

Portobello



Sustentabilidade ambiental, social e corporativa

RELATÓRIO 2020

ÍNDICE

| | |
|----------------------------------|----|
| A PORTOBELLO | 3 |
| JEITO DE SER PORTOBELLO | 8 |
| SUSTENTABILIDADE PARA PORTOBELLO | 11 |
| ESTRATÉGIAS DA PORTOBELLO | 26 |
| ÉTICA E GOVERNANÇA | 49 |
| PILARES DE SUSTENTABILIDADE | 53 |
| PORTOBELLO DO FUTURO | 79 |
| SUMÁRIO | 84 |
| ANEXO | 91 |

A Portobello

Carta do Presidente do Conselho de Administração

A consolidação das Unidades de Negócio do Grupo, aliada à priorização do posicionamento de Varejo da Portobello e à capacidade de adaptar-se com agilidade e consistência ao contexto externo adverso, causado pela Pandemia, traduziu-se em resultados significativos para a companhia em 2020.

A Pandemia nos surpreendeu a partir de Março do último ano e nossa atenção voltou-se às medidas de proteção e segurança das pessoas, sempre com o objetivo de preservar os empregos, colaborar com as comunidades onde estamos inseridos e estabelecer alternativas seguras de atendimento aos nossos clientes e parceiros.

Inúmeros aprendizados foram importantes no último ano e, orientados pelo nosso propósito de transformar ambientes e emocionar pessoas, com os avanços na digitalização dos negócios, aceleramos a conexão com nossos públicos, continuaremos superando os desafios da pandemia, para um crescimento contínuo, sempre juntos.

Em 2020 avançamos também na governança da empresa com a criação de comitês de gestão ligados ao Conselho de Administração, com destaque para o Comitê de Sustentabilidade. Orientar a visão estratégica, integrar as ações das Unidades e possibilitar uma atuação mais efetiva e estruturada, gerando impactos positivos no meio ambiente, na sociedade e nos negócios, compõem os objetivos de uma gestão mais profissional no âmbito da Sustentabilidade.

As demandas sobre transparência e consistência, alinhadas aos princípios de ESG, devem trazer maior visibilidade e acelerar as ações para a sustentabilidade. Acreditamos nessa evolução e, além das informações deste relatório, nosso compromisso de transparência é permanente.

Agradeço o empenho de todos os colaboradores e parceiros na construção de um ambiente mais seguro e humano durante esse, que foi um ano tão desafiador e convido a todos para, juntos, fazermos um futuro mais sustentável possível, mais rápido possível.

Cesar Gomes Junior
Presidente do Conselho
de Administração



Portobello Shop Brasília (DF), uma das 11 novas lojas inauguradas em 2020

A Portobello

Transformar ambientes e emocionar pessoas

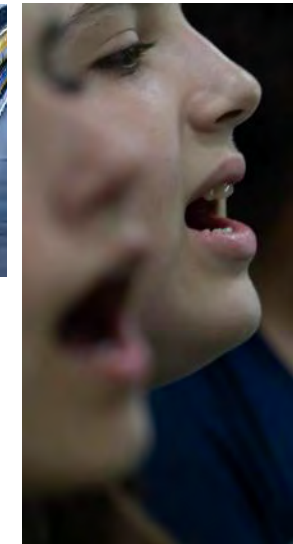
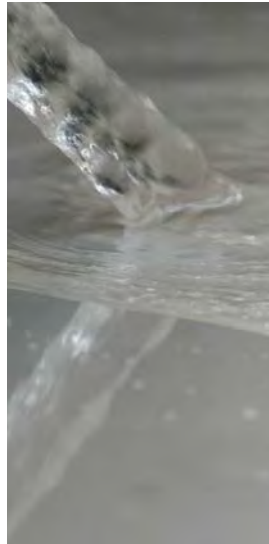
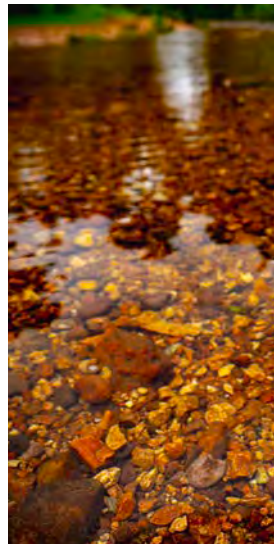
Maior rede de varejo de revestimentos do Brasil, a Portobello é a marca líder no país e protagonista global do setor.

Com atuação multicanal, suas operações estão estruturadas em quatro Unidades de Negócio. A Portobello com distribuição para Homecenters, Projetos e Exportação para os cinco continentes. A Portobello Shop, sua marca de varejo com 136 lojas em todo o Brasil. A Portobello America, pioneira na internacionalização do Grupo com sede nos Estados Unidos. E a Pointer, marca de design democrático consolidada no Nordeste do país e com vocação exportadora.

Design e inovação são competências essenciais do Grupo e direcionam o desenvolvimento de seus produtos e serviços, que são produzidos nas unidades fabris de Tijucas (SC) e Marechal Deodoro (AL), além das parcerias de outsourcing nos principais polos de produção e inovação do mundo.

Com uma visão integrada de sustentabilidade, considerando os pilares ambiental, social e econômico, a Portobello possui um processo de produção consciente e regenerativo e atua ampliando constantemente esse olhar para sua distribuição, com a ambição de implantar boas práticas e inspirar toda a cadeia na direção de um futuro cada vez mais sustentável.

42 anos de evolução



1979

INÍCIO das atividades em Tijucas, Santa Catarina



1987

AMPLIAÇÃO do parque fabril, atingindo o marco de 1 milhão de m²/mês

1993

CONSTRUÇÃO da nova Estação de Tratamento de Efluente industrial e implementação do circuito fechado de água

1995

INTRODUÇÃO do resíduo de produção na massa

PRIMEIRO forno recebe tecnologia de recuperação de calor. Hoje dos 14 fornos da Portobello, 12 fazem recuperação, assim como os dois fornos da Pointer

1997

CONSTRUÇÃO da Estação de Tratamento de Efluente exclusiva para a fábrica de polimento

1998

LANÇAMENTO da rede de franquias Portobello Shop

2000

UTILIZAÇÃO de 100% de gás natural, energia limpa, para fornos e secadores

2004

criação do Coral Anjos Luz, composto por crianças e adolescentes do município de Tijucas



2008

CONSOLIDAÇÃO da rede Portobello Shop com abertura de 100 lojas

ADESÃO ao Novo Mercado Bovespa com abertura de capital

EXPANSÃO do parque fabril

2012

PORTOBELLO se torna maior empresa de revestimento cerâmico da América do Sul

PORTOBELLO SHOP se consolida como a maior rede especializada em revestimentos cerâmicos do Brasil, com mais de 110 lojas



2015

INÍCIO das operações da nova fábrica no Nordeste, em Marechal Deodoro, Alagoas, a mais sustentável fábrica de cerâmica da América Latina



LANÇAMENTO da marca Pointer, de design democrático

2016

CERTIFICAÇÃO Green Building LEED para Portobello Shop São José (SC)

RELATÓRIO de sustentabilidade de padrão GRI - Global Reporting Initiative

criação do Programa Crescer, que já atendeu mais de 1.000 crianças das comunidades de Tijucas

2017

LANÇAMENTO da Oficina Portobello, fabricando mobiliário com material sustentável

INSTALAÇÃO de novas linhas de retífica com sistema a seco

2018

LANÇAMENTO da Portobello America, nos Estados Unidos

ASSINATURA do movimento ODS – Objetivo do Desenvolvimento Sustentável da ONU

SISTEMA de iluminação LED nas lojas Portobello Shop

2019

LANÇAMENTO do Projeto Lastras

2020

LANÇAMENTO da Coleção Unlimited, com Lastras que ampliam as possibilidades da arquitetura sustentável

PORTOBELLO SHOP conta com 136 lojas em todo o Brasil

Jeito de ser Portobello



Manifesto

Nossa declaração para o mundo, refletindo posicionamento, propósito, atributos e valores da Portobello

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 com foco no varejo e com eficiência operacional indicada pelo lucro.

Propósito

Razão de ser da Portobello e a diferença que queremos fazer no mundo

Viver Design.
Transformar ambientes
e emocionar pessoas.

Crença

Valores que orientam nosso posicionamento e a forma como nos relacionamos

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

Visão

Nosso objetivo para o futuro com base em nossas potencialidades

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



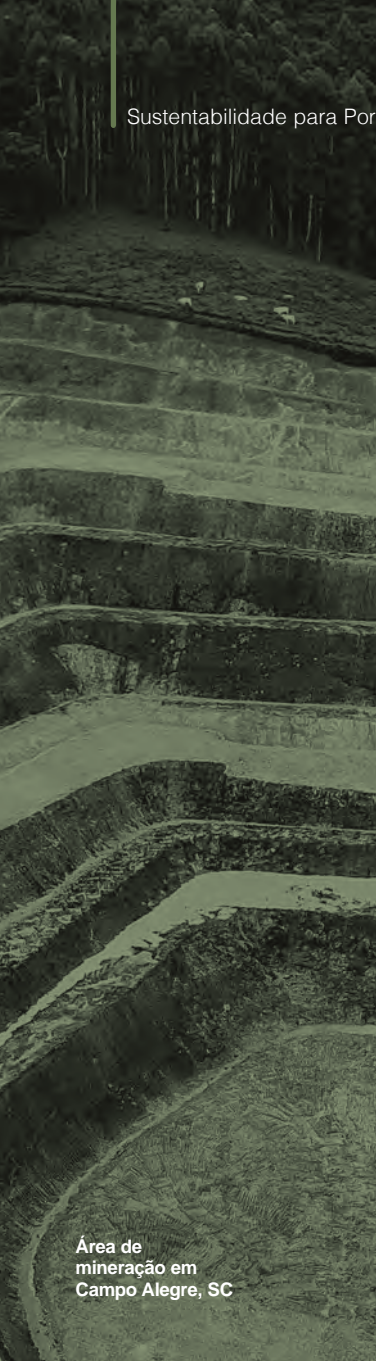
Sustentabilidade para Portobello

Sustentabilidade

para a Portobello significa ter consciência de suas ações e dos impactos de suas escolhas.

Entender a responsabilidade de ser parte integrante da sociedade e do ecossistema no qual vivemos.

Significa estar comprometida com toda a sua cadeia de produção e distribuição, ajudando a construir um futuro em que todos evoluímos juntos.



Área de mineração em Campo Alegre, SC



Os fornos de queima de cerâmica a gás natural, na fábrica de Tijucas, SC



Exposição das sustentáveis Lastras na loja Portobello Shop Florianópolis, SC



O revestimento cerâmico ganha vida em projetos de arquitetura

O caminho da sustentabilidade para a Portobello

Cuidar de nossos colaboradores com respeito e dignidade

Garantir que os recursos naturais necessários para a produção sejam utilizados racionalmente

Que o processo produtivo seja mais do que socioambientalmente responsável, que ele seja **regenerativo**

Que as **comunidades** do nosso entorno façam parte do ecossistema da marca

Que nossos resíduos sejam **ressignificados**



relacionamento

Conexão com as pessoas



relacionamento

3.607
empregos diretos

+236 mil
acessos no Archtrends por mês

Conexão com as pessoas

Acreditamos que todos os aspectos da Sustentabilidade são interdependentes, e o papel da Governança, o “G” do ESG, além de indicador para o mercado de capitais, é também definir a forma de operação do negócio.

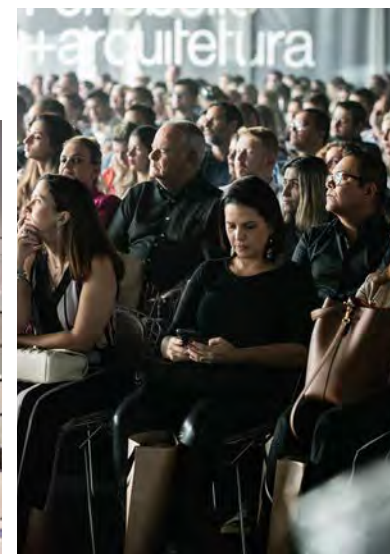
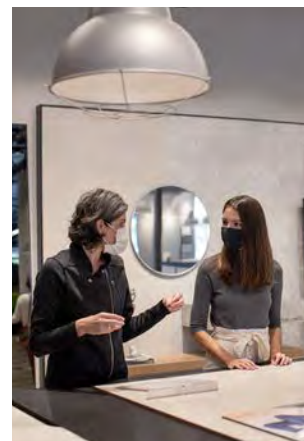
A Governança Portobello está estruturada conforme os conceitos mais contemporâneos de transparência e sistemas de relacionamento com todos os públicos.

A forma de se relacionar da marca faz parte da cultura Portobello e apresenta-se

como um diferencial na sustentabilidade, principalmente pela combinação de ética e confiabilidade com o jeito próximo, receptivo e acolhedor.

Essa conexão com as pessoas proporciona uma experiência no relacionamento que inspira, emociona e engaja, gerando valor para os clientes e empoderando a equipe para construir relações de longo prazo.

