

# Relatório de Sustentabilidade

2018



Portobello

Portobello

# Índice

1.1. Carta do Presidente	3
1.2. O Relatório	4
1.3. Linha do Tempo Portobello	5

## Essência da Marca

2.1. Manifesto	8
2.2. Design Portobello	8
2.3. Propósito	8
2.4. Crença	8
2.5. Visão	8
2.6. Princípios de Gestão	9
2.7. Jeito de Ser e Fazer Portobello	10

## Governança

3.1. Perfil e Governança	12
3.2. Conselho de Administração	12
3.3. Diretoria Executiva	12
3.4. Conselho Fiscal	12
3.5. Código de Ética	14

## Estratégia

4. Estratégia	16
---------------	----

4.1. Varejo Integrado e Puxado	17
4.1.1 Lojas Próprias	18
4.1.2. Transformação Digital	19
4.2. Internacionalização	20
4.3. Consolidação Pointer	21

## Marcas

5. Marcas	22
5.1. Diferenciais do Negócio	23
5.2. Diferenciais Corporativos	24
5.3. Modelo Multicanal Portobello	24
5.4. Mercado Externo	24
5.5. Ciclo da Inovação	25
5.6. Portobello Mais Arquitetura	28
5.7. Principais Eventos	30

## Sustentabilidade

6.1. Conceito	32
6.1.2. Materialidade	33
6.1.3. Diretrizes da Sustentabilidade	34
6.1.4. Destaque Social	35
6.1.5. Destaque Ambiental	36
6.1.6. Destaque Econômico	37

## Nossa Gente

6.2. Nossa Gente	39
6.2.1. Perfil dos Colaboradores	40
6.2.2 Saúde e Segurança	41
6.2.2.1. Comitês de Saúde e Segurança	42
6.2.2.2. SIPAT	43
6.2.2.3. Promoção da Saúde e Bem-Estar	44
6.2.2.4. Taxas de Saúde e Segurança	44
6.2.3. Programas Sociais	45
6.2.4. Eventos	48
6.2.5. Doações	49
6.2.6. Gestão de Pessoas	50
6.2.6.1. Alinhamento	51
6.2.6.2. Capacitação	52
6.2.6.3. Avaliação de Desempenho	52

## Nosso Produto

6.3. Nosso Produto	54
6.3.1. Materiais Cerâmicos	55
6.3.2. Grandes Formatos	56
6.3.3. Design Democrático e Produção a Seco - o futuro da cerâmica	57
6.3.4. Ecoeficiência Ambiental	58
6.3.4.1. Jazidas e Biodiversidade	58

6.3.4.2. Energia	59
6.3.4.3. Água	60
6.3.4.4. Resíduos	61
6.3.4.5. Embalagem	61

## Nosso Negócio

6.4. Nosso Negócio	63
6.4.1. Valor Adicionado	64
6.4.2. Investimentos	64
6.4.3. Satisfação do Cliente	65
6.4.4. Reconhecimentos	66

## Sumário de Conteúdo GRI

7. Sumário de Conteúdo GRI	68
----------------------------	----

## Anexo

8. Anexos	76
-----------	----



**Cesar Gomes Junior**  
Presidente

## Palavra do Presidente

102-14

Em meio a um contexto externo de instabilidade política e econômica, alcançamos resultados positivos nesse ano, compartilhando nossa crença de transformar ambientes através do design e da inovação e exercitando a estratégia de levar a Marca cada vez mais para o mercado.

Temos muitas oportunidades para evoluir como marca líder no varejo de revestimentos e acreditamos que, nossa visão de um modelo integrado e puxado pelo mercado, é o caminho correto a ser percorrido.

Persistiremos nos desafios de sermos protagonistas na

transformação digital, de evoluir na internacionalização e na consolidação da nossa marca de design democrático, sempre com forte senso de propósito e visando a sustentabilidade da empresa.

Nossos colaboradores e parceiros, engajados em oferecer a melhor experiência de design aos nossos clientes, são nosso principal ativo. Próximos de completarmos 40 anos de uma trajetória de inovação, agradeço o empenho de todos na construção de um ambiente melhor e mais sustentável e convido para continuarmos crescendo juntos em 2019.

# O Relatório

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

O Relatório de Sustentabilidade é um instrumento de comunicação e transparência com todos os stakeholders, que contém as principais informações e resultados da empresa no período entre 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2018.

Sob o olhar da sustentabilidade, a partir do desempenho nos âmbitos social, ambiental e econômico, são apresentadas as conquistas, os avanços e os desafios da Marca, destacando as unidades produtivas de Tijucas (SC) e Marechal Deodoro (AL).

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



# Linha do tempo Portobello



**1979**

Início das atividades da cerâmica Portobello



**1984**

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



**1991**

Inovação em produto com lançamento de revestimentos para fachadas



**1998**

Lançamento da Rede de Franquias Portobello Shop

Portobello shop



**2001**

Inovação em produto com o início da produção de porcelanato



**2008**

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

**1981**

Primeiras exportações



**1987**

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



**1992**

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

**2000**

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

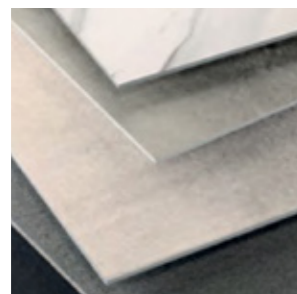
**2005**

Exportação atinge 60% das vendas

**2008**

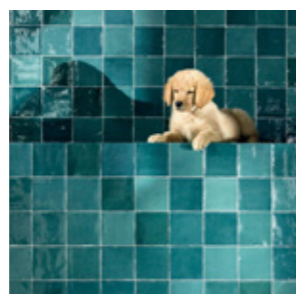
Adesão ao Novo Mercado Bovespa com abertura de capital





**2010**

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



**2012**

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



**2014**

Investimentos na Fábrica Pointer

**POINTER**

**2016**

Início do projeto Oficina Portobello.

**Officina Portobello**



**2016**

Lançamento Coleção Portobello: Arquitetura em Movimento. In and Out



**2018**

Lançamento da Portobello America, nos Estados Unidos

**Portobello America**

**2011**

Início da produção com a tecnologia de impressão digital



**2013**

Lançamento Grandes Formatos



**2015**

Instituição do Portobello Grupo.

**Portobello Grupo**

Lançamento da marca Pointer com inauguração da nova fábrica em Alagoas

**2016**

Projeto Loja Padrão Green Building LEED



**2017**

Lançamento projeto Oficina Portobello nas lojas de SC

**Officina Portobello**

**2018**

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

**Essência da Marca**



# Essência da Marca

102-16

## Manifesto

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

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

Nosso ambiente de negócios é global, mas o design deve refletir o contexto local.

Nossa cultura, estratégia e gestão devem viabilizar a criação e distribuição do design Portobello, gerando valor para todos os públicos, através do nosso modelo integrado e puxado e com eficiência operacional indicada pelo lucro.

## Propósito

Viver Design.  
Transformar ambientes e emocionar pessoas.

## Design Portobello

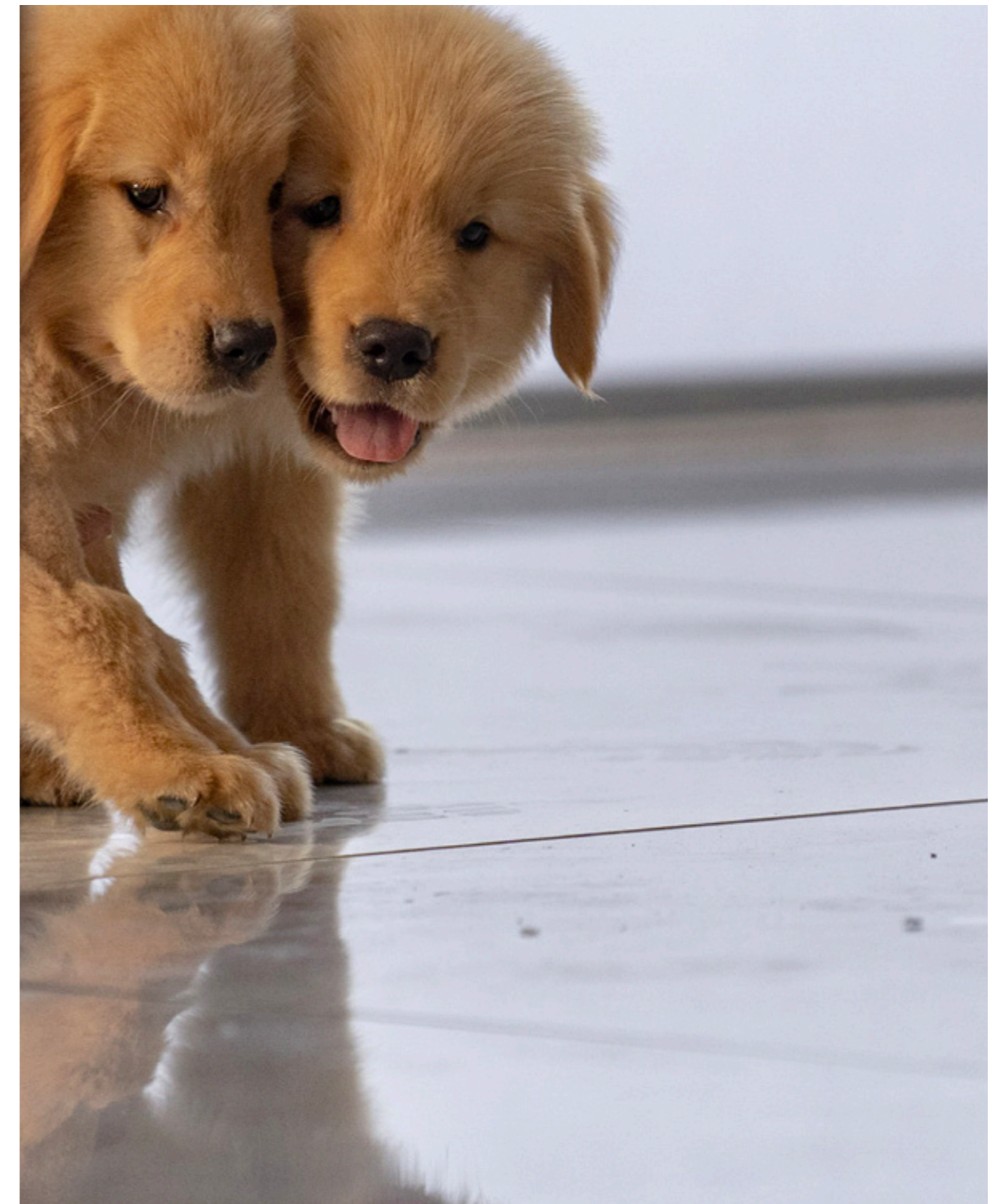
Design natural. Design autoral.  
Moldura do olhar.  
Limites que ampliam.  
Espaços que acolhem.  
Design de fora para dentro, de dentro para fora.  
Design Portobello.

