memoria de

RESPONSABILIDAD CORPORATIVA Y SOSTENIBILIDAD

Yanbal Ecuador S. A. / 2012-2013

MATERIALITY MATTERS
Global Reporting Initiative™
AT THE TIME OF PUBLICATION THE G4-17 TO G4-27 DISCLOSURES WERE CORRECTLY LOCATED IN THIS G4 CONTENT INDEX AND FINAL REPORT.
2014

memoria de

RESPONSABILIDAD CORPORATIVA Y SOSTENIBILIDAD

Yanbal Ecuador S. A. / 2012-2013

Contenidos

6 CARTA DE GERENCIA

8 CARTA DESDE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

9 CRITERIOS DEL INFORME

10 YANBAL, NUESTRA EMPRESA

26 NUESTRA GENTE

42 GESTIÓN AMBIENTAL

56 RESPONSABILIDAD DE LA MARCA

64 CLIENTES, PROVEEDORES Y DISTRIBUIDORES

72 LA OPORTUNIDAD YANBAL

84 ALIANZAS ESTRATÉGICAS

93 GLOSARIO

96 LISTADO DE INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD

CARTA DE

Apreciados amigos:

Para Yanbal Ecuador S. A. es un orgullo presentarles nuestra **Segunda Memoria de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa***,* en el que podrán conocer en detalle las actividades realizadas por la compañía, en línea con el desarrollo sostenible, durante los años 2012 y 2013.

El período de reporte ha enmarcado un cambio positivo, debido a la implementación exitosa de una nueva cultura empresarial basada en objetivos claros, procesos sinérgicos, participación activa en el campo y gestión eficiente de mejoras.

Yanbal valora el capital humano, el trabajo conjunto y lo que cada persona es capaz de hacer para lograr que **la felicidad se transforme en eficiencia**.

Nuestro cambio cultural se basa en tres pilares fundamentales: **eficiencia operativa, trabajo en equipo y más campo:**

+ Con la eficiencia operativa cuidamos cada detalle en nuestras actividades, para conseguir calidad en todo momento.
+ El trabajo en equipo se cristaliza en toda la compañía, gracias al involucramiento de cada líder en la toma de decisiones, con la finalidad de propiciar un ejemplo inspirador, motivar y empoderar.
+ El trabajo en campo ha marcado la diferencia, gracias a una creciente conexión con nuestras Yanbalistas y al fortalecimiento de nuestra gestión, que se basa en un conocimiento profundo de sus necesidades.

En este marco, nuestra administración se enfoca en el mediano y largo plazo, con metas claras de mejora continua, responsabilidad en el crecimiento y sostenibilidad en el desarrollo.

Carlos Gallegos

CARLOS GALLEGOS
Gerente General Yanbal Ecuador S. A.

GERENCIA

DESDE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

Estimados lectores:

Con la gestión de nuestra estrategia de sostenibilidad, los diálogos con nuestros grupos de interés y la elaboración de nuestra Segunda Memoria de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa, hemos podido detectar oportunidades de mejora para considerarlas en nuestros ejes estratégicos y determinar las áreas sobre las que marcamos tendencia en el país.

Fomentar el emprendimiento en el Ecuador es lo que mejor sabemos hacer en Yanbal: con visión, constancia y talento, hemos implementado estrategias de negocio con resultados económicos sólidos, que hacen crecer a nuestra empresa y favorecen el bienestar de nuestros aliados.

Durante el período reportado, hemos ratificado la calidad y el compromiso que nos han caracterizado desde hace más de veinte años, con la convicción de que cultivar el liderazgo en el mercado de venta directa y cosméticos implica esfuerzo diario, confianza en el crecimiento personal, aprovechamiento de oportunidades y generación de fidelidad.

La Responsabilidad Corporativa tiene dos ejes de acción que aseguran la sostenibilidad de la empresa con sus grupos de interés: por un lado, el **alinear principios y directrices internacionales relevantes a la estrategia de gestión**; y, por otro, el **buscar en la particularidad del negocio las características que agregan mayor valor y resultan más relevantes.**

El trabajo en Yanbal ha motivado profundas reflexiones tendientes a la gestión de la ética interna y la transparencia, así como la decisión de abonar esfuerzos y recursos para que el impacto de nuestros valores corporativos se irradie a toda la sociedad.

AMALIA DE LA CERDA
Responsabilidad Corporativa
Yanbal Ecuador S.A.

PERFIL DE LA MEMORIA

La presente memoria expone los resultados de la gestión de **Yanbal Ecuador S. A.**, en lo relativo a aspectos económicos, sociales y ambientales, durante el **período 2012-2013**. De esta manera, se cumple el compromiso de reporte bianual de avances adquirido a propósito del primer Informe de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa, que transparentó las acciones implementadas entre 2010 y 2011.

La información y datos expuestos en este documento se circunscriben al territorio ecuatoriano, a nivel nacional, y describen las actividades desarrolladas por Yanbal Ecuador S. A. en las siguientes dependencias:

- Oficina central y fábrica, ambas localizadas en la ciudad de Quito.
- Centro de distribución ubicado en Aloag.
- Trece oficinas de servicios y entrenamiento distribuidas en Guayaquil, Cuenca, Manta, Santo Domingo, Machala, Quevedo, Loja, Ambato, Esmeraldas y Quito.

Los resultados de desempeño ambiental se rigen exclusivamente a nuestra operación de la Planta Industrial ubicada en Quito y al Centro de Distribución ubicado en Alóag.

Guías del informe

En la elaboración de la presente memoria, se han considerado los requisitos, estándares y lineamientos internos de Yanbal, la Guía para Elaboración de Memorias de Sostenibilidad GRI-G4 de la *Global Reporting Initiative*, la norma de Aseguramiento AA 1000 y los Indicadores del Sistema Integrado de Gestión de la empresa. Cabe destacar que, para la elaboración de este documento, se ha migrado a la Guía G4-*Comprehensive*, fortaleciendo de esta manera la estrategia del negocio con una visión hacia la sostenibilidad, comunicando de forma clara las iniciativas empresariales a los grupos de interés y logrando un nivel de escucha exhaustivo que derivó en un **estudio de materialidad**.

Verificación de la información

Este es el segundo informe de carácter público. La información y datos exhibidos en el presente documento han sido por la firma independiente PricewaterhouseCoopers del Ecuador Cía. Ltda., y abarcan exclusivamente, las actividades realizadas en territorio ecuatoriano.

Información y comentarios

Para obtener más información sobre el contenido de este Informe de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa o emitir sus comentarios, agradeceremos se comunique con:

Amalia de la Cerda Pérez
Responsabilidad Corporativa
Yanbal Ecuador S. A.
amalia.delacerda@unique-yanbal.com
(593-2) 246 3181 Ext. 2676

G4-17 G4-18

MEMORIA DE RESPONSABILIDAD
CORPORATIVA Y SOSTENIBILIDAD

Yanbal Ecuador S. A. / 2012-2013

nuestra EMPRESA

NUESTRA EMPRESA

Yanbal Ecuador S. A. forma parte de la **Corporación Yanbal International**, la misma que ha desplegado su actividad de la siguiente manera:

- Actividad comercial en diez países: **Perú, Colombia, Venezuela, Bolivia, México, Guatemala, Paraguay, España, Italia y Ecuador**.
- Actividad de producción en tres países: **Perú, Colombia y Ecuador**.
- Actividad logística y distribución en seis países: **Perú, Colombia, Venezuela, Bolivia, México y Ecuador.**
- Actividades de investigación y desarrollo en **Estados Unidos y Suiza.**
- Actividad de diseño de *bijouterie* en Estados Unidos, con un grupo propio de diseñadores con sede en **Nueva York.**

En el país, la empresa inició sus operaciones en 1978, bajo la figura legal de una sociedad anónima. Actualmente, cuenta con una oficina administrativa y una planta de producción ubicadas en el Distrito Metropolitano de Quito, además de un centro de distribución, cuatro bodegas de reparto, trece oficinas de servicios y entrenamiento a lo largo del territorio nacional: en Guayaquil, Cuenca, Manta, Santo Domingo de los Tsáchilas, Machala, Loja, Ambato, Esmeraldas, Quevedo y Quito (Naciones Unidas y Quitumbe).

PRODUCTOS Y MERCADOS SERVIDOS

El principal producto de la empresa es **La Oportunidad**, consistente en un programa que ofrece desarrollo integral, personal y económico, e incluye incentivos en dinero y especie, descuentos en compras, premios, entrenamiento y reconocimientos, que se entregan a aquellas personas (especialmente mujeres) que alcanzan diferentes metas a lo largo de la denominada **Escalera del Éxito**.

La Oportunidad se canaliza a través de un sistema de **venta directa multinivel** de los más de **1300 productos de belleza** que ofrece Yanbal y que están clasificados en las categorías de cosméticos (fragancias, maquillaje, cuidado personal, tratamiento) y bisutería.

Yanbalistas son empresarias autónomas que generan emprendimientos y otras iniciativas, a través de las ganancias percibidas por las ventas de productos Yanbal.

Aproximadamente el 35 % de los productos de belleza se fabrican localmente, el porcentaje restante se importa desde Perú o Colombia. De manera inversa, desde nuestro país, se exporta hacia otros mercados donde la Corporación opera. Además, se ofrecen servicios de distribución de productos de belleza y capacitación a los clientes directos.

A continuación, se detalla el amplio portafolio de **productos de belleza** que se distribuyen a nivel nacional; de ellos, la planta de producción del Ecuador fabrica algunas **fragancias, desodorantes, demostradores y cremas:**

		Premium	Medium	Económicas	Rostros	Ojos	Labios	Uñas	Rostro	Ojos	Labios	Cabello	Cremas de mano	Tratamiento corporal	Solares	Óleos	Desodorantes	Cremas de afeitar	Aguas de colonia	Aretes	Cadenas	Pulseras	Aretes	Cadenas	Pulseras	Aretes	Cadenas	Pulseras	Cutis graso	Cutis mixto	Cutis seco	Desmaquilladores	Exfoliantes	Mascarillas	Sueros	Nutritivas	Prevent (<39 años)	Detent (>39 años)	Arrugas	Flacidez	Manchas y opacidad	Bolsas y ojeras	Solución integral
PRODUCTO DE BELLEZA																																											
					Latina				*Click*											*Low*			*Medium*			*High*			Cuidado personal			Complementos			Antiedad				Problema solución				
	Fragancias				Maquillaje							Cuidado personal								Bijouterie (Bisutería)									Tratamiento														
HOMBRES	Adultos	●	●	●								●	●	●	●	●	●	●	●		●	●		●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Jóvenes	●	●	●								●	●	●	●	●	●	●	●		●	●		●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Niños											●			●	●			●																									
	Bebés											●							●																									
MUJERES	Adultas	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Jóvenes	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Niñas											●			●	●			●	●	●	●	●	●	●	●	●	●																
	Bebés											●							●																									

APORTE AL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL

Además de contribuir con la generación de oportunidades de negocio y rendimiento financiero, Yanbal aporta con beneficios que fomentan el reconocimiento social y la mejora en la calidad de vida de los aliados externos de la compañía.

En el período reportado, se ha logrado un impacto positivo en la economía de los colaboradores, así como de las Yanbalistas, repartidores, transportistas, proveedores y sus familias, como lo demuestra la siguiente tabla:

Aporte económico interno y a colaboradores (en USD)

Aportes económicos a aliados externos (en USD)

	2012		2013	
ZONA	YANBALISTAS ACTIVAS	TOTAL PERSONAS BENEFICIADAS	YANBALISTAS ACTIVAS	TOTAL PERSONAS BENEFICIADAS
Guayaquil y Quevedo	27 185	106 022	31 524	122 944
Ambato y Quito	25 424	99 154	28 530	111 267
Cuenca, Loja y Machala	12 565	49 003	13 583	52 974
Esmeraldas, Manta y Santo Domingo	13 583	52 974	13 620	53 118
Total	**78 757**	**225 920**	**87 257**	**340 303**

	2012		2013	
ZONA	REPARTIDORES	TOTAL PERSONAS BENEFICIADAS	REPARTIDORES	TOTAL PERSONAS BENEFICIADAS
Guayaquil	68	272	67	268
Quito	67	268	64	256
Cuenca	16	64	22	88
Machala	20	80	13	52
Manta	15	60	14	56
Total	**186**	**744**	**180**	**720**

	2012		2013	
ZONA	TRANSPORTISTAS	TOTAL PERSONAS BENEFICIADAS	TRANSPORTISTAS	TOTAL PERSONAS BENEFICIADAS
Quito	11	44	12	47

Aportes indirectos al desarrollo económico y social

*Promedio basado en la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares Urbanos y Rurales.

* PPH: Por cada beneficiado directo se ha multiplicado por el número de Personas Promedio por Hogar, según el INEC (cuatro personas).

GOBERNANZA CORPORATIVA NACIONAL

A partir del diseño de una estructura interna, se han desarrollado varias iniciativas para consolidar y clarificar los niveles de gobernanza hacia los colaboradores y hacia los grupos interesados.

Cada cuatro semanas, y de acuerdo a sus responsabilidades, los líderes de área participan en reuniones que tienen como objetivo la revisión de los indicadores comerciales y no comerciales asociados directamente al plan estratégico. En dichos encuentros, se analizan además los temas económicos, ambientales y sociales, de índole estructural y coyuntural, que atañen a la compañía. Una vez que los líderes participan de las reunione,s regresan a sus equipos y socializan la información.

Los indicadores de la reunión estratégica que se monitorean son calificados con un sistema de niveles de alerta, al estilo de un semáforo:

+ VERDE, si el valor del indicador alcanza o supera la meta.

+ AMARILLO, si el valor está entre la meta y el valor de alerta.

+ ROJO, si el indicador se encuentra bajo el nivel el alerta.

