INFORME DE **SOSTENIBILIDAD** 2019

Portobello

ÍNDICE

1.1. Carta del Presidente del Consejo de Administración 3
1.2. El Informe 4
1.3. Línea del Tiempo Portobello 5
1.4 40 Años 7

ESENCIA DE LA MARCA
2.1. Manifiesto 9
2.2. Design Portobello 9
2.3. Propósito 9
2.4. Creencia 9
2.5. Visión 9
2.6. Principios de Gestión 10
2.7. Forma de Ser y Hacer Portobello 11

GOBERNANZA
3.1. Perfil y Gobernanza 13
3.2. Consejo de Administración 13
3.3. Directorio Estatutario 13
3.4. Consejo Fiscal 13
3.5. Código de Ética 15

ESTRATEGIA
4. Estrategia 17
4.1. Mercado Minorista Integrado y “Sistema Pull” 19
4.1.1 Portobello Shop y Tiendas Propias 20
4.1.2. Transformación Digital 21
4.2. Internacionalización 22
4.3. Consolidación Pointer 23
4.4 Proyecto Lastras 24

.NUESTRAS MARCAS
5. Nuestras Marcas 26
5.1. Ventajas Corporativas 26
5.2. Ventajas del Negocio 26
5.3. Modelo Multicanal Portobello 27
5.4. Mercado Externo 27
5.5.Ciclo de la Innovación 28
5.6. Portobello Más Arquitectura 31
5.7. Principales Eventos 32

SOSTENIBILIDAD
6.1. Concepto 34
6.1.1. Materialidad 35
6.1.2. Directrices de la Sostenibilidad 36
6.1.3. Destaque Social 37
6.1.4. Destaque Ambiental 38
6.1.5. Destaque Económico 39

NUESTRA GENTE
6.2. Nuestra Gente 41
6.2.1. Perfil de los Colaboradores 42
6.2.2 Salud y Seguridad 43
6.2.2.1. Comités de Salud y Seguridad 44
6.2.2.2. SIPAT 45
6.2.2.3. Promoción de la Salud y Bienestar 46
6.2.2.4. Tasas de Salud y Seguridad 46
6.2.3. Programas Sociales 47
6.2.3.1. Programa Crecer 47
6.2.3.2. Coro Anjos Luz 47
6.2.3.3. Programa de Voluntariado 48
6.2.3.4. Apoyo a través de leyes de incentivo 49
6.2.4. Eventos 50
6.2.5.Gestión y Gestión 52
6.2.5.1. Competencias Portobello 52
6.2.5.2. Meritocracia 53
6.2.5.3. Capacitación 54

NUESTRO PRODUCTO
6.3. Nuestro Producto 56
6.3.1. Destaques del Material Cerámico 57
6.3.2. Grandes Formatos 59
6.3.3. Ecoeficiencia Ambiental 60
6.3.3.1. Yacimientos y Biodiversidad 60
6.3.3.2. Energía 61
6.3.3.3. Agua 62
6.3.3.4. Residuos 63
6.3.3.5. Embalaje 63
6.3.4. Destaques Pointer 64
6.3.5. Destaques de Ecoeficiencia 65

NUESTRO NEGOCIO
6.4. Nuestro Negocio 67
6.4.1. Valor Adicionado 68
6.4.2. Inversiones 68
6.4.3. Satisfacción del Cliente 69
6.4.4. Reconocimientos 70

Sumario de Contenido GRI
7. Sumario de Contenido GRI 72

CARTA DEL PRESIDENTE **DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN**

El contexto externo de 2019 presentó avances importantes, menores que las previsiones y expectativas, sin embargo estructurando bases más sólidas para la retomada del crecimiento.

En ese año, en que la marca Portobello cumplió 40 años, avanzamos en la consolidación de nuestras prioridades estratégicas y dimos pasos importantes en el ejercicio de nuestro posicionamiento de design e innovación.

El inicio del Proyecto Lastras, con inversiones fabriles importantes, impulsa los ventajas competitivas de la empresa, potencia los avances en el mercado minorista, que demanda, cada vez más,soluciones completas y reitera nuestro liderazgo en innovación.

Consolidarse como marca de mercado minorista involucra también desafíos de gestión y, al final de 2019, dando continuidad al proceso de profesionalización de la empresa, paso a ocupar la Presidencia del Consejo de Administración y el Vicepresidente de Negocios, Mauro do Valle Pereira, asume el comando ejecutivo de la empresa. El nuevo modelo organizacional contempla también la consolidación de unidades de negocios independientes, buscando una mayor agilidad y eficiencia para el crecimiento de la empresa.

La integración entre el Consejo de Administración y el nuevo comando ejecutivo sustenta la continuidad de la estrategia de la compañía, uno de los objetivos de la nueva gobernanza.

Agradezco el empeño de todos los colaboradores y socios en la construcción de un ambiente mejor y más sustentable durante el año, los invito para que continuemos creciendo juntos en 2020 y refuerzo la confianza en la nueva gestión de la empresa.

Cesar Gomes Junior
Presidente del Consejo
de Administración

EL INFORME

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

El Informe de Sostenibilidad es un instrumento de comunicación y transparencia con todos los stakeholders, que contiene las principales informaciones y resultados de la empresa en el período entre el 1° de enero al 31 de diciembre de 2019.

Bajo la mirada de la sostenibilidad, 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 sostenibilidad, este contenido fue desarrollado basado en las normas Estándares, opción “de acuerdo” esencial.

LÍNEA DEL TIEMPO **PORTOBELLO**

1979
Inicio de las actividades de cerámica Portobello

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

1991
Innovación en producto con lanzamiento de revestimientos para fachadas

1998
Lanzamiento de la Red de Franquicias Portobello Shop

Portobello shop

2001
Innovación en producto con el inicio de la producción de porcelanato

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

1981
Primeras exportaciones

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

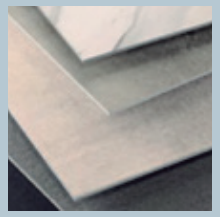
1992
Inicio del outsourcing para traer al Brasil la más nueva tipología cerámica, el porcelanato importado de Italia

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

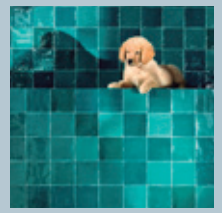
2005
Exportación alcanza el 60% de las ventas

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 a las marcas italianas



2012
Portobello se vuelve la mayor empresa de revestimientos cerámicos de América Latina

2014
Inversiones en la Fábrica Pointer

POINTER

2016
Inicio del proyecto Officina Portobello.

Officina Portobello

Lanzamiento Colección Pointer: Morada Brasileira -Raíces, con participación de Marcelo Rosenbaum

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

2018
Lanzamiento de Portobello America, en los Estados Unidos

Portobello America

2019
Aniversario de 40 Años de Portobello

2011
Inicio de la producción con la tecnología de impresión digital

2013
Lanzamiento Grandes Formatos

2015
Institución del Portobello Grupo.

Portobello Grupo

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

2016
Proyecto Tienda Estándar Green Building LEED

2017
Lanzamiento proyecto Officina Portobello

Officina Portobello

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

2019
Inauguración Fábrica Lastras

40 **AÑOS**

Desde 1979 es una empresa orientada a lo nuevo. Una trayectoria que nació con la responsabilidad de transformar la vida de la ciudad y región de Tijucas y con el propósito de llevar design al mayor número de personas.

Hoy Portobello es la marca líder en el mercado minorista de revestimientos y cree que, la visión de un modelo ágil, integrado y gestionado con el "Sistema Pull" por el mercado, es el camino correcto a ser recorrido. Tiene el desafío de ser protagonista en la transformación digital, de evolucionar en la internacionalización y en la consolidación de la marca de design democrático Pointer, siempre con fuerte sentido de propósito y promoviendo la sostenibilidad de la empresa.

Los colaboradores y socios, comprometidos en ofrecer la mejor experiencia de design a sus clientes, son su principal activo.

Inauguración Fábrica Portobello el 16 de junio de 1979

Inauguración Fábrica Lastras el 16 de junio de 2019

02 ESENCIA DE LA **MARCA**

MANIFESTO

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 con sistema “pull” y con eficiencia operacional indicada por el lucro.

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.

PROPÓSITO

Vivir Design.
Transformar ambientes y emocionar personas.

