

A photograph of two women sitting in a bohemian-style setting. The woman in the foreground has long brown hair and is wearing a patterned dress with a floral and leaf design in red, orange, and green on a light background. She is holding a dark red leather bag. The woman behind her has blonde hair and is wearing a white lace-trimmed blouse. They are surrounded by large wicker baskets and green plants. The background features a green wall and a blue vertical element.

Veter

SOSTENIBILIDAD

□ □ □ □ □ □ □ □ □ □



REPORTE DE SOSTENIBILIDAD GRI 2019

Sector - Textiles y confección
GRI 102: Contenidos Generales

PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

□□□□□□ Nombre de la organización
Cueros Vélez S.A.S



This report is a result of the
CSRCB Program
In Colombia



SOSTENIBILIDAD

ACTIVIDAD PRINCIPAL

Fabricación de cuero y piel, con cualquier tipo de suela.

ACTIVIDAD SECUNDARIA

Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel.

OTRAS ACTIVIDADES

- Comercio al por menos de todo tipo de calzado y artículos de cuero y sucedáneos del cuero en establecimientos especializados.
- Comercio al por menos de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados.



**102-2 ACTIVIDADES,
MARCAS, PRODUCTOS
Y SERVICIOS**

Descripción de las actividades de la organización.

Empresa dedicada al diseño, producción y comercialización de artículos de moda en cuero, que nace en 1986 en la ciudad de Medellín, su fundador Juan Raúl Vélez González, inicia con la fabricación de cinturones en reata y con el paso del tiempo complementa su portafolio con bolsos, calzado y marroquinería, ofreciendo artículos 100% en cuero.



En 1991 se monta la primer Planta de Bolsos, dando paso a su fabricación y producción. En 1992 se implementa la Planta de Calzado, la Planta de Marroquinería se acondiciona en 1994 y abre su primer tienda Vélez.

Para el año 2000 se presenta una expansión comercial con la apertura de 23 tiendas Vélez y dos años más tarde nace la marca Nappa (2002). Un año después se da paso a la internacionalización de la marca en los países como Panamá y Costa Rica.



CUEROS VÉLEZ
----- 1986

En los procesos se realiza el acabado en Cuero Crust en 2007.

Nuestro primer desfile es en Colombiamoda, evento realizado anualmente en la ciudad de Medellín, oportunidad que nos permitió resaltar los productos y diseños elaborados por nuestros artesanos.



La línea EasyWear prendas de vestir masculinas tiene su nacimiento en el año 2011 y como acción de mejora para la imagen de la organización se da un cambio en el ADN de nuestras tiendas en 2012.

En 2013 la marca Tannino comienza a dar su primeros pasos en el mercado y se incursiona con los accesorios de lujo Vélez, como relojes y perfumes, dando múltiples opciones de moda y complementos.



CUEROS VÉLEZ
1986

Las prendas de vestir femeninas Easy Elegance, tienen su aparición en el año 2014, idea que nos permite incluir el género femenino, dando versatilidad y diseños únicos. En 2015 se complementa la línea de accesorios con gafas y nace la nueva línea KIDS, calzado de lujo para niños.

Los accesorios y artículos de hogar se lanzan bajo la línea Vélez Home en 2016.



Actualmente Cueros Vélez cuenta con 3 marcas comerciales, Vélez · Nappa · Tannino. En su portafolio se encuentra la línea de prendas masculinas y femeninas, Vélez Kids, Vélez Home. Proyectándose a futuro como una de las principales marcas de moda en cuero en Latinoamérica, que se reinventa constantemente y piensa en nuevas oportunidades para satisfacer a los amantes del cuero con un total look.



CUEROS VÉLEZ
1986

Los productos de las diferentes líneas son: Calzado, marroquinería, prendas superiores, línea de viaje, accesorios, calzado KIDS, prendas inferiores, cinturones y bolsos.

La globalización nos lleva a cada día estar a la vanguardia del día a día. Es por esto que en el 2016 se lanza el canal Ecommerce www.velez.com.co herramienta que facilita el acercamiento de las personas que se encuentran distantes y desean acceder a nuestras diferentes líneas y productos.

Continuando con los avances en toda la línea de negocio, en el 2016, se construye una nueva planta de cueros en el municipio de Amagá (Antioquia), la cual cuenta con tecnología de punta, capaz de producir 30.000 pieles mensuales bajo procesos eco amigbles, gracias a esto, es considerada como una de las más modernas de Latinoamérica.



CUEROS VÉLEZ
1986

SOSTENIBILIDAD

Número total de países: 7

Países donde se llevan a cabo las operaciones más significativas:

Colombia · Costa Rica · El Salvador · Guatemala · México · Panamá · Perú

En los países anteriormente mencionados se opera bajo la modalidad de franquicias.



102-4 UBICACIÓN DE LAS OPERACIONES

102-5 PROPIEDAD Y FORMA JURÍDICA

El tipo de asociación empresarial es: Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS)

nappa

Moderna · masiva
dinámica · urbana
alegre · funcional
expresiva.

tannino

Accesible · actual
natural · versátil
cotidiana · cercana
consciente · libre
creativa · feliz.

Vitey

Aspiracional · natural
incluyente · sofisticada
innovadora · auténtica
origen colombiano · lujo
artesanal · responsable

SOSTENIBILIDAD

Cueros Vélez ofrece sus productos en **7 países diferentes:** Colombia, Costa Rica, Guatemala, México, Panamá, Perú y El Salvador.



Las tiendas de Nappa y Tannino forman parte de la compañía Cueros Vélez y hacen presencia en Colombia

ONLINE:

www.tannino.co

www.velez.com.co



**102-6 MERCADOS
SERVIDOS**

Las ubicaciones geográficas en las que se ofrecen los productos y servicios:

TIPO DE CLIENTES Y BENEFICIARIOS



Vélez

Profesionales en edad productiva, familias modernas y primerizo laboral, productos atemporales con un toque de moda en cuero, un look contemporáneo y detalles artesanales.



Nappa

Juvenil, nos dirigimos a un cliente con espíritu joven y actual, productos para uso frecuente, para la cotidianidad del día a día; somos alegres y refrescantes por medio de detalles que enamoran a nuestros usuarios.



Tannino

Dirigida principalmente a un público joven (Late Z - Earlymillennials) pero busca llegarle a esas personas de espíritu joven, que más allá de una edad, buscan disfrutar la vida y ser fieles a sus sueños. Aquellos que hacen de la vida una actitud.

102-7 TAMAÑO DE LA ORGANIZACIÓN



■ 6.084



■ 3



■ 504.697.642 COP



■ 9



259.013.122.000 COP

CAPITALIZACIÓN TOTAL PASIVO



120.807.689.000 COP

CAPITALIZACIÓN TOTAL PATRIMONIO

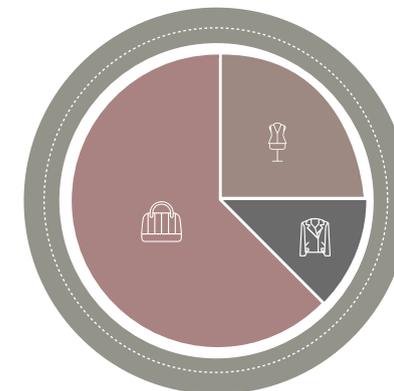
¿CÓMO DEFINIMOS LAS OPERACIONES?

Planificar ventas y operaciones

Planear sincronizar y controlar mediante planes de demanda y oferta, el flujo efectivo de materiales, información y recursos productivos de manera adecuada, oportuna y rentable.