## Crença

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

## Visão

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





## Princípios de Gestão

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

### Inovação e Design

Competência que nos torna únicos e inovadores

### Crescer Juntos

Ciclo virtuoso de oportunidades

### Modelo Integrado e Puxado

Orientados pelo mercado com foco do cliente

### Lucro

Medida de nossa eficiência operacional e capacidade de gerar valor

### Transformação Digital

Evolução cultural para ser protagonista do processo

### Confiabilidade e Integridade

Relações próximas e cuidadas

### Sustentabilidade

Buscamos impacto econômico, social e ambiental positivos

### Meritocracia

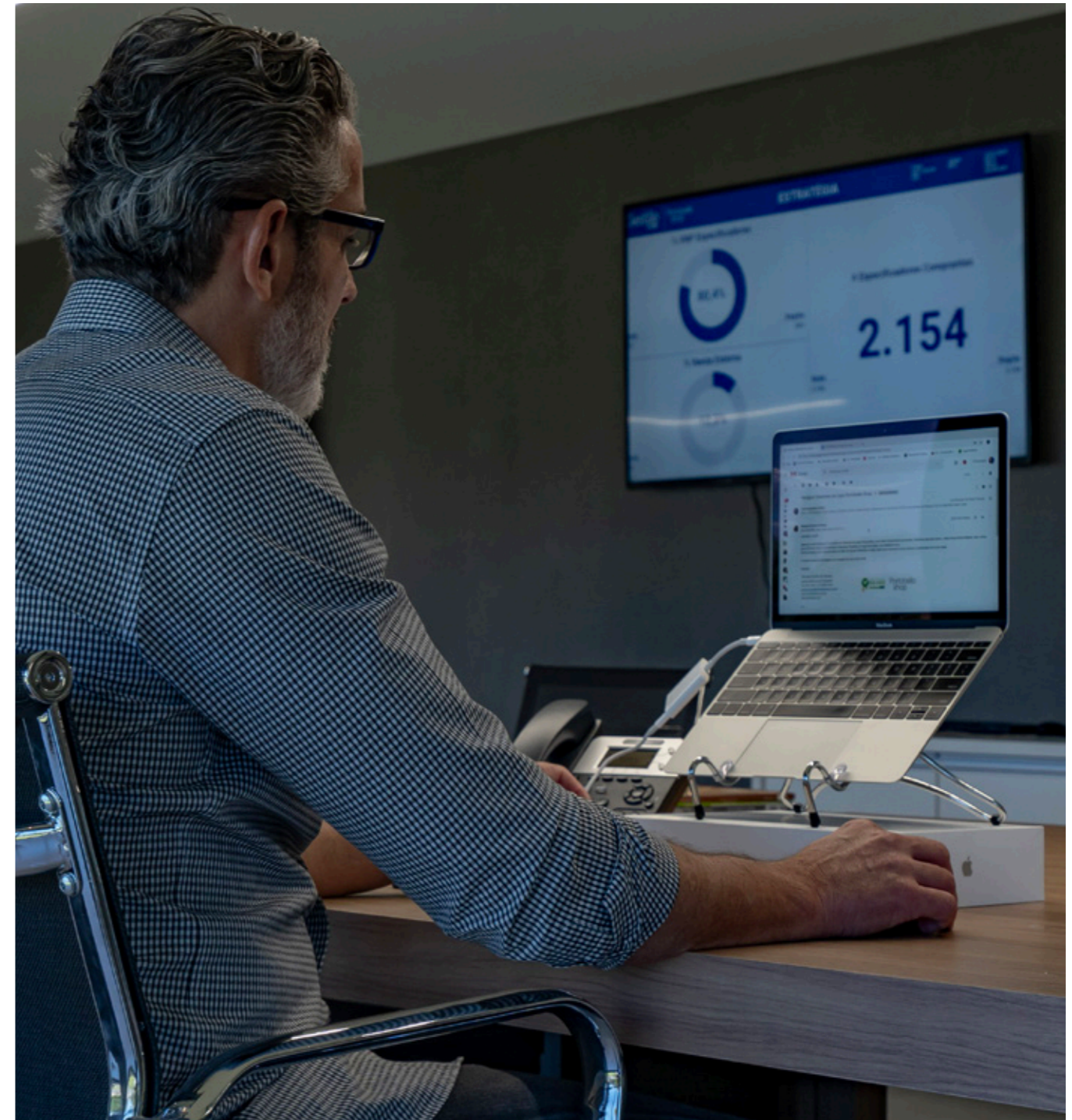
Reconhecer na proporção da entrega

### Agilidade e Simplicidade

Simplificar sempre, para agilizar tudo

### Global

Estratégia que potencializa a sustentabilidade do negócio



## Jeito de Ser e Fazer Portobello

### Blue Box

O Jeito de Ser e Fazer está contido em uma Blue Box, uma forma lúdica de representar algo que é único, a personalidade da Marca.

#### O Design expressa nosso jeito de ser.

É um processo contínuo de construção de conhecimento nas áreas essenciais do nosso negócio. Inovação e autenticidade através de inspiração e muita transpiração.

Nosso Design é expresso em nossos produtos, nos ambientes e nas experiências que as pessoas têm com a Marca.

Nosso portfólio de produtos é uma caixa de ferramentas, nossa blue box, a serviço da arquitetura.

#### O Modelo Integrado e Puxado é o nosso jeito de fazer.

O cliente sabe o que quer mas também quer o que não sabe.

Olhamos o mundo com os olhos do cliente, acrescentamos a nossa cultura e expertise, para inovar e surpreender sempre.

É o que nos puxa, nos orienta, nosso alvo.

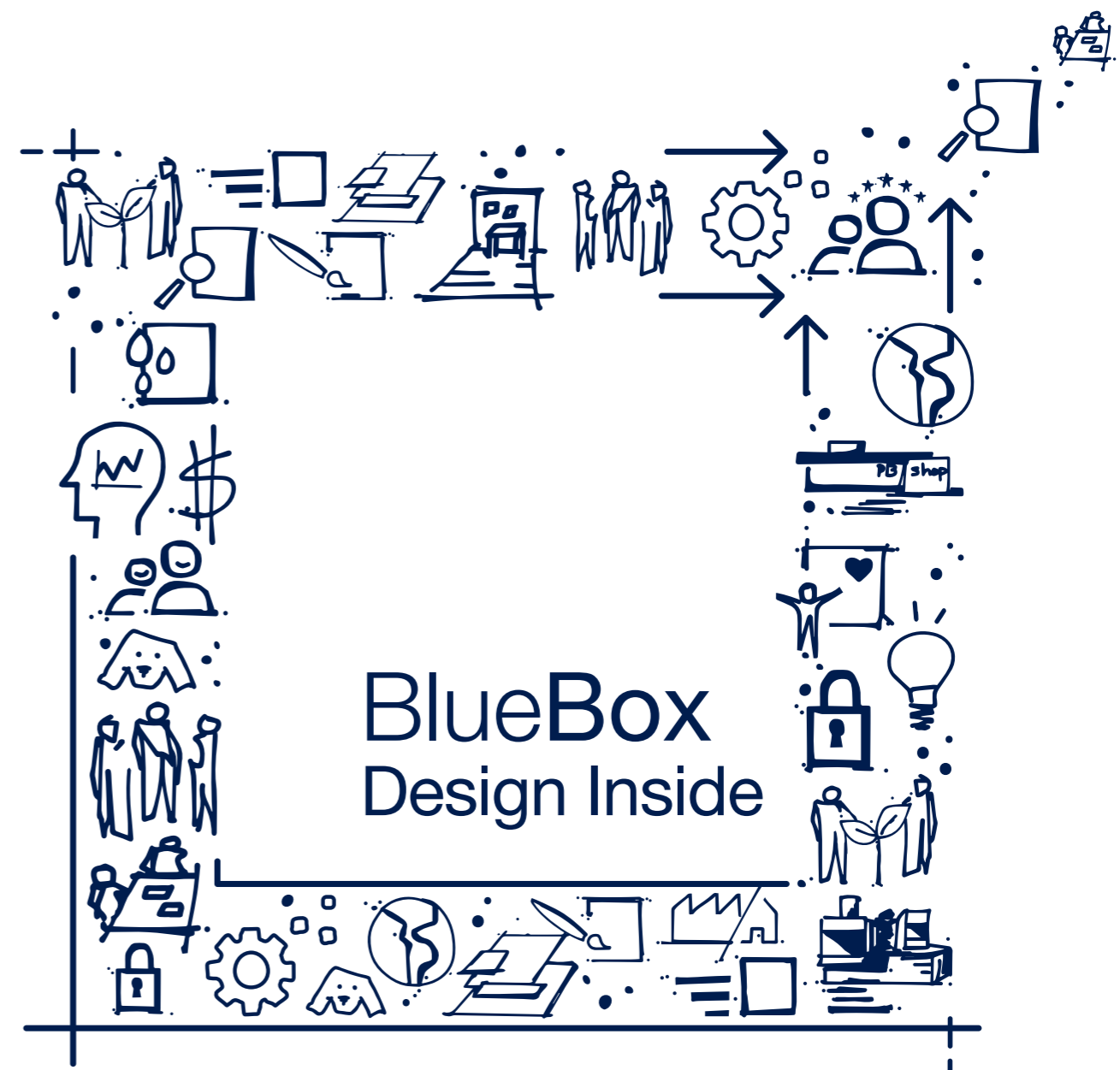
Para alcançá-lo com agilidade e eficiência, devemos nos integrar e formar um todo!

Uma organização onde cada peça é fundamental para que o todo funcione. Somos partes de uma empresa viva, interdependentes.

Viver Design. Somos assim. Integrados e Puxados para inovar.

Fazemos assim!

Esse é o nosso universo. Nossa Blue Box.



A close-up photograph of a dark, textured material, possibly a book cover or a stack of papers, showing a prominent diagonal crease or fold. The lighting is dramatic, highlighting the fine texture and the sharp edge of the fold. The word "Governança" is overlaid in white, bold, sans-serif font in the lower-left corner.

**Governança**

# Perfil e Governança

102-18

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

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

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

## Conselho de Administração

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

## Diretoria Estatutária

Cesar Gomes Junior	Diretor Presidente
Cláudio Ávila da Silva	Vice-Presidente Institucional
Mauro do Valle Pereira	Vice-Presidente de Negócios
John Suzuki	Vice-Presidente de Operações

## Conselho Fiscal

Jorge Muller
Maro Marcos Hadlich Filho
Peter Edward Mr Wilson

## Governança



**Cesar Bastos Gomes**

Fundador da Portobello



**Conselho de Administração**

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



**Grupo Controlador**

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



**Diretoria Estatutária**

A partir da esquerda: Cláudio Ávila da Silva, Mauro do Valle Pereira, Cesar Gomes Junior e John Suzuki

## Código de Ética

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





**Estratégia**

# Estratégia

Além do foco constante e esforços de melhoria operacional em seu negócio multicanal, a Portobello definiu três prioridades estratégicas em seu Planejamento de 5 Anos e mantém-se determinada em sua execução.

O Varejo Integrado e Puxado, a Internacionalização e a Consolidação da Pointer, que representa o viés de Design Democrático da marca, orientam a visão de longo prazo da empresa.



Portobello Shop Recife, PE



Cesar Gomes Junior, Presidente da Portobello, durante o lançamento da Portobello America, em Baxter, Tennessee, EUA



Fábrica Pointer, em Marechal Deodoro, AL



# Varejo Integrado e Puxado

102-1; 102-5; 102-9

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

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

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



Portobello Shop São José, SC

# Varejo Integrado e Puxado

## Portobello Shop e Lojas Próprias

Com uma rede de 140 lojas, sendo 13 próprias, a Portobello Shop é a marca líder no varejo brasileiro de revestimentos, oferecendo uma completa experiência de compra para o arquiteto e para o consumidor final. É através das lojas que a Marca se conecta diretamente com os clientes e alimenta seu sistema de informações a partir do mercado.

Os grandes formatos de porcelanato e a variedade de produtos para personalização demandam maiores espaços para exposição dos produtos. As principais lojas da rede tem área de vendas na ordem de 750 m<sup>2</sup>, com algumas lojas de 1.000 m<sup>2</sup>.

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



Portobello Shop Santa Mônica, Florianópolis, SC



Espaço Café, na Portobello Shop Florianópolis, SC



Portobello Shop Nilo Peçanha, Porto Alegre, RS

## Varejo Integrado e Puxado

### Transformação Digital

O desafio da transformação digital passa pela visão de omnichannel, ou seja, a integração de sistemas e processos para que o cliente possa ter melhores experiências com a Marca tanto nos meios físicos quanto nos meios digitais. O mapeamento da jornada do cliente e a identificação dos pontos críticos nesse processo foi o primeiro passo realizado pela empresa.

A plataforma Archtrends Portobello é a espinha dorsal na produção e distribuição de conteúdo para clientes e especificadores. Um site que reúne tendências e referências do segmento e atingiu, em 2018, o número de 200 mil visitantes únicos por mês. O principal evento de conteúdo da empresa, o Archtrends Summit, realizado em paralelo à Revestir, principal feira do setor que acontece na segunda semana de março em São Paulo, reuniu mais de 800 profissionais de arquitetura e design de interiores e foi transmitido ao vivo na plataforma Archtrends para todas as lojas da rede Portobello Shop.

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



Workshop de Jornada do Cliente



Archtrends é a espinha dorsal de conteúdo para clientes e especificadores

## Internacionalização

203-2

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

Após estudos de viabilidade e conhecimento do mercado obtidos no último ano, a Portobello America foi apresentada aos clientes em dezembro de 2018.

O projeto está estruturado para implantação em etapas, inicialmente o foco é a distribuição, através de sourcing global que inclui o Brasil, Europa e os Estados Unidos, seguido por uma produção local própria.



Ambiente com portfólio exclusivo Portobello America



Diretoria da Portobello durante o comunicado oficial de lançamento da Portobello America no Tennessee, EUA



Showroom Portobello America, em Pompano Beach, Florida

# Consolidação Pointer

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

A marca Pointer, com operação inicial na região Nordeste e unidade produtiva em Marechal Deodoro (AL), completou seu 3º ano de operação em 2018 aplicando os diferenciais de Design Democrático.

A Pointer adota a distribuição multicanal assim como a Portobello, tendo o varejo multimarcas como o canal que melhor permite exercitar a acessibilidade da marca, complementado pela venda direta ao mercado imobiliário, pelas exportações e por um piloto na rede Portobello Shop.

O negócio alcançou seu equilíbrio operacional no último ano, graças, além da maturidade natural de uma nova empresa, à qualificação do portfólio. O lançamento da categoria Supercerâmico, com produtos em grandes formatos e acabamento retificado em cerâmica, foi um destaque da marca.

