

INFORME DE **SOSTENIBILIDAD** 2019



Portobello

## ÍNDICE

1.1. Carta del Presidente	3	4.3. Consolidación Pointer	18	7.1.3. Programas Sociales	32
1.2. Línea del Tiempo Portobello	4	4.4. Proyecto Lastras	19	7.1.3.1. Programa Crecer	32
1.3. 40 Años	6			7.1.3.2. Coro Anjos Luz	32
				7.1.3.3. Programa de Voluntariado	33
				7.1.3.4. Apoyo a través de leyes de incentivo	34
<b>ESENCIA DE LA MARCA</b>		<b>NUESTRAS MARCAS</b>		<b>NUESTRO PRODUCTO</b>	
2.1. Manifiesto	8	5. Nuestras Marcas	20	8.3. Nuestro Producto	36
2.2. Design Portobello	8	5.1. Ventajas Corporativas	21	8.3.1. Materiales Cerámicos	37
2.3. Propósito	8	5.2. Ventajas del Negocio	21	8.3.1.1. Alternativa Más Sostenible	38
2.4. Creencia	8	5.3. Modelo Multicanal Portobello	22	8.3.2. Grandes Formatos	39
2.5. Visión	8	5.4. Mercado Externo	22	8.3.4. Ecoeficiencia Ambiental	40
		5.5. Ciclo de la Innovación	23	8.3.4.1. Yacimientos y Biodiversidad	40
		5.6. Portobello Más Arquitectura	24	8.3.4.2. Energía	41
<b>GOBERNANZA</b>				8.3.4.3. Proceso Productivo	42
3.1. Perfil y Gobernanza	10	<b>SOSTENIBILIDAD</b>		8.3.4.4. Consumo Humano	42
		6.1. Directrices de la Sostenibilidad	26	8.3.4.5. Residuos	43
<b>ESTRATEGIA</b>				8.3.4.5. Embalaje	43
4. Estrategia	13	<b>NUESTRA GENTE</b>		8.3 Design Democrático y Producción a Seco	44
4.1. Minorista Integrado	14	7.1. Nuestra Gente	28	El Futuro de la Cerámica	
4.1.1. Tiendas Propias	15	7.1.1. Perfil de los Colaboradores	29	8.3 Puntos Destacados de Ecoeficiencia	45
4.1.2. Tiendas Propias	16	7.1.2. Salud y Seguridad	30		
4.1.3. Transformación Digital	16	7.1.2.1. Comités de Salud y Seguridad	31		
4.2. Internacionalización	17				

## PALABRA DEL PRESIDENTE

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 el 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 las 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 minorista demanda también desafíos de gestión y, a fines 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 sostenible durante el año, los invito a que continuemos creciendo juntos en 2020 y refuerzo la confianza en la nueva gestión de la empresa.



**Cesar Gomes Junior**  
Presidente

LÍNEA  
DEL TEMPO  
**PORTOBELLO**



**1979**

Inicio de las actividades de la cerámica Portobello



**1984**

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



**1991**

Innovación en producto con el 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 m<sup>2</sup>/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

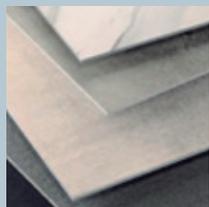
**2005**

Exportación alcanza el 60% de las ventas

**2008**

Adhesión al Nuevo Mercado Bovespa con apertura de capital





**2010**

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



**2012**

Portobello se transforma en la mayor empresa de revestimientos cerámicos de América Latina



**2014**

Inversiones en la Fábrica Pointer

**POINTER**

**2016**

Inicio del proyecto Oficina Portobello

Oficina Portobello



**2016**

Lanzamiento Colección Portobello: Arquitectura en Movimiento. In and Out



**2018**

Lanzamiento de la Portobello América, 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 Oficina Portobello en las tiendas de SC

Oficina 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 Tijuca 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 regido por el "sistema pull" por el mercado, es el camino correcto a ser recorrido. Existe 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 buscando 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 en 16 de junio de 1979



Inauguración Fábrica Lastras en 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.

Limites que amplían.

Espacios que acogen.

Design de fuera hacia dentro, de dentro hacia fuera.

Design Portobello.

## PROPÓSITO

Vivir Design.