Producir el producto

Fabricar productos con altos estándares de calidad, oportunidad, cantidad y precios adecuados.



Gestionar las ventas

Comercializar a nuestros clientes los productos de las marcas VELEZ, NAPPA Y TANNINO, a través de nuestra red de tiendas y de los canales comerciales establecidos, con la disponibilidad de inventario requerida por éstos y la disposición del personal, permitiendo no sólo su satisfacción, sino el cumplimiento de las metas establecidas de ventas y Ebitda definidas al interior de la organización.



102-8 INFORMACIÓN SOBRE EMPLEADOS Y OTROS TRABAJADORES



SEXO	PERMANENTE	TEMPORAL
Hombres	290	2.746
Mujeres	339	2.709
TOTAL	629	5.455
Nombre de la región	Permanente	Temporal
Administrativos	561	459
Operativos	27	2.082
Tiendas	41	2914
TOTAL	629	5.455

NOTA: Se presenta un gran número de claboradores para a temporada de fin de año.



ACTIVIDADES QUE SE LLEVAN A CABO POR PERSONAL QUE NO HACE PARTE DE LA ORGANIZACIÓN.

El manual de contratistas es una herramienta para garantizar que todos los contratos que Cueros Vélez S.A.S establezca con terceros ya sean personas naturales o jurídicas en sus actividades comerciales, de servicios, adecuaciones, desarrollo de estructuras etc., cumplan con los requisitos para la prevención de accidentes de trabajo y enfermedades laborales de contratistas, subcontratistas, proveedores, visitas universitarias, trabajadores en misión y la protección del medio ambiente. Debe darse a conocer a todo oferente desde el momento en que presenta la propuesta de manera que se convierta en una guía, medio de consulta y referencia. Los requisitos aquí mencionados son de obligatorio cumplimiento para que las actividades que han de ser realizadas por estos, se hagan de forma segura.

La información se recopila por medio de bases de datos internas donde se compila toda la información, la cual es apoyo para la presentación de los balances de gestión de la compañía.

GESTIONAR ABASTECIMIENTO 102- 9

Nuestra cadena de suministro, tiene incluidos diferentes elementos relacionados a las actividades marcas principales, productos y servicios de la organización.

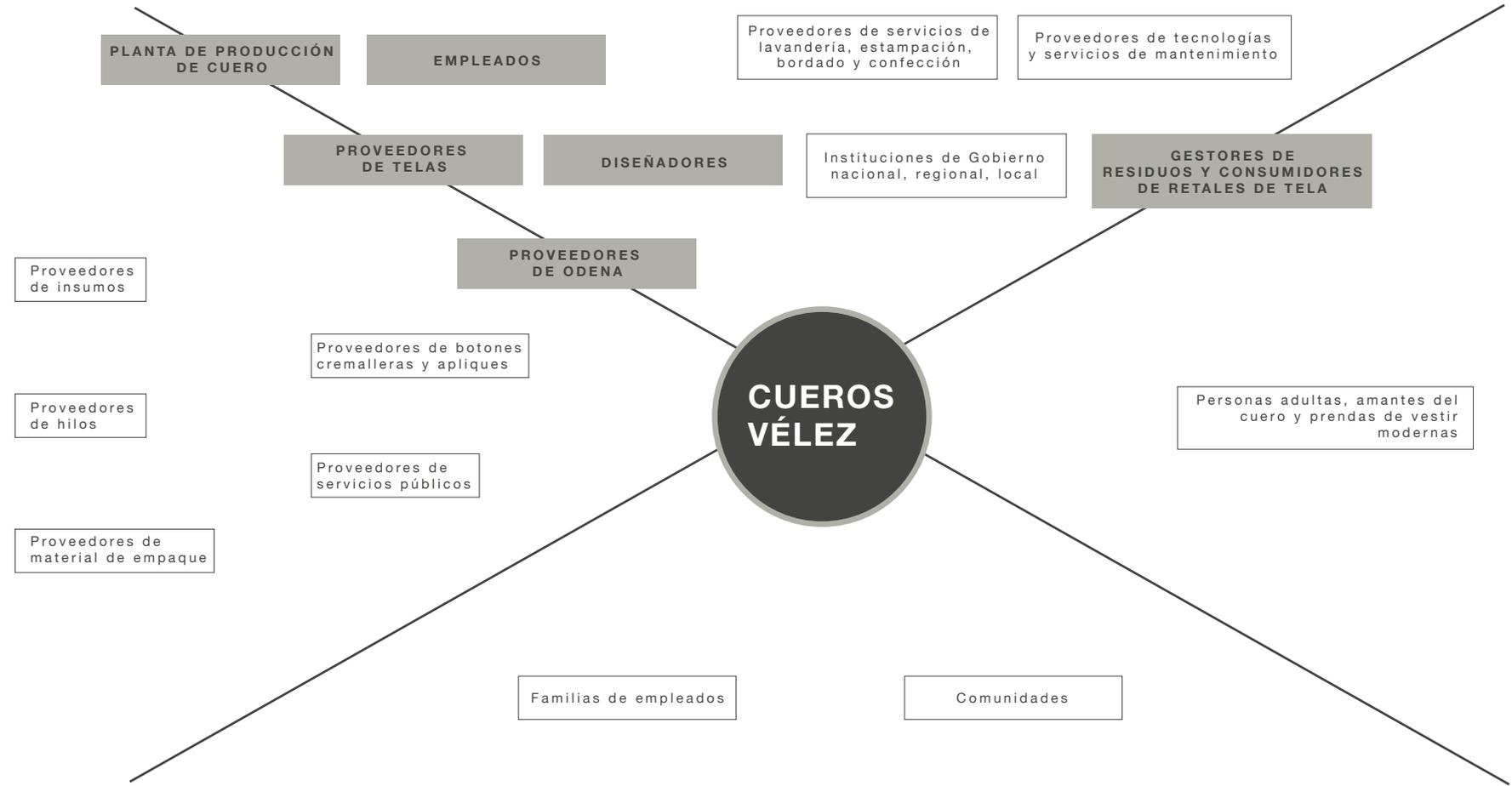
● COMPRAS COPORATIVAS	Realizar negociaciones adecuadas, alineándolas con la estrategia corporativa, para la adquisición de bienes y servicios necesarios en la operación; buscando las mejores condiciones administrativas y financieras, blindándolas ante riesgos inherentes del proceso de compras.
● COMPRAS MATERIAS PRIMAS E INSUMOS	Entregar producto terminado de fabricación externa, materia prima e insumos, de manera oportuna, con el costo, la calidad y la cantidad adecuada.
● NACIONAL E INTERNACIONAL	Entregar producto terminado de fabricación externa de manera oportuna, con el costo, la calidad y la cantidad adecuada.
● PLANTA DE CUEROS	Abastecer de manera oportuna y eficiente las necesidades de cuero a las plantas de producción para la fabricación de los productos.
● ALMACÉN DE MATERIAS PRIMAS	Entregar producto terminado de fabricación externa, materia prima e insumos, de manera oportuna, con el costo, la calidad y la cantidad adecuada.



PROFESIONAL DE INTERÉS

CADENA DE SUMINISTRO

CLIENTES



PROFESIONAL INTERESADO

SOSTENIBILIDAD



INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA

102-10 Cambios significativos en nuestra organización y en su cadena de suministro.