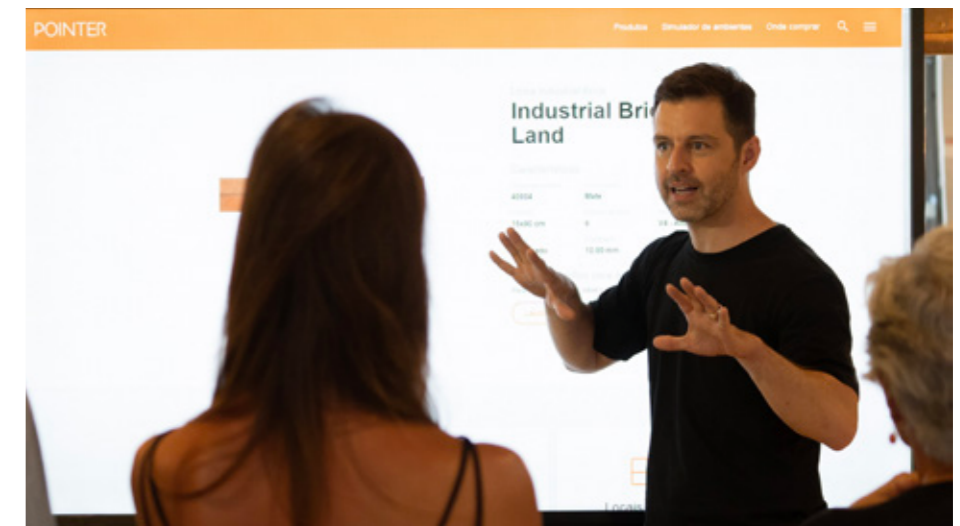
A conexão digital é a base da estratégia de comunicação e marketing da Pointer. A Marca se propõe a ser o arquiteto das pessoas que planejam e executam seus projetos sem a ajuda direta desse profissional e, para isso, disponibiliza informações e ferramentas nas redes e em totens digitais nas principais lojas de seus clientes.



Linha Pointer Bianco Gioia



Preview Pointer 2018



Arquiteto Maurício Arruda, parceiro Pointer, apresenta ferramentas digitais da marca



**Marcas**

# Marcas

## Portobello

102-2

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

## Officina Portobello

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

## Portobello shop

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

## Portobello America

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

## POINTER

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

Diferenciais Corporativos

Marca  
Produto  
Logística  
Confiabilidade nas relações

Diferenciais do Negócio

Multicanal

Arquitetos e Designers

Personalização

Arquitetos e Designers

A Arte da Porcelanataria

Experiência de Compra

Orientada pelo Mercado

Conexão Digital

Conexão Digital

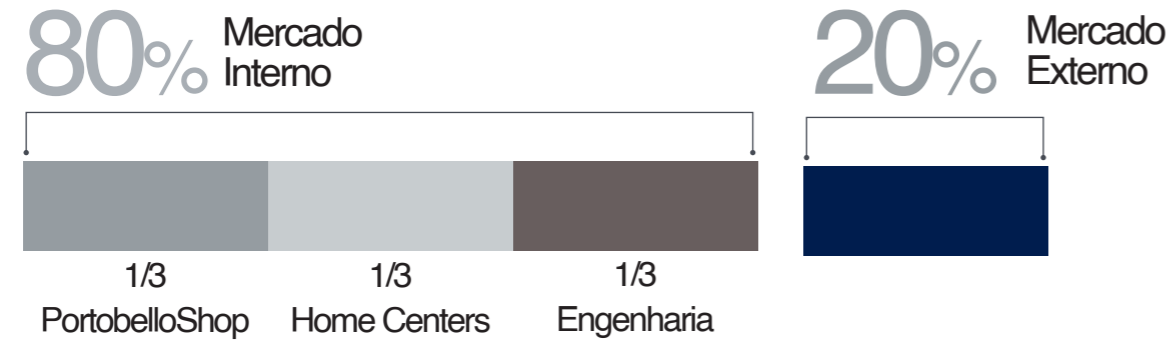
Qualidade

Preço Competitivo

# Marcas

## Modelo Multicanal Portobello

102-6



## Mercado Externo

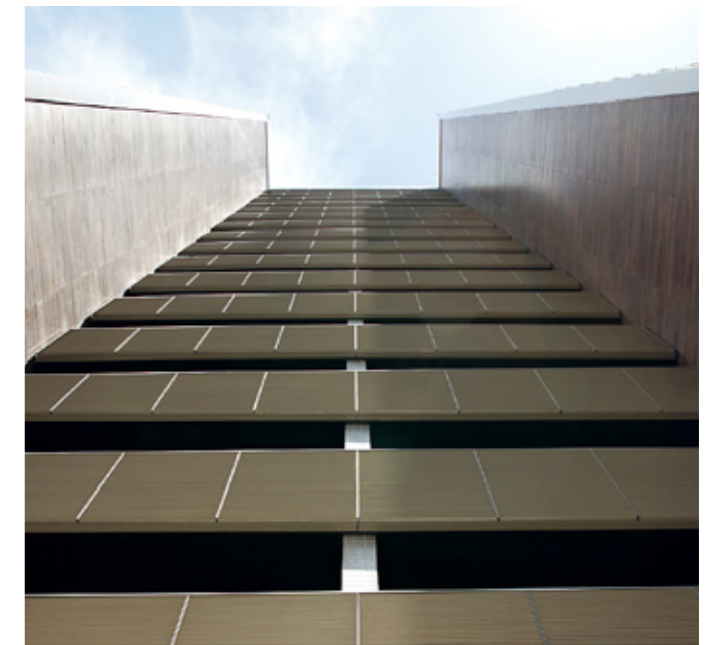
### Principais Mercados



Portobello Shop São José, SC



Preview Revenda Revestir 2018



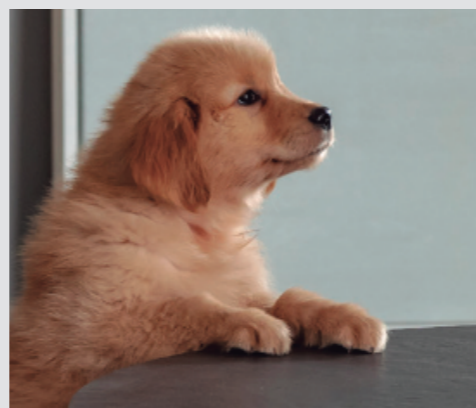
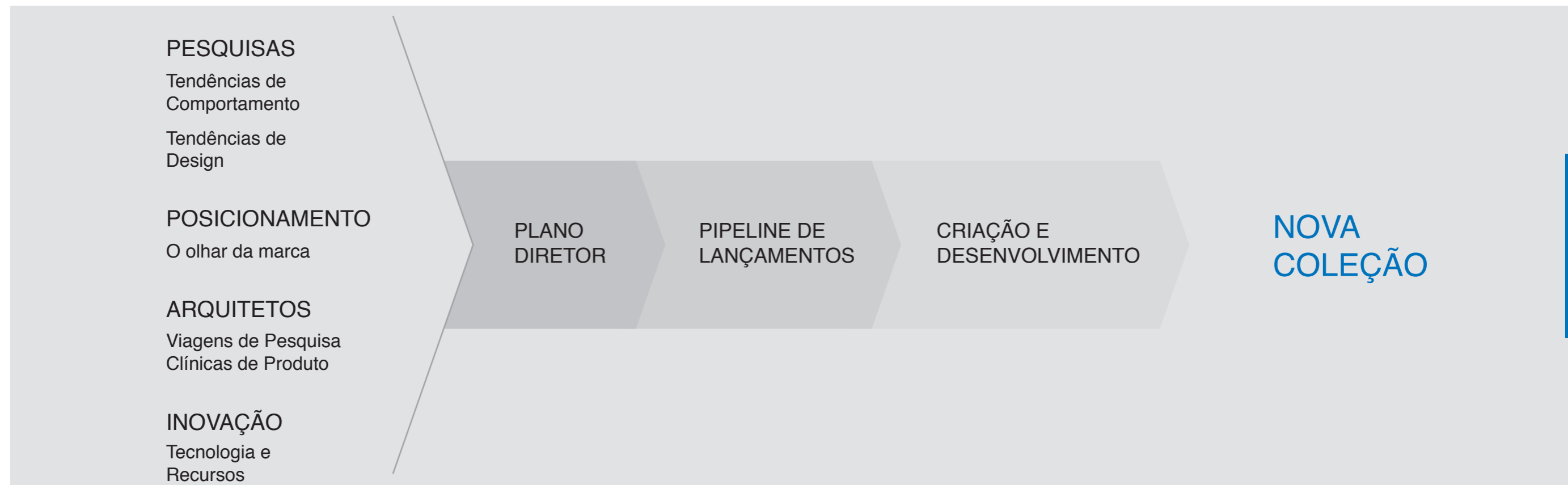
Sistema de fachada ventilada, exclusivo do canal Engenharia



# Ciclo da Inovação

## Processo de Desenvolvimento de Produtos

Um grupo multidisciplinar de profissionais faz pesquisas, interage com os principais intérpretes do mercado, realiza clínicas de produto e coordena viagens de estudo para os principais eventos do segmento. Todas as informações são organizadas, passam por uma análise crítica do grupo e subsidiam o processo de desenvolvimento de novos produtos, além de inovações em outras áreas que melhoram a experiência do cliente.



## Ciclo da Inovação



### **NRF - National Retail Federation**

(Estados Unidos, janeiro/2018)

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



### **Salão do Móvel e Semana do Design de Milão**

(Itália, abril/2018)

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



### **Coletivo Criativo Islândia**

(Islândia, maio/2018)

Em 2018, o destino da segunda edição do Coletivo Criativo foi a Islândia. A iniciativa reuniu 17 profissionais renomados da arquitetura e design nacional para viagem de imersão com objetivo de realizar pesquisa para desenvolvimento de novos produtos em parceria com a Marca.

## Ciclo da Inovação



### **Cersaie**

(Itália, setembro/2018)

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



### **Bienal de Arquitetura em Veneza**

(Itália, maio a novembro/2018)

Após a participação na Cersaie, a delegação da Portobello visitou a 16ª edição da Bienal de Arquitetura em Veneza. Os pontos altos da mostra, com o tema Freespace, foram compartilhados pela equipe através de palestras presenciais na sede da empresa.



### **Clínicas de Produto**

Em 2018 foram realizadas 20 clínicas de produto envolvendo 460 profissionais de arquitetura. As clínicas possibilitam ouvir diretamente dos profissionais sobre tendências, gaps do portfólio, necessidades de melhoria em produtos e serviços e demandas técnicas, além da realização de oficinas criativas para geração de ideias para novos produtos.

# Portobello Mais Arquitetura

É através da arquitetura que o design da Marca se transforma em um ambiente concreto.

A ideia, o projeto, a especificação, a execução e a decoração do ambiente são as etapas para que o design, o produto Portobello, venha a ser o sonho do cliente materializado.

Essa dinâmica faz da arquitetura parte essencial do negócio Portobello. Por isso a relação da Portobello com os profissionais dessa área é tão próxima e tão intensa.

O papel do profissional de Arquitetura é parte fundamental do negócio Portobello e são vários os aspectos em que essa relação se manifesta.

O primeiro aspecto, e um dos mais importantes, é a experiência do cliente acompanhado por um profissional. A Portobello entende que, a interpretação das demandas do cliente, a correta especificação técnica e estética, o projeto de paginação e o acompanhamento da execução valorizam muito essa experiência e, por isso, investe em condições e ferramentas de suporte ao profissional e seu cliente.

O profissional de arquitetura tem a possibilidade de ser remunerado pela especificação de produtos Portobello no valor de 2% sobre o total das compras. Essa remuneração é creditada ao profissional cumprindo os requisitos formais e legais. E o cliente acompanhado por um profissional de arquitetura tem um desconto sobre o total das compras também de 2%.



## Portobello Mais Arquitetura

A remuneração do profissional pela especificação não impacta a condição comercial para o cliente. A política de preços é única e as variações regionais acontecem, apenas, conforme as regras fiscais e as condições logísticas.

Outro aspecto importante na relação da Portobello com a arquitetura é a troca de conhecimento entre a Marca e os profissionais. Um círculo virtuoso se forma a partir dessa dinâmica.

Os profissionais, que aliam seu expertise e potencial criativo ao fato de representarem a voz dos clientes, colaboram no desenvolvimento de novas soluções e produtos e alavancam a inovação da marca.

A Portobello proporciona um contexto favorável à troca de experiências, seja nas viagens de pesquisa, visitas à fábrica, nas clínicas de produto, eventos com especialistas ou na disponibilização de conteúdos relevantes para a arquitetura.

O reconhecimento e a valorização do trabalho dos profissionais compõem o terceiro aspecto da relação Portobello Mais Arquitetura.

A Portobello acredita que, reconhecer os melhores trabalhos, promover sua divulgação e apoiar iniciativas de desenvolvimento da arquitetura, colaboram para a evolução de ambos. Os arquitetos são reconhecidos com viagens de estudo como o Coletivo Criativo, com a participação nos eventos Archtrends e com uma premiação anual onde a empresa homenageia os melhores profissionais em uma festa realizada durante a semana da feira Revestir em São Paulo.



Cerimônia de Premiação Portobello Mais Arquitetura



Festa após a Premiação

## Principais Eventos



### Revestir

Transamérica Expocenter, São Paulo, SP, 13 a 16 de março

- Participantes: 11.000 no estande
- Clientes Internacionais: 427
- Arquitetos: 2.743



### Evento Paralelo

Rooftop JK Iguatemi  
São Paulo, SP, 11 a 16 de março

- Participantes: 4.174
- Clientes Internacionais: 427
- Arquitetos: 2.743



### Coverings

Georgia World Congress Center (GWCC)  
Atlanta, EUA, 8 a 11 de maio

- Participantes: 100
- Clientes Internacionais: 80 clientes, 25 países dos EUA, Canadá e América Central



### Lançamento Supercerâmico Pointer

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

- Participantes: 150



### Convenção Portobello Shop

Infinity Blue  
Balneário Camboriú, SC, 14 a 17 de agosto

- Participantes: 220



### Evento Lançamento Portobello America

Boca Raton Resort & Club  
Pompano Beach, Florida, EUA, 5 a 7 de dezembro

- Participantes: 170
- Clientes Internacionais: 75



# Sustentabilidade

# Sustentabilidade

102-12

O ambiente em que vivemos é a essência do nosso negócio

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

Soluções pensadas para atender o público através da junção dos pilares Social, Ambiental e Econômico, que compõem a Política de Sustentabilidade da Portobello e estão ligados diretamente ao desenvolvimento sustentável e ao crescimento equilibrado nestas três esferas.