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

CONFIABILIDAD E INTEGRIDAD
Relaciones próximas y cuidadas

AGILIDAD Y SIMPLICIDAD
Simplificar siempre, para agilizar todo

SOSTENIBILIDAD
Buscamos impacto económico, social y ambiental positivos

CRECER JUNTOS
Ciclo virtuoso de oportunidades

MODELO INTEGRADO Y SISTEMA PULL
Orientados por el mercado con foco del cliente

TRANSFORMACIÓN DIGITAL
Evolución cultural para ser protagonista del proceso

LUCRO
Medida de nuestra eficiencia operacional y capacidad de generar valor

MERITOCRACIA
Reconocer en la proporción de la entrega

GLOBAL
Estrategia que potencializa la sostenibilidad del negocio

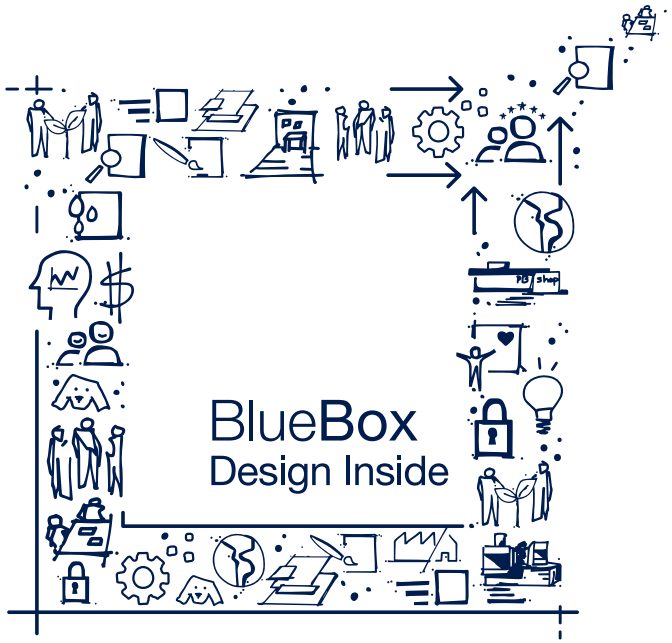
FORMA DE SER Y HACER **PORTOBELLO**

BLUE BOX

La Forma 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 forma 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 forma de hacer.
El cliente sabe lo que quiere, pero también quiere lo que no sabe.
Miramos el mundo con los ojos del cliente, agregamos nuestra cultura y expertise, para innovar y sorprender siempre. Es lo que nos impulsa, nos orienta, nuestro objetivo.
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 nuestro universo. Nuestra Blue Box.



03 GOBERNANZA

PERFIL DE **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 es 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.

Al final de 2019, dando continuidad al proceso de profesionalización de la gestión de la compañía, el entonces Presidente, Cesar Gomes Junior, asume la Presidencia del Consejo de Administración y pasa el comando ejecutivo de la empresa al Vicepresidente de Negocios, Mauro do Valle Pereira.

La Vicepresidencia del Consejo de Administración será ocupada por Cláudio Ávila Silva.

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN 2020	
Cesar Bastos Gomes Consejero	Honorario
Cesar Gomes Junior	Presidente
Claudio Ávila Silva	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

DIRECTORIO ESTATUTARIO 2020	
Mauro do Valle Pereira	Director Presidente
Cláudio Ávila de la Silva	Vicepresidente Institucional
Edson Luiz Mees Stringari	Vicepresidente de Relaciones con Inversores
Cesar Gomes Junior	Vicepresidente de Operaciones

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

PERFIL DE **GOBERNANZA**

Cesar Bastos Gomes
Fundador da Portobello

Consejo de Administración
A partir de la izquierda: 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 y Cesar Gomes Junior

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

CÓDIGO DE **ÉTICA**

102-18

La empresa posee un Código de Ética, compartido con l 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.

04
ESTRATEGIA

ESTRATEGIA

En 2019 Portobello reestructuró sus negocios en cuatro Unidades Estratégicas:

A Portobello, rresponsable por los mercados de Home Center, Grandes Proyectos y Exportación, canales tradicionales de distribución de ese sector.

A Portobello Shop, que tiene el objetivo de desarrollar el mercado minorista de la Marca, a través de la red de tiendas propias y franquicias.

A Portobello America, que representa la Marca en los Estados Unidos, principal mercado en la estrategia de internacionalización de la compañía.

A Pointer, marca de design democrático del grupo, con actuación regional en el Nordeste del país e iniciando el proceso de nacionalización de la operación.

ESTRATEGIA

Las prioridades estratégicas, definidas en la Planificación de 5 Años de la compañía, son compartidas por las Unidades de Negocio como viabilizadoras de la visión de futuro del Grupo.

El Mercado Minorista Integrado y Sistema Pull, la Internacionalización y la Consolidación de Pointer, orientan la visión de largo plazo de la empresa.

João Henrique Sampaio Oliveira
Director General Portobello Tijucas

Luciano de Liz Barboza
Director General Mercado Minorista

Luiz Felipe Lenz Brito
Presidente Portobello América

Diogenes Ghellere
Director General Pointer

MERCADO 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 sostenibilidad y realizando una buena experiencia con la Marca.

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

Clientes siendo atendidos
en la Tienda Portobello
Shop Balneario Camboriú

MERCADO MINORISTA INTEGRADO Y **SISTEMA PULL**

102-1; 102-5; 102-9

Portobello Shop y Tiendas Propias

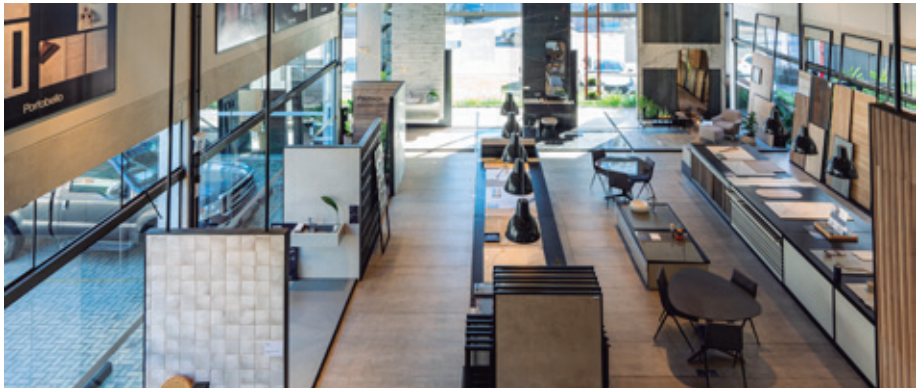
Con una red de 130 tiendas, siendo 14 propias, Portobello Shop es la marca líder en el mercado minorista brasileño de revestimientos, ofreciendo una completa experiencia de compra al arquitecto y al consumidor final.

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 los 750 m², con algunas tiendas de 1.000 m².

La expertise del modelo Minorista Integrado y "Pull" potencializa 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 ventajosas para todos los canales de distribución de la Marca.

Consultor Nicésio José Reis Júnior realizando atención en la Tienda Portobello Shop Balneario Camboriú (SC)



Tienda Portobello Shop São José (SC)

MERCADO MINORISTA INTEGRADO Y **SISTEMA PULL**

102-1; 102-5; 102-9

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 estructuración de los sistemas que soportan los procesos de interfaz con el cliente direccionan la estrategia digital de la compañía.

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 cuenta con 200 mil visitantes únicos por mes. El principal evento de contenido de la empresa, el Archtrends Summit, realizado en paralelo a Revestir, principal feria del sector que acontece en la segunda semana de marzo en São Paulo, reunió, en 2019, a más de 800 profesionales de arquitectura y design de interiores en la Sala São Paulo y fue transmitido en vivo para todas las tiendas de la red Portobello Shop.

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

INTERNACIONALIZACIÓN

203-2

Internacionalizar las operaciones, potencializando la sostenibilidad 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 la localización que viabiliza negocios con Canadá y América Central.

El proyecto está estructurado para 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.

2019 fue marcado por la estructuración del área comercial de Portobello América y por la implantación de Portobello Europa, una oficina comercial de la marca con sede en Bélgica.

En Octubre de 2019 el evento para el Preview de Lanzamientos 2020, realizado en Nashville en Tennessee, contó con la presencia de más de 40 distribuidores americanos, expresando la fuerza comercial de Portobello América.

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), cumplió su 4° año de operación en 2019 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 y por las exportaciones.

2019 fue marcado por una pequeña evolución en los resultados de la compañía, proceso natural de maduración, después de alcanzar su equilibrio operacional en el año anterior, y, por el inicio del proceso de nacionalización, a través de la distribución de la tipología porcelanato con la marca Pointer en toda la red Portobello Shop.

El portfolio de la Marca fue incrementado por el acabamiento pulido en la categoría Supercerámico, de productos en grandes formatos. La nueva superficie con Brillo Cristal, alcanzada con la implantación de una línea de pulido en la unidad fabril de Marechal Deodoro, representa una innovación en el segmento de vía seca.

