ha contribuido con la mejora continua y la gestión de buenas prácticas en las operaciones.

La empresa analiza el producto en toda la cadena de valor, desde la compra de materias primas hasta la disposición final de desechos de productos, pasando por la satisfacción del cliente.

La selección de proveedores considera los siguientes criterios:

- Calidad.
- Garantía.
- Oportunidad de entrega.
- Precio.
- Condición de pago.
- Especificaciones técnicas.
- Cuentas de referencia.

DISTRIBUIDORES Y REPARTIDORES

Los distribuidores y repartidores son uno de los *stakeholders* más cercanos de Yanbal. Se encargan de entregar el producto en cualquier lugar del Ecuador, incluso en sitios de difícil acceso.

La entrega de productos a las consultoras y directoras es una tarea crucial para la empresa. Como lo indica el contrato de porteadores, se realiza de manera libre por parte de personas mayores de edad con capacidad de aceptar o rechazar las condiciones expuestas en el mismo. El convenio estipula un manejo independiente del tiempo dedicado a la empresa, bajo el condicionamiento de la entrega del producto a las 48 horas de realizado el pedido.

Total de porteadores.

CENTRO DESPACHO	REPARTIDORES	TRANSPORTISTAS
CUENCA	16	
GUAYAQUIL	71	
MACHALA	21	
MANTA	14	
QUITO	69	12
Total general	191	12
TOTAL PORTEADORES	203	

Retos de distribución 2012.



Actualización de plataforma tecnológica:
Implementación de SPY (*Sistema de Picking Yanbal*).
Elevar a un segundo nivel la automatización de la operación.



Desarrollo del equipo de repartidores independientes:
Elevar aún más el nivel de servicio a Yanbalistas.
Incrementar los beneficios brindados.



Yanbal Ecuador pone mucho énfasis en la capacitación de sus aliados estratégicos. Los porteadores de Costa y Sierra reciben entrenamientos periódicos en aspectos de crecimiento personal, profesional y de seguridad.

Para promover condiciones de trabajo responsables, la empresa impone a los porteadores la revisión vehicular de sus medios de transporte. Adicionalmente, determina las rutas que debe seguir cada transportista y repartidor, con la finalidad de preservar la seguridad de los porteadores y de la mercadería. El valor agregado es la disminución de las emisiones, gracias a rutas óptimas para la entrega de productos.



OPORTUNIDAD
YANBAL

OPORTUNIDAD

YANBAL

La **Oportunidad Yanbal** es uno de los productos principales que la empresa ofrece a las consultoras independientes que deciden tomarla y desarrollarse personal, profesional y económicamente.

• **Desarrollo personal:** La compañía ofrece capacitación permanente a las consultoras independientes, en temas de liderazgo, seguridad personal y otros. Además, Yanbal maneja el *Programa Anual de Reconocimientos (PAR)*, mediante el cual premia a las consultoras por su gestión en ventas, con viajes asociados a sueños, dentro y fuera del territorio nacional.

• **Desarrollo profesional:** El enfoque de Yanbal es el crecimiento mediante la *Escalera del Éxito*, basada en el cumplimiento de metas. Al avanzar, las mujeres aprenden a gestionar el negocio en aspectos comerciales y a liderar redes multinivel. Las consultoras son capacitadas en temas de negocio, manejo de deudas, cobranzas, asuntos tributarios, entre otros.



• **Desarrollo económico:** El aporte de Yanbal a la economía de sus consultoras consiste en la ganancia económica relacionada con la venta de productos, a través de ingresos, descuentos, premios y comisiones. La ganancia de las consultoras y directoras es monitoreada por Yanbal, en relación al monto de ventas por campaña.



Escalera del Éxito.



Beneficios para las consultoras y directoras de Yanbal.

PROCESO	ECONÓMICO	PROFESIONAL	PERSONAL
Nueva Consultora	<ul style="list-style-type: none"> • Kit de incorporación con herramientas y productos de apoyo para su gestión inicial. • Galería de Inicio Perfecto, con premios que apoyan a su capitalización durante sus cuatro primeros pedidos. • Descuentos del 25% al 40% en sus compras. • Ofertas y rebajas especiales cada semana. • Regalos semanales. • Concurso Ganamás, con premios novedosos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación constante en temas de productos y administración del negocio. • Asesoramiento permanente por parte de la empresa y de su directora. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación constante en temas de imagen, autodesarrollo y crecimiento personal. • Asesoramiento por parte de su directora.
Consultora	<ul style="list-style-type: none"> • Descuentos del 25% al 40% en sus compras. • Ofertas y rebajas especiales cada semana. • Regalos semanales. • Concurso Ganamás, con premios novedosos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación constante en temas de productos y administración del negocio. • Asesoramiento permanente por parte de la empresa y de su directora. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación constante en temas de imagen, autodesarrollo y crecimiento personal. • Asesoramiento por parte de su directora.
Consultora Estrella	<ul style="list-style-type: none"> • Descuentos del 25% al 40% en sus compras. • Ofertas y rebajas especiales cada semana. • Regalos semanales. • Concurso Ganamás, con premios novedosos. • Ingresos adicionales por redes multinivel. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación constante en temas de productos y administración del negocio. • Asesoramiento permanente por parte de la empresa y de su directora. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación constante en temas de imagen, autodesarrollo y crecimiento personal. • Asesoramiento por parte de su directora.
Consultora Estrella en carrera y Directora Junior	<ul style="list-style-type: none"> • Descuentos del 25% al 40% en sus compras. • Ofertas y rebajas especiales cada semana. • Regalos semanales. • Concurso Ganamás, con premios novedosos. • Ingresos adicionales por redes multinivel. • Bonos económicos durante su primer año como directora junior. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación constante en temas de productos y administración del negocio. • Asesoramiento permanente por parte de la empresa y de su directora líder. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación constante en temas de imagen, autodesarrollo y crecimiento personal. • Asesoramiento por parte de su directora líder.
Directoras	<ul style="list-style-type: none"> • Descuentos del 25% al 40% en sus compras. • Ofertas y rebajas especiales cada semana. • Regalos semanales. • Concurso Ganamás, con premios novedosos. • Ingresos adicionales por redes multinivel. • Autos 0 km. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación constante en temas de productos y administración del negocio. • Asesoramiento permanente por parte de la empresa y de su directora líder. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación constante en temas de imagen, autodesarrollo y crecimiento personal. • Asesoramiento por parte de su directora líder. • Viajes y reconocimientos nacionales e internacionales.