Respeitar o meio ambiente e preocupar-se com a sociedade onde está inserida fazem parte destes processos. A partir da abordagem dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), a marca Portobello, atua com envolvimento de seus colaboradores, parceiros, fornecedores e a comunidade, em temas como padrões de produção e consumo sustentáveis, saúde e bem-estar e promoção de oportunidades de aprendizagem.

A empresa é signatária do movimento Nós Podemos Santa Catarina, cujo objetivo é facilitar a incorporação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) na prática de pessoas e organizações catarinenses.

Assim, a Portobello fortalece ainda mais o compromisso de uma atuação sustentável e alinhada ao mercado, incorporando os ODS em suas atividades.

Área já minerada recuperada  
ambientalmente, em Canoinhas, SC



## Materialidade

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

Há três anos, após consulta aos seus públicos estratégicos, a empresa definiu os temas de maior relevância e prioridade no contexto da sustentabilidade.

São oito temas que abrangem 18 aspectos materiais e direcionam a gestão da sustentabilidade na Portobello.

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

## Diretrizes da Sustentabilidade



### Responsabilidade Social

#### Nossa Gente

Princípios Estratégicos:

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



### Responsabilidade Ambiental

#### Nosso Produto

Princípios Estratégicos:

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



### Responsabilidade Econômica

#### Nosso Negócio

Princípios Estratégicos:

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

## Destques

	2014	2015	2016	2017	2018
<b>SOCIAL</b>					
Número de colaboradores	2.835	2.996	2.998	2.770	3.240
Número de horas treinamento (h)	28.000	29.070	12.000	35.000	36.000
Programas sociais (R\$)	1.352.940	1.558.266	1.107.950	1.559.449	1.416.750

## Destques

	2014	2015	2016	2017	2018
<b>AMBIENTAL</b>					
Emissões diretas de gases de efeito estufa (KgCO <sub>2</sub> eq)/m <sup>2</sup>	4,82	4,96	5,38	5,77	5,96
Destinação de resíduos (kg/m <sup>2</sup> )	1,14	0,46	0,18	0,20	0,22
Consumo de energia (GJ/m <sup>2</sup> )	132,05	135,47	128,99	129,34	134,86
Volume de água captado (L/m <sup>2</sup> )	11,27	12,67	11,32	11,58	13,28

## Destques

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

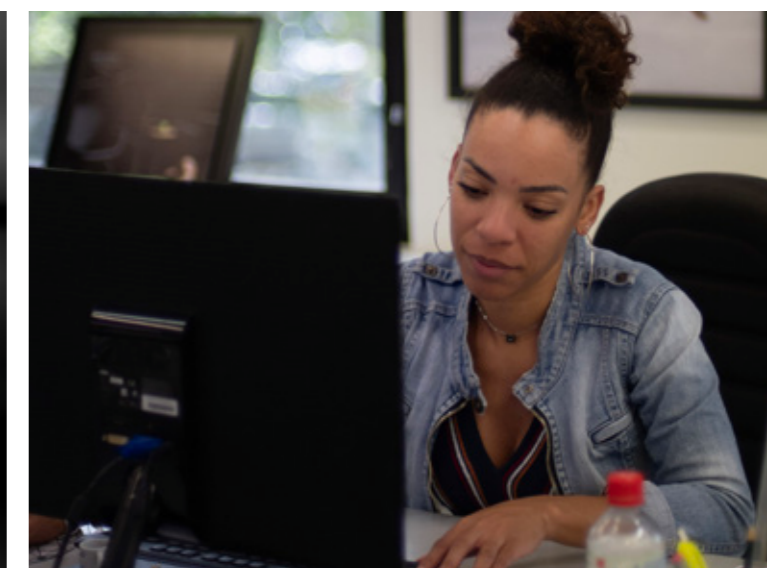


**Nossa Gente**

# Nossa Gente

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

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



# Perfil dos Colaboradores

102-7

Em 2018 tivemos:

**121**

colaboradores portadores de necessidades especiais

**120**

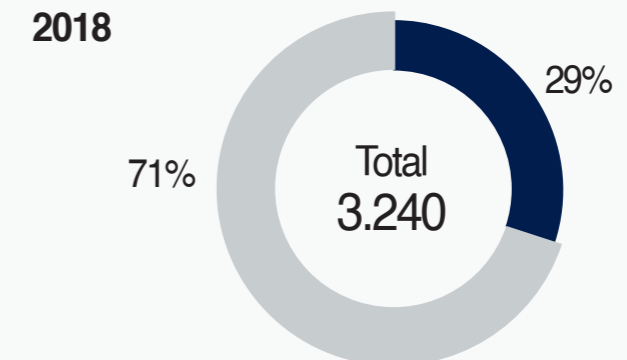
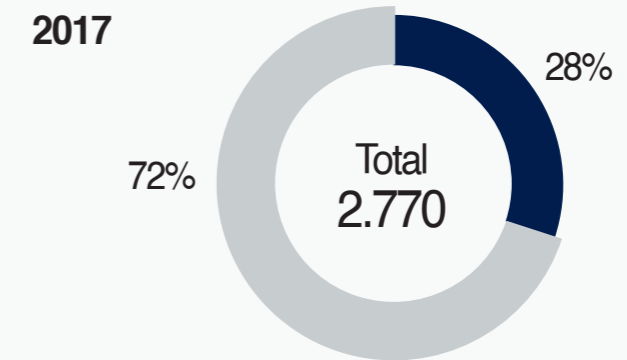
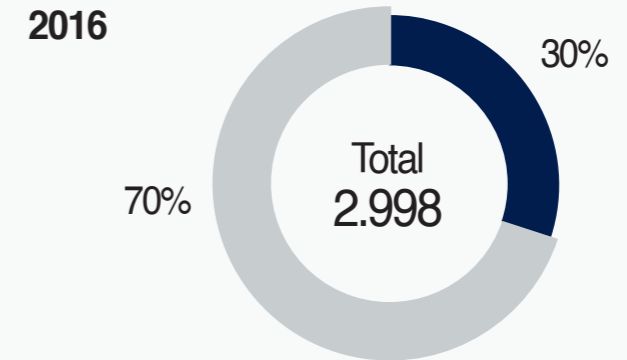
jovens aprendizes

**36**

estagiários

## Números de empregados (colaboradores por gênero)

■ Homens ■ Mulheres





## Saúde e Segurança

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

■ O DDS (Diálogo Diário de Segurança) é um treinamento de conscientização com conteúdos diários enviados a todos os colaboradores e, nas fábricas e parte das áreas administrativas, os gerentes e coordenadores discutem sobre o tema do dia com a equipe.

■ A Abordagem Comportamental é uma prática onde os gestores identificam desvios de conduta em sua equipe e re-orienta o comportamento que é aplicada desde 2016. Em 2018 a Abordagem Comportamental, já realizada pelos gerentes e coordenadores, foi estendida aos líderes de produção.

### Treinamentos (Horas Treinadas/Horas Trabalhadas)

	2016	2017	2018
Brigada de Incêndio	0,04%	0,05%	0,04%
DDS	0,76%	0,68%	0,71%
EPI	0,02%	0,03%	0,03%
Ergonomia	0,01%	0,01%	0,01%
Legislação (NR) e Procedimentos	0,11%	0,14%	0,21%
Temas Diversos de Saúde e Segurança	0,39%	0,50%	0,86%
Trânsito	0,00%	0,01%	0,01%
Treinamento Comportamental	0,04%	0,09%	0,05%
<b>Total</b>	<b>1,37%</b>	<b>1,50%</b>	<b>1,92%</b>



## Saúde e Segurança

403-1

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

### Comitê Executivo de SST

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

### Comitê de Gestão de SST

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

### Subcomitê de Gestão de SST

Realizado nas áreas industriais e de supply, onde a liderança de cada área discute os indicadores, avaliam os acidentes e propõem melhorias, especificamente para as suas unidades.

### Comitê de Segurança Organização e Limpeza

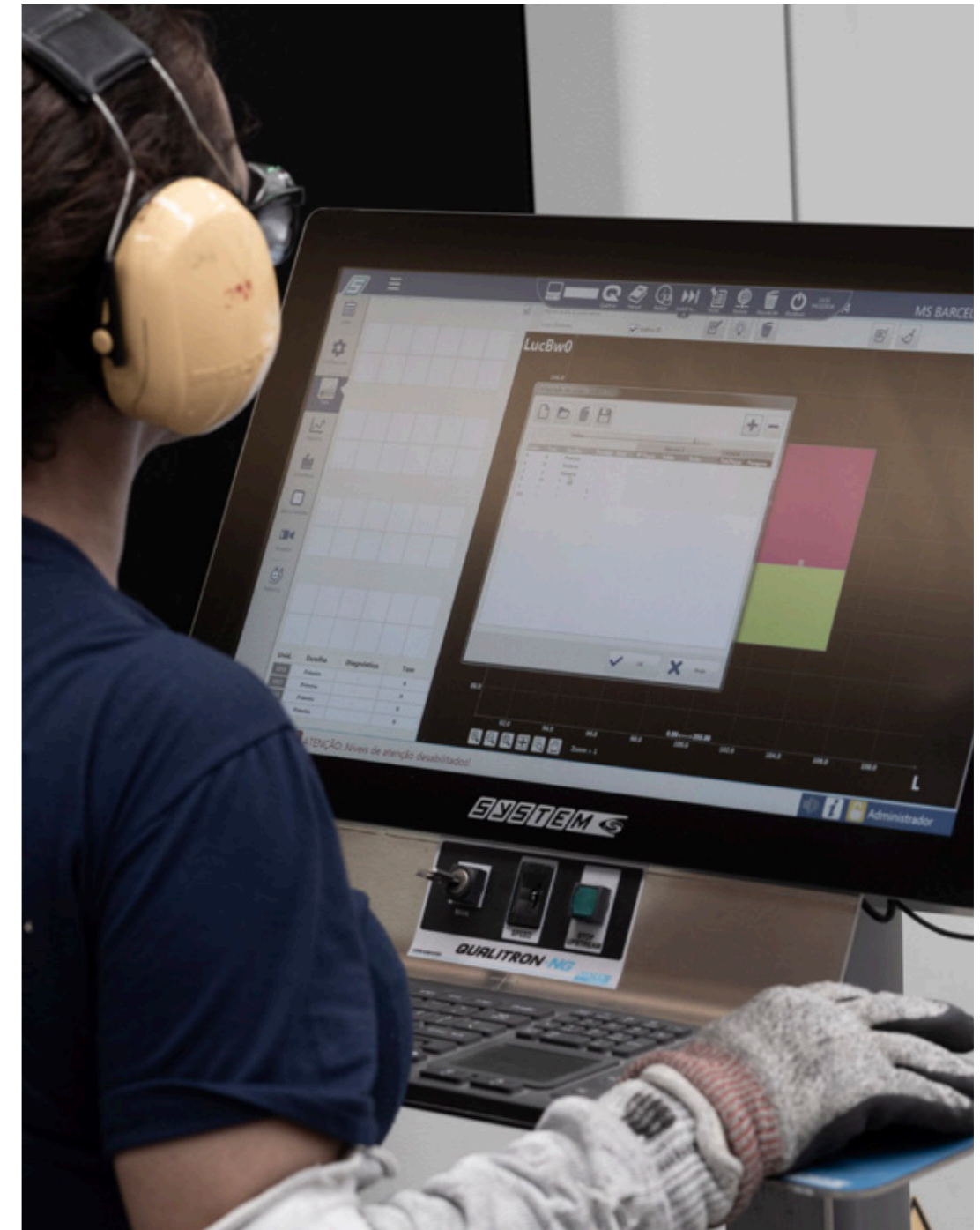
Com o objetivo de fiscalizar e orientar para que as áreas estejam sempre limpas e organizadas, os gerentes de produção, supply, segurança e sustentabilidade, manutenção e representantes da CIPA e da área de meio ambiente realizam rondas semanais nas áreas.

### Comitê de Ergonomia

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

### CIPA (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes)

Atendendo a requisitos legais, a CIPA é composta por representantes de diversas áreas, representando 100% dos colaboradores da empresa, sendo parte eleita, através de voto eletrônico desde 2016, e parte indicada pela diretoria da empresa. A CIPA atua em prevenção e correção de acidentes realizando campanhas durante o ano. Em 2018 os temas foram ergonomia, comportamento e uso correto do celular. As unidades de Tijucas (SC) e Marechal Deodoro (AL) possuem CIPAs independentes.