Essa cultura é um ativo imaterial da marca, que traz protagonismo às pessoas e potencializa a evolução da companhia cada vez mais para o varejo.



Cuidado com o meio ambiente

O planeta Terra é o nosso lar. E, por milhares de anos, utilizamos seus recursos naturais para construir nossas casas. Agora somos mais de 7 bilhões. Só é possível imaginar um futuro em que a gestão dos recursos para arquitetura seja inteligente, otimizada, sustentável.

Os revestimentos cerâmicos substituem recursos naturais não renováveis de maneira que faz muito mais sentido técnica e ambientalmente. No caso da Portobello, são especialmente sustentáveis. Nos preocupamos com a

exploração e recuperação das jazidas, com a origem da água, com a ressignificação dos resíduos, com o impacto positivo em nossas comunidades.

No nosso processo de design, não há limites para a arquitetura. Em 2020, foram mais de 36 milhões de metros quadrados de revestimentos de origem sustentável distribuídos no Brasil e no mundo. A seguir, mostramos como estamos trabalhando para construir o futuro que queremos.

Jazida recuperada ambientalmente para a piscicultura, em Canoinhas (SC)



extração
regenerativa

Terra

A matéria-prima da cerâmica é a própria terra, retirada de camadas não profundas e, em sua maioria, de áreas próximas à indústria



90 mil m²
de área recuperada

200 mudas nativas
plantadas na jazida de Cedro,
em São João (SE)

100% fornecedores
submetidos a avaliação ambiental

Terra

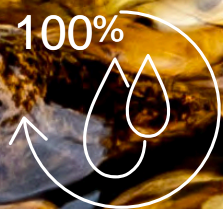
As atividades de mineração demandam especial atenção para minimizar os possíveis impactos na biodiversidade. Nossa matéria-prima vem de fontes próprias e terceiras. As jazidas próprias da Portobello representam 15% das atividades de extração. Temos protocolos de recuperação após a exploração, respeitando a vocação natural das áreas. Em 2020, promovemos a recuperação ambiental de 90 mil m², ou 9 hectares, em seis diferentes áreas exploradas pela Mineração Portobello.

Por exemplo, na jazida de Cedro, em São João (SE), realizamos o plantio de 200 mudas nativas em 2020. Como o clima local é tropical semi-árido, sem chuvas em boa parte do ano, implantamos um sistema de irrigação por gotejamento, que distribui a água lenta e diretamente na zona radicular das plantas. Assim, garantimos que as novas mudas receberão a irrigação necessária para se desenvolverem, sem perdas de água por evaporação. O solo no entorno da muda fica sempre úmido, utilizando a menor quantidade de água possível.

Também fazemos a gestão dos insumos de mineração fornecidos por terceiros. Nesses casos, seguimos critérios pré-estabelecidos para gestão de impactos sociais e de licenças das jazidas, com auditorias periódicas a fim de promover a preservação da biodiversidade, o controle da qualidade da água e a redução da emissão de CO₂. Em 2020, realizamos avaliação de impacto ambiental em todos os 16 fornecedores. Nenhum deles apresentou atividades causadoras de impactos ambientais significativos.

Além da extração, estamos atentos também à sustentabilidade do descarte dos materiais. A cerâmica é composta, quase em sua totalidade, por terra. Por isso, quando corretamente descartada, não causa impactos ambientais. O descarte deve ser feito em recipientes de empresas devidamente habilitadas, que encaminham para a reciclagem. A cerâmica é, então, triturada, e vira insumo para a construção civil. As instruções de descarte estão detalhadas no Manual do Cliente Portobello Shop. É objetivo da empresa compartilhar, cada vez mais, essas boas práticas.

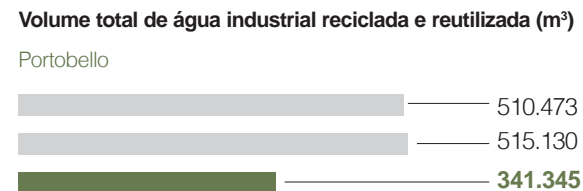
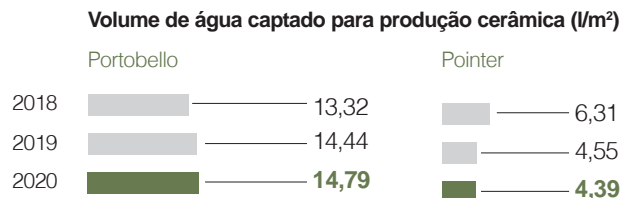
100%



reaproveitamento
da água

Água

A fluidez da água e a força mecânica
dos moinhos transforma a argila
em um pó finíssimo



Água

A água é um recurso essencial e limitado no planeta. Por isso, otimizamos sua utilização em ambas as unidades fabris e também nas operações de varejo.

Na unidade fabril de Tijucas (SC), trabalhamos com processo produtivo de Circuito Fechado de Água. Ou seja, toda a água utilizada na produção é tratada e reincorporada ao processo. Há perda apenas da água evaporada, que sai como vapor branco das chaminés da fábrica.

Acompanhamos de perto o consumo de água industrial, por meio do indicador Consumo de Água Potável. Ganhamos o Prêmio Empresa Cidadã 2020, na categoria preservação ambiental, com o case “Uso

eficiente da água em sua operação”, em novembro de 2020. Para 2021, estamos criando o Projeto Água, em que nossos colaboradores poderão participar mais ativamente da gestão e diminuição do consumo de água industrial.

A nossa evolução tecnológica se dá, também, pela substituição sistemática de equipamentos. Investimos em equipamentos que consomem o menor volume de água possível, como a nova retífica a seco, implantada na etapa de beneficiamento dos produtos. A meta para 2021 é captarmos 13,21 litros de água por m² de cerâmica produzida.

A água captada vem de fontes próprias, de superfície e subterrâneas, próximas à

indústria. Cuidamos da preservação ambiental das áreas que cercam nossas águas. Ainda, participamos do Comitê de Bacia Hidrográfica do Rio Tijucas, apoiando ações e tomadas de decisão. Em 2020, houve maior consumo de água subterrânea e menor consumo de água superficial, devido à estiagem que afetou Santa Catarina.

Na unidade fabril de Marechal Deodoro (AL), trabalhamos com a fabricação de cerâmica via seca, que elimina a necessidade de água no processo de moagem, sendo utilizada apenas nos processos de esmaltação e polimento. Em comparação com a via úmida, utilizada na unidade fabril de Santa Catarina, em 2020, a via seca utilizou 4,39 litros para produzir um metro de qua-

drado de cerâmica, enquanto na via úmida foram 14,79 litros.

Ainda em Alagoas, a água também vem de fontes próprias, porém todas subterrâneas. Após o uso industrial e sanitário, a água é tratada e descartada, atendendo padrões de gestão ambiental.

Na rede Portobello Shop, incentivamos o consumo consciente de água. Para os próximos anos, estamos trabalhando para a padronização na gestão desse recurso. Orientamos que as caixas sanitárias dos banheiros das lojas sejam dual flush, mais econômicas, e que a lavagem dos vidros seja a seco. Nas lojas em que é possível, há captação de água da chuva.



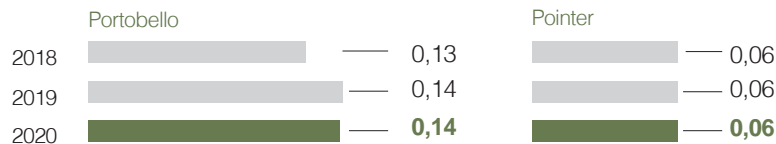
energia limpa

Fogo

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



energia limpa

Consumo de energia (GJ/m²)

Fogo

A gestão do consumo energético é fundamental para a sustentabilidade da empresa, já que a indústria cerâmica trabalha com processos térmicos. Em ambas as unidades fabris, ocorrem controles diários de eficiência de todos os processos térmicos e fazemos o reaproveitamento do calor dos fornos e atomizadores.

Também em ambas as unidades fabris, a principal matriz energética é o gás natural. Essa é a energia que utilizamos em processos térmicos, ou seja, em nossos fornos, secadores e atomizadores. Ainda que seja uma fonte não renovável de energia, o gás natural é considerado limpo, pois não gera nenhum tipo de fuligem ou resíduo sólido. Tem um alto poder calorífico, interessante para a indústria cerâmica pelo consumo específico. Isso significa que a perda energética do gás natural é próxima de zero. Com ele, temos o maior calor,

com a menor quantidade de energia possível.

Ainda, consumimos energia elétrica, para iluminação das fábricas, para alguns equipamentos da linha de produção e nas instalações administrativas. Nesse caso, a energia elétrica é proveniente da matriz energética brasileira, gerada principalmente em usinas hidrelétricas e parques eólicos, fontes renováveis de energia. Nas instalações fabris e administrativas, recentemente substituímos as lâmpadas incandescentes e fluorescentes por LED.

A unidade fabril de Marechal Deodoro (AL), conta, ainda, com um jardim de painéis fotovoltaicos de 80 m², que gera 22 KW/h, alimentando a rede geral da fábrica.

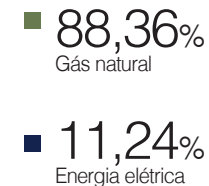
As lojas Portobello Shop possuem projeto luminotécnico padrão, desenvolvido para ga-

rantir o equilíbrio entre a melhor luminosidade para a experiência do cliente e o menor consumo energético. Um sistema linear de luz difusa cria a atmosfera aconchegante nas lojas, garantindo economia para a iluminação de todo espaço. Os projetores de destaque para os produtos Portobello, que consomem mais energia, têm o ângulo de abertura de luz calculado para diminuir a necessidade de pontos.

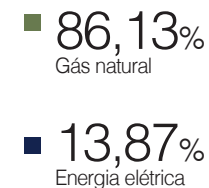
Nas lojas inauguradas a partir de 2018, que já somam mais de 70, todo o sistema de iluminação é LED, o que representa uma economia de cerca de 20% no consumo de energia em comparação às lâmpadas convencionais. O LED também é muito mais durável: 50 mil horas, o que equivaleria a cerca de 17 anos nas lojas. Já a vida útil das lâmpadas convencionais é de apenas 6 mil horas. Assim, a Portobello Shop passou a evitar o descarte desse resíduo.

Matriz energética

Portobello



Pointer





O forno da fábrica Lastras na unidade fabril de Tijucas (SC). Trata-se de uma das emissões de gases de efeito estufa que medimos

Consumo otimizado

A fonte principal de calor utilizada na indústria é o gás natural – a opção de combustível mais limpo e de menor impacto. Medimos diariamente o consumo do gás natural utilizado em nosso processo produtivo.

A movimentação de materiais internamente nas fábricas é realizada majoritariamente com veículos movidos também a gás natural, aproximadamente 90% da frota.

Realizamos o inventário completo de gases efeito estufa de nossas unidades fabris e utilizamos os dados para guiar as principais ações e investimen-

tos para redução de consumo e geração destes gases.

As emissões diretas dos gases de efeito estufa, apuradas em nossos controles, apresentam leve aumento unitário ano a ano, devido à qualificação de nosso portfólio de produtos, tanto na unidade fabril de Tijucas (SC), quanto na de Marechal Deodoro (AL), com a produção de revestimentos com formatos maiores e acabamentos polidos mais elaborados.

Estas ações estão alinhadas com a sustentabilidade do negócio de forma coordenada e planejada.

Emissões diretas de gases de efeito estufa (kgCO₂eq/m²)

| | Portobello | Pointer |
|------|-------------|-------------|
| 2018 | 6,03 | 2,83 |
| 2019 | 6,33 | 2,68 |
| 2020 | 6,51 | 2,75 |

99,9%



ressignificação
de resíduos

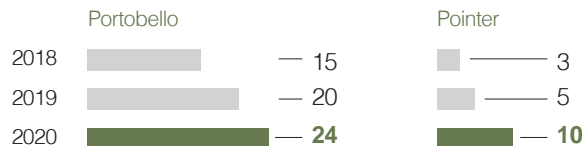
Resíduo Zero

Nosso patamar de reciclagem, reutilização e recuperação dos resíduos gerados no processo produtivo da Portobello é maior que 99%. A cada ano nos aproximamos mais do resíduo zero

A maior parte dos resíduos, 96,09% em 2020, é aproveitada na massa cerâmica



Materiais provenientes de reciclagem na massa cerâmica (%)



Resíduo Zero

Na unidade fabril de Tijucas (SC), 99,9% dos resíduos gerados são ressignificados ou reciclados, promovendo uma economia circular e responsável. Fazemos a gestão de todos os resíduos, tanto os industriais, quanto os de instalações administrativas, de ambulatório e de refeitório.

A maior parte dos resíduos é reincorporado ao próprio processo produtivo, compondo a massa cerâmica. É o que chamamos de reciclagem interna. O que não podemos aproveitar na massa, como metais, pape-

lão, óleo, correias, sucata de informática, entre outros, é encaminhado para reciclagem externa. Apenas 0,07% dos resíduos não é reciclado, encaminhado para aterros. Estamos caminhando para o resíduo zero, com o objetivo de eliminar completamente essa porcentagem.