Cuadrante del Éxito.

<p>CONSULTORAS DE BELLEZA</p> <p>1 Vender asesorando</p>	<p>TODAS LAS DIRECTORAS</p> <p>3 Dirigir y formar Grupos Personales Multinivel</p>
<p>CONSULTORAS ESTRELLA</p> <p>2 Incorporar y enseñar a incorporar desarrollando sus redes</p>	<p>LÍDERES SENIOR A MASTER</p> <p>4 Liderar y Desarrollar Directoras Multinivel</p>

Luego de cumplir sus metas iniciales, las nuevas consultoras pasan a ser *Consultoras Independientes*, con capacidad de ascender a *Consultoras Estrella Independientes*. El reto es generar ganancias o comisiones por sus compras personales, incorporando y enseñando a incorporar.

Dentro de la *Escalera Oportunity*, existen cuatro niveles de *Consultora Estrella Independiente* hasta, eventualmente, llegar a ser Directora.

A pesar de que la misión de Yanbal está enfocada primordialmente a la incorporación de mujeres de cualquier religión, cultura o posición económica, la empresa no discrimina ni se opone a la incorporación de hombres mayores de 18 años, ecuatorianos o residentes legales en el Ecuador. Los únicos requisitos son: ser mayor de edad, y saber leer y escribir.



El siguiente cuadro ilustra los requisitos por campaña para calificar como *Consultora Estrella Independiente*:

	Consultora Estrella Independiente 1	Consultora Estrella Independiente 2	Consultora Estrella Independiente 3	Consultora Estrella Independiente 4
Número de consultoras independientes hijas activas	2	2	3	4
Número de consultoras independientes nietas activas	-	2	3	4
Número de consultoras independientes bisnietas activas	-	-	3	4
Compra pública personal	US \$ 150	US \$ 150	US \$ 150	US \$ 150
Compra pública de la red	US \$ 440	US \$ 1 100	US \$ 2 200	US\$ 4 400

Toda "Consultora Estrella" Independiente puede participar y ser considerada ganadora de los **Programas de Incentivos**, siempre y cuando logre los siguientes requisitos establecidos:

- Ventas: Descuentos de hasta el 40% en compras personales y premios por sus compras.
- Incorporaciones: Ganancias desde el 4% con dos incorporaciones; a mayores incorporaciones, mayores ganancias.
- Enseñanza: Al enseñar a vender o incorporar surgen mayores posibilidades de ampliar su red y, por tanto, ganar.

Para ser *Directora Independiente*, el paso previo es un período de entrenamiento o formación y evaluación, durante el cual se le denominará *Consultora Estrella Independiente en Carrera*. Superada dicha fase, tomará un estatus *Junior*. Para lograr un estatus *Senior*, deberá cumplir algunos requisitos personales y dentro de su grupo.

El siguiente escalón es el de *Directora Independiente Súper Senior*, uno de cuyos requisitos es contar con tres *Directoras Independientes Hijas*, logrando el 11% de comisión.

Siguiendo similares procesos de incorporación, ventas y capacitación, las *Directoras Independientes Súper Senior* pueden llegar a ser *Directoras Independientes Regionales*, *Directoras Independientes Regionales Estrella* y, finalmente, *Directoras Independientes Máster*.



INVERSIONES ESTRATÉGICAS

En 2010, Yanbal implementó el **Proyecto WAP de pedidos por celular**, como una herramienta de mayor utilidad para la fuerza de ventas. **El costo del proyecto fue de US \$ 76 860,53** y el objetivo, responder con medios modernos a las necesidades actuales de acceso al negocio de las consultoras independientes.

Para 2011, Yanbal mejoró su base de datos a través del **Censo Yanbal**. Se levantó información sobre 35 000 consultoras y directoras, y fueron registradas 2164 directoras y 16 000 consultoras georeferenciadas. Para 2012, se ha planificado la culminación de este proyecto de mejora.

	2010 US \$	2011 US \$
Inversiones totales proyectos	4 981 757,70	1 790 697,62
Adecuación Planta-Righetti	312 601,50	246 739,71
Implementación SAP	3 982 552,12	
Adecuación OFC Administrativa-Tighetti	60 320,00	329 065,05
Proyecto Esmeraldas	219 506,63	253 250,93
Proyecto OFC Quito Sur	269 854,71	250 712,13
Proyecto Cuenca	60 061,91	365 716,09
Proyecto WAP Pedidos celular	76 860,53	
Oportunidad Center Manta		215 928,41
Adecuación bodegas Parque California		129 285,30



OPORTUNITY CENTERS

Los Opportunity Centers son centros de formación empresarial multinivel, ubicados en zonas estratégicas de la ciudad. Están al servicio de las consultoras y directoras independientes, para facilitar su desarrollo profesional.