A partir de dicha catalogación, se proponen y acuerdan acciones correctivas o de refuerzo, cuyo seguimiento se realiza de reunión en reunión. Un monitoreo más exhaustivo es realizado semestralmente por los jefes, con el acompañamiento de Recursos Humanos, ponderando el cumplimiento de los objetivos de cada persona versus las metas establecidas al inicio de año.

Por otro lado y en el marco de la **gestión con transparencia**, se han desarrollado cronogramas de reuniones semanales, mensuales y anuales, para todas las áreas (personal operario, administrativo y directivo), con el fin de dar vía abierta a una comunicación fluida y multilateral.

En dichas reuniones, se comunica el contexto negativo o positivo para la operación, con el fin de favorecer que los miembros de la empresa se alineen con las decisiones corporativas y las metas nacionales.

Principales actividades en 2012 y 2013

En las reuniones de los distintos comités, se han analizado y puesto en marcha diversas acciones para potenciar o mitigar algunas aristas de la sostenibilidad, entre otras, las siguientes:

+ Además del **Himno Yanbal**, un innovador lineamiento de interacción entre los colaboradores de la empresa, que ha conseguido excelentes resultados, fueron determinadas las **REGLAS DE ORO**, que marcan las directrices del comportamiento a nivel interno, como un eje transversal en todas las áreas de negocio, proyectándose incluso a los grupos de interés externos.

+ Cada año, entre los meses de agosto y septiembre, se inicia el **PROCESO DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA**, que se desarrolla paralelamente en dos ejes, a partir de los cuales se elabora el ***BUSINESS PLAN***:

1) A nivel Corporación, se revisa el marco filosófico de la compañía (misión, visión, valores, principios) y se establecen los **lineamientos corporativos**, que son asignados individualmente a cada país.

2) En Yanbal Ecuador S. A., se ejecutan las reuniones de planeación estratégica, con el fin de establecer objetivos y proyectos de avance para el siguiente año.

+ A partir de 2014 y con base en una mejora constante de la estructura de la empresa y su gobierno, Yanbal Ecuador S. A. se enfocará en potenciar los cuatro pilares para conseguir sostenibilidad a través de su gestión.

+ Desde los distintos comités se han gestionado las oportunidades, impactos y riesgos potenciales que, entre otros, se han avizorado en los siguientes ámbitos, a nivel económico, ambiental y social, generando diversas acciones para modularlos:

Asuntos internos

Colaboradores

Comunicación interna
Motivación y sentido de pertenencia
Clima laboral

Ambiente

Reciclaje
Optimización de recursos
Huella de Carbono

Ética

Incluir cláusulas de derechos humanos en contratos
Mejora de canales de comunicación

Negocio

Excelencia operativa Nueva cultura empresarial Proceso formal de integración

Asuntos externos

Comunicación con *stakeholders*

Mejorar canales
Diálogos frecuentes
Escucha y planes de satisfacción

Proveedores y Repartidores

Entrenamiento

Excelencia operacional en colaboración con proveedores
Mejorar la infraestructura y estructura organizacional
Potenciar la cercanía

Yanbalistas

Facilitar la incorporación
Mejores condiciones de crédito
Comunicación y ética

G4-22

CONTROL INTERNO

Con fundamento en la determinación de oportunidades de mejora en la custodia de los valores y la utilización de los recursos, en el control de activos y de las operaciones, y con el fin de evitar gastos innecesarios en perjuicio de accionistas, empleados y proveedores -actividades a cargo del área de Contraloría-, el control interno es considerado un asunto de todos. Por este motivo, se ha trabajado en mejorar distintos procedimientos que fomentan una cultura más ética y transparente en la empresa.

+ En Yanbal, se vela por el cumplimiento de las políticas y procedimientos vigentes:

Misión

Inspirar y cambiar las vidas de las personas y sus familias, ofreciéndoles la mejor oportunidad de desarrollo personal, profesional y económico, con el respaldo de productos de belleza de calidad mundial, basados en el principio de Prosperidad para Todos.

Visión

Ser reconocida como la Corporación Latina de venta directa de productos de belleza más prestigiosa y preferida en nuestros mercados.

+ Paralelamente, en la empresa se trata de incidir en la disminución de fraudes y cualquier tipo de acto de corrupción, evitándolos al máximo.
+ Se fomentan acciones para evitar el desperdicio y la insuficiencia de recursos y activos.
+ Se vigila la gestión correcta en torno a la recepción de regalos o presentes dirigidos a los colaboradores, a través de la **Política de Atención de Terceros**, para prevenir sobornos y cualquier tipo acción especial a favor de personas u organizaciones.

ALIADOS Y ORGANIZACIONES

Yanbal Ecuador S. A. ha mantenido vínculos y desarrollado diversas iniciativas con las siguientes entidades en el período de reporte:
Asociación Ecuatoriana de Empresas de Venta Directa, Asociación de Empresarios y Empresas del Norte de Quito, Asociación Fe y Alegría Ecuador, Cámara de Comercio del Cantón Santo Domingo de los Tsáchilas, Cámara de Comercio de Ambato, Cámara de Comercio de Guayaquil, Cámara de Comercio de Manta, Cámara de Comercio de Quito, Cámara de Comercio e Integración Ecuatoriano-Peruana, Cámara de Comercio Ecuatoriano-Americana, Cámara de la Construcción de Quito, Cámara Oficial Española de Comercio e Industria en Quito, Fundación Centro de Investigación y Capacitación Eléctrica (CICE), Fundación Miss Ecuador, Fundación Olimpiadas Especiales, Fundación Patronato Municipal San José, Fundación Reina de Quito, Procosméticos.

COMUNICACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Yanbal fomenta una comunicación constante con sus grupos de interés, pues valora el mantenimiento de buenas relaciones e intenta escuchar sus expectativas, para tomarlas en cuenta en el diseño de planes de mejora y la potenciación de la sostenibilidad del negocio.

La compañía ha establecido mecanismos constantes para transmitir información crítica a los distintos públicos, tanto internos como externos:

Además de estos canales de comunicación fijos, se estableció la necesidad estratégica de desarrollar diálogos con los grupos de interés, con el objetivo de alimentar una matriz de materialidad.

G4-19 G4-24 G4-25 G4-26 G4-27

ACTORES CLAVE				REUNIONES	WEB	EXTRANET	INTRANET	CARTELERAS	PUBLICIDAD
	Internos	Personal	Corporación	●	●		●		●
			Gerentes y líderes de área	●	●	●	●	●	●
			Empleados operativos	●	●			●	●
			Empleados administrativos	●	●		●	●	●
	Externos	Fuerza de compras	Directoras	●	●	●		●	●
			Consultoras	●	●	●		●	●
		Proveedores	Repartidores	●	●				
			Proveedores locales		●				●
			Proveedores internacionales		●				
			Plantas de producción comparativas en otros países		●			●	
		Comunidades Claves	Cosumidores		●				●
			Gobierno	●	●				●
			Olimpiadas especiales	●	●				●
			Gremios	●	●				●
			Sociedad en general		●				●

En 2012, Yanbal convocó a 15 diálogos para socializar la información ofrecida en el Primer Reporte de Sostenibilidad y recoger sugerencias sobre las oportunidades de mejora y generación de vínculos sostenibles con cada grupo de interés.

Para la elaboración de esta segunda memoria y con el fin de dar continuidad a los diálogos realizados en 2010 y 2012, se decidió integrar a un mayor número de *stakeholders* y profundizar en varios temas de relevancia para la empresa observados en el transcurso del ejercicio anterior.

Los encuentros tuvieron lugar en Quito, Guayaquil y Cuenca, y se centraron en conocer a profundidad cómo visualizan y qué expectativas tienen las diversas audiencias sobre Yanbal. La información se sistematizó con criterios cuantitativos y cualitativos.

Grupos encuestados

El proceso fue realizado por un tercero, que aplicó la metodología sustentada por la norma AA 1000 de relacionamiento con grupos de interés, a través de grupos focales, encuestas y entrevistas.

Dado que los aspectos relevantes se obtuvieron de un estudio realizado a los *stakeholders* internos y externos, las matrices de materialidad están segmentadas en relación a los asuntos de sostenibilidad y responsabilidad corporativa vinculados a cada grupo.

Grupos de interés internos

G4-19 G4-24 G4-25 G4-26 G4-27

Grupos de Interés externos

G4-19 G4-21 G4-24 G4-25 G4-26 G4-27

MEMORIA DE RESPONSABILIDAD
CORPORATIVA Y SOSTENIBILIDAD

Yanbal Ecuador S. A. / 2012-2013

nuestra GENTE

Para Yanbal, los colaboradores conforman el pilar más importante para el cumplimiento de metas y objetivos, por lo que la compañía enfoca diversas iniciativas y esfuerzos en pro de su bienestar, crecimiento y satisfacción, en todas las localidades y centros operativos.

Yanbal Ecuador S. A. cerró el año 2013 con una nómina de 680 colaboradores.

El 25 % de las gerencias y direcciones corresponde a personal femenino y el 75 %, a personal masculino. El 93 % de los cargos directivos está ocupado por personal nacional.

2012

	INGRESOS		CESES	
LOCALIDAD	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
Quito	8	9	3	17
Planta de Producción	17	4	24	8
Guayaquil	4	3	2	---
Cuenca	1	1	---	1
Aloag	14	---	9	---
Esmeraldas	---	2	---	---
Manta	1	2	---	2
Ambato	1	1	1	---
Quitumbe	---	1	---	---
Quevedo	---	2	---	---

2013

	INGRESOS		CESES	
LOCALIDAD	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
Quito	6	7	6	9
Planta de Producción	7	2	15	13
Guayaquil	1	9	3	5
Cuenca	---	1	1	1
Aloag	14	2	6	1
Esmeraldas	1	1	1	1
Manta	1	---	1	1
Ambato	---	---	---	1
Machala	1	---	2	---
Santo Domingo	---	1	1	---

En el período de reporte, la conformación del personal fue la siguiente:

2012

2013

Todos los cargos de la compañía se encuentran determinados en los descriptores de los puestos, que reflejan las responsabilidades de los colaboradores, además de delinear los requerimientos de formación académica, experiencia, competencias, conocimiento técnico y otros, de acuerdo al cargo, funciones y responsabilidades.

La misión, visión y valores de la empresa son transmitidos al personal desde su ingreso, con un importante **Plan de Inducción** que permite que la persona se sienta parte de la organización y se comprometa tempranamente con los principios corporativos.

Los trabajadores de Yanbal Ecuador S. A. se rigen por las siguientes pautas:

INTEGRIDAD **HONESTIDAD** **LEALTAD** **EQUIDAD** **RESPETO** **RESPONSABILIDAD**

En la empresa, se promueve y garantiza el principio de “Equidad para todos”. El sistema de trabajo capitaliza las ideas, cultura y modo de pensar de los colaboradores, en varias instancias.

Personal con discapacidad

*Corte a diciembre de cada año.

Esta política incluye la estrategia de salario fijo y salario variable, bonos de desempeño y beneficios no monetarios según el cargo y los resultados.

La equidad se basa en un análisis interno; y la competitividad, en un análisis de mercado laboral realizado por la firma Deloitte & Touche, que provee información sobre los salarios del mercado en general y de la competencia.

Salario base promedio en Yanbal y distribución por cargo y género

AÑO	CARGO	HOMBRES (en USD)	MUJERES (en USD)
2012	Administrativos	2170	1619
	Operativos	473	406
2013	Administrativos	2227	1834
	Operativos	506	463

Yanbal cuenta con una **Política de Administración Salarial** que contempla la equidad y está basada en una valoración de cargos, así como en un análisis de competitividad fundamentado en la homologación del posicionamiento en el mercado laboral y su comparación salarial

CLIMA LABORAL

La compañía aplica anualmente una encuesta de clima laboral, con la metodología de *Great Place to Work*, asegurando confidencialidad y asertividad, en pos de generar planes de acción efectivos.

Luego de la evaluación, se implementan varios grupos focales que buscan que los colaboradores comenten su percepción sobre los diferentes programas y políticas.

Paralelamente, se ejecutan varios programas, entre los que destaca el denominado **Desayuno con Carlos**, que consiste en reuniones que mantiene el gerente general con el personal de un área, para generar un espacio de intercambio de ideas, opiniones y detección de necesidades en las diversas áreas de trabajo, así como de canalización de sugerencias y oportunidades de mejora en beneficio de las personas y de toda la familia Yanbal. Esta actividad se realiza sin el líder de área.

El conjunto de acciones llevadas a cabo ha logrado reducir el índice de rotación desde 2011. Además, el 100 % de colaboradores han retornado a la compañía después de su período legal de paternidad y maternidad, según los lineamientos que dicta la legislación nacional.

Reclutamiento de personal

Más del 50 % de los procesos de selección se llenaron con candidatos internos.

MÁS ALLÁ DE LO QUE LA LEY EXIGE

Durante el período de reporte, Yanbal ha puesto en marcha varias acciones y planes de gestión en beneficio de su personal:

+ **Horario flexible**: Los colaboradores de las áreas administrativas pueden ingresar de lunes a viernes de 7.00 a 9.00. Su hora de ingreso determinará su hora de salida. Esto, con el objetivo de que puedan administrar de mejor forma su tiempo, conciliándolo con sus obligaciones y necesidades personales.

+ **Trabajo el viernes hasta medio día:** El personal administrativo puede laborar nueve horas de lunes a jueves, con la finalidad de trabajar solamente cuatro horas el viernes y salir alrededor del mediodía.

+ **Costo cero en alimentación para el personal operativo:** El personal operativo que almuerza en las instalaciones de la empresa accede a la alimentación de forma completamente gratuita.

+ **Cobertura del 50 % en alimentación** a todo el personal administrativo.

+ **Día libre por cumpleaños** a todo el personal de la compañía.

