Informe de Sustentabilidad

2018

Portobello

Indice

1.1. Carta del Presidente 3
1.2. El Informe 4
1.3. Línea del Tiempo Portobello 5

Esencia de la Marca

2.1. Manifiesto 8
2.2. Design Portobello 8
2.3. Propósito 8
2.4. Creencia 8
2.5. Visión 8
2.6. Principios de Gestión 9
2.7. Manera de Ser y Hacer Portobello 10

Gobernanza

3.1. Perfil y Gobernanza 12
3.2. Consejo de Administración 12
3.3. Directorio Ejecutivo 12
3.4. Consejo Fiscal 12
3.5. Código de Ética 14

Estrategia

4. Estrategia 16
4.1. Minorista Integrado 17
4.1.1 Tiendas Propias 18
4.1.2. Transformación Digital 19
4.2. Internacionalización 20
4.3. Consolidación Pointer 21

Marcas

5. Marcas 22
5.1. Ventajas del Negocio 23
5.2. Ventajas Corporativas 24
5.3. Modelo Multicanal Portobello 24
5.4. Mercado Externo 24
5.5. Ciclo de la Innovación 25
5.6. Portobello Más Arquitectura 28
5.7. Principales Eventos 30

Sustentabilidad

6.1. Concepto 32
6.1.2. Materialidad 33
6.1.3. Directrices de la Sustentabilidad 34
6.1.4. Destaque Social 35
6.1.5. Destaque Ambiental 36
6.1.6. Destaque Económico 37

Nuestra Gente

6.2. Nuestro Negocio 39
6.2.1. Perfil de los Colaboradores 40
6.2.2 Salud y Seguridad 41
6.2.2.1. Comités de Salud y Seguridad 42
6.2.2.2. SIPAT 43
6.2.2.3. Promoción de la Salud y Bienestar 44
6.2.2.4. Tasas de Salud y Seguridad 44
6.2.3. Programas Sociales 45
6.2.4. Eventos 48
6.2.5. Donaciones 49
6.2.6. Gestión de Personas 50
6.2.6.1. Alineamiento 51
6.2.6.2. Capacitación 52
6.2.6.3. Evaluación de Desempeño 52

Nuestro Producto

6.3. Nuestro Producto 54
6.3.1. Materiales Cerámicos 55
6.3.2. Grandes Formatos 56
6.3.3. Design Democrático y Producción en Seco – el futuro de la cerámica 57
6.3.4. Ecoeficiencia Ambiental 58
6.3.4.1. Yacimientos y Biodiversidad 58
6.3.4.2. Energía 59
6.3.4.3. Agua 60
6.3.4.4. Residuos 61
6.3.4.5. Embalaje 61

Nuestro Negocio

6.4. Nuestro Negocio 63
6.4.1. Valor Agregado 64
6.4.2. Inversiones 64
6.4.3. Satisfacción del Cliente 65
6.4.4. Reconocimientos 66

Sumario de Contenido GRI

7. Sumario de Contenido GRI 68

Archivo Adjunto

8. Anexos 76

Cesar Gomes Junior
Presidente

Palabra del Presidente

102-14

En medio de un contexto externo de inestabilidad política y económica, alcanzamos resultados positivos este año, compartiendo nuestra creencia de transformar ambientes a través del design y de la innovación y ejercitando la estrategia de llevar la Marca cada vez más hacia el mercado, hacia el minorista.

Tenemos muchas oportunidades para evolucionar como marca líder en el mercado minorista de revestimientos y creemos que, nuestra visión de un modelo integrado y pull (guiado) por el mercado, es el camino correcto a ser recorrido.

Persistiremos en los desafíos de ser protagonistas en la transformación digital, de evolucionar en la internacionalización y en la consolidación de nuestra marca de design democrático, siempre con un fuerte sentido de propósito y buscando la sustentabilidad de la empresa.

Nuestros colaboradores y socios, comprometidos en ofrecer la mejor experiencia de design a nuestros clientes, son nuestro principal activo. Cerca de completar 40 años de una trayectoria de innovación, agradezco el empeño de todos en la construcción de un ambiente mejor y más sustentable y los invito a continuar creciendo juntos en 2019.

El Informe

102-3; 102-4; 102-50; 102-51; 102-52

El Informe de Sustentabilidad es un instrumento de comunicación y transparencia con todos los stakeholders con las principales informaciones y resultados de la empresa en el período entre el 1° de enero de 2018 hasta el 31 de diciembre de 2018.

Bajo la mirada de la sustentabilidad, a partir del desempeño en los ámbitos social, ambiental y económico, se presentan las conquistas, los avances y los desafíos de la marca, destacando las unidades productivas de Tijucas (SC) y Marechal Deodoro (AL).

Elaborado anualmente, con base en las directrices de la Global Reporting Initiative - GRI, estándar globalmente reconocido para relatos de informaciones sobre sustentabilidad, este contenido fue desarrollado basado en las normas GRI Standards, opción “de acuerdo” esencial.

Línea del tiempo Portobello

1979
Inicio de las actividades de la cerámica

1981
Primeras exportaciones

1984
Innovación en producto con lanzamiento de la 1a línea de pisos para alto tráfico, la línea Carga Pesada

1987
Ampliación del Parque Fabril, alcanzando 1 millón de m²/mes

1991
Innovación en producto con lanzamiento de revestimientos para fachadas

1992
Inicio del outsourcing para traer a Brasil la más nueva tipología cerámica, el porcelanato importado de Italia

1998
Lanzamiento de la Red de Franquicias Portobello Shop

Portobello shop

2000
Inicio del uso de Gas Natural, energía limpia para hornos y secadores

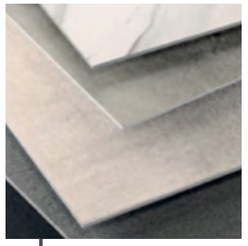
2001
Innovación en
con el inicio de la producción de porcelanato

2005
La exportación alcanza el 60% de las ventas

2008
Expansión del Parque Fabril y consolidación de la Red de Tiendas Portobello Shop con 100 tiendas

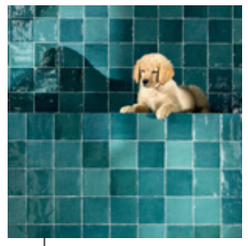
2008
Adhesión al Nuevo Mercado Bovespa con apertura de capital

NOVO MERCADO
BM&FBOVESPA



2010
Innovación en producto con el lanzamiento del porcelanato de espesura reducida - Extra Fino - simultáneo con las marcas italianas

2011
Inicio de la producción con la tecnología de impresión digital



2012
Portobello se convierte en la mayor empresa de revestimientos cerámicos de América Latina

2013
Lanzamiento Grandes Formatos

2014
Inversiones en la Fábrica Pointer

POINTER

2015
Institución del Portobello Grupo

Portobello Grupo

Lanzamiento de la marca Pointer con inauguración de la nueva fábrica en Alagoas

2016
Inicio del proyecto Officina Portobello.

Officina Portobello

Lanzamiento Colección Pointer: Morada Brasileña – Raíces, con participación de Marcelo Rosenbaum

2016
Lanzamiento Colección Portobello: Arquitectura en Movimiento.
In and Out

2016
Proyecto Tienda Estándar Green Building LEED

2017
Lanzamiento proyecto Officina Portobello en las tiendas de SC

Officina Portobello

2018
Lanzamiento de Portobello America, en Estados Unidos

Portobello America

2018
Lanzamiento de los Grandes Formatos: 1,20x1,20, 80x1,60 y 1,20x2,40.

Esencia de la Marca

Esencia de la Marca

102-16

Manifiesto

El ambiente en que vivimos es la esencia de nuestro negocio.

Creemos que el design es la competencia que nos hace únicos e innovadores, transforma la vida de las personas y se manifiesta en nuestros productos, ambientes y experiencias con la marca.

Nuestro ambiente de negocios es global, pero el design debe reflejar el contexto local.

Nuestra cultura, estrategia y gestión deben viabilizar la creación y distribución del design Portobello, generando valor para todos los públicos, a través de nuestro modelo integrado y sistema “pull” y con eficiencia operacional indicada por el lucro.

Propósito

Vivir Design.
Transformar ambientes y emocionar personas.

Design Portobello

Design natural. Design autoral.
Marco de la mirada.
Límites que amplían.
Espacios que acogen.
Design de fuera hacia dentro, de dentro hacia fuera.
Design Portobello.

Creencia

La vida con design es más inteligente, bonita y segura.

Visión

Ser líder brasileño y protagonista global en soluciones de revestimientos para ambientes, a través del design e innovación.

Principios de Gestión

Valores y atributos que reflejan la visión de la Marca y orientan la planificación y las decisiones de la empresa.

Innovación y Design

Competencia que nos hace únicos e innovadores

Crecer Juntos

Ciclo virtuoso de oportunidades

Modelo Integrado y sistema “pull”

Orientados por el mercado con foco en el cliente

Lucro

Medida de nuestra eficiencia operacional y capacidad de generar valor

Transformación Digital

Evolución cultural para ser protagonista del proceso

Confiabilidad e Integridad

Relaciones próximas y cuidadas

Sustentabilidad

Buscamos impacto económico, social y ambiental positivos

Meritocracia

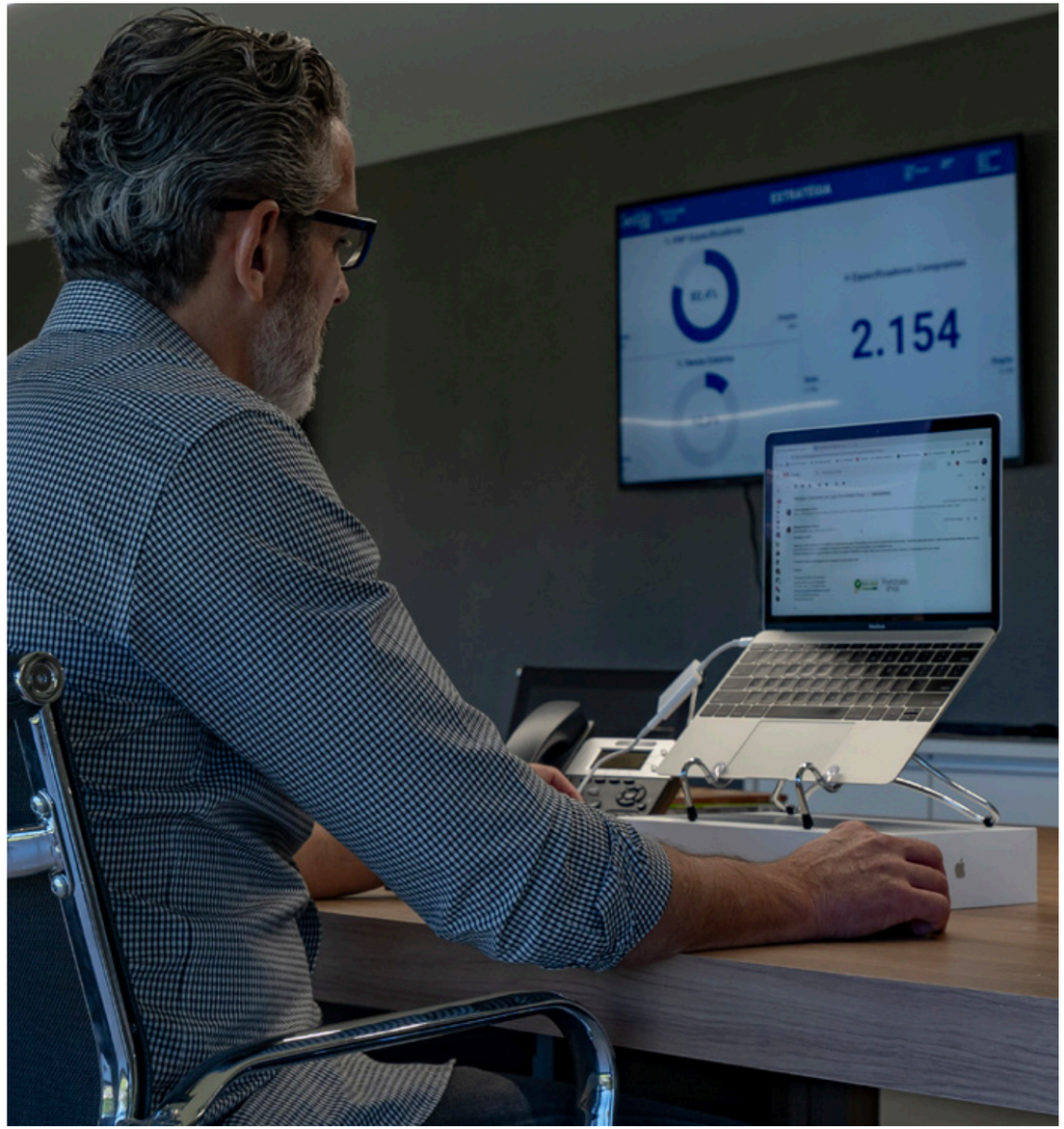
Reconocer en la proporción de la entrega

Agilidad y Simplicidad

Simplificar siempre, para agilizar todo

Global

Estrategia que potencializa la sustentabilidad del negocio



Manera de Ser y Hacer Portobello

Blue Box

La Manera de Ser y Hacer está contenida en una Blue Box, una forma lúdica de representar algo que es único, la personalidad de la Marca.

El Design expresa nuestra manera de ser.

Es un proceso continuo de construcción de conocimiento en las áreas esenciales de nuestro negocio. Innovación y autenticidad a través de inspiración y mucha transpiración.

Nuestro Design se expresa en nuestros productos, en los ambientes y en las experiencias que las personas tienen con la Marca.