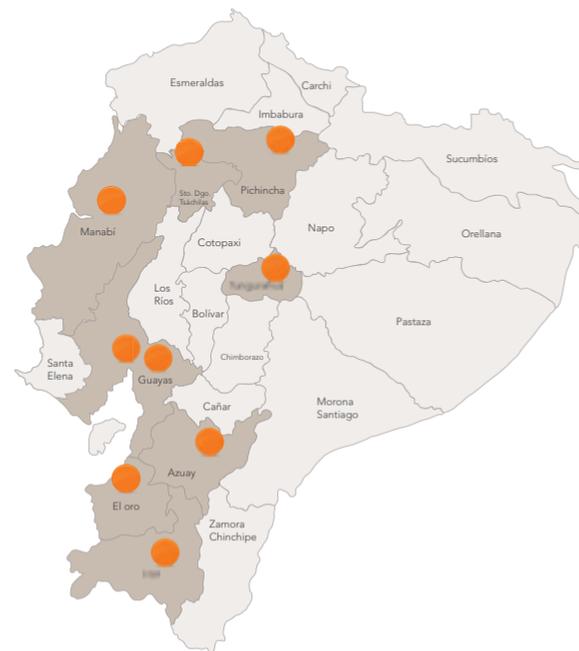
En estos espacios, las consultoras y directoras independientes reciben programas de capacitación que buscan potenciar las competencias clave para alcanzar sus metas personales, económicas y profesionales.



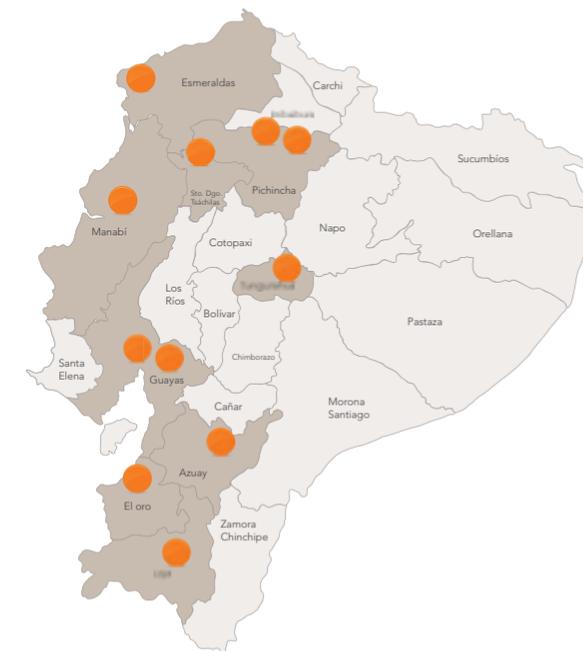
Lista de localidades de Opportunity Centers.

REGIÓN	2010	2011	PROYECCIÓN 2012
1	Guayaquil-Edificio Centrum	Guayaquil-Edificio Centrum	Guayaquil-Edificio Centrum
	Guayaquil-C. C. Policentro	Guayaquil-C. C. Policentro	Guayaquil-C. C. Policentro
			Guayaquil-(Centro)
			Guayaquil-(Sur)
2	Quito-Edificio La Previsora (Norte)	Quito-Edificio La Previsora (Norte)	Quito-Edificio La Previsora (Norte)
	Ambato - Calle Quito	Quito - Quitumbe (Sur)	Quito - Quitumbe (Sur)
		Ambato - Calle Quito	Ambato - Calle Quito
3	Cuenca-Edificio El Otorongo	Cuenca-Edificio Amancay	Cuenca-Edificio Amancay
	Loja-Avenida Cuxibamba	Loja-Avenida Cuxibamba	Loja-Avenida Cuxibamba
	Machala-C. C. UniOro	Machala-C. C. UniOro	Machala-C. C. UniOro
4	Santo Domingo-Avenida Quito	Santo Domingo-Avenida Quito	Santo Domingo-Avenida Quito
	Manta-C. C. Manicentro	Manta-Edificio Seguros Constitución	Manta-Edificio Seguros Constitución
		Esmeraldas-C. R. Palma Real	Esmeraldas-C. R. Palma Real
			Quevedo
TOTALES	9	11	14

Localización Opportunity Centers año 2010 .



Localización Opportunity Centers año 2011.



PAR

Yanbal premia el desempeño de su fuerza de ventas, mediante descuentos en productos, porcentajes de ganancia, autos, viajes dentro y fuera del país.

En el período 2010–2011, Yanbal Ecuador reconoció a varias de sus consultoras y directoras con los viajes que se detallan a continuación:



Promedio de variables.

