

RELATÓRIO DE **SUSTENTABILIDADE** 2019



Portobello

ÍNDICE

1.1. Carta do Presidente do Conselho de Administração	3	NOSSAS MARCAS	26	6.2.4. Eventos	50
1.2. O Relatório	4	5. Nossas Marcas	26	6.2.5. Gestão e Gestão	52
1.3. Linha do Tempo Portobello	5	5.1. Diferenciais Corporativos	26	6.2.5.1. Competências Portobello	52
1.4 40 Anos	7	5.2. Diferenciais do Negócio	26	6.2.5.2. Meritocracia	53
		5.3. Modelo Multicanal Portobello	27	6.2.5.3. Capacitação	54
		5.4. Mercado Externo	27		
ESSÊNCIA DA MARCA		5.5. Ciclo da Inovação	28	NOSSO PRODUTO	
2.1. Manifesto	9	5.6. Portobello Mais Arquitetura	31	6.3. Nosso Produto	56
2.2. Design Portobello	9	5.7. Principais Eventos	32	6.3.1. Destaques do Material Cerâmico	57
2.3. Propósito	9			6.3.2. Grandes Formatos	59
2.4. Crença	9	SUSTENTABILIDADE		6.3.3. Ecoeficiência Ambiental	60
2.5. Visão	9	6.1. Conceito	34	6.3.3.1. Jazidas e Biodiversidade	60
2.6. Princípios de Gestão	10	6.1.1. Materialidade	35	6.3.3.2. Energia	61
2.7. Jeito de Ser e Fazer Portobello	11	6.1.2. Diretrizes da Sustentabilidade	36	6.3.3.3. Água	62
		6.1.3. Destaque Social	37	6.3.3.4. Resíduos	63
		6.1.4. Destaque Ambiental	38	6.3.3.5. Embalagem	63
		6.1.5. Destaque Econômico	39	6.3.4. Destaques Pointer	64
GOVERNANÇA				6.3.5. Destaques de Ecoeficiência	65
3.1. Perfil e Governança	13	NOSSA GENTE			
3.2. Conselho de Administração	13	6.2. Nossa Gente	41	NOSSO NEGÓCIO	
3.3. Diretoria Estatutária	13	6.2.1. Perfil dos Colaboradores	42	6.4. Nosso Negócio	67
3.4. Conselho Fiscal	13	6.2.2. Saúde e Segurança	43	6.4.1. Valor Adicionado	68
3.5. Código de Ética	15	6.2.2.1. Comitês de Saúde e Segurança	44	6.4.2. Investimentos	68
		6.2.2.2. SIPAT	45	6.4.3. Satisfação do Cliente	69
ESTRATÉGIA		6.2.2.3. Promoção da Saúde e Bem-Estar	46	6.4.4. Reconhecimentos	70
4. Estratégia	17	6.2.2.4. Taxas de Saúde e Segurança	46		
4.1. Varejo Integrado e Puxado	19	6.2.3. Programas Sociais	47	Sumário de Conteúdo GRI	
4.1.1. Portobello Shop e Lojas Próprias	20	6.2.3.1. Programa Crescer	47	7. Sumário de Conteúdo GRI	72
4.1.2. Transformação Digital	21	6.2.3.2. Coral Anjos Luz	47		
4.2. Internacionalização	22	6.2.3.3. Programa de Voluntariado	48	Anexo	
4.3. Consolidação Pointer	23	6.2.3.4. Apoio através de leis de incentivo	49	8. Anexos	78
4.4. Projeto Lastras	24				

CARTA DO PRESIDENTE DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

O contexto externo de 2019 apresentou avanços importantes, aquém das previsões e expectativas, porém estruturando bases mais sólidas para a retomada do crescimento.

Nesse ano, em que a marca Portobello completou 40 anos, avançamos na consolidação das nossas prioridades estratégicas e demos passos importantes no exercício do nosso posicionamento de design e inovação.

O início do Projeto Lastras, com investimentos fabris importantes, impulsiona os diferenciais competitivos da empresa, potencializa os avanços no varejo, que demanda, cada vez mais, soluções completas e reitera nossa liderança em inovação.

Consolidar-se como marca de varejo envolve também desafios de gestão e, ao final de 2019, dando continuidade

ao processo de profissionalização da empresa, passo a ocupar a Presidência do Conselho de Administração e o Vice-Presidente de Negócios, Mauro do Valle Pereira, assume o comando executivo da empresa. O novo modelo organizacional contempla também a consolidação de unidades de negócios independentes, visando maior agilidade e eficiência para o crescimento da empresa.

A integração entre o Conselho de Administração e o novo comando executivo sustenta a continuidade da estratégia da companhia, um dos objetivos da nova governança.

Agradeço o empenho de todos os colaboradores e parceiros na construção de um ambiente melhor e mais sustentável durante o ano, convido para continuarmos crescendo juntos em 2020 e reforço a confiança na nova gestão da empresa.



Cesar Gomes Junior
Presidente do Conselho
de Administração



O RELATÓRIO

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

O Relatório de Sustentabilidade é um instrumento de comunicação e transparência com todos os stakeholders, que contém as principais informações e resultados da empresa no período entre 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2019.

Sob o olhar da sustentabilidade, a partir do desempenho nos âmbitos social, ambiental e econômico, são apresentadas as conquistas, os avanços e os desafios

da Marca, destacando as unidades produtivas de Tijucas (SC) e Marechal Deodoro (AL).

Elaborado anualmente com base nas diretrizes da Global Reporting Initiative - GRI, padrão globalmente reconhecido para relatos de informações sobre sustentabilidade, este conteúdo foi desenvolvido baseado nas normas Standards, opção “de acordo” essencial.

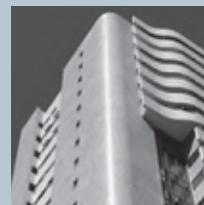
LINHA
DO TEMPO
PORTOBELLO



1979
Início das atividades da cerâmica Portobello



1984
Inovação em produto com lançamento da 1ª linha de pisos para alto tráfego, a linha Carga Pesada



1991
Inovação em produto com lançamento de revestimentos para fachadas



1998
Lançamento da Rede de Franquias Portobello Shop

Portobello
shop



2001
Inovação em produto com o início da produção de porcelanato



2008
Expansão do Parque Fabril e consolidação da Rede de Lojas Portobello Shop com 100 lojas

1981
Primeiras exportações



1987
Ampliação do Parque Fabril, atingindo 1 milhão de m²/mês



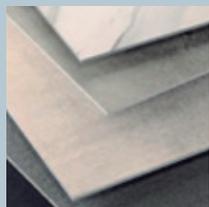
1992
Início do outsourcing para trazer ao Brasil a mais nova tipologia cerâmica, o porcelanato importado da Itália

2000
Início do uso de Gás Natural, energia limpa para fornos e secadores

2005
Exportação atinge 60% das vendas

2008
Adesão ao Novo Mercado Bovespa com abertura de capital





2010

Inovação em produto com o lançamento do porcelanato de espessura reduzida – Extra Fino – simultâneo às marcas italianas



2012

Portobello torna-se a maior empresa de revestimentos cerâmicos da América Latina



2014

Investimentos na Fábrica Pointer

POINTER

2016

Início do projeto Oficina Portobello.

Oficina Portobello



2016

Lançamento Coleção Portobello: Arquitetura em Movimento. In and Out



2018

Lançamento da Portobello America, nos Estados Unidos

Portobello America



2019

Aniversário de 40 Anos da Portobello

2011

Início da produção com a tecnologia de impressão digital



2013

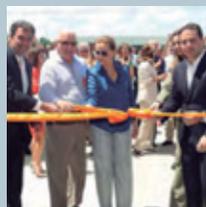
Lançamento Grandes Formatos

2015

Instituição do Portobello Grupo.

Portobello Grupo

Lançamento da marca Pointer com inauguração da nova fábrica em Alagoas



2016

Projeto Loja Padrão Green Building LEED



2017

Lançamento projeto Oficina Portobello nas lojas de SC

Oficina Portobello

2018

Lançamento dos Grandes Formatos: 1,20x1,20, 80x1,60 e 1,20x2,40.

2019

Inauguração Fábrica Lastras



40 anos
*Uma trajetória
de inovação*

Portobello

Desde 1979 é uma empresa orientada ao novo. Uma trajetória que nasceu com a responsabilidade de transformar a vida da cidade e região de Tijuca e com o propósito de levar design para o maior número de pessoas.

Hoje a Portobello é a marca líder no varejo de revestimentos e acredita que, a visão de um modelo ágil, integrado e puxado pelo mercado, é o caminho correto a ser percorrido. Tem o desafio de ser protagonista na transformação digital, de evoluir na internacionalização e na consolidação da marca de design democrático Pointer, sempre com forte senso de propósito e visando a sustentabilidade da empresa.

Os colaboradores e parceiros, engajados em oferecer a melhor experiência de design aos seus clientes, são o seu principal ativo.



Inauguração Fábrica Portobello em 16 de junho de 1979



Inauguração Fábrica Lastras em 16 de junho de 2019



02

ESSÊNCIA DA **MARCA**

MANIFESTO

O ambiente em que vivemos é a essência do nosso negócio.

Acreditamos que o design é a competência que nos torna únicos e inovadores, transforma a vida das pessoas e se manifesta nos nossos produtos, ambientes e experiências com a Marca.

Nosso ambiente de negócios é global, mas o design deve refletir o contexto local. Nossa cultura, estratégia e gestão devem viabilizar a criação e distribuição do design.

Portobello, gerando valor para todos os públicos, através do nosso modelo integrado e puxado e com eficiência operacional indicada pelo lucro.

DESIGN PORTOBELLO

Design natural. Design autoral.

Moldura do olhar.

Limites que ampliam.

Espaços que acolhem.

Design de fora para dentro, de dentro para fora.

Design Portobello.

PROPÓSITO

Viver Design.

Transformar ambientes e emocionar pessoas.

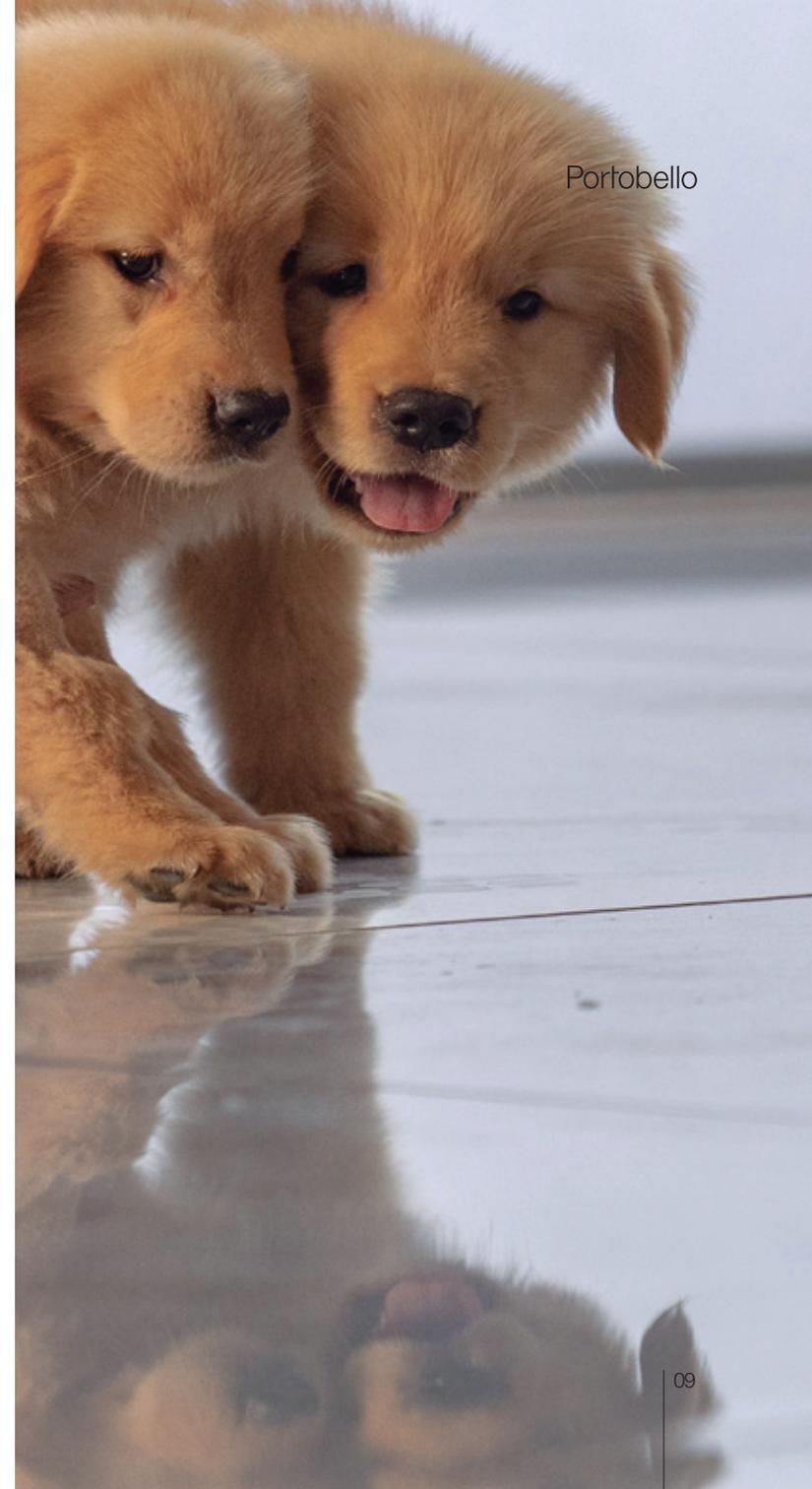
CRENÇA

A vida com design é mais inteligente, bonita e segura.

VISÃO

Ser líder brasileira e protagonista global em soluções de revestimentos para ambientes, através do design e inovação.

Portobello



PRINCÍPIOS DE GESTÃO

Valores e atributos que refletem a visão da Marca e orientam o planejamento e as decisões da empresa.

INOVAÇÃO E DESIGN

Competência que nos torna únicos e inovadores

CONFIABILIDADE E INTEGRIDADE

Relações próximas e cuidadas

AGILIDADE E SIMPLICIDADE

Simplificar sempre, para agilizar tudo

SUSTENTABILIDADE

Buscamos impacto econômico, social e ambiental positivos

CRESCER JUNTOS

Ciclo virtuoso de oportunidades

MODELO INTEGRADO E PUXADO

Orientados pelo mercado com foco do cliente

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Evolução cultural para ser protagonista do processo

LUCRO

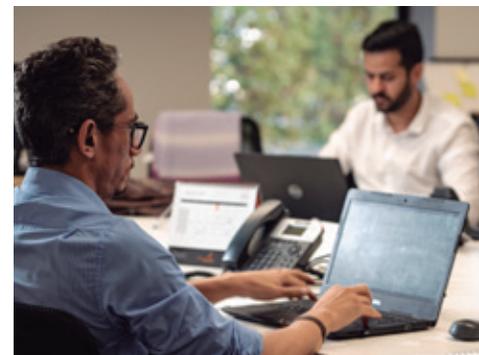
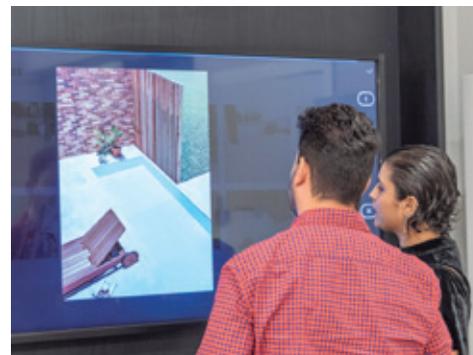
Medida de nossa eficiência operacional e capacidade de gerar valor

MERITOCRACIA

Reconhecer na proporção da entrega

GLOBAL

Estratégia que potencializa a sustentabilidade do negócio



03 | GOVERNANÇA



PERFIL DE GOVERNANÇA

102-18

A Portobello faz parte do Novo Mercado Bovespa desde abril de 2008, participando de um segmento de mercado com empresas que, voluntariamente, se comprometem a cumprir as mais exigentes normas de Governança Corporativa, que vão além do que é exigido pela legislação societária brasileira.