Todo o papel utilizado nas embalagens é reciclável, assim como toda a madeira dos pallets é de reflorestamento. Uma iniciativa de logística reversa é desenvolvida nos Centros de Distribuição, recuperando

pallets e suportes metálicos que podem ser reutilizados. Em 2020, retornaram 3.088 pallets e 4.254 suportes.

Na unidade fabril de Marechal Deodoro (AL), em 2020 começamos um projeto para a destinação correta dos cacos de cerâmica. Intensificamos a reincorporação desse resíduo na massa cerâmica e também o destinamos para reciclagem externa. Mais especificamente, para uma empresa parceira que utiliza nossos cacos como matéria-prima para fabricar cimento.

Destinação de resíduos

Portobello



Estratégias da Portobello

A empresa atualiza anualmente seu planejamento estratégico e, a cada três anos, revisa com maior profundidade o **Planejamento de Cinco Anos**, como aconteceu em 2020



Modelo integrado com foco no varejo

É o que guia nossa estratégia organizacional

Diferenciais

Nossos valores e atributos diferenciadores

- Marca
- Produtos
- Serviços
- Agilidade
- Conexão com as pessoas

Processos

O que guia nossa gestão organizacional

- Sinergia entre os negócios
- Eficiência e lucratividade
- Inovação e sustentabilidade

Desenvolvimento organizacional

A cultura da empresa fornece a base sólida para o crescimento

- Cultura de varejo
- Meritocracia
- Valorização das pessoas
- Intraempreendedorismo

Diferenciais

Nossos valores e atributos

Marca

Tradução dos atributos da marca: design, inovação, confiança e qualidade.

Produto

Expressão do estilo, da consistência no design, da inovação e do portfólio adequado para cada marca.

Serviços

Soluções que gerem valor na experiência de loja, no modelo integrado, na elaboração de projetos, na distribuição e nos sistemas de instalação e manutenção.

Agilidade

Flexibilidade, simplicidade e capacidade de adaptação com velocidade e eficácia.

Conexão com as pessoas

Experiência no relacionamento que inspira, encanta e engaja.

Unidades de negócio

Portobello

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

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.

POINTER

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

Portobello America

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



Fábrica de Lastras na unidade fabril de Tijucas (SC)

Portobello

A Portobello Tijucas é a unidade de negócio pioneira do grupo, que se diferencia pela combinação da unidade fabril com foco em inovação e pela eficiência comercial na distribuição multicanal.

A atuação comercial da unidade destaca-se no mercado tradicional do setor, tanto pelo portfólio diferenciado, principalmente de grandes formatos e lastras, quanto por lançamentos constantes e pela excelência operacional, em especial nas áreas de logística e serviços.

O canal multimarcas da Portobello Tijucas tem foco nos homecenters, onde se consolida como principal marca de revestimentos, presente em 700 lojas no Brasil, que tiveram ações de atualização de pontos de vendas reforçadas em 2020 com um novo conceito de exposição.

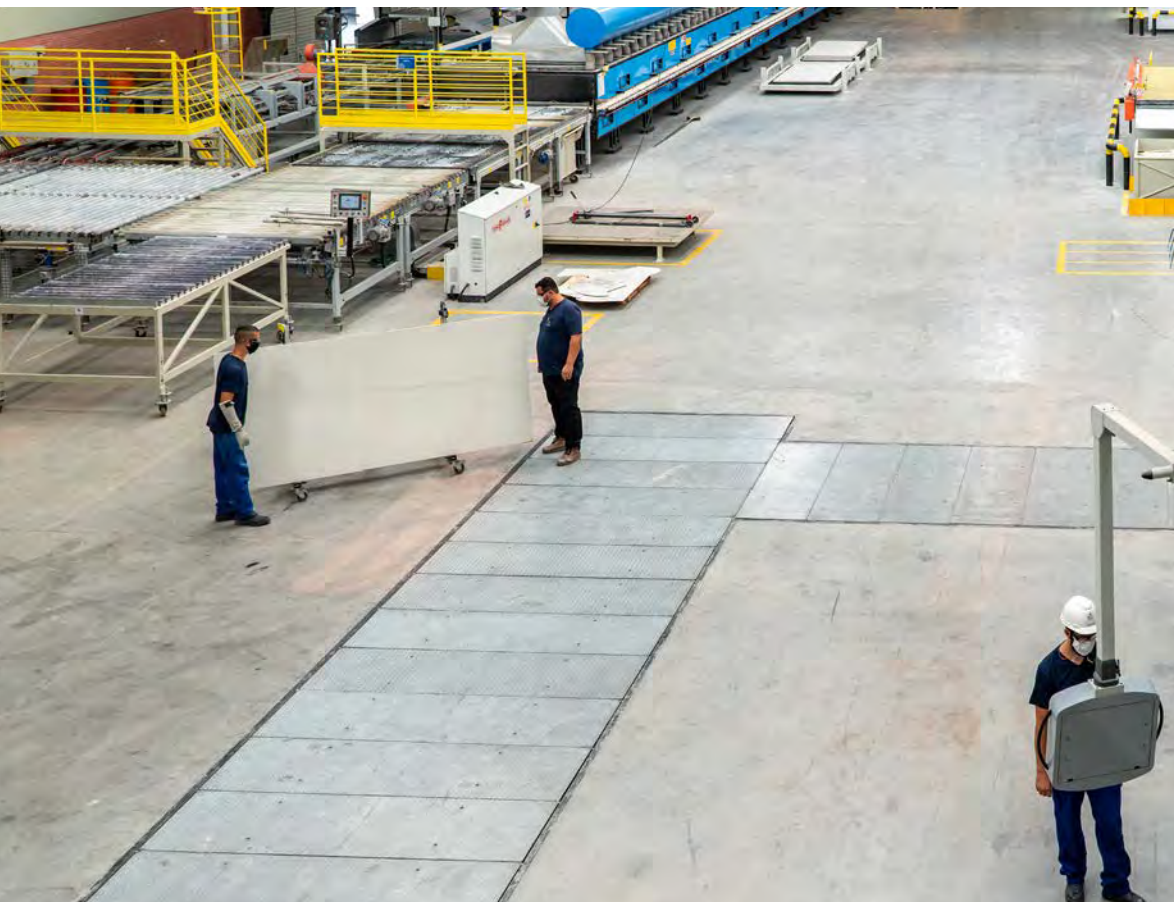
O novo conceito é composto por estruturas autoportantes que permitem a reutilização na troca de produtos, uma solução mais sustentável e prática, implantada em mais de 90 pontos de vendas no país, além de ter sido adotado

também para o canal exportação.

O canal de projetos e grandes obras tem vocação técnica, que demanda um portfólio com características específicas para usos em diferentes nichos de mercado, serviços especializados e escala compatível com obras comerciais e com o mercado imobiliário. Com equipe exclusiva de atendimento, a Portobello já ultrapassou a marca de 6 mil grandes obras com seus produtos.

A Portobello exporta para mais de 60 países com operações comerciais de longo prazo e marca reconhecida pelo posicionamento de design e inovação nos principais clientes, ocupando uma posição de protagonismo global no setor de revestimentos.

A unidade fabril da Portobello Tijucas, em Santa Catarina, tem diversas fábricas em seu parque, contemplando, principalmente, a produção de grandes formatos, e concluiu a implantação da primeira fábrica de Lastras do Brasil com capacidade para formatos até 1,80m x 3,60m.



No segundo semestre, as fábricas operaram em capacidade máxima

As Lastras representam um novo paradigma para o mercado e ampliam as fronteiras de uso do porcelanato na arquitetura e também no design. A fábrica de Lastras impulsiona a estratégia de inovação, com desdobramentos em todas as áreas da empresa com desafios logísticos e, principalmente, comerciais.

A transformação digital nos canais tradicionais de distribuição acelerou-se em 2020, seja nos sistemas estruturais e inteligência de dados, que proporciona avanços na gestão e prestação de serviços, seja na experiência dos clientes com a marca, através de ferramentas digitais para especificação e substituição de catálogos por TVs interativas nos pontos de vendas.

A Portobello Tijucas em 2020

700

pontos de venda
em todo Brasil

+60

países atendidos
na Exportação

97

pontos de venda com novos
expositores sustentáveis

6.200

obras atendidas
na Engenharia

90%

de aumento de investimento
no relacionamento com
nossos clientes

100%

capacidade fabril
no segundo semestre



Portobello Shop Brasília (DF), uma das lojas próprias da rede

Portobello shop

Maior rede de varejo especializado do país, com 136 lojas, sendo 17 lojas próprias, a Portobello Shop oferece um experiência de compra centrada no cliente com um solução completa para revestimentos e complementos, principalmente louças e metais.

A Oficina Portobello, marca de porcelanateria do grupo, é um dos diferenciais dessa experiência, com um portfólio autoral de bancadas e mobiliário em porcelanato.

As lojas Portobello Shop são referências em arquitetura e exposição para que o profissional de arquitetura e seu cliente tenham uma experiência de design com a marca. Durante o ano de 2020, as lojas receberam a exposição do Sistema Lastras, um novo patamar para essa experiência. As lojas contam com iniciativas próprias de sustentabilidade, como coleta seletiva, captação de água da chuva e painéis fo-

tovoltaicos. Estamos trabalhando para que essa gestão dos recursos seja padronizada em toda rede em um futuro próximo.

Os profissionais de arquitetura são protagonistas no processo de especificação e compra dos clientes Portobello Shop e fazem parte de um círculo virtuoso no relacionamento com a marca. Um diálogo constante para trocas criativas e identificação de necessidades do mercado são realizados de forma estruturada através do programa Mais Arquitetura, que também reconhece o valor desses profissionais e potencializa a visibilidade dos que mais se destacam com a marca.

O Coletivo Criativo, um projeto de criação de uma linha de produtos Portobello com um grupo de arquitetos destaque, realizado anualmente em destinos de interesse arquitetônico, expressa a importância desse processo para a marca.

 Conheça o programa Mais Arquitetura



Centro de Distribuição de Jundiaí (SP) iniciou as operações em 2020

A transformação digital acelerada do nosso tempo também se reflete na experiência de especificação e compra da Portobello Shop. A presença da marca nas redes é focada em conteúdo inspiracional, técnico e didático, além de ferramentas para execução de projetos. A Plataforma Archtrends, com referências e tendências é uma das líderes para os profissionais de arquitetura. Nas lojas, além de tornar os processos de orçamento e compra mais fluidos possível, a presença digital surpreende em ferramentas de projeto e especificação.

A capilaridade da rede de varejo, o portfólio diverso para compor a solução completa e o atendimento

ao cliente final compõem as razões para a marca ter a logística como uma das suas principais atribuições e competências. A Portobello Shop possui uma rede de distribuição nacional para atender diretamente a todos os clientes e entende que a experiência com a marca vai da inspiração à entrega do produto.

Como proa da estratégia do grupo, a Portobello Shop direciona o Modelo Integrado de Varejo, que permite à marca ter controle de toda a cadeia, da matéria prima às vendas ao consumidor final, e é a base para a visão da evolução de uma indústria com uma rede de lojas para uma rede lojas com indústria.



Transmissão ao vivo da abertura da Mostra Unltd, uma mostra de arquitetura 100% digital



Archtrends Summit, circuito de palestras para profissionais de arquitetura, no início de 2020, pré-pandemia

**A Portobello
Shop em 2020**

136
lojas Portobello Shop
em todo Brasil

11
novas lojas
Portobello Shop

2.500
profissionais de arquitetura
no Archtrends Summit

+8.000
inscritos na Mostra Unltd, maior
evento de arquitetura do país

De um momento difícil, nasceu mais solidariedade. Em 2020, se destacaram as ações sociais promovidas pela rede Portobello Shop, que se consolidaram em um programa de abrangência nacional

COLETIVO SOLIDÁRIO

O Coletivo Solidário é uma iniciativa que une a força da marca Portobello, o potencial agregador e mobilizador das lojas Portobello Shop e as iniciativas sociais dos nossos parceiros profissionais de arquitetura e design para, coletivamente, alavancarmos boas ações em todo o Brasil.

Uma plataforma digital divulga e promove as boas ideias transformadas em ações para ajudar as comunidades que fazemos parte.

Por exemplo, em março, na Páscoa, a Portobello Shop Campinas (SC) dis-

tribuiu alimentos a pessoas carentes e em situação de rua. Cada voluntário cozinhou em sua própria residência 10 marmitas e levou à loja, que fez a distribuição.

Já a Portobello Shop Bauru (SP), doou revestimentos para a reforma da casa de uma família em situação de vulnerabilidade social, no projeto comandado pela arquiteta Giovanna Ghirardello. Outro projeto interessante nessa área é o Mãos à obra, apoiado pela Portobello Shop Catalão (GO), que recolhe sobras de obras para reformar casas de pessoas carentes e instituições de caridade.