Colaboradora opera uma das estações de controle da linha de produção da Portobello

## Saúde e Segurança

### SIPAT Semana Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho

Evento realizado anualmente envolvendo todos os colaboradores, incluindo as unidades de Tijucas (SC) e Marechal Deodoro (AL), entre os dias 20 e 24 de agosto com o tema “Eu Faço Acontecer”, que coloca as pessoas como protagonistas de suas vidas, destacando as atitudes relacionadas à saúde e segurança. Uma campanha de comunicação antecedeu a realização da SIPAT e fortaleceu a mensagem tema.



Palestras da SIPAT 2018



Palestra de abertura SIPAT 2018

Em 2018 a participação dos colaboradores na unidade de Tijucas (SC) foi recorde:

# 1.718

pessoas participaram das atividades



SIPAT 2018 Pointer



Campanha “Eu Faço Acontecer”, SIPAT 2018

## Saúde e Segurança

403-2

Taxas de saúde e segurança de trabalhadores (empregados próprios e terceirizados), por região	Portobello			Pointer		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Taxa de lesões	52,2	39,6	40,9	48,3	40,9	68,8
Taxa de doenças ocupacionais	41,1	35,0	4,5	7,7	4,5	0,0
Total de dias perdidos	361	251	228	101	77	0
Taxa de absenteísmo	0,93%	0,87%	0,75%	1,00%	0,75%	0,59%
Total de óbitos	0	0	0	0	0	0

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

### Programa Respiração

Após uma campanha de conscientização, em 2018, as instalações da Portobello ficaram livres do cigarro.

### Ergonomia

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

### Campanha Trimestre Colorido

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

### Campanha de Vacinação

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

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

## Programas Sociais

413-1

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

### Programa Crescer

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

O Programa Crescer deu à Portobello o **Prêmio Empresa Cidadã ADVB/SC** na categoria Participação Comunitária, que reconhece as empresas catarinenses referência em Responsabilidade Social

### Coral Anjos Luz

Programa criado pela empresa há mais de 13 anos que desenvolve a habilidade musical em 35 crianças de 5 a 14 anos que fazem parte da comunidade de Tijucas (SC). O coral participa de apresentações na empresa e na comunidade.



A prática desportiva é uma das atividades do Programa Crescer



Apresentação do Coral na Convenção de Franqueados 2018



Acompanhamento Pedagógico é um dos benefícios do Programa Crescer



Coral Anjos Luz regido pelo maestro

## Programas Sociais

### Programa de Voluntariado

A Portobello acredita que, juntos, é possível, sempre, fazer mais e melhor, por isso incentiva e participa de ações voluntárias de iniciativa dos colaboradores. Em 2018 o programa contou com a participação de 217 colaboradores em diversas ações internas ou para a comunidade. O grupo de voluntários participa de atividades na Festa do Trabalhador, na Festa das Crianças e eventos na comunidade, além de liderar as campanhas do Natal Voluntário, Campanha do Agasalho e incentivar a Doação de Sangue.



Natal Voluntário



Doação de Sangue



Páscoa Voluntária

## Programas Sociais

### Apoio através de Leis de Incentivo

A empresa destina os recursos incentivados às ações ligadas à saúde, bem estar e esportes nas comunidades onde está inserida. Em 2018 foram apoiados:

#### Projeto 4ª Ação Cultural

Iniciativa da comunidade de Tijucas (SC) que oferece oficinas de cinema, teatro e circo para crianças, adultos e pessoas da 3ª idade.

#### Laringe Eletrônica

Uma Voz Possível: Realizado pela ACBG (Associação Câncer de Boca e Garganta) e AMUCC (Associação da Mulher Catarinense Portadora de Câncer), atendeu 350 pacientes de câncer que necessitavam da laringe eletrônica.

#### Estúdio de Pilates no Lar Santa Maria da Paz

A instituição que abriga 60 idosos em Tijucas (SC) implantou o pilates como atividade física.

#### Hapkido para Todos

Programa que, através do ensino dessa arte marcial coreana, atendeu 168 crianças, adolescentes e jovens de 6 a 18 anos, em situação de vulnerabilidade social. Com a duração de 2 anos, os atletas do Hapkido para Todos já participaram de competições como a Copa do Brasil e o Pan e Sul Americano, além de terem conquistado 11 vagas na Seleção Brasileira.



4ª Ação Cultural



Hapkido



Estúdio de Pilates no Lar Santa Maria da Paz

## Eventos

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

### Olimpíadas Bello

A partir do incentivo ao esporte, colaboradores, familiares e alunos do Programa Crescer participam do evento que já está em sua 12ª Edição. Realizado em parceria com a ADEC (Associação Desportiva dos Ceramistas do Vale do Rio Tijucas), as Olimpíadas Bello conta com 14 modalidades e acontece durante todo o mês de Abril.



Comemoração da Equipe Vencedora das Olimpíadas Bello



Ciclismo é uma das modalidades das Olimpíadas

### Festa do Trabalhador

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

### Festa das Crianças

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



Pintura facial, na Festa de Dia das Crianças



Festa do Trabalhador



## Eventos

### Visita Comunidade

Ocorreu no dia 28 de junho uma reunião com a comunidade de Tijucas. Cerca de 50 pessoas, entre autoridades, executivos, e lideranças participaram de um bate-papo preparado para divulgação do cenário atual da empresa, os planos para o futuro, projetos sociais e avanços ambientais da Portobello.

### Visita Familiares

No dia 16 de junho a empresa realizou um evento especial de aniversário. Os colaboradores e seus familiares foram convidados a conhecer várias áreas da empresa. Ao todo, 54 pessoas participaram da iniciativa e puderam conhecer um pouco mais sobre a Portobello.

### Doações

Em 2018 a Portobello doou 21.600 m<sup>2</sup> de revestimentos para 53 instituições que atenderam aos requisitos de sua Política de Doações de Revestimentos. As lojas da rede Portobello Shop realizaram diversas doações nas comunidades onde estão inseridas, ampliando o alcance social da Marca.



Visita dos Familiares



Visita da Comunidade

#### Reconhecimento

A Portobello recebeu, pelo 2º ano consecutivo, o Certificado de Responsabilidade Social, da Assembléia Legislativa do Estado de Santa Catarina, destinado às empresas referência em adotar a Responsabilidade Social em suas Políticas de Gestão.

## Gestão de Pessoas

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

Para isso o sistema de gestão de pessoas está estruturado em capacitação, avaliação de desempenho e reconhecimento.

Alinhamento e capacitação técnica, comportamental e operacional são a base para qualificação dos profissionais Portobello. As Competências Organizacionais e de Liderança orientam o perfil dos profissionais e os conteúdos dos treinamentos.

404-1

Em 2018 foram realizadas:

**36 mil**

horas de treinamentos

**800**

horas a mais que no ano anterior



## Gestão de Pessoas

### Alinhamento

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

### Competências Portobello

#### Organizacionais

- Foco no Resultado
- Atitude de Dono
- Inovação

#### Lideranças

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



## Gestão de Pessoas

### Capacitação

#### Programa Mentoring

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

#### Líder do Futuro

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

#### Portal EAD

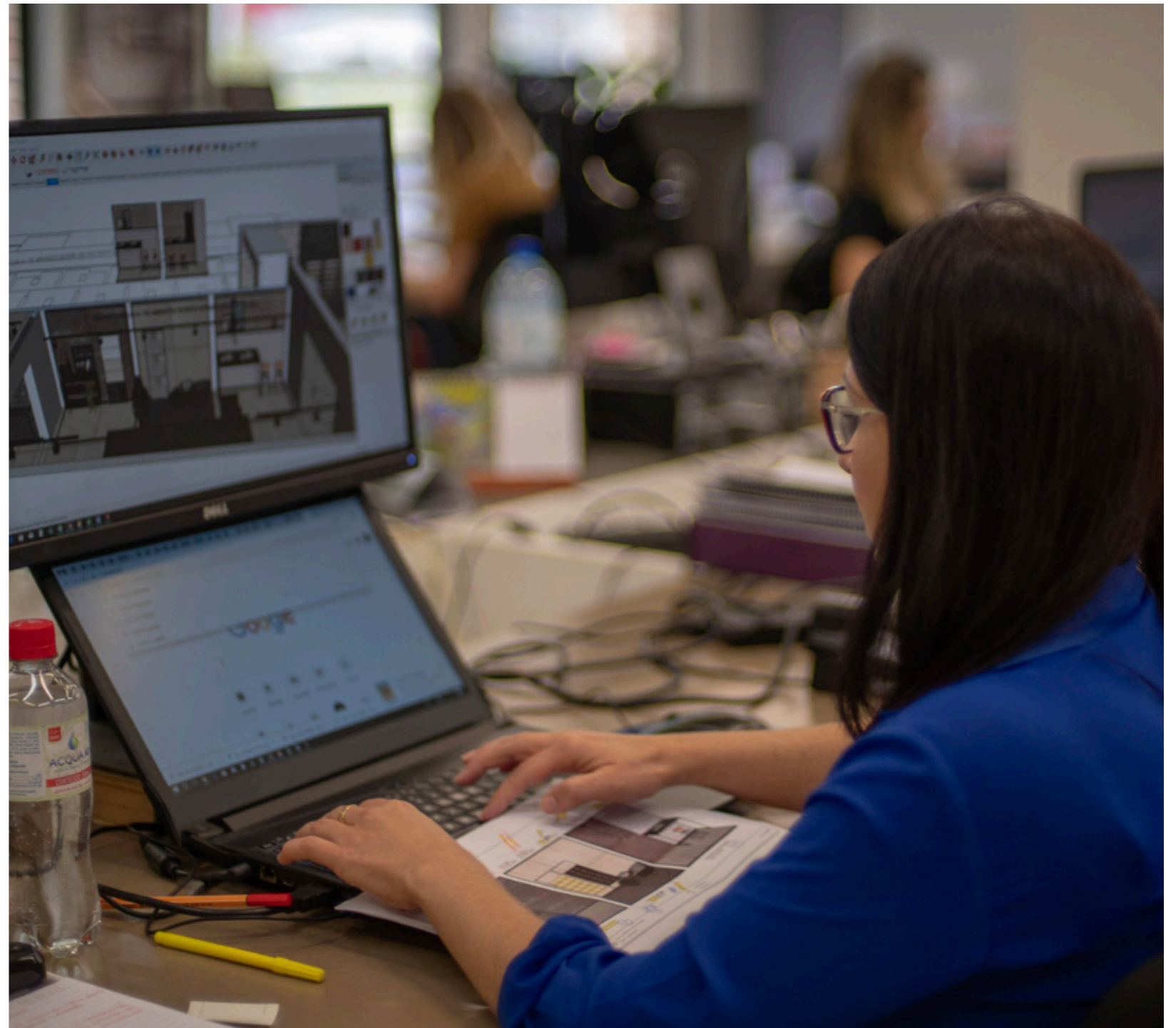
Com foco na Equipe Comercial, mais de 2.000 profissionais dos canais Revenda, Engenharia e Portobello Shop, se capacitam em temas técnicos, relacionados aos produtos e ao atendimento.

#### Varejo

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

### Avaliação de Desempenho

A Portobello avalia o desempenho de seus líderes em 180° e utiliza os resultados para avaliar as oportunidades de desenvolvimento e identificar os melhores talentos. Uma plataforma online orienta as avaliações através de 43 comportamentos esperados dos profissionais Portobello e, ao final do processo os resultados são discutidos em grupos presenciais. A Portobello conquistou o Prêmio Ser Humano 2018 da ABRH (Associação Brasileira de Recursos Humanos), na modalidade Gestão de Pessoas e Desenvolvimento, pelo seu Sistema de Avaliação de Desempenho.



**Nosso Produto**



# Nosso Produto

## Destaques de Ecoeficiência


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



Redução da distância média entre as jazidas e a indústria



100%  
Circuito Fechado de Água no Processo Produtivo



100%  
Gás Natural em fornos e secadores em Tijucas (SC)



Investimentos em produtos de Espessura Reduzida



Redução do consumo de água com a nova Retífica a Seco




99,9%  
dos Resíduos foram reutilizados ou reciclados



1800m<sup>3</sup>  
de água foram economizados no consumo humano com a Campanha “Água, Cuide dela você também”



Priorização de Estratégias Digitais em Marketing e Comunicação



Redução do impacto ambiental com sistema a seco e reaproveitável  
36  
Obras de Fachada Ventilada até 2018.

## Material Cerâmico

416-1

Alternativa mais sustentável

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



**Madeira em porcelanato**

Poupando árvores



**Mármore em porcelanato**

99% de aproveitamento da matéria-prima em comparação aos 50% de aproveitamento no mármore extraído



**Pedra natural em porcelanato**

Espessuras reduzidas que diminuem o impacto em toda a cadeia, facilitando também o manuseio e a aplicação

## Grandes Formatos

### O futuro do porcelanato

A evolução tecnológica do setor é na direção de produtos maiores e mais finos, que, naturalmente, geram menos impacto, da matéria prima à instalação, passando pelo consumo energético, geração de resíduos e logística. A Portobello já comercializa os maiores formatos disponíveis no mercado, sendo a primeira marca brasileira a produzir o formato 120x120, depois de investimentos em um nova linha de produção para o novo formato realizados em 2018. Essa é a primeira etapa do projeto grandes formatos da empresa.