Transformar ambientes y emocionar personas.

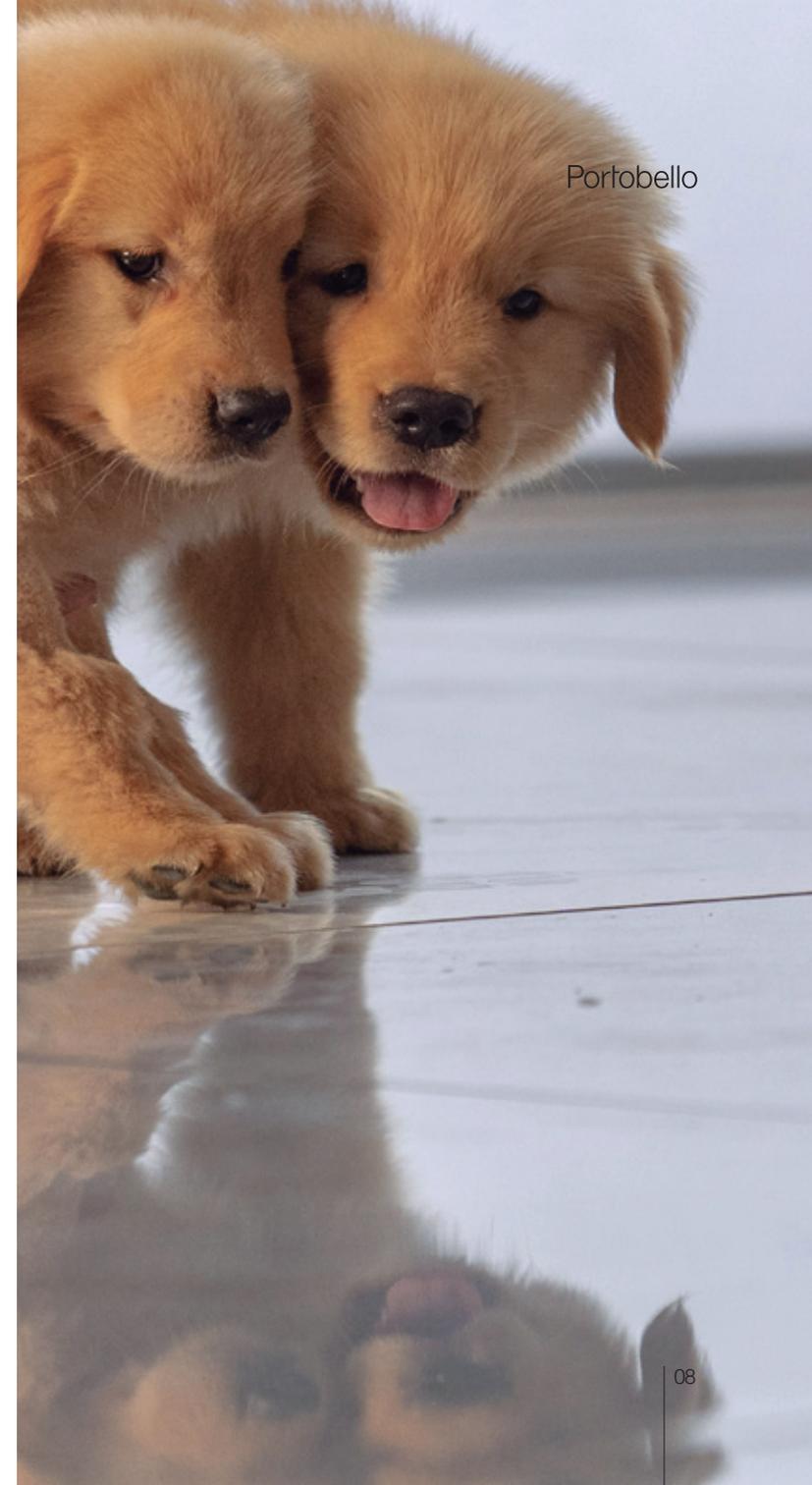
## CREENCIA

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

## VISIÓN

Ser líder brasileño y protagonista global en soluciones de revestimientos

Portobello



**03**

GOVERNANZA



## 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 **GOVERNANÇA**



**Cesar Bastos Gomes**  
Fundador de Portobello



### **Consejo de Administración**

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



### **Grupo Controlador**

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



**04** |  
ESTRATEGIA

---

## ESTRATEGIA

En 2019 Portobello reestructuró sus negocios en cuatro Unidades Estratégicas:



**A Portobello**, responsable 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.

## 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 (SC)



## 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.

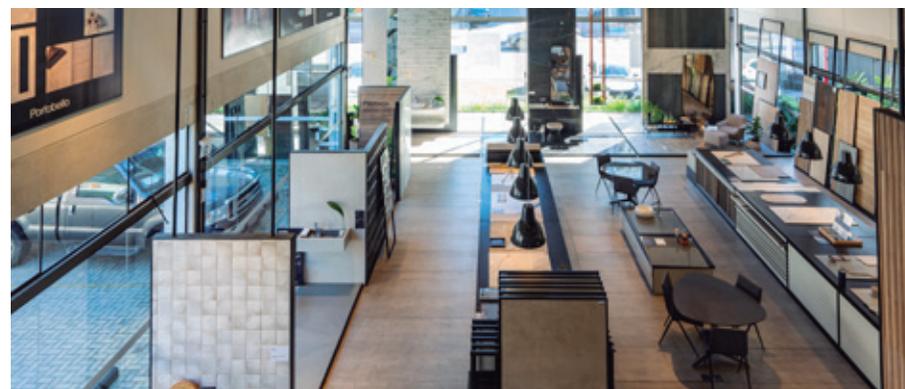
Es a través de las tiendas que la Marca se conecta directamente con los clientes y alimenta su sistema de informaciones a partir del mercado.

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 m<sup>2</sup>, con algunas tiendas de 1.000 m<sup>2</sup>.

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.

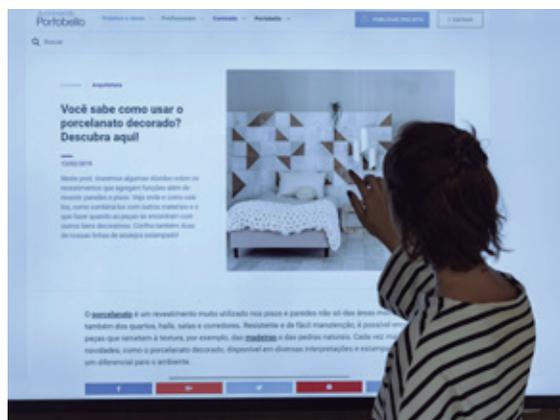
El mapeo de la jornada del cliente y la identificación de los puntos críticos en ese proceso fue el primer paso realizado por la empresa. La estructuración de los sistemas que soportan los procesos

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 trasciende 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

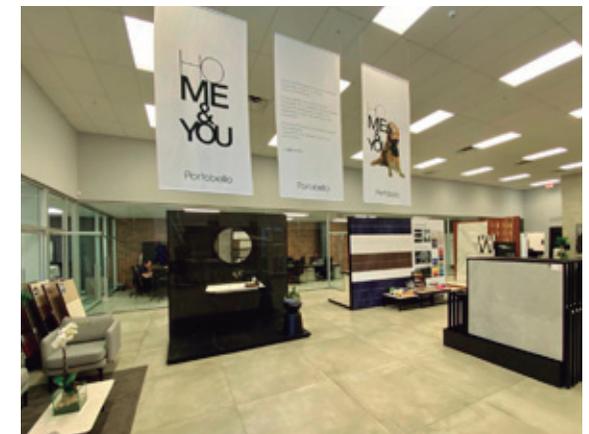
Internacionalizar las operaciones, potencializando la sostenibilidad del negocio expresa una de las prioridades estratégicas de la Marca. El mercado americano fue elegido para el inicio de la internacionalización de la empresa, tanto por ser atractivo comercialmente para el segmento como por la localización 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 4º año de operación en 2019 aplicando las ventajas del Design Democrático. Pointer adopta la distribución multicanal así como Portobello, teniendo el 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)