A Portobello é administrada por um Conselho de Administração (C.A.) e uma Diretoria Estatutária, de acordo com a Lei das S.A., com o Novo Mercado Bovespa e com o Estatuto Social da Companhia.

A empresa conta com um Conselho Fiscal permanente e independente que subsidia a empresa com as informações e análises nessa área, garantindo maior controle e contribuindo para as boas práticas de governança.

Ao final de 2019, dando continuidade ao processo de profissionalização da gestão da companhia, o então Presidente, Cesar Gomes Junior, assume a Presidência do Conselho de Administração e passa o comando executivo da empresa ao Vice-Presidente de Negócios, Mauro do Valle Pereira.

A Vice-Presidência do Conselho de Administração será ocupada por, Cláudio Ávila Silva.

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO 2020	
Cesar Bastos Gomes	Conselheiro Honorário
Cesar Gomes Junior	Presidente
Cláudio Ávila Silva	Vice Presidente
Nilton Torres de Bastos Filho	Conselheiro
Geraldo Luciano Mattos Junior	Conselheiro Independente
Walter Roberto de Oliveira Longo	Conselheiro Independente
Glauco José Corte	Conselheiro Independente
Marcos Gouvêa de Souza	Conselheiro Independente

DIRETORIA ESTATUTÁRIA 2020	
Mauro do Valle Pereira	Diretor Presidente
Cláudio Ávila da Silva	Vice-Presidente Institucional
Edson Luiz Mees Stringari	Vice-Presidente de Relações com Investidores
Cesar Gomes Junior	Vice-Presidente de Operações

CONSELHO FISCAL 2020	
Jorge Muller	
Maro Marcos Hadlich Filho	
Peter Edward Mr Wilson	

PERFIL DE GOVERNANÇA



Cesar Bastos Gomes
Fundador da Portobello



Conselho de Administração

A partir da esquerda: Marcos Gouvêa de Souza, Walter Roberto de Oliveira Longo, Cláudio Ávila da Silva, Glauco José Côrte, Geraldo Luciano Mattos Júnior, Nilton Torres de Bastos Filho, Cesar Bastos Gomes e Cesar Gomes Junior



Grupo Controlador

O Grupo exerce a governança familiar em busca de estabilidade e geração de valor a longo prazo para a companhia

CÓDIGO DE ÉTICA

102-18

A empresa possui um Código de Ética, compartilhado com o público interno, que orienta e dá transparência às relações com a Marca. Um Comitê de Ética apoia a governança da empresa na aplicação e cumprimento dos princípios éticos.



04 |
ESTRATÉGIA

ESTRATÉGIA

Em 2019 a Portobello reestruturou seus negócios em quatro Unidades Estratégicas:



A Portobello, responsável pelos mercados de Home Center, Grandes Projetos e Exportação, canais tradicionais de distribuição desse setor.



A Portobello Shop, que tem o objetivo de desenvolver o varejo da Marca, através da rede de lojas próprias e franquias.



A Portobello America, que representa a Marca nos Estados Unidos, principal mercado na estratégia de internacionalização da companhia.



A Pointer, marca de design democrático do grupo, com atuação regional no Nordeste do país e iniciando o processo de nacionalização da operação.

ESTRATÉGIA

As prioridades estratégicas, definidas no Planejamento de 5 Anos da companhia, são compartilhadas pelas Unidades de Negócio como viabilizadoras da visão de futuro do Grupo.

O Varejo Integrado e Puxado, a Internacionalização e a Consolidação da Pointer, orientam a visão de longo prazo da empresa.



João Henrique Sampaio Oliveira
Diretor Geral Portobello Tijuca



Luciano de Liz Barboza
Diretor Geral Varejo



Luiz Felipe Lenz Brito
Presidente Portobello América



Diogenes Ghellere
Diretor Geral Pointer

VAREJO INTEGRADO E PUXADO

102-1; 102-5; 102-9

A evolução do negócio principal da empresa reflete as mudanças contemporâneas do comportamento de consumo, provocadas, principalmente, pelas transformações digitais.

Um novo consumidor, protagonista no processo de compra, mais empoderado e conectado, demanda mais novidades, mais possibilidades de personalização, através de canais físicos e digitais, com facilidade e simplicidade, sem comprometer a sustentabilidade e realizando uma boa experiência com a Marca.

A Portobello, que tem o domínio da cadeia de supply, da matéria prima ao varejo, reorientou seu modelo de negócio, de uma indústria com uma rede de lojas para a visão de uma rede de lojas integrada com a indústria. Essa nova visão, de Varejo Integrado e Puxado, coloca a ponta da cadeia, o mercado, o cliente, como a proa do negócio, como o direcionador das decisões e da gestão da empresa.

Clientes sendo atendidos
na Loja Portobello Shop
Balneário Camboriú (SC)



VAREJO INTEGRADO E PUXADO

102-1; 102-5; 102-9

Portobello Shop e Lojas Próprias

Com uma rede de 130 lojas, sendo 14 próprias, a Portobello Shop é a marca líder no varejo brasileiro de revestimentos, oferecendo uma completa experiência de compra para o arquiteto e para o consumidor final.

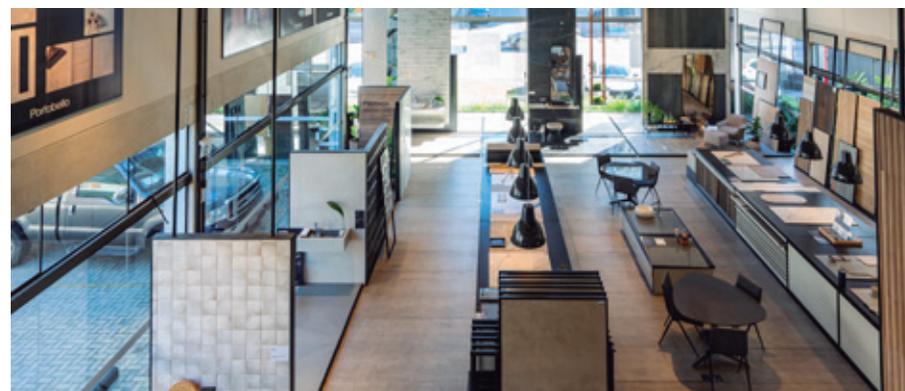
É através das lojas que a Marca se conecta diretamente com os clientes e alimenta seu sistema de informações a partir do mercado.

Os grandes formatos de porcelanato e a variedade de produtos para personalização demandam maiores espaços para exposição dos produtos. As principais lojas da rede tem área de vendas na ordem de 750 m², com algumas lojas de 1.000 m².

O expertise do modelo de Varejo Integrado e Puxado potencializa e diferencia a Marca para os homecenters no mercado interno e externo. As ferramentas e sistemas nas áreas de suprimento, re-suprimento, logística integrada e ponto de vendas são diferenciais para todos os canais de distribuição da Marca.



Consultor Nicésio José Reis Júnior realizando atendimento na Loja Portobello Shop Balneário Camboriú (SC)



Loja Portobello Shop São José (SC)

VAREJO INTEGRADO E PUXADO

102-1; 102-5; 102-9

Transformação Digital

O desafio da transformação digital passa pela visão de omnichannel, ou seja, a integração de sistemas e processos para que o cliente possa ter melhores experiências com a Marca tanto nos meios físicos quanto nos meios digitais.

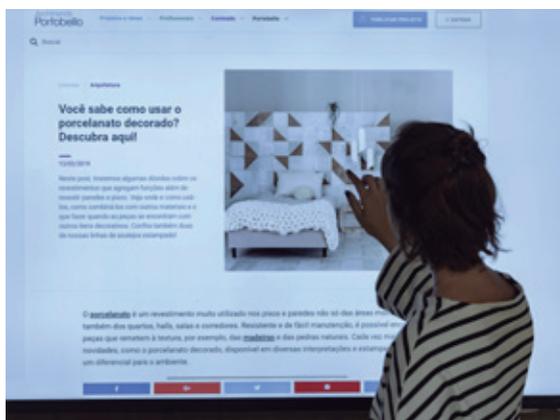
O mapeamento da jornada do cliente e a identificação dos pontos críticos nesse processo foi o primeiro passo realizado pela empresa. A estruturação dos sistemas que suportam os processos de interface

com o cliente direcionam a estratégia digital da companhia.

A plataforma Archtrends Portobello é a espinha dorsal na produção e distribuição de conteúdo para clientes e especificadores. Um site que reúne tendências e referências do segmento e conta com 200 mil visitantes únicos por mês. O principal evento de conteúdo da empresa, o Archtrends Summit, realizado em paralelo à Revestir, principal feira do

setor que acontece na segunda semana de março em São Paulo, reuniu, em 2019, mais de 800 profissionais de arquitetura e design de interiores na Sala São Paulo e foi transmitido ao vivo para todas as lojas da rede Portobello Shop.

A transformação digital transcende a Portobello Shop e gera inovações para toda a empresa, mas é nesse canal, a proa da estratégia de varejo integrado, que é exercitada mais intensamente.



INTERNACIONALIZAÇÃO

203-2

Internacionalizar as operações, potencializando a sustentabilidade do negócio expressa uma das prioridades estratégicas da Marca. O mercado americano foi escolhido para o início da internacionalização da empresa, tanto por ser atrativo comercialmente para o segmento quanto pela localização que viabiliza negócios com o Canadá e a América Central.

O projeto está estruturado para implantação em etapas, inicialmente o foco é a distribuição, através de sourcing global que inclui o Brasil, Europa e

os Estados Unidos, seguido por uma produção local própria.

2019 foi marcado pela estruturação da área comercial da Portobello America e pela implantação da Portobello Europa, um escritório comercial da marca com sede na Bélgica.

Em Outubro de 2019 o evento para o Preview de Lançamentos 2020, realizado em Nashville no Tennessee, contou com a presença de mais de 40 distribuidores americanos, expressando a força comercial da Portobello America.



CONSOLIDAÇÃO POINTER

Ser a melhor opção de design democrático no mercado brasileiro, através da marca Pointer completa as prioridades estratégicas da Portobello.

A marca Pointer, com operação inicial na região Nordeste e unidade produtiva em Marechal Deodoro (AL), completou seu 4º ano de operação em 2019 aplicando os diferenciais de Design Democrático. A Pointer adota a distribuição multicanal assim como a Portobello, tendo o varejo multimarcas como o canal que melhor permite exercitar a acessibilidade da Marca, complementado pela venda direta ao mercado imobiliário e pelas exportações.

2019 foi marcado por uma pequena evolução nos resultados da companhia, processo natural de maturação, após atingir seu equilíbrio operacional no ano anterior, e, pelo início do processo de nacionalização, através da distribuição da tipologia porcelanato com a marca Pointer em toda a rede Portobello Shop.

O portfolio da Marca foi incrementado pelo acabamento polido na categoria Supercerâmico, de produtos em grandes formatos. A nova superfície com Brilho Cristal, alcançada com a implantação de uma linha de polimento na unidade fabril de Marechal Deodoro, representa uma inovação no segmento de via seca.



Consultora Bruna Dalla Brida realizando atendimento na Loja Portobello Shop Balneário Camboriú (SC)



PROJETO **LASTRAS**

Em 2019 teve início o Projeto Lastras Portobello. As Lastras em porcelanato representam a evolução tecnológica do setor, com produtos maiores e mais finos, viabilizados pela tecnologia de laminação de porcelanato, superando as prensas verticais na conformação das placas, que deram lugar às Lastras.

Uma marmoraria sustentável representa o conceito do uso das Lastras em Porcelanato. Com superfícies contínuas de até 180x360m, as Lastras devem revolucionar o universo da arquitetura com uso de porcelanato. Além de poder revestir

pisos e paredes com maior continuidade, de possibilitar a execução de grandes fachadas, essa nova categoria potencializa o desenvolvimento de mobiliário em porcelanato, principalmente bancadas funcionais para banheiros e cozinhas.

As Lastras potencializam ainda mais a substituição de mármore e madeiras no uso como revestimentos e matéria prima para mobiliário. Além das vantagens técnicas, o porcelanato é uma alternativa sustentável aos materiais naturais.

A primeira etapa do Projeto Lastras teve

investimento estimado na ordem de R\$155 milhões, e incluiu um novo forno de 236 metros, especialmente desenvolvido para a produção de lastras, mais longilíneo, com largura de 2,40m, sistema inteligente de aquecimento e resfriamento, micro rolos de porcelana e tecnologia para lastras de porcelanato de até 1,80x3,60m.

A Portobello será pioneira na produção de Lastras no mercado brasileiro, dando maior acessibilidade à categoria e reafirmando a vocação de inovação da Marca. A segunda etapa do projeto para início da produção foi anunciada para o início de 2020.

05 |
MARCAS



Portobello

É a marca de design que cria e distribui produtos e serviços contemporâneos de revestimento para pessoas e empresas que buscam a viabilização de projetos e sonhos com originalidade, qualidade e a um preço justo.

Officina Portobello

Soluções únicas na arte da porcelanateria. Combinação de maestria artesanal e tecnologia de ponta para bancadas, cortes especiais, objetos de design e mobiliário.

Portobello shop

Portobello Shop é a rede de varejo especializada em revestimentos cerâmicos e complementos, que oferece uma experiência de compra diferenciada, na loja e nos ambientes digitais, para especificação e compra de produtos Portobello.

Portobello America

Marca com know-how Portobello e DNA americano, que cria, produz e distribui soluções completas e competitivas de revestimento.

POINTER

A Pointer produz e distribui revestimentos para pessoas que buscam soluções com design, qualidade e preço competitivo.