+ **Celebraciones y eventos:** Día del Trabajo, olimpiadas deportivas, reconocimiento anual, festejo de Navidad para los hijos de los colaboradores (conocidos como Yanbalitos), agasajo navideño, aeróbicos y preparación para eventos deportivos con el apoyo del área médica.

+ A partir de 2014, todo el personal cuenta con pólizas de seguro de vida y seguro médico.

DESARROLLO Y CAPACITACIÓN

Yanbal cuenta con un sistema de **Gestión por Competencias** enfocado en la estrategia organizacional y en el refuerzo de los conocimientos, habilidades y destrezas que los colaboradores necesitan para desempeñar efectivamente su cargo.

Una vez al año, se realiza el **Diagnóstico de Necesidades de Capacitación (DNC)** de todas las áreas de la organización, para gestionar la capacitación de todo el personal **(100 % de colaboradores)**, enfocada en desarrollar sus competencias específicas, competencias técnicas, y necesidades generales y particulares.

Se desarrolla un **Plan General de Capacitación** y, según el caso, un **Plan de Desarrollo Individual** destinado al desarrollo de las competencias específicas, a partir de capacitaciones, asignaciones de desarrollo, liderazgo de proyectos, cine-foros, *mentoring o coaching*. El objetivo es disminuir brechas e impulsar perfiles que permitan el crecimiento dentro de la compañía.

Otra herramienta destacable es el **Plan de Desarrollo Gente Yanbal**, consistente en el desarrollo por medio de hábitos, dirigido al fortalecimiento de la cultura organizacional a través de refuerzos de conducta, actividades para el desarrollo de competencias organizacionales o transversales.

- En 2012, se generó un promedio de **29,02 horas de capacitación por persona.**
- En 2013, el promedio fue de **13,73 horas de capacitación por persona.**
- La compañía favorece permisos laborales especiales o de largo plazo para los colaboradores, apoyando su desarrollo y la atención de temas personales. Al retornar a la compañía, son considerados con prioridad en el caso de haber vacantes.
- Para 2014, se calcularán las horas de capacitación por nivel de cargo y por género, y la compañía buscará implementar una política de capacitación para otorgar a los empleados flexibilidad en el tiempo para estudios relacionados con su cargo.

TRABAJO EN PRO DE LOS DERECHOS HUMANOS

La cultura organizacional de Yanbal considera la diversidad como una ventaja competitiva para el desarrollo integral, por lo que favorece que grupos diversos de la comunidad aporten al trabajo con actitudes, percepciones, motivaciones y necesidades variadas.

A través de sus principios y valores, Yanbal asegura que no exista discriminación ni vulneraciones por temas étnicos, de credo, cultura, nacionalidad u orientación sexual, promoviendo un clima laboral sano que genere sentido de pertenencia.

Desde la Gerencia, hay un trato igualitario para todos. El área de Recursos Humanos es la encargada de fomentar la integración cotidiana, así como en eventos, capacitaciones y eventos deportivos, sin restricción ni discriminación de ningún tipo.

Existen planes de desarrollo y capacitación van dirigidos al personal, sin distinción alguna.

Los empleados con discapacidad son integrados a la compañía y tienen un esquema de trabajo adaptado para su necesidad (trabajan seis horas diarias, gozan de transporte puerta a puerta y cuentan con un monitor), con el fin de que puedan realizar sus actividades con seguridad y excelencia.

SENSIBILIZACIÓN EN DERECHOS HUMANOS

En el período de reporte, no han existido denuncias por discriminación ante la autoridad pertinente; no obstante, siguiendo las recomendaciones especializadas del Alto Comisionado de Naciones Unidas para el Ecuador, Yanbal Ecuador empezó su sensibilización en prácticas inclusivas en el ambiente laboral.

Para contribuir con las iniciativas relacionadas con los principios del Pacto Global de las Naciones Unidas, en conjunto a la Red del Pacto Global en el Ecuador, Yanbal desarrolló un **video de sensibilización** que permite generar conciencia sobre la vigencia de los Derechos Humanos en el contexto empresarial ecuatoriano urbano.

El video contó con apoyo técnico de la oficina del Alto Comisionado de Naciones Unidas para los Derechos Humanos en el Ecuador.

En Yanbal Ecuador S. A., todos los colaboradores fueron sensibilizados con este producto de comunicación destinado a sensibilizar sobre la importancia de conocer, aplicar y difundir los Derechos Humanos en el diario vivir.

SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

Bajo el principio de **Prosperidad para los colaboradores**, y la excelencia en el servicio, en Yanbal existe un compromiso de desempeño con calidad, salud, seguridad y cuidado del ambiente.

Las medidas preventivas implementadas desde 2009 (rotación entre puestos de trabajo, calentamiento muscular de miembros superiores previo al inicio de labores, Pausas Activas, automatización industrial de varios procesos críticos) han influido en la reducción del riesgo ergonómico en todo el proceso de productivo de la línea de empaque.

Los logros más relevantes son los siguientes:

+ Reducción del riesgo intrínseco del conjunto de puestos de trabajo, de acuerdo con el *Checklist* OCRA, de rango alto a rango medio.

+ Reducción de la prevalencia de Lesiones por Esfuerzos Repetitivos (LER) de mano-muñeca en los trabajadores de la línea de fabricación de perfumes, hasta lograr un 3, 31 % al finalizar 2012.

Ausentismo y accidentabilidad ocupacional

Los esfuerzos de Yanbal están encaminados a prevenir y mitigar la ocurrencia tanto de accidentes en las operaciones como de enfermedades laborales. Además, en el período de reporte, no ha habido incidentes con muerte.

Incidentes en cadena

*EP: Enfermedades profesionales.

	2012	2013
Número de empleados	396,8	421,8
Casos con reposo por EP	6,3	2,3
Días de reposo por EP	150,3	57,8
Tasa EP	1,6 %	0,6 %

Todos estos casos han sido reportados a Riesgos del Trabajo del IESS y responden a LER de miembros superiores.

La tasa de enfermedades profesionales se logró disminuir de un 1,6 % en 2012 al 0,6 % en 2013. El objetivo es mantener la gestión y evitar todo tipo de enfermedad o incidente de índole laboral.

Trabajadores cuya actividad tiene un riesgo elevado de enfermedad ocupacional

Cargo de colaboradores con riesgo elevado de EP	Auxiliares de cadena (Empaque) Auxiliares de cadena (*Picking*)
Observaciones	Factor de riesgo: Movimientos repetitivos de miembros superiores Factor de riesgo: Movimientos repetitivos de miembros superiores (al rotar a Empaque)

En Empaque de Planta industrial, el índice *Checklist* OCRA (método ergonómico para evaluar el riesgo de lesión por movimientos repetitivos de miembros superiores) se encuentra en alrededor de 18 puntos, ubicándolo en rojo (Riesgo medio), cuando el riesgo aceptable alcanza la puntuación de 7,5.

Distribución de comités de salud y seguridad

Responsabilidades de los comités de salud y seguridad

- Promover actividades en seguridad y salud ocupacional.
- Hacer el seguimiento del desarrollo de las actividades de prevención y mitigación de salud y seguridad.
- 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.

Mejoras en salud y seguridad

En el área de *Picking*, los colaboradores caminan de siete a ocho kilómetros diarios para armar los pedidos de productos; en algunos cargos específicos, realizan movimientos repetitivos de cintura, lo cual a mediano o largo plazo podría derivar en enfermedades ocupacionales.

Por este motivo, se ha visto la necesidad de desarrollar proyectos de mejora que brinden mayor seguridad y bienestar a los colaboradores, y permitan optimizar tiempo en la gestión de los procesos.

Se llevó a cabo el **Proyecto Renova**, con el cual se logró automatizar de forma integral los procesos de *Picking* y Despacho mediante la implementación del **Sistema de *Picking* Yanbal (SPY)**, al tiempo que se optimizó el espacio dentro del Centro de Distribución. El talento humano se destinó a otros procesos de igual o mayor importancia, con lo que concomitantemente se aportó al desarrollo de los colaboradores.

Entre los resultados obtenidos con la implementación del Proyecto Renova, se destacan los siguientes:

- Se actualizó la plataforma tecnológica de Sistema de *Picking* Yanbal (SPY).
- Se automatizaron las actividades clave del Centro de Distribución, así como el espacio físico del Centro de Distribución.
- Se realizó una redistribución de actividades de 21 colaboradores hacia otros subsistemas del área, generando un desarrollo horizontal.
- Se logró reducir el riesgo de enfermedades ocupacionales por trabajos repetitivos o esfuerzo físico.

MEMORIA DE RESPONSABILIDAD
CORPORATIVA Y SOSTENIBILIDAD

Yanbal Ecuador S. A. / 2012-2013

gestión AMBIENTAL

GESTIÓN DE MATERIALES

Yanbal es una empresa con un gran sentido del cuidado ambiental en sus procesos. Busca elaborar productos de calidad con el uso controlado de materias primas y componentes. Desde esta perspectiva, analiza y evalúa constantemente el impacto en su gestión.

La siguiente tabla indica el peso de los principales materiales usados en los productos que elabora Yanbal en el Ecuador, clasificados en renovables y no renovables, en los años 2012 y 2013:

		2012	2013
Clasificación	**Material**	**Cantidad (en kg)**	**Cantidad (en kg)**
Renovable	Alcohol	470 981,75	190 408,20
	Caja producto	68 380,43	39 120,21
	Caja pedido	307 316,15	273 706,76
No renovable	Frascos	618 374,06	457 077,40
	Tapas	59 254,81	66 092,27
	Pumps	16 615,54	7605,56
	Placas filtrantes	1533,56	695,64
	Esencias	51 628,60	30 251,05
	Etiquetas	14 952,26	15 656,80

Tanto Yanbal Ecuador S. A. como las fábricas de Yanbal en Latinoamérica utilizan el alcohol ecuatoriano para la elaboración de fragancias, debido a su alta calidad y parámetros de producción.

Dentro de los materiales que utiliza Yanbal Ecuador S. A. en la elaboración y empaque de sus productos, se encuentran las cajas de pedidos (cartón) que representó un 8,6 % de material reciclado en 2012 y un 11,3 % en 2013, sobre todos los materiales utilizados.

CONSUMO ENERGÉTICO

La energía que consume Yanbal en sus procesos productivos proviene del Sistema Nacional Interconectado del Ecuador, el cual representa los siguientes índices:

+ De fuentes no renovables, como combustibles fósiles (gas natural, diesel y GLP), un 57 % de producción de energía en el país.
+ De fuentes renovables, como la energía eléctrica proveniente de hidroeléctricas, un 43 %, según lo indica el Consejo Nacional de Electricidad del Ecuador (CONELEC), en sus cifras actualizadas a 2012.

En la siguiente tabla se visualiza el desglose del uso de energía, tanto para la Planta de Producción como para el Centro de Distribución:

Año	Tipo de energía	Planta de Producción (x 10^{10} J)	Centro de Distribución (x 10^{10} J)
2012	Energía eléctrica total	282,55	313,14
	Diesel	89,6	15
	GLP	0	10,4
	Total	372,15	338,54
2013	Energía eléctrica total	249,97	270,51
	Diesel	90,1	37,5
	GLP	0	10,4
	Total	340,07	318,41

Los indicadores de energía presentados en la tabla anterior reflejan únicamente las actividades industriales. Para futuros reportes, se presentará el consumo en áreas administrativas, tomando en cuentas las actividades de ahorro que se estén ejecutando.

Yanbal Ecuador S. A.
no produce ni vende energía.

La siguiente tabla representa la intensidad energética en Planta de Producción y Centro de Distribución, en los años 2012 y 2013:

LOCALIZACIÓN	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	2012	2013
Planta de Producción	Índice de consumo de energía en kwh (incluye energía calorífica)	kwh/tm producida	1224,88	1548,74
Centro de Distribución	Índice de consumo de energía en kwh (incluye energía calorífica)	kwh/1000 pedidos de Consultoras	736, 47	772, 15

Yanbal ha emprendido varias acciones para disminuir el consumo de energía eléctrica, mediante un **Proyecto de ahorro de equipos no críticos**, que garantiza el apagado de computadoras, impresoras y otros artefactos en horas no laborables. Adicionalmente, se llevó a cabo un el **programa de concienciación** del personal para el apagado de lámparas.

Planta de Producción **2013**

US $ 11 244 de inversión
237 luminarias
20 390 kw/hora

En el Centro de Distribución, se invirtieron US $ 7254 dólares en la compra de 186 luminarias, con un ahorro total de 16 002 kw-hora en el año. Este cálculo se realizó suponiendo cinco días de trabajo en la semana y con diez horas al día de uso de las luminarias, considerando que un LED es de 18W y los fluorescentes 17W, pero usando tres en un solo punto.

Por otro lado, mediante un estudio de higiene industrial, se determinó que la calefacción no era necesaria en la operación de *Picking*, por lo que se dio paso a pruebas de desconexión que generaron un ahorro significativo, sin afectar al personal.

USO DEL AGUA

El agua que utiliza Yanbal en sus sistemas productivos proviene del sistema público para el caso de la Planta de Producción y acuífero para el Centro de Distribución:

- En la ciudad de Quito, donde se encuentra la Planta de Producción, el permiso de uso del agua para domicilios y actividades agrícolas prima sobre el uso industrial, por lo que la afectación a otros grupos de interés es controlada por la entidad local que maneja este recurso.
- En el caso del Centro de Distribución, el agua concesionada que se necesita para los procesos se extrae de un pozo subterráneo que es controlado por la entidad nacional para su uso adecuado, sin afectar al ambiente o a la comunidad.

La siguiente tabla determina la captación total de agua para la Planta de Producción y Centro de Distribución, en los años 2012 y 2013:

La preocupación por el recurso hídrico ha llevado a Yanbal a realizar algunas acciones enfocadas en disminuir su consumo.