	2010	2011
Consultoras Independientes 1 campaña	73 116	76 530
Consultoras Independientes 6 campañas	129 945	131 372
Consultoras Independientes 13 campañas	181 494	180 209
Consultora Estrella Independiente	9314	9418
Consultora Estrella Independiente en Carrera	220	218
Directoras Independientes	2097	2178



	2009-2010	2010-2011
Convención Nacional		
Destino	Mompiche	Mompiche
Ganadoras	578	770
Directoras iniciales	2054	2088
Viaje 1		
Destino	Panamá	Cartagena
Ganadoras	68	86
Directoras Jr. y Snr. iniciales	1778	1800
Viaje 2		
Destino	Cuba	Cancún
Ganadoras	48	83
Directoras iniciales	2054	2088
Galaxia Internacional		
Destino	Turquía	Barcelona
Ganadoras	17	37
Acompañantes	0	5
Directoras iniciales	2054	2088

BENEFICIOS A FUTURO

Para 2012, Yanbal inaugurará su **Programa Prosperity**, que permite el traspaso del negocio, tanto a directoras independientes como a consultoras independientes, mediante políticas comerciales y lineamientos relacionados, brindando un servicio único en el mercado de venta multinivel.

El *traspaso* del negocio se dará cuando la directora o consultora independiente transfiera su negocio a un descendiente directo o de Yanbal. Esta acción puede ser aplicada en vida o por fallecimiento o incapacidad permanente de la persona.

El programa es posible gracias a las innovaciones generadas en el departamento legal, que permiten realizar el proceso atendiendo todos los parámetros legales.

Este programa será de gran beneficio para las consultoras o directoras, ya que les permitirá continuar con su avance en la *Escalera del Éxito* y no perder los beneficios obtenidos por el integrante beneficiado por el programa.





**NUESTROS
ALIADOS
Y PROVEEDORES**

OLIMPIADAS ESPECIALES

Olimpiadas Especiales y Yanbal mantienen una alianza estratégica desde hace doce años, con el objetivo de brindar mejores condiciones para la educación y nuevas oportunidades de superación a los niños, niñas y jóvenes con capacidades especiales en el Ecuador.

El programa **Iluminando una Vida** tiene como objetivo recaudar fondos a través de la venta de cada uno de los productos de la línea de Cuidado Personal de Yanbal. La Fundación Olimpiadas Especiales recibe un porcentaje de las ventas, que es invertido en las actividades deportivas de integrantes de la fundación.

Por otro lado, **Pintando un Futuro Mejor** es un programa que, hasta el año 2010, consistía en la venta de tarjetas navideñas, con diseños elaborados por niños y niñas con discapacidad, de diferentes escuelas del país, durante un concurso anual de pintura con temática navideña. Las doce pinturas seleccionadas eran plasmadas en la colección de tarjetas navideñas para la venta.



En 2011, Yanbal Ecuador le apostó a una nueva estrategia y lanzó a la venta productos de *merchandising* exclusivo, para apoyar la causa. La actriz venezolana Catherine Fulop fue la imagen oficial de dicha campaña, logrando un importante posicionamiento en los medios y la opinión pública.

La recaudación lograda por la venta de las tarjetas y de los materiales comercializados a través de aliados de Olimpiadas Especiales y de las consultoras de Yanbal, fue destinada a la construcción o adecuación de escuelas especiales en varias ciudades del país, donadas al Estado ecuatoriano.

Olimpiadas Especiales tiene a su cargo la gestión de la construcción de la infraestructura y el relacionamiento con el Ministerio de Educación tendiente a la asignación de partidas presupuestarias que aseguren el permanente funcionamiento de las escuelas, para servir a la niñez beneficiaria.

Yanbal ha apoyado la construcción de doce escuelas fiscales especiales, para la educación y cuidado de cientos de niños y niñas a lo largo del país.

ESCUELA	NÚMERO DE ESTUDIANTES	CIUDAD	COSTO DE CONSTRUCCIÓN (US \$)
Instituto Fiscal de Discapacidad Motriz INSFIDIM	102	Quito	72 189,66
Instituto Fiscal de Educación Especial El Oro	150	Machala	80 000,00
Jardín Particular #971 Club de Leones Urdesa Norte	210	Guayaquil	66 352,94
Instituto Fiscal Especial Stephen Hawking	56	Cuenca	100 925,17
Instituto Fiscal de Educación Especial Giovanni Calle	60	Cayambe	80 000,00
Instituto Fiscal de Educación Especial	76	Esmeraldas	88 397,19
Instituto Fiscal de Educación Especial FUDECAM	35	Machachi	220 000,00
Instituto de Educación Especial	350	Manta	N/D
Escuela Iván Vallejo	81	Chone	115 730,44
Instituto de Educación Especial Helen Keller	40	Cariamanga	139 065,05
Escuela Especial Fiscal Mixta Lenin Moreno Garcés	40	Shushufindi	130 951,43
Escuela Andrés F. Córdova	100	Zamora	137 666,72
TOTAL	1300		1 231 278,60



Yanbal Ecuador acompaña la extraordinaria labor desempeñada por la delegación de atletas de la Fundación Olimpiadas Especiales, apoyando a los niños, niñas y jóvenes deportistas en varios de sus campeonatos y participaciones, tanto a nivel nacional como internacional.