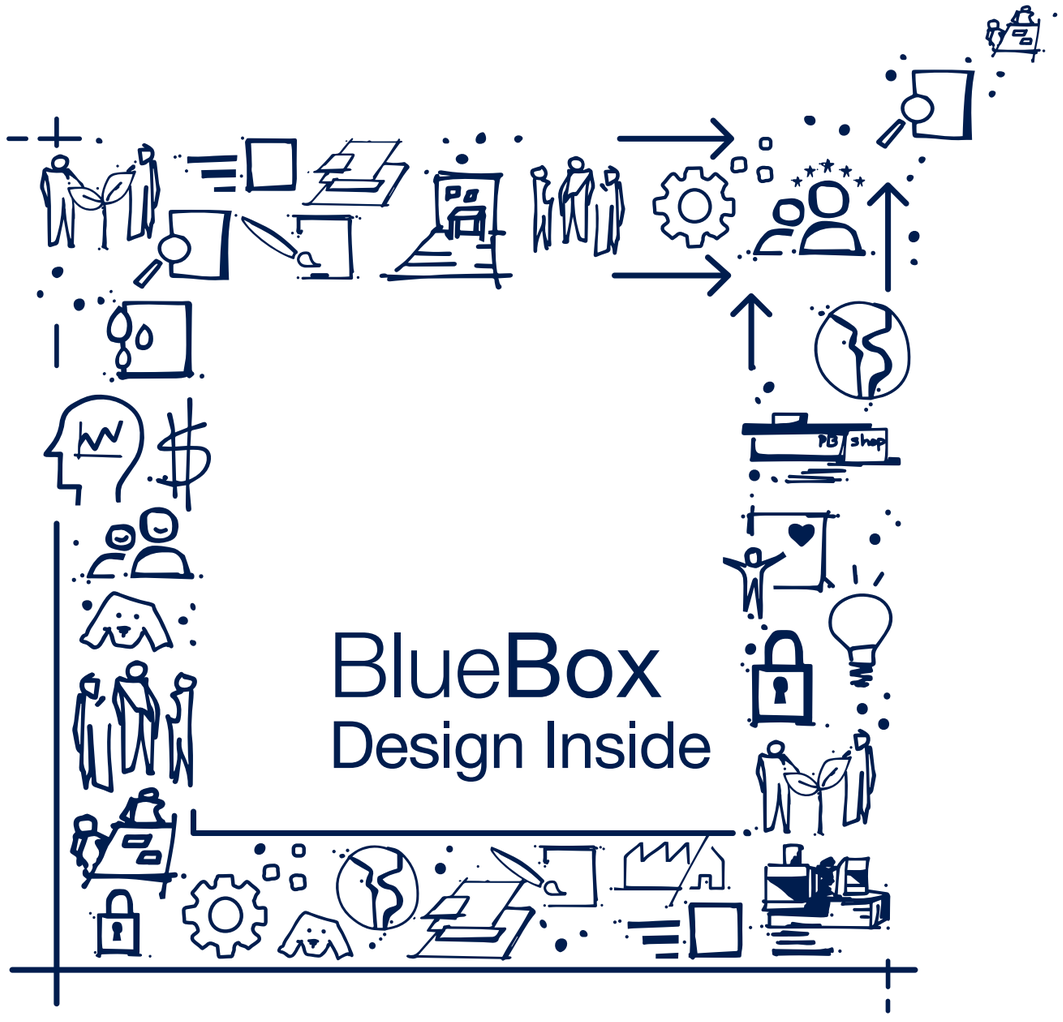
Nuestro portfolio de productos es una caja de herramientas, nuestra blue box, al servicio de la arquitectura.

El Modelo Integrado y Sistema "pull" es nuestra manera de hacer.

El cliente sabe lo que quiere pero también quiere lo que no sabe.
Vemos el mundo con los ojos del cliente, agregamos nuestra cultura y expertise, para innovar y sorprender siempre.

Es lo que nos motiva, nos orienta, nuestro blanco.
¡Para alcanzarlo con agilidad y eficiencia, debemos integrarnos y formar un todo!
Una organización donde cada pieza es fundamental para que el todo funcione. Somos partes de una empresa viva, interdependientes.

Vivir Design. Somos así. Integrados y Sistema "pull" para innovar.
¡Lo hacemos así!
Ese es el nuestro universo. Nuestra Blue Box.



Gobernanza

Perfil y Gobernanza

102-18

Portobello forma parte del Nuevo Mercado Bovespa desde abril de 2008, participando de un segmento de mercado con empresas que, voluntariamente, se comprometen a cumplir las más exigentes normas de Gobernanza Corporativa, que van más allá de lo que es exigido por la legislación societaria brasileña.

Portobello está administrada por un Consejo de Administración (C.A.) y un Directorio Estatutario, de acuerdo con la Ley de las S.A., con el Nuevo Mercado Bovespa y con el Estatuto Social de la Compañía.

La empresa cuenta con un Consejo Fiscal permanente e independiente que subsidia a la empresa con las informaciones y análisis en esa área, garantizando un mayor control y contribuyendo a las buenas prácticas de gobernanza.

Consejo de Administración

Cesar Bastos Gomes	Consejero Honorário
Claudio Avila Silva	Presidente
Cesar Gomes Junior	VicePresidente
Nilton Torres de Bastos Filho	Consejero
Geraldo Luciano Mattos Junior	Consejero Independiente
Walter Roberto de Oliveira Longo	Consejero Independiente
Glauco José Corte	Consejero Independiente
Marcos Gouvêa de Souza	Consejero Independiente

Diretoria Estatutária

Cesar Gomes Junior	Diretor Presidente
Cláudio Ávila da Silva	Vicepresidente Institucional
Mauro do Valle Pereira	Vicepresidente de Negocios
John Suzuki	Vicepresidente de Operaciones

Conselho Fiscal

Jorge Muller
Maro Marcos Hadlich Filho
Peter Edward Mr Wilson

Cesar Bastos Gomes
Fundador de Portobello

Consejo de Administración
A partir de la izquierda: Marcos Gouvêa de Souza, Walter Roberto de Oliveira Largo, Cláudio Ávila da Silva, Glauco José Côrte, Geraldo Luciano Mattos Júnior, Nilton Torres de Bastos Filho, Cesar Bastos Gomes y Cesar Gomes Junior

Grupo Controlador
El Grupo ejerce la gobernanza familiar en búsqueda de estabilidad y generación de valor a largo plazo para la compañía

Directorio Estatutario
A partir de la izquierda: Cláudio Ávila da Silva, Mauro do Valle Pereira, John Suzuki y Cesar Gomes Junior

Código de Ética

La empresa posee un Código de Ética, compartido con el público interno, que orienta y da transparencia a las relaciones con la Marca. Un Comité de Ética apoya a la gobernanza de la empresa en la aplicación y cumplimiento de los principios éticos.

Estrategia

Estrategia

Además del foco constante y los esfuerzos de mejoría operacional en su negocio multicanal, Portobello definió tres prioridades estratégicas en su Planificación de 5 Años, elaborado en 2017, y se mantiene determinada en su ejecución.

El **Minorista Integrado,** la **Internacionalización** y la **Consolidación** de Pointer, que representa la sesgo de Design Democrático de la marca, orientan la visión de largo plazo de la empresa.

Portobello Shop Recife, PE

Cesar Gomes Junior, Presidente de Portobello, durante el lanzamiento de Portobello America, en Baxter, Tennessee, EEUU

Fábrica Pointer, en Marechal Deodoro, AL

Minorista Integrado y Sistema Pull

102-1; 102-5; 102-9

La evolución del negocio principal de la empresa refleja los cambios contemporáneos del comportamiento de consumo, provocados, principalmente, por las transformaciones digitales.

Un nuevo consumidor, protagonista en el proceso de compra, más empoderado y conectado, demanda más novedades, más posibilidades de personalización, a través de canales físicos y digitales, con facilidad y simplicidad, sin comprometer la sustentabilidad y realizando una buena experiencia con la Marca.

Portobello, que tiene el dominio de la cadena de suministros, de la materia prima al minorista, reorientó su modelo de negocio, de una industria con una red de tiendas a la visión de una red de tiendas integrada con la industria. Esa nueva visión, de Minorista Integrado y Sistema Pull, coloca la punta de la cadena, el mercado, el cliente, como la proa del negocio, como el direccionador de las decisiones y de la gestión de la empresa.

Portobello Shop São José, SC

Minorista Integrado y Sistema Pull

Portobello Shop y Tiendas Propias

Con una red de 140 tiendas, siendo 13 propias, Portobello Shop es la marca líder en el mercado minorista brasileño de revestimientos y ofrece una completa experiencia de compra al arquitecto y al consumidor final.

Es a través de las tiendas que la Marca se conecta directamente con los clientes y alimenta su sistema de informaciones a partir del mercado.

Los grandes formatos de porcelanato y la variedad de productos para personalización demandan mayores espacios para exposición de los productos. Las principales tiendas de la red tienen un área de ventas en el orden de 750 m², con algunas tiendas de 1.000 m².

La expertise del modelo de Mercado Minorista Integrado y Sistema Pull potencia y diferencia la Marca para los homecenters en el mercado interno y externo. Las herramientas y sistemas en las áreas de suministro, re-suministro, logística integrada y punto de ventas son ventajas para todos los canales de distribución de la Marca.

Portobello Shop Santa Mônica, Florianópolis, SC

Espacio Café, en Portobello Shop Florianópolis, SC

Portobello Shop Nilo Peçanha, Porto Alegre, RS

Minorista Integrado y Sistema Pull

Transformación Digital

El desafío de la transformación digital pasa por la visión de omnichannel, o sea, la integración de sistemas y procesos para que el cliente pueda tener mejores experiencias con la Marca tanto en los medios físicos como en los medios digitales. El mapeo de la jornada del cliente y la identificación de los puntos críticos en ese proceso fue el primer paso realizado por la empresa.

La plataforma Archtrends Portobello es la columna vertebral en la producción y distribución de contenido para clientes y especificadores. Un sitio web que reúne tendencias y referencias del segmento y alcanzó, en 2018, el número de 200 mil visitantes únicos por mes.

El principal evento de contenido de la empresa, el Archtrends Summit, realizado en paralelo a Revestir, la principal feria del sector que acontece la segunda semana de marzo en São Paulo, reunió a más de 800 profesionales de arquitectura y design de interiores y fue transmitido en vivo en la plataforma Archtrends a todas las tiendas de la red Portobello Shop.

La transformación digital trasciende a Portobello Shop y genera innovaciones para toda la empresa, pero es en ese canal, la proa de la estrategia de minorista integrado, en el que se ejercita más intensamente.

Workshop de Jornada del Cliente

Archtrends es la columna vertebral de contenido para clientes y especificadores

Internacionalización

203-2

Internacionalizar las operaciones, potenciando la sustentabilidad del negocio expresa una de las prioridades estratégicas de la Marca. El mercado americano fue elegido para el inicio de la internacionalización de la empresa, tanto por ser atractivo comercialmente para el segmento como por lalocalización que viabiliza negocios con Canadá y América Central.

Después de estudios de viabilidad y conocimiento del mercado obtenidos el último año, Portobello America fue presentada a los clientes en diciembre de 2018.

El proyecto está estructurado para la implantación en etapas, inicialmente el foco es la distribución, a través de sourcing global que incluye a Brasil, Europa y Estados Unidos, seguido por una producción local propia.

Ambiente con portfolio exclusivo Portobello America

Directorio de Portobello durante el comunicado oficial de lanzamiento de Portobello America en Tennessee, EEUU

Showroom Portobello America, en Pompano Beach, Florida

Consolidación Pointer

Ser la mejor opción de design democrático en el mercado brasileño, a través de la marca Pointer completa las prioridades estratégicas de Portobello. La marca Pointer, con operación inicial en la región Nordeste y unidad productiva en Marechal Deodoro (AL), completó su 3° año de operación en 2018 aplicando las ventajas de Design Democrático.

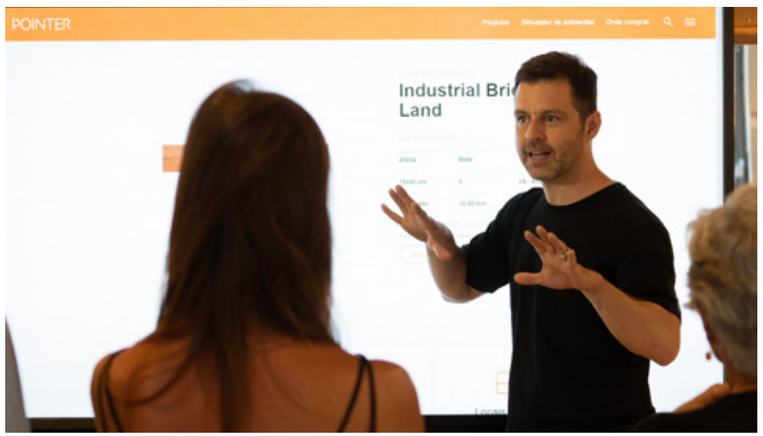
Pointer adopta la distribución multicanal así como Portobello, teniendo al mercado minorista multimarcas como el canal que mejor permite ejercitar la accesibilidad de la marca, complementado por la venta directa al mercado inmobiliario, por las exportaciones y por un piloto en la red Portobello Shop.

El negocio alcanzó su equilibrio operacional el último año, gracias, además de la madurez natural de una nueva empresa, a la calificación del portfolio. El lanzamiento de la categoría Supercerámico, con productos en grandes formatos y acabamiento rectificado en cerámica, fue un punto destacado de la marca.

La conexión digital es la base de la estrategia de comunicación y marketing de Pointer. La marca se propone ser el arquitecto de las personas que planean y ejecutan sus proyectos sin la ayuda directa de ese profesional y, para eso, dispone de informaciones y herramientas en las redes y en tótems digitales en las principales tiendas de sus clientes.

Linea Pointer Bianco Gioia

Preview Pointer 2018



Arquitecto Maurício Arruda, socio Pointer, presenta herramienta digitales de la marca

Marcas

Marcas

Portobello

102-2

Es la marca de design que crea y distribuye productos y servicios contemporáneos de revestimiento para personas y empresas que buscan la viabilización de proyectos y sueños con originalidad, calidad y a un precio justo.