A fines de 2011, se inició la recuperación del agua de rechazo del equipo de ósmosis inversa. En 2012, se adquirió un caudalímetro para la medición del agua a la salida del pozo de agua del Centro de Distribución. En 2012 y 2013, en la Planta de Producción y en el Centro de Distribución, fueron cambiados los grifos de perilla por grifos de botón con restrictores de flujo.

En 2011, en Planta Righetti, se inició el proyecto de recuperación del agua de rechazo del equipo de ósmosis inversa. Inicialmente, se estimó un ahorro de 450 m^3 al año; pero, una vez aprobado y finalizado el proyecto, al cierre de 2012, se registró un ahorro de 900 m^3 al año. En 2013, se continuó con el proyecto, obteniendo los mismos resultados que el período anterior.

En 2014, se evaluará la factibilidad de reutilizar el agua tratada en actividades de limpieza de áreas no productivas, con la implementación de una nueva planta de tratamiento de aguas residuales industriales.

IMPACTO AMBIENTAL

En la gestión de Yanbal Ecuador S. A., priman el cuidado ambiental y las acciones de mejora para disminuir su impacto. Es importante señalar que ninguna de sus instalaciones u oficinas están ubicadas en zonas de biodiversidad; por tanto, no se han dado casos de impactos significativos que deriven en multas o en daños al ambiente o comunidad.

En los años 2012 y 2013, no hubo reclamaciones o denuncias en ningún aspecto ambiental.

PROTECCIÓN ATMOSFÉRICA

Desde el año 2012, Yanbal inició la medición de su huella de carbono en la cadena productiva, con el apoyo de herramientas tecnológicas, con lo que se ha sistematizado y estandarizado la forma de cálculo.

La medición de la huella de carbono se inició el mismo año, en las sedes de Perú. En 2013, se implementó la medición en Ecuador, Colombia y Bolivia, para establecer una línea de base de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI), con el fin de buscar alternativas de reducción en los años subsiguientes.

La huella de carbono calculada para el transporte de mercancía se contabilizó en los Centros de Distribución. La importación de materias primas se cuantificó en el impacto generado por la Planta y, en el caso de exportaciones, se consideraron los índices en el país de recepción.

SEDE	UNIDAD	ALCANCE 1	ALCANCE 2	ALCANCE 3
Planta de Producción	t CO_2 eq./tm producida	0,389	0,4871	1,0524
Centro de Distribución	t CO_2 eq./ 1000 unidades de pedidos de Consultoras	0,081	0,2805	2,7126

Mediante el cálculo de huella de carbono realizado por Yanbal, se ha evaluado que los consumos energéticos más significativos se dan en el transporte de productos hacia las Consultoras y Directoras, en el comercio nacional e internacional y en el transporte de los colaboradores. Un estudio profundo para mitigar este impacto está previsto para los próximos años.

En la Oficina Corporativa, Yanbal emprendió, en 2013, iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía, a través de un conjunto de acciones que esperan ser replicadas para el año 2015 en el Ecuador.

Por lo pronto, se realizó el **primer *workshop* virtual** en la compañía mediante el uso de Webex, con el objetivo de trabajar en el ahorro de la huella de carbono al disminuir los viajes y socializar el uso de este *software*. Esta iniciativa permitió ahorrar 6,40 toneladas de CO2, por concepto de viajes.

El impacto del transporte en producción y de personal representa el 80 % de la huella de carbono actual y, por esta razón, se realizarán proyectos enfocados en la mejora de la eficiencia del transporte; principalmente del transporte vía terrestre, que representa más del 56 % del transporte total.

En el caso de la emisión de sustancias destructoras de la capa de ozono, se utilizan equipos nuevos de aire acondicionado y sistemas de refrigeración industrial, que usan refrigerantes que no contribuyen a la reducción de la capa de ozono.

La siguiente tabla indica el consumo de refrigerante en las instalaciones de Yanbal Ecuador S. A. en 2013:

AÑO	DETALLE	PLANTA DE PRODUCCIÓN	CENTRO DE DISTRIBUCIÓN
2013	Consumo anual de HCFC-22	39,39 kg	22,73 kg
	Potencial de agotamiento de ozono	0,055	0,055
	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono (kg de CFC-11 eq.)	2,17	1,25

A través de su **Programa de Monitoreo Ambiental**, Yanbal Ecuador S. A. hace un seguimiento de sus fuentes fijas, específicamente de los calderos 1 y 2, localizados en la Planta de Producción.

La siguiente tabla marca las emisiones atmosféricas significativas en 2013:

FUENTE DE EMISIÓN	PARÁMETRO	DATO 2012	DATO 2013
		mg/m³ gscn*	mg/m³ gscn*
Caldero 1	SO_2	46	<12
		38	<12
		<3	<16
		<13	<12
	NOx	70	129
		70	149
		84	103
		94	56
	Material particulado	0.3	<15
		2	37
		<4	33
		<17	32
Caldero 2	SO_2	50	<12
		<3	<14
		<3	<16
		15	<11
	NOx	71	114
		70	137
		90	101
		97	96
	Material particulado	<10	53
		<14	67
		<8	145
		17	115

*No se tiene un medidor frecuente para calcular el dato en kg.

EFLUENTES Y RESIDUOS

Las instalaciones de Yanbal Ecuador S. A. (Planta de Producción y Centro de Distribución en Aloag) cumplen con los estándares de calidad permitidos de descarga de efluentes, tanto al Sistema de Alcantarillado Público de Quito como al cuerpo de agua superficial autorizado en Aloag. Los resultados de calidad de los efluentes corresponden a los monitoreos ambientales externos que se realizan cada año.

Las siguientes tablas indican el volumen y calidad de efluentes para la sede de producción, en los años 2012 y 2013, con la aclaración de que, cuando existieron valores fuera del rango o desvíos en las muestras de monitoreo, se tomaron las correspondientes acciones correctivas:

Planta de Producción

PARÁMETRO	UNIDAD	2012	2013
Generación de efluentes Industriales	m³	550,4	364,6
Cantidad de efluente reutilizado	m³	0	0
Tipo de tratamiento	N/A	Fisicoquímico	Fisicoquímico

Efluentes Planta de Producción

PARÁMETRO	2012				2013			
Trimestre	1	2	3	4	1	2	3	4
DQO mg/l	115	547,5	<30	85,7	153	219	176	886
DBO5 mg/l	46	53	<3	28,9	53	74	70	354
Aceites y grasas mg/l	8,8	<20	<20	<20	10	13	<10	14

Para el año 2014, está planificada la puesta en marcha de la Planta de Tratamiento de Aguas Residuales en la Planta de Producción, con un costo que asciende a los 112 mil dólares. Esta inversión ayudará a generar un efluente de mejor calidad y un menor impacto al ambiente.

En el caso de los residuos generados en las sedes de Yanbal Ecuador S. A., se ha manejado, bajo el principio de cuidado ambiental, un estricto control de residuos peligrosos y no peligrosos. Los primeros son tratados con medidas de seguridad más fuertes y los procesos idóneos establecidos por la normativa nacional; para los segundos, se ha logrado un alto porcentaje de reciclaje mediante gestores autorizados.

La siguiente tabla detalla el peso de residuos generados en las dos sedes, en los años 2012 y 2013:

			Residuos peligrosos		Residuos no peligrosos		
SEDE	AÑO	UNIDAD	INCINERACIÓN	RELLENO DE SEGURIDAD	RELLENO SANITARIO	RECICLAJE	BAJA DE INVENTARIO
Planta de Producción	2012	kg	484,50		---*	77806,7	5829,6
	2013	kg	137,32	112	11109**	104908,6	3698,15
Centro de Distribución	2012	kg	41		---*	227763,5	4634
	2013	kg	0	12	4021**	346665,6	3146

*En 2012, no se midieron los residuos municipales.
** La cantidad de residuos municipales se ha calculado mediante el conteo de fundas o bolsas plásticas, multiplicado por un peso promedio por funda.

El total de los residuos peligrosos generados en los años 2012 y 2013 han sido transportados para su tratamiento por un proveedor autorizado, garantizando la correcta disposición final.

La gestión de residuos se maneja de manera interna en Yanbal. El tratamiento de los residuos peligrosos de la empresa es realizado únicamente por gestores autorizados en el Ecuador, sin exportación alguna de residuos, acorde a lo establecido en el Convenio de Basilea.

OBJETIVOS Y METAS

Corporación Yanbal considera esencial reforzar su compromiso con la sostenibilidad y gestionar sus impactos en los entornos donde desarrolla su gestión; por esta razón, generó un plan con el objetivos a ser cumplidos hasta el año 2020, el mismo que fue transmitido a todas las sedes para sus procesos de cadena y unidad de negocio.

En el aspecto ambiental, a fines de 2013, Corporación Yanbal adquirió el ***software* EDEA**, con el cual se podrá analizar, a futuro, el ciclo de vida de los envases y tomar acciones para reducir el impacto ambiental de nuestros productos en lo que respecta al consumo de materiales.

Está pendiente recopilar información relacionada con el porcentaje de productos y sus correspondientes embalajes que se han regenerado, ya que existen muchos productos que fácilmente pueden ser segregados y transformados en nuevos.

Así mismo, es necesario evaluar a los nuevos proveedores en términos ambientales y establecer los impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro.

MEMORIA DE RESPONSABILIDAD
CORPORATIVA Y SOSTENIBILIDAD

Yanbal Ecuador S. A. / 2012-2013

responsabilidad DE LA MARCA

RESPONSABILIDAD DE LA MARCA

Yanbal Ecuador S. A. es la empresa número uno en el mercado de cosméticos y cuidado personal, en términos de valor en el mercado ecuatoriano, según el estudio presentado por Kantar World Panel en el año 2013.

La calidad y excelencia de Yanbal se reflejan en los productos que elabora y en la oportunidad que brinda a miles de Consultoras Independientes.

Yanbal International conceptualiza, diseña y elabora la gran mayoría de sus productos, lo que le permite mantener estándares de calidad en todo el ciclo de vida de sus productos. De esta forma, garantiza que las Consultoras Independientes comercialicen productos de excelente calidad y promueve su desarrollo integral y económico, en el marco de **La Oportunidad Yanbal**.

CALIDAD EN LOS PRODUCTOS

El 100 % de los procesos productivos en Yanbal han sido evaluados en materia de salud, seguridad y ambiental, para controlar los impactos potenciales.

Mediante procedimientos alineados con el **Sistema de Gestión Integral**, se identifica, controla, investiga y maneja el producto que no esté acorde a los requisitos, evitando su uso y garantizando que las decisiones tomadas por los responsables sean las adecuadas.

El procedimiento aplica para el manejo de todo material no conforme detectado, desde el ingreso hasta la entrega de producto terminado al cliente, incluyendo los materiales cosméticos, premios y promociones no cosméticas.

+ La **Cadena de Abastecimiento de Yanbal Ecuador S. A.** se encuentra certificada desde mayo de 2009, en los procesos de la Planta de Producción.

+ En 2011, se hizo un alcance a los procesos del Centro de Distribución.

+ En el año 2012, la planta de producción de cosméticos de Yanbal Ecuador recibió la renovación de la certificación en BPM Buenas Prácticas de Manufactura por parte del Ministerio de Salud.

+ El mismo año 2011, se obtuvieron resultados favorables en la auditoría de recertificación, habiéndose confirmado la certificación del Sistema de Gestión hasta el año 2015, año en el cual se realizará un nuevo proceso de evaluación.

INVERSIÓN EN TECNOLOGÍA

En 2012, Yanbal implementó el ***software* de mejora continua** Softexpert, una herramienta tecnológica que se utiliza corporativamente a nivel de la cadena de abastecimiento, para apoyar en la administración del Sistema Integrado de Gestión, en temas de diseño de procesos, control de documentos, gestión de auditorías y gestión de la mejora continua.

La implementación de este *software* busca contar con una plataforma única a nivel corporativo, que permita visualizar, compartir y gestionar los puntos comunes de los distintos sistemas de gestión (certificados o no) que existen en cadena de abastecimiento.

En el aspecto ambiental, a fines del período reportado, Corporación Yanbal International adquirió el ***software* EDEA**, con el cual se podrá analizar, a futuro, el ciclo de vida de los envases y tomar acciones para reducir el impacto ambiental, a través del eco diseño.

El reclamo puede ser recibido y reportado por la Directora independiente, Consultora independiente o cliente final afectado. El proceso termina con el envío de la respuesta a la persona reclamante y con la comunicación de los casos presentados a la Dirección de Calidad Corporativa.

La siguiente tabla indica el número de casos que han requerido un canje de producto, en los años reportados:

Yanbal no comercializa productos que no estén aprobados por las regulaciones ecuatorianas o que tengan cuestionamientos sociales. En el período reportado, no ha habido multas asociadas al incumplimiento de normativas respecto a suministro y uso de productos.

ETIQUETADO

Para garantizar una correcta identificación y trazabilidad de los materiales elaborados y comercializados, todos los productos de Yanbal tienen un etiquetado impreso donde consta el código de barras con el nombre del producto y su fecha de vencimiento.

Los envases y cajas de los productos contienen un texto donde se especifican los ingredientes, contenido, modo de uso e información legal.

El etiquetado de los productos cumple con requerimientos normativos nacionales e internacionales, por lo que no ha habido incumplimientos a regulaciones o códigos a los que voluntariamente está sometida compañía.

MARKETING Y COMUNICACIONES

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

+ Innovar y desarrollar productos orientados a satisfacer las necesidades del mercado, de acuerdo con las nuevas tendencias.
+ Trabajar de forma eficiente, atendiendo los requerimientos de los *stakeholders*.
+ Administrar los recursos adecuadamente, maximizando el retorno de la inversión.
+ Gestionar de manera eficiente el manejo de inventarios.
+ Atender la demanda del mercado, minimizando la insatisfacción por problemas de desabastecimiento.