Antes de ser construida la Planta de Cueros, las pieles eran adquiridas en su estado wet blue a diferentes curtiembres nacionales y algunas eran importadas y en nuestra planta en Medellín se realizaba el proceso de acabado donde se le aplicaban a la piel procesos superficiales y mecánicos para lograr acabado de alta calidad. Desde el 2016 la planta opera desde el municipio de Amaga, cabe aclarar que en Cueros Vélez no son sacrificados los animales, la piel se constituye en uno de los principales subproductos obtenidos en las plantas de beneficio. De ser desechadas, se tornarían en un peligroso residuo biológico, con capacidad de contaminar sensiblemente el sustrato receptor e incluso las aguas subterráneas a causa de los lixiviados generados.

Por esto nuestro proceso productivo consiste en la transformación de la piel animal en cuero. Las pieles, luego de ser limpiadas de sus grasas, carnazas y pelos o lanas, son sometidas a la acción de diferentes agentes químicos que interactúan con las fibras colágeno para obtener un cuero estable y durable. Las operaciones y procesos para la producción del cuero se agrupan en tres etapas: etapa de ribera, etapa de curtido y etapa de acabado.

SOSTENIBILIDAD

**INDUSTRIA,
INNOVACIÓN E
INFRAESTRUCTURA**

102 - 10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro.

La planta fue construida desde su concepción en la búsqueda de procesos sostenibles y amigables con el ambiente es por esto que se buscó procesos altamente eficientes en consumo de agua, consumos de químicos, reuso de agua y aprovechamiento de subproductos generados en los diferentes procesos.

Además contamos con una planta de tratamiento de aguas residuales con procesos biológicos y físico-químicos que aseguran el cumplimiento de la normatividad ambiental vigente, con diseños y procesos innovadores, y tecnología italiana de vanguardia

SOSTENIBILIDAD



INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA

Cambios en la estructura social y otras operaciones.

En la actualidad no se han evidenciado en la estructura social, sin embargo se implementó un área nueva encargada de la calidad de vida de los empleados, desde esta se direccionan las fiestas, beneficios de los colaboradores, donaciones de vivienda, enseres y demás. Adicionalmente maneja la tienda de beneficios que es una herramienta que premia con puntos las buenas acciones de los colaboradores y estos son canjeables por beneficios como uso del parqueadero, anchetas, horarios flexibles, actividades ocio y recreación.

SOSTENIBILIDAD

Los principios o el enfoque de precaución que la empresa tiene cuenta con un plan de emergencias donde se contemplan los riesgos a los que la organización se encuentra expuesto con una matriz de riesgos y peligros; además de cómo afrontarlos en caso de un suceso. Adicional se cuenta con un plan de contingencias para derrames de sustancias de hidrocarburos y un plan de contingencia para los sistemas de control de emisiones atmosféricas, esto para afrontar sucesos en materia ambiental.

A su vez se cuenta con plan de continuidad del negocio, donde se planea el cómo darle continuidad a la actividad productiva y comercial una vez se superen las emergencias o contingencias.



102-11 ENFOQUE DE PRECAUCIÓN.

102-12 INICIATIVAS EXTERNAS

102-13 AFILIACIONES



AMBIENTAL

Pro Sur
ACICAM
CTA
UPB
ITM
Colegio Mayor



ECONÓMICO

Pro Sur
ACICAM
Fenalco
Pro Colombia



SOCIAL

Apostolado de la Aguja
Fondo de Empleados Sueños Vélez

102-14 DECLARACIÓN DE ALTOS EJECUTIVOS RESPONSABLES DE LA TOMA DE DECISIONES.

Autor: Camilo Vélez Mesa | **Cargo:** Director Jurídico - Representante Legal
Declaración A nuestras partes interesadas

Cueros Vélez cada día en sus diferentes avances y trabajos por lograr el denominado cuero vacuno, resalta en sus procesos productivos y en toda la cadena de valor de la compañía la inclusión del tema consumo sostenible. Esto a su vez acompañado de indicadores ambientales que se llevan continuamente en toda la cadena de valor del producto; además se está ejecutando 6 de los objetivos del desarrollo sostenible estipulados por las naciones unidas (se enumeran de acuerdo a la ONU):

La empresa genera más de 3.000 empleos directo, de los cuales se benefician los empleados y su círculo familiar.

La empresa cuenta con una población diversa en géneros, en su mayoría mujeres una población vulnerable en el país.

La empresa da cumplimiento a la meta “mejorar la calidad del agua reduciendo la contaminación, eliminando el vertimiento y minimizando la emisión de productos químicos y materiales peligrosos, reduciendo a la mitad el porcentaje de aguas residuales sin tratar y aumentando considerablemente el reciclado y la reutilización sin riesgos a nivel mundial”.

Actualmente se brinda trabajo decente a un promedio de 3000 personas en el país, ya que el proceso manufacturero es realizado artesanalmente y tiene convenios para que los empleados pueden adquirir vivienda o mejorar la propia.

La empresa utiliza los recursos de forma eficaz y ha adoptado tecnologías y procesos industriales limpios y ambientalmente racionales.

Se gestiona ecológicamente los productos químicos, a su vez se ha reducido la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización (economía circular).

Lo anterior está acompañado de una serie de acciones que apuntan al desarrollo ambiental de la compañía, a continuación se relacionan algunas de ellas:

- En el proceso productivo para la transformación del cuero se utiliza 35% menos agua que en un proceso convencional, debido a la recirculación de agua en los procesos y a diferentes avances tecnológicos; bajá huella hídrica de nuestra compañía de 1 m³/piel en un proceso tradicional vs un 0,65 m³/piel en nuestro proceso.

102-14 DECLARACIÓN DE ALTOS EJECUTIVOS RESPONSABLES DE LA TOMA DE DECISIONES.

Autor: Camilo Vélez Mesa | **Cargo:** Director Jurídico - Representante Legal
Declaración A nuestras partes interesadas

- En el tratamiento y transformación del cuero se han sustituido y reducido el 10% de productos químicos vs el proceso tradicional, gracias a nuevos conocimientos aplicados a las formulaciones con productos químicos de calidad que están incluidos en el programa REACH de la Unión Europea* (con mayor desempeño y reactividad).

*El programa REACH garantiza que la industria se haga responsable de gestionar los riesgos que dichas sustancias y mezclas puedan causar para la salud y el medio ambiente.

- Hacemos parte de la economía circular, ya que las pieles son subproducto de una industria; esto quiere decir que recuperamos residuos (pieles) del sector primario (ganadería de leche y carne), a su vez los subproductos o residuos generados en el tratamiento o transformación del cuero se convierte en materia prima o insumos; por ejemplo: la carnaza, el cebo y el ripio wet blue.

- El cuero es sometido a pruebas de calidad para garantizar su durabilidad, ya que un artículo longevo garantiza menor consumo de recursos naturales en el tiempo esto a su vez se traduce como sostenibilidad.

- Se cuenta con una planta de tratamiento de aguas residuales de diseño italiano en el sector es una de las sofisticadas, con el fin de devolver el recurso agua con mejores características de lo captado en la fuente y cumpliendo con lo establecido en la normativa ambiental colombiana vigente.

- Nuestro sistema de ahorro de energía nos ha permitido reducir un 30% del consumo frente al procesos tradicionales logrando así bajar nuestra huella energética.

- El 90% de los pigmentos utilizados para el teñido y acabado del cuero son ecoamigables (libre de solventes y de tipo tanino).

En la manufactura del cuero se reemplazaron todos los pegantes base tolueno a base agua.

La manufactura es netamente artesanal lo que hace posible que se optimicen las materias primas y tengamos menos residuos sólidos en la cadena de valor. En la manufactura del Cuero se realiza el reciclaje de más del 70% de los residuos sólidos, el 30% son residuos que no se pueden reciclar o devolver al ciclo productivo.