Officina Portobello

Soluciones únicas en el arte de la porcelanatería. Combinación de maestría artesanal y tecnología de punta para bancadas, cortes especiales, objetos de design y mobiliario.

Portobello shop

Portobello Shop es la red minorista especializada en revestimientos cerámicos y complementos, que ofrece una experiencia de compra diferenciada en la tienda y en los ambientes digitales, para especificación y compra de productos Portobello.

Portobello America

Marca con know-how Portobello y ADN americano, que crea, produce y distribuye soluciones completas y competitivas de revestimiento.

POINTER

Pointer produce y distribuye revestimientos para personas que buscan soluciones con design, calidad y precio competitivo.

Ventajas Corporativas	Marca Producto Logística Confiabilidad en las relaciones				
Ventajas del Negocio	Multicanal Arquitectos y Designers	Personalización Arquitectos y Designers El Arte de la Porcelanatería	Experiencia de Compra	Orientada por el Mercado Conexión Digital	Conexión Digital Calidad Precio Competitivo

Modelo Multicanal Portobello

102-6

80% Mercado Interno

1/3 PortobelloShop | 1/3 Home Centers | 1/3 Engenharia

20% Mercado Externo

Mercado Externo

Principales Mercados

Exportación a más de **60 países**

Portobello Shop São José, SC

Preview Revenda Revestir 2018

Sistema de fachada ventilada, exclusivo del canal Ingeniería

Ciclo de la Innovación

Proceso de Desarrollo de Productos

Un grupo multidisciplinario de profesionales hace encuetas, interactúa con los principales intérpretes del mercado, realiza clínicas de producto y coordina viajes de estudio para los principales eventos del segmento. Todas las informaciones son organizadas, pasan por un análisis crítico del grupo y apoyan el proceso de desarrollo de nuevos productos, además de innovaciones en otras áreas que mejoran la experiencia del cliente.

ENCUESTAS
Tendencias de Comportamiento
Tendencias de Design

POSICIONAMIENTO
La mirada de la marca

ARQUITECTOS
Viajes de Investigación
Clínicas de Producto

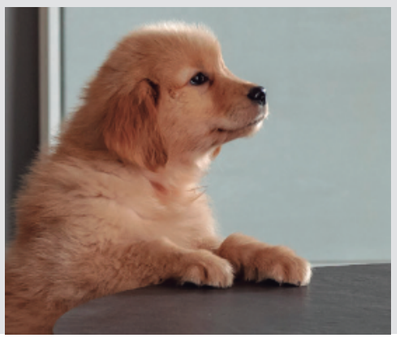
INNOVACIÓN
Tecnología y Recursos

PLAN DIRECTOR

PIPELINE DE LANZAMIENTOS

CREACIÓN Y DESARROLL

NUEVA COLECCIÓN



Ciclo de la Innovación

NRF - National Retail Federation

(Estados Unidos, enero/2018)

Un grupo de estudio de Portobello, incluyendo ejecutivos y franquiciados, participó de la principal feria minorista del mundo realizada en Nueva York, donde pudieron también conocer cases de éxito in loco.

Salón del Mueble y Semana del Design de Milán

(Italia, abril/208)

El equipo creativo de Portobello junto con participantes del programa de relación Portobello Más Arquitectura, se reunió en un viaje de estudios para captar las principales tendencias de la Semana del Design de Milán e iSaloni, mayor feria del sector. Las percepciones, fruto de múltiples miradas, fueron compiladas en un trendbook lanzado por la Marca.

Colectivo Creativo Islandia

(Islandia, mayo/2018)

En 2018, el destino de la segunda edición del Colectivo Creativo fue Islandia. La iniciativa reunió a 17 profesionales renombrados de la arquitectura y design nacional para un viaje de inmersión con el objetivo de realizar una investigación para el desarrollo de nuevos productos en sociedad con la Marca.

Ciclo de la Innovación

FOTO: LUIZA VEGINI

Cersaie

(Italia, setiembre/2018)

El equipo técnico de la empresa y un grupo de arquitectos del programa de relación Portobello Más Arquitectura, viajó para Boloña para acompañar a Cersaie, el mayor evento internacional que presenta las tendencias de design en revestimientos y mobiliario de baño.

Bienal de Arquitectura en Venecia

(Italia, mayo a noviembre/2018)

Después de la participación en Cersaie, la delegación de Portobello visitó la 16a edición de la Bienal de Arquitectura en Venecia. Los puntos altos de la muestra, con el tema Freespace, fueron compartidos por el equipo a través de conferencias presenciales en la sede de la empresa.

Clínicas de Producto

En 2018 se realizaron 20 clínicas de producto con la participación de 460 profesionales de la arquitectura. Las clínicas posibilitan oír directamente a los profesionales sobre tendencias, gaps del portfolio, necesidades de mejoría en productos y servicios y demandas técnicas, además de la realización de talleres creativos para la generación de ideas para nuevos productos.

Portobello Más Arquitectura

Es a través de la arquitectura que el design de la marca se transforma en un ambiente concreto.

La idea, el proyecto, la especificación, la ejecución y la decoración del ambiente son las etapas para que el design, el producto Portobello, se transforme en la materialización del sueño del cliente.

Esa dinámica hace de la arquitectura una parte esencial del negocio Portobello. Por eso la relación de Portobello con los profesionales de esa área es tan cercana y tan intensa. El papel del profesional de Arquitectura es una parte fundamental del negocio Portobello y son varios los aspectos en los que se manifiesta esa relación.

El primer aspecto, y uno de los más importantes, es la experiencia del cliente acompañado por un profesional. Portobello entiende que, la interpretación de las demandas del cliente, la correcta especificación técnica y estética, el proyecto de paginación y el acompañamiento de la ejecución valorizan mucho esa experiencia y, por eso, invierte en condiciones y herramientas de soporte para el profesional y su cliente.

El profesional de arquitectura tiene la posibilidad de ser remunerado por la especificación de productos Portobello en el valor del 2% sobre eltotal de las compras. Esa remuneración se le acredita al profesional que cumpla requisitos formales y legales. Y el cliente acompañado por un profesional de arquitectura tiene un descuento sobre el total de las compras también del 2%.

Portobello Más Arquitectura

La remuneración del profesional por la especificación no impacta la condición comercial para el cliente. La política de precios es única y las variaciones regionales acontecen, sólo, conforme a las reglas fiscales y las condiciones logísticas.

La remuneración del profesional por la especificación no impacta la condición comercial para el cliente. La política de precios es única y las variaciones regionales acontecen, sólo, conforme a las reglas fiscales y las condiciones logísticas. Otro aspecto importante en la relación de Portobello con la arquitectura es el intercambio de conocimiento entre la marca y los profesionales. Un círculo virtuoso se forma a partir de esa dinámica.

Los profesionales, que alían su expertise y potencial creativo al hecho de representar la voz de los clientes, colaboran en el desarrollo de nuevas soluciones y productos y apalancan la innovación de la marca. Portobello proporciona un contexto favorable al intercambio de experiencias, ya sea en los viajes de estudios, visitas a la fábrica, en las clínicas de producto, eventos con especialistas o en la disposición de contenidos relevantes para la arquitectura.

El reconocimiento y la valorización del trabajo de los profesionales componen el tercer aspecto de la relación Portobello Más Arquitectura.

Portobello cree que, reconocer los mejores trabajos, promover su divulgación y apoyar iniciativas de desarrollo de la arquitectura, colaboran a la evolución de ambos. Los arquitectos son reconocidos con viajes de estudio como el Colectivo Creativo, con la participación en los eventos Archtrends y con una premiación anual donde la empresa homenajea a los mejores profesionales en una fiesta realizada durante la semana de la feria Revestir en São Paulo.

Ceremonia de Premiación Portobello Más Arquitectura

Fiesta después de la Premiación

Principales Eventos

Revestir

Transamérica Expocenter
São Paulo, SP, 13 al 16 de marzo

- Participantes: 11.000 en el stand
- Clientes Internacionales: 427
- Arquitectos: 2.743

Evento Paralelo

Rooftop JK Iguatemi
São Paulo, SP, 11 al 16 de marzo

- Participantes: 4.174
- Clientes Internacionales: 427
- Arquitectos: 2.743

Coverings

Georgia World Congress Center (GWCC)
Atlanta, EEUU, 8 al 11 de mayo

- Participantes: 100
- Clientes Internacionales: 80 clientes, 25 de países como EEUU, Canadá y América Central

Lanzamiento Supercerâmico Pointer

Hotel Summerville, Porto de Galinhas, PE, 17 de setembro

- Participantes: 150

Convención Portobello Shop

Infinity Blue
Balneario Camboriú, SC, 14 al 17 de agosto

- Participantes: 220

Evento Lanzamiento Portobello America

Boca Raton Resort & Club
Pompano Beach, Florida, EEUU, 5 al 7 de diciembre

- Participantes: 170
- Clientes Internacionales: 75

Sustentabilidad

Sustentabilidad

102-12

El ambiente en el que vivimos es la esencia de nuestro negocio

En un mundo donde la globalización es una realidad de impacto universal, presentarse conectada a las tendencias actuales, pero al mismo tiempo reflejar el contexto local, es uno de los objetivos de Portobello.

Soluciones pensadas para atender al público a través de la unión de los pilares Social, Ambiental y Económico, que componen la Política de Sustentabilidad de Portobello y están vinculados directamente al desarrollo sustentable y al crecimiento equilibrado en estas tres esferas.

Respetar el medio ambiente y preocuparse con la sociedad donde está insertada forman parte de estos procesos. A partir del abordaje de los Objetivos de Desarrollo Sustentable (ODS), la marca Portobello, con participación de sus colaboradores, socios, proveedores y la comunidad, tratará de temas como estándares de producción y consumo sustentables, salud y bienestar y promoción de oportunidades de aprendizaje.

La empresa es signataria del movimiento Nosotros Podemos Santa Catarina, cuyo objetivo es facilitar la incorporación de los Objetivos de Desarrollo Sustentable (ODS) en la práctica de personas y organizaciones catarinenses.

Así, Portobello fortalece aún más el compromiso de una actuación sustentable y alineada al mercado, incorporando los ODS en sus actividades.

Área yá explotada por la minería y recuperada ambientalmente, en Canoinhas, SC

Materialidade

102-40; 102-42; 102-43; 102-44; 102-46; 102-54

Hace tres años, después de consulta a sus públicos estratégicos, la empresa definió los temas de mayor relevancia y prioridad en el contexto de la sustentabilidad.

Son ocho temas que abarcan 18 aspectos materiales y direccionan la gestión de la sustentabilidad en Portobello.

TEMA MATERIAL (102-47)	**IMPORTANCIA** (103-1-a)	**QUIÉN ES IMPACTADO** (103-1-b ; 103-1-c)	**NORMAS GRI**	**INDICADORES**
Gobernanza y Transparencia	Visibilidad a los stakeholders, gestión de la imagen y reputación, ética y prácticas anticorrupción	Liderazgo y Gobiernos Locales	Conformidad Socioeconómica	419-1
Excelencia en la Gestión de las Ventajas (Marca, Modelo Logístico y Distribución Multicanal)	Gestión conservadora en tiempos de crisis, ampliación de las ventajas competitivas, gestión de las marcas	Proveedores, unidades operacionales, empleados, operadores logísticos y mercado minorista	Desempeño Económico Marketing y Rotulación	201-1 416-1
Innovación en Productos	Demanda por productos sustentables, buscar diferenciación de los productos, posicionamiento en el mercado	Unidades operacionales, empleados y clientes	-	102-43
Cadena de Suministros Sustentable	Rastreabilidad y origen de las materias primas, desarrollo de proveedores, responsabilidad y riesgos en la cadena	Proveedores y Unidades Operacionales	Materiales Productos y Servicios Biodiversidad Evaluación Ambiental de Proveedores Evaluación Social de Proveedores	301-2 301-3 304-2 308-2 409-1 414-2
Excelencia Operacional	Presión hídrica, alta demanda energética, concepto ya implantado en la nueva planta	Unidades Operacionales, Comunidades Locales y Empleados	Energía Agua Emisiones Efluentes y Residuos	302-1 ; 302-3 303-1 ; 303-3 305-1 306-1 ; 306-2
Desarrollo y Gestión de Personas	Tema es transversal a varios aspectos, capital humano considerado estratégico, necesidad de ampliar el clima organizacional	Empleados y Mercado Minorista	Entrenamiento y Educación Mecanismos de Quejas Empleo	404-1 ; 404-3 103-2-c-vi 401-2
Salud y Seguridad en el Trabajo	Cultura de seguridad, prácticas bien establecidas, atención en la actividad fabril	Proveedores, Unidades operacionales, empleados y operadores logísticos	Salud y Seguridad en el Trabajo	403-1 ; 403-2
Proximidad y Participación en la Comunidad	Fuerte relación con las comunidades (Tijucas y Marechal Deodoro), licencia social para operar y alineamiento de expectativas, impacto en el ambiente de trabajo	Comunidades locales y Empleados	Comunidades Locales Impactos Económicos Indirectos	413-1 203-2

Directrices de la Sustentabilidad

Responsabilidad Social

Nuestra Gente

Principios Estratégicos:

- Promover salud, seguridad, bienestar y desarrollo de las personas;
- Priorizar a los niños y el deporte en los proyectos sociales;
- Ser colaborador de la comunidad apoyando buenas iniciativas de responsabilidad social;
- Incentivar la cultura y la participación de sus colaboradores en acciones de voluntariado social.

Responsabilidad Ambiental

Nuestro Producto

Principios Estratégicos:

- Ejercitar el design y la innovación sustentables;
- Potencializar la sustentabilidad del material cerámico;
- Cultivar y apoyar las buenas prácticas de protección al medio ambiente.

Responsabilidad Económica

Nuestro Negocio

Principios Estratégicos:

- Comprometerse con la excelencia de los resultados;
- Crear condiciones de generación de valor para todos;
- Invertir en buenas prácticas de gestión y gobernanza, priorizando la meritocracia.