INVERNO SOLIDÁRIO

Campanha promovida pela Portobello Shop, com abrangência nacional, para arrecadação de roupas, cobertores e alimentos. Nos meses de julho e agosto, 61 lojas incentivaram seus parceiros, colaboradores, clientes e especificadores a fazerem doações.

A franqueadora ofereceu uma contrapartida: a cada 10 peças de roupas ou um cobertor arrecadado, doamos o valor equivalente a um cobertor; e a cada 10 quilos de alimentos ou uma cesta básica, doamos o valor equivalente a uma cesta básica.



3.414

peças de roupas arrecadadas

730

cestas básicas arrecadadas

65

cobertores arrecadados

R\$ 30 mil

doados pela franqueadora para que as lojas destinem a instituições locais



Saiba mais sobre os projetos sociais apoiados pelas lojas da rede Portobello Shop



Painéis fotovoltaicos na unidade fabril de Marechal Deodoro (AL)



Ponto de venda da Pointer em homecenter de Maceió (AL), com totem interativo. Foto de fevereiro de 2020

POINTER

A marca de design democrático do grupo exercita seu desafio de acessibilidade e diferenciação em produtos na região nordeste do país, além de exportar para diversos países.

O ponto de vendas Pointer diferencia-se no mercado pela exposição despojada e contemporânea, um sistema padrão que facilita a troca de produtos e a rápida implantação e atualização nas lojas. Em 2020 o projeto PDV 500 destacou-se por renovar rapidamente os 500 principais pontos de vendas da marca.

O totem interativo Pointer, presente em seus principais pontos de vendas, oferece uma experiência digital de especificação de produtos, com simuladores de ambientes, informações técnicas e imagens inspiradoras.

A unidade fabril da Pointer está localizada em Marechal Deodoro (AL) e é uma das mais modernas e sustentáveis do mundo na tecnologia de produção via seca, processo que não utiliza água na moagem da matéria prima.



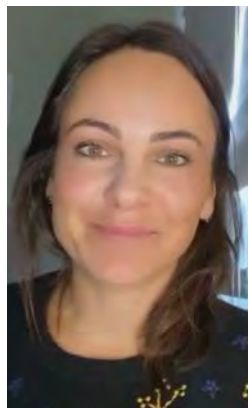
O arquiteto Maurício Arruda, porta-voz da Pointer na campanha digital Boas Ideias!



A home do Pointer Blog, com conteúdos que ajudam as pessoas a planejar e executar uma reforma envolvendo revestimentos, sem o apoio de um profissional de arquitetura



Websérie Conexões Casa, com o fotógrafo Lufe Gomes



Live no Instagram com a arquiteta Patrícia Pomerantzeff

Durante o ano de 2020, mesmo com os desafios da pandemia, a Pointer ampliou sua distribuição, atingindo a marca de mais de 1 mil clientes atendidos. A pulverização e interiorização da operação é central na estratégia de acessibilidade e demanda cada vez mais avanços nas tecnologias digitais, tanto na gestão comercial, quanto na conexão da marca com seus públicos.

A Pointer é uma marca conectada, principalmente nas redes sociais, onde apresenta crescimento constante e consistente de interações, compartilhando conteúdos que ajudam as pessoas a planejar e executar uma reforma envolvendo revestimentos, sem o apoio de um profissional de arquitetura.

A Pointer em 2020

+1.000
pontos de venda nas regiões
Norte e Nordeste

+600
Boas Ideias!
compartilhadas na
campanha digital

500
revendas com
Supercerâmico Pointer

+40.000
seguidores
no Instagram

512
pontos de venda
com novos expositores
do Supercerâmico

+1,200
milhão de visualizações
de páginas no blog

Supercerâmico

Melhor custo-benefício financeiro e ambiental

| | CERÂMICA | SUPERCERÂMICO | PORCELANATO |
|---------------------------------|----------|----------------------|-------------|
| Sustentabilidade | ● ● | ● ● | ● |
| Consumo de energia por produção | ● ● | ● ● | ● |
| Consumo de água por produção | ● ● | ● ● | ● |
| Resistência à ruptura | ● | ● ● | ● ● ● |
| Resistência ao desgaste | ● | ● ● | ● ● ● |
| Design | ● | ● ● ● | ● ● ● |
| Preço | \$ | \$\$ | \$\$\$ |
| Custo de instalação | \$ | \$ | \$\$\$ |

O portfólio Pointer é a materialização de sua estratégia de design democrático e alia estética e tecnologia. O conceito Supercerâmico, exclusivo da Pointer desde 2018, é expresso pela combinação de grandes formatos em cerâmica com lançamentos constantes alinhados às tendências mais atuais de decoração de interiores.

O Supercerâmico criou uma nova categoria de produtos com maior valor agregado frente às cerâmicas tradicionais e maior acessibilidade com relação ao porcelanato.

Além dos grandes formatos, o Supercerâmico inovou com os acabamentos retificados, que permite juntas de assentamento reduzidas, e com as superfícies polidas, características típicas da categoria de porcelanatos.



Warehouse em Pompano, Flórida

Portobello America

Internacionalizar as operações, potencializando a sustentabilidade do negócio expressa uma das prioridades estratégicas do grupo. 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 outras regiões importantes nas Américas.

A Portobello America foi apresentada aos clientes em dezembro de 2018, como um projeto estruturado para implantação em etapas, com foco inicial na distribuição, através de sourcing global que inclui Brasil, Europa e Estados Unidos, seguido por uma produção local própria.

A empresa possui três depósitos que atendem uma rede de distribuidores no mercado americano, estrategicamente localizados na Florida, no Texas e no Tennessee, sede da futura unidade industrial da Portobello America.

Em 2020, um ano atípico devido à pandemia, a Portobello America avançou na consolidação de seus clientes através de um posicionamento

focado em serviços e soluções únicas para seus clientes. Portfólio exclusivo e diferenciado, expertise em varejo e logística e uma atuação comercial com uso intensivo de tecnologias digitais.

O Concierge, uma plataforma de negócios B2B - Business to Business, pioneira no mercado americano no segmento, foi disponibilizada em 2020 com serviços de compra, consulta de estoques, entre outros. O Concierge Portobello America expressa a inovação digital da empresa.

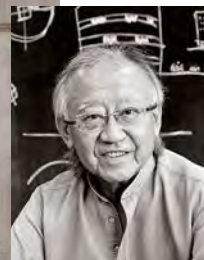
Com as restrições de interações pessoais e a ausência da Coverings, principal feira de negócios do mercado americano em 2020, a Portobello America desenvolveu uma estratégia de lançamentos de produtos que combinou o envio de amostras de produtos sob o conceito “unboxing”. Uma forma especial de surpreender os clientes que abriram a caixa em uma reunião online com os representantes da marca e viveram a experiência de apresentação do storytelling. Os resultados comerciais foram surpreendentes e expressaram novamente a inovação da marca.



Saiba mais sobre o Concierge Portobello America



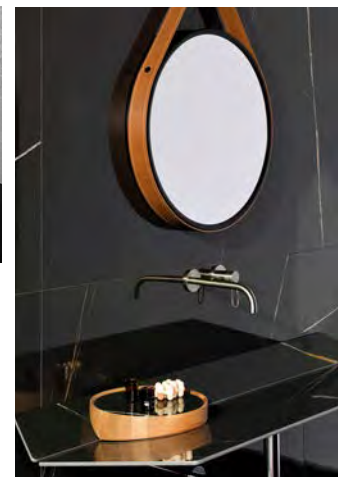
Guilherme Wentz,
designer da linha
Planos, lançamento
de 2020



Ruy Ohtake,
designer da
linha Ohtake



Jader Almeida,
designer das linhas
Ícaro, Codice e Sonatta



**Coletivo Criativo, cocriadores das
linhas Berliner, lançamento de 2020,
Harpa e Dansk**

Officina Portobello

A arte da porcelanateria

A Oficina é a marca do grupo que oferece soluções únicas na arte da porcelanateria, combinando a maestria artesanal e a tecnologia de ponta para fabricar bancadas, cortes especiais, objetos de design e mobiliário com porcelanato Portobello.

As superfícies contínuas das Lastras potencializam o uso do porcelanato como matéria prima para mobiliário, posicionando a Oficina Portobello como um diferencial nesse novo contexto, principalmente na composição de uma solução completa oferecida nas lojas Portobello Shop.

Um portfólio exclusivo e autoral compõe a identidade da Oficina. São linhas e sistemas para solucionar bancadas, nichos e acabamentos em banheiros, cozinhas e demais ambientes da casa. Grandes designers brasileiros assinam coleções com a Oficina Portobello.

A Oficina Portobello exercita a arte da porcelanateria de forma sustentável, com processos e insumos, além de ser a alternativa ao uso de recursos naturais que causam maior impacto ao meio ambiente.

As duas unidades fabris da Oficina, em São Paulo (SC) e Tijucas (SC), contam com circuito fechado de água, além de seguirem todos os padrões ambientais.



A fábrica de Lastras em Tijucas (SC)



Exposição de Lastras na Portobello Shop Florianópolis (SC)

O futuro do porcelanato

Sistema Lastras Portobello. Revestir, Mobiliar e Decorar com mais inovação e sustentabilidade

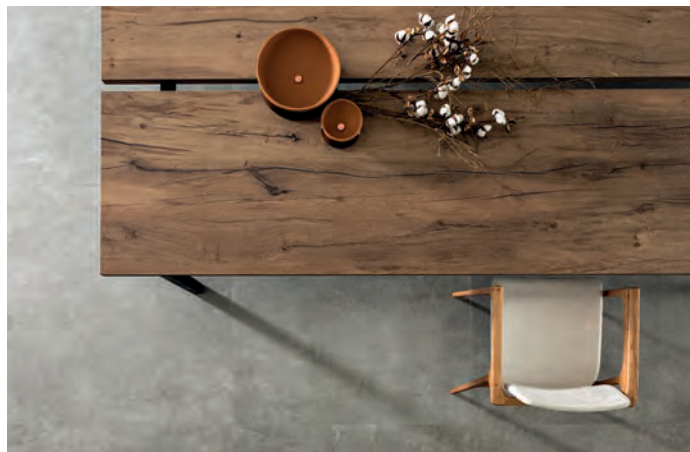
As Lastras representam uma revolução tecnológica na indústria cerâmica a partir de um novo processo de produção com uma forma diferente de prensagem.

Tudo começou no início dos anos 2000 com o lançamento da prensagem contínua na Itália e evoluiu para ser um novo paradigma em revestimentos. Grandíssimos formatos e flexibilidade em espessuras ampliaram o uso das superfícies cerâmicas para áreas mais nobres na arquitetura, além de novos usos em design e mobiliário. A comparação com as lastras de pedras naturais ressaltou as vantagens técnicas e as características mais sustentáveis do processo produtivo.

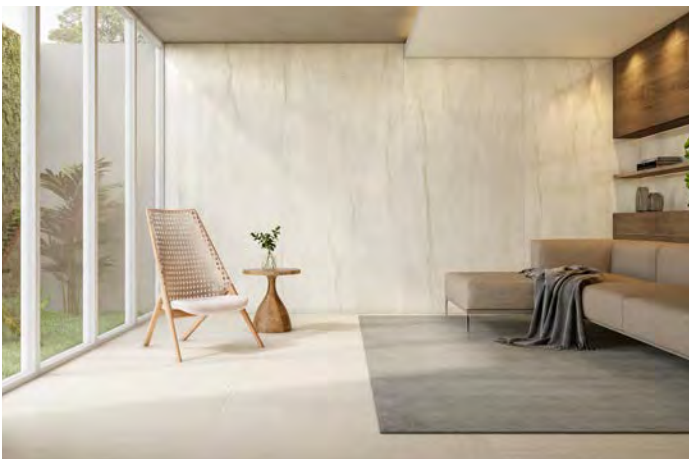
A Portobello iniciou o Projeto Lastras em 2019 com a inauguração da primeira etapa de sua fábrica e, em março de 2020, fez o lançamento da categoria na feira Revestir, onde apresentou um portfólio alinhado aos grandes players mundiais do segmento.