Durante el año 2013, Yanbal Ecuador S. A. marcó tendencia, difundió en televisión y vallas publicitarias, campañas que promovían sus productos de moda en estas tendencias: Isla Escondida, Sueños Pastel, Lady Glam, Alto Contraste y Regalables.

En los años 2012 y 2013, no se han dado casos de incumplimiento de la legislación ante entes públicos de control, ni se han registrado en la Asociación Ecuatoriana de Venta Directa (AEVD) eventos relativos a faltas en los códigos voluntarios referentes a las comunicaciones de mercadotecnia y publicidad.

clientes, proveedores y DISTRIBUIDORES

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

El mercado de Yanbal abarca todos los segmentos socioeconómicos, a nivel nacional, con las siguientes penetraciones:

En el año 2013, la empresa KANTAR WORLDPANEL, la mayor empresa de Paneles de Hogares de América Latina, mediante un estudio continuo que midió las compras y el comportamiento del consumidor, reconoció a Yanbal como la **Empresa No. 1 en el mercado de Cuidado Personal y Cosmética en términos de valor**, y al protector solar **Total Block** como la **Marca No. 1 del mercado de Protectores Solares**.

Yanbal es una empresa respetuosa con la información que brinda a sus clientes, por lo que en el período que data esta memoria, no ha presentado casos de fuga de información o violación a la privacidad de sus clientes.

En el año 2013, Yanbal lanzó el proyecto **La Hora Total Block**, con la finalidad de informar a la sociedad sobre los niveles de radiación solar, la peligrosidad de la exposición al sol sin protección y los daños que puede causar dicha radiación.

Los productos cuentan con el aval de la *Skin Cancer Foundation*, lo que les permite ser recomendados para proteger a la piel de los efectos nocivos del sol.

El proyecto se respaldó en transmisiones radiales, desde las 11.00 a las 13.00 horas, durante un minuto diario, de lunes a viernes, auspiciando segmentos en los cuales se informaba acerca de los niveles de radiación solar en Quito y Guayaquil.

Se seleccionó a Quito porque en esta ciudad el índice de penetración de Total Block es alto (63 %) y se ha determinado que se trata de un mercado altamente consciente del uso de protectores solares.

Se optó por Guayaquil, en cambio, por ser la ciudad más grande del país y con más participación de venta de la compañía (36 %) pero con escasa penetración del producto (26 %), y por ser considerada un mercado con poca conciencia de la importancia del uso de protección solar.

PROCEDIMIENTO CON PROVEEDORES

Yanbal maneja un sistema de compras segmentado en dos categorías: Compras Cadena y Compras Generales. En ambos casos, la selección y calificación de proveedores se realiza mediante procedimientos que abarcan temas legales, financieros y de calidad para el 100 % de los casos.

En Compras Cadena, todos los nuevos proveedores son evaluados en temas ambientales, de salud y seguridad ocupacional, seguridad patrimonial y mantenimiento.

Luego de rigurosos análisis e informes de cada una de las áreas, se procede a seleccionar el proveedor y elaborar el contrato, con el apoyo del Departamento Legal.

Para el caso de trabajos o servicios prestados en las instalaciones de Yanbal, los proveedores reciben inducciones y capacitaciones, a partir de las cuales se les otorga un carné emitido por el Departamento de Seguridad, Salud y Medioambiente (SSMA) avalando las mismas. Todos los trabajos que se realicen en las instalaciones de la empresa deben cumplir con todos los requerimientos legales validados por SSMA y Seguridad Patrimonial, según la pertinencia del producto o servicio contratado.

Anualmente, se emite un cuadro de evaluación de proveedores, que determina tiempos de entrega, cantidad recibida y calidad. Esta información se enlaza con el listado de proveedores críticos para la generación de la matriz de proveedores que serán posteriormente auditados. El listado, que refleja la criticidad de los proveedores, es evaluado por las áreas de Mantenimiento, SSMA y representantes del Sistema Integrado de Gestión (SIG).

A partir de la evaluación, se generan acciones a cumplir, las cuales son ejecutadas por los proveedores de manera periódica, y validadas mediante indicadores de gestión.

En la siguiente tabla, se detalla el porcentaje y montos de compra registrados, tanto para compras locales como del exterior:

DISTRIBUCIÓN

Dentro del negocio de Yanbal, la cadena de distribución es fundamental para la recepción y entrega de producto.

Los transportistas y repartidores son personal externo de la empresa, que trabaja de manera independiente. Este grupo está constituido por personas encargadas de actividades de logística y distribución, y porteadores cercanos a las operaciones. Yanbal realiza eventos de entrenamiento en torno al negocio, con el fin de fortalecer la relación con este grupo.

La gestión de transportistas y repartidores atiende a la Fuerza de Compras (Consultoras y Directoras), y es constantemente monitoreada, buscando la mejora continua y la satisfacción de los clientes.

En el año 2012, se aprobó el **Proyecto de Despachos Consolidados**, cuya primera fase inició en 2013, con el objetivo de disminuir el costo por entrega de pedidos en las zonas de Milagro y Babahoyo.

La principal meta era mantener el cumplimiento del compromiso de entrega (*ON TIME*) al 100 %, a través de la consolidación de pedidos en contenedores en el Centro de Distribución y culminando con la entrega de los mismos en el Centro Logístico de Guayaquil.

En el año 2013, se implementó con metodología Kaizen el **Proyecto de optimización de cajas y embalajes de pedidos**, con ahorros anuales de 29 mil dólares. En la primera fase, se disminuyó el gramaje de las cajas y se definieron las dimensiones adecuadas.

Continuando con una política de mejora continua, Yanbal inició en el año 2013 el **Proyecto Renova**, enfocado en la renovación de infraestructura y procesos, con la finalidad de alcanzar estándares de calidad y productividad, salvaguardando la integridad de los colaboradores en el Centro de Distribución.

CALIFICACIÓN DEL SERVICIO

Yanbal es la empresa de venta directa de cosméticos más grande del país. Las clientas de Yanbal son sus Consultoras y Directoras independientes, quienes al ver una mejor oportunidad y producto escogen libremente entrar, mantener y/o terminar una relación comercial con la empresa.

Las empresas de venta directa venden productos y servicios a los consultores independientes que se han inscrito en la compañía. Son los consultores independientes quienes, según su habilidad comercial y de gestión, y haciendo uso de las herramientas de negocio y entrenamiento que las empresas les brindan, van haciendo crecer su emprendimiento inicial.

Desde esta perspectiva, se practicó un **Estudio de Satisfacción de Entrega de Productos** a nivel corporativo, que determinó que, en el caso del Ecuador, el porcentaje promedio alcanzado en los años 2012 y 2013 fue del 92,4 %. También fueron evaluados los aspectos de insatisfacción, con el fin de ejecutar planes de acción enfocados en su mejora.

Los resultados de este proceso de evaluación, se detallan en la siguiente tabla:

Los transportistas y repartidores independientes son proveedores contratados por la empresa para la prestación del servicio de distribución y entrega de pedidos entre el centro de distribución, bodegas y lugares designados por el comerciante independiente de reparto.

MEMORIA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA Y SOSTENIBILIDAD

Yanbal Ecuador S. A. / 2012-2013

oportunidad YANBAL

LA OPORTUNIDAD YANBAL

Yanbal busca brindar belleza y prosperidad, con el respaldo de productos que fascinen. Quiere ofrecer la oportunidad de ganar, crecer y desarrollarse a miles de personas que desean hacer realidad sus sueños.

Así, el principal producto que la empresa ofrece por medio de la venta directa es la **Oportunidad Yanbal**, que consiste en la oportunidad de tener un negocio propio y cambiar su vida con motivación, por medio del desarrollo de su emprendimiento personal.

Con el apoyo de Yanbal, las personas pueden alcanzar grandes logros comerciales, un negocio propio y una experiencia inolvidable.

En palabras de Janine Belmont, Presidenta Ejecutiva de Corporación Yanbal:

"Somos mucho más que una compañía de cosméticos. Queremos cambiar vidas, dando a cada quien un motivo más para verse, ganar y sentirse bien".

La ganancia de las Consultoras y Directoras independientes se fundamenta en un sistema de emprendimiento enfocado en la **Venta directa o Venta a domicilio**, basado en la comercialización de productos fuera de un establecimiento comercial, directamente al consumidor, mediante una demostración personalizada, con la responsabilidad e independencia de las vendedoras. A este grupo de Consultoras y Directoras independientes, Yanbal las denomina **Fuerza de Compras**.

La Fuerza de Compras Multinivel de Yanbal está conformada por personas independientes que deciden encaminar un negocio propio, con el soporte de productos y conocimientos ofrecidos por Yanbal.

Este grupo de personas cuenta en su estructura con Consultoras y Directoras independientes que abarcan las 24 provincias del Ecuador, comunicadas a través de oficinas de Yanbal llamadas *Oportunity Centers*, ubicadas estratégicamente en las principales ciudades del país.

PLAN DE COMPENSACIÓN

Yanbal ha desarrollado el **Plan de Compensación Oportunity**, que maximiza las ganancias de las Consultoras y Directoras independientes, con el fin de que ellas sientan un cambio real y positivo en su día a día.

La Oportunidad Yanbal permite el desarrollo integral, personal y económico a quienes deciden hacer negocios con la empresa. Actualmente, existen alrededor 90 000 mujeres y hombres que han accedido a la Oportunidad Yanbal en todo el Ecuador.

Yanbal y las Directoras independientes ofrecen un acompañamiento paso a paso en el desarrollo del emprendimiento personal y económico de miles de personas, especialmente mujeres, en el Ecuador.

Los pilares de la Oportunidad Yanbal son:

+ Oferta de productos de calidad mundial.
+ Desarrollo integral del negocio y el conocimiento de los productos.
+ Un plan de ganancias para lograr un crecimiento integral del negocio personal.
+ Herramientas comerciales para demostrar los productos.
+ Descuentos exclusivos para sus Consultoras.

Además, Yanbal proporciona:

+ El Crédito Yanbal para adquirir sus productos.
+ Un catálogo de impacto con lo último en moda y belleza.
+ La revista EntreNos, con novedades, ofertas y *tips*.
+ El portal web para pedidos *online*.
+ Comunicación permanente a través de correo electrónico.
+ Una atractiva página web para los clientes.
+ Desarrollo integral personalizado en los modernos *Oportunity Centers*.
+ Otras herramientas comerciales como, por ejemplo, los boletines informativos.

Todas las Consultoras y Directoras independientes se comprometen a seguir los lineamientos del **Código de Ética**, que Yanbal ha desarrollado exclusivamente para este grupo, y que tiene como objetivo informar a todas las personas las normas de conducta y principios por los cuales se rige la compañía, para lograr una relación comercial armoniosa, responsable, honesta y duradera.

Una Consultora independiente puede incorporar personas a su nuevo negocio y ganar por partida doble: por un lado, las ventas a sus clientes; y, por otro, por las ventas de sus incorporadas, convirtiéndose así en Consultora Estrella Independiente.

Existen dos niveles de Consultora Estrella:

PRIMER NIVEL DE CONSULTORAS ESTRELLAS 2

GANAS*
4 %
De tus Consultoras Hijas
+
2 %
De tus Consultoras Nietas

*Vigencia desde C3 - 2014

PRIMER NIVEL DE CONSULTORAS ESTRELLAS 3

GANAS*
4 %
De tus Consultoras Hijas
+
3 %
De tus Consultoras Nietas

*Vigencia desde C3 - 2014

LA OPORTUNIDAD YANBAL

La Oportunidad se transforma en emprendimiento cuando la red crece, las ganancias se multiplican y con el tiempo pueden convertirse en Directoras independientes, las cuales lideran un grupo de Consultoras independientes, compartiendo con ellas la oportunidad de desarrollarse, guiándolas y preparándolas para que formen sus propios negocios y crezcan haciendo crecer a otras mujeres.

Las ventajas son múltiples:

+ Son dueñas de su propio negocio.
+ Crecen económica y personalmente en cada paso que dan acompañadas por su red y por Yanbal.
+ Reciben pautas de desarrollo para ellas y para sus Consultoras independientes.
+ Cuentan con el respaldo de una corporación internacional con más de cuatro décadas de liderazgo formando empresarias independientes.

La **Escalera del Éxito** muestra cómo las Yanbalistas van creciendo paso a paso, desde Consultoras independientes hasta los estatus más altos de Directoras independientes.
A mayor estatus en la escalera, mejores oportunidades de desarrollo integral y económico.

Yanbal apoya los emprendimientos de forma decidida, a través de un acompañamiento cercano y oportuno a aquellas personas que han decidido aprovechar la oportunidad que les ofrece la empresa. Durante el año 2013, se inició el programa de **Oficina Móvil**, a través del cual se atendió a las zonas en las que no existe un *Opportunity Center* (Ibarra, Riobamba, Lago Agrio, etc.). Con un cronograma determinado, se anticipó la visita de una ejecutiva de servicios conectada a la red de Yanbal para realizar todas las gestiones en línea.

De esta manera, las Directoras independientes no tienen la necesidad de viajar a otras ciudades, trasladando documentos y/o productos.

NIVEL DE SATISFACCIÓN

En los años 2012 y 2013, se realizó un estudio de satisfacción para Consultoras independientes, enfocado en: crédito, servicio, entregas, canjes y cobranzas, utilidad de los medios de comunicación para sus actividades como Consultora. Dicho estudio, desglosado por campañas, dio como resultado un promedio de satisfacción por sobre el 80 %.

SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO ENTREGADO

MEJORAS EN EL SERVICIO

En este período de tiempo se ha trabajado en cambios importantes que buscan beneficiar a la Fuerza de Compras, en relación a:

+ Ganancia de Consultora.
+ Ganancia de Directora.
+ Crédito.