Consultora Bruna Dalla Brida realizando atención en la Tienda Portobello Shop Balneario Camboriú (SC)

Portobello

PROYECTO **LASTRAS**

En 2019 tuvo inicio el Proyecto Lastras Portobello. Las Lastras en porcelanato representan la evolución tecnológica del sector, con productos mayores y más finos, viabilizados por la tecnología de laminación de porcelanato, superando las prensas verticales en la conformación de las placas, que dieron lugar a las Lastras.

Una marmolería sostenible representa el concepto del uso de las Lastras en Porcelanato. Con superficies continuas de hasta 180x360m, las Lastras deben revolucionar el universo de la arquitectura con uso de porcelanato. Además de poder revestir pisos y paredes con mayor continuidad, de posibilitar la ejecución de grandes fachadas, esa nueva categoría potencializa el desarrollo de mobiliario en porcelanato, principalmente bancadas funcionales para baños y cocinas.

Las Lastras potencializan aún más la sustitución de mármoles y maderas en el uso como revestimientos y materia prima para mobiliario.

Además de las ventajas técnicas, el porcelanato es una alternativa sostenible a los materiales naturales.
La primera etapa del Proyecto Lastras tuvo una inversión estimada en el orden de los R$155 millones, e incluyó un nuevo horno de 236 metros, especialmente desarrollado para la producción de lastras, más alargado, con un ancho de 2,40m, sistema inteligente de calentamiento y enfriamiento, micro rollos de porcelana y tecnología para lastras de porcelanato de hasta 1,80x3,60m.

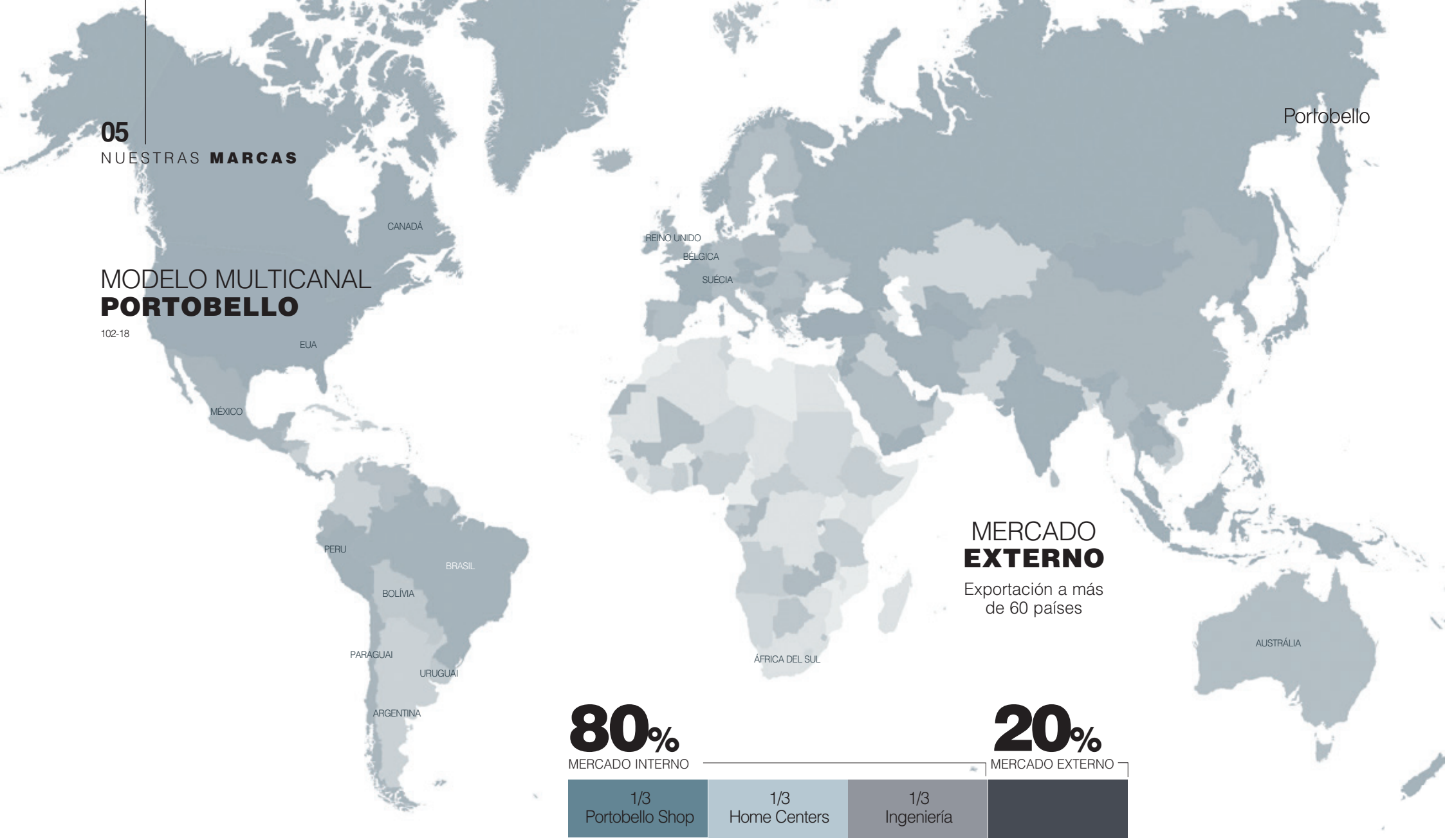
Portobello será pionera en la producción de Lastras en el mercado brasileño, dando mayor accesibilidad a la categoría y reafirmando la vocación de innovación de la Marca. La segunda etapa del proyecto para el comienzo de la producción fue anunciada para el inicio de 2020.

05 MARCAS

Portobello	Officina Portobello	Portobello shop	Portobello America	POINTER
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.	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 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.	Marca con know-how Portobello y ADN americano, que crea, produce y distribuye soluciones completas y competitivas de revestimiento.	A 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 NEGÓCIO	Multicanal Arquitectos y Diseñadores	Personalización Arquitectos y Diseñadores El Arte de la Porcelanatería	Experiencia de Compra	Orientada por el Mercado Conexión Digital	Conexión Digital Calidad Precio Competitivo

MODELO MULTICANAL **PORTOBELLO**

102-18



MERCADO **EXTERNO**

Exportación a más de 60 países

80% MERCADO INTERNO

20% MERCADO EXTERNO

1/3 Portobello Shop	1/3 Home Centers	1/3 Ingeniería	

CICLO DE LA **INNOVACIÓN**

Proceso de Desarrollo de Productos

Un grupo multidisciplinario de profesionales hace investigaciones, interactúa con los principales intérpretes del mercado, realiza clínicas de producto y coordina viajes de estudio a los principales eventos del segmento.

Todas las informaciones se organizan, pasan por un análisis crítico del grupo y contribuyen en el proceso de desarrollo de nuevos productos, además de innovaciones en otras áreas que mejoran la experiencia del cliente.

- PLAN RECTOR
- PIPELINE DE LANZAMIENTOS
- CREACIÓN Y DESARROLLO
- NUEVA COLECCIÓN

INVESTIGACIONES
Tendencia de Comportamiento

POSICIONAMENTO
La mirada de la marca

ARQUITECTOS
Viajes de Investigación
Clínicas de Producto

INNOVACIÓN
Tecnología y Recursos

CICLO DE LA **INNOVACIÓN**

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

Un grupo de estudio de Portobello, incluyendo ejecutivos y franquiciados, participó de la principal feria de mercado 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/2019)

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

Colectivo Creativo Berlín
(Alemania, mayo/2019)

En 2019, el destino de la tercera edición del Colectivo Creativo fue Berlín La iniciativa reunió a 17 profesionales renombrados de la arquitectura y design nacional para un viaje de inmersión con el objetivo de realizar investigación para desarrollo de nuevos productos en colaboración con la Marca.

CICLO DA **INOVAÇÃO**

Cersaie
(Italia, setiembre/2019)

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

Bienal de Arquitectura en Venecia
(Italia, mayo a noviembre/2019)

Después de la participación en la Cersaie, la delegación de Portobello visitó la 17a 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
(2019)

En 2019 fueron realizadas 20 clínicas de producto involucrando a 460 profesionales de 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 oficinas creativas para generación de ideas para nuevos productos.

PORTOBELLO MAIS **ARQUITETURA**

102-18

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 el sueño del cliente materializado.

Esa dinámica hace de la arquitectura 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 parte fundamental del negocio Portobello y son varios los aspectos en los que esa relación se manifiesta.