Exposição de Lastras na Portobello Shop Florianópolis (SC)



Lastras de Nordik Wook permitem a execução de grandes tampos de mesa



Lastras Mont Blanc no formato 120x270 revestem a parede sem emendas na altura



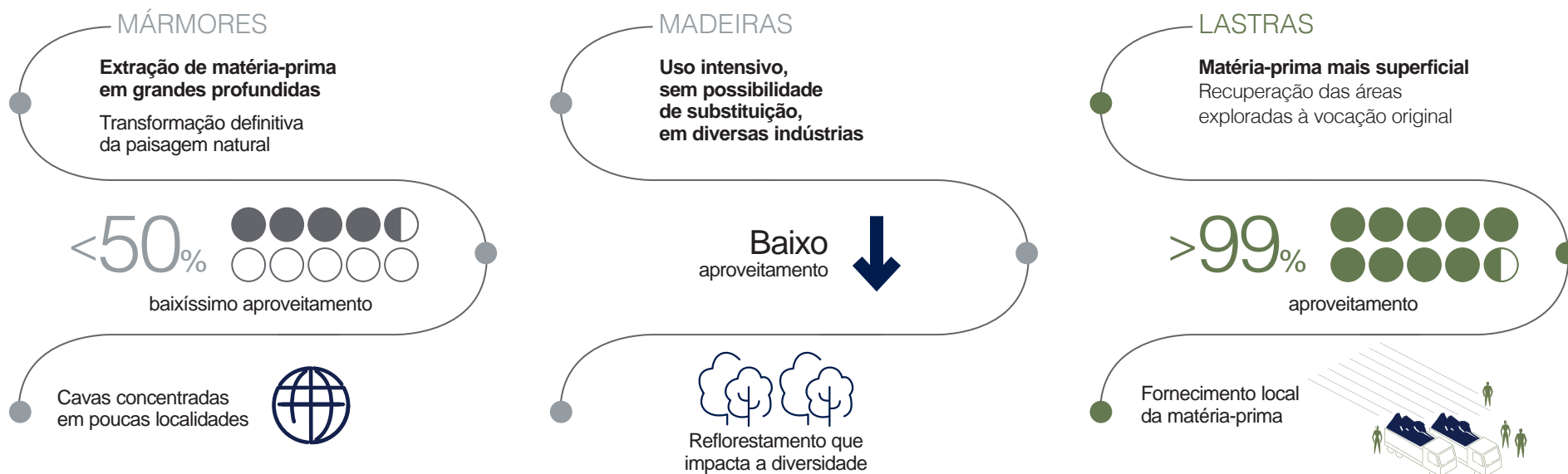
Lastras Calacatta Puro e Black Eclipse na Casa de Banho, ambiente de Jayme Bernardo e Gleí Tomazi na Mostra UNLTD

Em um ano com limites devido à pandemia, a empresa estruturou as diversas áreas para assumir a liderança nesse mercado. Além dos investimentos industriais, com mais uma etapa concluída e início da produção em novembro de 2020, os desafios comerciais assumiram o protagonismo no projeto.

Novas formas de exposição para as lojas Portobello Shop, atuação proativa na construção de uma nova cultura de uso das superfícies cerâmicas, capacitação da equipe e dos parceiros, portfólio autoral de produtos e desenvolvimento de novos canais de distribuição para mobiliário fazem parte da consolidação do Projeto Lastras Portobello.

Alternativa mais sustentável

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



Possibilidades ilimitadas para revestir, mobiliar e decorar

REVESTIR

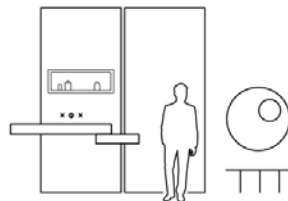
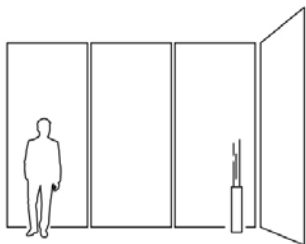
- Fachadas
- Ambientes internos
- Superfícies contínuas
- Pisos e paredes

MOBILIAR

- Mesas
- Bancadas de cozinha
- Bancadas de banheiros
- Nichos

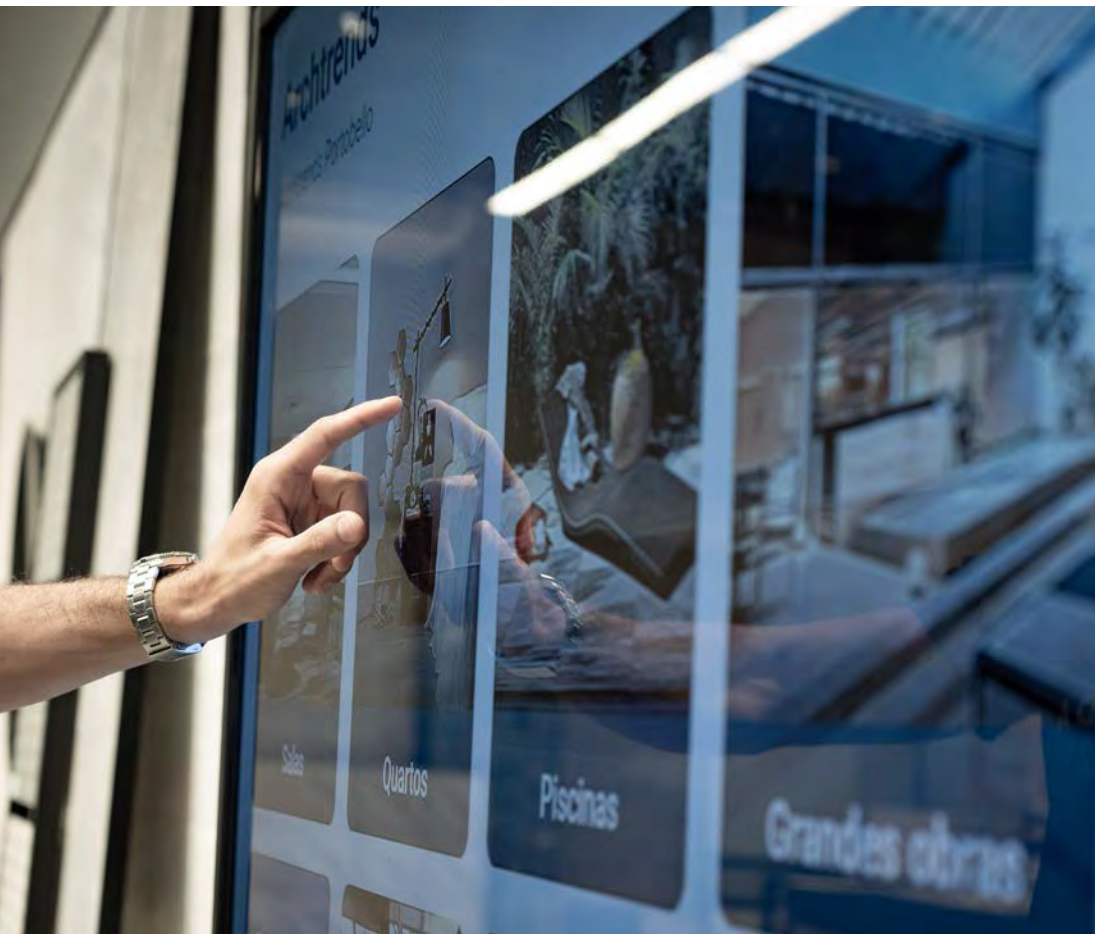
DECORAR

- Mosaicos
- Boiserias
- Objetos de decoração
- Acessórios



Sistema Lastras: uma superfície, vários formatos





A experiência com a tecnologia deve ser única, leve e ágil

Transformação digital

O ambiente em que vivemos, a essência do nosso negócio, é cada vez mais digital

O ecossistema digital Portobello, centrado no cliente e sustentando uma experiência única, leve e ágil com a marca, é o ponto de chegada da transformação digital em curso no grupo. Uma experiência suportada pela tecnologia e vivida em todos os ambientes e pontos de contato com a marca.

Os principais pilares para esse processo são:

- Sistemas estruturais robustos - uma base tecnológica consistente, sólida e flexível para suportar os desafios operacionais e transacionais para todos as unidades de negócio do grupo. Uma estrutura tecnológica adequada é essencial para uma experiência fluida e sem atritos para o cliente.
- Plataforma de integração - uma visão dinâmica das necessidades e ferramentas do negócio demanda um ambiente preparado para integrar-se e adaptar-se

constantemente ao contexto.

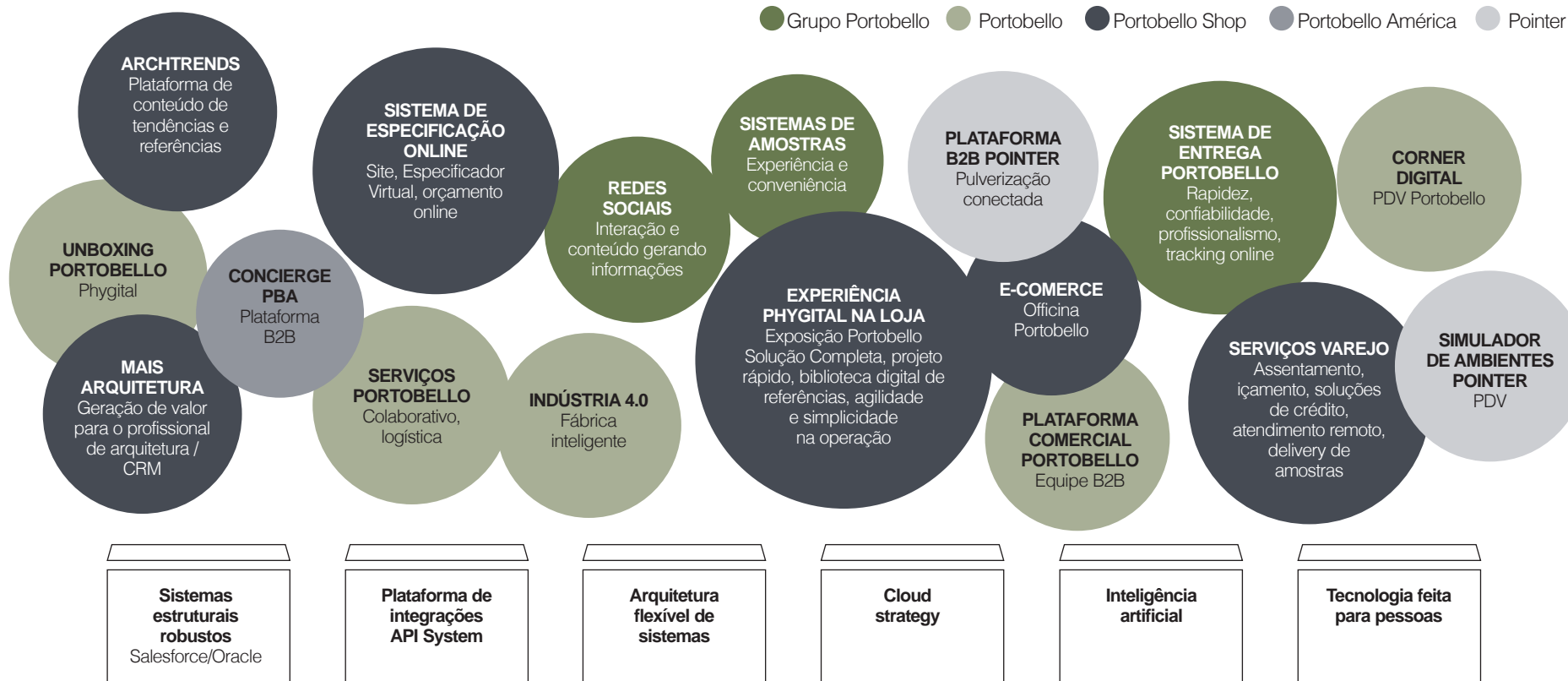
- Cloud strategy - o armazenamento e o acesso aos dados devem ser acessíveis e seguros.
- Inteligência artificial - informações gerando valor para o cliente e para o negócio. Uma nova forma de aprendizado constante na evolução da experiência do cliente.
- Tecnologia feita para pessoas - estamos nos preparando para uma era onde a tecnologia será invisível e a experiência de design e inovação será cada vez mais personalizada. Acreditamos que as máquinas devem se adaptar às pessoas e não o contrário. O jeito de ser e os diferenciais Portobello também deve fazer parte do Ecossistema Digital da marca.



Para saber mais sobre como a Portobello lida com dados pessoais, escreva para privacidade@portobello.com.br

Ecossistema Digital Portobello

A Materialização da Unlimited Experience



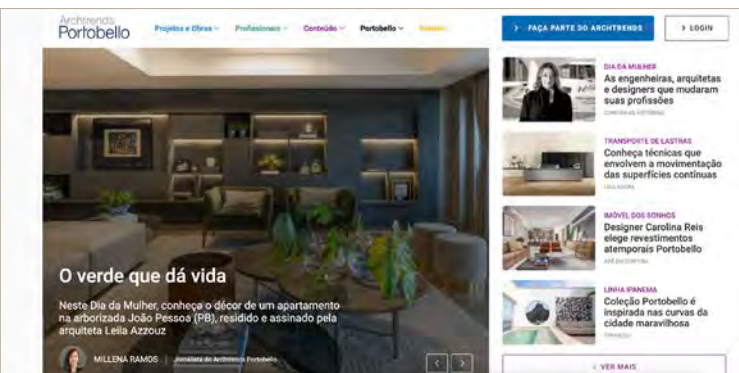
PILARES QUE SUSTENTAM O ECOSSISTEMA DIGITAL PORTOBELLO



TV Touch, uma das ferramentas digitais das lojas Portobello Shop



Em 2020, reforçamos ainda mais os cuidados com os dados pessoais, com conscientização de todos os colaboradores da Portobello Grupo



Archtrends é a plataforma de conteúdo de tendências e referências da Portobello. São mais de 236 mil acessos por mês



O site Portobello tem estrutura tecnológica adequada para uma experiência fluida e sem atritos para o cliente

LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

A Portobello sempre atuou visando a segurança de dados de seus clientes e, desde 2019, tem um grupo de trabalho dedicado às adequações da LGPD - Lei Geral de Proteção de Dados, que entrou em vigor em setembro de 2020.