Grandes Formatos Portobello



# Design Democrático e Produção a Seco

## O futuro da cerâmica

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

Essa é a tecnologia da unidade industrial de Marechal Deodoro (AL), uma das mais modernas e sustentáveis fábricas de revestimentos existentes e a base da marca Pointer, que tem a acessibilidade como posicionamento.

Esse segmento também evolui na direção dos grandes formatos, em uma escala menor, compatível com a tecnologia de produção. Nesse contexto a Pointer lançou em 2018 o Supercerâmico, com os novos e grandes formatos 45x90 e 80x80.



Planta fabril da Pointer, em Alagoas

## Destaques Energia e Água Unidade Marechal Deodoro, AL

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

## Ecoeficiência Ambiental

### Jazidas e Biodiversidade

304-2; 308-2

A extração da matéria-prima é a primeira etapa da cadeia de suprimentos da empresa, e é composta por jazidas próprias e terceirizadas. A gestão dos impactos ambientais e sociais nas comunidades das áreas de extração é a essência dessa atividade. Obrigações contratuais e auditorias garantem o cumprimento das exigências legais nas jazidas terceirizadas. Em 2018, todas as jazidas apresentaram-se conforme esses quesitos.

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

Em 2018:

- Foi implantada a jazida de Leoberto Leal (SC) como parte do objetivo de regionalização da matéria prima.
- Foram plantadas 250 mudas de araucária, espécie nativa e ameaçada de extinção, em Ituporanga (SC) e 4 mil mudas de diversas espécies em Teotônio Vilela (AL).
- Foram recuperados 30 mil metros quadrados em uma mina em Canoinhas (SC) e 15 mil metros quadrados em uma lavra em Campo Alegre (SC). Foram realizadas ações de melhorias em estradas e acessos às comunidades locais, através de iniciativas próprias e parcerias com o poder público.



Lagoa resultante da recuperação ambiental da jazidas, em Canoinhas, SC



Área de reflorestamento, com plantio de araucárias, em Ituporanga



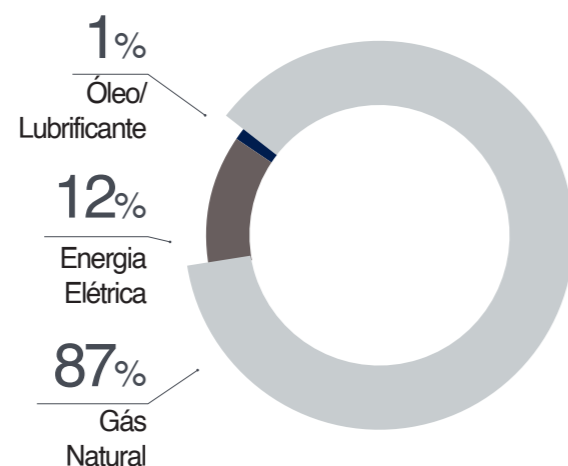
Plantio de soja em Campo Alegre, SC

## Ecoeficiência Ambiental

### Energia

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

#### Distribuição da matriz energética das fábricas da Portobello



#### Evolução do consumo de energia na Portobello por tipo de fonte

302-1

TIPO DE FONTE	2016	2017	2018
Consumo total de energia não renovável (GJ)	3.170.223,46	3.256.293,37	3.219.727,46
Consumo total de energia renovável (GJ)	424.806,11	435.065,67	434.956,39
<b>TOTAL</b>	<b>3.595.029,58</b>	<b>3.691.359,04</b>	<b>3.654.683,85</b>



Forno na planta fabril de Tijucas

## Ecoeficiência Ambiental

### Água

#### Processo Produtivo

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

#### Consumo Humano

Uma rede descentralizada faz o tratamento de efluentes sanitários, sendo 13 estações, com tecnologia biológica de lodos ativados, em Tijucas (SC), das quais 8 unidades passaram por ampliação de capacidade em 2018. A redução do consumo humano é um dos objetivos constantes da empresa. Em 2018 foi realizada uma campanha de conscientização com redução de 1,8 mil m<sup>3</sup>.

#### Captação de água Portobello, por fonte e por operação (m<sup>3</sup>)

303-1

Total de água retirada por fonte	2016	2017	2018
Água de superfície (rios, lagos, áreas úmidas, oceanos)	115.378 m <sup>3</sup>	111.593 m <sup>3</sup>	138.434 m <sup>3</sup>
Água subterrânea	200.036 m <sup>3</sup>	218.943 m <sup>3</sup>	221.490 m <sup>3</sup>
Total Portobello	315.414 m <sup>3</sup>	330.536 m <sup>3</sup>	359.924 m <sup>3</sup>
Água subterrânea Pointer	82.681 m <sup>3</sup>	62.939 m <sup>3</sup>	83.887 m <sup>3</sup>
Total	398.095 m <sup>3</sup>	393.475 m <sup>3</sup>	443.811 m <sup>3</sup>



Área de captação de água potável, em Tijucas

## Ecoeficiência Ambiental

### Resíduos

**99,9%** dos resíduos gerados pela empresa em Tijucas (SC) são reutilizados ou reciclados. 95,5% é reincorporado ao processo produtivo como matéria-prima, 4,2% são encaminhados para reciclagem e 0,1%, proveniente do uso sanitário, do refeitório e do ambulatório, são destinados para aterros sanitários.

### Embalagem

301-3

**100%** do papel utilizado nas embalagens é reciclável e 100% da madeira dos pallets é de reflorestamento. A embalagem dos grandes formatos foi desenvolvida sem o uso da madeira, utilizando o próprio produto como suporte.

Em 2018 a empresa iniciou um projeto de reciclagem dos resíduos plásticos de embalagem, que são transformados em sacos de lixo. Em 3 meses, 1,5 mil kg de plástico foram reciclados.

Uma iniciativa de logística reversa está em andamento nos Centros de Distribuição. Além do retorno dos pallets e suportes em madeira, há um recolhimento das embalagens nas obras. Em 2018, cerca de 41 mil pallets foram recuperados.



Nova embaladora, instalada para atender a produção de grandes formatos



# Nosso Negócio

# Nosso Negócio

203-2

A Portobello encerra o ano de 2018 apresentando resultados consolidados com crescimento e lucratividade, expansão dos novos negócios e fortalecimento de sua estratégia, mesmo em um contexto externo de instabilidade e aumento de custos energéticos.

A receita líquida totalizou R\$ 1,054 bilhão, sendo 3% superior à 2017 gerando margem bruta de 38,5% semelhante ao ano anterior. No mercado interno, as vendas cresceram 2,5%, acompanhando o crescimento do varejo de materiais de construção. As exportações em reais apresentaram crescimento de 10%, favorecidas pela variação cambial. Em dólares, as exportações sofreram os efeitos da crise na Argentina e foram reduzidas, totalizando US\$ 50 milhões contra US\$ 52 milhões de 2017.

Portobello

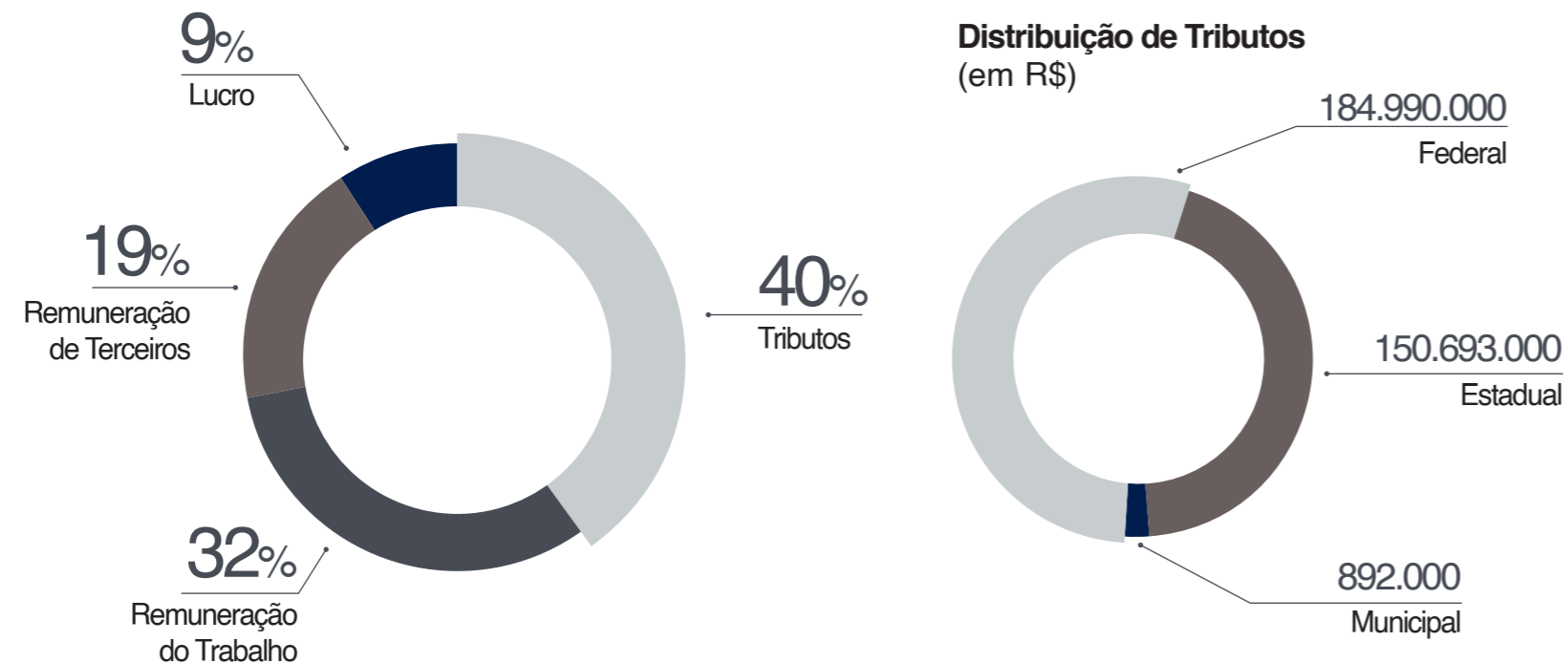


## Valor Adicionado

201-1

O valor adicionado é a demonstração da riqueza compartilhada entre colaboradores, comunidade, governo, acionistas e credores (agentes econômicos que contribuíram para sua geração).

Em 2018, totalizou R\$ 845 milhões (R\$ 708 milhões em 2017). Deste montante, 40% foi destinado a tributos, 32% para remuneração do trabalho (pessoal), 19% para remuneração de terceiros e 9% retido como lucro do período.



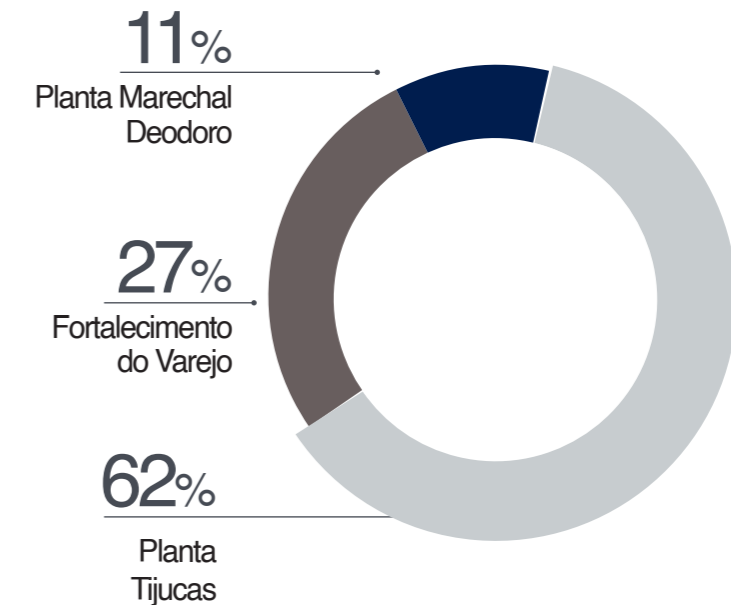
As informações financeiras apresentadas neste documento são derivadas das demonstrações financeiras consolidadas da PBG S.A., elaboradas de acordo com as normas do Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC) e as Normas Internacionais de Relatórios Financeiros (IFRS).

## Investimentos

Os investimentos totalizaram R\$ 63 milhões, 34% maior do que em 2017. Desse montante, 62% foram destinados à planta de Tijucas - SC, 11% para Planta de Marechal Deodoro - AL, e os 27% restantes para o fortalecimento do varejo, tais como lojas próprias, centros de distribuição e Oficina Portobello.

No parque fabril de Tijucas, os investimentos concentraram-se na preparação e atualização para produção de itens de maior valor agregado e formatos maiores.

Na Pointer, a maior parte dos investimentos foram destinados à transformação do parque fabril para rentabilização e qualificação do portfólio de produtos.





## Satisfação do Cliente

102-43

Em 2018 a satisfação dos profissionais de arquitetura, que representam nossos clientes, foi de 90,2%, gerando assim o Indicador de Satisfação do Cliente, normatizado pela ISO, que tem como meta 90%.

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

A Portobello conquistou a 2ª colocação na categoria Casa e Construção no Prêmio Época Reclame Aqui, promovido pela Revista Época.