CONVENIO

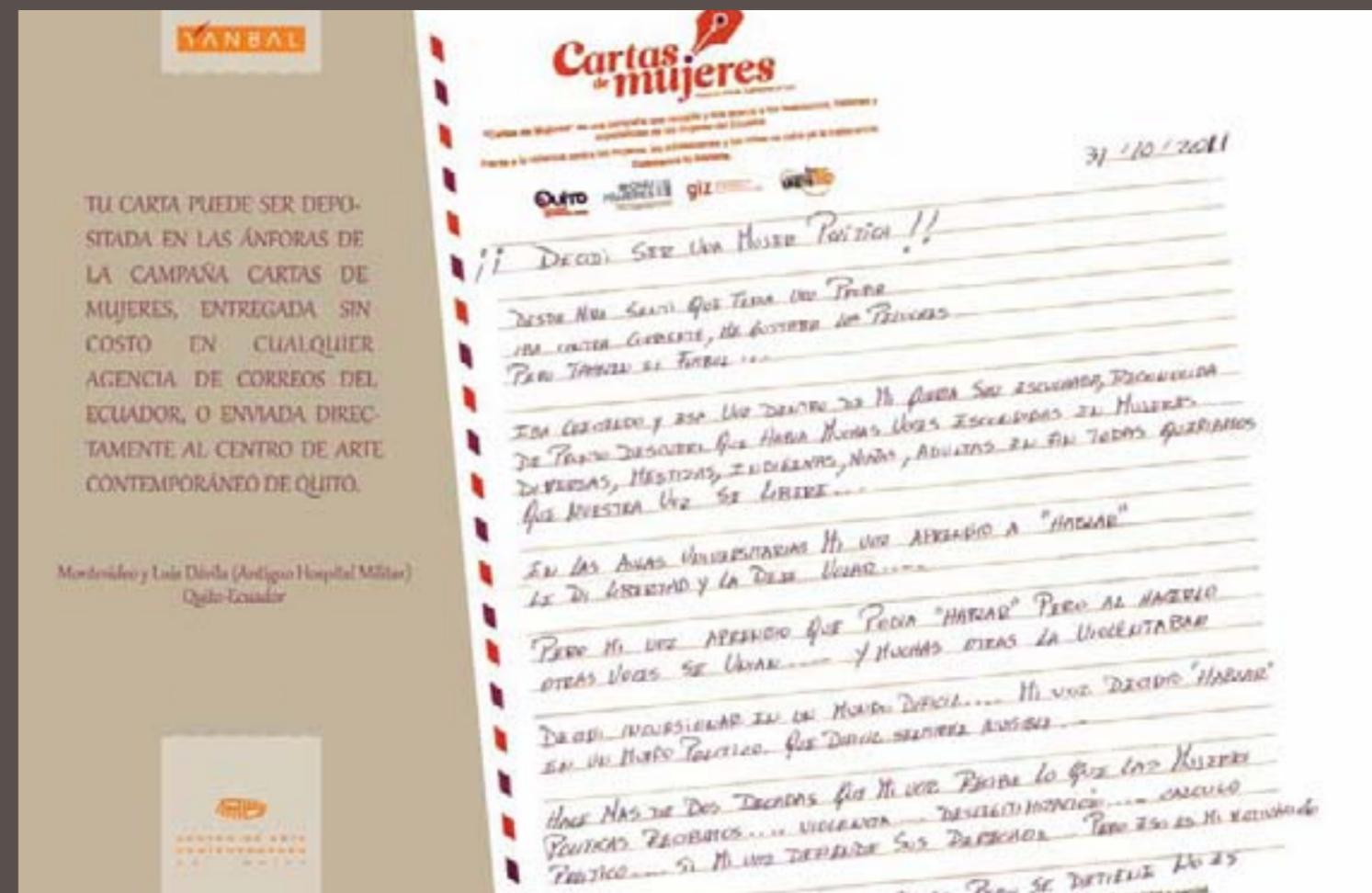
CARTAS DE MUJERES

Cartas de Mujeres correspondió a un convenio suscrito entre la Fundación Museos de la Ciudad y Yanbal, en noviembre de 2011, en el marco del Día Internacional de la No Violencia contra la Mujer, para apoyar un proyecto auspiciado por el Distrito Metropolitano de Quito y ONU Mujeres, Regional Andina.

La finalidad de la campaña fue motivar a mujeres y hombres, de todos los estratos, a participar con sus demandas, sugerencias, ideas, propuestas de políticas públicas en contra del machismo y la desigualdad de género, para fortalecer la construcción de una ciudadanía incluyente, con un enfoque de igualdad y empoderamiento.

Mediante estas cartas, los involucrados buscaron contar sus vivencias y formular un debate público sobre la igualdad de género, con un notable valor político de apoyo a las acciones de lucha encaminadas a poner fin a todas las formas de violencia.

Las actividades asumidas por Yanbal consistieron en ubicar y recoger los buzones en sus Opportunity Centers, a nivel nacional, y promover la escritura en reuniones con consultoras y directoras independientes. Del mismo modo, se transmitió la iniciativa a través de los medios de comunicación de la empresa.



II RECONOCIMIENTO EMPRESARIAL A LAS MEJORES PRÁCTICAS EN INSERCIÓN SOCIOLABORAL DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

Esta distinción, establecida en junio de 2010, ha sido desarrollada a nivel nacional con el apoyo técnico de la Vicepresidencia de la República del Ecuador.

Su objetivo es reconocer las mejores prácticas empresariales en inserción sociolaboral de personas con discapacidad, a través de una verificación objetiva de las empresas privadas.

En agosto de 2011, Yanbal y la Fundación General Ecuatoriana (FGE) firmaron el convenio de participación en el *II Reconocimiento Empresarial a las Mejores Prácticas en Inserción Sociolaboral de Personas con Discapacidad*, mediante el cual la compañía consolidó los requerimientos físicos y legales para ser incluida en el análisis técnico realizado por la FGE.