2020 em números na Portobello

36,544 milhões
de m² de revestimentos
cerâmicos produzidos

3.607
empregos diretos

100%
de capacidade das fábricas
no segundo semestre

3 quebras de
recorde de vendas
consecutivos

100%
recuperação das
jazidas após a exploração

100%
energia limpa

+236.000
acessos por mês
no Archtrends

100%
digital nos eventos
Mostra Unltd, Convecção de
fraqueados e Agenda 21

+55.000
visitantes na
Expo Revestir

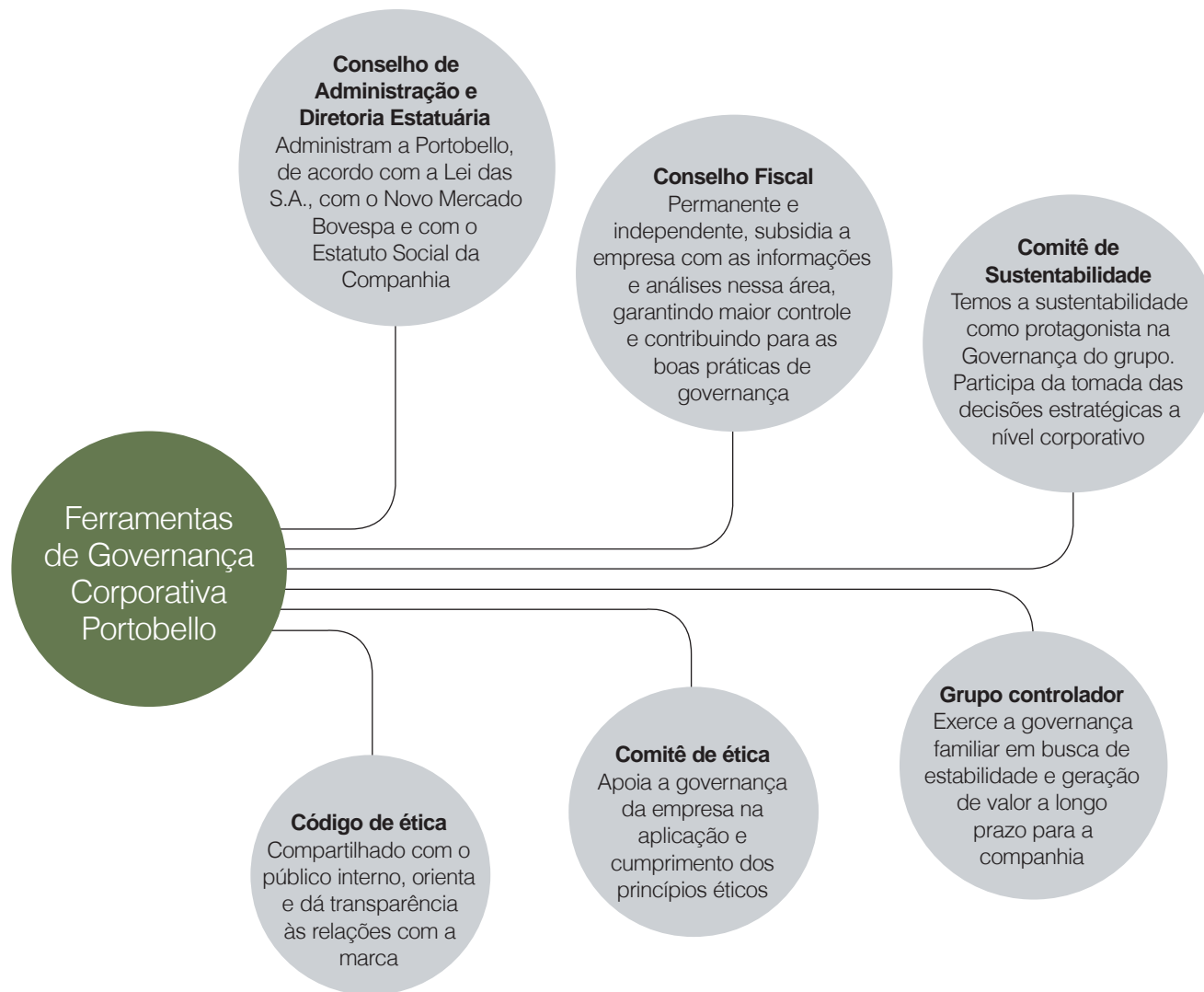
+1.000m²
de estande na
Expo Revestir

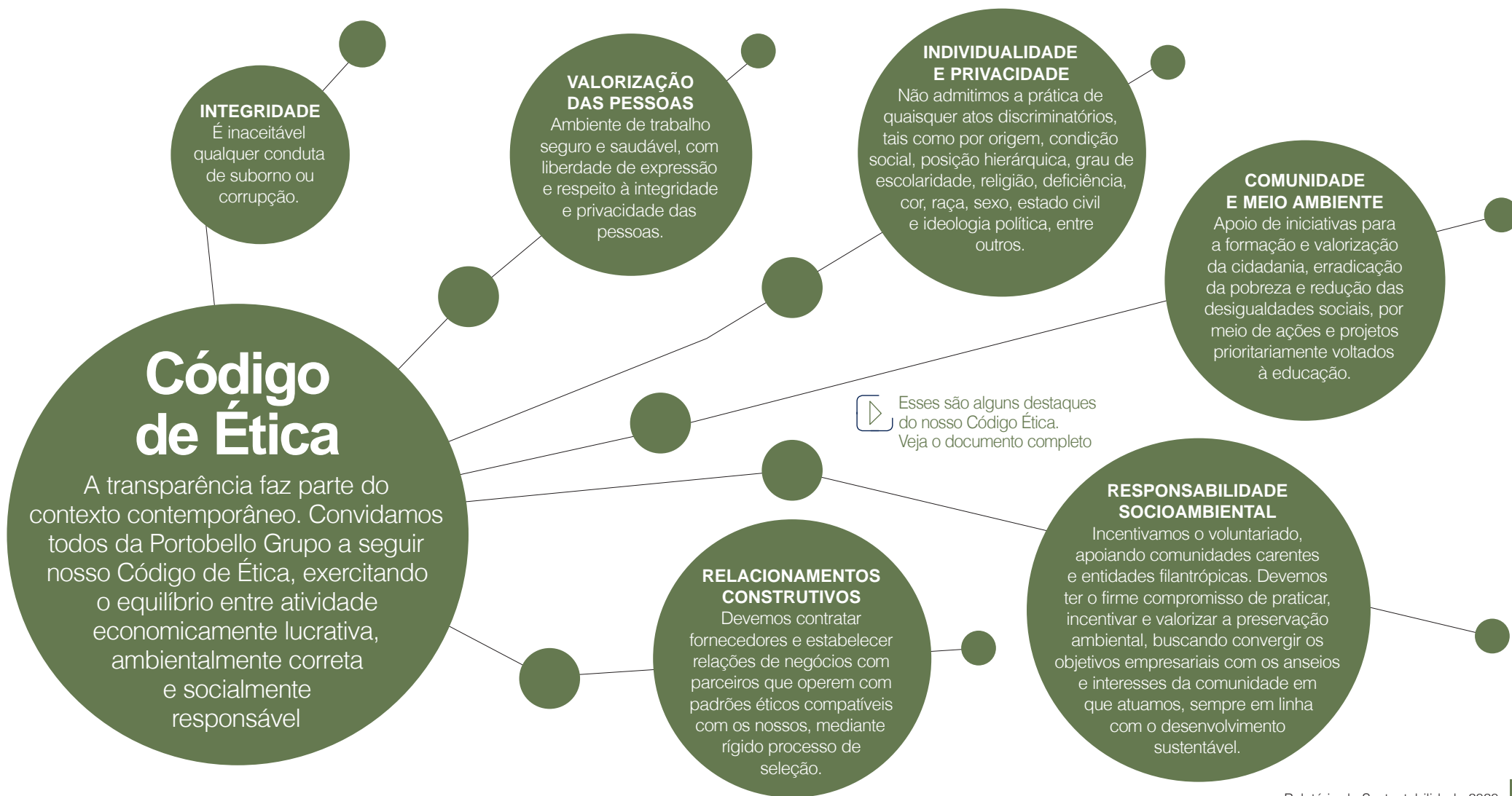


Ética e governança

Perfil de Governança

A Portobello faz parte do Novo Mercado Bovespa desde abril de 2008. Assim, praticamos Governança Corporativa de forma transparente, como exige a legislação societária brasileira. Além disso, voluntariamente, nos comprometemos a cumprir normas ainda mais exigentes





Perfil de Governança

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO 2020

| | |
|---|-----------------------------|
| Cesar Gomes Junior | Presidente do Conselho |
| Claudio Ávila da Silva | Vice Presidente do Conselho |
| Nilton Torres de Bastos Filho | Conselheiro |
| Geraldo Luciano Mattos Junior | Conselheiro Independente |
| Glauco José Côrte | Conselheiro Independente |
| Marcos Gouvêa de Souza | Conselheiro Independente |
| Walter Roberto de Oliveira Longo | Conselheiro Independente |

CONSELHO FISCAL 2020

| |
|-----------------------------------|
| Jorge Muller |
| Maro Marcos Haldlich Filho |
| Peter Edward Mr Wilson |

DIRETORIA DAS UNIDADES DE NEGÓCIOS

| | |
|---------------------------------------|----------------------------------|
| João Henrique Sampaio Oliveira | Diretor Geral Portobello Tijucas |
| Luciano de Liz Barboza | Diretor Geral Varejo |
| Luiz Felipe Lenz Brito | Presidente Portobello América |
| Diogenes Ghellere | Diretor Geral Pointer |



Da esq. para dir., Mauro do Valle Pereira, Diretor Presidente; Ronei Gomes, Diretor Vice Presidente de Finanças e de Relações com Investidores; Cesar Gomes Junior, Presidente do Conselho; Claudio Ávila da Silva; Vice Presidente do Conselho; e Edson Stringari, Diretor Vice-Presidente Jurídico

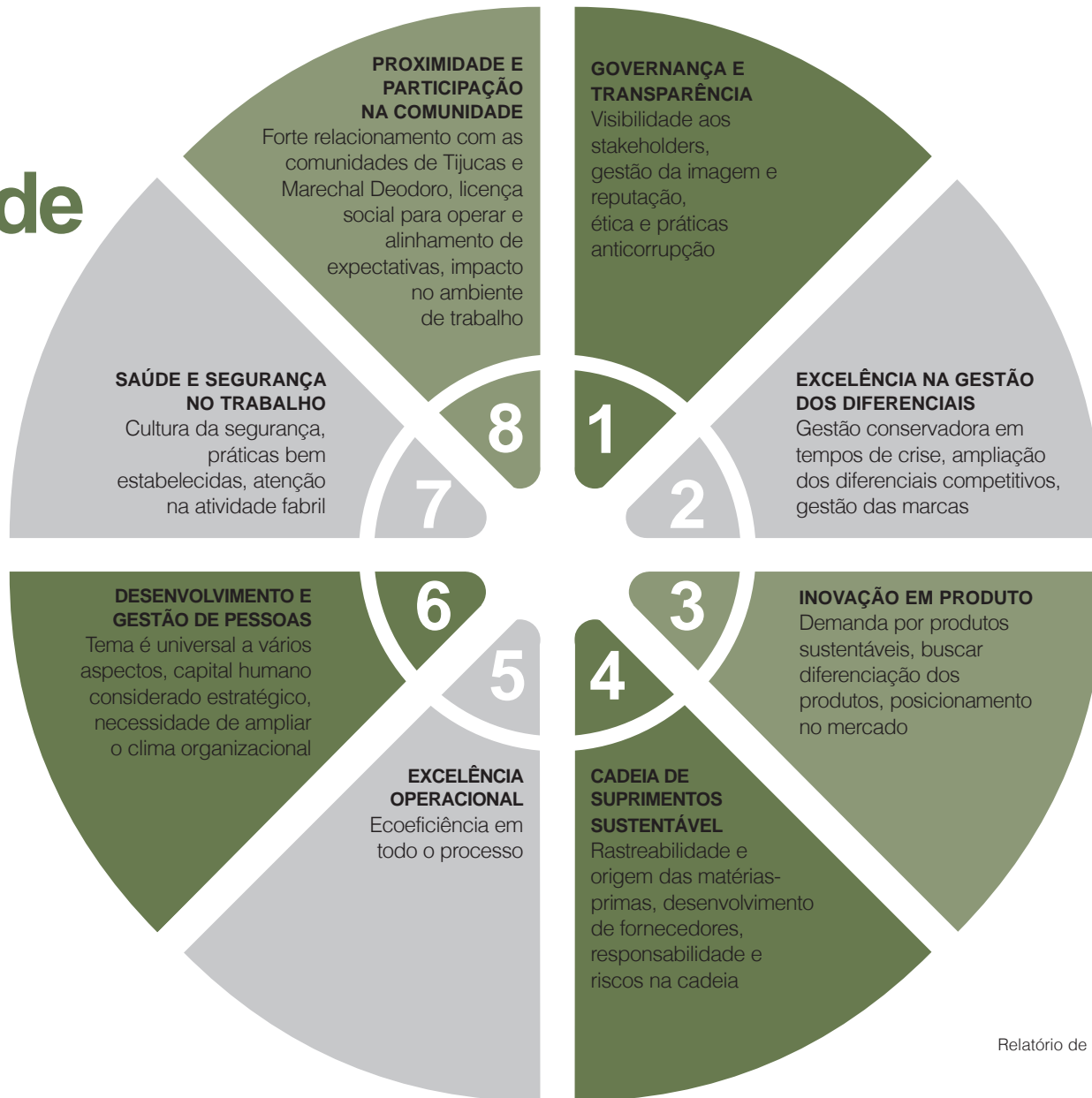
DIRETORIA ESTATUTÁRIA 2020

| | |
|-------------------------------|--|
| Mauro do Valle Pereira | Diretor Presidente |
| Ronei Gomes | Diretor Vice Presidente de Finanças e de Relações com Investidores |
| Edson Stringari | Diretor Vice-Presidente Jurídico |