Destacados

	2014	2015	2016	2017	2018
SOCIAL					
Número de empleados	2.835	2.996	2.998	2.770	3.240
Número de horas entrenamiento (h)	28.000	29.070	12.000	35.000	36.000
Programas Sociales (R$)	1.352.940	1.558.266	1.107.950	1.559.449	1.416.750

Destacados

	2014	2015	2016	2017	2018
AMBIENTAL					
Emisiones directas de gases de efecto invernadero (KgCO2eq))/m²	4,82	4,96	5,38	5,77	5,96
Destinación de residuos (kg/m²)	1,14	0,46	0,18	0,20	0,22
Consumo de energía (GJ/m²)	132,05	135,47	128,99	129,34	134,86
Volumen de agua captado (L/m²)	11,27	12,67	11,32	11,58	13,28

Destacados

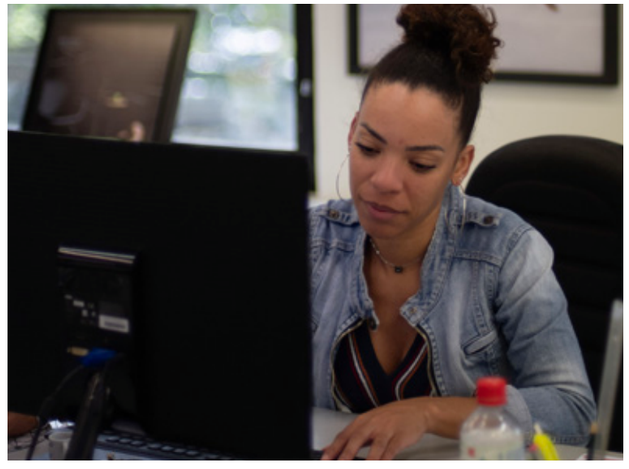
	2014	2015	2016	2017	2018
ECONÔMICO					
Ingreso Bruto (R$ Mil)	1.200.814	1.345.015	1.301.050	1.277.945	1.321.346
Ingreso Líquido (R$ Mil)	949.147	1.060.395	1.016.400	1.023.937	1.054.190
Lucro Bruto (R$ Mil)	357.218	396.202	363.202	417.020	405.600
Margen Bruto	37,60%	37,40%	35,70%	40,70%	38,50%
EBITDA (R$ Mil)	175.971	166.748	75.808	149.006	288.013
Lucro Líquido (R$ Mil)	93.484	52.673	2.142	64.170	134.311
Deuda Líquida (R$ Mil)	350.852	501.654	464.241	394.367	472.188
Inversiones (R$ Mil)	75.880	9.999	25.387	46.528	63.000
Impuestos (R$ Mil)	276.383	294.408	286.525	286.304	336.575
Dividendos (R$ Mil)	45.133	12.505	505	30.464	31.892

Nuestra Gente

Nuestra Gente

Nuestro éxito depende fundamentalmente de las personas. De las mejores personas, con talento y voluntad de hacer siempre más y mejor. Personas a las que les guste un ambiente desafiador y competitivo, que busquen eficiencia, inspiren a sus compañeros y diseminen nuestra cultura de evolucionar siempre.

Portobello entiende que un buen ambiente, en el trabajo, con la familia y en la sociedad, es fundamental para que las personas puedan tener un buen desempeño profesional, y tiene el compromiso de proporcionar condiciones para un ambiente de trabajo seguro, motivador y con buen clima organizacional, así como ejercitar su papel de participar activamente de las iniciativas sociales de los colaboradores y de las comunidades en las que está inserta.



Perfil de los Colaboradores

102-7

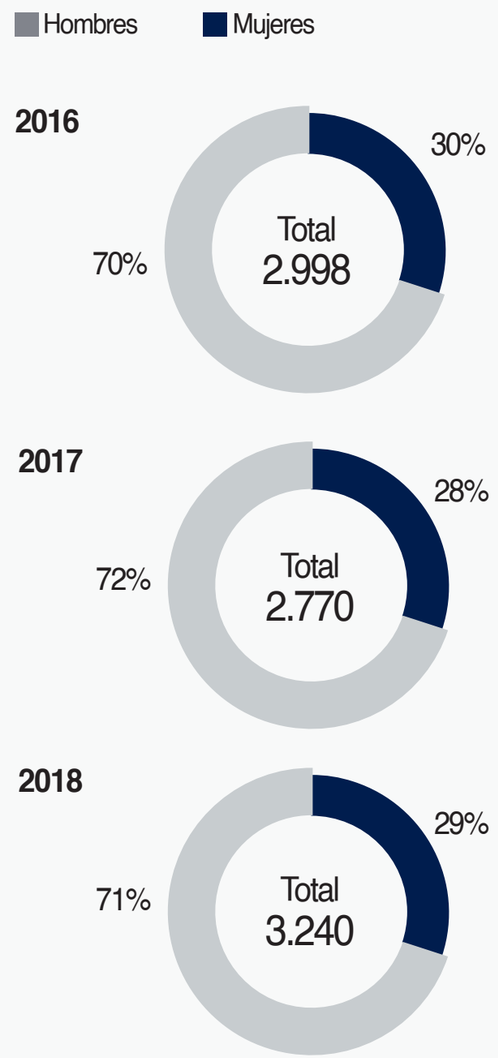
En 2018 tuvimos:

121
colaboradores portadores de necesidades especiales

120
jóvenes aprendices

36
pasantes

Números de empleados (colaboradores por género)



Salud y Seguridad

La empresa cree que la salud y la seguridad son interdependientes y que los entrenamientos técnicos y de concientización son clave para la mejoría de los indicadores en ambas áreas.

- El DDS (Diálogo Diario de Seguridad) es un entrenamiento de concientización con contenidos diarios enviados a todos los colaboradores y, en las fábricas y parte de las áreas administrativas, los gerentes y coordinadores discuten sobre el tema del día con el equipo.

- El Abordaje Comportamental es una práctica donde los gestores identifican desvíos de conducta en su equipo y reorienta el comportamiento y que se aplica desde 2016. En 2018 el Abordaje Comportamental, ya realizado por los gerentes y coordinadores, fue extendido a los líderes de producción.

% Entrenamientos (Horas Entrenadas/Horas Trabajadas)

	2016	2017	2018
Brigada de Incendio	0,04%	0,05%	0,04%
DDS	0,76%	0,68%	0,71%
EPI	0,02%	0,03%	0,03%
Ergonomía	0,01%	0,01%	0,01%
Legislación (NR) y Procedimientos	0,11%	0,14%	0,21%
Temas Diversos de Salud y Seguridad	0,39%	0,50%	0,86%
Tránsito	0,00%	0,01%	0,01%
Entrenamiento Comportamental	0,04%	0,09%	0,05%
Total	**1,37%**	**1,50%**	**1,92%**

Salud y Seguridad

403-1

La gestión eficiente de las políticas y herramientas de salud y seguridad es indispensable para alcanzar y sustentar las mejorías. La empresa cree que la salud y la seguridad son responsabilidad de todos, por eso la gestión incluye políticas corporativas y análisis de indicadores centralizados, combinado con la aplicación de las políticas y control de los números implementado por el liderazgo de cada área. Los comités de Salud y Seguridad en el Trabajo (SST) apoyan la gestión:

Comité Ejecutivo de SST

Con la participación del directorio ejecutivo de la empresa, el comité es accionado para decisiones de alta relevancia y casos críticos.

Comité de Gestión de SST

Participan los directorios de producción y de gente y gestión y los liderazgos de las áreas de seguridad y sustentabilidad, industrial, manutención, supply y recursos humanos. El grupo es responsable por analizar los indicadores, evaluar las investigaciones y causas de los accidentes y proponer mejorías sobre el tema.

Subcomité de Gestión de SST

Realizado en las áreas industriales y de supply, donde el liderazgo de cada área discute los indicadores, evalúan los accidentes y proponen mejorías, específicamente para sus unidades.

Comité de Seguridad Organización y Limpieza

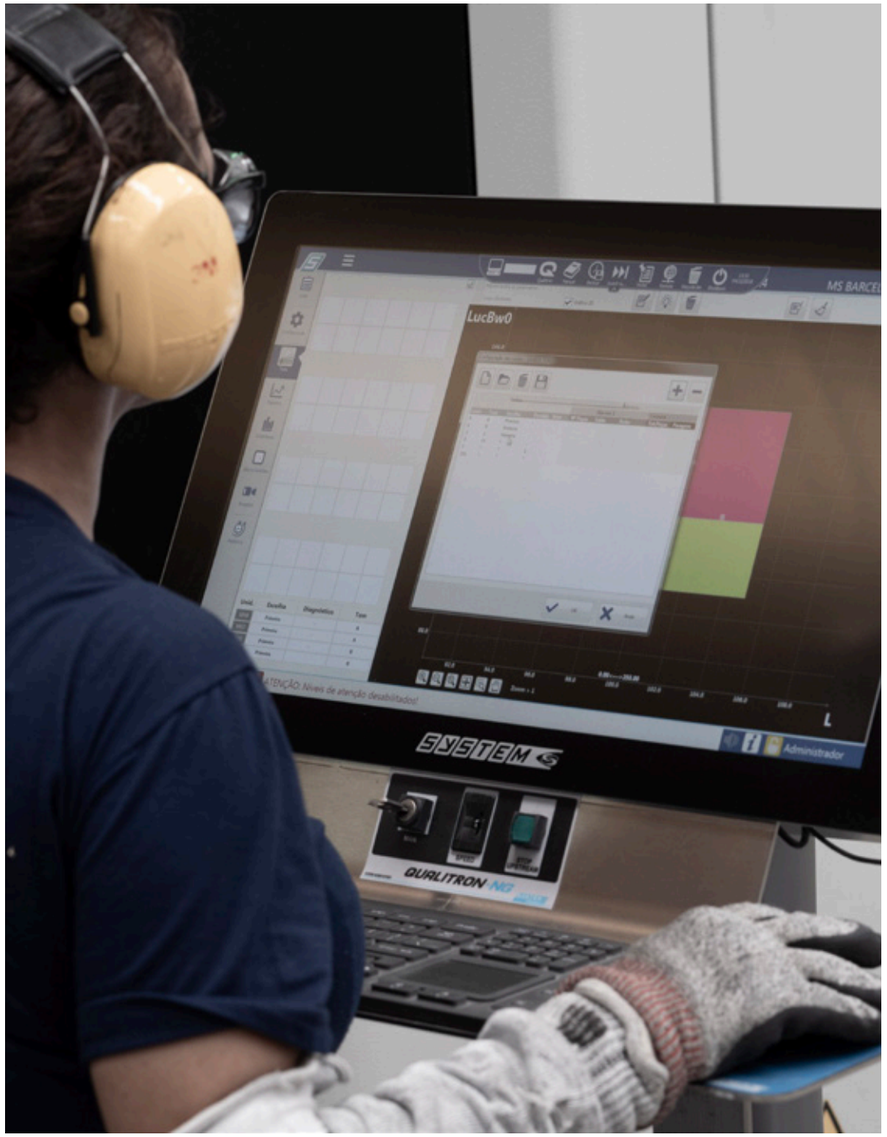
Con el objetivo de fiscalizar y orientar para que las áreas estén siempre limpias y organizadas, los gerentes de producción, supply, seguridad y sustentabilidad, manutención y representantes de la CIPA y del área de medio ambiente realizan rondas semanales en las áreas.

Comité de Ergonomía

Formado por colaboradores de la empresa para estudiar, comprender, acompañar y evaluar la eficacia de las sugestiones propuestas por el Análisis Ergonómico del Trabajo. El comité tiene por objetivo hacer el ambiente de trabajo más seguro, confortable y más adecuado para que los trabajadores desempeñen bien sus funciones.

CIPA (Comisión Interna de Prevención de Accidentes)

Atendiendo a los requisitos legales, la CIPA está compuesta por representantes de diversas áreas, representando al 100% de los colaboradores de la empresa, siendo parte electa, a través de voto electrónico desde 2016, y parte indicada por el directorio de la empresa. La CIPA actúa en prevención y corrección de accidentes realiza campañas durante el año. En 2018 los temas fueron ergonomía, comportamiento y uso correcto del celular. Las unidades de Tijucas (SC) y Marechal Deodoro (AL) poseen CIPAs independientes.



Colaboradora opera una de las estaciones de control de la línea de producción de Portobello

Salud y Seguridad

SIPAT
Semana Interna de Prevención de Accidentes de Trabajo

Evento realizado anualmente y que involucra a todos los colaboradores, incluyendo las unidades de Tijucas (SC) y Marechal Deodoro (AL), entre los días 20 y 24 de agosto con el tema “Yo Hago Acontecer”, que coloca a las personas como protagonistas de sus vidas, destacando las actitudes relacionadas a la salud y la seguridad. Una campaña de comunicación antecedió la realización de la SIPAT y fortaleció el mensaje tema.

En 2018 la participación de los colaboradores en la unidad de Tijucas (SC) fue record:

1.718
personas participaron de las actividades.

Conferencias de la SIPAT 2018

Conferencia de apertura SIPAT 2018

SIPAT 2018 Pointer

Campaña “Yo Hago Acontecer”, SIPAT 2018

Salud y Seguridad

403-2

Tasas de salud y seguridad de trabajadores (empleados propios y tercerizados), por región	Portobello			Pointer		
	2016	**2017**	**2018**	**2016**	**2017**	**2018**
Tasa de lesiones	52,2	39,6	40,9	48,3	40,9	68,8
Tasa de enfermedades ocupacionales	41,1	35,0	4,5	7,7	4,5	0,0
Total de días perdidos	361	251	228	101	77	0
Tasa de absentismo (%)	0,93%	0,87%	0,75%	1,00%	0,75%	0,59%
Total de óbitos	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**

La promoción de la salud y bienestar para sus colaboradores a través de recursos y beneficios para cuidados con la salud y campañas de concientización refuerza el compromiso de Portobello con el tema:

Programa Respiración

Después de una campaña de concientización, en 2018, las instalaciones de Portobello quedaron libres del cigarrillo.