Lo más importante de todo esto es que Cueros Vélez desde su política empresarial se encuentra comprometida con el cuidado del ambiente y el uso racional de los recursos.



102- 15 PRINCIPALES IMPACTOS, RIESGOS Y OPORTUNIDADES

MERCADO

IMPACTOS	RIESGOS	OPORTUNIDADES
Disponer de un sistema de aseguramiento de la calidad enfocada a la corrección y no a la prevención, incumplimiento con los atributos de calidad de nuestros productos y servicios, generando insatisfacción y pérdida de clientes.		Definición y priorización de nuevas líneas de productos.
No tener definido correctamente el perfil del consumidor por marca/canal.		Definición de nuevas estrategias que permitan el acercamiento con nuestros clientes, potencializando las bases de datos de CRM.



102- 15 PRINCIPALES IMPACTOS, RIESGOS Y OPORTUNIDADES

	IMPACTOS	RIESGOS	OPORTUNIDADES
TIENDAS			Definición del área ideal para las nuevas tiendas por tipo de canal y de las tiendas actuales áreas de exhibición, bodegaje, vestido de tiendas.
			Definición del plan de expansión a nivel nacional e internacional por tipo de marcas.
			Estructuración de nuevos canales comerciales como E-commerce, entre otros.



102- 15 PRINCIPALES IMPACTOS, RIESGOS Y OPORTUNIDADES

PRODUCTO

IMPACTOS	RIESGOS	OPORTUNIDADES
		Consolidación de la metodología de PVO, definición de pirámides por marca y grupo, diseños y/o compra acertados, ciclos de producción, plan de colección y ciclo de vida.
		Definición de la segmentación de cada tienda y las políticas para la gestión del inventario por tienda canal.
		Estructuración de la carga ideal y la profundidad de acuerdo a las ventas de cada tienda.



102- 15 PRINCIPALES IMPACTOS, RIESGOS Y OPORTUNIDADES

	IMPACTOS	RIESGOS	OPORTUNIDADES
PRODUCCIÓN			Escasez de mano de obra especializada.
			Sector informal sin clúster definido.
			Fortalecimiento de una producción limpia, biodegradable y amigable con el medio ambiente.



102- 15 PRINCIPALES IMPACTOS, RIESGOS Y OPORTUNIDADES

TECNOLOGÍA Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN

IMPACTOS	RIESGOS	OPORTUNIDADES
		Disponibilidad de herramientas que permitan analizar, recolectar, interpretar y administrar la información inteligente de negocio (analíticos del negocio).
		Disponer herramientas tecnológicas que faciliten al cliente la compra.



102- 15 PRINCIPALES IMPACTOS, RIESGOS Y OPORTUNIDADES

LOGÍSTICA

IMPACTOS	RIESGOS	OPORTUNIDADES
<p>No disponer de un modelo de distribución que apalanque la estrategia de omnicanalidad y garantice los tiempos de respuesta a nuestros clientes, con los costos, calidad y confiabilidad.</p>		<p>Desarrollo del modelo de negocio del proceso logístico y de distribución.</p>
<p>No tener establecido una cadena de abastecimiento, que permita cumplir con el proceso productivo disponible necesario y el proceso logístico, ni garantizar las características específicas de calidad, oportunidad, precio a nivel nacional e internacional.</p>		<p>Tecnificación y automatización en el proceso logístico.</p>



102- 15 PRINCIPALES IMPACTOS, RIESGOS Y OPORTUNIDADES

SOCIO - ECONÓMICO - POLÍTICO Y AMBIENTAL

IMPACTOS	RIESGOS	OPORTUNIDADES
Riesgos asociados a variables y gestión financiera (liquidez, mercado, crédito y tasa de cambio).		Economía digital, de modo que se permita la integración con los clientes.
Riesgos asociados a los impactos ambientales ocasionados por nuestra operación, especialmente en la planta de Cueros de Amagá.		Responsabilidad ambiental, disminuyendo, mitigando y compensando el impacto ambiental de nuestros procesos.
Cambios en las normas vigentes a nivel nacional y en los países en que operamos, de índole ambiental, fiscal, laboral.		



102- 15 PRINCIPALES IMPACTOS, RIESGOS Y OPORTUNIDADES

GESTIÓN HUMANA

IMPACTOS	RIESGOS	OPORTUNIDADES
	No desarrollar los valores y acciones que nos identifican “así somos” como líderes Cueros Vélez, impactando el desarrollo de la estrategia corporativa.	Gestión del conocimiento, capitalizando el conocimiento individual y volverlo colectivo.
	No desarrollar las competencias organizacionales, de rol y del ser que se requieren para alcanzar la estrategia corporativa.	Felicidad, equilibrio entre lo personal y laboral, logrando una mayor productividad.
	No disponer de la estructura organizacional, las capacidades, perfiles, funciones alineadas con la estrategia corporativa.	Desempeño corporativo de equipos de trabajo, construyendo una cohesión entre los equipos para el logro de los objetivos estratégicos.
	No establecer, implementar y realizar seguimiento a políticas, estrategias que al interior de la compañía posibiliten mejorar la eficiencia operativa a todo nivel, y alcanzar las metas específicas.	



102- 15 PRINCIPALES IMPACTOS, RIESGOS Y OPORTUNIDADES

	IMPACTOS	RIESGOS	OPORTUNIDADES
ANÁLISIS INTERNO			Alineación estratégica con disciplina operativa, comprendiéndola como una forma de trabajo de nuestra organización en donde cumplimos con nuestras políticas, procedimientos, definiciones y estrategias.
			Alineación de la medición, estructurando un sistema de indicadores corporativos que logre la cohesión de los equipos de trabajo hacia el logro de los objetivos.

102- 16 VALORES, PRINCIPIOS, ESTÁNDARES & NORMAS DE CONDUCTA EN NUESTRA ORGANIZACIÓN

Queremos una cultura que valora lo humano, se orienta al cliente y se adapta para construir oportunidades, basándose en nuestros pilares. **PASIÓN | HUMILDAD | POSITIVISMO | DISCIPLINA.**



Los hechos son coherentes con las palabras y hay rectitud en el manejo de principios, sin sacrificarlos por obtener ganancias o beneficios.



Se tolera la diferencia, se tiene en cuenta las opiniones de los demás, se es cauto en las expresiones que se lanzan acerca de los otros. Es puntual y respeta los reglamentos de la compañía.



Cumple con los objetivos propios del cargo.



Acepta los objetivos y valores de la organización. Tiene disposición a aportar un esfuerzo adicional a favor de ésta.



Las metas personales se identifican con las de la organización, se apasiona por la labor y lo refleja con las actitudes.

PILARES DE NUESTRA CULTURA



HUMILDAD

Aprendemos siempre algo bueno de los demás.



PASIÓN

Nos apasionamos por el cuero, por la moda y por el cliente.



POSITIVISMO

Soñamos con lo mejor y trabajamos para ser los mejores.



DISCIPLINA

Nos comprometemos y concentramos en la labor que estamos realizando para el logro eficiente de nuestras metas.

EJES DE NUESTRA CULTURA



VALORAMOS LO HUMANO

- Mostramos interés en conocer cómo está el otro lo que es importante para él.
- Reconocemos las fortalezas y virtudes del otro, construyendo lazos de confianza a partir de ellos.
- Proponemos el diálogo oportuno al momento de dar retroalimentación y solucionar conflictos.
- Saludamos y nos despedimos, mirando a los ojos.
- Respetamos las creencias y valores de los demás.