## 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

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

## Officina Portobello

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

## Portobello shop

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

## Portobello America

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

## POINTER

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 NEGOCIO

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

**05**  
NUESTRAS **MARCAS**

MODELO MULTICANAL  
**PORTOBELLO**

102-18

MÉXICO

EUA

CANADÁ

PERU

BRASIL

BOLÍVIA

PARAGUAI

URUGUAI

ARGENTINA

REINO UNIDO

BÉLGICA

SUÉCIA

ÁFRICA DEL SUL

Portobello

AUSTRÁLIA

MERCADO  
**EXTERNO**

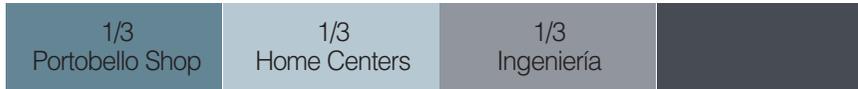
Exportación a más  
de 60 países

**80%**

MERCADO INTERNO

**20%**

MERCADO EXTERNO

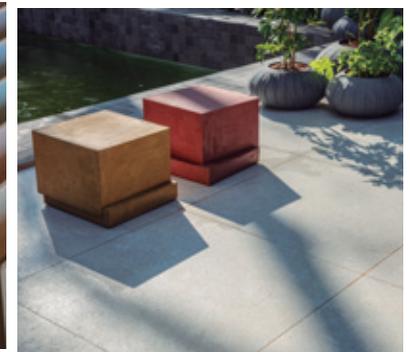


## CICLO DE LA INNOVACIÓN

### 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.



## 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+Arquitectura, tendrán la posibilidad de 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)





**06** |  
SOSTENIBILIDAD

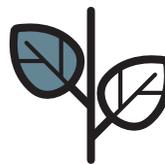
## DIRECTRICES DE LA SOSTENIBILIDAD



### 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.



**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**

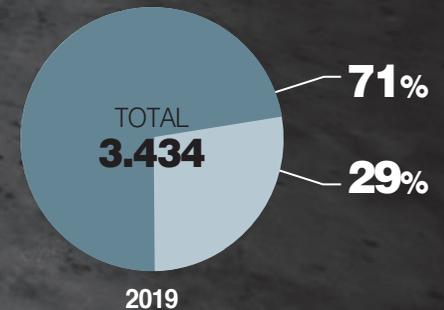
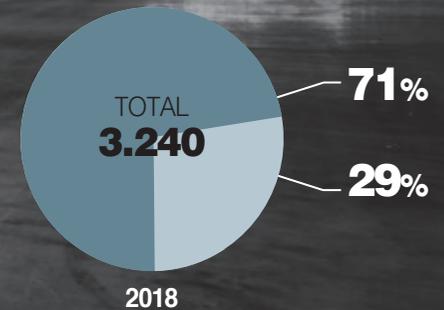
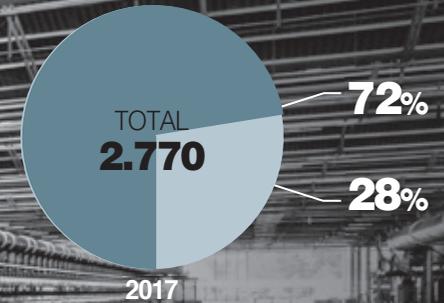
jóvenes aprendices

**23**

pasantes

NÚMEROS DE EMPLEADOS  
(colaboradores por género)

■ Hombres  
■ Mujeres





**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 mejora 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:



### **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.

**Erivan Vieira de Melo**  
Recursos Humanos Pointer

### **Comité de Ergonomía**

Formado por colaboradores de la empresa para estudiar, comprender, acompañar y evaluar la eficacia de las sugerencias 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 Tijuca (SC) y Marechal Deodoro (AL) poseen CIPAs independientes.

## 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 María da Paz (Tijucas, SC),  
Fondo del Anciano

The background is a light beige and cream-colored marbled pattern, resembling natural stone or paper. It features several circular highlights of varying sizes, some with dark, shadowed edges, giving a three-dimensional effect. The overall texture is organic and flowing.