Los profesionales de arquitectura y design, debidamente registrados en los órganos reguladores y en el programa de relación Portobello+Arquitetura, tendrán la posibilidad en ser remunerados por la especificación de productos Portobello Shop en el valor de hasta un 5% sobre el total de sus compras. Esa remuneración se le acredita al profesional cumpliendo los requisitos formales y legales. Además, el cliente acompañado por un profesional tendrá un descuento adicional del 5% sobre el total de las compras. realizadas.

1. EXPERIENCIA DEL CLIENTE
- **Especificación técnica y estética**
- **Proyecto de paginación**
- **Acompañamiento de la ejecución**

2. INTERCAMBIO DE CONOCIMIENTO
- **Clínicas de producto**
- **Viajes de investigación**
- **Portobello experiencia en la fábrica**

3. RECONOCIMIENTO Y VALORIZACIÓN
- **Colectivo Creativo**
- **Archtrends**

Ceremonia de Premiación Portobello Más Arquitectura 2019, en la Sala São Paulo (SP)

PRINCIPALES **EVENTOS**

102-18

REVESTIR
Transamérica Expocenter - São Paulo, SP,
- 11 a 15 de marzo
- Participantes: 15.000 en el stand
- Clientes Internacionales: 425
- Arquitectos: 1.170

EVENTO PARALELO
Instituto Tomie Ohtake - São Paulo, SP
10 a 15 de marzo
- Participantes: 3.931
- Clientes Internacionales: 425
- Arquitectos: 1.170

ARCHTRENDS SUMMIT
Sala São Paulo - São Paulo, SP
- 11 de marzo
- Arquitectos: 680

COVERINGS
Orange County Convention Center (Orlando/Florida)EEUU,
- 9 a 12 abril
- Participantes: 30 mil
- Clientes Internacionales: 40 clientes, 25 países de EEUU, Canadá y América Central

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

EVENTO PORTOBELLO AMERICA
Gaylord Opryland Resort. Nashville TN. EEUU,
- 18 y 19 octubre
- Clientes Internacionales: 65
- Evento Portobello America

06 SOSTENIBILIDAD

Área ya explotada por la minería recuperada ambientalmente, en Canoinhas, SC

SOSTENIBILIDAD

102-12

El ambiente en 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 Sostenibilidad de Portobello y están vinculados directamente al desarrollo sustentable y al crecimiento equilibrado en estas tres esferas.

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

La empresa es signataria al Movimiento ODS SC, cuyo objetivo es facilitar la incorporación de los Objetivos de Desarrollo Sustentable (ODS) en la práctica de personas y organizaciones catarinenses.

MATERIALIDAD

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 sostenibilidad. Son ocho temas que abarcan 18 aspectos materiales y direccionan la gestión de la sostenibilidad 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,	colaboradores, operadores logísticos y mercado minorista	201-1 416-1
Innovación en Productos	Demanda por productos sustentables, buscar diferenciación de los productos, posicionamiento en el mercado	Unidades operacionales, colaboradores 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 Colaboradores	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	El tema es transversal a varios aspectos, capital humano considerado estratégico, necesidad de ampliar el clima organizacional	Colaboradores 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, colaboradores 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 Colaboradores	Comunidades Locales Impactos Económicos Indirectos	413-1 203-2

DIRECTRICES DE LA **SOSTENIBILIDAD**

Responsabilidad Social

NUESTRA GENTE

Principios Estratégicos:

- Promover la salud, la seguridad, el bienestar y el desarrollo de las personas;
- Priorizar a los niños y al 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 sostenibles;
- Potencializar la sostenibilidad 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.

DESTAQUE **SOCIAL**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Número de Colaboradores	2835	2996	2998	2770	3240	3434
Número de Horas Entrenamiento	28.000	29.070	12.000	35.000	36.000	34.000
Programas Sociales	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
Emisiones directas de gases de efecto invernadero (KgCO2eq))/M²	4.82	4.96	5.38	5.77	5.96	6.33
Destinación de residuos (kg/M²)	1.14	0.46	0.18	0.20	0.22	0.19
Consumo de energía (GJ/m²)	132.05	135.47	128.99	129.34	134.86	141.33
Volumen de agua captado (L/m²)	11.27	12.67	11.32	11.58	13.28	14.44

DESTAQUE **ECONÓMICO**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Ingresos Brutos (R$ Mil)	1.200.814	1.345.015	1.301.050	1.277.945	1.321.346	1.415.598
Ingresos Líquidos (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
Margen 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
Deuda Líquida (R$ Mil)	350.852	501.654	464.241	394.367	472.188	427.141
Inversiones (R$ Mil)	75.880	9.999	25.387	46.528	63.000	81.000
Impuestos (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 NUESTRA **GENTE**

Alex Felisdoro da Silva
Esmaltación
Pointer

NUESTRA **GENTE**

Nuestro éxito depende fundamentalmente de las personas. De las mejores personas, con talento y voluntad de hacer más y con excelencia. Personas a las que les guste un ambiente desafiador y competitivo, que busquen eficiencia, inspiren a sus colegas 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. La empresa tiene el compromiso de proporcionar condiciones para un ambiente de trabajo seguro, motivador, con buen clima organizacional y ejercitar el papel de participar activamente de las iniciativas sociales de los colaboradores y de las comunidades en las que está comprometida.

Eracildes Nicolau
PB4 Portobello, colaboradora hace 36 años

Silvio Samagaia
Utilidades Portobello, colaborador hace 39 años

PERFIL DE LOS **COLABORADORES**

102-7

EN 2019 TUVIMOS:

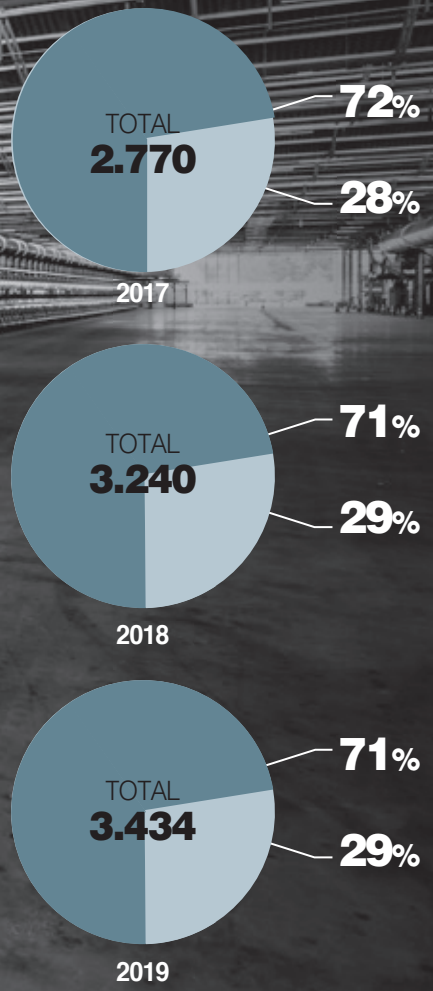
147
colaboradores portadores de necesidades especiales

120
jóvenes aprendices

23
pasantes

NÚMEROS DE EMPLEADOS
(colaboradores por género)

Hombres
Mujeres



Portobello

Josival Ladislau da Silva
Seguridad y Medicina del Trabajo
Pointer

SALUD Y **SEGURIDAD**

403-1

La empresa cree que salud y 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 en la que los gestores identifican desvíos de conducta en su equipo y reorienta el comportamiento que se aplica desde 2018. En 2018, el Abordaje Comportamental, ya realizado por los gerentes y coordinadores, fue extendido a los líderes de producción.

SALUD Y **SEGURIDAD**

403-1

La gestión eficiente de las políticas y herramientas de salud y seguridad son indispensables 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:

Erivan Vieira de Melo
Recursos Humanos Pointer

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 salud y seguridad, 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.

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, salud y seguridad, manutención y representantes de la CIPA y del área de medioambiente 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 objetiva 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 requisitos legales, la CIPA está compuesta por representantes de diversas áreas, representando al 100% de los colaboradores de la empresa, siendo parte elegida, 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 realizando campañas durante el año. En 2019, los temas fueron ergonomía, comportamiento y uso correcto del celular. Las unidades de Tijucas (SC) y Marechal Deodoro (AL) poseen CIPAs independientes.

SIPAT

102-18

Semana Interna de Prevención de Accidentes de Trabajo

Evento realizado anualmente involucrando a todos los colaboradores, incluyendo las unidades de Tijucas (SC) y Marechal Deodoro (AL), entre los días 15 a 19 de julio con el tema "#ese es el mi compromiso", que coloca a las personas como protagonistas de sus vidas, destacando las actitudes relacionadas a la salud y seguridad. Una campaña de comunicación antecedió la realización de la SIPAT y fortaleció el mensaje tema.

En 2019 la participación de los colaboradores en la unidad de Tijucas (SC) fue record:

1.916

personas participaron de las actividades.