DIFERENCIAIS
CORPORATIVOS

Marca
Produto
Logística
Confiabilidade nas relações

DIFERENCIAIS
DO NEGOCIO

Multicanal
Arquitetos e Designers

Personalização
Arquitetos e Designers
A Arte da Porcelanateria

Experiência de Compra

Orientada pelo Mercado
Conexão Digital

Conexão Digital
Qualidade
Preço Competitivo

05
NOSSAS **MARCAS**

MODELO MULTICANAL
PORTOBELLO

102-18

MÉXICO

EUA

CANADÁ

PERU

BRASIL

BOLÍVIA

PARAGUAI

URUGUAI

ARGENTINA

REINO UNIDO

BÉLGICA

SUÉCIA

ÁFRICA DO SUL

Portobello

AUSTRÁLIA

MERCADO
EXTERNO

Exportação para
mais de 60 países

80%

MERCADO INTERNO

1/3
Portobello Shop

1/3
Home Centers

1/3
Engenharia

20%

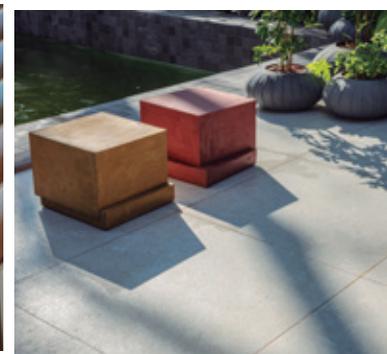
MERCADO EXTERNO

CICLO DA INOVAÇÃO

Processo de Desenvolvimento de Produtos

Um grupo multidisciplinar de profissionais faz pesquisas, interage com os principais intérpretes do mercado, realiza clínicas de produto e coordena viagens de estudo para os principais eventos do segmento. Todas as

informações são organizadas, passam por uma análise crítica do grupo e subsidiam o processo de desenvolvimento de novos produtos, além de inovações em outras áreas que melhoram a experiência do cliente.



CICLO DA INOVAÇÃO



NRF - National Retail Federation
(Estados Unidos, janeiro/2019)

Um grupo de estudo da Portobello, incluindo executivos e franqueados, participou da principal feira de varejo do mundo realizada em Nova York, onde puderam também conhecer cases de sucesso in loco.



Salão do Móvel e Semana do Design de Milão (Itália, abril/2019)

O time criativo da Portobello juntamente com participantes do programa de relacionamento Portobello Mais Arquitetura, se reuniu em viagem de pesquisa para captar as principais tendências da Semana do Design de Milão e iSaloni, maior feira do setor. As percepções, fruto de múltiplos olhares, foram compiladas em um trendbook lançado pela Marca.



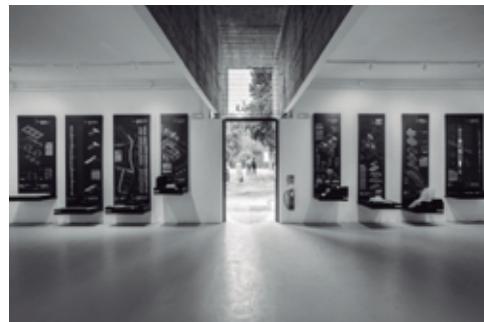
Coletivo Criativo Berlim
(Alemanha, maio/2019)

Em 2019, o destino da terceira edição do Coletivo Criativo foi Berlim. A iniciativa reuniu 17 profissionais renomados da arquitetura e design nacional para viagem de imersão com o objetivo de realizar pesquisa para desenvolvimento de novos produtos em parceria com a Marca.

**CICLO DA
INOVAÇÃO**

Cersaie
(Itália, setembro/2019)

A equipe técnica da empresa e grupo de arquitetos do programa de relacionamento Portobello Mais Arquitetura, viajou para Bolonha para acompanhar a Cersaie, maior evento internacional que apresenta as tendências de design em revestimentos e mobiliário de banho.



Bienal de Arquitetura em Veneza
(Itália, maio a novembro/2019)

Após a participação na Cersaie, a delegação da Portobello visitou a 17ª edição da Bienal de Arquitetura em Veneza. Os pontos altos da mostra, com o tema Freespace, foram compartilhados pela equipe através de palestras presenciais na sede da empresa.



Clínicas de Produto
(2019)

Em 2019 foram realizadas 20 clínicas de produto envolvendo 460 profissionais de arquitetura. As clínicas possibilitam ouvir diretamente dos profissionais sobre tendências, gaps do portfólio, necessidades de melhoria em produtos e serviços e demandas técnicas, além da realização de oficinas criativas para geração de ideias para novos produtos.

PORTOBELLO MAIS ARQUITETURA

102-18

É através da arquitetura que o design da Marca se transforma em um ambiente concreto. A ideia, o projeto, a especificação, a execução e a decoração do ambiente são as etapas para que o design, o produto Portobello, venha a ser o sonho do cliente materializado.

Essa dinâmica faz da arquitetura parte essencial do negócio Portobello. Por isso a relação da Portobello com os profissionais dessa área é tão próxima e tão intensa. O papel do profissional de Arquitetura é parte fundamental do negócio Portobello e são vários os aspectos em que essa relação se manifesta.

1. EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

- Especificação técnica e estética
- Projeto de paginação
- Acompanhamento da execução

2. TROCA DE CONHECIMENTO

- Clínicas de produto
- Viagens de pesquisa
- Portobello experience na fábrica

3. RECONHECIMENTO E VALORIZAÇÃO

- Coletivo Criativo
- Archtrends

Os profissionais de arquitetura e design, devidamente cadastrados nos órgãos regulamentadores e no programa de relacionamento Portobello+Arquitetura, terão a possibilidade em ser remunerados pela especificação de produtos Portobello Shop no valor de até 5% sobre o total de suas compras.

Essa remuneração é creditada ao profissional cumprindo os requisitos formais e legais. Além disso, o cliente acompanhado por um profissional terá desconto adicional de 5% sobre o total das compras realizadas.



Cerimônia de Premiação Portobello Mais Arquitetura 2019, na Sala São Paulo (SP)



PRINCIPAIS EVENTOS

102-18



REVESTIR

- Transamérica Expocenter - São Paulo, SP,
 • 11 a 15 de março
 • Participantes: 15.000 no estande
 • Clientes Internacionais: 425
 • Arquitetos: 1.170



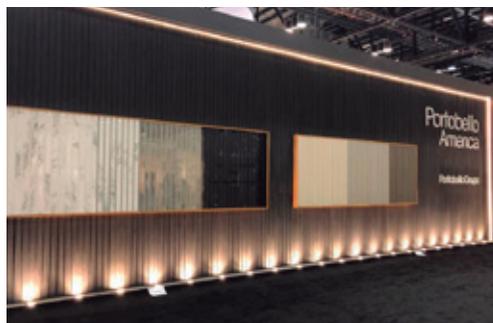
EVENTO PARALELO

- Instituto Tomie Ohtake - São Paulo, SP
 10 a 15 de março
 • Participantes: 3.931
 • Clientes Internacionais: 425
 • Arquitetos: 1.170



ARCHTRENDS SUMMIT

- Sala São Paulo - São Paulo, SP
 • 11 de março
 • Arquitetos: 680



COVERINGS

- Orange County Convention Center (Orlando/Florida)EUA,
 • 9 a 12 abril
 • Participantes: 30 mil
 • Clientes Internacionais: 40 clientes, 25 países dos EUA, Canadá e América Central



CONVENÇÃO PORTOBELLO SHOP

- Hotel Grand Hyatt - Rio de Janeiro, RJ
 • 14 a 18 de agosto
 • Participantes: 300



EVENTO PORTOBELLO AMERICA

- Gaylord Opryland Resort. Nashville TN. EUA,
 • 18 e 19 outubro
 • Clientes Internacionais: 65
 • Evento Portobello America



06 |

SUSTENTABILIDADE

Área já minerada
recuperada ambientalmente,
em Canoinhas, SC

SUSTENTABILIDADE

102-12

O ambiente em que vivemos é a essência do nosso negócio

Num mundo onde a globalização é uma realidade de impacto universal, apresentar-se conectada às tendências atuais, mas ao mesmo tempo refletir o contexto local, é um dos objetivos da Portobello.

Soluções pensadas para atender o público através da junção dos pilares Social, Ambiental e Econômico, que

compõem a Política de Sustentabilidade da Portobello e estão ligados diretamente ao desenvolvimento sustentável e ao crescimento equilibrado nestas três esferas.

Respeitar o meio ambiente e preocupar-se com a sociedade onde está inserida fazem parte destes processos. A partir da abordagem dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), a marca Portobello, atua com envolvimento

de seus colaboradores, parceiros, fornecedores e a comunidade, em temas como padrões de produção e consumo sustentáveis, saúde e bem-estar e promoção de oportunidades de aprendizagem.

A empresa é signatária Movimento ODS SC, cujo objetivo é facilitar a incorporação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) na prática de pessoas e organizações catarinenses.

MATERIALIDADE

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

Há três anos, após consulta aos seus públicos estratégicos, a empresa definiu os temas de maior relevância e prioridade no contexto da sustentabilidade. São oito temas que abrangem 18 aspectos materiais e direcionam a gestão da sustentabilidade na Portobello.

TEMA MATERIAL (102-47)	IMPORTÂNCIA (103-1-a)	QUEM É IMPACTADO (103-1-b ; 103-1-c)	NORMAS GRI	INDICADORES
Governança e Transparência	Visibilidade aos stakeholders, gestão da imagem e reputação, ética e praticas anticorrupção	Liderença e Governos Locais	Conformidade Socioeconômica	419-1
Excelência na Gestão dos Diferenciais (Marca, Modelo Logístico e Distribuição Multicanal)	Gestão conservadora em tempos de crise, ampliação dos diferenciais competitivos, gestão das marcas	Fornecedores, unidades operacionais, colaboradores, operadores logísticos e varejo	Performance Econômica Marketing e Rotulagem	201-1 416-1
Inovação em Produtos	Demanda por produtos sustentáveis, buscar diferenciação dos produtos, posicionamento no mercado	Unidades operacionais, colaboradores e clientes	-	102-43
Cadeia de Suprimentos Sustentável	Rastreabilidade e origem das matérias-primas, desenvolvimento de fornecedores, responsabilidade e riscos na cadeia	Fornecedores e Unidades Operacionais	Materiais Produtos e Serviços Biodiversidade Avaliação Ambiental de Fornecedores Avaliação Social de Fornecedores	301-2 301-3 304-2 308-2 409-1 414-2
Excelência Operacional	Pressão hídrica, alta demanda energética, conceito já implantado na nova planta	Unidades Operacionais, Comunidades Locais e Colaboradores	Energia Água Emissões Efluentes e Resíduos	302-1 ; 302-3 303-1 ; 303-3 305-1 306-1 ; 306-2
Desenvolvimento e Gestão de Pessoas	Tema é transversal à varios aspectos, capital humano considerado estratégico, necessidade de ampliar o clima organizacional	Colaboradores e Varejo	Treinamento e Educação Mecanismos de Queixas Emprego	404-1 ; 404-3 103-2-c-vi 401-2
Saúde e Segurança no Trabalho	Cultura de segurança, práticas bem estabelecidas, atenção na atividade fabril	Fornecedores, Unidades operacionais, colaboradores e operadores logísticos	Saúde e Segurança no Trabalho	403-1 ; 403-2
Proximidade e Participação na Comunidade	Forte relacionamento com as comunidades (Tijucas e Marechal Deodoro), licença social para operar e alinhamento de expectativas, impacto no ambiente de trabalho	Comunidades locais e Colaboradores	Comunidades Locais Impactos Economicos Indiretos	413-1 203-2

DIRETRIZES DA SUSTENTABILIDADE

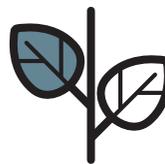


Responsabilidade Social

NOSSA GENTE

Princípios Estratégicos:

- Promover saúde, segurança, bem-estar e desenvolvimento das pessoas;
- Priorizar as crianças e o esporte nos projetos sociais;
- Ser parceiro da comunidade apoiando boas iniciativas de responsabilidade social;
- Incentivar a cultura e a participação de seus colaboradores em ações de voluntariado social.



Responsabilidade Ambiental

NOSSO PRODUTO

Princípios Estratégicos:

- Exercitar o design e a inovação sustentáveis;
- Potencializar a sustentabilidade do material cerâmico;
- Cultivar e apoiar as boas práticas de proteção ao meio ambiente.



Responsabilidade Econômica

NOSSO NEGÓCIO

Princípios Estratégicos:

- Comprometer-se com a excelência dos resultados;
- Criar condições de geração de valor para todos;
- Investir em boas práticas de gestão e governança, priorizando a meritocracia.

**DESTAQUE
SOCIAL**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Número de Colaboradores	2835	2996	2998	2770	3240	3434
Número de Horas Treinamento	28.000	29.070	12.000	35.000	36.000	34.000
Programas Sociais	1.352.940	1.558.266	1.107.950	1.559.449	1.416.750	1.692.552

**DESTAQUE
AMBIENTAL**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Emissões diretas de gases de efeito estufa (KgCO ₂ eq)/M ²	4.82	4.96	5.38	5.77	5.96	6.33
Destinação de resíduos (kg/M ²)	1.14	0.46	0.18	0.20	0.22	0.19
Consumo de energia (GJ/m ²)	132.05	135.47	128.99	129.34	134.86	141.33
Volume de água captado (L/m ²)	11.27	12.67	11.32	11.58	13.28	14.44

DESTAQUE ECONÔMICO

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Receita Bruta (R\$ Mil)	1.200.814	1.345.015	1.301.050	1.277.945	1.321.346	1.415.598
Receita Líquida (R\$ Mil)	949.147	1.060.395	1.016.400	1.023.937	1.054.190	1.114.269
Lucro Bruto (R\$ Mil)	357.218	396.202	363.202	417.020	405.600	362.619
Margem Bruta	37,60%	37,40%	35,70%	40,70%	38,50%	32,50%
EBITDA (R\$ Mil)	175.971	166.748	75.808	149.006	244.404	75.071
Lucro Líquido (R\$ Mil)	93.484	52.673	2.142	64.170	134.311	13.164
Dívida Líquida (R\$ Mil)	350.852	501.654	464.241	394.367	472.188	427.141
Investimentos (R\$ Mil)	75.880	9.999	25.387	46.528	63.000	81.000
Impostos (R\$ Mil)	276.383	294.408	286.525	286.304	336.575	284.607
Dividendos (R\$ Mil)	45.133	12.505	505	30.464	31.892	6.236



07

NOSSA **GENTE**

Alex Felisdoro da Silva
Esmaltação
Pointer

NOSSA
GENTE

Nosso sucesso depende fundamentalmente das pessoas. Das melhores pessoas, com talento e vontade de fazer mais e com excelência. Pessoas que gostem de um ambiente desafiador e competitivo, que busquem eficiência, inspirem seus colegas e disseminem nossa cultura de evoluir sempre.

A Portobello entende que um bom ambiente no trabalho, com a família e na sociedade, é fundamental para que as pessoas possam ter um bom desempenho profissional. A empresa tem o compromisso de proporcionar condições para um ambiente de trabalho seguro, motivador, com bom clima organizacional e exercitar o papel de participar ativamente das iniciativas sociais dos colaboradores e das comunidades nas quais está inserida.