Evento de premiação Reclame Aqui 2018, em São Paulo. A esquerda, o gerente da área de Qualidade Carlos Alberto Santos recebe o reconhecimento na categoria Casa e Construção - Fabricantes

## Reconhecimentos

- Prêmio Design Museu da Casa Brasileira - 3º lugar com a bancada Ícaro, design de Jader Almeida
- Best In Show Anfacer - Cerâmicas (Fachadas)
- Top of Mind SC - Diário Catarinense - Pisos e revestimentos Cerâmicos
- Sul For Export - Grupo Amanhã
- Empresa Cidadã - ADVB/SC - Participação Comunitária
- Expressão Ecologia - Grupo Expressão - Resíduos Sólidos
- Prêmio Anamaco - Revestimentos Cerâmicos - Grandes clientes
- Época Reclame Aqui - Casa e Construção
- 500 Maiores do Sul - Grupo Amanhã - Faturamento no segmento de casa e construção
- Top of Mind Casa e Mercado - Marca de Pastilha Cerâmica e Marca de revestimento cerâmico/porcelanato
- Top 30 Panorama
- Prêmio Ser Humano ABRH/SC - Gestão de Pessoas e Desenvolvimento
- Destaque no 4o Fórum de Comércio Exterior
- Certificado de Responsabilidade Social da ALESC
- Troféu Fornecedor de Destaque 2017 - Revista Hotéis - Pisos e Revestimentos
- Selo RA 1000 do Reclame Aqui
- Troféu CV Magazine (UK) - Melhor Franquia de Pedras para Decoração de Interiores de 2018
- Selo de excelência em Franchising - ABF - Master
- Melhores franquias - PEGN - Produtos e Serviços para Residência
- 300 maiores do varejo brasileiro - SBVC - Eletrodomésticos
- Ranking Top 25 Franchising - Grupo Bittencourt
- ABF - RDI - Design Inovação
- Top de Marketing e Vendas - ADVB/SC - Varejo



Troféu CV Awards



Prêmio ALESC Responsabilidade Social



Prêmio Expressão Ecologia



Prêmio Empresa Cidadã ADVB




# Sumário de Conteúdo GRI

## Sumário de Conteúdo GRI

102-55

SEÇÃO (ASPECTO/INDICADOR)	DESCRIÇÃO	PÁGINA/RESPOSTA	ODS
CONTEÚDOS GERAIS - GRI 101 ; 102 E 103			
ESTRATÉGIA E ANÁLISE			
102-14	Mensagem do Presidente	3	
PERFIL ORGANIZACIONAL			
102-1	Nome da organização.	17	
102-2	Principais marcas, produtos e/ou serviços.	23	
102-3	Localização da sede da organização.	4	
102-4	Países em que a organização opera e em que suas principais operações estão localizadas.	4	
102-5	Tipo e natureza jurídica da propriedade.	17	
102-6	Mercados atendidos.	24	
102-7	Porte da organização.	40 and 79	
102-8	Total de trabalhadores, por tipo de emprego, contrato de trabalho e região.	79 and 80	
102-41	Percentual de empregados abrangidos por acordo de negociação coletiva.	O Acordo Coletivo de Trabalho é aplicado a todos os empregados com exceção de diretores estatutários, Conselho e estagiários. O percentual abrangido é de 99,5%. Para fins de ajuste salarial, o acordo trata até o nível de coordenação com exceção de estagiários e aprendizes, com abrangência de 95,1% do total de empregados.	
102-9	Descreva a cadeia de suprimentos da organização	17	
102-49	Principais mudanças durante o período coberto pelo relatório.	Não aplicável.	
102-11	Explicação de se e como a organização aplica o princípio da precaução.	A Companhia não tem por prática operar instrumentos financeiros com objetivos diversos de proteção patrimonial (hedge). A estratégia de monitoramento e gerenciamento de riscos tem sido conduzida principalmente pela área financeira da Companhia, um processo contínuo, atendendo a diretriz de exposição cambial, além de que todas decisões relativas às operações que envolvam algum risco para a Companhia são avaliadas e aprovadas antecipadamente pela Administração.	

## Sumário de Conteúdo GRI




SEÇÃO (ASPECTO/INDICADOR)	DESCRIÇÃO	PÁGINA/RESPOSTA	ODS
102-12	Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente.	A Portobello tornou-se signatária do Movimento Nacional ODS Nós Podemos Santa Catarina em maio de 2018.	
102-13	Participação em associações e/ou organismos nacionais/ internacionais.	A Portobello participa das seguintes associações: ACIT (Associação Comercial e Industrial de Tijucas) e Anfacer (Associação Nacional dos Fabricantes de Cerâmica)	
<b>ASPECTOS MATERIAIS IDENTIFICADOS E LIMITES</b>			
102-46 / 102-54	Processo para definição do conteúdo do relatório.	33	
102-47	Lista dos temas materiais.	33	
103-1-a	Tópicos materiais	33	
103-1-b	Materialidade e limites de cada aspecto dentro da organização.	33	
103-1-c	Materialidade e limites de cada aspecto fora da organização.	33	
102-48	Reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores	As informações sobre Número de Doenças Ocupacionais, na planilha do indicador 403-2, foram atualizadas, devido a correção da fórmula da base de dados	
102-49	Mudanças significativas de escopo.	Não aplicável.	
<b>ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS</b>			
102-40	Relação de grupos de stakeholders engajados pela organização.	33	
102-42	Base para a identificação e seleção de stakeholders com os quais se engajar.	33	
102-43	Abordagens para o engajamento dos stakeholders.	33	
102-44	Principais temas e preocupações levantados por meio do engajamento dos stakeholders.	33	

## Sumário de Conteúdo GRI






SEÇÃO (ASPECTO/INDICADOR)	DESCRIÇÃO	PÁGINA/RESPOSTA	ODS
<b>PERFIL DO RELATÓRIO</b>			
102-50	Período coberto pelo relatório para as informações apresentadas.	4	
102-51	Data do relatório anterior mais recente e limite do relatório	Relatório de Sustentabilidade elaborado anualmente desde 2015	
102-52	Ciclo de emissão de relatórios.	4	
102-53	Dados para contato em caso de perguntas relativas ao relatório ou seu conteúdo.	sustentabilidade@portobello.com.br	
102-55	Tabela que identifica a localização das informações no relatório.	67	
102-56	Política e prática atual relativa à busca de verificação externa para o relatório.	Não foi realizada verificação externa (auditoria) deste Relatório. Há um compromisso para verificar as próximas versões.	
<b>GOVERNANÇA</b>			
102-18	Estrutura de governança da organização.	12	
<b>ÉTICA E INTEGRIDADE</b>			
102-16	Declarações de missão e valores, códigos de conduta e princípios internos relevantes	8	
<b>CONTEÚDOS ESPECÍFICOS</b>			
<b>DIMENSÃO ECONÔMICA - GRI 200</b>			
<b>DESEMPENHO ECONÔMICO</b>		<b>FORMAS DE GESTÃO</b>	
201-1	Valor econômico direto gerado e distribuído.	64	



## Sumário de Conteúdo GRI


SEÇÃO (ASPECTO/INDICADOR)	DESCRIÇÃO	PÁGINA/RESPOSTA	ODS
<b>IMPACTOS ECONÔMICOS INDIRETOS</b>			
<b>FORMAS DE GESTÃO</b>			
203-2	Descrição de impactos, econômicos indiretos significativos.	20, 63 e 78	
<b>DIMENSÃO AMBIENTAL - GRI 300</b>			
<b>MATERIAIS</b>			
<b>FORMAS DE GESTÃO</b>			
301-2	Percentual dos materiais usados provenientes de reciclagem.	81	
<b>ENERGIA</b>			
<b>FORMAS DE GESTÃO</b>			
302-1	Consumo de energia direta discriminados por fonte de energia primária.	59 e 83	
302-3	Intensidade Energética	83	
<b>ÁGUA</b>			
<b>FORMAS DE GESTÃO</b>			
303-1	Total de água retirada por fonte.	60 e 82	
303-3	Percentual e volume total de água reciclada e reutilizada.	82	
<b>BIODIVERSIDADE</b>			
<b>FORMAS DE GESTÃO</b>			
304-2	Impactos significativos na biodiversidade de atividades, produtos, e serviços.	58	

## Sumário de Conteúdo GRI



SEÇÃO (ASPECTO/INDICADOR)	DESCRIÇÃO	PÁGINA/RESPOSTA	ODS
<b>EMISSÕES</b>			
<b>FORMAS DE GESTÃO</b>			
305-1	Total de emissões diretas de gases de efeito estufa.	84	
<b>EFLUENTES E RESÍDUOS</b>			
<b>FORMAS DE GESTÃO</b>			
306-1	Descarte total de água, discriminado por qualidade e destinação	82	
306-2	Peso total de resíduos, discriminados por tipo e disposição	84	
<b>PRODUTOS E SERVIÇOS</b>			
<b>FORMAS DE GESTÃO</b>			
301-3	Percentual de produtos e embalagens recuperados, por categoria de produto.	61	
<b>AVALIAÇÃO AMBIENTAL DE FORNECEDORES</b>			
<b>FORMAS DE GESTÃO</b>			
308-2	Impactos ambientais significativos reais ou potenciais na cadeia de fornecedores e ações tomadas.	58 e 85	
<b>DIMENSÃO SOCIAL - GRI 400</b>			
<b>DIMENSÃO SOCIAL - TRABALHISTAS</b>			
<b>EMPREGO</b>			
<b>FORMAS DE GESTÃO</b>			
401-2	Benefícios concedidos a empregados de tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários.	Plano de saúde, Assistência farmacêutica, Assistência odontológica, Vale refeição ou restaurante na empresa, Bonus assiduidade, Vale transporte, Participação nos resultados, Desconto na compra de produtos Portobello e Pointer, Seguro de Vida, Vale adiantamento, Convênio creche-babá, Programa Mamãe Portobello, Assistência a dependentes com deficiência, Empréstimo consignado e Abono férias.	



## Sumário de Conteúdo GRI

SEÇÃO (ASPECTO/INDICADOR)	DESCRIÇÃO	PÁGINA/RESPOSTA	ODS
<b>SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO FORMAS DE GESTÃO</b>			
403-1	Percentual da força de trabalho representada em comitês formais de saúde e segurança.	42	
403-2	Tipos e taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absenteísmo e número de óbitos.	44 e 86	
<b>TREINAMENTO E EDUCAÇÃO FORMAS DE GESTÃO</b>			
404-1	Média de horas por treinamento por ano.	50 e 87	
404-3	Percentual de empregados que recebem análises de desempenho.	88	
<b>MECANISMOS DE QUEIXAS E RECLAMAÇÕES RELACIONADAS A PRÁTICAS TRABALHISTAS FORMAS DE GESTÃO</b>			
103-2-c-vi	Número de reclamações sobre práticas trabalhistas apresentadas, endereçadas e resolvidas por mecanismos formais de reclamações.	Total de queixas e reclamações relativas a práticas trabalhistas registradas no período coberto pelo relatório: 51 Total de queixas e reclamações que foram solucionadas: 05 Total de queixas e reclamações registradas antes do período coberto pelo relatório resolvidas no decorrer deste período: 40 Valores Depositados: R\$761.000,00	
<b>DIMENSÃO SOCIAL - DIREITOS HUMANOS</b>			
<b>AVALIAÇÃO DE FORNECEDORES EM DIREITOS HUMANOS FORMAS DE GESTÃO</b>			
409-1	Impactos relacionados a direitos humanos significativos reais ou potenciais na cadeia de fornecedores e ações tomadas.	“Os contratos da Portobello com seus fornecedores possuem a cláusula: “Da Responsabilidade Social e Ambiental”, que estabelece o compromisso com os seguintes pontos: • Combate às práticas de trabalho escravo e infantil; • Combate às práticas de discriminação em relação a sexo, origem, raça, cor, condição física, entre outros; • Proteção ao meio ambiente.”	

## Sumário de Conteúdo GRI

SEÇÃO (ASPECTO/INDICADOR)	DESCRIÇÃO	PÁGINA/RESPOSTA	ODS
<b>DIMENSÃO SOCIAL - SOCIEDADE</b>			
<b>COMUNIDADES LOCAIS</b>			
<b>FORMAS DE GESTÃO</b>			
413-1	Operações com programas implementados de engajamento da comunidade local, avaliação de impactos e desenvolvimento local.	45	 
<b>CONFORMIDADE</b>			
<b>FORMAS DE GESTÃO</b>			
419-1	Descrição de multas significativas e número total de sanções não-monetárias.	Não aplicável.	
<b>AValiação de Fornecedores em Impactos na Sociedade</b>			
<b>FORMAS DE GESTÃO</b>			
414-2	Impactos negativos significativos reais e potenciais da cadeia de fornecedores na sociedade e medidas tomadas a esse respeito	Os contratos da Portobello com seus fornecedores possuem a cláusula: “Da Responsabilidade Social e Ambiental”, que estabelece o compromisso com os seguintes pontos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Combate às práticas de trabalho escravo e infantil;</li> <li>• Combate às práticas de discriminação em relação a sexo, origem, raça, cor, condição física, entre outros;</li> <li>• Proteção ao meio ambiente.</li> </ul>	
<b>DIMENSÃO SOCIAL - RESPONSABILIDADE DO PRODUTO</b>			
<b>SAÚDE E SEGURANÇA DO CLIENTE</b>			
<b>FORMAS DE GESTÃO</b>			
416-1	Produtos e serviços com impactos na saúde e segurança.	55	
<b>ROTULAGEM DE PRODUTOS E SERVIÇOS</b>			
<b>FORMAS DE GESTÃO</b>			
102-43	Resultados de pesquisas medindo a satisfação dos clientes.	65	



**Anexos**

## Resumo Social

203-2

<b>Indicadores</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Remuneração Colaboradores	202.652.000,24	199.587.956,64	247.996.074,48
Programas Sociais*	1.107.950,00	1.559.449,24	1.416.750,38
Eventos Edomarketing	530.404,00	235.725,65	443.916,24
Desenvolvimento de Pessoas (Treinamento técnico e liderança)	887.340,00	873.232,26	923.231,21

\*Valores incluem projetos de Leis de Incentivo.