NOS ORIENTAMOS AL CLIENTE

- Nos caracterizamos por la calidad en nuestro trabajo y respuesta oportuna al cliente.
- Indagamos como clientes internos y externos para entender su contexto y necesidades.
- Generamos espacios de retroalimentación con el cliente para verificar el impacto de las soluciones o mejoras en nuestros procesos y productos.
- Definimos y simplificamos los procesos en función del cliente.
- Construimos experiencias memorables para nuestros clientes.



NOS ADAPTAMOS

- Nos reinventamos, somos flexibles y abiertos al cambio, asumimos los retos que trae el mercado.
- Somos curiosos, creativos e innovadores, generando oportunidades de mejora en las labores que realizamos.
- Equilibramos la innovación y la visión con la experiencia de nuestros procesos.
- Actuamos de manera ágil, planeando y aprendiendo en cada acción.
- Implementamos métodos simples y mejoras continuas en nuestros procesos.

SOSTENIBILIDAD



TRABAJO EN EQUIPO

Capacidad de participar activamente en la consecución de una meta común, subordinando los intereses personales a los objetivos del equipo.



COMUNICACIÓN

Habilidad de saber cuándo y a quien preguntar para llevar adelante un propósito. Implica saber comunicar a nivel oral y escrito con coherencia, consistencia, precisión y claridad.



CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

Capacidad de reconocer oportunidades y proponer soluciones imaginativas identificando alternativas en contraposición con métodos y enfoques tradicionales, que impacten de forma exitosa en el puesto de trabajo y la estrategia del negocio.



ORIENTACIÓN AL RESULTADO

Capacidad de fijar metas y alcanzar retos, mejorando las prácticas diarias, haciendo esfuerzos adicionales para hacer más de lo que se requiere en cumplimiento de los objetivos, aplicando la originalidad.



ORIENTACIÓN AL CLIENTE

Habilidad para satisfacer las necesidades del cliente interno y externo y superar sus expectativas frente al servicio. Implica contar con vocación de servicio, interesarse por conocer el cliente y sus necesidades y aportarle valor con acciones de manera eficaz y oportuna

SOSTENIBILIDAD

- Código de ética.
- Política de gestión integral.
- Manual para el sistema de autocontrol y gestión del riesgo del lavado de activos y financiación del terrorismo.
- Manual de contratistas.
- Manual para la prevención de consumo de sustancias psicoactivas.
- Política de control de acceso para colaboradores a la compañía.
- Reglamento interno de trabajo.



**NORMAS DE
CONDUCTA**

SOSTENIBILIDAD

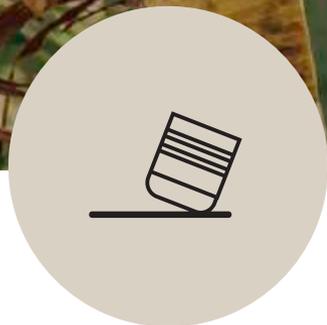


**ORIENTACIÓN
AL CLIENTE**

Realizamos transferencia de conocimiento de los ejes de estilo de Vélez y las definicionales de marca para Nappa y Tannino, en alianza con el área de diseño.

Compartimos las estrategias de marca presentando a los colaboradores las campañas y colecciones más representativas para Vélez.

SOSTENIBILIDAD



SUBPRODUCTOS

Creación de aglomerados y materiales para construcción, a partir de los residuos obtenidos durante el proceso del cuero de nuestra compañía.



ECO VÉLEZ

Negocio basado en la economía circular, buscando darle una segunda vida a los productos en cuero a través de un leather spa.



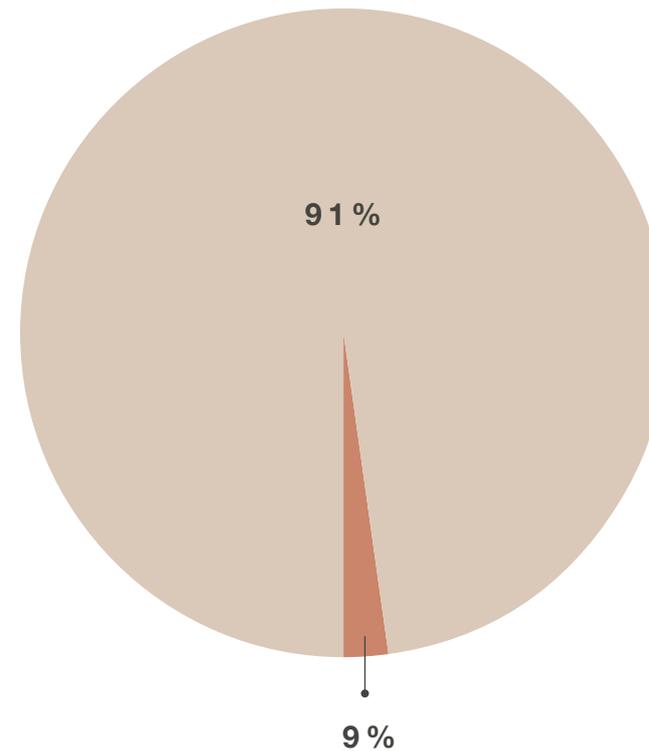
CANALES ALTERNATIVOS

Nuevo canal comercial que mezcla lo mejor del formato tradicional y digital, para brindar una experiencia de compra diferente.

□□□□□□□□□□ | Ejecutamos el proyecto Mega I, una estrategia que buscaba explorar iniciativas que nos permitieran desarrollar nuevos modelos de negocio para nuestra organización. Estas fueron las 3 propuestas finalistas del 2019 en la etapa de factibilidad.



DESEMPEÑO EN CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN



Medimos la capacidad de planeación y ejecución de las estrategias propuestas para proyectos realizados. Evaluamos la estrategia implementada por el equipo, calidad en la atención de la necesidad, cumplimiento de las expectativas de cada cliente, efectividad e impacto generado con la campaña y asesoría recibida durante el proceso.

CUMPLIMIENTO DE METAS 2019

DISEÑAR, EJECUTAR Y HACER SEGUIMIENTO A LAS ESTRATEGIAS PARA INTERVENIR LA CULTURA.

Logramos un 89% de cumplimiento en la ejecución del plan de intervención definido para el 2019, con base a las acciones de movilización definidas con los líderes de la organización (gerentes y directores).

REDISEÑAR EL PROGRAMA DE TERCER RECONOCIMIENTO COMO ESTRATEGIA DE TRANSFORMACIÓN CULTURAL.

Acompañamos 605 reconocimientos en el 2019, creciendo un 8% con relación al 2018 (554). Definimos la ejecución para el 2020 como estrategia de transformación cultural, teniendo en cuenta el diagnóstico de cultura.

IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS DE ENDOMARKETING PARA MEJORAR LA IMAGEN DE LA EMPRESA ENTRE SUS COLABORADORES, CULMINANDO EN UN EQUIPO MOTIVADO Y REDUCIENDO AL ROTACIÓN DEL PERSONAL.

Acompañamos la implementación de los nuevos programas corporativos como mascotas, tarjetas de cumpleaños (para personal administrativo) y las actividades contempladas en el plan de intervención que nos permitieron interactuar con los diferentes públicos.

CONSOLIDAR Y POSICIONAR NUEVOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA EL PERSONAL DE LA CADENA DE ABASTECIMIENTO, QUE PERMITA DIVULGAR INFORMACIÓN DE ACUERDO A SUS NECESIDADES.