**Eracildes Nicolau**

PB4 Portobello, colaboradora há 36 anos

**Silvio Samagaia**

Utilidades Portobello, colaborador há 39 anos

PERFIL DOS COLABORADORES

102-7

EM 2019 TIVEMOS:

147

colaboradores portadores de necessidades especiais

120

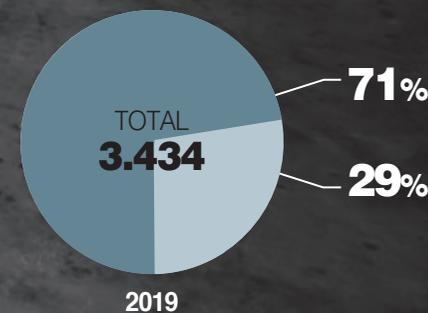
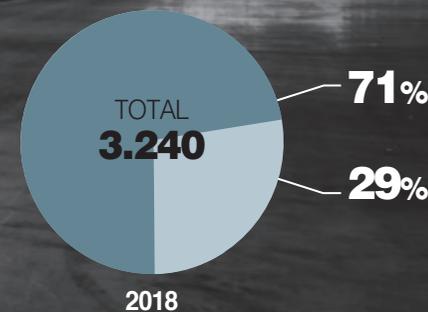
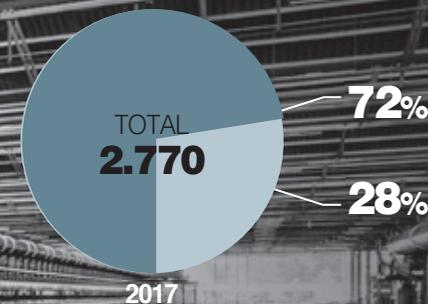
jovens aprendizes

23

estagiários

NÚMEROS DE EMPREGADOS
(colaboradores por gênero)

■ Homens
■ Mulheres





Josival Ladislau da Silva
Segurança e Medicina do Trabalho
Pointer

SAÚDE E SEGURANÇA

403-1

A empresa acredita que saúde e segurança são interdependentes e que os treinamentos técnicos e de conscientização são chave para a melhoria dos indicadores em ambas as áreas.

- O DDS (Diálogo Diário de Segurança) é um treinamento de conscientização com conteúdos diários enviados a todos os colaboradores e, nas fábricas e parte das áreas administrativas, os gerentes e

coordenadores discutem sobre o tema do dia com a equipe.

- A Abordagem Comportamental é uma prática onde os gestores identificam desvios de conduta em sua equipe e reorienta o comportamento que é aplicada desde 2018. Em 2018, a Abordagem Comportamental, já realizada pelos gerentes e coordenadores, foi estendida aos líderes de produção.

SAÚDE E SEGURANÇA

403-1

A gestão eficiente das políticas e ferramentas de saúde e segurança são indispensáveis para alcançar e sustentar as melhorias. A empresa acredita que saúde e segurança é responsabilidade de todos, por isso a gestão envolve políticas corporativas e análise de indicadores centralizadas, combinada com a aplicação das políticas e controle dos números implementada pela liderança de cada área. Os comitês de Saúde e Segurança no Trabalho (SST) apoiam a gestão:

Comitê Executivo de SST

Com a participação da diretoria executiva da empresa, o comitê é acionado para decisões de alta relevância e casos críticos.

Comitê de Gestão de SST

Participam as diretorias de produção e de gente e gestão e as lideranças das áreas de saúde e segurança, industrial, manutenção, supply e recursos humanos. O grupo é responsável por analisar os indicadores, avaliar as investigações e causas dos acidentes e propor melhorias sobre o tema.

Comitê de Segurança Organização e Limpeza

Com o objetivo de fiscalizar e orientar para que as áreas estejam sempre limpas e organizadas, os gerentes de produção, supply, saúde e segurança, manutenção, e representantes da CIPA e da área de meio ambiente realizam rondas semanais nas áreas.

Comitê de Ergonomia

Formado por colaboradores da empresa para estudar, compreender, acompanhar e avaliar a eficácia das sugestões propostas pela Análise Ergonômica do Trabalho. O comitê objetiva tornar o ambiente de trabalho mais seguro, confortável e mais adequado para que os trabalhadores desempenhem bem suas funções.

CIPA (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes)

Atendendo a requisitos legais, a CIPA é composta por representantes de diversas áreas, representando 100% dos colaboradores da empresa, sendo parte eleita, através de voto eletrônico desde 2016, e parte indicada pela diretoria da empresa. A CIPA atua em prevenção e correção de acidentes realizando campanhas durante o ano. Em 2019, os temas foram ergonomia, comportamento e uso correto do celular. As unidades de Tijucas (SC) e Marechal Deodoro (AL) possuem CIPAs independentes.



Erivan Vieira de Melo
Recursos Humanos Pointer

SIPAT

102-18

Semana Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho

Evento realizado anualmente envolvendo todos os colaboradores, incluindo as unidades de Tijucas (SC) e Marechal Deodoro (AL), entre os dias 15 a 19 de julho com o tema “#esse é o meu compromisso”, que coloca as pessoas como protagonistas de suas vidas, destacando as atitudes relacionadas à saúde e segurança. Uma campanha de comunicação antecedeu a realização da SIPAT e fortaleceu a mensagem tema.

Em 2019 a participação dos colaboradores na unidade de Tijucas (SC) foi recorde:

1.916
pessoas participaram das atividades.



Palestras SIPAT na Pointer e Portobello



SAÚDE E SEGURANÇA

403-2

A promoção da saúde e bem-estar para seus colaboradores através de recursos e benefícios para cuidados com a saúde e campanhas de conscientização reforça o compromisso da Portobello com o tema:

Ergonomia

Os Grandes Formatos (120x120cm) produzidos pela empresa a partir de 2018 foram responsáveis por adequações nas atividades e equipamentos da fábrica.

Campanha Trimestre Colorido

Outubro Rosa com o tema Câncer de Mama, Novembro Azul com o tema Câncer de Próstata e Dezembro Vermelho com o tema AIDS.

Campanha de Vacinação

Imunização contra gripe na unidade Tijucas (SC) e contra hepatite e tétano na unidade Marechal Deodoro (AL)

Subsídio ao Plano de Saúde, Assistência Farmácia e Odontológica e Ambulatório Médico para todos os colaboradores.

TAXAS DE SAÚDE E SEGURANÇA DE TRABALHADORES (EMPREGADOS PRÓPRIOS E TERCEIRIZADOS), POR REGIÃO

	2016		2017		2018		2019	
	PORTOBELLO	POINTER	PORTOBELLO	POINTER	PORTOBELLO	POINTER	PORTOBELLO	POINTER
Taxa de lesões	52.2	48.3	39.6	40.9	26.4	68.8	27.0	50.8
Taxa de doenças ocupacionais	41.1	7.7	35.0	4.5	0.0	0.0	0.0	0.0
Total de dias perdidos	361	101	251	77	228	0	235	251
Taxa de absenteísmo	0.93%	1.00%	0.87%	0.75%	0.81%	0.59%	1,10%	16,52%
Total de óbitos	0	0	0	0	0	0	0	0

PROGRAMAS SOCIAIS

413-1

O Programa Coral Anjos Luz deu à Portobello o Prêmio Empresa Cidadã ADVB/SC na categoria Desenvolvimento Cultural, que reconhece as empresas catarinenses referência em Responsabilidade Social.

A Portobello acredita que, ao priorizar as crianças e o esporte, está ajudando a construir um futuro melhor, por isso mantém programas permanentes e apoia iniciativas nessa área.

Programa Crescer

Realizado em parceria com a ADEC (Associação Desportiva dos Ceramistas do Vale do Rio Tijucas) e SESI/SC, o programa atende cerca de 200 crianças e adolescentes da comunidade de Tijucas, com uma programação de esportes e atividades educacionais para desenvolver atributos como disciplina, cooperação e respeito, visando a formação de um cidadão consciente.

Coral Anjos Luz

Programa criado pela empresa completou em 2019 15 anos e desenvolve a habilidade musical em 35 crianças de 5 a 14 anos que fazem parte da comunidade de Tijucas (SC). O coral participa de apresentações na empresa e na comunidade.



PROGRAMAS SOCIAIS

413-1

Na Pointer o Voluntariado se faz presente pela adesão do Projeto Sertão Vivo, arrecada alimentos não perecíveis e água potável para os moradores do Sertão Alagoano.

Programa de Voluntariado

A Portobello acredita que, juntos, é possível, sempre, fazer mais e melhor, por isso incentiva e participa de ações voluntárias de iniciativa dos colaboradores. O programa conta com a participação de mais de 200 colaboradores e, diversas ações internas ou para a comunidade. O grupo de voluntários participa de atividades na Festa do Trabalhador, na Festa das Crianças e eventos na comunidade, além de liderar as campanhas do Natal Voluntário, Campanha do Agasalho e incentivar a Doação de Sangue.



PROGRAMAS SOCIAIS

413-1

Apoio através de Leis de Incentivo

A empresa destina os recursos incentivados às ações ligadas à saúde, bem estar e esportes nas comunidades onde está inserida. Em 2019 foram apoiados projetos via Lei de Incentivo à Cultura, Lei de Incentivo à Cultura, Lei de Incentivo ao Esporte, Pronon, Pronas, Fundo da Infância e Adolescência e Fundo do Idoso.



Projeto Ação Cultural (Tijucas, SC),
Lei de Incentivo à Cultura



Projeto Hapkido (Tijucas, SC),
Lei de Incentivo ao Esporte



Lar Santa Maria da Paz (Tijucas, SC),
Fundo do Idoso

EVENTOS

A Portobello promove eventos que reforçam a cidadania dos colaboradores e a participação de familiares seja em comemorações, seja através do esporte.

**Olimpíadas Bello**

A partir do incentivo ao esporte, colaboradores, familiares e alunos do Programa Crescer participam do evento que já está em sua 13ª Edição. Realizado em parceria com a ADEC (Associação Desportiva dos Ceramistas do Vale do Rio Tijuca), as Olimpíadas Bello conta com 14 modalidades e acontece durante todo o mês de Abril.

**Festa do Trabalhador**

Organizada e realizada com o apoio dos Voluntários Portobello, o tradicional evento teve a participação de 2.504 pessoas, entre colaboradores e familiares.

**Festa das Crianças**

Evento que aconteceu nas unidades de Tijuca (SC) e Marechal Deodoro (AL), com a realização apoiada pelos Voluntários Portobello, reuniu colaboradores, participantes dos programas sociais e seus familiares e ofereceu atividades lúdicas, brincadeiras e apresentações culturais.

EVENTOS

Reconhecimento

A Portobello recebeu o Troféu Destaque SC de Responsabilidade Social, da Assembléia Legislativa do Estado de Santa Catarina, destinado às empresas referência em adotar a Responsabilidade Social em suas Políticas de Gestão.

Há 03 anos consecutivos a empresa é certificada pela entidade.

A empresa também recebeu o Certificado Empresa Cidadã pelo Conselho Regional de Contabilidade do Rio de Janeiro e pelo Programa Programa Novos Caminhos (uma parceria entre o tribunal da justiça SC e Sistema FIESC que visa a inserção de jovens no mercado de trabalho.

Em 2019 a Portobello doou 18.300 m² de revestimentos para 41 instituições que atenderam aos requisitos de sua Política de Doações de Revestimentos. As lojas da rede Portobello Shop também realizaram diversas doações nas comunidades onde estão inseridas, ampliando o alcance social da Marca.

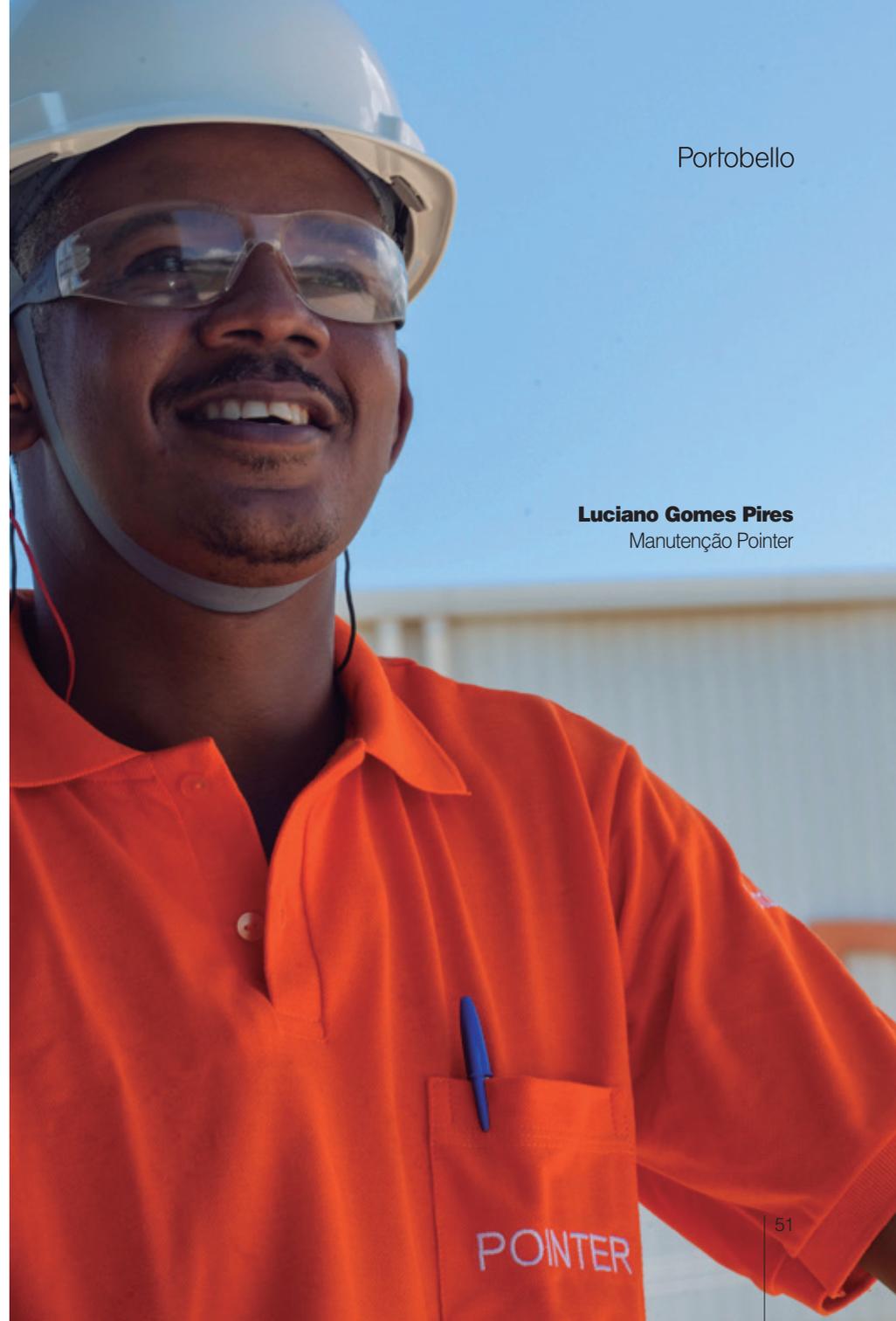
Semana ODS (Objetivos do Desenvolvimento Sustentável)

A Portobello, signatária do Movimento ODS SC, esteve presente na Semana ODS na Prática realizando diversas ações de 23 a 27 de setembro.

Com envolvimento dos colaboradores nas unidades de Tijucas e Florianópolis/ SC e dos participantes do Programa Crescer (projeto social com crianças e adolescentes de Tijucas/ SC), foram desenvolvidas diversas atividades que capacitam e conscientizam os participantes com relação aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

Portobello

Luciano Gomes Pires
Manutenção Pointer



GENTE E GESTÃO

Gente, Gestão e Processos

Pessoas capazes, processos eficazes e gestão com foco no resultado são diretrizes traçadas para que cada colaborador tenha uma visão global da companhia, gerando agilidade nas tomadas de decisão e favorecimento da continuidade do negócio.

Ser ágil, eficiente e interdisciplinar é a forma que a Portobello trabalha para melhorar a qualidade de seus produtos e serviços.

As Competências Organizacionais e de Liderança orientam o perfil dos profissionais e os conteúdos dos treinamentos.