Ergonomía

Los Grandes Formatos (120x120cm) producidos por la empresa a partir de 2018 fueron responsables por adecuaciones en las actividades y equipos de la fábrica.

Campaña Trimestre Colorido

Octubre Rosa con el tema Cáncer de Mama, Noviembre Azul con el tema Cáncer de Próstata y Diciembre Rojo con el tema SIDA.

Campaña de Vacunación

Inmunización contra gripe en la unidad Tijucas (SC) y contra hepatitis y tétano en la unidad Marechal Deodoro (AL).

Subsidio al Plan de Salud, Asistencia Farmacia y Odontológica y Ambulatorio Médico para todos los colaboradores.

Programas Sociales

413-1

Portobello cree que al priorizar a los niños y al deporte está ayudando a construir un futuro mejor, por eso mantiene programas permanentes y apoya iniciativas en esa área.

Programa Crecer

Realizado en acuerdo con la ADEC (Asociación Deportiva de los Ceramistas del Valle del Rio Tijucas) y SESI/SC, el programa atiende a cerca de 200 niños y adolescentes de la comunidad de Tijucas, con una programación de deportes y actividades educacionales para desarrollar atributos como disciplina, cooperación y respeto, buscando la formación de un ciudadano consciente.

El Programa Crecer dio a Portobello el **Premio Empresa Ciudadana ADVB/SC** en la categoría Participación Comunitaria, que reconoce a las empresas catarinenses referentes en Responsabilidad Social.

Coro Anjos Luz

Programa creado por la empresa hace más de 13 años que desarrolla la habilidad musical en 35 niños de 5 a 14 años que forman parte de la comunidad de Tijucas (SC). El coro participa de presentaciones en la empresa y en la comunidad.

La práctica deportiva es una de las actividades del Programa Crecer

Acompañamiento Pedagógico es uno de los beneficios del Programa Crecer

Presentación del Coro en la Convención de Franquiciados 2018

Coro Anjos Luz dirigido por el maestro

Programas Sociales

Programa de Voluntariado

Portobello cree que, juntos, es posible, siempre, hacer más y mejor, por eso incentiva y participa de acciones voluntarias de iniciativa de los colaboradores. En 2018 el programa contó con la participación de 217 colaboradores en diversas acciones internas o para la comunidad. El grupo de voluntarios participa de actividades en la Fiesta del Trabajador, en la Fiesta de los Niños y eventos en la comunidad, además de liderar las campañas del Navidad Voluntaria, Campaña del Abrigo e incentivar la Donación de Sangre.

Navidad Voluntaria

Donación de Sangre

Pascua Voluntaria

Programas Sociales

Apoyo a través de Leyes de Incentivo

La empresa destina los recursos incentivados a las acciones relacionadas a la salud, bienestar y deportes en las comunidades donde actúa. En 2018 fueron apoyados:

Proyecto 4ª Acción Cultural

Iniciativa de la comunidad de Tijucas (SC) que ofrece talleres de cine, teatro y circo para niños, adultos y personas de la 3a edad.

Laringe Electrónica

Una Voz Posible: Realizado por la ACBG (Asociación Cáncer de Boca y Garganta) y AMUCC (Asociación de la Mujer Catarinense Portadora de Cáncer), atendió a 350 pacientes de cáncer que necesitaban una laringe electrónica.

Estudio de Pilates en el Hogar Santa María de la Paz

La institución que abriga a 60 ancianos en Tijucas (SC) implantó el pilates como actividad física.

Hapkido para Todos

Programa que, a través de la enseñanza de esa arte marcial coreana, atendió a 168 niños, adolescentes y jóvenes de 6 a 18 años, en situación de vulnerabilidad social. Con duración de 2 años, los atletas del Hapkido para Todos ya participaron de competiciones como la Copa de Brasil y el Pan y Sud Americano, además de haber conquistado 11 vacantes en la Selección Brasileña.

4ª Acción Cultural

Estudio de Pilates en el Hogar Santa María de la Paz

Hapkido

Eventos

Portobello promueve eventos que refuerzan la ciudadanía de los colaboradores y la participación de familiares ya sea en conmemoraciones, o ya sea a través del deporte.

Olimpíadas Bello

A partir del incentivo al deporte, colaboradores, familiares y participantes del Programa Crecer participan del evento que ya está en su 12o Edición. Realizado en colaboración con la ADEC (Asociación Deportiva de los Ceramistas del Valle del Rio Tijucas), las Olimpíadas Bello cuentan con 14 modalidades y acontecen durante todo el mes de Abril.

Fiesta del Trabajador

Organizada y realizada con el apoyo de los Voluntarios Portobello, el tradicional evento tuvo la participación de 2.504 personas, entre colaboradores y familiares.

Fiesta de los Niños

Evento que aconteció en las unidades de Tijucas (SC) y Marechal Deodoro (AL), con la realización apoyada por los Voluntarios Portobello, reunió colaboradores, participantes de los programas sociales y sus familiares y ofreció actividades lúdicas, juegos y presentaciones culturales.

Conmemoración del Equipo Vencedor de las Olimpíadas Bello

El Ciclismo es una de las modalidades de las Olimpíadas

Pintura facial, en la Fiesta del Día de los Niños

Fiesta del Trabajador

Eventos

Visita Comunidad

Ocurrió el día 28 de junio una reunión con la comunidad de Tijucas. Cerca de 50 personas, entre autoridades, ejecutivos, y liderazgos participaron de una charla preparada para la divulgación del escenario actual de la empresa, los planes para el futuro, proyectos sociales y avances ambientales de Portobello.

Visita Familiares

El día 16 de junio la empresa realizó un evento especial de aniversario. Los colaboradores y sus familiares fueron invitados a conocer varias áreas de la empresa. En total, 54 personas participaron de la iniciativa y pudieron conocer un poco más sobre Portobello.

Donaciones

En 2018 Portobello donó 21.600 m2 de revestimientos a 53 instituciones que atendieron los requisitos de su Política de Donaciones de Revestimientos. Las tiendas de la red Portobello Shop realizaron diversas donaciones en las comunidades donde actúan, ampliando el alcance social de la marca.

Visita de los Familiares

Visita de la Comunidad

Reconocimiento

Portobello recibió, por 2º año consecutivo, el Certificado de Responsabilidad Social, de la Asamblea Legislativa del Estado de Santa Catarina, destinado a las empresas referentes en adoptar la Responsabilidad Social en sus Políticas de Gestión.

Gestión de Personas

La **Meritocracia** forma parte de los Principios de Gestión de la marca, que cree y ejercita el reconocimiento de sus colaboradores en la proporción de sus entregas.

Para eso el sistema de gestión de personas está estructurado en capacitación, evaluación de desempeño y reconocimiento.

Alineamiento y capacitación técnica, comportamental y operacional son la base para la calificación de los profesionales Portobello. Las Competencias Organizacionales y de Liderazgo orientan el perfil de los profesionales y los contenidos de los entrenamientos.

404-1

En 2018 fueron realizadas:

36 mil
horas de entrenamientos

800
horas más que el año anterior

Gestión de Personas

Alineamiento

Conocer los objetivos y metas de la organización es una práctica en la empresa y el año termina con una revisión de los resultados y presentación de los desafíos del año siguiente. Todas las metas están disponibles online para todos los colaboradores.

Competencias Portobello

Organizacionales

- Foco en el Resultado
- Actitud de Dueño
- Innovación

Liderazgos

- Desarrollo de Talentos
- Búsqueda por la Competitividad
- Foco en el Cliente
- Agilidad en la Gestión
- Valorización de las Diferentes Opiniones

Gestión de Personas

Capacitación

Programa Mentoring

Los profesionales con potencial de ascenso pasan por ciclos anuales de mentoring con compañeros que están 1 o 2 niveles jerárquicos arriba.

Líder del Futuro

Programa de inmersión de desarrollo de liderazgo para gestores. 95 profesionales ya participaron.

Portal EAD

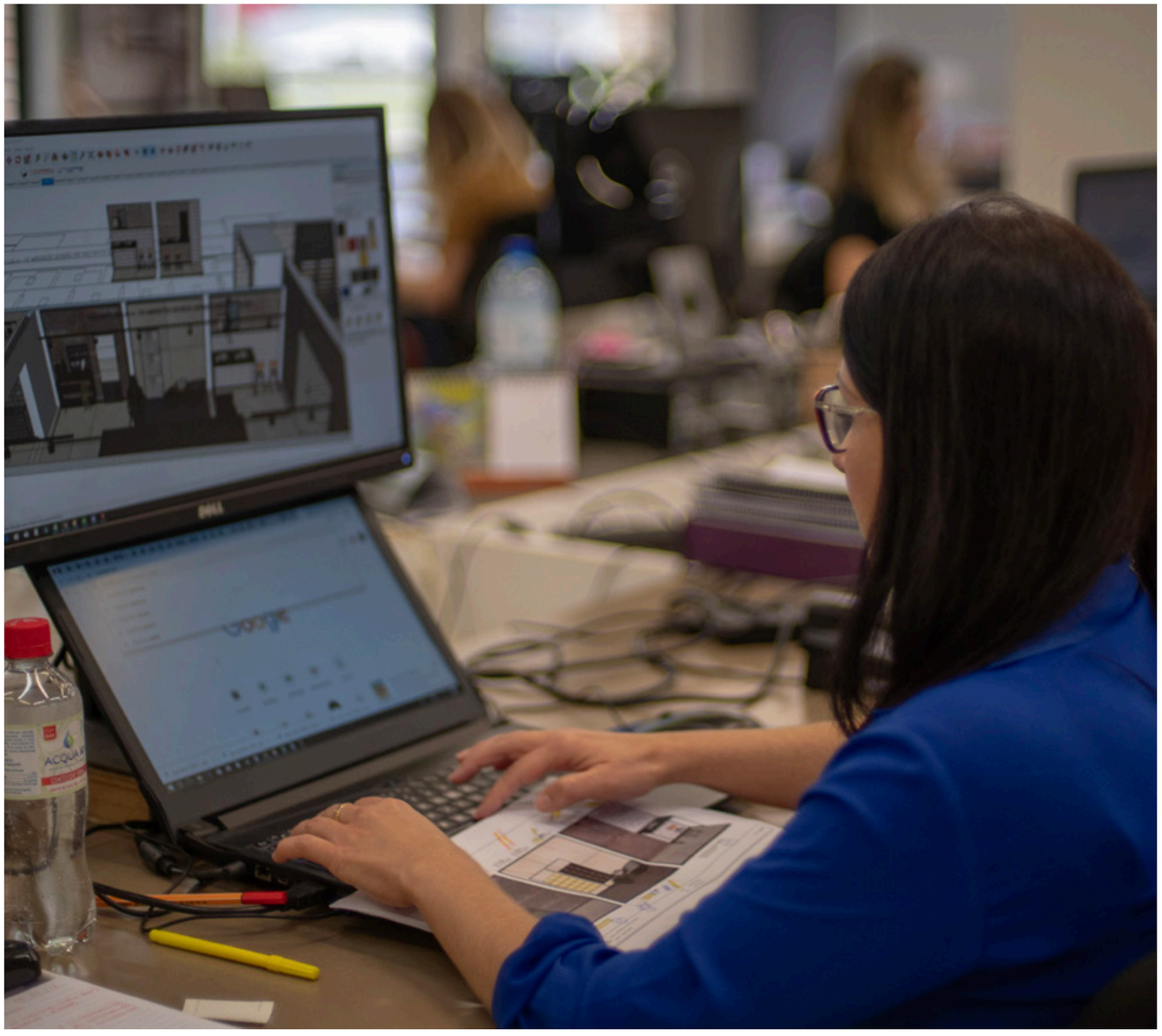
Con foco en el Equipo Comercial, más de 2.000 profesionales de los canales Reventa, Ingeniería y Portobello Shop, se capacitan en temas técnicos, relacionados a los productos y a la atención.

Minorista

Ciclo de conferencias para el desarrollo de la cultura minorista en la empresa.

Evaluación de Desempeño

Portobello evalúa el desempeño de sus líderes en 180° y utiliza los resultados para evaluar las oportunidades de desarrollo e identificar los mejores talentos. Una plataforma online orienta las evaluaciones a través de 43 comportamientos esperados de los profesionales Portobello y, al final del proceso los resultados son discutidos en grupos presenciales. Portobello conquistó el Premio Ser Humano 2018 de la ABRH (Asociación Brasileña de Recursos Humanos), en la modalidad Gestión de Personas y Desarrollo, por su Sistema de Evaluación de Desempeño.



Nuestro Producto

Nuestro Producto

Destaques de Ecoeficiencia

Design e innovación buscando soluciones más sustentables y una efectiva política de gestión ambiental en toda la cadena de suministros materializan el compromiso de la empresa con el medio ambiente.

Reducción de la distancia media entre los yacimientos y la industria

100% Circuito Cerrado de Agua en el Proceso Productivo

100% Gas Natural en hornos y secadores en Tijucas (SC)

Inversiones en productos de **Espesura Reducida**

Reducción del consumo de agua con la nueva **Rectifica a Seco**

99,9% de los Residuos fueron reutilizados o reciclados

1800m³ de agua fueron economizados en el consumo humano con la Campaña “Agua, Cuídela usted también”

Priorización de **Estrategias Digitales** en Marketing y Comunicación

Reducción del impacto ambiental con sistema a seco y reaprovechable

36 Obras de Fachada Ventilada hasta 2018.

Material Cerámico

416-1

Alternativa más sustentable

La evolución del design y de la tecnología posibilita que la cerámica y el porcelanato reproduzcan materiales como madera, mármol y otras piedras naturales, con características técnicas más adecuadas para el uso como revestimiento y menor impacto ambiental.