Realizamos encuentros con los artesanos y a través de estos compartimos todos los temas relacionados a nuestra cultura. Rediseñamos el boletín enVélezate para el personal de tiendas, alojándolo en nuestra intranet corporativa y segmentándolo por canal para incrementar el nivel de lectura y recepción de información.

POSICIONAR LA RED SOCIAL CORPORATIVA COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN PARA NUESTRO PERSONAL DE TIENDAS TANTO EN COLOMBIA COMO EN LATINOAMÉRICA.

Realizamos el relanzamiento de la plataforma buscando tener una mayor participación de toda la organización, incentivando al personal a la generación de contenido de acuerdo a las actividades que se desarrollaron durante el año. Logramos incrementar el porcentaje de usabilidad en un 5% con respecto al 2018.

SOSTENIBILIDAD

1. Movilizar la cultura de Cueros Vélez con la ejecución del plan de intervención 2020 por medio de sprints mensuales, logrando el 100% del cumplimiento.
2. Rediseñar el programa Te Reconozco como estrategia de transformación cultural.
3. Acompañar la gestión del cambio con la creación de planes de comunicaciones que respondan a las necesidades de cada proyecto estratégico, de acuerdo a nuestra cultura.
4. Finalizar la ejecución del proyecto Mega I, cumpliendo al 100 con el cronograma de actividades.
5. Consolidar y posicionar nuevas estrategias de comunicación, que permita al proceso responder asertiva y eficazmente a las necesidades de la organización



**OBJETIVOS
2020**

102-17 MECANISMOS DE ASESORAMIENTO Y PREOCUPACIONES ÉTICAS PARA DENUNCIAS.

NUESTROS COLABORADORES

Contamos con una línea de transparencia, que maneja un call center externo, allí nos pueden reportar anónimamente todas las situaciones de ética, acoso, relaciones laborales, felicitaciones, robo etc. Línea de Comunicación: ☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐

NUESTROS CLIENTES

- Buzón Virtual: servicioalcliente@cuerosvelez.com
- Llamadas telefónicas a las tiendas o al área de Servicio al Cliente: 01 8000 11400
- Formularios físicos de PQRS.

Las conductas no éticas o ilegales tienen su acompañamiento en:

- Comité convivencia laboral
- Comité de Plan de Acción Correctiva - COPAC
- Línea de Transparencia

SOSTENIBILIDAD

GOBERNANZA 102-18 ESTRUCTURA

Asamblea General Accionistas -
Presidencia - Comité Ejecutivo - Gerencias
- Gerente Administrativo y Financiero -
Gerente Planeación y Logística -
Subgerente de Producción - Gerente
Gestión Humana Jefe de Prevención de
Riesgos - Gerente Planta de Cueros -
Director Jurídico - Gerente de Mercadeo -
Gerente de Ventas.



COMITÉ EJECUTIVO

Comité conformado por el gerente General y los Gerentes de procesos, en los cuales hacen seguimiento y control a los temas estratégicos de la compañía.



COMITÉ PVO

PLANEACIÓN, VENTAS Y OPERACIONES.

Comité conformado por las gerencias y directores claves en el abastecimiento de producto de la compañía.

SOSTENIBILIDAD



COPAC

COMITÉ DE PLAN DE ACCIÓN CORRECTIVA

Es un comité interfuncional e interdisciplinario, cuya función será resolver áreas de oportunidad detectadas en los procesos a través de la generación e implementación de ideas y soluciones.



JSA

JUNTA SEMANAL DE AVANCE

Es un comité interfuncional e interdisciplinario, en el cual se presentan los avances de indicadores, de planes de acción y de proyectos que se están adelantando en la compañía, hacen parte de la revisión que hace nuestro comité ejecutivo (revisión por la Dirección).



COMITÉ PRIMARIO

Canal oficial de comunicación que permite entregar información estratégica desde el comité de gerencia a los demás miembros de la organización, se definen las metas de trabajo y se revisan las tareas para la semana.



COMITÉ APERTURA DE TIENDAS

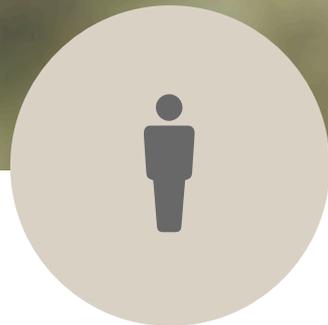
Comité interdisciplinario en donde todas las áreas que intervienen validan, establecen cronogramas y se solucionan dificultades de las reformas, aperturas de diferentes tiendas a nivel nacional e internacional.

SOSTENIBILIDAD



COMITÉ DE PRODUCTO

Comité interdisciplinario en donde se aprueban, modifican, consolida el portafolio de productos, acorde con la funcionalidad y el ADN de la marca.



COPAST

Comité interdisciplinario para validar el funcionamiento del Programa de Salud Ocupacional de las empresas



COMITÉ DE CONVIVENCIA LABORAL

Comité interdisciplinario que hace el papel de una medida preventiva de acoso laboral. Res. 2646 de 2008, del Ministerio de la Protección Social. Art. 14 numeral 9 1.



COMITÉ DE EMERGENCIA

Comité interdisciplinario que planea, ejecuta y evalúa las acciones encaminadas a la prevención y control para casos de emergencia en la organización.

CUMPLIMIENTO DE METAS 2019 | OBJETIVOS 2020



GESTIÓN ORGANIZACIONAL

- Sostener y madurar el sistema de gestión de la compañía.
Mantuvimos la certificación de gestión de la calidad bajo la norma ISO 9001: 2015, fortaleciendo dicho modelo. Implementando planes de mejora en los procesos y realizamos seguimiento al cumplimiento de los requisitos de la norma. Auditamos 18 procesos, identificamos 31 fortalezas, 8 no conformidades y 30 oportunidades de mora.
- Integrar el sistema de prevención de prevención del lavado de activos y financiación del terrorismo.
Logramos mejorar el sistema en un 23,2%. Calificamos los riesgos, obteniendo un nivel aceptable.
- Cumplir con el cronograma de gestión de los procesos del área, mínimo en un 80%.
Cumplimos en un 90% la ejecución a los requerimientos recibidos por las diferentes áreas de la compañía, de acuerdo a los 17 procesos y 52 subprocesos definidos.
- Acompañar a la compañía en al ejecución de proyectos estratégicos y alcanzar un porcentaje de avance mínimo del 90%.
Avanzamos en un 92% en los proyectos que acompañamos según la planeación.

- Redefinir el modelo de trabajo de gestión organizacional ajustándolo a las nuevas necesidades de la empresa, para acompañar a los procesos en la estructuración y definición de sus modelos, a través de metodologías que permitan mayor agilidad, flexibilidad y competitividad.
- Acompañar al comité ejecutivo en la redefinición de nuestra planeación estratégica 2021-2023.
- Acompañar a la organización en la estructuración, seguimiento y control de los proyectos estratégicos y de procesos que se adelantan.



GESTIÓN DE INFRAESTRUCTURA FÍSICA

- Lograr mínimo un 90% de cumplimiento en la atención de avisos.
Logramos un 90,4% en el nivel de cumplimiento, atendiendo en promedio 983 avisos de tiendas y del edificio cada mes.
- Implementar una nueva metodología que permite disminuir las correcciones que se realizan en las tiendas, a través de un plan de visitas frecuentes podemos aumentar las labores preventivas.
Presentamos una propuesta técnica-económica para realizar intervenciones preventivas en tiendas. Se determinará, su ejecución en 202.0
- Continuar con el proyecto de gestión de servicios públicos, con el fin de alcanzar ahorros por revisión de los consumos eléctricos y de agua tanto en tiendas como plantas productivas.
Continuamos con la gestión de administración de las cuentas de servicios públicos, identificando 169 sitios, con ahorros totales de \$358.868.362, 1.012 m3 y 233.396 kWh.
- Implementar el proyecto de recepción de facturas de servicios públicos en tiendas, para anticiparnos a la recepción y pago de la factura física y evitar el corte de servicios.
Contamos con la plataforma de Energy Master en la cual podemos visualizar la factura de servicios públicos y hacer gestión de administración de dichas cuentas. Logramos identificar 169 sitios con ahorros, para un ahorro total de \$358.868.362.