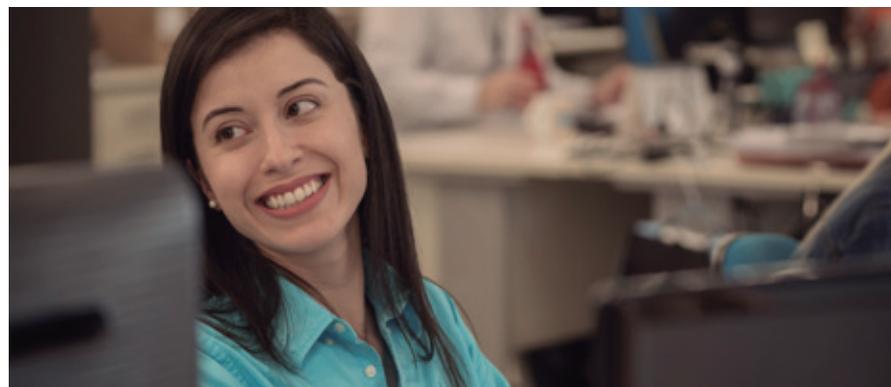
COMPETÊNCIAS PORTOBELLO

Organizacionais

- Foco no Resultado
- Atitude de Dono
- Inovação

Lideranças

- Desenvolvimento de Talentos
- Busca pela Competitividade
- Foco no Cliente
- Agilidade na Gestão
- Valorização das Diferentes Opiniões



Morgana Gonzaga Camargo

Financeiro Portobello



Geraldo Alves Florêncio Neto, Marketing Pointer

Jenyfer Alves da Silva, Comercial Pointer

GENTE E GESTÃO

404-1

MERITOCRACIA

A Meritocracia faz parte dos Princípios de Gestão da Marca, que acredita e exercita o reconhecimento de seus colaboradores na proporção de suas entregas.

Avaliação de Desempenho

A Portobello avalia o desempenho de seus líderes em 180º e utiliza os resultados para avaliar as oportunidades de desenvolvimento e identificar os melhores

talentos. Uma plataforma online orienta as avaliações através de 43 comportamentos esperados dos profissionais Portobello e, ao final do processo os resultados são discutidos em grupos presenciais.

A Portobello conquistou o Prêmio Ser Humano 2018 da ABRH (Associação Brasileira de Recursos Humanos), na modalidade Gestão de Pessoas e Desenvolvimento, pelo seu Sistema de Avaliação de Desempenho.

ALINHAMENTO

Conhecer os objetivos e metas da organização é uma prática na empresa e o ano encerra com uma revisão dos resultados e apresentação dos desafios do ano seguinte. Todas as metas ficam disponíveis online para todos os colaboradores.



GENTE E GESTÃO

Em 2019 foram realizadas:

34 mil

horas de treinamentos

CAPACITAÇÃO

Alinhamento e capacitação técnica, comportamental e operacional são a base para qualificação dos profissionais Portobello.

Programa Mentoring

Os profissionais com potencial de ascensão passam por ciclos anuais de mentoring com colegas que estão 1 ou 2 níveis hierárquicos acima.

Líder do Futuro

Programa de imersão de desenvolvimento de liderança para gestores. Já participaram 95 profissionais.

Varejo

Ciclo de palestras para desenvolvimento da cultura do varejo na empresa.

Portal EAD

Com foco na Equipe Comercial, mais de 2.000 profissionais dos canais Revenda, Engenharia e Portobello Shop, se capacitam em temas técnicos, relacionados aos produtos e ao atendimento.



Programa Líder A, treinamento realizado em novembro 2019 com as lideranças da Portobello Shop

The background is a light beige and cream-colored marbled pattern, resembling natural stone or marble. It features intricate, vein-like textures. Two large, semi-transparent circular highlights are positioned on the right side of the image, one above the other, creating a sense of depth and focus.

08

NOSSO PRODUTO



NOSSO PRODUTO

O AMBIENTE EM QUE VIVEMOS É A ESSÊNCIA DO NOSSO NEGÓCIO

Transformar argila e rochas em cerâmica através da água e do fogo é o fundamento do nosso processo produtivo.

A matéria prima é a própria terra, retirada de camadas não profundas e, em sua maioria, em áreas próximas à indústria. A terra é transformada em um pó finíssimo através da força mecânica dos moinhos e da fluidez dada pela água.

A forma das cerâmicas envolve a tecnologia das prensas e a energia do calor nos longos percursos através dos fornos.

A matéria prima, a água e a energia utilizadas na produção cerâmica são os elementos centrais para causar o menor impacto ambiental possível.

Menos desperdício, mais reaproveitamento.
Menos consumo, mais tecnologia.
Menos resíduos, mais reciclagem.
Fazer mais com menos.

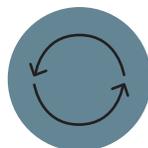
Assim preservamos o ambiente em que vivemos. A essência do nosso negócio.

NOSSO
PRODUTO

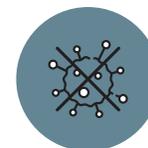
O material cerâmico é sustentável pelas suas características intrínsecas, pela sua própria natureza.

**JAZIDAS
RECUPERÁVEIS**

A principal matéria prima da cerâmica é a argila, retirada em camadas mais superficiais que os demais materiais naturais, característica essencial para a recuperação das áreas das jazidas.

**RECICLÁVEL**

Não causa impacto ambiental ao ser descartado e pode ser reincorporado à processos produtivos similares ou reutilizado como insumo nas etapas básicas da construção civil.

**ZERO
ALERGÊNICOS**

Material inerte, não possibilita a proliferação de ácaros, bactérias, fungos e mofo.

**ZERO
FORMALDEÍDO**

As cerâmicas Não contêm aglomerantes, incluindo o formaldeído, que causa danos à saúde.

**RESISTENTE
AO FOGO**

Não libera fumaça tóxica em situações extremas.

**ZERO
COVS**

A cerâmica é inorgânica, emitindo zero compostos orgânicos voláteis, gases nocivos ao sistema respiratório.

MATERIAL CERÂMICO

416-1

Alternativa mais sustentável

A evolução do design e da tecnologia possibilitam que a cerâmica e o porcelanato reproduzam materiais como madeira, mármore e outras pedras naturais, com características técnicas mais adequadas para o uso como revestimento e menor impacto ambiental.

MÁRMORES	MADEIRAS	PORCELANATO	PORCELANATO EM LASTRAS
Extração de matéria prima em GRANDES PROFUNDIDADES	USO INTENSIVO sem possibilidade de substituição em diversas indústrias	Matéria prima MAIS SUPERFICIAL	Menor espessura MENOS MATÉRIA PRIMA
TRANSFORMAÇÃO DEFINITIVA da paisagem natural	Reflorestamento que IMPACTA A DIVERSIDADE	RECUPERAÇÃO DAS ÁREAS vocação original	REAPROVEITAMENTO da matéria prima AUTOMATIZADO
<50% Baixíssimo Aproveitamento	Baixo Aproveitamento	>99% Aproveitamento da matéria prima	

Cavas concentradas em poucas localidades

Fornecimento local da matéria prima

GRANDES FORMATOS

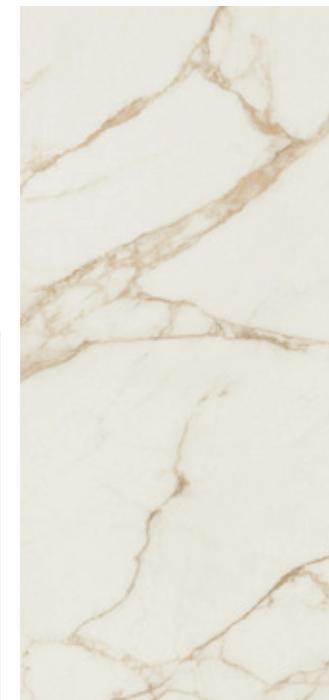
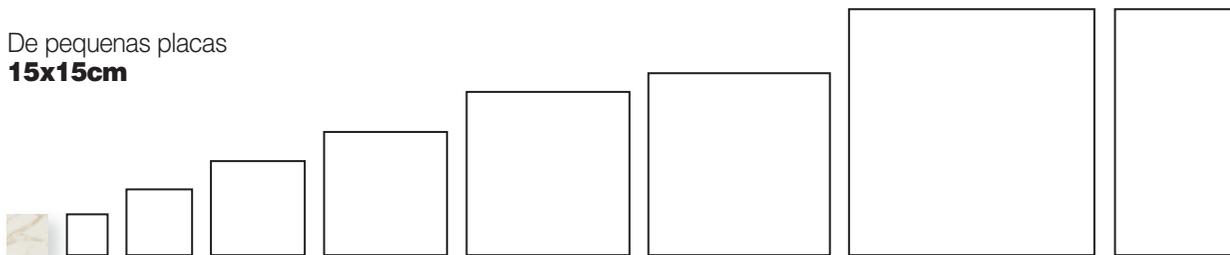
416-1

O FUTURO DO PORCELANATO

A evolução tecnológica do setor é na direção de produtos maiores e mais finos, que, naturalmente, geram menos impacto, da matéria prima à instalação, passando pelo consumo energético, geração de resíduos e logística.

A Portobello já comercializa os maiores formatos disponíveis no mercado, e será, em 2020, a primeira Marca a produzir Lastras em Porcelanato no Brasil.

De pequenas placas
15x15cm



Para grandes superfícies
180x360cm



ECOEFIÊNCIA AMBIENTAL

304-2; 308-2

Jazidas e Biodiversidade

A extração da matéria-prima é a primeira etapa da cadeia de suprimentos da empresa, e é composta por jazidas próprias e terceirizadas. A gestão dos impactos ambientais e sociais nas comunidades das áreas de extração é a essência dessa atividade. Obrigações contratuais e auditorias garantem o cumprimento das exigências legais nas

jazidas terceirizadas. Em 2019, todas as jazidas apresentaram-se conforme esses quesitos.

A política para extração de matéria prima da empresa prevê que a recuperação ambiental das áreas respeite a vocação natural de cada área, como agricultura, pecuária, piscicultura ou reflorestamento.

Em 2019:

Foram plantadas mais de 13 espécies de mudas nativas nas jazidas em operação (Leoberto Leal/SC), além da recuperação de

8,5 hectares

em Canoinhas/SC, para agricultura

ECOEFICIÊNCIA AMBIENTAL

304-2; 308-2

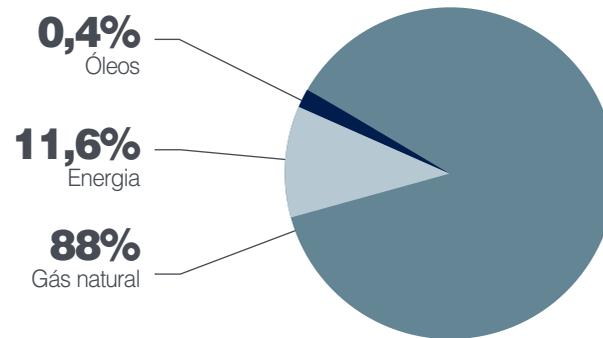
A energia elétrica utilizada no Grupo Portobello é proveniente da matriz energética brasileira, gerada principalmente em usinas hidrelétricas e parques eólicos que são fontes renováveis de energia.

Fazemos o reaproveitamento de calor que sai das chaminés dos fornos, substituição gradativa dos equipamentos antigos por mais eficientes, controles diários de eficiência de todos os processos térmicos.

ENERGIA

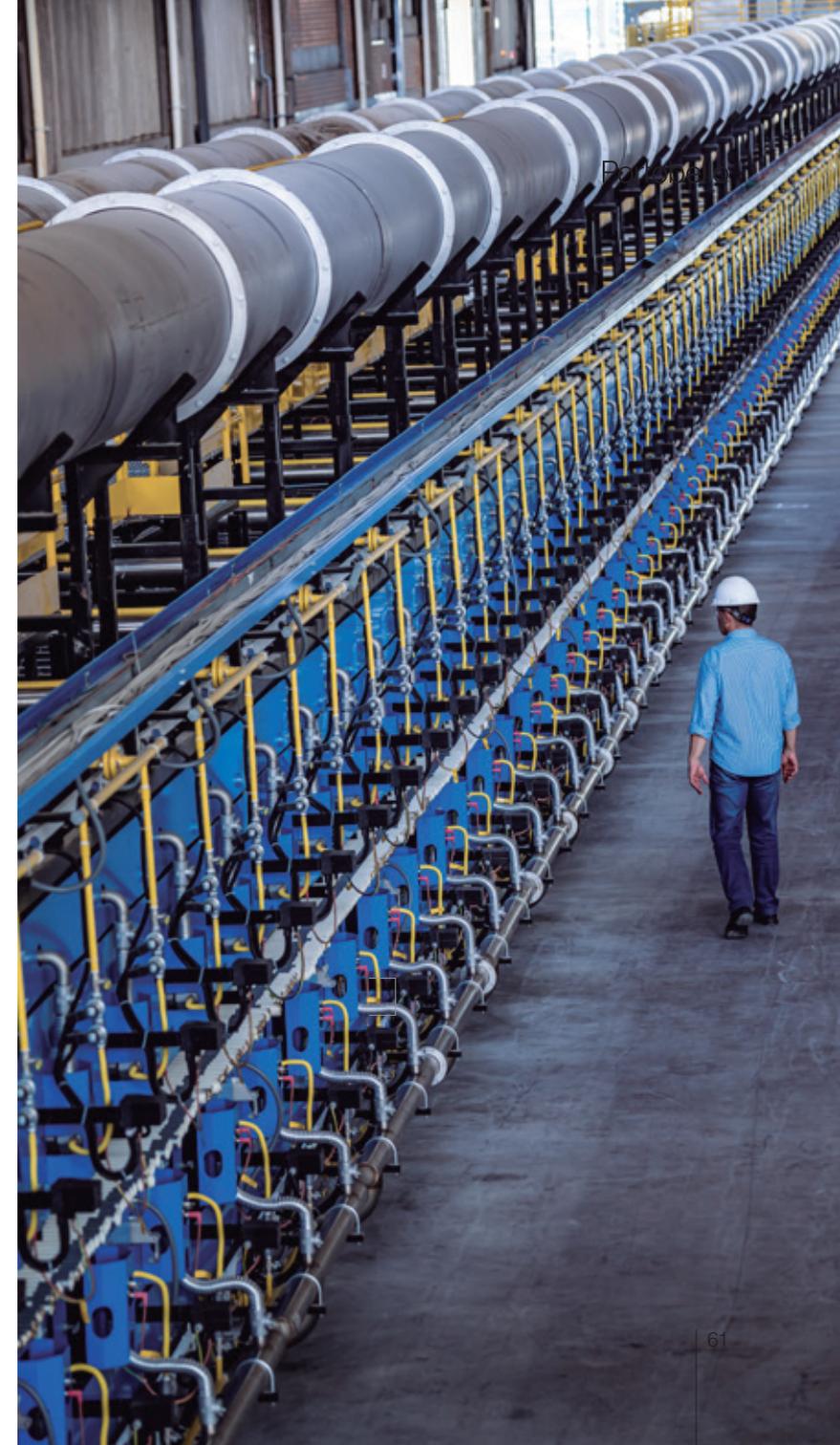
A matriz energética é composta, em sua maioria, por gás natural, energia elétrica, painéis fotovoltaicos (na Pointer) e combustíveis fósseis (diesel e lubrificantes), na proporção de:

DISTRIBUIÇÃO DA MATRIZ ENERGÉTICA DAS FÁBRICAS DA PORTOBELLO



302-1

TIPO DE FONTE	2016	2017	2018	2019
Consumo total de energia não renovável (GJ)	3.170.223,46	3.256.293,37	3.219.727,46	3.299.839,21
Consumo total de energia renovável (GJ)	424.806,11	435.065,67	434.956,39	432.429,46
Total	3.595.029,58	3.691.359,04	3.654.683,85	3.732.268,67



ECOEFIICIÊNCIA AMBIENTAL

304-2; 308-2

ÁGUA

Processo Produtivo

Toda a água do processo produtivo está em um circuito fechado, sem nenhuma devolução ao meio ambiente e com baixíssima captação, apenas o equivalente à evaporação no processo. Duas estações de tratamento de efluentes em Tijucas (SC) e Marechal Deodoro (AL) garantem a operação do sistema.