Conferencias SIPAT en Pointer y Portobello

SALUD Y **SEGURIDAD**

403-2

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:

Ergonomía

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

TASAS DE SALUD Y SEGURIDAD DE TRABAJADORES (EMPLEADOS PROPIOS Y TERCERIZADOS), POR REGIÓN

	2016		2017		2018		2019	
	PORTOBELLO	POINTER	PORTOBELLO	POINTER	PORTOBELLO	POINTER	PORTOBELLO	POINTER
Tasa de lesiones	52.2	48.3	39.6	40.9	26.4	68.8	27.0	50.8
Tasa de enfermedades ocupacionales	41.1	7.7	35.0	4.5	0.0	0.0	0.0	0.0
Total de días perdidos	361	101	251	77	228	0	235	251
Tasa de absentismo	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 **SOCIALES**

413-1

El Programa Coro Anjos Luz dio a Portobello el Premio Empresa Ciudadana ADVB/ SC en la categoría Desarrollo Cultural, que reconoce a las empresas catarinenses referencia en Responsabilidad Social.

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 colaboración 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.

Coro Anjos Luz

El programa creado por la empresa cumplió en 2019 15 años y 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.

PROGRAMAS **SOCIALES**

413-1

En Pointer el Voluntariado se hace presente por la adhesión del Proyecto Sertão Vivo, recauda alimentos no perecederos y agua potable para los habitantes del Sertão Alagoano.

Programa de Voluntariado

Portobello cree que, juntos, es posible, siempre, hacer más y mejor, por eso incentiva y participa en acciones voluntarias de iniciativa de los colaboradores. El programa cuenta con la participación de más de 200 colaboradores y, 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.

PROGRAMAS **SOCIALES**

413-1

Apoyo a través de Leyes de Incentivo

La empresa destina los recursos incentivados a las acciones vinculadas a la salud, bienestar y deportes en las comunidades donde está presente. En 2019 fueron apoyados proyectos vía Ley de Incentivo a la Cultura, Ley de Incentivo al Deporte, Pronon, Pronas, Fondo de la Infancia y Adolescencia y Fondo del Anciano.

Proyecto Acción Cultural (Tijucas, SC),
Ley de Incentivo a la Cultura

Proyecto Hapkido (Tijucas, SC),
Ley de Incentivo al Deporte

Hogar Santa Maria da Paz (Tijucas, SC),
Fondo del Anciano

EVENTOS

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

Olimpíadas Bello

A partir del incentivo al deporte, colaboradores, familiares y alumnos del Programa Crecer participan del evento que ya está en su 13a Edición. Realizado en acuerdo con la ADEC (Asociación Deportiva de los Ceramistas del Vale do 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.

EVENTOS

Reconocimiento

Portobello recibió el Trofeo Destaque SC de Responsabilidad Social, de la Asamblea Legislativa del Estado de Santa Catarina, destinado a las empresas referencia en adoptar la Responsabilidad Social en sus Políticas de Gestión.

Desde hace 3 años consecutivos la empresa es certificada por la entidad.

La empresa también recibió el Certificado Empresa Ciudadana por el Consejo Regional de Contabilidad de Rio de Janeiro y por el Programa Nuevos Caminos (un acuerdo entre el tribunal de justicia SC y Sistema FIESC que busca la inserción de jóvenes en el mercado de trabajo.

En 2019 Portobello donó 18.300 m² de revestimientos a 41 instituciones que atendieron los requisitos de su Política de Donaciones de Revestimientos. Las tiendas de la red Portobello Shop también realizaron diversas donaciones en las comunidades donde están insertadas, ampliando el alcance social de la Marca.

Semana ODS (Objetivos del Desarrollo Sustentable)

Portobello, signataria del Movimiento ODS SC, estuvo presente en la Semana ODS en la Práctica realizando diversas acciones del 23 al 27 de setiembre.

Con participación de los colaboradores en las unidades de Tijucas y Florianópolis/ SC y de los participantes del Programa Crecer (proyecto social con niños y adolescentes de Tijucas/ SC), fueron desarrolladas diversas actividades que capacitan y concientizan a los participantes con relación a los Objetivos de Desarrollo Sustentable.

Portobello

Luciano Gomes Pires
Mantenimiento Pointer

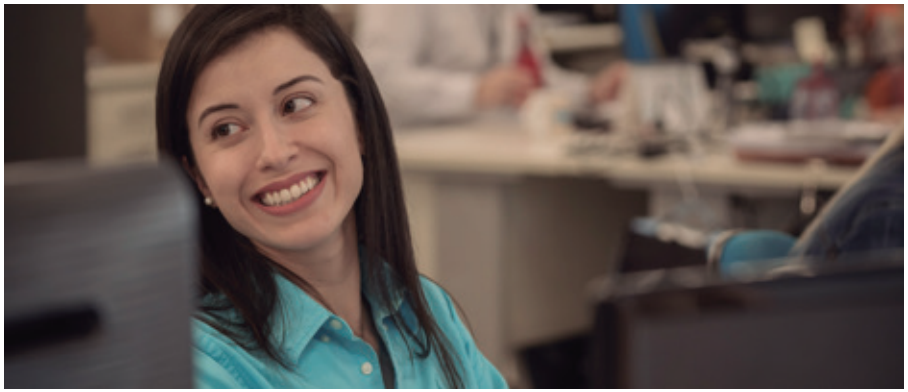
GENTE Y **GESTIÓN**

Gente, Gestão e Processos

Gente, Gestión y Procesos
Personas capaces, procesos eficaces y gestión
con foco en el resultado son directrices trazadas
para que cada colaborador tenga una visión
global de la compañía, generando agilidad en las
tomas de decisión y favorecimiento de la continuidad del negocio.
Ser ágil, eficiente e interdisciplinario es la forma
en que Portobello trabaja para mejorar la calidad
de sus productos y servicios.
Las Competencias Organizacionales y de Liderazgo orientan el perfil de los

COMPETENCIAS PORTOBELLO ORGANIZACIONALES
- **Foco en el Resultado**
- **Actitud de Dueño**
- **Innovación**

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



Morgana Gonzaga Camargo
Financeiro Portobello

Geraldo Alves Florêncio Neto, Marketing Pointer
Jenyfer Alves da Silva, Comercial Pointer

GENTE Y **GESTIÓN**

404-1

MERITOCRACIA

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.

Evaluación de Desempeño

Portobello evalúa el desempeño de sus líderes en 180° y utiliza los resultados para evaluar las oportunidades de desarrollo e identificar a 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 Brasileira de Recursos Humanos), en la modalidad Gestión de Personas y Desarrollo, por su Sistema de Evaluación de Desempeño.

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 quedan disponibles online para todos los colaboradores.

GENTE Y **GESTIÓN**

En 2019 fueron realizadas:
34 mil
horas de entrenamientos.

CAPACITACIÓN

Alineamiento y capacitación técnica, comportamental y operacional son la base para la calificación de los profesionales Portobello.

Programa Mentoring

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

Líder del Futuro

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

Minorista

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

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 la atención.

Programa Líder A, entrenamiento realizado en noviembre de 2019 con los liderazgos de Portobello Shop

08 NUESTRO **PRODUCTO**

NUESTRO **PRODUCTO**

EL AMBIENTE EN QUE VIVIMOS ES LA ESENCIA DE NUESTRO NEGOCIO

Transformar arcilla y rocas en cerámica a través del agua y del fuego es el fundamento de nuestro proceso productivo.

La materia prima es la propia tierra, retirada de capas no profundas y, en su mayoría, en áreas próximas a la industria. La tierra es transformada en un polvo finísimo a través de la fuerza mecánica de los molinos y de la fluidez dada por el agua.

La forma de las cerámicas involucra la tecnología de las prensas y la energía del calor en los largos recorridos a través de los hornos.

La materia prima, el agua y la energía utilizadas en la producción cerámica son los elementos centrales para causar el menor impacto ambiental posible.

Menos desperdicio, más reaprovechamiento.
Menos consumo, más tecnología.
Menos residuos, más reciclaje.
Hacer más con menos.

Así preservamos el ambiente en el que vivimos. La esencia de nuestro negocio.

NUESTRO **PRODUCTO**

El material cerámico es sostenible por sus características intrínsecas, por su propia naturaleza.

YACIMIENTOS
RECUPERABLES
La principal materia prima de la cerámica es la arcilla, retirada en capas más superficiales que los demás materiales naturales, característica esencial para la recuperación de las áreas de los yacimientos.

RECICLABLE
No causa impacto ambiental al ser descartado y puede ser reincorporado a los procesos productivos similares o reutilizado como insumo en las etapas básicas de la construcción civil.