OBJETIVOS 2020

- Implementar programas de mantenimiento preventivo en la plataforma PM-SAP cuyo alcance será para equipos críticos en plantas productivas, oficinas administrativas y tiendas a nivel nacional.
- Acompañar el diseño de la infraestructura arquitectónica en espacios administrativos y de servicios para el proyecto Apolo 11.
- Renovar el ascensor de Etapa I, en el edificio administrativo principal, garantizando la seguridad del personal.
- Implementar un software de control para el consumo de telefonía móvil de la compañía a través de la plataforma Energy Master, realizando auditorías de consumos y cobros de servicios por el operador vigente.



GESTIÓN ADMINISTRATIVA

- Apoyar la negociación de los contratos de arrendamiento a fin de lograr un ahorro del 20%.
Apoyamos de manera permanente a las áreas comercial y jurídica en las negociaciones de los contratos de arrendamiento, logrando la disminución o congelamiento de canon en muchos de estos.
- Continuar con el control permanente a los gastos de administración a fin de aprovechar los descuentos por pronto pago otorgados por los Centros Comerciales.
Logramos un ahorro del 3,32% anual por pronto pago: \$286.653.346
- Continuar controlando el servicio de transporte urbano dando cumplimiento a la política.
Realizamos un estricto control al cumplimiento de la política y logramos el reintegro de servicios que no se ajustaban a la misma; tanto por parte de pasajeros como de las empresas prestadoras del servicio.

- Finalizar el procesos de Digitalización.
- Tecnificar el proceso de control de los contratos de arrendamiento y administraciones.
- Poner en marcha la herramienta de autogestión para los viajeros frecuentes de la compañía con el fin de obtener ahorros en las tarifas de los gastos de viajes.

SOSTENIBILIDAD



102-19 DELEGACIÓN DE AUTORIDAD

En la delegación de autoridad, la gestión estratégica y operativa de la compañía se delega en el Comité ejecutivo, que a través del organigrama y de la matriz de decisiones interna adelanta las gestiones operativas necesarias, para abordar los diferentes temas económicos, ambientales y sociales.

102 -20 RESPONSABILIDAD A NIVEL EJECUTIVO DE TEMAS ECONÓMICOS, AMBIENTALES Y SOCIALES.



FINANCIERA

Gestionar los recursos financieros de forma óptima y rentable, con un alto nivel de seguridad acorde a las necesidades y proyecciones del negocio, incrementando así el valor de la empresa.



AMBIENTAL

Establecer e implementar acciones encaminadas a dirigir la gestión ambiental de la compañía; velar por el cumplimiento de la normatividad ambiental; prevenir, minimizar y controlar la generación de cargas contaminantes; promover prácticas de producción más limpia y el uso racional de los recursos naturales; aumentar la eficiencia energética y el uso de combustible más limpios; implementar opciones para la reducción de emisiones de gases de efectos invernadero; y proteger y conservar los ecosistemas.



SST

Generar experiencias individuales y colectivas a los empleados y sus familias con el propósito de incrementar los niveles de satisfacción, promoviendo ambientes de trabajo seguros, con énfasis en el cuidado del trabajador bajo el enfoque de empresa saludable

SOSTENIBILIDAD

Los empleados de Cueros Vélez S.A.S, deben evitar situaciones que signifiquen o pudieran significar un conflicto entre los intereses personales y los de la compañía.

Se espera que dediquemos nuestro talento y mejor esfuerzo a la empresa y guardar para ella un sentido de lealtad

El personal de la empresa puede adquirir productos Vélez para su propio consumo, utilizando cuando así lo desee los descuentos o beneficios que la Empresa otorga

Todos los procesos de compras al interior de la compañía se deben desarrollar a través de las áreas de compras destinadas para este fin, es decir Compras Core o Compras Corporativas y se deben ajustar a las políticas, procedimientos y disposiciones establecidas para este fin.

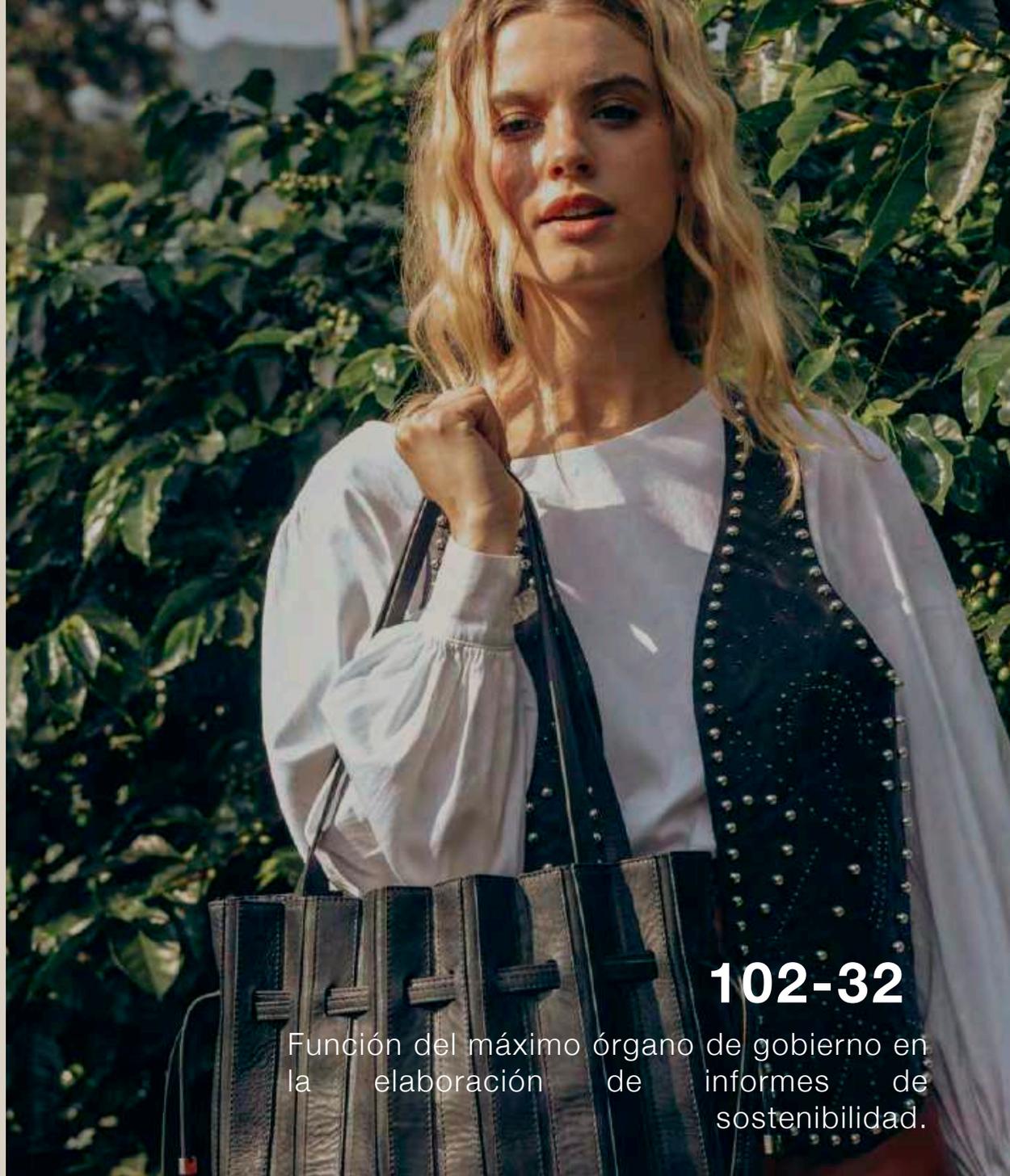


102-25 CONFLICTOS DE INTERESES

Todos los que trabajan en Cueros Vélez S.A.S, tienen la obligación de actuar con honestidad y ética, buscando siempre la protección de los intereses de la compañía.