Consumo Humano

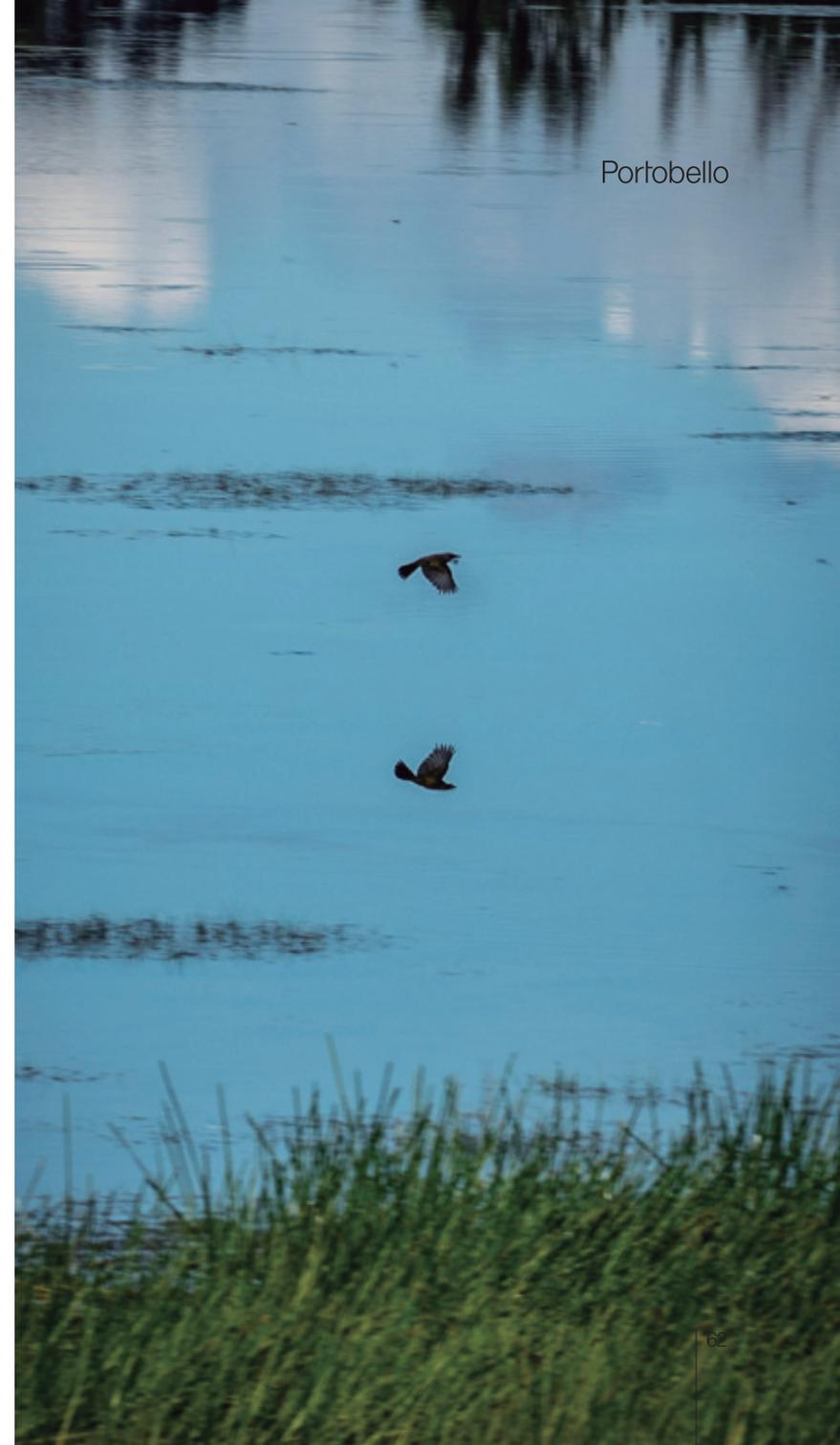
Uma rede descentralizada faz o tratamento de efluentes sanitários, sendo 13 estações, com tecnologia biológica de lodos ativados, em Tijucas (SC). Nos últimos dois anos todas as estações passaram por ampliações, aumentando a capacidade de volume de tratamento.

CAPTAÇÃO DE ÁGUA PORTOBELLO, POR FONTE E POR OPERAÇÃO (M³)

301

TOTAL DE ÁGUA RETIRADA POR FONTE	2016	2017	2018	2019
Água de superfície (rios, lagos, áreas úmidas, oceanos)	115.378 m³	111.593 m³	138.434 m³	130.969 m³
Água subterrânea	200.036 m³	218.943 m³	221.490 m³	246.444 m³
Total Portobello	315.414 m³	330.536 m³	359.924 m³	377.413 m³
Água subterrânea Pointer	82.681 m³	62.939 m³	83.887 m³	66.306,81 m³
Total	398.095 m³	393.475 m³	443.811 m³	443.720 m³

Portobello



ECOFICIÊNCIA AMBIENTAL

O Case “Valorização de resíduos Portobello”, que demonstra que 99,65% dos resíduos da empresa são reciclados e/ou reaproveitados, será publicado no site da Escola Nacional de Administração Pública (ENAP) como referência no Banco de Práticas da Instituição.

O case já premiado em 2018 pelo Prêmio Expressão de Ecologia, concorreu ao 1º Prêmio ODS Brasil, sendo um dos selecionados para publicação no banco de práticas que servirá de referência na implementação da Agenda 2030 no país.



Resíduos

99% dos resíduos gerados pela empresa em Tijucas (SC) são reutilizados ou reciclados. 95,5% é reincorporado ao processo produtivo como matéria prima, 4,2% são encaminhados para reciclagem e 0,1%, proveniente do uso sanitário, do refeitório e do ambulatório, são destinados para aterros sanitários.

301-3

Embalagem

100% do papel utilizado nas embalagens é reciclável e 100% da madeira dos pallets é de reflorestamento. A embalagem dos grandes formatos foi desenvolvida sem o uso da madeira, utilizando o próprio produto como suporte. Desde 2018 a empresa possui um projeto de reciclagem dos resíduos plásticos de embalagem, que são transformados em sacos de lixo. De 20% a 30% da composição da matéria-prima destes sacos são compostos pelos resíduos

gerados pela Portobello. Em 2019, 8 mil kg de plástico foram transformados em novos sacos de lixo. Trata-se de um ciclo fechado de reciclagem.

Uma iniciativa de logística reversa é desenvolvida nos Centros de Distribuição. Em 2019 retornaram em média 16 mil itens entre pallets e suportes metálicos. Foi realizado também a recuperação de mais de 91 mil pallets internamente na planta Tijucas (SC).



DESIGN DEMOCRÁTICO E PRODUÇÃO A SECO O FUTURO DA CERÂMICA

A produção com sistema de moagem a seco é uma inovação brasileira e um dos processos mais sustentáveis para produção cerâmica, que representa grande parte da produção nacional para o segmento mais econômico do mercado.

Essa é a tecnologia da unidade industrial de Marechal Deodoro (AL), uma das mais modernas e sustentáveis fábricas

de revestimentos existentes e a base da marca Pointer, que tem a acessibilidade como posicionamento.

Esse segmento também evolui na direção dos grandes formatos, em escala menor, compatível com a tecnologia de produção. Nesse contexto a Pointer é pioneira no lançamento do Supercerâmico, com os novos e grandes formatos 45x90 e 80x80.

DESTAQUES ENERGIA E ÁGUA UNIDADE MARECHAL DEODORO, AL

- Produção com 100% de gás natural
- Reaproveitamento de calor dos fornos
- Telhados brancos com alto índice de refletância
- Iluminação fabril 100% LED
- Jardim de placas fotovoltaicas para energia solar
- Tecnologia de moagem a seco
- Estação de tratamento de efluentes industriais e sanitários
- Captação e reutilização da água da chuva
- Emissão de vapor d'água apenas, sem fumaça poluente

DESTAQUES DE ECOEFIÊNCIA

Design e inovação visando soluções mais sustentáveis e uma efetiva política de gestão ambiental em toda a cadeia de suprimentos materializam o compromisso da empresa com o meio ambiente.



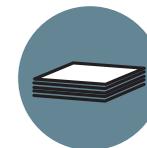
**REDUÇÃO DA
DISTÂNCIA**
média entre as jazidas e
a indústria



100%
CIRCUITO FECHADO
de Água no Processo Produtivo



100%
GÁS NATURAL
em fornos e secadores
em Tijucas (SC)



Investimentos
em produtos de
**ESPESSURA
REDUZIDA**



**REDUÇÃO DO
CONSUMO**
de água com a
nova Retífica a Seco



1800m³
de água foram
economizados no consumo
humano com a Campanha
“Água, Cuide dela você também”



**PRIORIZAÇÃO DE
ESTRATÉGIAS**
Digitais em Marketing e
Comunicação



**REDUÇÃO DO
IMPACTO
AMBIENTAL**
com sistema a seco e
reaproveitável por 36 obras de
fachada ventilada até 2018.



99,9%
DOS RESÍDUOS
foram reutilizados ou reciclados



**INOVAÇÃO
EM PRODUTO**
Evolução Sustentável: pioneira
na produção de lastras no Brasil

09

NOSSO **NEGÓCIO**



NOSSO NEGÓCIO

203-2

O ano de 2019 trouxe grandes desafios tanto no cenário externo, marcado pela crise da Argentina e disputas entre China e EUA, bem como de incertezas políticas no cenário nacional, em função do novo governo e do complicado avanço de reformas estruturais, como a previdenciária, entre outras.

Apesar da perceptível resistência nos avanços da economia e a forte pressão nos custos – impactados pelos preços

dos insumos energéticos - a companhia encerrou o ano apresentando crescimento, expansão e consolidação dos novos negócios.

A Companhia apresentou avanços em seu desempenho, com receita líquida consolidada de R\$ 1.114 milhões, maior em 6,8%, em relação ao ano anterior.

A Portobello está ciente dos seus desafios e preparada para as exigências do

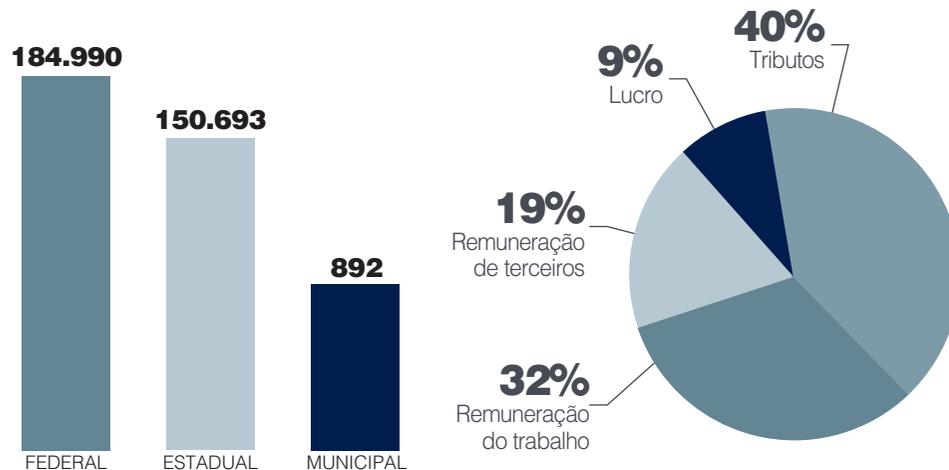
mercado, permanecendo confiante na expansão dos seus negócios através das suas estratégias de ganho de eficiência operacional e na rentabilização dos seus ativos. Nas vendas mantém o compromisso de trazer inovação de forma constante, com foco no crescimento do varejo, no fortalecimento e internacionalização da Marca, na consolidação de novos negócios e também na otimização do mix de produtos, permanecendo comprometida com a sua estratégia.

VALOR ADICIONADO

201-1

O valor adicionado é a demonstração da riqueza compartilhada entre colaboradores, comunidade, governo, acionistas e credores (agentes econômicos que contribuíram para sua geração). Em 2019, totalizou R\$ 709 milhões, sendo que deste montante, 40% foi destinado a tributos, 32% para remuneração do trabalho (pessoal), 19% para remuneração de terceiros e 9% retido como lucro do período.

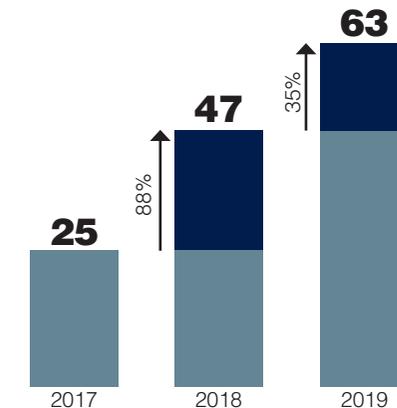
TRIBUTOS (R\$ MILHÕES)



INVESTIMENTOS

Em 2019, a Companhia realizou investimentos de R\$ 81 milhões, com destaque para ao aumento da sua capacidade produtiva com a implantação de nova linha de produção de porcelanato esmaltado, que faz parte do Projeto Lastras. Este projeto é um passo importante na evolução da Companhia e faz parte da estratégia que visa oferecer soluções completas aos clientes, inclusive substituindo a utilização de mármore natural por porcelanato esmaltado com peças de grandes dimensões. Ele está desmembrado em três etapas sendo que a primeira etapa compreende a entrega do forno desenvolvido para a produção de lastras com porcelanato de até 1,80m x 3,60m no valor de R\$ 55 milhões. A segunda etapa abrange a prensa contínua no valor de R\$ 54 milhões e a terceira etapa que compreende a linha de beneficiamento e polimento no valor de R\$ 42 milhões.

TOTAL (%)

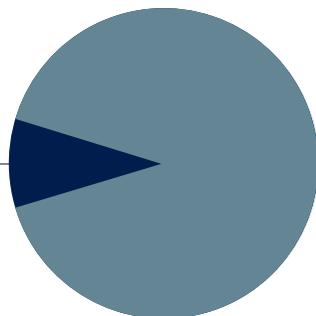


SATISFAÇÃO DO CLIENTE

102-43

87%

Satisfeitos



A Portobello realiza semestralmente uma pesquisa com profissionais de arquitetura e designer, especificadores da marca, para mensurar o grau de satisfação sobre os processos, produtos e serviços da empresa.

A pesquisa de satisfação com estes profissionais foi realizada entre março e setembro de 19 e o resultado foi de 87%.