Ofrecer siempre la mejor oportunidad de venta directa en el largo plazo es el reto de Yanbal. Motivar una Fuerza de Compras satisfecha es una de los grandes objetivos, por lo que en los años 2012 y 2013 se invirtió en infraestructura, tanto en oficinas como en *Oportunity Centers*.

AÑO	ÁREA	ACTIVIDAD	MONTO DE INVERSIÓN (en USD)
2012	OP Guayaquil Centro	Construcción de 328 m²	95,000
	OP Quevedo	Construcción de 617 m²	357,624
2013	Servicio de Ventas NN. UU.	Renovación de 200 m² de áreas administrativas y servicios	60,000
	OP Guayaquil Norte	Construcción que finalizará en 2014, con una inversión total de US $ 529,585.75	86,184

En el año 2013, la estrategia del negocio se enfocó en mayor contacto con la Fuerza de Compras, a través de medios digitales como mensajes de texto, correo electrónico y página web, asegurando la calidad del servicio y facilitando los procesos de:

+ Pedido.
+ Incorporación.
+ Obtención de crédito en 48 horas.
+ Resolución de consultas.
+ Equilibrio del peso de las semanas de facturación.
+ Alianza de la líder con el ejecutivo de servicios.
+ Capacitación a sus grupos en temas requeridos.

Adicionalmente, se practicó la **Casa Abierta**, con demostraciones en los *Oportunity Centers*, apoyado por Yanbal, mediante del diseño del evento, decoración y agenda, en coordinación con Ventas Campo.

También, se mejoró la **revista EntreNos**, con contenido de interés y apoyo para las empresarias, incluyendo temas de negocio como: manejo de objeciones, cobranzas, ventas, etc.

En el ámbito tecnológico, se implementó:

+ El **Sistema de autoasignación automática de turnos** en oficinas con altos niveles transaccionales, para medir tiempos de espera y detectar oportunidades de mejora.

+ El contacto vía ***Skype*** entre las Directoras de zonas distantes y su ejecutivo de servicios en horarios preestablecidos, con el fin de solventar dudas o temas pendientes. Se realizó un piloto con zonas de la Amazonía, con muy buenos resultados.

+ Una **aplicación móvil para dispositivos Android e IOS (*smarthphones y tablets*)**, enfocada en aspectos de:
  + **COMUNICACIÓN**: *Blog, Facebook y Twitter*.
  + **BENEFICIO**: Catálogo virtual.
  + **UTILIDAD**: YanbalWap, Oportunity más cercano.

SISTEMA DE CRÉDITO

En el año 2013, se trabajó en el servicio de crédito y cobranza para la Fuerza de Compras. Con la finalidad de facilitar incorporaciones y primeros pedidos, Yanbal amplió el plazo de crédito para las diferentes semanas de campaña: S1 a 28 días; S2 y S3 a 21 días; S4 a 14 días. De esta forma, se mejoró la venta, tanto para la empresa como para las Directoras.

En caso de vencer el período de crédito, la Consultora o Directora tiene entre cuatro y siete días adicionales para cancelar su pedido, sin incluir intereses de mora. Después del período de gracia, se cargan intereses de mora en forma retroactiva desde el primer día de vencimiento. A partir del día 16 de mora, se suspende el crédito; en cuyo caso, deberá obligatoriamente pasar un pedido en efectivo, para restituirle inmediatamente el crédito en el mismo nivel que tenía antes de la suspensión.

COBRANZA INTERNA CON LLAMADAS DEL *CALL CENTER*

El **Sistema de Cobro** ha facilitado el seguimiento a las Directoras, a través de canales de cobro externos que se ejecutan vía telefónica y a domicilio, con lo que ha disminuido el índice de morosidad.

CARGO DE INTERESES: Desde el primer día de mora, si no paga luego del período de gracia (entre cuatro y siete días después del vencimiento).

Realizar el análisis y establecer zonas de exclusión para el otorgamiento de crédito (zona inaccesible, zona peligrosa).

Personal de Crédito y Cobranzas: 17 personas (tres adicionales para 2013).

ENTRENAMIENTO

En los años 2012 y 2013, Yanbal capacitó a su Fuerza de Compras, pensado en sus intereses y condiciones de manera segmentada. Es decir, en rangos que permitan ver sus habilidades e intereses, con la finalidad de mejorar su gestión en el negocio y favorecer un continuo crecimiento.

MEMORIA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA Y SOSTENIBILIDAD

Yanbal Ecuador S. A. / 2012-2013

alianzas ESTRATÉGICAS

OLIMPIADAS ESPECIALES

El proyecto Olimpiadas Especiales es una alianza estratégica que Yanbal mantiene desde hace 14 años, con el objetivo de brindar mejores condiciones para la educación y nuevas oportunidades de superación a los niños y jóvenes con capacidades especiales del Ecuador.

El *marketing* con causa social genera movilización entre los consumidores. En Latinoamérica, el consumidor elige una marca según su preferencia de adónde van dirigidos los fondos recaudados. Sin embargo, se necesita el respaldo de una institución cuya reputación garantice que los recursos serán utilizados conforme se comunica.

El principal proyecto de esta alianza se denomina **Construyendo un Futuro Mejor** y consiste en la construcción de escuelas fiscales para niños de escasos recursos con algún tipo de capacidad especial.

Hasta el momento, se han inaugurado 14 escuelas en Quito: Guayaquil, Machala, Cuenca, Esmeraldas, Machachi, Cayambe, Chone, Manta, Cariamanga, Shushufindi, Zamora, Isla Santa Cruz y Santa Rosa.

Yanbal Ecuador S. A. destinó en el 2012 y 2013 al menos US $ 0,03 centavos de dólar por cada unidad de producto de maquillaje vendido a este proyecto.

14

Escuelas inauguradas

La siguiente tabla demuestra los montos de inversión en el período reportado:

ESCUELA	NÚMERO DE ESTUDIANTES	CIUDAD	COSTO DE CONSTRUCCIÓN (en USD)
Escuela Santa Rosa	120 niños	Santa Rosa	140,000 de un valor total de 200,000
Escuela Puerto Ayora	70 niños	Puerto Ayora	121,310 de un valor total de 386,000

PROYECTO DE CAPACITACIÓN PARA MUJERES

Con el apoyo de la Corporación Ecuatoriana de Cooperación e Inclusión de las Mujeres (CECIM), Yanbal realizó en el año 2012, tres iniciativas con aproximadamente 60 mujeres beneficiadas, con el objetivo de brindarles capacitación y fortalecimiento de habilidades en temas relacionados con la belleza, especialmente maquillaje.

Las mujeres fueron escogidas en zonas urbano-marginales, en las ciudades de Quito y Guayaquil. Las Directoras Yanbalistas capacitaron por seis horas semanales al grupo, en un período de dos meses, impartiendo conocimientos de cosmética y el uso del producto Yanbal. Además, se abrió la posibilidad de que ellas puedan ingresar a formar parte de la familia Yanbal, como Consultoras con habilidades más desarrolladas que otras Consultoras que se inscribirían con la empresa.

Los objetivos principales de este programa fueron:

- Mejora de Ingresos económicos.
- Formación de redes de emprendimientos.
- Transformación personal (cambio de imagen de las cursantes).
- Independencia económica versus independencia emocional.
- Número de horas extracurriculares (formación en derechos; género y prevención de la violencia intrafamiliar).
- Generación de liderazgos internos.
- Incremento de consultas y asistencia legal en CECIM.

TRABAJO CON LA ASOCIACIÓN ECUATORIANA DE VENTA DIRECTA (AEVD)

La Asociación Ecuatoriana de Venta Directa, junto con Yanbal y otras empresas del sector, asumen las responsabilidades de un **Código de Ética**, como una herramienta de regulación gremial. Dicho código contiene normas de conducta ética, que enmarcan el comportamiento empresarial para las empresas de venta directa que conforman la asociación y para aquellas que en lo posterior soliciten su incorporación.

En dicha normativa, se trabajan los siguientes propósitos:

- Adopción de normas generales que reglamentan las relaciones entre las compañías de venta directa, y entre las compañías de venta directa y sus distribuidores independientes.
- La satisfacción y protección de los consumidores finales.
- Apoyo, promoción y difusión de la oportunidad de generación de la microempresa ética, por medio de la venta directa.

La AEVD reconoce que las compañías involucradas en la venta directa, asumen cierta responsabilidad hacia los clientes, que surgen del método de contacto personal de distribución de sus productos y servicios. En este marco, el documento expone las prácticas y principios básicos, éticos y justos a los cuales las compañías deben adherirse en la conducción de sus negocios.

A través de la gestión de la AEVD y Procosméticos, Yanbal apoya al programa de mejora a la autoestima de pacientes de cáncer en hospitales. “Verse bien, sentirse mejor”. Este programa se apoya en especialistas en el tratamiento oncológico y especialistas en cosmética para apoyar a pacientes de cáncer en el duro proceso de mantener su autoestima motivada mientras dura su tratamiento médico.

CONVENIO CON EL MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD

En el año 2014, Yanbal, junto a otras empresas agrupadas por Procosméticos, llevaron a cabo la firma de un convenio de cooperación, con estos fines:

- Incentivar la producción nacional, con miras a la sustitución de importaciones.
- Incrementar las exportaciones.
- Desarrollar talleres conjuntos para la potenciación de habilidades e inversión nacional.
- Promover la compras a proveedores ecuatorianos, especialmente el 100 % de alcohol.
- Fortalecimiento de la cadena productiva del sector cosmético, en función de la nueva matriz productiva.

COMPROMISO CON EL PACTO GLOBAL DE LAS NACIONES UNIDAS

En el año 2012, Yanbal firmó la carta de compromiso para trabajar por el cumplimiento de los 10 Principios del Pacto Global, la iniciativa voluntaria de responsabilidad corporativa con mayor relevancia a nivel mundial.

Yanbal apoya el mencionado decálogo que abarca Derechos Humanos, Derechos Laborales, protección del medioambiente y lucha contra la corrupción. Además, ha renovado su compromiso de hacer de ellos parte de la estrategia del negocio, la cultura y las acciones cotidianas de la compañía. En la misma línea, planifica involucrarse en proyectos cooperativos que contribuyan a los objetivos más amplios de las Naciones Unidas, en particular los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

A través de esta iniciativa, la meta es desarrollar el Informe o Comunicación de Progreso, y así reflejar el avance de la gestión de Yanbal en apoyo a las buenas prácticas.

RECONOCIMIENTO: INICIATIVA GLOBAL DE CÓDIGOS DE ÉTICA

A través de la Asociación Ecuatoriana de Venta Directa, Yanbal recibió un reconocimiento por poner en práctica conductas éticas con la Fuerza de Compras o Yanbalistas.

La industria de la venta directa se ha ubicado a la vanguardia de la comunidad empresarial mundial en la exploración de la globalización, de sus oportunidades de negocio y de la puesta en marcha de un sistema de autorregulación para apoyar la conducta ética en los negocios.

No obstante, la existencia de códigos de ética no garantiza automáticamente resultados. Se requiere que estos sean comunicados, promovidos e implementados; por lo tanto, la publicidad y la promoción efectiva del Código de las Asociaciones de Venta Directa (AVD) y sus empresas miembros son esenciales para las siguientes razones:

- Aumentar el conocimiento por el público en general sobre las ventajas de tratar con los miembros de la AVD en la compra de productos, a través de un canal de venta directa.
- Comunicar las buenas prácticas de los miembros de la ADV a los medios de comunicación y las organizaciones de consumidores.
- Distinguir los miembros de la ADV de los comerciantes deshonestos e incentivar la mejora de sus prácticas así como la reputación de la industria de la venta directa.
- Mejorar la reputación de la venta directa y los beneficios de la autorregulación en los ojos de los gobiernos y los reguladores.

Para alentar a las empresas para promover no solo el Código e ir más allá de sus necesidades, el CEO de la "*Fundación Mundial de Asociaciones de Venta Directa*", aprobó la iniciativa global para reconocer a las AVD y sus empresas miembros que implementarán las formas de promover el Código de ética de manera eficaz.

GLOSARIO

Consultores y consultoras independientes: Empresarias independientes que conforman la Fuerza de Compras de Yanbal.

Directores y directoras independientes: Empresarias independientes que han ascendido en la escalera y que han accedido a mayores oportunidades de desarrollo personal y económico.

Distribuidores o repartidores: Empresarios independientes que transportan los productos Yanbal desde los diversos centros de distribución del país hacia los hogares y o dirección registrada por la Yanbalista.

EP: Enfermedad profesional.

FC: Fuerza de compras, conformada por las Consultoras y Directoras independientes.

GEI: Gases de Efecto Invernadero.

LER: Lesiones por Esfuerzos Repetitivos.

PVO: Plan de Ventas y Operaciones de Empresa.

PPH: Promedio de Personas por Hogar.

REC: Reunión de Estrategias Comerciales.

Repartidores: Empresarios independientes que transportan los productos desde los centros de distribución del país hacia los hogares de las Yanbalistas.

SIG: Sistema Integral de Gestión.

SOP: *Sales Order Planning* – Plan de demanda.

SSMA: Seguridad, Salud y Medioambiente.

Transportistas: Empresarios independientes que transportan los productos Yanbal desde el Centro de Distribución en Aloag hacia los diversos centros de distribución del país.

UN: Unidad de Negocio.

INFORME INDEPENDIENTE DE VERIFICACIÓN LIMITADA SOBRE EL INFORME DE SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

A los miembros del Directorio y Accionistas

Yanbal Ecuador S.A.

Quito, 17 de octubre del 2014

Hemos sido contratados para efectuar un trabajo de verificación limitada sobre los contenidos de información e indicadores presentados en el Informe de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa por el período bianual terminado el 31 de diciembre del 2013 de Yanbal Ecuador S.A. (En adelante "la Compañía").