CERO
ALERGÉNICOS
Material inerte, no posibilita la proliferación de ácaros, bacterias, hongos y mohos.

CERO
FORMALDEHIDO
Las cerámicas No contienen aglomerantes, incluyendo el formaldehido, que causa daños a la salud.

RESISTENTE
AL FUEGO
No libera humo tóxico en situaciones extremas.

CERO
COVS
La cerámica es inorgánica, emitiendo cero compuestos orgánicos volátiles, gases nocivos al sistema respiratorio.

MATERIAL **CERÁMICO**

416-1

Alternativa más sostenible

La evolución del design y de la tecnología posibilitan 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.

MÁRMOLES	MADERAS	PORCELANATO	PORCELANATO EM LASTRAS
Extracción de materia prima en **GRANDES PROFUNDIDADES**	**USO INTENSIVO** sin posibilidad de sustitución en diversas industrias	Materia prima **MÁS SUPERFICIAL**	Menor espesura **MENOS MATERIA PRIMA**
TRANSFORMACIÓN DEFINITIVA del paisaje natural	Reforestación que **IMPACTA LA DIVERSIDAD**	**RECUPERACIÓN DE LAS ÁREAS** vocación original	**REAPROVECHAMIENTO** de la materia prima **AUTOMATIZADO**
<50% **Bajísimo Aprovechamiento**	**Bajo** **Aprovechamiento**	**>99%** **Aprovechamiento de la materia prima**	

Cavas concentradas en pocas localidades

Suministro local de la materia prima

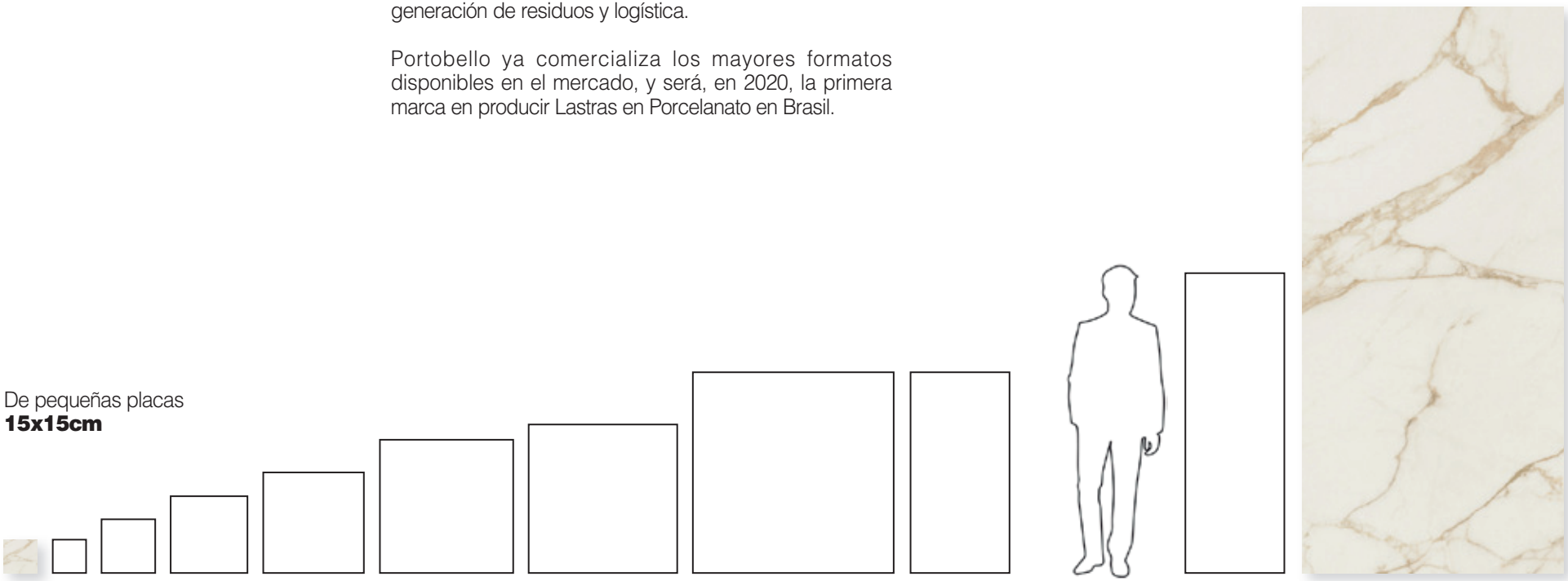
GRANDES **FORMATOS**

416-1

EL FUTURO DEL PORCELANATO

La evolución tecnológica del sector es en la dirección de productos mayores y más finos, que, naturalmente, generan menos impacto, de la materia prima a la instalación, pasando por el consumo energético, generación de residuos y logística.

Portobello ya comercializa los mayores formatos disponibles en el mercado, y será, en 2020, la primera marca en producir Lastras en Porcelanato en Brasil.



Portobello

ECOEFICIENCIA **AMBIENTAL**

304-2; 308-2

Yacimientos y Biodiversidad

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 esa actividad. Obligaciones contractuales y auditorías garantizan el cumplimiento de las exigencias legales en los yacimientos tercerizados. En 2019, todos los yacimientos se presentaron en conformidad con esos requisitos.

La política para extracción de 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 2019:
Fueron plantadas más de 13 especies de especies nativas en los yacimientos en operación (Leoberto Leal/SC), además de la recuperación de

8,5 hectáreas

en Canoinhas/SC, para agricultura.

ECOEFICIENCIA **AMBIENTAL**

304-2; 308-2

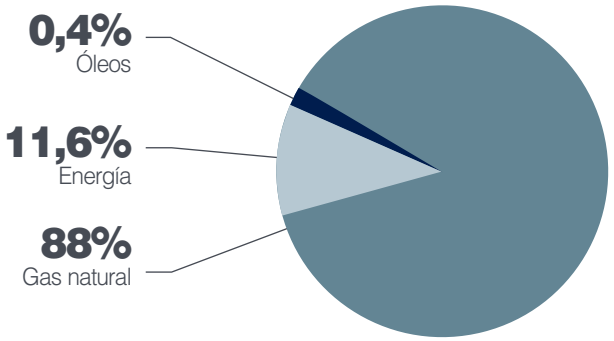
La energía eléctrica utilizada en el Grupo Portobello proviene de la matriz energética brasileña, generada principalmente en usinas hidroeléctricas y parques eólicos que son fuentes renovables de energía.

Hacemos el reaprovechamiento de calor que sale de las chimeneas de los hornos, sustitución gradual de los equipos antiguos por más eficientes, controles diarios de eficiencia de todos los procesos térmicos.

Energía

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



302-1

TIPO DE FUENTE	2016	2017	2018	2019
Consumo total de energía no renovable (GJ)	3.170.223,46	3.256.293,37	3.219.727,46	3.299.839,21
Consumo total deenergía renovable (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

ECOEFICIENCIA **AMBIENTAL**

304-2; 308-2

Proceso Productivo

Toda el agua del proceso productivo está en un circuito cerrado, sin ninguna devolución al medio ambiente y con bajísima captación, apenas lo 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 delodos activados, en Tijucas (SC). En los últimos dos años todas las estaciones pasaron por ampliaciones, aumentando la capacidad de volumen de tratamiento.

CAPTACIÓN DE AGUA PORTOBELLO, POR FUENTE Y POR OPERACIÓN (M^3)
301

TOTAL DE AGUA RETIRADA POR FUENTE	2016	2017	2018	2019
Agua de superficie (ríos, lagos, áreas húmedas, océanos)	115.378 m^3	111.593 m^3	138.434 m^3	130.969 m^3
Agua subterránea	200.036 m^3	218.943 m^3	221.490 m^3	246.444 m^3
Total Portobello	315.414 m^3	330.536 m^3	359.924 m^3	377.413 m^3
Agua subterránea Pointer	82.681 m^3	62.939 m^3	83.887 m^3	66.306,81 m^3
Total	398.095 m^3	393.475 m^3	443.811 m^3	443.720 m^3

ECOEFICIENCIA **AMBIENTAL**

El Case "Valorización de residuos Portobello", que demuestra que el 9,65% de los residuos de la empresa son reciclados y/o reaprovechados, será publicado en el sitio de la Escuela Nacional de Administración Pública (ENAP) como referencia en el Banco de Prácticas de la Institución.

El case ya premiado en 2018 por el Premio Expresión de Ecología, compitió al 1° Premio ODS Brasil, siendo uno de los seleccionados para publicación en el banco de prácticas que servirá de referencia en la implementación de la Agenda 2030 en el país.