A Portobello manteve o selo RA1000, do site Reclame Aqui, recebido no ano anterior. O reconhecimento, atualizado diariamente com as notas dos consumidores no portal, é destinado às empresas que demonstram aos consumidores o compromisso com o pós-venda, elevando o grau de confiança em sua marca e produtos.

A Portobello conquistou a 1^ª colocação na categoria Casa e Construção no Prêmio Época Reclame Aqui, promovido pela Revista Época.



Evento de premiação Reclame Aqui 2019, em São Paulo

A esquerda, o gerente da área de Qualidade Carlos Alberto Santos recebe o reconhecimento na categoria Casa e Construção - Fabricantes

RECONHECIMENTOS PRÊMIOS 2019

PORTOBELLO

NOME DO PRÊMIO	INSTITUIÇÃO	EDIÇÃO
Best in Show - Ceramics of Brasil	Anfacer	Mar/19
Prêmio Nacional de Inovação	CNI	Jun/19
28ª Edição Prêmio Anamaco	Anamaco	Ago/19
Prêmio Época Negócios ReclameAqui	ReclameAqui	Ago/19
Prêmio Empresa Cidadã 2019	ADVB/SC	Nov/19
Troféu de Responsabilidade Social	ALESC	Nov/19
Prêmio Ser Humano 2019	ABRH/SC	Dez/19
Prêmio Ser Humano 2019	ABRH/SC	Dez/19
Certificado Empresa Cidadã	Tribunal Justiça SC	Dez/19
17ª Edição Certificado Empresa Cidadã	Conselho Regional de Contabilidade do RJ	Dez/19
Top Of Mind 2019	CM	Dez/19

PORTOBELLO SHOP

NOME DO PRÊMIO	INSTITUIÇÃO	EDIÇÃO
Guia das Melhores Franquias	PEGN	Jun/19
Ranking 300 maiores empresas	SBVC (Soc. Brasileira de Varejo e Consumo)	Ago/19
Prêmio POPAI	POPAI BRASIL	Ago/19
Top 25 do Franchising Brasileiro 2019	Grupo Bittencourt	Out/19
Prêmio Top de Marketing e Vendas	ADVB/SC	Nov/19
ABEMD 2019	ABEMD (Associação Brasileira de Marketing de Dados)	Nov/19

SUMÁRIO DE CONTEÚDO **GRI**

SUMÁRIO DE CONTEÚDO **GRI**

102-55

SEÇÃO (ASPECTO / INDICADOR)	DESCRIÇÃO	PÁGINA/RESPOSTA	ODS
CONTEÚDOS GERAIS - GRI 101 ; 102 E 103			
ESTRATÉGIA E ANÁLISE			
102-14	Mensagem do Presidente	3	
PERFIL ORGANIZACIONAL			
102-1	Nome da organização.	17	
102-2	Principais marcas, produtos e/ou serviços.	26	
102-3	Localização da sede da organização.	4	
102-4	Países em que a organização opera e em que suas principais operações estão localizadas.	17	
102-5	Tipo e natureza jurídica da propriedade.	17	
102-6	Mercados atendidos.	27	
102-7	Porte da organização.	43 e 82	
102-8	Total de trabalhadores, por tipo de emprego, contrato de trabalho e região.	82 e 83	
102-41	Percentual de empregados abrangidos por acordo de negociação coletiva.	O Acordo Coletivo de Trabalho é aplicado a todos os empregados com exceção de diretores estatutários, Conselho e estagiários. O percentual abrangido é de 99,5%. Para fins de ajuste salarial, o acordo trata até o nível de coordenação com exceção de estagiários e aprendizes, com abrangência de 95,1% do total de empregados.	
102-9	Descreva a cadeia de suprimentos da organização	17	
102-49	Principais mudanças durante o período coberto pelo relatório.	Não aplicável	
102-11	Explicação de se e como a organização aplica o princípio da precaução.	"A Companhia não tem por prática operar instrumentos financeiros com objetivos diversos de proteção patrimonial (hedge). A estratégia de monitoramento e gerenciamento de riscos tem sido conduzida principalmente pela área financeira da Companhia, um processo contínuo, atendendo a diretriz de exposição cambial, além de que todas decisões relativas às operações que envolvam algum risco para a Companhia são avaliadas e aprovadas antecipadamente pela Administração."	
102-12	Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente.	A Portobello é signatária do Movimento Nacional ODS Santa Catarina desde maio de 2018.	
102-13	Participação em associações e/ou organismos nacionais/internacionais.	A Portobello participa das seguintes associações: ACIT (Associação Comercial e Industrial de Tijuca) e Anfacer (Associação Nacional dos Fabricantes de Cerâmica)	

SUMÁRIO DE CONTEÚDO **GRI**

SEÇÃO (ASPECTO / INDICADOR)	DESCRIÇÃO	PÁGINA/RESPOSTA	ODS
ASPECTOS MATERIAIS IDENTIFICADOS E LIMITES			
102-46 / 102-54	Processo para definição do conteúdo do relatório.	35 e 36	
102-47	Lista dos temas materiais.	36	
103-1-a	Tópicos materiais	36	
103-1-b	Materialidade e limites de cada aspecto dentro da organização.	36	
103-1-c	Materialidade e limites de cada aspecto fora da organização.	36	
102-48	Reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores	As informações sobre Número de Doenças Ocupacionais, na planilha do indicador 403-2, foram atualizadas em 2018, devido a correção da fórmula da base de dados Não aplicável.	
102-49	Mudanças significativas de escopo.		
ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS			
102-40	Relação de grupos de stakeholders engajados pela organização.	36	
102-42	Base para a identificação e seleção de stakeholders com os quais se engajar.	36	
102-43	Abordagens para o engajamento dos stakeholders.	36	
102-44	Principais temas e preocupações levantados por meio do engajamento dos stakeholders.	36	
PERFIL DO RELATÓRIO			
102-50	Período coberto pelo relatório para as informações apresentadas.	4	
102-51	Data do relatório anterior mais recente e limite do relatório	Relatório de Sustentabilidade elaborado anualmente desde 2015	
102-52	Ciclo de emissão de relatórios.	4	
102-53	Dados para contato em caso de perguntas relativas ao relatório ou seu conteúdo.	sustentabilidade@portobello.com.br	
102-55	Tabela que identifica a localização das informações no relatório.	72	
102-56	Política e prática atual relativa à busca de verificação externa para o relatório.	Não foi realizada verificação externa (auditoria) deste Relatório. Há um compromisso para verificar as próximas versões.	
GOVERNANÇA			
102-18	Estrutura de governança da organização.	13 e 14	
ÉTICA E INTEGRIDADE			
102-16	Declarações de missão e valores, códigos de conduta e princípios internos relevantes.	9	

SUMÁRIO DE CONTEÚDO **GRI**

SEÇÃO (ASPECTO / INDICADOR)	FORMAS DE GESTÃO	PÁGINA/RESPOSTA	ODS
CONTEÚDOS ESPECÍFICOS			
DIMENSÃO ECONÔMICA - GRI 200			
DESEMPENHO ECONÔMICO			
201-1	Valor econômico direto gerado e distribuído.	69	8 TRABALHO DESCENTE E CRESCIMENTO ECONÔMICO 
IMPACTOS ECONÔMICOS INDIRETOS			
203-2	Descrição de impactos, econômicos indiretos significativos.	17, 40 e 68	8 TRABALHO DESCENTE E CRESCIMENTO ECONÔMICO 
DIMENSÃO AMBIENTAL - GRI 300			
MATERIAIS			
301-2	Percentual dos materiais usados provenientes de reciclagem.	84	12 CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEL 
ENERGIA			
302-1	Consumo de energia direta discriminados por fonte de energia primária.	62 e 86	
302-3	Intensidade Energética	86	
ÁGUA			
303-1	Total de água retirada por fonte.	63 e 85	
303-3	Percentual e volume total de água reciclada e reutilizada.	85	
BIODIVERSIDADE			
304-2	Impactos significativos na biodiversidade de atividades, produtos, e serviços.	61	12 CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEL 
EMISSIONES			
305-1	Total de emissões diretas de gases de efeito estufa.	86	
EFLUENTES E RESÍDUOS			
306-1	Descarte total de água, discriminado por qualidade e destinação	63 e 85	6 AGUA POTÁVEL E SANEAMENTO 
306-2	Peso total de resíduos, discriminados por tipo e disposição.	64 e 87	12 CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEL 
PRODUTOS E SERVIÇOS			
301-3	Percentual de produtos e embalagens recuperados, por categoria de produto.	64	12 CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEL 
AVALIAÇÃO AMBIENTAL DE FORNECEDORES			
308-2	Impactos ambientais significativos reais ou potenciais na cadeia de fornecedores e ações tomadas.	61 e 88	15 VIDA TERRESTRE 

SUMÁRIO DE CONTEÚDO **GRI**

SEÇÃO (ASPECTO / INDICADOR)	FORMAS DE GESTÃO	PÁGINA/RESPOSTA	ODS
DIMENSÃO SOCIAL - GRI 400			
DIMENSÃO SOCIAL - TRABALHISTAS			
EMPREGO			
401-2	Benefícios concedidos a empregados de tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários.	Plano de saúde, Assistência farmacêutica, Assistência odontológica, Vale refeição ou restaurante na empresa, Bonus assiduidade, Vale transporte, Participação nos resultados, Desconto na compra de produtos Portobello e Pointer, Seguro de Vida, Vale adiantamento, Convênio creche-babá, Programa Mamãe Portobello, Assistência a dependentes com deficiência, Empréstimo consignado e Abono férias	
SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO			
403-1	Percentual da força de trabalho representada em comitês formais de saúde e segurança.	42	
403-2	Tipos e taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absenteísmo e número de óbitos.	47 e 89	3 SAÚDE E BEM ESTAR 
TREINAMENTO E EDUCAÇÃO			
404-1	Média de horas por treinamento por ano.	55 e 90	
404-3	Percentual de empregados que recebem análises de desempenho.	54 e 91	
MECANISMOS DE QUEIXAS E RECLAMAÇÕES RELACIONADAS A PRÁTICAS TRABALHISTAS			
103-2-c-vi	Número de reclamações sobre práticas trabalhistas apresentadas, endereçadas e resolvidas por mecanismos formais de reclamações.	Total de queixas e reclamações relativas a práticas trabalhistas registradas no período coberto pelo relatório: 42 Total de queixas e reclamações que foram solucionadas: 76 Total de queixas e reclamações registradas antes do período coberto pelo relatório resolvidas no decorrer deste período: 69 Valores Depositados: R\$1.315,491,00	
DIMENSÃO SOCIAL - DIREITOS HUMANOS			
AVALIAÇÃO DE FORNECEDORES EM DIREITOS HUMANOS			
409-1	Impactos relacionados a direitos humanos significativos reais ou potenciais na cadeia de fornecedores e ações tomadas.	Os contratos da Portobello com seus fornecedores possuem a cláusula: "Da Responsabilidade Social e Ambiental", que estabelece o compromisso com os seguintes pontos: <ul style="list-style-type: none"> • Combate às práticas de trabalho escravo e infantil; • Combate às práticas de discriminação em relação a sexo, origem, raça, cor, condição física, entre outros; • Proteção ao meio ambiente. 	

SUMÁRIO DE CONTEÚDO **GRI**

SEÇÃO (ASPECTO / INDICADOR)	FORMAS DE GESTÃO	PÁGINA/RESPOSTA	ODS
DIMENSÃO SOCIAL - SOCIEDADE			
COMUNIDADES LOCAIS			
413-1	Operações com programas implementados de engajamento da comunidade local, avaliação de impactos e desenvolvimento local.	48, 49 e 50	10 REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES 17 PARCERIAS E MEIOS DE IMPLEMENTAÇÃO
CONFORMIDADE			
419-1	Descrição de multas significativas e número total de sanções não-monetárias.	Não aplicável	
AVALIAÇÃO DE FORNECEDORES EM IMPACTOS NA SOCIEDADE			
414-2	Impactos negativos significativos reais e potenciais da cadeia de fornecedores na sociedade e medidas tomadas a esse respeito	Os contratos da Portobello com seus fornecedores possuem a cláusula: "Da Responsabilidade Social e Ambiental", que estabelece o compromisso com os seguintes pontos: <ul style="list-style-type: none"> • Combate às práticas de trabalho escravo e infantil; • Combate às práticas de discriminação em relação a sexo, origem, raça, cor, condição física, entre outros; • Proteção ao meio ambiente. 	
DIMENSÃO SOCIAL - RESPONSABILIDADE DO PRODUTO			
SAÚDE E SEGURANÇA DO CLIENTE			
416-1	Produtos e serviços com impactos na saúde e segurança.	58 e 59	
ROTULAGEM DE PRODUTOS E SERVIÇOS			
102-43	Resultados de pesquisas medindo a satisfação dos clientes.	70	

ANEXO

**RESUMO
SOCIAL**

203-2

INDICADORES	2016	2017	2018	2019
Remuneração Colaboradores	202.652.000,24	199.587.956,64	247.996.074,48	263.901.000,00
Programas Sociais*	1.107.950,00	1.559.449,24	1.416.750,38	1.692.552,41
Eventos Edomarketing	530.404,00	235.725,65	443.916,24	442.620,84
Desenvolvimento de Pessoas (Treinamento técnico e liderança)	887.340,00	873.232,26	923.231,21	872.000,00

*Valores incluem projetos de Leis de Incentivo.

RESUMO AMBIENTAL

INDICADORES	2016		2017		2018		2019	
	PORTOBELLO	POINTER	PORTOBELLO	POINTER	PORTOBELLO	POINTER	PORTOBELLO	POINTER
Emissões diretas de gases de efeito estufa (tCO ₂ eq)	149.856	30.566	164.704	25.375	161.595	37.661	165.508	39.116
Material proveniente de reciclagem (t)	231.590	8.573	248.044	8.550	239.245	8.951	352.793	14.729
Destinação de resíduos (t)	5.144	431	5.795	405	5.857	585	5.414	323
Resíduos não perigosos (t)	5.001	426	5.695	401	5.759	582	5.304	317
Resíduos perigosos (t)	143	5	100	4	98,43	2,48	110,28	5,84
Consumo de energia (GJ)	3.595.030	731.181	3.691.359	610.374	3.654.684	904.381	3.732.268	940.944
Consumo de energia renovável (GJ)	424.806	87.176	435.066	75.731	434.956	110.886	432.429	116.775
Consumo de energia não renovável (GJ)	3.170.223	644.005	3.256.293	534.643	3.219.727	793.495	3.299.839	824.169
Volume de água captado (m ³)	315.414	82.681	330.536	62.939	359.924	83.887	377.413	66.307

RESUMO ECONÔMICO

102-7

INDICADORES	2015	2016	2017	2018	2019
Receita bruta	1.345.015	1.301.050	1.277.945	1.321.346	1.415.598
Receita líquida	1.060,395	1.016.400	1.023.937	1.054.190	1.114.269
Lucro bruto	396.202	363.202	417.020	405.600	362.619
Margem Bruta	37,40%	35,70%	40,70%	38,50%	32,50%
EBIT	134.405	75.808	149.006	244.404	75.071
Lucro líquido	52.673	2.142	64.170	134.311	13.164
Dívida líquida	501.654	464.241	394.367	472.188	427.141
Investimentos	88.340	25.387	46.528	63.000	81.000
Impostos	294.408	286.525	286.304	336.575	284.607
Dividendos distribuídos	12.505	505	30.464	31.892	6.236

As informações financeiras apresentadas neste documento são derivadas das demonstrações financeiras consolidadas da PBG S.A., elaboradas de acordo com as normas do Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC) e as Normas Internacionais de Relatórios Financeiros (IFRS).