Responsabilidad de la Administración

La Administración de Yanbal Ecuador S.A. es responsable por la preparación del Informe de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa por el período bianual terminado el 31 de diciembre del 2013 de acuerdo con las directrices de contenidos e indicadores de la guía G4 del Global Reporting Initiative (GRI). Esta responsabilidad incluye: el diseño, la implementación y el mantenimiento de controles internos relevantes necesarios para permitir la preparación y presentación del indicado Informe que esté libre de distorsiones significativas, debido a fraude o error.

PricewaterhouseCoopers del Ecuador Cía. Ltda. Av. Diego de Almagro N32-48 y Whymper, edificio IBM, planta baja. Quito - Ecuador.
T: (593-2)3829 330 , F: (593-2) 2567 010, www.pwc.com/ec

Responsabilidad del Auditor

Nuestra responsabilidad es expresar una conclusión sobre si la información incluida en el Informe de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa por el período bianual terminado el 31 de diciembre del 2013 ha sido preparada de acuerdo con las directrices de contenidos e indicadores de la guía G4 del Global Reporting Initiative (GRI), basados en nuestro trabajo y el alcance que describimos en los párrafos siguientes.

Debe tenerse en cuenta que el presente informe de verificación no tiene la intención de evaluar, ni evalúa, el desempeño de Yanbal Ecuador S.A. en relación con el desarrollo sustentable.

Nuestro trabajo fue efectuado de acuerdo con la Norma Internacional para trabajos de Verificación 3000 de aseguramiento limitado, emitida por la Federación Internacional de Contadores (IFAC por sus siglas en inglés). Dicha norma requiere que cumplamos con requisitos éticos, incluyendo requisitos de independencia y que planifiquemos y efectuemos nuestro trabajo de verificación para obtener seguridad limitada acerca de que no han surgido asuntos que hagan pensar que la información presentada en el Informe de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa, tomado en su conjunto, no se encuentre libre de distorsiones relevantes.

En un trabajo de revisión limitada la evidencia obtenida de los procedimientos efectuados es más limitada que en un trabajo de verificación razonable, por lo tanto, menos seguridad es obtenida en estos trabajos que en los de verificación para obtener una certeza razonable. Si hubiéramos realizado un trabajo de revisión razonable, que tiene por objeto emitir una opinión, podríamos haber identificado otros asuntos o eventuales distorsiones que pudieran afectar el Informe de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa,

en consecuencia, no expresamos una opinión sobre la mencionada información.

Los procedimientos de verificación seleccionados dependen del juicio del auditor incluyendo la evaluación del riesgo de incumplimientos materiales con los criterios de preparación del Informe. Dentro del alcance de nuestro trabajo, hemos realizado, entre otros, los siguientes procedimientos: i) entrevistas con el personal de Yanbal Ecuador S.A.; ii) procedimientos y pruebas con base a muestras de las fuentes de obtención de datos e indicadores; y, iii) lectura y observación de los procesos y procedimientos utilizados para la compilación de la información.

En este marco realizamos nuestra verificación en las oficinas principales de Yanbal Ecuador S.A., a través de las siguientes actividades:

- Entrevistas con el personal de Yanbal Ecuador S.A. responsable de la generación y recopilación de la información e indicadores objeto de nuestra revisión;
- revisión de los procedimientos y documentación relevante utilizada para recopilar y consolidar la información;
- revisión de la consistencia de la información presentada en el Informe de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa;
- revisión de las fórmulas, exactitud aritmética y representación gráfica de la información;
- revisión que la información financiera incluida en el Informe de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa es coherente con los estados financieros auditados al 31 de diciembre de 2013;

Yanbal Ecuador S.A.
Quito, 17 de octubre del 2014

- revisión de la presencia o ausencia en el Informe de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa de la información e indicadores de acuerdo a los criterios definidos en la versión G4 de la Guía para la Elaboración de Reportes de Sustentabilidad de la Global Reporting Initiative (GRI), seleccionados como los más relevantes (materiales), presentados en el Informe.

Conclusión

Con base en los resultados de la aplicación de los procedimientos de verificación limitada anteriormente descritos, nada ha llamado nuestra atención que nos haga pensar que el Informe de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa por el período bianual terminado el 31 de diciembre del 2013, no ha sido preparado de acuerdo con las directrices de contenidos e indicadores de la guía G4 del Global Reporting Initiative.

PricewaterhouseCoopers
No. de Registro en la Superintendencia
de Compañías: 011

Carlos R. Cruz
Representante Legal
No. de Licencia Profesional 25984

No.	Indicadores GRI	Aclaración	Página	Verificación externa*
***Referirse a las páginas 94-95**				
CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES				
Estrategia y análisis				
G4-1	Inclúyase una declaración del responsable principal de las decisiones de la organización (la persona que ocupa el cargo de director ejecutivo, presidente o similar) sobre la importancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de esta con miras a abordarla.		7	✔
G4-2	Perfil de la organización.		8	✔
Perfil de la organización				
G4-3	Nombre de la organización.		9	✔
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes.		13	✔
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede central de la organización.		9	✔
G4-6	Indique en cuántos países opera la organización y nombre los países donde la organización lleva a cabo operaciones significativas o que tienen una relevancia específica para los asuntos.		12	✔
G4-7	Describa la naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.		9	✔
G4-8	Indique de qué mercados se sirve (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios).		13, 14, 66	✔
G4-9	Determine el tamaño de la organización, indicando: + número de empleados; + número de operaciones; + ventas netas (para las organizaciones del sector privado) o ingresos netos (para las organizaciones del sector público); + capitalización, desglosada en términos de deuda y patrimonio (para las organizaciones del sector privado); y + cantidad de productos o servicios que se ofrecen.		12, 13, 15, 28	✔
G4-10	a. Número de empleados por contrato laboral y sexo. b. Número de empleados fijos por tipo de contrato y sexo. c. Tamaño de la plantilla por empleados, trabajadores externos y sexo. d. Tamaño de la plantilla por región y sexo. e. Indique si una parte sustancial del trabajo de la organización lo desempeñan trabajadores por cuenta propia reconocidos jurídicamente, o bien personas que no son empleados ni trabajadores externos, tales como los empleados y los trabajadores subcontratados de los contratistas. f. Comunique todo cambio significativo en el número de trabajadores (por ejemplo, las contrataciones estacionales en la temporada turística o en el sector agrícola).		28, 29, 30	✔
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	Yanbal Ecuador a pesar de no prohibir la libre asociación no posee sindicatos.	96	✔
G4-12	Describa la cadena de suministro de la organización.	Ver primera memoria de sostenibilidad de Yanbal Ecuador S.A. en http://info01.yanbal.com/ecuador/informe/informe-ec-2013.pdf		✔

No.	Indicadores GRI	Aclaración	Página	Verificación externa
G4-13	Comunique todo cambio significativo que haya tenido lugar, durante el período objeto de análisis, en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización.	No ha habido cambios significativos en el período que data esta memoria.	---	✔
G4-14	Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución.	No hay información disponible.	---	✔
G4-15	Elabore una lista de las cartas, los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.		92	✔
G4-16	Elabore una lista con las asociaciones (por ejemplo, las asociaciones industriales) y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece.		21	✔
Aspectos materiales y cobertura				
G4-17	a. Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes. b. Señale si alguna de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes no figuran en la memoria.		9	✔
G4-18	a. Describa el proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto. b. Explique cómo ha aplicado la organización los principios de elaboración de memorias para determinar el contenido de la memoria.		9	✔
G4-19	Elabore una lista de los aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.		24, 25	✔
G4-20	Indique la cobertura de cada aspecto material dentro de la organización.	Se reportan los aspectos materiales de Yanbal Ecuador, a nivel interno y externo.	24	✔
G4-21	Indique el límite de cada aspecto material fuera de la organización.	Se reportan los aspectos materiales de Yanbal Ecuador, a nivel interno y externo.	25	✔
G4-22	Describa las consecuencias de las reexpresiones de la información de memorias anteriores y sus causas.		20	✔
G4-23	Señale todo cambio significativo en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores.	No ha habido ningún cambio significativo.	---	✔
Participación de los grupos de interés				
G4-24	Elabore una lista de los grupos de interés vinculados a la organización.		22, 23	✔
G4-25	Indique en qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja.		22, 23, 24, 25	✔
G4-26	Describa el enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés; por ejemplo, la frecuencia con que se colabora con los distintos tipos y grupos de partes interesadas, o señale si la participación de un grupo se realizó específicamente en el proceso de elaboración de la memoria.		22, 23, 24, 25	✔
G4-27	Señale qué cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y describa la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su memoria. Especifique qué grupos de interés plantearon cada uno de los temas y problemas clave.		22, 23, 24, 25	✔

No.	Indicadores GRI	Aclaración	Página	Verificación externa
Perfil de la memoria				
G4-28	Período objeto de la memoria (por ejemplo, año fiscal o año calendario).		9	✔
G4-29	Fecha de la última memoria (si procede).		9	✔
G4-30	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).		9	✔
G4-31	Facilite un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir sobre el contenido de la memoria.		9	✔
G4-32	a. Indique qué opción «de conformidad» con la Guía ha elegido la organización. b. Facilite el Índice de GRI de la opción elegida (véanse los cuadros a continuación). c. Facilite la referencia al Informe de Verificación Externa, si lo hubiere. GRI recomienda la verificación externa, aunque no es obligatoria para que la memoria sea «de conformidad» con la Guía.		9	✔
Verificación				
G4-33	a. Facilite un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir sobre el contenido de la memoria. b. Describa la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria. c. Si no se mencionan en el Informe de Verificación adjunto a la memoria de sostenibilidad, indique el alcance y el fundamento de la verificación externa. d. Describa la relación entre la organización y los proveedores de la verificación. e. Señale si el órgano superior de gobierno o la alta dirección han sido partícipes de la solicitud de verificación externa para la memoria de sostenibilidad de la organización.	Carta de PWC.	94, 95	✔
Gobierno				
G4-34	Describa la estructura de gobierno de la organización, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno. Indique qué comités son responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales.		17	✔
G4-35	Describa el proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno delega su autoridad en la alta dirección y en determinados empleados para cuestiones de índole económica, ambiental y social.		17	✔
G4-36	Indique si existen en la organización cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales, y si sus titulares rinden cuentas directamente ante el órgano superior de gobierno.		17	✔
G4-37	Describa los procesos de consulta entre los grupos de interés y el órgano superior de gobierno con respecto a cuestiones económicas, ambientales y sociales. Si se delega dicha consulta, señale a quién y describa los procesos de intercambio de información con el órgano superior de gobierno.		22, 24	✔
G4-38	Describa la composición del órgano superior de gobierno y de sus comités		17	✔

No.	Indicadores GRI	Aclaración	Página	Verificación externa
G4-39	Indique si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo. De ser así, describa sus funciones ejecutivas y las razones de esta disposición.	El presidente de la organización no ocupa un cargo ejecutivo.	---	✔
G4-40	Describa los procesos de nombramiento y selección del órgano superior de gobierno y sus comités, así como los criterios en los que se basa el nombramiento y la selección de los miembros del primero.	No hay información disponible.	---	✔
G4-41	Describa los procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de intereses. Indique si los conflictos de intereses se comunican a las partes interesadas.		20	✔
G4-42	Describa las funciones del órgano superior de gobierno y de la alta dirección en el desarrollo, la aprobación y la actualización del propósito, los valores o las declaraciones de misión, las estrategias, las políticas y los objetivos relativos a los impactos económico, ambiental y social de la organización.		20	✔
G4-43	Señale qué medidas se han tomado para desarrollar y mejorar el conocimiento colectivo del órgano superior de gobierno con relación a los asuntos económicos, ambientales y sociales.		20	✔
G4-44	a. Describa los procesos de evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con el gobierno de los asuntos económicos, ambientales y sociales. Indique si la evaluación es independiente y con qué frecuencia se lleva a cabo. Indique si se trata de una autoevaluación. b. Describa las medidas adoptadas como consecuencia de la evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con la dirección de los asuntos económicos, ambientales y sociales; entre otros aspectos, indique como mínimo si ha habido cambios en los miembros o en las prácticas organizativas.		20	✔
G4-45	a. Describa la función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social. Señale también cuál es el papel del órgano superior de gobierno en la aplicación de los procesos de diligencia debida. b. Indique si se efectúan consultas a los grupos de interés para utilizar en el trabajo del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.		19	✔
G4-46	Describa la función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo de la organización en lo referente a los asuntos económicos, ambientales y sociales.		19	✔
G4-47	Indique con qué frecuencia analiza el órgano superior de gobierno los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.		19	✔
G4-48	Indique cuál es el comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización y se asegura de que todos los aspectos materiales queden reflejados.		19	✔
G4-50	Señale la naturaleza y el número de preocupaciones importantes que se transmitieron al órgano superior de gobierno; describa asimismo los mecanismos que se emplearon para abordarlas y evaluarlas.		20	✔

No.	Indicadores GRI	Aclaración	Página	Verificación externa
Perfil de la memoria				
G4-51	a. Describa las políticas retributivas para el órgano superior de gobierno y la alta dirección. b. Relacione los criterios relativos al desempeño que afectan a la política retributiva con los objetivos económicos, ambientales y sociales del órgano superior de gobierno y la alta dirección.	Información confidencial.	---	✔
G4-52	a. Describa los procesos para determinar la remuneración. Indique si se recurre a consultores para determinar la remuneración y si estos son independientes de la dirección. Señale cualquier otro tipo de relación que dichos consultores en materia de retribución puedan tener con la organización.		30	✔
G4-53	a. Explique cómo se solicita y se tiene en cuenta la opinión de los grupos de interés en lo que respecta a la retribución, incluyendo, si procede, los resultados de las votaciones sobre políticas y propuestas relacionadas con esta cuestión.		24, 25	✔
G4-54	a. Calcule la relación entre la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor pagada) del país correspondiente.	Información confidencial.	---	✔
G4-55	a. Calcule la relación entre el incremento porcentual de la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con el incremento porcentual de la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor pagada) del país correspondiente.	Información confidencial.	---	✔
G4-56	Describa los valores, los principios, los estándares y las normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.		20	✔
G4-57	Describa los mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y para los asuntos relacionados con la integridad de la organización, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento.		20	✔
G4-58	Describa los mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización, tales como la notificación escalonada a los mandos directivos, los mecanismos de denuncia de irregularidades o las líneas telefónicas de ayuda.		20	✔
CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS				
Economía				
G4-DMA	a. Indique por qué el aspecto es material. Señale qué impactos hacen que este aspecto sea material. b. Describa cómo gestiona la organización el aspecto material o sus efectos. c. Facilite la evaluación del enfoque de gestión, entre otros: + los mecanismos para evaluar la eficacia del enfoque de gestión; + los resultados de la evaluación del enfoque de gestión; y + cualquier modificación relacionada del enfoque de gestión.			✔