**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.**

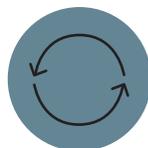
## NUESTRO PRODUCTO

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



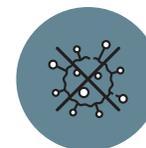
### YACIMIENTOS **RECUPERABLES**

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 formaldehído, 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 <b>GRANDES PROFUNDIDADES</b>	<b>USO INTENSIVO</b> sin posibilidad de sustitución en diversas industrias	Materia prima <b>MÁS SUPERFICIAL</b>	Menor espesura <b>MENOS MATERIA PRIMA</b>
<b>TRANSFORMACIÓN DEFINITIVA</b> del paisaje natural	Reforestación que <b>IMPACTA LA DIVERSIDAD</b>	<b>RECUPERACIÓN DE LAS ÁREAS</b> vocación original	
<b>&lt;50%</b> <b>Bajísimo Aprovechamiento</b>	<b>Bajo Aprovechamiento</b>	<b>&gt;99%</b> <b>Aprovechamiento de la materia prima</b>	<b>REAPROVECHAMIENTO</b> de la materia prima <b>AUTOMATIZADO</b>

Cavas concentradas en pocas localidades

Suministro local de la materia prima

## GRANDES FORMATOS

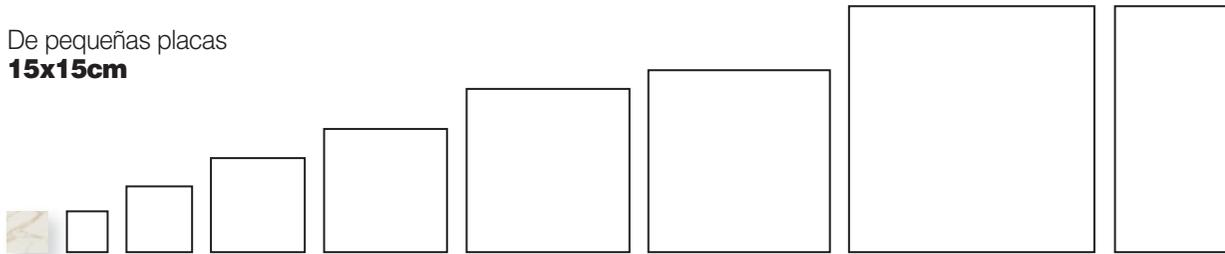
416-1

### 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.

De pequeñas placas  
**15x15cm**



A grandes superficies  
**180x360cm**



## 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

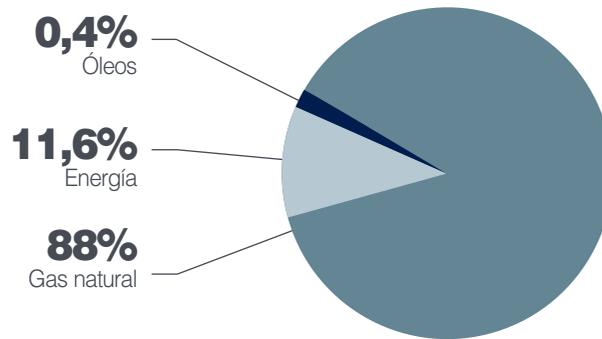
La energía eléctrica utilizada en el Grupo Portobello proviene de la matriz energética brasileña, generada principalmente en usinas hidroeléctricas y parques eólicos que son fuentes renovables de energía.