SOSTENIBILIDAD

En la presentación de informes y/o reportes de sostenibilidad; el área de Gestión ambiental en la cabeza de su coordinación, presenta los diferentes indicadores de gestión para su revisión, aprobación y posterior divulgación en la organización. Donde se plasman los diferentes procesos, proyectos, programas, iniciativas y avances en torno a los temas de sostenibilidad y cumplimiento de la normatividad legal vigente.



102-32

Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad.

102-42 IDENTIFICACIÓN Y SELECCIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS

Para la selección e identificación de los grupos de interés, se determinó qué partes interesadas tendrían un impacto en nuestra cadena de valor y capacidad de la empresa, donde uno de nuestros objetivos es ofrecer productos y servicios que satisfagan todos los requisitos de los clientes, los legales y reglamentarios

102-45 ENTIDADES INCLUIDAS EN LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

A la fecha no contamos con ninguna entidad en nuestros estados financieros de Cueros Vélez S.A.S son individuales, no poseemos acciones o participación en ninguna otra entidad. No se posee acciones o participación en ninguna otra entidad

102-46 DEFINICIÓN DE LOS CONTENIDOS DE LOS INFORMES Y LAS COBERTURAS DEL TEMA

Para la definición de los contenidos del informe nos basamos en nuestro desempeño en la gestión social, ambiental y económica. Los temas seleccionados apuntan a fortalecer el impacto para el negocio siendo los más relevantes.



**102-48
REEXPRESIÓN DE
LA INFORMACIÓN**

- Este informe cumple con las directrices y criterios de la Global Reporting Initiative.

**102-49
CAMBIOS EN LA
ELABORACIÓN DE
INFORMES**

- Los temas priorizados en este informe son el resultado de un proceso exhaustivo de identificación, priorización y validación de los aspectos sociales, económicos y ambientales que importan para la sostenibilidad de la organización

**102-50
PERIODO OBJETO
DEL INFORME**

- Corresponde a la gestión realizada por Cueros Vélez entre el 1 de Enero y el 31 de Diciembre 2019 y en adelante se presentará de manera anual.

**102-51
FECHA DEL
ÚLTIMO INFORME**

- Nuestro segundo informe de sostenibilidad ha sido elaborado según lo lineamientos y directrices del estándar GRI. Primer informe: 2018

**102-52
CICLO DE
ELABORACIÓN
DE INFORMES**

- Corresponde a la gestión realizada por Cueros Vélez entre el 1 de Enero y el 31 de Diciembre 2019 y en adelante se presentará de manera anual.



velez

**102-53 PUNTO DE CONTACTO PARA
PREGUNTAS SOBRE EL INFORME**

Kenverly Quintana
NOMBRE

kquintana@cuerosvelez.com
CORREO

Coodinador Gestión Ambiental
POSICIÓN

(315) 791 5440
TELÉFONO

MEDELLÍN - COLOMBIA



102- 40 LISTA DE GRUPOS DE INTERÉS

GRUPOS DE INTERÉS	IMPACTO EN SISTEMA DE GESTIÓN	CANALES DE COMUNICACIÓN
ACCIONISTAS	De acuerdo a los resultados económicos de la empresa, permite disponer de estrategias y recursos para el mejoramiento de nuestro sistema de gestión.	<ul style="list-style-type: none"> · Junta de Socios. · Comunicación Gerencia General. · Informes de Gestión
PROVEEDORES	La capacidad de entregar un producto o prestar un servicio que represente el ADN de Cueros Vélez, depende directamente del desarrollo personal y profesional, sus competencias, su seguridad y satisfacción.	<ul style="list-style-type: none"> · Línea de transparencia. · Resultados estudios “Así Somos”, Liderazgos Cueros Vélez, Estilo de Liderazgo. · Resultados procesos de gestión del cambio. · Comité de convivencia. · Equipo en relaciones laborales.
EMPLEADOS	La capacidad de entregar un producto o prestar un servicio que represente el ADN de Cueros Vélez, depende directamente del desarrollo personal y profesional, sus competencias, su seguridad y satisfacción.	<ul style="list-style-type: none"> · Línea de transparencia. · Resultados estudios “Así Somos”, Liderazgos Cueros Vélez, Estilo de Liderazgo. · Resultados procesos de gestión del cambio. · Comité de convivencia. · Equipo en relaciones laborales.



102- 40 LISTA DE GRUPOS DE INTERÉS

GRUPOS DE INTERÉS	IMPACTO EN SISTEMA DE GESTIÓN	CANALES DE COMUNICACIÓN
CLIENTES	Una de nuestras partes interesadas más importantes, permite la identificación de oportunidades de mejora en nuestros productos/servicios y la satisfacción de nuestros clientes y cumplimiento de requisitos.	<ul style="list-style-type: none"> · Forma presencial en tiendas. · Correo electrónico dirigido a área servicioalcliente@cuerosvelez.com · Correo físico dirigido a las tiendas o al área de servicio al cliente (01 8000 114 000). · Formularios físicos de PQRS. · Contáctanos en página web. · Actividades dirigidas de grupos "focus group". · Investigaciones de mercados.
ENTIDADES DE CONTROL	Identificación e implementación de los requisitos legales que nuestros productos y servicios deben cumplir.	<ul style="list-style-type: none"> · Presentación de informes y reportes obligatorios. · Recomendaciones y conceptos de revisoría fiscal. · Identificación de requisitos de los procesos. · Resultado Auditorías internas o externas. · Visitas de entes de control.
SOCIEDAD	Aspectos como el respeto al medio ambiente, el impacto de nuestra actividad en la sociedad y nuestra imagen corporativa.	<ul style="list-style-type: none"> · Implementación de gestión ambiental orientado a la prevención y control de impactos al medio ambiente, implementación de buenas prácticas ambientales y adopción de tecnologías limpias. · Balance social.

102-47 LISTA DE TEMAS MATERIALES

□□□□□□□□□□ □□

- 201 - Desempeño Económico
- 203 - Impactos económicos indirectos

□□□□□□□ □□□□□□

- 301 - Materiales
- 302 - Energía
- 303 - Agua
- 304 - Biodiversidad
- 306 - Efluentes y residuos
- 307 - Cumplimiento ambiental
- 308 - Evaluación ambiental de proveedores

□□□□□□□ □□□

- 401 - Empleo
- 402 - Relaciones trabajador - empresa
- 403 - Salud y seguridad en el trabajo
- 404 - Formación y enseñanza
- 410 - Prácticas en materia de seguridad
- 417 - Marketing y etiquetado
- 418 - Privacidad al cliente

MATRIZ DE MATERIALIDAD