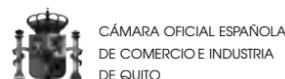
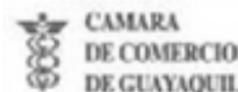
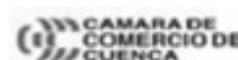
Mediante este estudio, la FGE otorgó a la compañía un reconocimiento por sus buenas prácticas y un informe con recomendaciones para mejorar su acción en el tema.



OTRAS ASOCIACIONES

En el período que comprende este informe, Yanbal trabajó en conjunto con las siguientes cámaras y asociaciones:

- Cámara de la Pequeña Industria.
- Cámara de Comercio de Quito.
- Cámara de Comercio de Cuenca.
- Cámara de Comercio de Guayaquil.
- Cámara de Comercio de Manta.
- Cámara de Comercio de Santo Domingo.
- Asociación de Empresarios del Norte.
- Asociación Ecuatoriana de Venta Directa.
- Asociación de Ecuatoriana de Productos Cosméticos PROCOSMÉTICOS.
- Cámara Oficial Española de Comercio de Quito.



INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME BIANUAL DE SOSTENIBILIDAD POR LOS AÑOS TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 2010 Y 2011.

A los señores Directores de Yanbal Ecuador S. A.:

Alcance de nuestra revisión

Hemos revisado el Informe Bianual de Sostenibilidad por los años terminados el 31 de diciembre de 2010 y 2011 de Yanbal Ecuador S. A., cuyo alcance y cobertura se define en el capítulo "Sobre el Informe" del Informe de Sostenibilidad. Nuestro trabajo ha consistido en verificar:

- La adaptación de los contenidos del Informe de Sostenibilidad a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative - GRI versión 3.0 (G3).
- La información proporcionada en el Informe de Sostenibilidad relativa a la aplicación de los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta establecidos en la norma AA1000 Accountability Principles Standard 2008 emitida por AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability).
- La información proporcionada al principio de cada uno de los capítulos del Informe de Sostenibilidad sobre el grado de avance de los objetivos en Responsabilidad Corporativa de los ejercicios 2010 y 2011.

El alcance de nuestro trabajo, se refiere a la información correspondiente a los ejercicios 2010 y 2011.

Responsabilidad de la Compañía por el Informe de Sostenibilidad.

La preparación del Informe de Sostenibilidad, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los Órganos de Gobierno y la Administración de Yanbal Ecuador S. A., los cuales también son responsables de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.

Responsabilidad del Auditor

Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente de verificación basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.

Estándares y procesos de verificación

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión de acuerdo con la Norma ISAE 3000 Assurance Engagement Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC). Asimismo, hemos aplicado la AccountAbility 1000 Assurance Standard 2008 (AA1000AS), emitida por AccountAbility, para proporcionar una seguridad moderada sobre la aplicación de los principios establecidos en la norma AA1000 AS y los indicadores de desempeño de sostenibilidad.



Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Administración, así como a las diversas Áreas y Unidades de Negocio de Yanbal Ecuador S. A. que han participado en la elaboración del Informe de Sostenibilidad, y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal de Yanbal Ecuador S. A. para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el Informe de Sostenibilidad.
- Revisión de las actuaciones realizadas en relación a la identificación y consideración de las partes interesadas a lo largo del ejercicio y de los procesos de participación de los grupos de interés a través del análisis de la información interna y los informes de terceros disponibles.
- Análisis de cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en el Informe de Sostenibilidad en función del entendimiento de Yanbal Ecuador S. A. de los requerimientos de los grupos de interés sobre los aspectos materiales identificados por la organización y descritos en el Informe de Sostenibilidad.
- Revisión de la información relativa a los enfoques de gestión aplicados y comprobación de la existencia y alcance de políticas, sistemas y procedimientos sobre Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad.
- Contraste de que el contenido del Informe de Sostenibilidad no contradice ninguna información relevante suministrada por Yanbal Ecuador S. A..
- Análisis de la adaptación de los contenidos del Informe de Sostenibilidad a los recomendados en la Guía G3 (Versión 3.0) y comprobación de que los indicadores centrales correspondan a los recomendados por la Guía G3 (Versión 3.0) de GRI y que se indican los no aplicables y los no disponibles.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión, en base a la selección de una muestra, de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores GRI incluida en el Informe de Sostenibilidad y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de Yanbal Ecuador S. A..
- Para ciertos indicadores claves identificados en el "Índice GRI" se realizaron procedimientos adicionales en las visitas a instalaciones representativas de la actividad de Yanbal Ecuador.

Independencia

Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código de Ética de la International Federation of Accountants (IFAC).

Conclusiones

En el capítulo "Índice GRI" del Informe se detallan los indicadores revisados, el alcance de la revisión y se identifican aquellos que no cubren todos los aspectos recomendados por el GRI. Como consecuencia de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún otro aspecto que nos haga creer que el Informe de Sostenibilidad contiene errores significativos o no ha sido preparado de acuerdo a las directrices de la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative versión 3.0 (G3).



Asimismo, no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que Yanbal Ecuador S. A. no ha aplicado los siguientes principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta tal y como se describe en el capítulo "Sobre este Informe" del Informe de Sostenibilidad de acuerdo a la norma AA1000 AS 2008:

- **Inclusividad:** se ha desarrollado un proceso de participación de los grupos de interés que permite su involucramiento en el desarrollo de un enfoque responsable.
- **Relevancia:** el proceso de determinación de la materialidad supone un entendimiento de los asuntos materiales o relevantes para Yanbal Ecuador S. A. y sus grupos de interés.
- **Capacidad de respuesta:** Yanbal Ecuador S. A. responde con acciones y compromisos concretos a los aspectos materiales identificados.