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

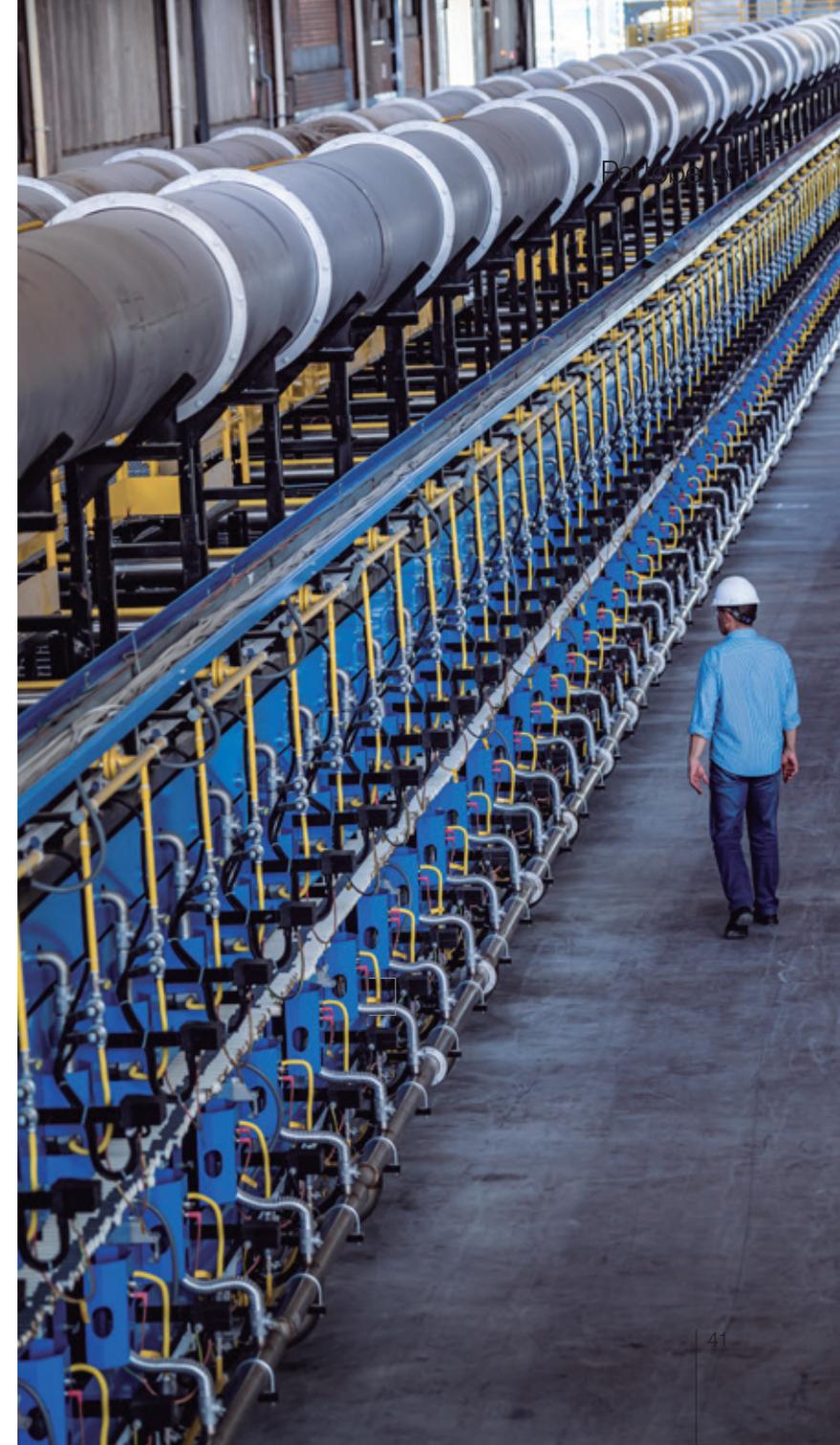
La matriz energética está compuesta, en su mayoría, por gas natural, energía eléctrica, paneles fotovoltaicos (en Pointer) y combustibles fósiles (diesel y lubricantes), en la proporción de:

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 de energía renovable (GJ)	424.806,11	435.065,67	434.956,39	432.429,46
<b>Total</b>	<b>3.595.029,58</b>	<b>3.691.359,04</b>	<b>3.654.683,85</b>	<b>3.732.268,67</b>



## 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 Tijuca (SC) y una en Marechal Deodoro (AL) garantizan la operación del sistema.