Madera en porcelanato
Salvando árboles

Mármol en porcelanato
El 99% de aprovechamiento de la materia prima en comparación al 50% de aprovechamiento en el mármol extraído

Piedra natural en porcelanato
Espesuras reducidas que disminuyen el impacto en toda la cadena, facilitando también la manipulación y la aplicación

Grandes Formatos

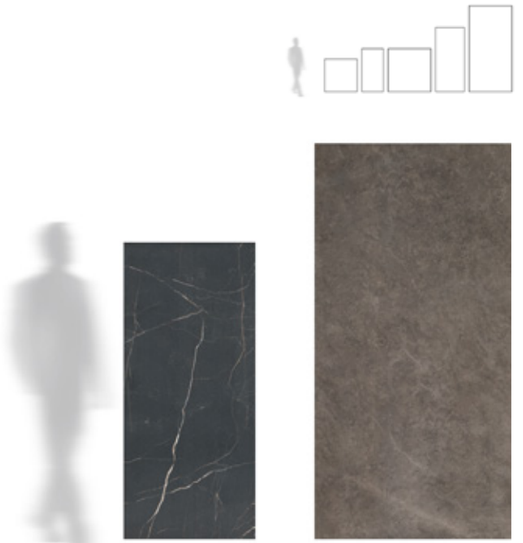
El futuro del porcelanato

La evolución tecnológica del sector va en la dirección de productos mayores y más finos, que, naturalmente, generan menos impacto, desde la materia prima hasta la instalación, pasando por el consumo energético, generación de residuos y logística. Portobello ya comercializa los mayores formatos disponibles en el mercado, siendo la primera marca brasileña en producir el formato 120x120, después de inversiones en un nueva línea de producción para el nuevo formato realizadas en 2018. Esa es la primera etapa del proyecto grandes formatos de la empresa.

90X90
36”X36”

60X120
24”X48”

120X120
48”X48”



80X160
32”X64”

120X240
48”X96”

Grandes Formatos Portobello

Design Democrático y Producción en Seco

El futuro de la cerámica

La producción con sistema de molienda en seco es una innovación brasileña y uno de los procesos más sustentables para la producción cerámica, que representa una gran parte de la producción nacional para el segmento más económico del mercado.

Esa es la tecnología de la unidad industrial de Marechal Deodoro (AL), una de las más modernas y sustentables fábricas de revestimientos existentes y la base de la marca Pointer, que tiene la accesibilidad como posicionamiento.

Ese segmento también evoluciona hacia la dirección de los grandes formatos, en una escala menor, compatible con la tecnología de la producción. En ese contexto Pointer lanzó en 2018 el Supercerámico, con los nuevos y grandes formatos 45x90 y 80x80.

Planta fabril da Pointer, em Alagoas

Destaques Energía y Agua de la unidad industrial de Marechal Deodoro (AL)

- Producción con un 100% de gas natural
- Reaprovechamiento de calor de los hornos
- Tejados blancos con alto índice de reflejo
- Iluminación fabril un 100% LED
- Jardín de placas fotovoltaicas para energía solar
- Tecnología de molienda en seco
- Circuito cerrado y aprovechamiento del 100% del agua industrial
- Estación de tratamiento de efluentes industriales y sanitarios
- Captación y reutilización del agua de lluvia
- Emisión de vapor de agua sólo, sin humo contaminante

Ecoeficiencia Ambiental

Yacimientos y Biodiversidad

304-2; 308-2

La extracción de la materia prima es la primera etapa de la cadena de suministros de la empresa, y está compuesta por yacimientos propios y tercerizados. La gestión de los impactos ambientales y sociales en las comunidades de las áreas de extracción es la esencia de esta actividad. Obligaciones contractuales y auditorias garantizan el cumplimiento de las exigencias legales en los yacimientos tercerizados. En 2018, todos los yacimientos se presentaron en conformidad con esos requisitos.

La política para la extracción de la materia prima de la empresa prevé que la recuperación ambiental de las áreas respete la vocación natural de cada área, como agricultura, pecuaria, piscicultura o reforestación. En 2018:

- Se implantó el yacimiento de Leoberto Leal (SC) como parte del objetivo de regionalización de la materia prima.
- Se plantaron 250 ejemplares de araucaria, especie nativa y amenazada de extinción, en Ituporanga (SC) y 4 mil ejemplares de diversas especies en Teotônio Vilela (AL).
- Se recuperaron 30 mil metros cuadrados en una mina en Canoinhas (SC) y 15 mil metros cuadrados en una mina en Campo Alegre (SC).
- Se realizaron acciones de mejorías en carreteras y accesos a las comunidades locales, a través de iniciativas propias y acuerdos con el poder público.

Laguna resultante de la recuperación ambiental de los yacimientos, en Canoinhas, SC

Área de reforestación, con plantío de araucarias, en Ituporanga

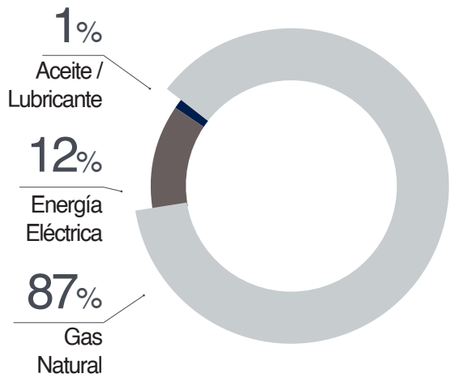
Plantío de soja en Campo Alegre, SC

Ecoeficiência Ambiental

Energia

La matriz energética está compuesta, en su mayoría, por gas natural, energía eléctrica, paneles fotovoltaicos (en Pointer) y combustibles fósiles (diesel y lubricantes), en la proporción de:

Distribución de la matriz energética de las fábricas de Portobello



Evolución del consumo de energía en Portobello por tipo de fuente

302-1

	2016	2017	2018
Consumo total de energía no renovable (GJ)	3.170.223,46	3.256.293,37	3.219.727,46
Consumo total de energía renovable (GJ)	424.806,11	435.065,67	434.956,39
TOTAL	**3.595.029,58**	**3.691.359,04**	**3.654.683,85**

Horno en la planta fabril de Tijucas

Ecoeficiência Ambiental

Agua

Proceso Productivo

Toda el agua del proceso productivo está en un circuito cerrado, sin ninguna devolución al medio ambiente y con bajísima captación, sólo el equivalente a la evaporación en el proceso. Dos estaciones de tratamiento de efluentes en Tijucas (SC) y una en Marechal Deodoro (AL) garantizan la operación del sistema.

Consumo Humano

Una red descentralizada hace el tratamiento de efluentes sanitarios, siendo 13 estaciones, con tecnología biológica de lodos activados, en Tijucas (SC), de las cuales 8 unidades pasaron por ampliación de capacidad en 2018. La reducción del consumo humano es uno de los objetivos constantes de la empresa. En 2018 se realizó una campaña de concientización con reducción de 1,8 mil m³.

Captación de agua Portobello, por fuente y por operación (m³)

303-1

Total de agua retirada por fuente	2016	2017	2018
Agua de superficie (ríos, lagos, áreas húmedas, océanos)	115.378 m³	111.593 m³	138.434 m³
Agua subterránea	200.036 m³	218.943 m³	221.490 m³
Total Portobello	315.414 m³	330.536 m³	359.924 m³
Agua subterránea Pointer	82.681 m³	62.939 m³	83.887 m³
Total	**398.095 m³**	**393.475 m³**	**443.811 m³**

Área de captación de agua potable, en Tijucas

Ecoeficiencia Ambiental

Residuos

El 99,9% de los residuos generados por la empresa en Tijucas (SC) son reutilizados o reciclados. El 95,5% se reincorpora al proceso productivo como materia prima, e 4,2% se encamina al reciclaje y el 0,1%, proveniente del uso sanitario, del comedor y del ambulatorio, se destina a rellenos sanitarios.

Embalaje

301-3

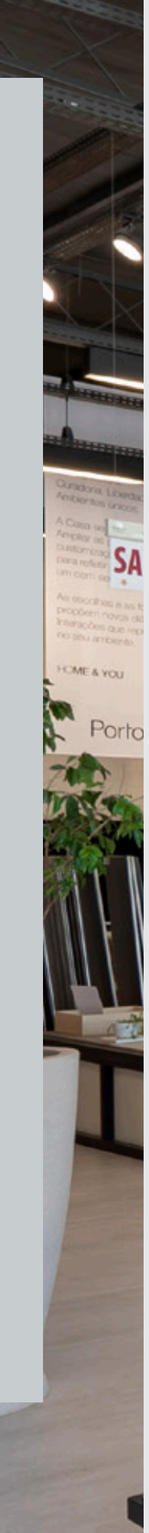
El 100% del papel utilizado en los embalajes es reciclable y el 100% de la madera de los pallets es de reforestación. El embalaje de los grandes formatos se desarrolló sin el uso de la madera, utilizando el propio producto como soporte.

En 2018 la empresa inició un proyecto de reciclaje de los residuos plásticos de embalaje, que son transformados en bolsas de basura. En 3 meses se reciclaron 1,5 mil kg de plástico.

Una iniciativa de logística reversa está en marcha en los Centros de Distribución. Además del retorno de los pallets y soportes en madera, hay una recogida de los embalajes en las obras. En 2018, cerca de 41 mil pallets fueron recuperados

Nueva embaladora, instalada para atender la producción de grandes formatos

Nuestro Negocio



Nuestro Negocio

203-2

Portobello termina el año 2018 presentando resultados consolidados con crecimiento y lucro, expansión de los nuevos negocios y fortalecimiento de su estrategia, aun en un contexto externo de inestabilidad y aumento de costos energéticos.

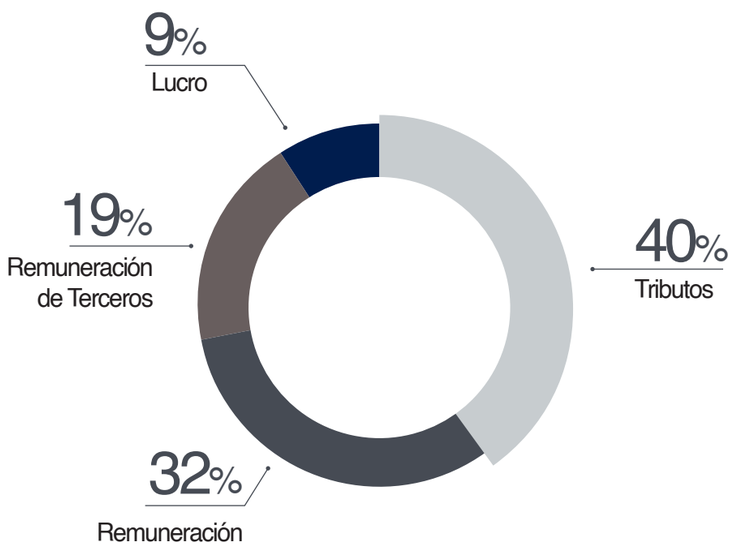
Los ingresos líquidos totalizaron R$ 1.054 millones, siendo un 3% superior a 2017 generando un margen bruto del 38,5% semejante al año anterior. En el mercado interno, las ventas crecieron un 2,5%, acompañando el crecimiento de las ventas minoristas de materiales de construcción. Las exportaciones, en reales, presentaron un crecimiento del 10%, favorecidas por la variación cambiaria. En dólares, las exportaciones sufrieron los efectos de la crisis en Argentina y fueron reducidas, totalizando US$ 50 millones contra US$ 52 millones de 2017.

Valor Agregado

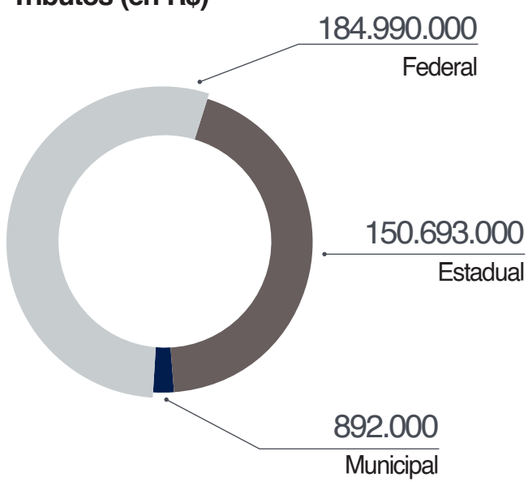
201-1

El valor agregado es la demostración de la riqueza compartida entre colaboradores, comunidad, gobierno, accionistas y acreedores (agentes económicos que contribuyeron a su generación).

En 2018, totalizó R$ 845 millones (R$ 708 millones en 2017). De este monto, el 40% fue destinado a tributos, el 32% a remuneración del trabajo (personal), el 19% a remuneración de terceros y el 9% retenido como lucro del período.



Distribución de Tributos (en R$)

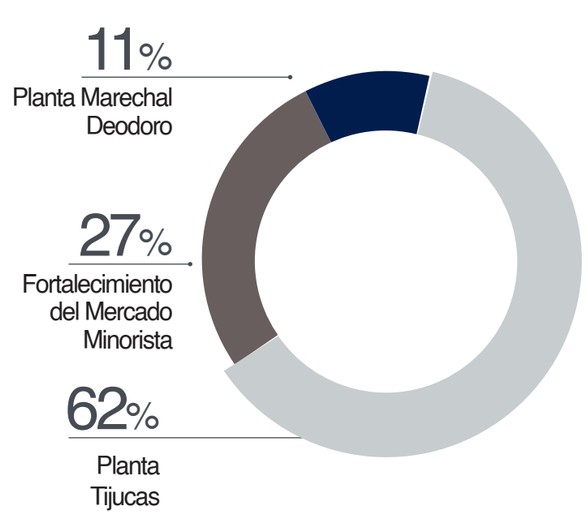


Inversiones

Las inversiones totalizaron R$ 63 millones, un 34% más que en 2017. De ese monto, el 62% fue destinado a la planta de Tijucas - SC, el 11% a la Planta de Marechal Deodoro - AL, y el 27% restante al fortalecimiento del mercado minorista, tal como tiendas propias, centros de distribución y Officina Portobello.