Pilares de sustentabilidade

Materialidade

Oito temas de maior relevância e prioridade no contexto da sustentabilidade, que direcionam a gestão da Portobello



Portobello

ASTRAS. P
ELABORADA SUSTENTÁVEL
ALTERNATIVAS PARA O SEU MUNDO



Nos dedicamos incansavelmente ao aprimoramento das diferentes etapas dos processos produtivos e criativos, para que possamos cuidar e ajudar a regenerar o planeta onde vivemos

Os produtos Portobello, com destaque para as Lastras, na Portobello Shop Brasília (DF)



Todos os produtos Portobello são produzidos de forma sustentável, respeitando a biodiversidade e o uso de recursos naturais

Diretrizes que guiam a atuação da companhia:

- Exercitar o design e a inovação sustentáveis;
- Potencializar a sustentabilidade do material cerâmico, com destaque nas jazidas de matéria-prima, na energia, na água e na gestão dos resíduos;
- Cultivar e incentivar boas práticas de proteção ao meio ambiente, comprometendo-se com a educação ambiental.



Através do pilar Nosso Produto, a Portobello contribui com os seguintes Objetivos Sustentáveis da ONU



6

Água potável e saneamento



12

Produção e consumo sustentáveis



13

Mudanças Climáticas



15

Proteger a vida terrestre

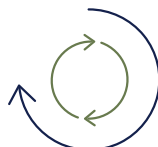
Naturalmente sustentável

O revestimento cerâmico é sustentável pela sua própria natureza



extração regenerativa

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



reciclável

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



resistente ao fogo

RESISTENTE AO FOGO
Não libera fumaça tóxica em situações extremas.



zero alergênicos
produto estéril

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



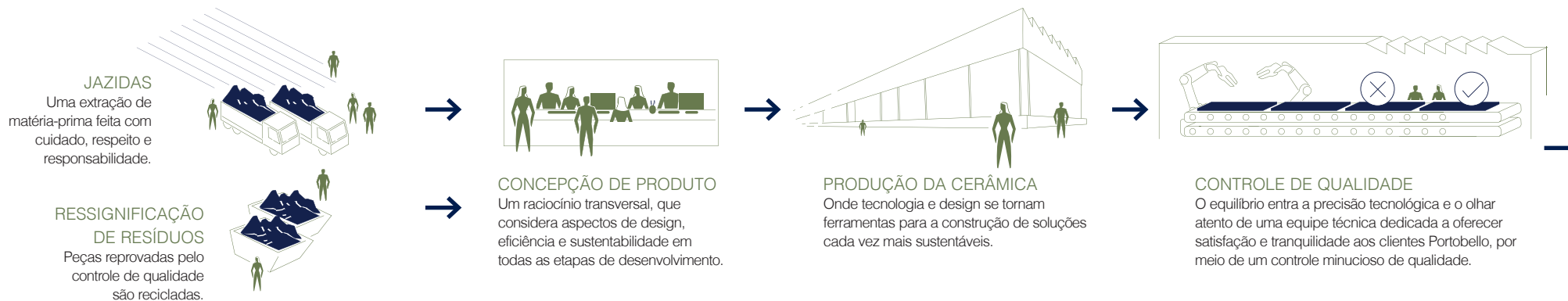
reaproveitamento da água

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



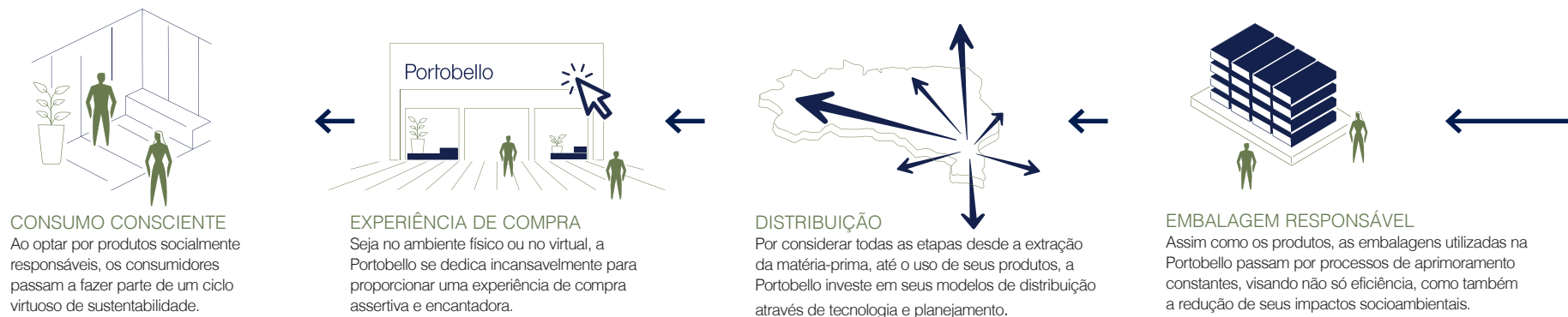
produto tóxico

ZERO FORMALDEÍDO
As cerâmicas não contêm aglomerantes, incluindo o formaldeído, que causa danos à saúde.



Jornada do produto Portobello

Conheça o caminho que os produtos Portobello percorrem e como a companhia lida com cada uma das etapas





nossa
gente

**Valorizamos as pessoas
das comunidades em que
atuamos e acreditamos em
seus potenciais de evoluir e
transformar o mundo para melhor**

Portobello

Crianças
participantes
do Programa
Crescer.
Foto das
atividades
de 2019





Nos preocupamos com o bem-estar de nossos colaboradores e das pessoas ao nosso redor, colaborando para a construção de comunidades sustentáveis e diversas

Diretrizes que guiam a atuação da companhia:

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



Através do pilar Nossa Gente, a Portobello contribui com os seguintes Objetivos Sustentáveis da ONU



3
Saúde e Bem-estar



4
Educação de Qualidade



10
Reduzir as Desigualdades



11
Cidades e Comunidades Sustentáveis



16
Paz, Justiça e Instituições Eficazes



Pluralidade na Portobello

Seremos uma marca cada vez mais plural

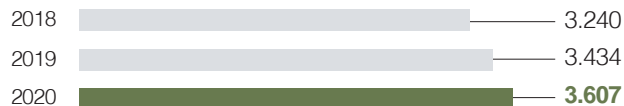
Entendemos que a diversidade cria um ambiente mais produtivo e aberto à inovação.

Diferentes pessoas, com pontos de vista, vivências e culturas próprias, aliadas a uma vontade de fazer sempre mais e melhor, respeitando, sendo receptivo e colaborativo – é assim que vamos evoluir cada vez mais. Diferentes, mas com algo em comum: nossa paixão pelo

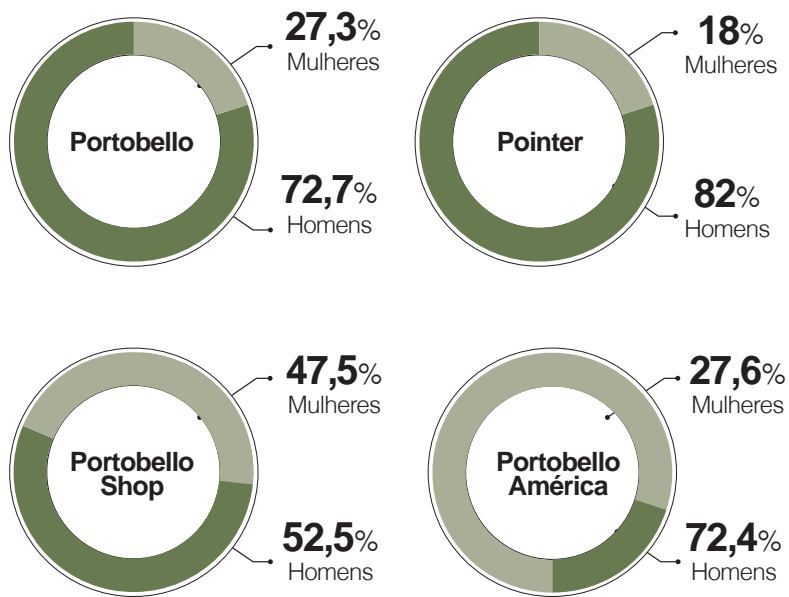
design. Essa é a nossa grande força!

Temos consciência que ainda temos um longo caminho a percorrer, mas nosso progresso depende do nosso comprometimento com essa visão. A próxima geração de líderes é plural. E um futuro mais plural começa com mais receptividade e mais oportunidades. Esse é um compromisso de todos nós.

Empregos diretos



Colaboradores por gênero





saúde e segurança

A empresa acredita que saúde e segurança são interdependentes

A pandemia de 2020 nos trouxe diversos desafios de saúde e segurança. Além das programações regulares, que muitas vezes tiveram que ser reinventadas, diversas outras ações foram implantadas para a conscientização e prevenção da Covid-19. Confira nas páginas seguintes.

Para evitar a proliferação da Covid-19, não foi possível realizar alguns treinamentos e grandes eventos, como a SIPAT. Mas nem por isso deixamos de buscar alternativas para conscientizar nossos colaboradores. Promovemos seminários online com assuntos

de saúde e segurança, blitz educativas e materiais de divulgação em nossas redes internas.

Assim, tivemos uma menor taxa de absenteísmo, quando ocorre ausência do trabalho devido a qualquer incapacidade, tanto nas fábricas da Portobello, quanto da Pointer, em comparação com 2019. Finalizamos o ano de 2020 com quatro unidades fabris sem nenhum acidente que gerasse afastamento do colaborador. Uma das unidades fabris está há 45 meses sem acidentes deste gênero. Buscamos sempre evoluir nesse sentido. Também reduzimos o número de acidentes totais.

↓16%
redução de acidentes
totais na fábrica
Portobello em 2020

zero
óbitos e doenças
ocupacionais em
2018, 2019 e 2020





saúde e segurança

Gerenciando a Covid-19

Na crise de saúde, a Portobello reiterou sua responsabilidade na manutenção da segurança e bem-estar de todos os seus funcionários e da comunidade

GRUPO DE MONITORAMENTO

Criação de grupo que monitora e integra as ações de combate à Covid-19 em toda a Portobello Grupo.

PLANO DE CONTINGÊNCIA

Desenvolvimento de um plano de ação e estratégias para prevenção e em casos de suspeita ou confirmação da doença.

DISTANCIAMENTO SOCIAL

Obrigatório nos transportes coletivos, refeitórios e todas as áreas da empresa. Home office para colaboradores do setor administrativo.

AÇÕES DE PREVENÇÃO

Orientações dos cuidados, acompanhamento médico, distribuição de máscaras para todos os funcionários, disponibilização de álcool em gel e testagem para casos suspeitos.

MANUTENÇÃO DOS EMPREGOS

A Portobello não realizou demissões decorrentes da crise, adotando a redução de jornada de trabalho de 25% da MP-936.

100% DIGITAL

Todos os eventos pós-Revestir, com destaque para Convenção de Franqueados, Mostra Unltd e workshops de Lastras.