Residuos

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

301-3

Embalaje

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 fue desarrollado sin el uso de la madera, utilizando el propio producto como soporte. Desde 2018 la empresa posee un proyecto de reciclaje de los residuos plásticos de embalaje, que son transformados en bolsas de basura. Entre el 20% y el 30% de la composición de la materia prima de estas bolsas está compuesto de residuos generados por Portobello. En 2019, 8 mil kg de plástico fueron transformados en nuevas bolsas de basura. Se trata de un ciclo cerrado de reciclaje.

Una iniciativa de logística reversa se desarrolla en los Centros de Distribución. En 2019 retornaron en media 16 mil ítems entre pallets y soportes metálicos. Se realizó también la recuperación de más de 91 mil pallets internamente en la planta Tijucas (SC).

Portobello

DESIGN DEMOCRÁTICO Y PRODUCCIÓN **A SECO EL FUTURO DE LA CERÁMICA**

La producción con sistema de molienda a seco es una innovación brasileña y uno de los procesos más sostenibles para 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 sostenibles fábricas de revestimientos existentes y la base de la marca Pointer, que tiene la accesibilidad como posicionamiento.

Ese segmento también evoluciona en la dirección de los grandes formatos, en escala menor, compatible con la tecnología de producción. En ese contexto Pointer es pionera en el lanzamiento del Supercerámico, con los nuevos y grandes formatos 45x90 y 80x80.

PUNTOS DESTACADOS ENERGÍA Y AGUA UNIDAD MARECHAL DEODORO, AL

- **Producción con 100% de gas natural**
- **Reaprovechamiento de calor de los hornos**
- **Tejados blancos con alto índice de reflectancia**
- **Iluminación fabril 100% LED**
- **Jardín de placas fotovoltaicas para energía solar**
- **Tecnología de molienda a seco**
- **Estación de tratamiento de efluentes industriales y sanitarios**
- **Captación y reutilización del agua de la lluvia**
- **Emisión de vapor de agua solamente, sin humo contaminante**

PUNTOS DESTACADOS **DE ECOEFICIÉNCIA**

Design e innovación buscando soluciones más sostenibles 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.

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 por 36 obras de fachada ventilada hasta 2018.

99,9% DE LOS RESIDUOS fueron reutilizados o reciclados.

INNOVACIÓN **EN PRODUCTO** Evolución Sostenible: pionera en la producción de lastras en Brasil.

09 NUESTRO **NEGOCIO**

Portobello

NUESTRO **NEGOCIO**

203-2

El año de 2019 trajo grandes desafíos tanto en el escenario externo, marcado por la crisis de la Argentina y disputas entre China y EEUU, así como de incertidumbres políticas en el escenario nacional, en función del nuevo gobierno y del complicado avance de reformas estructurales, como la previsional, entre otras.

A pesar de la perceptible resistencia en los avances de la economía y la fuerte presión en los costos - impactados por los precios de los insumos energéticos - la compañía finalizó el año presentando crecimiento, expansión y consolidación de los nuevos negocios.

La Compañía presentó avances en su desempeño, con ingresos líquidos consolidados de R$ 1.114 millones, mayor en un 6,8%, en relación al año anterior.

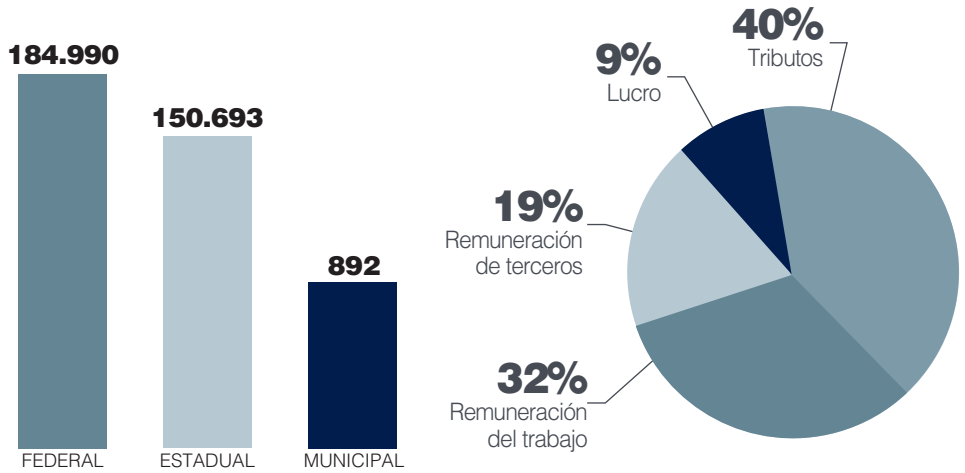
Portobello está al tanto de sus desafíos y preparada para las exigencias del mercado, permaneciendo con confianza en la expansión de sus negocios a través de sus estrategias de ganancia de eficiencia operacional y en la rentabilización de sus activos. En las ventas mantiene el compromiso de traer innovación de forma constante, con foco en el crecimiento del mercado minorista, en el fortalecimiento y la internacionalización de la Marca, en la consolidación de nuevos negocios y también en la optimización del mix de productos, permaneciendo comprometida con su estrategia.

VALOR ADICIONADO

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 2019, totalizó R$ 709 millones , siendo que de ese 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.

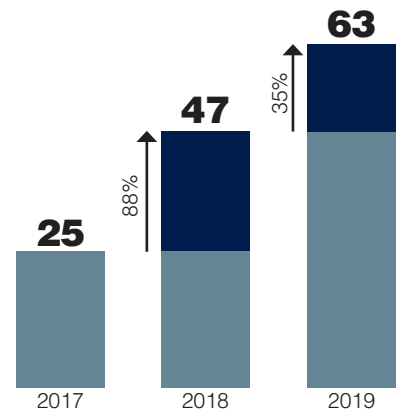
TRIBUTOS (R$ MILLONES)



INVERSIONES

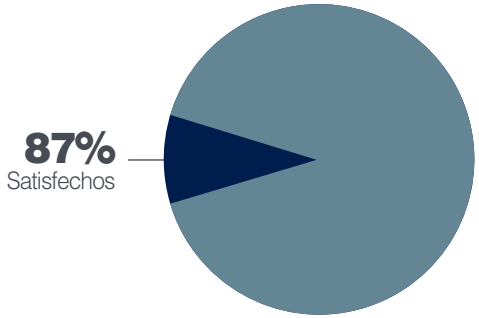
En 2019, la Compañía realizó inversiones de R$ 81 millones, destacándose al aumento de su capacidad productiva con la implantación de una nueva línea de producción de porcelanato esmaltado, que forma parte del Proyecto Lastras. Este proyecto es un paso importante en la evolución de la Compañía y forma parte de la estrategia que busca ofrecer soluciones completas a los clientes, inclusive sustituyendo la utilización de mármol natural por porcelanato esmaltado con piezas de grandes dimensiones. Está desmembrado en tres etapas siendo que la primera etapa comprende la entrega del horno desarrollado para la producción de lastras con porcelanato de hasta 1,80m x 3,60m en el valor de R$ 55 millones. La segunda etapa abarca la prensa continua en el valor de R$ 54 millones y la tercera etapa que comprende la línea de beneficiamiento y pulido en el valor de R$ 42 millones.

TOTAL (%)



SATISFACCIÓN **DEL CLIENTE**

102-43



Portobello realiza semestralmente una encuesta con profesionales de rquitectura y designer, especificadores de la marca, para mensurar el grado de satisfacción sobre los procesos, productos y servicios de la empresa.

La encuesta de satisfacción con estos profesionales fue realizada entre marzo y setiembre de 2019 y el resultado fue del 87%.

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 con la post venta, elevando el grado de confianza en su marca y productos.

Portobello conquistó la 10ª posición en la categoría Casa y Construcción en el Premio Época Reclame Aquí, promovido por la Revista Época.