Finalmente, no hemos detectado ningún aspecto que nos haga creer que la información proporcionada al inicio de cada capítulo sobre el grado de avance de los objetivos en Responsabilidad Corporativa para los ejercicios 2010 y 2011 contenga errores significativos.

De acuerdo a nuestra revisión de indicadores y contenidos consideramos que el informe cumple con los requisitos del nivel de calificación A+ de acuerdo a los estándares GRI.

Observaciones y Recomendaciones

Adicionalmente, hemos presentado a la Administración de Yanbal Ecuador S. A. nuestras recomendaciones relativas a los aspectos de mejora en la gestión de la Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad y en la aplicación de los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta.

Quito, Abril 13, 2012

Jorge Brito
Licencia No. 21540

INDICADORES

DE SOSTENIBILIDAD GRI

No.	Indicadores GRI	Página
Indicadores generales		
1. Estrategia y Análisis		
1.1	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización (director general, presidente o puesto equivalente) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	3, 4
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	3, 4
2. Perfil de la organización		
2.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	5
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	17
2.3	Estructura operativa de la organización.	15
2.4	Localización de la sede principal de la organización.	10, 11
2.5	Número de países en los que opera y nombre en los que desarrolla actividades significativas.	11
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	16
2.7	Mercados servidos.	16
2.8	Dimensiones de la organización (número de empleados, cantidad de productos o servicios prestados).	12, 18, 19
2.9	Cambios significativos, estructura y propiedad de la organización.	16, 29, 82
2.10	Premios y distinciones.	21, 25
3. Parámetros de la memoria		
Perfil de la memoria.		
3.1	Período que cubre la memoria.	2
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente.	No aplica
3.3	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	6
3.4	Punto de contacto.	6
Alcance y cobertura de la memoria.		
3.5	Proceso de definición del contenido de la memoria.	5
3.6	Cobertura de la memoria.	5
3.7	Limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	5

No.	Indicadores GRI	Página
3.8	Base para incluir información en el caso de negocios conjuntos, filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar negativamente a la comparabilidad entre períodos y/o entre organizaciones.	No aplica
3.9	Técnicas de medición de datos, bases de cálculo, hipótesis y estimaciones aplicadas. Motivos para no aplicar los Protocolos de Indicadores GRI.	6
3.10	Descripción del efecto que pueda tener la reepresión de información perteneciente a memorias anteriores.	No aplica
3.11	Cambios significativos en: el alcance, la cobertura o los métodos de cálculo. Índice del contenido del GRI.	No aplica
3.12	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos de la memoria. Verificación.	96
3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación. Informe externo de la memoria.	93
4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés		
Gobierno.		
4.1	Estructura de gobierno de la organización.	15, 21
4.2	Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.	15, 21
4.3	En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	No aplica
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	30, 31
4.5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano y el desempeño de la organización.	15
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	15, 21
4.7	Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	15, 30, 31
4.8	Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	13, 14
4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, social y ambiental, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta.	15
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desarrollo económico, ambiental y social.	41- 43

INDICADORES

DE SOSTENIBILIDAD GRI

No.	Indicadores GRI	Página
	Compromiso con iniciativas externas.	
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un principio de precaución.	No reportado
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	88 - 91
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca y/o entes nacionales e internacionales a los que la organización apoya. Participación de los grupos de interés.	92
4.14	Relación de los grupos de interés que la organización ha incluido.	22, 23
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	22, 23
4.16	Participación de los grupos de interés.	22, 23
4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	22, 23

Indicadores de desempeño

ECONÓMICOS		
	Enfoque de gestión.	18, 19, 28, 29, 54, 55, 72, 81
	Desempeño económico.	
EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagados a proveedores de capital y a gobiernos.	18, 88, 89
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	46, 47
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	18, 34, 81, 88, 89
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos. Presencia en el mercado.	No aplica
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	34
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	72
EC7	Procedimientos para la contratación local y promoción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	28, 29, 30, 31, 73

No.	Indicadores GRI	Página
	Impactos económicos indirectos	
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono o en especie.	18, 19, 29, 81
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	18, 19
AMBIENTALES		
	Enfoque de gestión.	46 - 57, 70
	Materiales	
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	47
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	57
	Energía	
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	48, 49
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	48, 49
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a las mejoras en la eficiencia.	50
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	48, 49
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	18, 19, 50, 51
	Agua	
EN8	Captación total de agua por fuentes.	52 - 54
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	52 - 54
EN10	Porcentaje y volumen total del agua reciclada y reutilizada.	52 - 54
	Biodiversidad	
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados o que son gestionados, de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	No aplica
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados o que son gestionados, de alto valor en biodiversidad.	No aplica
EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad.	No aplica

INDICADORES

DE SOSTENIBILIDAD GRI

No.	Indicadores GRI	Página
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	No aplica
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	No aplica
EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales, y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.	No aplica
Emisiones, vertidos y residuos		
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	49
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	49
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	49
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	49
EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire, por tipo y peso.	49
EN21	Vertido total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	56
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	56, 57
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	56, 57
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	No aplica
EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	56, 57
Productos y servicios		
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.	46, 57
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	57
Cumplimiento normativo		
EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	46
Transporte		
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte del personal.	50
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	18, 19