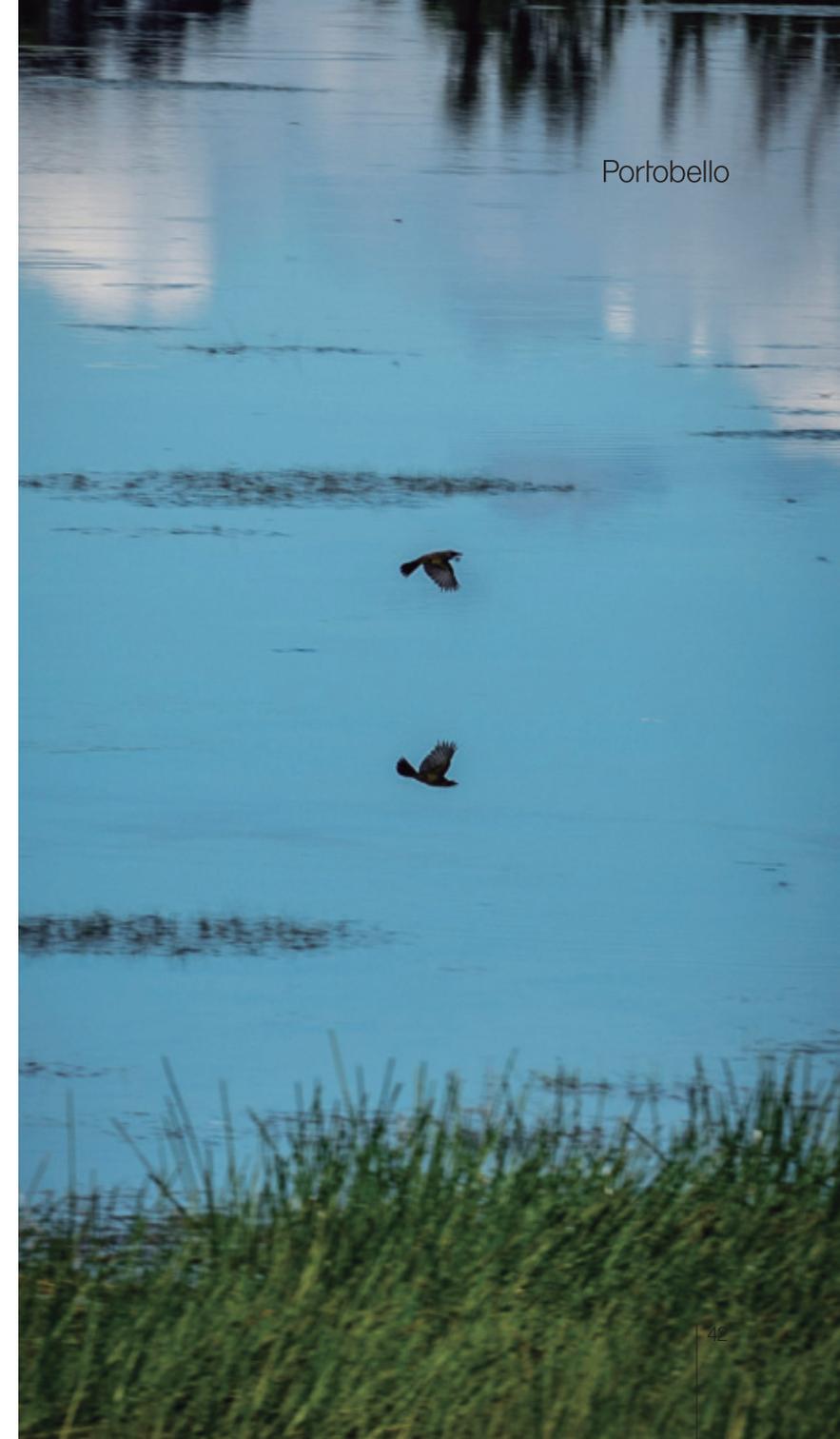
### Consumo Humano

Una red descentralizada hace el tratamiento de efluentes sanitarios, siendo 13 estaciones, con tecnología biológica de lodos activados, en Tijuca (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<sup>3</sup>)  
301

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

Portobello



## 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 Tijuca (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 Tijuca (SC).

08

NUESTRO **PRODUCTO**

POINTER

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 ECOEFICIENCIA

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

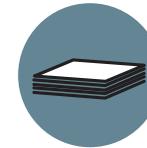
media entre los yacimientos  
y la industria.



**100%**  
CIRCUITO CERRADO  
de Agua en el Proceso  
Productivo.



**100%**  
GAS NATURAL  
en hornos y secadores en  
Tijuca (SC).



Inversiones en  
productos de  
ESPELURA  
**REDUCIDA**



REDUCCIÓN DEL  
**CONSUMO**  
de agua con la nueva  
Rectifica a Seco.



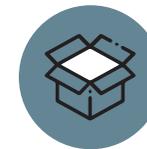
**1800m<sup>3</sup>**  
de agua fueron economizados  
en el consumo humano con la  
Campaña "Agua, Cuidela usted  
también".



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.