TOTAL DE COLABORADORES

102-8

NÚMERO DE EMPREGADOS (COLABORADORES) POR NÍVEL FUNCIONAL

	2016		2017		2018		2019	
	HOMENS	MULHERES	HOMENS	MULHERES	HOMENS	MULHERES	HOMENS	MULHERES
Conselho	10	0	10	0	10	0	12	0
Diretor	7	0	5	0	12	1	8	1
Superintendente	9	0	5	1	2	0	2	0
Gerente	32	16	29	7	37	23	32	24
Coordenador	90	66	60	19	82	33	69	36
Demais	1.907	757	1.846	698	2.096	846	2.275	873
Trainee	0	0	0	0	0	0	0	0
Aprendiz	35	39	37	29	37	30	26	34
Estagiário	20	10	15	9	16	15	20	22
Total por gênero	2.110	888	2.007	763	2.292	948	2.444	990
Total	2.998		2.770		3.240		3.434	

TOTAL DE COLABORADORES

102-8

NÚMERO DE EMPREGADOS (COLABORADORES) POR TIPO DE CONTRATO DE TRABALHO

	2016		2017		2018		2019	
	HOMENS	MULHERES	HOMENS	MULHERES	HOMENS	MULHERES	HOMENS	MULHERES
Tempo determinado	55	49	52	38	153	45	4	6
Tempo indeterminado	2.055	839	1.955	725	2.239	903	2.440	984
Total por gênero	2.110	888	2.007	763	2.292	948	2.444	990
Total	2.998		2.770		3.240		3.434	

NÚMERO DE EMPREGADOS (COLABORADORES) POR TIPO DE EMPREGO

	2016		2017		2018		2019	
	HOMENS	MULHERES	HOMENS	MULHERES	HOMENS	MULHERES	HOMENS	MULHERES
Jornada integral	2.055	839	1.955	725	2.239	903	2.394	934
Meio-período	55	49	52	38	153	45	28	33
Total por gênero	2.110	888	2.007	763	2.292	948	2.458	976
Total	2.998		2.770		3.240		3.434	

NÚMERO DE EMPREGADOS (COLABORADORES) POR REGIÃO

	2016		2017		2018		2019	
	HOMENS	MULHERES	HOMENS	MULHERES	HOMENS	MULHERES	HOMENS	MULHERES
Portobello	1.803	832	1.750	705	1.961	883	2.060	890
Pointer	307	56	257	58	331	65	402	82
Total por gênero	2.110	888	2.007	763	2.292	948	2.462	972
Total	2.998		2.770		3.240		3.434	

RECICLAGEM

301-2

PERCENTUAL DOS MATERIAIS USADOS PROVENIENTES DE RECICLAGEM

MASSA CERÂMICA NO PROCESSO PRODUTIVO	2016		2017		2018		2019	
	QUANTIDADE UTILIZADA (TON)	QUANT. PROVENIENTE DE RECICLAGEM (TON)	QUANTIDADE UTILIZADA (TON)	QUANT. PROVENIENTE DE RECICLAGEM (TON)	QUANTIDADE UTILIZADA (TON)	QUANT. PROVENIENTE DE RECICLAGEM (TON)	QUANTIDADE UTILIZADA (TON)	QUANT. PROVENIENTE DE RECICLAGEM (TON)
Portobello	703.174,61	115.794,80	691.898,01	118.765,86	715.114,00	106.475,34	715.114,00	106.475,34
Pointer	217.906,00	6.537,18	171.802,00	6.872,08	171.366,88	6.340,57	171.366,88	6.340,57

TIPO DE MATERIAL EM 2018	OPERAÇÃO	QUANTIDADE UTILIZADA (TON)	QUANTIDADE PROVENIENTE DE RECICLAGEM (TON)	% PROVENIENTE DE RECICLAGEM
Papelaço	Portobello	3.849,14	2.424,96	63%
	Pointer	731,39	636,31	87%
Fita de plástico (para arquear)	Portobello	120,71	31,44	26%
	Pointer	65,25	41,11	63%
Palett	Portobello	7.843,4	3.607,95	46%
	Pointer	-	-	-

EVOLUÇÃO DO USO DE MATERIAIS PROVENIENTES DE RECICLAGEM NA MASSA CERÂMICA PORTOBELLO

2016	2017	2018	2019
16%	17%	15%	26%

ÁGUA

303-1, 303-3, 306-1

CAPTAÇÃO DE ÁGUA PORTOBELLO, POR FONTE E POR OPERAÇÃO (M³)	CONSUMO PORTOBELLO (M³)	CONSUMO POINTER (M³)	CONSUMO TOTAL POR FONTE (M³)
Água de superfície (rios, lagos, áreas úmidas, oceanos)	138.434	-	138.434
Água subterrânea	221.490	83.887	305.377
Total	359.924	83.887	443.811

ÁGUA RECICLADA E REUTILIZADA	2016	2017	2018	2019
Volume total de água reciclada/ reutilizada (m³)	491.665	506.724	510.473	515.130,00
Índice de recirculação (%)	100	100	100	100

DESCARTE DE EFLUENTES PORTOBELLO (VAZÃO M³/H)	2016	2017	2018	2019
	4.68 m³/hora	4.67 m³/hora	4.68 m³/hora	4.47 m³/hora

CONSUMO DE ENERGIA

302-1

TIPO DE FONTE	2016	2017	2018	2019
Consumo total de energia não renovável (GJ)	3.170.223,46	3.256.293,37	3.219.727,46	3.299.839,21
Consumo total de energia renovável (GJ)	424.806,11	435.065,67	434.956,39	432.429,46
Total	3.595.029,58	3.691.359,04	3.654.683,85	3.732.268,67

POINTER: Houve aumento de 48% no consumo de gás natural e 46% de energia elétrica com relação ao ano de 2017 devido a fábrica ter parado a pleno em 2018 (10 meses) e operado com capacidade reduzida em 2017 e também devido a entrada de produtos de grandes formatos que tem um maior consumo de combustíveis.

302-3

INTENSIDADE ENERGÉTICA	2016	2017	2018	2019
	5,36 GJ	5,5 GJ	5,44 GJ	5,56 GJ

305-1

TOTAL DE EMISSÕES DIRETAS DE GASES DE EFEITO ESTUFA (TCO2EQ)	2016	2017	2018	2019
Portobello	161,028	164,704	162,950	165,508
Pointer	30,565	25,375	37,661	39,116
Total	191,594	190,079	200,611	204,624

ANEXO

RESÍDUOS

306-2

PESO TOTAL DE RESÍDUOS, DISCRIMINADOS POR TIPO E DISPOSIÇÃO	2016	2017	2018	2019	
DESTINAÇÃO DE RESÍDUOS PERIGOSOS (EM TONELADAS)					RESÍDUOS ESTÃO INCLUSOS
Reciclagem	31,07	23,62	8,06	9,14	Óleo hidráulico
Aterro sanitário (Pointer)	4,73	3,98	2,48	5,84	Resíduos contaminados com tinta e/ou óleo
Aterro Industrial	111,53	76,53	75,2	12,73	Borra de graxa, solventes, resíduos contaminados por thinner, graxa, e solventes; resíduos de ambulatório
Coprocessamento	0	0	15,17	88,41	Restos de Tinner, Borra de graxa, Solventes, resíduos contaminados de tinner, graxa, e solventes
Total	147,33	104,13	100,91	116,12	

PESO TOTAL DE RESÍDUOS, DISCRIMINADOS POR TIPO E DISPOSIÇÃO	2016	2017	2018	2019	
DESTINAÇÃO DE RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS (EM TONELADAS)					RESÍDUOS ESTÃO INCLUSOS
Reciclagem	3.804,4	4.490,05	4.336,14	4973,05	Sucata metálica; papelão, plástico, óleo industrial, misto, madeira, resíduos de construção civil, torta de polimento
Reciclagem (Pointer)	112,28	102,31	206,48	255,35	Resíduos de banheiros e refeitórios
Aterro sanitário	86,61	86,61	86,61	86,61	Orgânicos e não recicláveis
Aterro sanitário (Pointer)	314,12	298,73	376	61,44	Abrasivos
Armazenamento local	0	167,39	148,11	155,63	Resíduo Classe II (Borrachas, mangueiras, resíduos misturados, outros resíduos classe II não recicláveis)
Aterro industrial	927,9	1.117,89	1.320,9	0	Resíduo Classe II (Borrachas, mangueiras, resíduos misturados, outros resíduos classe II não recicláveis)
Coprocessamento	0	0	15,17	88,41	-
Total	5.245,31	6.262,98	6.489,41	5.620,49	

BIODIVERSIDADE

308-2

IMPACTOS AMBIENTAIS NEGATIVOS SIGNIFICATIVOS REAIS E POTENCIAIS NA CADEIA DE FORNECEDORES E MEDIDAS TOAMADAS A ESSE RESPEITO

TIPO DE FONTE	2016	2017	2018	2019
AVALIAÇÃO AMBIENTAL DE FORNECEDORES				
Total de fornecedores submetidos a avaliação de impacto ambiental	24	34	19	22

Os impactos associados à biodiversidade se dão especialmente nas atividades de mineração. Boa parte dos insumos de mineração é fornecido por terceiros, embora a Portobello abasteça sua operação a partir de atividades próprias de extração (15%). Existe portanto um impacto na fauna e flora local da área de influência direta ou indireta do empreendimento. A duração dos impactos vai depender do meio biótico e antrópico, onde cada caso é pensado individualmente. Para acompanhar esses impactos, a empresa realiza auditoria in loco, através de um checklist padrão, sem periodicidade definida – o que é um ponto de melhoria a ser desenvolvido. Essa verificação busca compreender as características dos locais onde são extraídas as matérias-primas. Entre os quesitos, são observados em especial: o perfil de comercialização do material, capacidade de carregamento e transporte, saúde e segurança dos colaboradores, documentação legal exigida (trabalhistas e licenças ambientais e de operação), mão de obra escrava e atendimento da legislação ambiental e condicionantes das referidas licenças. Nenhum dos fornecedores avaliados apresentou atividades causadoras de impactos ambientais significativos.

TAXA DE SAÚDE

403-2

TIPOS E TAXAS DE LESÕES, DOENÇAS OCUPACIONAIS, DIAS PERDIDOS, ABSENTEÍSMO E NÚMERO DE ÓBITOS

TAXAS DE SAÚDE E SEGURANÇA DE TRABALHADORES (EMPREGADOS PRÓPRIOS E TERCEIRIZADOS), POR GÊNERO	2016		2017		2018		2019	
	HOMENS	MULHERES	HOMENS	MULHERES	HOMENS	MULHERES	HOMENS	MULHERES
Número de lesões	277	52	199	32	242	31	129	32
Taxa de lesões (frequência)	41,1	7,7	35,0	4,5	32,0	4,1	21,6	5,4
Número de doenças ocupacionais	1	1	1	0	0	0	0	0
Taxa de doenças ocupacionais (frequência)	0,2	0,2	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total de dias perdidos (em decorrência de acidentes ou doença ocupacional)	337	125	295	33	171	57	216	19
Taxa de dias perdidos	50,03	18,56	42,74	4,78	20,84	9,42	36,23	3,17
Taxa de absenteísmo (ausência do trabalho devido a qualquer incapacidade)	0,80%	1,30%	0,79%	1,02%	0,92%	0,73%	1,1%	1,6%
Total de óbitos	0	0	0	0	0	0	0	0

TAXAS DE SAÚDE E SEGURANÇA DE TRABALHADORES (EMPREGADOS PRÓPRIOS E TERCEIRIZADOS), POR REGIÃO	2016		2017		2018		2019	
	PORTOBELLO	POINTER	PORTOBELLO	POINTER	PORTOBELLO	POINTER	PORTOBELLO	POINTER
Taxa de lesões	52,2	48,3	39,6	40,9	26,4	68,8	27,0	50,8
Taxa de doenças ocupacionais	41,1	7,7	35,0	4,5	0,0	0,0	0,0	0,0
Total de dias perdidos	361	101	251	77	228	0	235	251
Taxa de absenteísmo	0,93%	1,00%	0,87%	0,75%	0,81%	0,59%	1,10%	16,52%
Total de óbitos	0	0	0	0	0	0	0	0

TREINAMENTO

404-1

MÉDIA DE HORAS DE TREINAMENTO POR ANO, POR FUNCIONÁRIO, POR GÊNERO, DISCRIMINADAS POR CATEGORIA FUNCIONAL

CATEGORIA FUNCIONAL/ GÊNERO	2016			2017			2018			2019		
	Colaboradores	Horas de treinamento	Horas por colaborador									
Conselho	10			10			10			10		
Diretor	5			5			13			13		
Superintendente	6			6			2			2		
Gerente	36			36			60			60		
Coordenador	79			79			115			115		
Demais	2.544			2.544			2.942			2.942		
Trainee	0			0			0			0		
Aprendiz	66			66			67			67		
Estagiário	24			24			31			31		
Total	2.770	11.615	4,19	2.770	35.014	12,64	3240	35.875	11,07	3240	33.884	9,87
Homens	2.007			2.007			2.292			2.292		
Mulheres	763			763			948			948		

ANEXO

DESEMPENHO

404-3

PERCENTUAL DE EMPREGADOS QUE RECEBEM REGULARMENTE ANÁLISES DE DESEMPENHO E DE DESENVOLVIMENTO DE CARREIRA, DISCRIMINADO POR GÊNERO E CATEGORIA FUNCIONAL

CATEGORIA FUNCIONAL/ GÊNERO	2016			2017			2018			2019		
	Total de colaboradores	Total de colaboradores que receberam análise de desempenho	% colaboradores que receberam análise de desempenho	Total de colaboradores	Total de colaboradores que receberam análise de desempenho	% colaboradores que receberam análise de desempenho	Total de colaboradores	Total de colaboradores que receberam análise de desempenho	% colaboradores que receberam análise de desempenho	Total de colaboradores	Total de colaboradores que receberam análise de desempenho	% colaboradores que receberam análise de desempenho
Conselho	10	0	0%	10	0	0%	10	4	40%	12	0	0%
Diretor	5	7	100%	5	5	100%	13	13	100%	9	9	100%
Superintendente	6	9	100%	6	6	100%	2	2	100%	2	2	100%
Gerente	36	43	100%	36	36	100%	60	59	98%	56	45	80%
Coordenador	79	150	100%	79	79	100%	115	115	100%	105	105	100%
Operação	2.544	0	0%	2.544	0	0%	2.942	75	3%	3148	134	4%
Trainee	0	0	0%	0	0	-	0	0	-	0	0	-
Aprendiz	66	0	0%	66	0	0%	67	0	0%	60	0	0%
Estagiário	24	37	100%	24	24	100%	31	31	100%	42	42	100%
Total	2770	246	8%	2.770	150	5%	3.240	299	9%	3.434	337	10%
Homens	2.007	88	10%	2.007	114	6%	2.292	200	9%	2444	239	10%
Mulheres	763	158	7%	763	36	5%	948	99	10%	990	98	10%