En el parque fabril de Tijucas, las inversiones concentraron-se en la preparación y actualización para producción de ítems de mayor valor agregado y formatos mayores.

En Pointer, la mayor parte de las inversiones se destinaron a la transformación del parque fabril para la rentabilización y calificación del portfolio de productos.



Las informaciones financieras presentadas en este documento provienen de los estados contables consolidados de PBG S.A., elaborados de acuerdo con las normas del Comité de Pronunciamientos Contables (CPC) y las Normas Internacionales de Informes Financieros (IFRS).

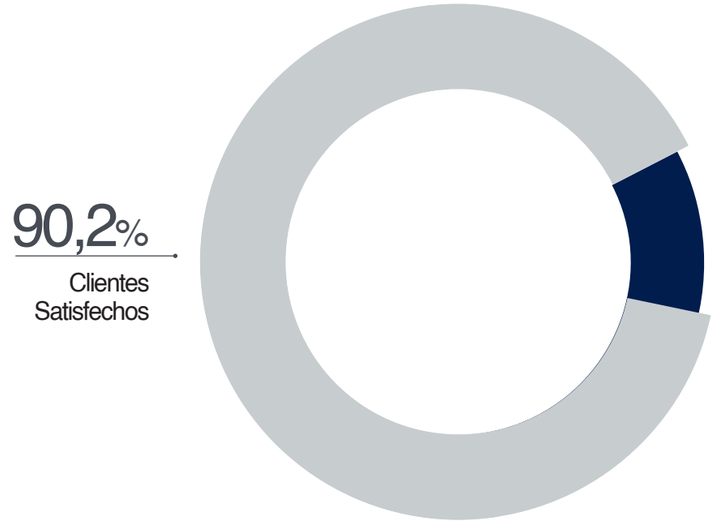
Satisfacción del Cliente

102-43

En 2018 la satisfacción de los profesionales de arquitectura, que representan nuestros clientes, fue del 90,2%, generando así el Indicador de Satisfacción del Cliente, normatizado por la ISO, que tiene como meta el 90%.

Portobello mantuvo el sello RA1000, del sitio web Reclame Aquí, recibido el año anterior. El reconocimiento, actualizado diariamente con las notas de los consumidores en el portal, es destinado a las empresas que demuestran a los consumidores el compromiso en la post-venta, elevando el grado de confianza en su marca y productos.

Portobello conquistó la 2a posición en la categoría Casa y Construcción en el Premio Época Reclame Aquí, promovido por la Revista Época.



Evento de entrega del premio Reclame Aqui 2018, en São Paulo. A la izquierda, Carlos Alberto Santos, el gerente del área de Calidad, recibe el premio en la categoría Casa y Construcción – Fabricantes.

Reconocimientos

- Premio Design Museo de la Casa Brasileña – 3º lugar con la bancada Ícaro, design de Jader Almeida
- Best In Show Anfacer – Cerámicas (Fachadas)
- Top of Mind SC – Diario Catarinense – Pisos y revestimientos Cerámicos
- Sul For Export – Grupo Amanhã
- Empresa Ciudadana – ADVB/SC – Participación Comunitaria
- Expresión Ecología – Grupo Expresión – Residuos Sólidos
- Premio Anamaco – Revestimientos Cerámicos – Grandes clientes
- Época Reclame Aquí – Casa y Construcción
- 500 Mayores del Sul – Grupo Amanhã – Facturación en el segmento de casa y construcción
- Top of Mind Casa y Mercado – Marca de Pastilla Cerámica y Marca de revestimiento cerámico/porcelanato
- Top 30 Panorama
- Premio Ser Humano ABRH/SC – Gestión de Personas y Desarrollo
- Destaque en el 4o Fórum de Comercio Exterior
- Certificado de Responsabilidad Social de la ALESC
- Trofeo Proveedor de Destaque 2017 – Revista Hoteles – Pisos y Revestimientos
- Sello RA 1000 del Reclame Aquí
- Trofeo CV Magazine (UK) – Mejor Franquicia de Piedras para Decoración de Interiores de 2018
- Selo de excelencia en Franchising – ABF – Master
- Mejores franquicias – PEGN – Productos y Servicios para Residencia
- 300 mayores del mercado minorista brasileño – SBVC – Eletromóveis
- Ranking Top 25 Franchising – Grupo Bittencourt
- ABF – RDI – Design Innovación
- Top de Marketing y Ventas – ADVB/SC – Minorista

Trofeo CV Awards

Premio ALESC Responsabilidad Social

Premio Expresión Ecología

Premio Empresa Ciudadana ADVB

Sumario de Contenido GRI

Sumario de Contenido GRI

102-55

SECCIÓN (ASPECTO / INDICADOR)	DESCRIPCIÓN	PÁGINA/RESPUESTA	ODS
CONTENIDOS GENERALES – GRI 101 ; 102 Y 103			
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS			
102-14	Mensaje del Presidente.	3	
PERFIL ORGANIZACIONAL			
102-1	Nombre de la organización.	17	
102-2	Principales marcas, productos y/o servicios.	23	
102-3	Localización de la sede de la organización.	4	
102-4	Países en que la organización opera y en los que sus principales operaciones están localizadas.	4	
102-5	Tipo y naturaleza jurídica de la propiedad.	17	
102-6	Mercados atendidos.	24	
102-7	Tamaño de la organización.	40 e 79	
102-8	Total de empleados, por tipo de empleo, contrato de trabajo y región.	79 e 80	
102-41	Porcentual de empleados alcanzados por el acuerdo de negociación colectiva.	El Acuerdo Colectivo de Trabajo se aplica a todos los empleados con excepción de directores estatutarios, Consejo y pasantes. El porcentual abarcado es del 99,5%. Para fines de ajuste salarial, el acuerdo trata hasta el nivel de coordinación con excepción de pasantes y aprendices, con alcance del 95,1% del total de empleados.	
102-9	Describa la cadena de suministros de la organización	17	
102-49	Principales cambios durante el período cubierto por el informe.	No aplicable.	
102-11	Explicación de cómo la organización aplica el principio de la precaución.	“La Compañía no tiene por práctica operar instrumentos financieros con objetivos diversos de protección patrimonial (hedge). La estrategia de monitoreo y gestión de riesgos ha sido conducida principalmente por el área financiera de la Compañía, un proceso continuo, atendiendo la directriz de exposición cambiaria, además de que todas las decisiones relativas a las operaciones que involucren algún riesgo para la Compañía son evaluadas y aprobadas anticipadamente por la Administración”.	

Sumario de Contenido GRI

SECCIÓN (ASPECTO / INDICADOR)	DESCRIPCIÓN	PÁGINA/RESPUESTA	ODS
102-12	Cartas, principios u otras iniciativas desarrolladas externamente.	Portobello se hizo signataria del Movimiento Nacional ODS Nós Podemos Santa Catarina en mayo de 2018.	
102-13	Participación en asociaciones y/u organismos nacionales/ internacionales.	Portobello participa de las siguientes asociaciones: ACIT (Asociación Comercial e Industrial de Tijucas) y Anfacer (Asociación Nacional de los Fabricantes de Cerámica).	
ASPECTOS MATERIALES IDENTIFICADOS Y LÍMITES			
102-46 / 102-54	Proceso para definición del contenido del informe.	33	
102-47	Lista de los temas materiales.	33	
103-1-a	Tópicos materiales	33	
103-1-b		33	
103-1-c	Materialidad y límites de cada aspecto dentro de la organización.	33	
102-48	Re-formulación de informaciones suministradas en informes anteriores.	La información sobre el Número de Enfermedades Ocupacionales en la hoja de cálculo del indicador 403-2 fue actualizada, debido a la corrección de la fórmula de la base de datos.	
102-49	Cambios significativos de alcance.	No aplicable.	
COMPROMETIMIENTO DE STAKEHOLDERS			
102-40	Lista de grupos de stakeholders comprometidos por la organización.	33	
102-42	Base para la identificación y selección de stakeholders con los cuales comprometerse.	33	
102-43	Abordajes para el comprometimiento de los stakeholders.	33	
102-44	Principales temas y preocupaciones levantados por medio del comprometimiento de los stakeholders.	33	

Sumario de Contenido GRI

SECCIÓN (ASPECTO / INDICADOR)	DESCRIPCIÓN	PÁGINA/RESPUESTA	ODS
PERFIL DEL INFORME			
102-50	Período cubierto por el informe para las informaciones presentadas.	4	
102-51	Fecha del informe anterior más reciente y límite del informe.	Informe de Sustentabilidad elaborado anualmente desde 2015	
102-52	Ciclo de emisión de informes.	4	
102-53	Datos para contacto en caso de preguntas relativas al informe o su contenido.	sustentabilidade@portobello.com.br	
102-55	Tabla que identifica la localización de las informaciones en el informe.	67	
102-56	Política y práctica actual relativa a la búsqueda de verificación externa para el informe.	No se realizó una verificación externa (auditoría) de este Informe. Hay un compromiso para verificar las próximas versiones.	
GOBERNANZA			
102-18	Estructura de gobernanza de la organización.	12	
ÉTICA E INTEGRIDAD			
102-16	Declaraciones de misión y valores, códigos de conducta y principios internos relevantes.	8	
CONTENIDOS ESPECÍFICOS			
DIMENSIÓN ECONÓMICA – GRI 200			
DESEMPEÑO ECONÓMICO	**FORMAS DE GESTIÓN**		
201-1	Valor económico directo generado y distribuido.	64	

Sumario de Contenido GRI

SECCIÓN (ASPECTO / INDICADOR)	DESCRIPCIÓN	PÁGINA/RESPUESTA	ODS
IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS	FORMAS DE GESTIÓN		
203-2	Descripción de impactos económicos indirectos significativos.	20, 63 y 78	
DIMENSIÓN AMBIENTAL – GRI 300			
MATERIALES	FORMAS DE GESTIÓN		
301-2	Porcentual de materiales utilizados provenientes de reciclaje.	81	
ENERGÍA	FORMAS DE GESTIÓN		
302-1	Consumo de energía directa listado por fuente de energía primaria.	59 y 83	
302-3	Intensidad energética.	83	
AGUA	FORMAS DE GESTIÓN		
303-1	Total de agua retirada por fuente.	60 y 82	
303-3	Porcentual y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	82	
BIODIVERSIDAD	FORMAS DE GESTIÓN		
304-2	Impactos significativos en la biodiversidad de actividades, productos y servicios.	58	

Sumario de Contenido GRI

SECCIÓN (ASPECTO / INDICADOR)	DESCRIPCIÓN	PÁGINA/RESPUESTA	ODS
EMISIONES	FORMAS DE GESTIÓN		
305-1	Total de emisiones directas de gases de efecto invernadero.	84	
EFLUENTES Y RESIDUOS	FORMAS DE GESTIÓN		
306-1	Descarte total de agua, discriminado por calidad y destinación.	82	
306-2	Peso total de residuos, discriminados por tipo y disposición.	84	
PRODUCTOS Y SERVICIOS	FORMAS DE GESTIÓN		
301-3	Porcentual de productos y embalajes recuperados, por categoría de producto.	61	
EVALUACIÓN AMBIENTAL DE PROVEEDORES	FORMAS DE GESTIÓN		
308-2	Impactos ambientales significativos reales o potenciales en la cadena de proveedores y acciones tomadas.	58 y 85	
DIMENSIÓN SOCIAL – GRI 400			
DIMENSIÓN SOCIAL — LABORALES			
EMPLEO	FORMAS DE GESTIÓN		
401-2	Beneficios concedidos a empleados de tiempo integral que no son ofrecidos a empleados temporarios.	Plan de salud, Asistencia farmacéutica, Asistencia odontológica, Vale alimentación o restaurante en la empresa, Bono por asiduidad, Vale transporte, Participación en los resultados, Descuento en la compra de productos Portobello y Pointer, Seguro de Vida, Vale adelanto, Convenio guardería-niñera, Programa Mamá Portobello, Asistencia a dependientes con deficiencia, Préstamo consignado y Abono vacaciones.	

Sumario de Contenido GRI

SECCIÓN (ASPECTO / INDICADOR)	DESCRIPCIÓN	PÁGINA/RESPUESTA	ODS
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO	FORMAS DE GESTIÓN		
403-1	Porcentual de la fuerza de trabajo representada en comités formales de salud y seguridad.	42	
403-2	Tipos y tasas de lesiones, enfermedades ocupacionales, días perdidos, absentismo y número de óbitos.	44 y 86	
ENTRENAMIENTO Y EDUCACIÓN	FORMAS DE GESTIÓN		
404-1	Media de horas de entrenamiento por año.	50 y 87	
404-3	Porcentual de empleados que reciben análisis de desempeño.	88	
MECANISMOS DE QUEJAS Y RECLAMACIONES RELACIONADAS A PRÁCTICAS LABORALES	FORMAS DE GESTIÓN		
103-2-c-vi	Número de reclamaciones sobre prácticas laborales presentadas, direccionadas y resueltas por mecanismos formales de reclamaciones.	Total de quejas y reclamaciones relativas a prácticas laborales registradas en el período cubierto por el informe: 51 Total de quejas y reclamaciones que se han solucionado: 05 Total de quejas y reclamaciones registradas antes del período cubierto por el informe resueltas en el transcurso de este período: 40 Valores Depositados: R$ 761.000,00	
DIMENSIÓN SOCIAL – DERECHOS HUMANOS			
EVALUACIÓN DE PROVEEDORES EN DERECHOS HUMANOS	FORMAS DE GESTIÓN		
409-1	Impactos relacionados a derechos humanos significativos reales o potenciales en la cadena de proveedores y acciones tomadas.	“Los contratos de Portobello con sus proveedores poseen la cláusula: “De la Responsabilidad Social y Ambiental”, que establece el compromiso con los siguientes puntos: • Combate a las prácticas de trabajo esclavo e infantil; • Combate a las prácticas de discriminación en relación a sexo, origen, raza, color, condición física, entre otros; • Protección al medioambiente.”	