Evento de premiación Reclame Aquí 2019, en São Paulo
A la izquierda, el gerente del área de Calidad Carlos Alberto Santos recibe el reconocimiento en la categoría Casa y Construcción - Fabricantes

RECONOCIMIENTOS **PREMIOS** 2019

PORTOBELLO

NOMBRE DEL PREMIO	INSTITUCIÓN	EDICIÓN
Best in Show	Ceramics of Brasil Anfacer	Mar/19
Premio Nacional de Innovación	CNI	Jun/19
28a Edición Premio Anamaco	Anamaco	Ago/19
Premio Época Negocios ReclameAqui	ReclameAqui	Ago/19
Premio Empresa Ciudadana 2019	ADVB/SC	Nov/19
Trofeo de Responsabilidad Social	ALESC	Nov/19
Premio Ser Humano 2019	ABRH/SC	Dic/19
Premio Ser Humano 2019	ABRH/SC	Dic/19
Certificado Empresa Ciudadana	Tribunal Justicia SC	Dic/19
175 Edición Certificado Empresa Ciudadana	Consejo Regional de Contabilidad del RJ	Dic/19
Top Of Mind 2019	CM	Dic/19

PORTOBELLO SHOP

NOMBRE DEL PREMIO	INSTITUCIÓN	EDICIÓN
Guía de las Mejores Franquicias	PEGN	Jun/19
Ranking 300 mayores empresas	SBVC (Soc. Brasilera de Mercado Minorista y Consumo)	Ago/19
Premio	POPAI POPAI BRASIL	Ago/19
Top 25 del Franchising Brasileiro 2019	Grupo Bittencourt	Oct/19
Premio Top de Marketing y Ventas	ADVB/SC	Nov/19
ABEMD 2019	ABEMD (Asociación Brasilera de Marketing de Datos)	Nov/19

SUMARIO DE CONTENIDO **GRI**

SUMARIO DE CONTENIDO **GRI**

102-55

SECCIÓN (ASPECTO/INDICADOR)	FORMAS DE GESTIÓN	PÁGINA/RESPUESTA	ODS
CONTENIDOS GENERALES - GRI 101; 102 Y 103			
ESTRATÉGIA E ANÁLISE			
102-14	Mensagem do Presidente	3	
PERFIL ORGANIZACIONAL			
102-1	Nombre de la organización.	17	
102-2	Principales marcas, productos y/o servicios.	26	
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.	17 17	
102-5	Tipo y naturaleza jurídica de la propiedad.	27	
102-6	Mercados atendidos.	43 y 82	
102-7	Tamaño de la organización.	82 y 83	
102-8	Total de empleados, por tipo de empleo, contrato de trabajo y región.	El Acuerdo Colectivo de Trabajo se aplica a todos los empleados con excepción de directores estatutarios, Consejo y pasantes.	
102-41	Porcentual de empleados alcanzados por el acuerdo de negociación colectiva.	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	20	
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".	
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).	

SUMARIO DE CONTENIDO **GRI**

SECCIÓN (ASPECTO/INDICADOR)	FORMAS DE GESTIÓN	PÁGINA/RESPUESTA	ODS
ASPECTOS MATERIALES IDENTIFICADOS Y LÍMITES			
102-46 / 102-54	Proceso para la definición del contenido del informe.	35 e 36	
102-47	Lista de los temas materiales.	36	
103-1-a	Tópicos materiales.	36	
103-1-b	Materialidad y límites de cada aspecto dentro de la organización.	36	
103-1-c	Materialidad y límites de cada aspecto fuera de la organización.	36	
102-48	Reformulaciones de informaciones proporcionadas en informes anteriores.	Las informaciones sobre Número de Enfermedades Ocupacionales, en la planilla del indicador 403-2, fueron actualizadas en 2018, debido a la corrección de la fórmula de la base de datos	
102-49	Cambios significativos de alcance.	No aplicable.	
COMPROMISO DE STAKEHOLDERS			
102-40	Relación de grupos de stakeholders comprometidos por la organización.	36	
102-42	Base para la identificación y selección de stakeholders con los cuales comprometerse.	36	
102-43	Abordajes para el compromiso de los stakeholders.	36	
102-44	Principales temas y preocupaciones examinados por medio del compromiso de los stakeholders.	36	
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 Sostenibilidad 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.	72	
102-56	Política y práctica actual relativa a la búsqueda de verificación externa para el informe.	No fue realizada verificación externa (auditoria) de este Informe. Hay un compromiso para verificar las	
GOBERNANZA			
102-18	Estructura de gobernanza de la organización.	13 e 14	
ÉTICA Y INTEGRIDAD			
102-16	Declaraciones de misión y valores, códigos de conducta y principios internos relevantes.	9	

SUMARIO DE CONTENIDO **GRI**

SECCIÓN (ASPECTO/INDICADOR)	FORMAS DE GESTIÓN	PÁGINA/RESPUESTA	ODS
CONTENIDOS ESPECÍFICOS			
DIMENSIÓN ECONÓMICA - GRI 200			
DESEMPEÑO ECONÓMICO			
201-1	Valor económico directo generado y distribuido.	69	8 TRABAJO EN DESCENSO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO
IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS			
203-2	Descripción de impactos, económicos indirectos significativos.	17, 40 e 68	8 TRABAJO EN DESCENSO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO
DIMENSIÓN AMBIENTAL - GRI 300			
MATERIALES			
301-2	Porcentaje de los materiales usados provenientes de reciclaje.	84	12 CONSUMO Y PRODUCCIÓN RESPONSABLE
ENERGÍA			
302-1	Porcentaje de los materiales usados provenientes de reciclaje.	62 e 86	
302-3	Intensidad Energética	86	
AGUA			
303-1	Total de agua retirada por fuente.	63 e 85	
303-3	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	85	
BIODIVERSIDAD			
304-2	Impactos significativos en la biodiversidad de actividades, productos, y servicios.	61	12 CONSUMO Y PRODUCCIÓN RESPONSABLE
EMISIONES			
305-1	Total de emisiones directas de gases de efecto invernadero.	86	
EFLUENTES Y RESIDUOS			
306-1	Descarte total de agua, discriminado por calidad y destinación.	63 e 85	6 AGUA POTABLE Y SANEAMIENTO
306-2	Peso total de residuos, discriminados por tipo y disposición.	64 e 87	12 CONSUMO Y PRODUCCIÓN RESPONSABLE
PRODUCTOS Y SERVICIOS			
301-3	Porcentaje de productos y embalajes recuperados, por categoría de producto.	64	12 CONSUMO Y PRODUCCIÓN RESPONSABLE
EVALUACIÓN AMBIENTAL DE PROVEEDORES			
308-2	Impactos ambientales significativos reales o potenciales en la cadena de proveedores y acciones tomadas.	61 e 88	15 VIDA TERRESTRE

SUMARIO DE CONTENIDO **GRI**

SECCIÓN (ASPECTO/INDICADOR)	FORMAS DE GESTIÓN	PÁGINA/RESPUESTA	ODS
DIMENSIÓN SOCIAL - GRI 400			
DIMENSIÓN SOCIAL - LABORAL			
EMPLEO			
401-2	Beneficios concedidos a empleados de tiempo integral que no son ofrecidos a empleados temporarios.	Plan de medicina prepaga, Asistencia farmacéutica, Asistencia odontológica, Vale comida o restaurante en la empresa, Bonus asiduidad, Vale transporte, Participación en los resultados, Descuento en la compra de productos Portobello y Pointer, Seguro de Vida, Vale adelantamiento, Convenio guardería, Programa Mamá Portobello, Asistencia a dependientes con deficiencia, Préstamo consignado y Abono vacaciones	
403-1	Porcentaje 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.	47 e 89	3 SALUD Y BIENESTAR
ENTRENAMIENTO Y EDUCACIÓN			
404-1	Media de horas por entrenamiento por año.	55 e 90	
404-3	Porcentaje de empleados que reciben análisis de desempeño.	54 e 91	
MECANISMOS DE QUEJAS Y RECLAMACIONES RELACIONADAS LAS PRÁCTICAS LABORALES			
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: 42 Total de quejas y reclamaciones que fueron solucionadas: 76 Total de quejas y reclamaciones registradas antes del período cubierto por el informe resueltas en el transcurso de ese período: 69 Valores Depositados: R$1.315,491,00	
DIMENSIÓN SOCIAL - DERECHOS HUMANOS			
EVALUACIÓN DE PROVEEDORES EN DERECHOS HUMANOS			
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)	FORMAS DE GESTIÓN	PÁGINA/RESPUESTA	ODS
DIMENSIÓN SOCIAL - SOCIEDAD			
COMUNIDADES LOCALES			
413-1	Operaciones con programas implementados de compromiso de la comunidad local, evaluación de impactos y desarrollo local.	48, 49 e 50	10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES 17 ACUERDOS Y MEDIOS DE IMPLEMENTACIÓN
EVALUACIÓN DE PROVEEDORES EN IMPACTOS EN LA SOCIEDAD			
419-1	Descripción de multas significativas y número total de sanciones no monetarias.	No aplicable	
AVALIAÇÃO DE FORNECEDORES EM IMPACTOS NA SOCIEDADE			
414-2	Impactos negativos significativos reales y potenciales de la cadena de proveedores en la sociedad.	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 medio ambiente.	
DIMENSIÓN SOCIAL - RESPONSABILIDAD DEL PRODUCTO			
SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE			
416-1	Productos y servicios con impactos en la salud y seguridad.	58 e 59	
ROTULACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS			
102-43	Resultados de investigaciones midiendo la satisfacción de los clientes.	70	