## Resumo Ambiental

	2016	Portobello 2017	2018	2016	Pointer 2017	2018
Emissões diretas de gases de efeito estufa (tCO <sub>2</sub> eq)	149.856	164704	161.595	30.566	25.375	37.661
Material proveniente de reciclagem (t)	31.590	248.044	239.245	8.573	8.550	8.951
Destinação de resíduos (t)	5.144	5.795	5.857	431	405	585
Resíduos não perigosos (t)	5.001	5.695	5.759	426	401	582
Resíduos perigosos (t)	143	100	98,43	5	4	2,48
Consumo de energia (GJ)	3.595.030	3.691.359	3.654.684	731.181	610.374	904.381
Consumo de energia renovável (GJ)	424.806	435.066	434.956	87.176	75.731	110.886
Consumo de energia não renovável (GJ)	3.170.223	3.256.293	3.219.727	644.005	534.643	793.495
Volume de água captado (m <sup>3</sup> )	315.414	330.536	359.924	82.681	62.939	83.887

## Resumo Econômico

102-7

<b>Indicador (R\$ Mil)</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Receita bruta	1.345.015	1.301.050	1.277.945	1.321.346
Receita líquida	1.060.395	1.016.400	1.023.937	1.054.190
Lucro bruto	396.202	363.202	417.020	405.600
Margem Bruta	37,40%	35,70%	40,70%	38,50%
EBITDA	134.405	75.808	149.006	288.013
Lucro líquido	52.673	2.142	64.170	134.311
Dívida líquida	501.654	464.241	394.367	472.188
Investimentos	88.340	25.387	46.528	63.000
Impostos	294.408	286.525	286.304	336.575
Dividendos distribuídos	12.505	505	30.464	31.892

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

## Total de Colaboradores

102-8

Número de empregados (colaboradores) por nível funcional	2016		2017		2018	
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
Conselho	10	0	10	0	10	0
Diretor	7	0	5	0	12	1
Superintendente	9	0	5	1	2	0
Gerente	32	16	29	7	37	23
Coordenador	90	66	60	19	82	33
Demais	1.907	757	1.846	698	2.096	846
Trainee	0	0	0	0	0	0
Aprendiz	35	39	37	29	37	30
Estagiário	20	10	15	9	16	15
<b>Total por gênero</b>	<b>2.110</b>	<b>888</b>	<b>2.007</b>	<b>763</b>	<b>2.292</b>	<b>948</b>
<b>Total</b>	<b>2.998</b>		<b>2.770</b>		<b>3.240</b>	

## Total de Colaboradores

102-8

Número de empregados (colaboradores) por tipo de contrato de trabalho	2016		2017		2018	
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
Tempo determinado	55	49	38	38	53	45
Tempo indeterminado	2.055	839	725	725	2.239	903
<b>Total por gênero</b>	<b>2.110</b>	<b>888</b>	<b>763</b>	<b>763</b>	<b>2.292</b>	<b>948</b>
<b>Total</b>	<b>2.998</b>		<b>2.770</b>		<b>3.240</b>	

Número de empregados (colaboradores) por tipo de emprego	2016		2017		2018	
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
Jornada integral	2.055	839	1.955	725	2.239	903
Meio-período	55	49	52	38	53	45
<b>Total por gênero</b>	<b>2.110</b>	<b>888</b>	<b>2.007</b>	<b>763</b>	<b>2.292</b>	<b>948</b>
<b>Total</b>	<b>2.998</b>		<b>2.770</b>		<b>3.240</b>	

Número de empregados (colaboradores) por região	2016		2017		2018	
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
Portobello	1.803	832	1.750	705	1.961	883
Pointer	307	56	257	58	331	65
<b>Total por gênero</b>	<b>2.110</b>	<b>888</b>	<b>2.007</b>	<b>763</b>	<b>2.292</b>	<b>948</b>
<b>Total</b>	<b>2.998</b>		<b>2.770</b>		<b>3.240</b>	



## Reciclagem

301-2

Massa cerâmica no processo produtivo	Portobello			Pointer		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Quantidade utilizada (ton)	703.174,61	691.898,01	715.114,00	217.906,00	171.802,00	171.366,88
Quantidade proveniente de reciclagem (ton)	115.794,80	118.765,86	106.475,34	6.537,18	6.872,08	6.340,57

Tipo de material em 2018	Portobello			Pointer		
	Quantidade utilizada (ton)	Quantidade proveniente de reciclagem (ton)	% proveniente de reciclagem	Quantidade utilizada (ton)	Quantidade proveniente de reciclagem (ton)	% proveniente de reciclagem
Papelão	3.849,14	2.424,96	63%	731,39	636,31	87%
Fita de plástico (para arquear)	120,71	31,44	26%	65,25	41,11	63%
Palett	7.843,4	3.607,95	46%	0,00	0,00	0%

	2016	2017	2018
Evolução do uso de materiais provenientes de reciclagem na massa cerâmica Portobello	16%	17%	15%

# Água

303-1, 303-3, 306-1

<b>Captação de água Portobello, por fonte e por operação (m³)</b>	<b>Consumo Portobello (m³)</b>	<b>Consumo Pointer (m³)</b>	<b>Consumo total por fonte (m³)</b>
Água de superfície (rios, lagos, áreas úmidas, oceanos)	138.434	-	138.434
Água subterrânea	221.490	83.887	305.377
<b>Total</b>	<b>359.924</b>	<b>83.887</b>	<b>443.811</b>

<b>Água reciclada e reutilizada</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Volume total de água reciclada/ reutilizada (m³)	491.665,00	506.724,00	510.473,00
Índice de recirculação (%)	100	100	100

	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Descarte de efluentes Portobello (vazão m³/h)	4,68 m³/hora	4,67 m³/hora	4,68 m³/hora

## Consumo de Energia

302-1

<b>Tipo de fonte</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Consumo total de energia não renovável (GJ)	3.170.223,46	3.256.293,37	3.219.727,46
Consumo total de energia renovável (GJ)	424.806,11	435.065,67	434.956,39
<b>Total</b>	<b>3.595.029,58</b>	<b>3.691.359,04</b>	<b>3.654.683,85</b>

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

302-3

<b>Intensidade Energética</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
	5,36 GJ	5,5 GJ	5,44 GJ

305-1

<b>Total de emissões diretas de gases de efeito estufa (tCO2eq)</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Portobello	161.028	164.704	161.595
Pointer	30.565	25.375	37.661
<b>Total</b>	<b>191.594</b>	<b>190.079</b>	<b>199.256</b>

## Resíduos

306-2

## Destinação de resíduos perigosos (em toneladas)

	2016	2017	2018	Resíduos estão inclusos
Reciclagem	31,07	23,62	8,06	Óleo hidráulico
Aterro sanitário (Pointer)	4,73	3,98	2,48	Resíduos contaminados com tinta e/ou óleo
Aterro Industrial	111,53	76,53	75,2	Borra de graxa, solventes, resíduos contaminados por thinner, graxa, e solventes; resíduos de ambulatório
Coprocessamento	0	0	15,17	Restos de Tinner, Borra de graxa, Solventes, resíduos contaminados de tinner, graxa, e solventes
<b>Total</b>	<b>147,33</b>	<b>104,13</b>	<b>100,91</b>	

## Destinação de resíduos não perigosos (em toneladas)

	2016	2017	2018	Resíduos estão inclusos
Reciclagem	3804,4	4490,05	4336,14	Resíduos estão inclusos
Reciclagem (Pointer)	112,28	102,31	206,48	Sucata metálica; papelão, plástico, óleo industrial, misto, madeira, resíduos de construção civil, torta de polimento
Aterro sanitário	86,61	86,61	86,61	Resíduos de banheiros e refeitórios
Aterro sanitário (Pointer)	314,12	298,73	376	Orgânicos e não recicláveis
Armazenamento local	0	167,39	148,11	Abrasivos
Aterro industrial	927,9	1117,89	1320,9	Resíduo Classe II (Borrachas, mangueiras, resíduos misturados, outros resíduos classe II não recicláveis)
Coprocessamento	0	0	15,17	Resíduo Classe II (Borrachas, mangueiras, resíduos misturados, outros resíduos classe II não recicláveis)
<b>Total</b>	<b>5.245,31</b>	<b>6.262,98</b>	<b>6.489,41</b>	

# Biodiversidade

308-2

## Avaliação ambiental de fornecedores

	2016	2017	2018
Total de fornecedores submetidos a avaliação de impacto ambiental	24	34	19

## Taxa de Saúde

403-2

Taxas de saúde e segurança de trabalhadores (empregados próprios e terceirizados), por gênero	2016		2017		2018	
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
Número de lesões	277	52	199	32	242	31
Taxa de lesões (frequência)	41,1	7,7	35,0	4,5	32,0	4,1
Número de doenças ocupacionais	1	1	1	0	0	0
Taxa de doenças ocupacionais (frequência)	0,2	0,2	0,2	0,0	0,0	0,0
Total de dias perdidos (em decorrência de acidentes ou doença ocupacional)	337	125	295	33	171	57
Taxa de dias perdidos	50,03	18,56	42,74	4,78	20,84	9,42
Taxa de absenteísmo (ausência do trabalho devido a qualquer incapacidade)	0,80%	1,30%	0,79%	1,02%	0,92%	0,73%
<b>Total de óbitos</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Taxas de saúde e segurança de trabalhadores (empregados próprios e terceirizados), por região	Portobello			Pointer		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Taxa de lesões	52,2	39,6	26,4	48,3	40,9	68,8
Taxa de doenças ocupacionais	41,1	35,0	0,0	7,7	4,5	0,0
Total de dias perdidos	361	251	228	101	77	0
Taxa de absenteísmo	0,93%	0,87%	0,81%	1,00%	0,75%	0,59%
<b>Total de óbitos</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

## Treinamento

404-1

Categoria Funcional / Gênero	2016			2017			2018		
	Colaboradores	Horas de treinamento	Horas por colaborador	Colaboradores	Horas de treinamento	Horas por colaborador	Colaboradores	Horas de treinamento	Horas por colaborador
Conselho	10			10			10		
Diretor	5			5			13		
Superintendente	6			6			2		
Gerente	36			36			60		
Coordenador	79			79			115		
Demais	2.544			2.544			2.942		
Trainee	0			0			0		
Aprendiz	66			66			67		
Estagiário	24			24			31		
<b>Total</b>	<b>2.770</b>	<b>11.615</b>	<b>4,19</b>	<b>2.770</b>	<b>35.014</b>	<b>12,64</b>	<b>3.240</b>	<b>35.875</b>	<b>11,07</b>
Homens	2.007			2.007			2.292		
Mulheres	763			763			948		

## Desempenho

404-3

Categoria Funcional / Gênero	2016			2017			2018		
	Total de colaboradores	Total de colaboradores que receberam análise de desempenho	% colaboradores que receberam análise de desempenho	Total de colaboradores	Total de colaboradores que receberam análise de desempenho	% colaboradores que receberam análise de desempenho	Total de colaboradores	Total de colaboradores que receberam análise de desempenho	% colaboradores que receberam análise de desempenho
Conselho	10	0	0%	10	0	0%	10	4	40%
Diretor	7	7	100%	5	5	100%	13	13	100%
Superintendente	9	9	100%	6	6	100%	2	2	100%
Gerente	43	43	100%	36	36	100%	60	59	98%
Coordenador	150	150	100%	79	79	100%	115	115	100%
Operação	2.700	0	0%	2.544	0	0%	2.942	75	3%
Trainee	1	0	0%	0	0	-	0	0	-
Aprendiz	52	0	0%	66	0	0%	67	0	0%
Estagiário	37	37	100%	24	24	100%	31	31	100%
<b>Total</b>	<b>3.009</b>	<b>246</b>	<b>8%</b>	<b>2.770</b>	<b>150</b>	<b>5%</b>	<b>3.240</b>	<b>299</b>	<b>9%</b>
Homens	899	88	10%	2.007	114	6%	2.292	200	9%
Mulheres	2.110	158	7%	763	36	5%	948	99	10%



# Portobello

## **Portobello S.A.**

### **Fábrica | Factory | Fabrica**

Rodovia BR 101 Km 163

88200-000 - Tijucas - SC - Brasil

Fone: (+55 48) 3279 2222

## **Outros países**

Outros países

Other countries | Otros países

English Phone: (+55 48) 3279 2607

Español Fone: (+55 48) 3279 2470

[www.portobello.com.br](http://www.portobello.com.br)