Sumario de Contenido GRI

SECCIÓN (ASPECTO / INDICADOR)	DESCRIPCIÓN	PÁGINA/RESPUESTA	ODS
DIMENSIÓN SOCIAL — SOCIEDAD			
COMUNIDADES LOCALES	FORMAS DE GESTIÓN		
413-1	Operaciones con programas implementados de comprometimiento de la comunidad local, evaluación de impactos y desarrollo local.	45	
CONFORMIDAD	FORMAS DE GESTIÓN		
419-1	Descripción de multas significativas y número total de sanciones no-monetarias.	No aplicable.	
EVALUACIÓN DE PROVEEDORES EN IMPACTOS EN LA SOCIEDAD	FORMAS DE GESTIÓN		
414-2	Impactos negativos significativos reales y potenciales de la cadena de proveedores en la sociedad y medidas tomadas a ese respecto.	Los contratos de Portobello con sus proveedores poseen la cláusula: “De la Responsabilidad Social y Ambiental”, que establece el compromiso con los siguientes puntos: • Combate a las prácticas de trabajo esclavo e infantil; • Combate a las prácticas de discriminación en relación a sexo, origen, raza, color, condición física, entre otros; • Protección al medioambiente.	
DIMENSIÓN SOCIAL – RESPONSABILIDAD DEL PRODUCTO			
SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE	FORMAS DE GESTIÓN		
416-1	Productos y servicios con impactos en la salud y seguridad.	55	
ROTULACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	FORMAS DE GESTIÓN		
102-43	Resultados de encuestas midiendo la satisfacción de los clientes.	65	

Archivo Adjunto

Puntos Destacados Sociales

203-2

Indicadores	2016	2017	2018
Remuneración Empleados	202.652.000,24	199.587.956,64	247.996.074,48
Programas Sociales*	1.107.950,00	1.559.449,24	1.416.750,38
Eventos Edomarketing	530.404,00	235.725,65	443.916,24
Desarrollo de Personas (entrenamiento técnico y liderazgo)	887.340,00	873.232,26	923.231,21

*Valores incluyen proyectos de Leyes de Incentivo.

Puntos Destacados Ambientales

	Portobello			Pointer		
	2016	**2017**	**2018**	**2016**	**2017**	**2018**
Emisiones directas de gases de efecto invernadero (tCO2eq)	149.856	164704	161.595	30.566	25.375	37.661
Material proveniente de reciclaje (t)	31.590	248.044	239.245	8.573	8.550	8.951
Destinación de residuos (t)	5.144	5.795	5.857	431	405	585
Residuos no peligrosos (t)	5.001	5.695	5.759	426	401	582
Residuos peligrosos (t)	143	100	98,43	5	4	2,48
Consumo de energía (GJ)	3.595.030	3.691.359	3.654.684	731.181	610.374	904.381
Consumo de energía renovable (GJ)	424.806	435.066	434.956	87.176	75.731	110.886
Consumo de energía no renovable (GJ)	3.170.223	3.256.293	3.219.727	644.005	534.643	793.495
Volumen de agua captado (m^3)	315.414	330.536	359.924	82.681	62.939	83.887

Puntos Destacados Económicos

102-7

Indicador (R$ Mil)	2015	2016	2017	2018
Ingresos brutos	1.345.015	1.301.050	1.277.945	1.321.346
Ingresos líquidos	1.060.395	1.016.400	1.023.937	1.054.190
Lucro bruto	396.202	363.202	417.020	405.600
Margen Bruto	37,40%	35,70%	40,70%	38,50%
EBITDA	134.405	75.808	149.006	288.013
Lucro líquido	52.673	2.142	64.170	134.311
Deuda líquida	501.654	464.241	394.367	472.188
Inversiones	88.340	25.387	46.528	63.000
Impuestos	294.408	286.525	286.304	336.575
Dividendos distribuidos	12.505	505	30.464	31.892

La información financiera presentada en este documento deriva de los estados contables consolidados de PBG S.A., elaborados de acuerdo con las normas del Comité de Pronunciamiento de Contabilidad (CPC) y las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).

Total de Empleados

102-8

Número de empleados por nivel funcional	2016		2017		2018	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Consejo	10	0	10	0	10	0
Director	7	0	5	0	12	1
Superintendente	9	0	5	1	2	0
Gerente	32	16	29	7	37	23
Coordinador	90	66	60	19	82	33
Demás	1.907	757	1.846	698	2.096	846
Trainee	0	0	0	0	0	0
Aprendiz	35	39	37	29	37	30
Pasante	20	10	15	9	16	15
Total por género	**2.110**	**888**	**2.007**	**763**	**2.292**	**948**
Total	**2.998**		**2.770**		**3.240**	

Total de Empleados

102-8

Número de empleados por tipo de contrato de trabajo	2016		2017		2018	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Tiempo determinado	55	49	38	38	53	45
Tiempo indeterminado	2.055	839	725	725	2.239	903
Total por género	**2.110**	**888**	**763**	**763**	**2.292**	**948**
Total	**2.998**		**2.770**		**3.240**	

Número de empleados por tipo de empleo	2016		2017		2018	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Jornada integral	2.055	839	1.955	725	2.239	903
Media Jornada	55	49	52	38	53	45
Total por género	**2.110**	**888**	**2.007**	**763**	**2.292**	**948**
Total	**2.998**		**2.770**		**3.240**	

Número de empleados por región	2016		2017		2018	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Portobello	1.803	832	1.750	705	1.961	883
Pointer	307	56	257	58	331	65
Total por género	**2.110**	**888**	**2.007**	**763**	**2.292**	**948**
Total	**2.998**		**2.770**		**3.240**	

Reciclaje

301-2

Masa cerámica en el proceso productivo	Portobello			Pointer		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Cantidad utilizada (ton)	703.174,61	691.898,01	715.114,00	217.906,00	171.802,00	171.366,88
Cantidad proveniente de reciclaje (ton)	115.794,80	118.765,86	106.475,34	6.537,18	6.872,08	6.340,57

Tipo de material en 2018	Portobello			Pointer		
	Cantidad utilizada (ton)	Cantidad proveniente de reciclaje (ton)	% proveniente de reciclaje	Cantidad utilizada (ton)	Cantidad proveniente de reciclaje (ton)	% proveniente de reciclaje
Cartón	3.849,14	2.424,96	63%	731,39	636,31	87%
Cinta de plástico (para arquear)	120,71	31,44	26%	65,25	41,11	63%
Pallet	7.843,4	3.607,95	46%	0,00	0,00	0%

	2016	2017	2018
Evolución del uso de materiales provenientes de reciclaje en masa cerámica	16%	17%	15%

Agua

303-1, 303-3, 306-1

Captación de agua Portobello, por fuente y por operación (m^3)	Consumo Portobello (m^3)	Consumo Pointer (m^3)	Consumo total por fuente (m^3)
Agua de superficie (ríos, lagos, áreas húmedas, océanos)	138.434	-	138.434
Agua subterránea	221.490	83.887	305.377
Total	**359.924**	**83.887**	**443.811**

Agua reciclada y reutilizada	2016	2017	2018
Volumen total de agua reciclada y reutilizada (m^3)	491.665,00	506.724,00	510.473,00
Índice de recirculación (%)	100	100	100

	2016	2017	2018
Descarte de efluentes Portobello (flujo m^3/h)	4,68 m^3/hora	4,67 m^3/hora	4,68 m^3/hora

Evolución Energía

302-1

Tipo de fuente	2016	2017	2018
Consumo total de energía no renovable (GJ)	3.170.223,46	3.256.293,37	3.219.727,46
Consumo total de energía renovable (GJ)	424.806,11	435.065,67	434.956,39
Total	**3.595.029,58**	**3.691.359,04**	**3.654.683,85**

POINTER: Hubo un aumento del 48% en el consumo de gas natural y el 46% de energía eléctrica en relación al año 2017 debido a que la fábrica operó a plena capacidad en 2018 (10 meses) y operado con capacidad reducida en 2017, y también debido a la entrada de productos de grandes formatos que tienen un mayor consumo de combustible.

302-3

Intensidad Energética	2016	2017	2018
	5,36 GJ	5,5 GJ	5,44 GJ

305-1

Total de emisiones directas de gases de efecto invernadero (tCO2eq)	2016	2017	2018
Portobello	161.028	164.704	161.595
Pointer	30.565	25.375	37.661
Total	**191.594**	**190.079**	**199.256**

Residuos

306-2

Destinación de residuos peligrosos (en toneladas)

	2016	2017	2018	Residuos que están incluidos
Reciclaje	31,07	23,62	8,06	Óleo hidráulico
Vertedero sanitario (Pointer)	4,73	3,98	2,48	Residuos contaminados con tinta y/o aceite
Vertedero industrial	111,53	76,53	75,2	Borra de grasa, solventes, residuos contaminados por thinner, grasa y solventes; residuos de ambulatorio
Co-procesamiento	0	0	15,17	Restos de Thinner, borra de grasa, solventes, residuos contaminados por thinner, grasa, y solventes
Total	**147,33**	**104,13**	**100,91**	

Destinación de residuos no peligrosos (en toneladas)

	2016	2017	2018	Residuos que están incluidos
Reciclaje	3804,4	4490,05	4336,14	Chatarra metálica, cartón, plástico, óleo industrial, mixto, madera, residuos de construcción civil, torta de pulido
Reciclaje (Pointer)	112,28	102,31	206,48	
Vertedero sanitario	86,61	86,61	86,61	Residuos de baños y comedores
Vertedero sanitario (Pointer)	314,12	298,73	376	Orgánicos y no reciclables
Almacenamiento local	0	167,39	148,11	Abrasivos
Vertedero industrial	927,9	1117,89	1320,9	Residuo Clase II (gomas, mangueras, residuos mezclados, otros residuos clase II no reciclables)
Co-procesamiento	0	0	15,17	Residuo Clase II (gomas, mangueras, residuos mezclados, otros residuos clase II no reciclables)
Total	**5.245,31**	**6.262,98**	**6.489,41**	

Biodiversidad

308-2

Evaluación ambiental de proveedores

	2016	2017	2018
Total de proveedores sometidos a la evaluación de impacto ambiental	24	34	19

Tasa de Salud

403-2

Tasas de salud y seguridad de trabajadores (empleados propios y tercerizados), por género	2016		2017		2018	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Número de lesiones	277	52	199	32	242	31
Tasa de lesiones (frecuencia)	41,1	7,7	35,0	4,5	32,0	4,1
Número de enfermedades ocupacionales	1	1	1	0	0	0
Tasa de enfermedades ocupacionales (frecuencia)	0,2	0,2	0,2	0,0	0,0	0,0
Total de días perdidos (a consecuencia de accidentes o enfermedad ocupacional)	337	125	295	33	171	57
Tasa de días perdidos	50,03	18,56	42,74	4,78	20,84	9,42
Tasa de absentismo laboral (ausencia del trabajo debido a cualquier incapacidad)	0,80%	1,30%	0,79%	1,02%	0,92%	0,73%
Total de óbitos	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**

Tasas de salud y seguridad de trabajadores (empleados propios y tercerizados), por región	Portobello			Pointer		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Tasa de lesiones	52,2	39,6	26,4	48,3	40,9	68,8
Tasa de enfermedades ocupacionales	41,1	35,0	0,0	7,7	4,5	0,0
Total de días perdidos	361	251	228	101	77	0
Tasa de absentismo laboral	0,93%	0,87%	0,81%	1,00%	0,75%	0,59%
Total de óbitos	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**

Entrenamiento

404-1

Nivel funcional / Género	2016 Empleados	2016 Horas de entrenamiento	2016 Horas por empleado	2017 Empleados	2017 Horas de entrenamiento	2017 Horas por empleado	2018 Empleados	2018 Horas de entrenamiento	2018 Horas por empleado
Consejo	10			10			10		
Director	5			5			13		
Superintendente	6			6			2		
Gerente	36			36			60		
Coordinador	79			79			115		
Demás	2.544			2.544			2.942		
Trainee	0			0			0		
Aprendiz	66			66			67		
Pasante	24			24			31		
Total	**2.770**	**11.615**	**4,19**	2.770	**35.014**	**12,64**	3.240	**35.875**	**11,07**
Hombres	2.007			2.007			2.292		
Mujeres	763			763			948		

Desempeño

404-3

Nivel funcional / Género	2016 Total de empleados	2016 Total de empleados que recibieron análisis de desempeño	2016 Porcentual de empleados que recibieron análisis de desempeño	2017 Total de empleados	2017 Total de empleados que recibieron análisis de desempeño	2017 Porcentual de empleados que recibieron análisis de desempeño	2018 Total de empleados	2018 Total de empleados que recibieron análisis de desempeño	2018 Porcentual de empleados que recibieron análisis de desempeño
Consejo	10	0	0%	10	0	0%	10	4	40%
Director	7	7	100%	5	5	100%	13	13	100%
Superintendente	9	9	100%	6	6	100%	2	2	100%
Gerente	43	43	100%	36	36	100%	60	59	98%
Coordinador	150	150	100%	79	79	100%	115	115	100%
Operación	2.700	0	0%	2.544	0	0%	2.942	75	3%
Trainee	1	0	0%	0	0	-	0	0	-
Aprendiz	52	0	0%	66	0	0%	67	0	0%
Pasante	37	37	100%	24	24	100%	31	31	100%
Total	**3.009**	**246**	**8%**	**2.770**	**150**	**5%**	**3.240**	**299**	**9%**
Hombres	899	88	10%	2.007	114	6%	2.292	200	9%
Mujeres	2.110	158	7%	763	36	5%	948	99	10%

Portobello

Portobello S.A.
Fábrica I Factory I Fabrica
Rodovia BR 101 Km 163
88200-000 - Tijucas - SC - Brasil
Fone: (+55 48) 3279 2222

Outros países
Outros países
Other countries I Otros países
English Phone: (+55 48) 3279 2607
Español Fone: (+55 48) 3279 2470

www.portobello.com.br