No.	Indicadores GRI	Aclaración	Página	Verificación externa
Desempeño económico				
G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido.		15	✔
G4-EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	No hay información disponible.	---	✔
G4-EC3	Límite de las obligaciones de la organización debidas a programas de prestaciones sociales.		15	✔
G4-EC4	Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno.	No ha habido ayudas económicas por parte del gobierno.	---	✔
Presencia en el mercado				
G4-EC5	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	No hay información disponible.	---	✔
G4-EC6	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.		28	✔
Consecuencias económicas indirectas				
G4-EC7	Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios.		80, 81	✔
G4-EC8	Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos.		15, 16	✔
Prácticas de adquisición				
G4-EC9	Porcentaje del gasto en lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.		68, 69	✔
MEDIOAMBIENTE				
	a. Indique por qué el aspecto es material. Señale qué impactos hacen que este aspecto sea material. b. Describa cómo gestiona la organización el aspecto material o sus efectos. c. Facilite la evaluación del enfoque de gestión, entre otros: + los mecanismos para evaluar la eficacia del enfoque de gestión; + los resultados de la evaluación del enfoque de gestión; y + cualquier modificación relacionada del enfoque de gestión.		42 - 51	✔
Materiales				
G4-EN1	Materiales por peso o volumen.		44	✔
G4-EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados.		44	✔
Energía				
G4-EN3	Consumo energético interno.		45	✔
G4-EN4	Consumo energético externo.	No hay información disponible.	---	✔

No.	Indicadores GRI	Aclaración	Página	Verificación externa
G4-EN5	Intensidad energética.		46	✔
G4-EN6	Reducción del consumo energético.		47	✔
G4-EN7	Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios.	No hay información disponible.	---	✔
Agua				
G4-EN8	Captación total de agua según la fuente.		48	✔
G4-EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	No hay información disponible.	---	✔
G4-EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.		49	✔
Biodiversidad				
G4-EN11	Instalaciones operativas propias, arrendadas, gestionadas que sean adyacentes, contengan o estén ubicadas en áreas protegidas y áreas no protegidas de gran valor para la biodiversidad.	Yanbal Ecuador no tiene operaciones en zonas biodiversas.	49	✔
G4-EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alto valor en términos de diversidad biológica no protegidas que se derivan de las actividades, los productos y los servicios.	Yanbal Ecuador no tiene operaciones en zonas biodiversas.	49	✔
G4-EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	Yanbal Ecuador no tiene operaciones en zonas biodiversas.	49	✔
G4-EN14	Número de especies incluidas en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentran en áreas afectadas por las operaciones, según el nivel de peligro de extinción de la especie.	Yanbal Ecuador no tiene operaciones en zonas biodiversas.	49	✔
Emisiones				
G4-EN15	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1).		50	✔
G4-EN16	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2).		50	✔
G4-EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3).		50	✔
G4-EN18	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero.		50	✔
G4-EN19	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.		51	✔
G4-EN20	Emisiones de sustancias que agotan el ozono.		51	✔
G4-EN21	NOX, SOX, y otras emisiones atmosféricas significativas.		52	✔

No.	Indicadores GRI	Aclaración	Página	Verificación externa
Efluentes y residuos				
G4-EN22	Vertimiento total de aguas, según su naturaleza y destino.		53	✔
G4-EN23	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.		54	✔
G4-EN24	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	No ha habido derrames significativos en el período que data esta memoria.	---	✔
G4-EN25	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos en virtud de los anexos I, II, III Y VIII del Convenio de Basilea 2 y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.		54	✔
G4-EN26	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de los masas de agua y los hábitats relacionados afectados significativamente por vertidos y escorrentía procedentes de la organización.	Yanbal Ecuador no tiene operaciones en zonas biodiversas.	49	✔
Productos y servicios				
G4-EN27	Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.		60	✔
G4-EN28	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que se recuperan al final de su vida útil, desglosado por categoría.	No hay información disponible.	---	✔
Cumplimiento regulatorio				
G4-EN29	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.	No ha habido multas en el período que data esta memoria.	---	✔
Transporte				
G4-EN30	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.		51	✔
General				
G4-EN31	Desglose de los gastos e inversiones para la protección del medioambiente.		54	✔
Evaluación ambiental de los proveedores				
G4-EN32	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales.		68	✔
G4-EN33	Impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro, y medidas al respecto.		55, 60	✔
Mecanismos de reclamación ambiental				
G4-EN34	Número de reclamaciones ambientales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	No ha habido reclamaciones en el período que data esta memoria.	---	✔

No.	Indicadores GRI	Aclaración	Página	Verificación externa
DESEMPEÑO SOCIAL				
G4-DMA	a. Indique por qué el aspecto es material. Señale qué impactos hacen que este aspecto sea material. b. Describa cómo gestiona la organización el aspecto material o sus efectos. c. Facilite la evaluación del enfoque de gestión, entre otros: + los mecanismos para evaluar la eficacia del enfoque de gestión; + los resultados de la evaluación del enfoque de gestión; y + cualquier modificación relacionada del enfoque de gestión.		28 - 41	✔
Empleo				
G4-LA1	Número total y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región.		28, 29, 30, 31	✔
G4-LA2	Prestaciones sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.		32, 33	✔
G4-LA3	Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.	Yanbal Ecuador no tiene operaciones en zonas biodiversas.	31	✔
Relaciones entre los trabajadores y la dirección				
G4-LA4	Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en los convenios colectivos.	No existe un procedimiento aún. Yanbal fomenta la libertad de diálogo; sin embargo no cuenta con un convenio colectivo.		✔
Salud y seguridad en el trabajo				
G4-LA5	Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.		40	✔
G4-LA6	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.		38	✔
G4-LA7	Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad.		39	✔
G4-LA8	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	Yanbal fomenta la libertad de diálogo; sin embargo, no cuenta con un convenio colectivo.		✔
Capacitación y educación				
G4-LA9	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral.		33, 34	✔
G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.		34	✔
G4-LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional.		33	✔
Diversidad e igualdad de oportunidades				
G4-LA12	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.		28	✔

No.	Indicadores GRI	Aclaración	Página	Verificación externa
Igualdad de retribución entre mujeres y hombres				
G4-LA13	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.		30	✔
Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores				
G4-LA14	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales.		68, 69	✔
G4-LA15	Impactos significativos, reales y potenciales, de las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto.		68, 69	✔
Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales				
G4-LA16	Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	Durante el período reportado, no surgieron reclamaciones significativas.		✔
Derechos humanos				
G4-DMA	a. Indique por qué el aspecto es material. Señale qué impactos hacen que este aspecto sea material. b. Describa cómo gestiona la organización el aspecto material o sus efectos. c. Facilite la evaluación del enfoque de gestión, entre otros: + los mecanismos para evaluar la eficacia del enfoque de gestión; + los resultados de la evaluación del enfoque de gestión; y + cualquier modificación relacionada del enfoque de gestión.		30, 35, 36	✔
Inversión				
G4-HR1	Número y porcentaje de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyen cláusulas de derechos humanos o que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	No se han desarrollado iniciativas exhaustivas. Yanbal está comprometida a desarrollarlo en el próximo período de reporte.		✔
G4-HR2	Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluido el porcentaje de empleados capacitados.			✔
No discriminación				
G4-HR3	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas	Durante el período de la memoria, no surgieron casos reportados.		✔
Libertad de asociación y negociación colectiva				
G4-HR4	Identificación de centros y proveedores en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos.	No se han desarrollado iniciativas exhaustivas. Yanbal está comprometida a desarrollarlas en el próximo período de reporte.		✔

No.	Indicadores GRI	Aclaración	Página	Verificación externa
Trabajo infantil				
G4-HR5	Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil.	Yanbal no presenta casos de trabajo infantil. Las leyes ecuatorianas lo prohíben. Los contratos con proveedores de Yanbal incluyen una cláusula de prohibición de trabajo infantil.		✔
Trabajo forzoso				
G4-HR6	Centros y proveedores significativos con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso.	No se han desarrollado iniciativas exhaustivas. Yanbal está comprometida a desarrollarlas en el próximo período de reporte.		✔
Medidas de seguridad				
G4-HR7	Porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas o los procedimientos de la organización en materia de derechos humanos relevantes para las operaciones.	No se han desarrollado iniciativas exhaustivas. Yanbal está comprometida a desarrollarlas en el próximo período de reporte.		✔
Derechos de la población indígena				
G4-HR8	Número de casos de violación de los derechos de los pueblos indígenas y medidas adoptadas.	No se han desarrollado iniciativas exhaustivas. Yanbal está comprometida a desarrollarlas en el próximo período de reporte.		✔
Evaluación				
G4-HR9	Número y porcentaje de centros que han sido objeto de exámenes o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.	No se han desarrollado iniciativas exhaustivas. Yanbal está comprometida a desarrollarlas en el próximo período de reporte.		✔
Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos				
G4-HR10	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos.		68, 69	✔
G4-HR11	Impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas.		68, 69	✔
Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos				
G4-HR12	Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	Durante el período de reporte, no existieron reclamaciones.		✔
SOCIEDAD				
G4-DMA	a. Indique por qué el aspecto es material. Señale qué impactos hacen que este aspecto sea material. b. Describa cómo gestiona la organización el aspecto material o sus efectos. c. Facilite la evaluación del enfoque de gestión, entre otros: + los mecanismos para evaluar la eficacia del enfoque de gestión; + los resultados de la evaluación del enfoque de gestión; y + cualquier modificación relacionada del enfoque de gestión.		74 - 92	✔

No.	Indicadores GRI	Aclaración	Página	Verificación externa
Comunidades locales				
G4-SO1	Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.		74 - 92	✔
G4-SO2	Centros de operaciones con efectos negativos significativos, posibles o reales, sobre las comunidades locales.	Yanbal no cuenta con centros de operaciones que causen efectos negativos significativos en las comunidades locales.		✔
Lucha contra la corrupción				
G4-SO3	Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados.		20, 91	✔
G4-SO4	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.		20, 91	✔
G4-SO5	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	No se presentaron casos de corrupción reportados durante el período de la memoria.		✔
Política pública				
G4-SO6	Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario.	Siguiendo los lineamientos corporativos, la empresa no realiza contribuciones relacionadas con política.		✔
Prácticas de competencia desleal				
G4-SO7	Número de procedimientos legales por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	Durante el período de reporte, no existieron procedimientos legales relacionados con prácticas monopolísticas.		✔
Cumplimiento				
G4-SO8	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa.	Durante el período de reporte, no existieron multas significativas por incumplimiento normativo.		✔
Evaluación de la repercusión social de los proveedores				
G4-SO9	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social.	Yanbal se compromete a cumplir con este indicador en el próximo período de reporte.		✔
G4-SO10	Impactos sociales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas.		70, 71	✔
Mecanismos de reclamación por impacto social				
G4-SO11	Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	No han existido reclamaciones.		✔

No.	Indicadores GRI	Aclaración	Página	Verificación externa
RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS				
G4-DMA	a. Indique por qué el aspecto es material. Señale qué impactos hacen que este aspecto sea material. b. Describa cómo gestiona la organización el aspecto material o sus efectos. c. Facilite la evaluación del enfoque de gestión, entre otros: + los mecanismos para evaluar la eficacia del enfoque de gestión; + los resultados de la evaluación del enfoque de gestión; y + cualquier modificación relacionada del enfoque de gestión.		56 - 63	✔
Salud y seguridad de los clientes				
G4-PR1	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.		67	✔
G4-PR2	Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa 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, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes.		61	✔
Etiquetado de los productos y servicios				
G4-PR3	Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos.		62	✔
G4-PR4	Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes.		62	✔
G4-PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.		58	✔
Comunicaciones de mercadotecnia				
G4-PR6	Venta de productos prohibidos o en litigio.		61	✔
G4-PR7	Número de casos de incumplimiento de las normativas y los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, entre otras la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.		63	✔
Privacidad de los clientes				
G4-PR8	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.		---	✔
Cumplimiento regulatorio				
G4-PR9	Valor monetario de las multas significativas, fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios.		61	✔

YANBAL ECUADOR S. A.

Coordinación general:
Responsabilidad Corporativa Yanbal Ecuador.

Asesoría técnica y sistematización:
NILLAM Negocios Sostenibles.

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

Impresión:
Poligráfica S. A.

Fecha de publicación:
Noviembre 2014.

Dirección: Naciones Unidas E3-39 y Amazonas,
edificio La Previsora, torre B, primer piso.
Teléfono: (593-2) 396 2200.
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.

MATERIALITY MATTERS
Global Reporting Initiative™
AT THE TIME OF PUBLICATION THE G4-17 TO G4-27 DISCLOSURES WERE CORRECTLY LOCATED IN THIS G4 CONTENT INDEX AND FINAL REPORT
2014

FSC
www.fsc.org
MIXTO
Papel procedente de fuentes responsables
FSC™ C120520

YANBAL