No.	Indicadores GRI	Página
SOCIALES		
Enfoque de gestión.		
Prácticas laborales y ética del trabajo		
Empleo.		
		21, 28 - 43
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	28
LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados desglosados por grupos de edad, sexo y región.	28, 30
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	33
Relaciones empresa/trabajadores.		
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	30
LA5	Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	30, 31
Salud y seguridad laboral		
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está respresentado en comités de seguridad y salud conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar y controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud en el trabajo.	40
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	36, 37
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	36 - 40
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	36
Formación y educación		
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	43
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	41 - 43
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	41 - 43
Diversidad e igualdad de oportunidades		
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, perteneciente a minorías y otros indicadores de diversidad.	20, 21, 30
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	No reportado

INDICADORES

DE SOSTENIBILIDAD GRI

No.	Indicadores GRI	Página
Derechos Humanos		
	Enfoque de gestión.	28, 72 - 79
	Prácticas de inversión y abastecimiento.	
HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	88 - 91
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia.	No reportado
HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los Derechos Humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	No reportado
No discriminación		
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas. Libertad de asociación y convenios colectivos.	30, 31
Libertad de asociación y convenios colectivos		
HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho a la libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	30, 31
Explotación infantil		
HR6	Actividades identificadas que conllevan a un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	73
Trabajos forzados		
HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	73
Prácticas de seguridad		
HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	70, 71
Derechos de los indígenas		
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	30
Sociedad		
	Enfoque de gestión.	28, 72 - 79

No.	Indicadores GRI	Página
	Comunidad	20, 21, 88 - 91
SO1	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	88 - 91
Corrupción		
SO2	Porcentaje y número de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	20, 21
SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización.	20, 21
SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	20, 21
Política pública		
SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas actividades de <i>lobbying</i> .	21
SO6	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	No aplica
Comportamiento de competencia desleal		
SO7	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	21
Cumplimiento normativo		
SO8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	21
Responsabilidad sobre productos		
	Enfoque de gestión.	60 - 84
	Salud y seguridad del cliente.	
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	61, 62
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	61 - 65

INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD GRI

No.	Indicadores GRI	Página
Etiquetado de productos y servicios		
PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	63, 64
PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	63, 65
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	68, 69
Comunicaciones de marketing		
PR6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	65
PR7	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y al uso de productos y servicios de la organización.	65
Privacidad del cliente		
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	No aplica
PR9	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	68, 69



Declaración de Control del Nivel de Aplicación de GRI

Por la presente GRI declara que Yanbal Ecuador ha presentado su memoria "Informe de Sostenibilidad -Yanbal Ecuador - 2010-2011" a los Servicios de GRI quienes han concluido que la memoria cumple con los requisitos del Nivel de Aplicación A+.

Los Niveles de Aplicación de GRI expresan la medida en que se ha empleado el contenido de la Guía G3 en la elaboración de la memoria de sostenibilidad presentada. El Control confirma que la memoria ha presentado el conjunto y el número de contenidos que se exigen para dicho Nivel de Aplicación y que en el Índice de Contenidos de GRI figura una representación válida de los contenidos exigidos, de conformidad con lo que describe la Guía G3 de GRI.

Los Niveles de Aplicación no manifiestan opinión alguna sobre el desempeño de sostenibilidad de la organización que ha realizado la memoria ni sobre la calidad de su información.

Amsterdam, 10 de mayo 2012



Nelmara Arbex
Subdirectora Ejecutiva
Global Reporting Initiative



Se ha añadido el signo "+" al Nivel de Aplicación porque Yanbal Ecuador ha solicitado la verificación externa de (parte de) su memoria. GRI acepta el buen juicio de la organización que ha elaborado la memoria en la elección de la entidad verificadora y en la decisión acerca del alcance de la verificación.

Global Reporting Initiative (GRI) es una organización que trabaja en red, y que ha promovido el desarrollo del marco para la elaboración de memorias de sostenibilidad más utilizado en el mundo y sigue mejorándolo y promoviendo su aplicación a escala mundial. La Guía de GRI estableció los principios e indicadores que pueden emplear las organizaciones para medir y dar razón de su desempeño económico, medioambiental y social. www.globalreporting.org
Descargo de responsabilidad: En los casos en los que la memoria de sostenibilidad en cuestión contenga enlaces externos, incluidos los que remiten a material audiovisual, el presente certificado sólo es aplicable al material presentado a GRI en el momento del Control, en fecha 01 de mayo 2012. GRI excluye explícitamente la aplicación de este certificado a cualquier cambio introducido posteriormente en dicho material.



YANBAL ECUADOR S. A.

Coordinación General:
Responsabilidad Corporativa
Yanbal Ecuador.

Edición, diseño y diagramación:
Zonacuario, Comunicación con
Responsabilidad Social Cía. Ltda.

Impresión:
Poligráfica S. A.

Fecha de publicación:
Noviembre 2012.

Dirección: Naciones Unidas E3-39 y Amazonas
Edificio La Previsora, torre B. 1er Piso
Teléfono: (593-2) 3962 200
www.yanbal.com

Reservados todos los derechos.
Prohibida la reproducción parcial o total de
esta obra sin la autorización, por escrito, de
Yanbal Ecuador S. A.



www.yanbal.com