1.000
testes rápidos

Adquiridos para o atendimento de colaboradores e monitoramento de todos os casos suspeitos e confirmados

R\$90 mil

Doados para o Lar Santa Maria da Paz, em Tijucas (SC), junto de alimentos, produtos de higiene e medicamentos

4

respiradores mecânicos e monitores

Doados para o Hospital São José, em Tijucas (SC)



113

cestas básicas

Doadas para a Fundação Vidal Ramos, em Florianópolis (SC)

Cuidado coletivo

Além das ações internas, voltadas para a segurança dos colaboradores, a Portobello Grupo também realizou doações significativas para o combate da Covid-19



14 mil
máscaras

Distribuídas para a Secretaria de Saúde de Tijucas (SC), para o Hospital São José (SC), para comunidades de SC, para colaboradores da Pointer (AL) e para a Comunidade do Vergel (AL)



300

cestas básicas e kits de higiene

Doados para a Comunidade do Vergel (AL), em parceria com a ONG Mandaver, e para a Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo de Alagoas



programas sociais

Acreditamos que, ao priorizar as crianças e o esporte, estamos ajudando a construir um futuro melhor. Por isso, nos arredores da fábrica de Tijucas (SC), mantemos programas permanentes e apoiamos iniciativas nessas áreas

PROGRAMA CRESCER

O Programa Crescer é um projeto transformador em Tijucas (SC) que, há mais de quinze anos, oferece uma programação de esportes e atividades educacionais. Por ano, participam cerca de 200 crianças e adolescentes, de seis a treze anos, dos quais 30% são filhos de colaboradores da Portobello e 70% são da comunidade local. Dos participantes, 90% são estudantes de escolas públicas da região.

O Programa tem o objetivo não só de incentivar a prática de atividades físicas, desenvolvendo habilidades motoras, mas também de estimular valores positivos do esporte, como responsabilidade, cooperação e

respeito. Isso acontece através do trabalho de temas socio-educativos, como saúde, educação, empreendedorismo e sustentabilidade. Funciona, ainda, como uma preparação dos adolescentes para o mundo profissional, direcionando estes jovens para o programa Jovem Aprendiz da Portobello.

É realizado em parceria com a ADEC - Associação Desportiva dos Ceramistas do Vale do Rio Tijucas e o SE-SI/ SC - Serviço Social da Indústria. Todos os participantes recebem gratuitamente transporte, alimentação, uniforme e material escolar com a agenda do programa. O Programa Crescer não ocorreu em 2020 para evitar a proliferação da Covid-19.



Atividade do Programa Crescer em 2019



programas sociais

CORAL ANJOS DE LUZ

Fundado em 2004, o Coral Anjos Luz é um projeto que acontece na comunidade de Tijucas (SC) e já envolveu mais de 300 crianças e adolescentes, de seis a treze anos de idade. É uma iniciativa que leva a beleza e poder transformador da música a diferentes gerações. As relações cultivadas desde a infância são extremamente valiosas para a Portobello, especialmente porque muitas dessas crianças são filhos dos colaboradores da empresa.

Atualmente, conta com 35 integrantes que fazem apresentações em eventos populares, festivais, festas e shows, também em parceria com outros grupos musicais. O coral não ocorreu em 2020 para evitar a proliferação da Covid-19.

PROGRAMA DE VOLUNTARIADO

A base para manter ativas e envolver cada vez mais pessoas nos diversos programas sociais da Portobello é o Programa de Voluntariado, que atualmente conta com a participação de mais de 200 colaboradores. O programa, que estimula o envolvimento em ações sociais desde 2017, tem o

objetivo de contribuir para a melhoria da qualidade de vida da comunidade em geral. Para tanto, hoje a iniciativa está organizada em quatro diferentes frentes de trabalho, que os voluntários podem escolher de acordo com suas disponibilidades e interesses:

- Ações voluntárias, em que o colaborador auxilia em eventos corporativos como festa do trabalhador, festa das crianças, eventos realizados pelo município de Tijucas (SC).
- Campanhas solidárias, focadas em arrecadação de doativos para Natal Voluntário, Campanha do Agasalho, visitas a hospitais, asilos, creches e escolas.
- Doações solidárias, em que voluntários dão auxílio a colaboradores que enfrentam dificuldades devido a doenças ou desastres naturais.
- Ações pela vida, que têm foco na saúde e bem-estar das pessoas e desenvolve ações como doação de sangue, de plaquetas, auxílio em eventos relacionados à saúde em geral, como Outubro Rosa e Novembro Azul.

Em 2020, promovemos a ida de cinco grupos de colaboradores ao HEMOSC Florianópolis, para doação de sangue.



Apresentação do Coral Anjos de Luz em 2018



programas sociais

38.000 m²

de revestimento cerâmico doado para instituições sociais, inclusive hospitais de combate à Covid-19

NATAL VOLUNTÁRIO

O maior programa social da Portobello existe desde 2003 e conta com a participação dos colaboradores da companhia, que se tornam padrinhos e madrinhas de crianças e idosos carentes de Tijucas (SC) e Marechal Deodoro (AL), doando presentes de Natal para os seus afilhados.

Em 2020, o Natal Voluntário da Portobello distribuiu 256 presentes para crianças de instituições de SC e 280 cestas de Natal para as famílias mais carentes de Tijucas, com apoio da Secretaria de Ação Social.

Na Pointer, os colaboradores adotaram 250 crianças da Comunidade do Vergel, em parceria com a ONG MandaVer.

Em nossa rede Portobello Shop, participamos de ações de Natal em várias cidades do Brasil, como o Almoço de Natal Solidário da Missão

Vida, apoiado pela Portobello Shop Campinas (SP), e o Natal Solidário do Lar Esperança, apoiado pela Portobello Shop Nilo Peçanha, em Porto Alegre (RS). Ainda, a franqueadora destinou o valor que seria para compra de brindes para os franqueados para a APAE de Tijucas, apoiando um projeto de melhorias no ambiente para a retomada das aulas em 2021.

FESTA DO TRABALHADOR

O tradicional evento, realizado com o apoio dos Voluntários Portobello, tem a participação de uma média de 2.500 pessoas, entre colaboradores e familiares a cada edição. Em 2020, a festa foi substituída por uma ação virtual que estimulou o movimento nacional “fique em casa”.

FESTA DAS CRIANÇAS

O evento acontece com o apoio do Programa de Voluntariado, em que os colaboradores, participantes dos programas

sociais e seus familiares oferecem atividades lúdicas, brincadeiras e apresentações culturais. Em 2020, para evitar a proliferação da Covid-19, a Festa das Crianças foi um evento virtual que contou com a participação de animadores e do mascote Bello. Música, brincadeiras e prêmios fizeram a alegria das crianças das famílias dos colaboradores da Portobello e da Pointer.

PROJETOS VIA LEI DE INCENTIVO

A empresa destinou R\$400 mil em recursos incentivados a projetos nas comunidades onde está inserida, através da Lei de Incentivo à Cultura, Lei de incentivo ao Esporte, Pronon, Pronas, Fundo da Infância e Adolescência e Fundo do Idoso.

APOIO AO ESPORTE

A ADEC - Associação Desportiva dos Ceramistas do Vale do Rio Tijucas é uma parceira da Portobello que promove diversos programas e atividades com o objetivo de congregar empresas e comunidade. Com

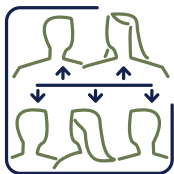
isso, mais de 4 mil associados e seus dependentes desfrutam de ampla área com natureza preservada e infraestrutura completa para o esporte e lazer.

OLIMPIADAS BELLO

Realizada em parceria com a ADEC - Associação Desportiva dos Ceramistas do Vale do Rio Tijucas, a Olimpíadas Bello incentiva os colaboradores a participarem de 14 modalidades esportivas, proporcionando bem-estar e momentos de descontração e diversão entre os colegas de trabalho e familiares. O evento não ocorreu em 2020 para evitar a proliferação da Covid-19.

EDUCAÇÃO AMBIENTAL

Programa voltado para colaboradores e moradores da região próxima à fábrica Portobello, em Tijucas (SC). Divulga boas práticas ambientais nas mídias sociais internas e locais, assim como realiza campanhas de conscientização e treinamentos mensais para os colaboradores.



gente e gestão

Meritocracia

Faz parte do nosso desenvolvimento organizacional e é uma das estratégias da área de Gente e gestão

Acreditamos que profissionais com foco no resultado, inovadores e que agem como donos do negócio são fundamentais para alcançarmos os objetivos da marca.

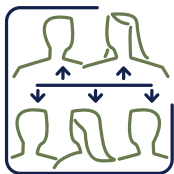
Selecionamos, reconhecemos e valorizamos profissionais de alta performance, através de um sistema de meritocracia. Acreditamos que alinhamento de objetivos e metas, planejamento estruturado e ferramentas de gestão levam a excelência e eficiência.

Os profissionais que entregam os me-

lhores resultados, com integridade, ética, respeito e trabalho em equipe, devem ser reconhecidos individualmente. O colaborador é o protagonista da sua carreira e deve buscar seu desenvolvimento e aprimoramento contínuo, envolvendo seu líder e com o apoio da empresa.

Valorizamos a boa convivência no ambiente de trabalho, clima descontraído e agradável. Os resultados do dia, do mês e do ano são acompanhados e devem estar alinhados à sustentabilidade da companhia.





gente e gestão

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

COMPETÊNCIAS ORGANIZACIONAIS

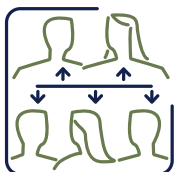
- Foco no resultado
- Atitude de dono
- Inovação

COMPETÊNCIAS DE LIDERANÇA

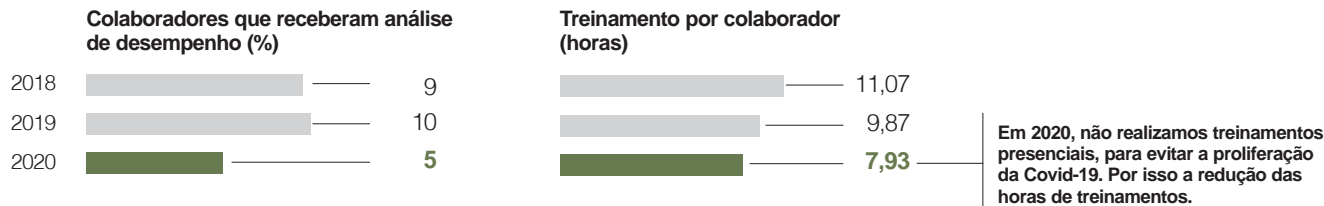
- Desenvolvimento de talentos
- Busca pela competitividade
- Foco no cliente
- Agilidade na gestão
- Valorização das diferentes opiniões

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





gente e gestão



Oferecemos ferramentas de capacitação para que nossos colaboradores se desenvolvam profissionalmente

MENTORING

Os profissionais com potencial de ascensão passam por ciclos anuais de mentoring com colegas que estão 1 ou 2 níveis hierárquicos acima. O programa não ocorreu em 2020 para evitar a proliferação da Covid-19, mas está sendo retomado em 2021.

LÍDER DO FUTURO

Programa de imersão de desenvolvimento de liderança para gestores. Já participaram 105 profissionais.

DESENVOLVIMENTO EM AÇÃO

Programa criado em 2020, direcionado ao desenvolvimento de consultores e execu-

tivos do canal revenda e das lideranças de marketing e exportação. Em nossos cursos EAD e encontros online, proporcionamos momentos de aprendizagem, para que os profissionais possam aprimorar ainda mais suas habilidades de encantar clientes, superar expectativas e antecipar cenários. Cada público tem sua trilha de desenvolvimento específica, envolvendo preparação para o atendimento, experiência do cliente, negociação e vendas, comunicação e liderança.

TREINAMENTO DE LÍDERES

Em 2020, diante do cenário de pandemia, foram realizados encontros virtuais (lives) com os líderes da Portobello Shop, com

temas essenciais, visando promover a inspiração e recursos práticos para que os participantes se apropriem de novos caminhos e possibilidades, com segurança e otimismo.

WORKSHOP LASTRAS PORTOBELLO

Com foco no grande lançamento de 2020, as Lastras, foram realizados mais de 130 horas de treinamento para os especificadores parceiros da Portobello Shop.

PORTAL EAD

Com foco na Equipe Comercial, mais de 2.000 profissionais dos canais Revenda, Engenharia e Portobello Shop, se capacitam em temas técnicos, relaciona-

dos aos produtos e ao atendimento.

AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

Avaliamos o desempenho de nossos líderes em 360º e utilizamos os resultados para mapear 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 comitê. A Avaliação de Desempenho das carreiras administrativas e operacionais é realizada bianualmente. Portanto, esses colaboradores, que representam a maior parte da empresa, não foram avaliados em 2020, mas sim em 2019.



**Indicadores financeiros positivos,
a satisfação de nossos clientes e o
compromisso de todos os stakeholders
garantem a sustentabilidade do nosso negócio**



Na Portobello, acreditamos que só é possível crescer juntos. As oportunidades existem para todos e compartilhamos riscos, resultados e valores éticos

Acreditamos que as avaliações através dos fatores ESG incentiva os investimentos sustentáveis, aumenta a confiança no mercado de capitais e gera mais valor para a sociedade. Somos comprometidos com a transparência e a melhoria contínua na geração e divulgação de informações relevantes para a sustentabilidade ambiental, social e econômica. Convidamos a todos a acessar nossas informações, através desse Relatório ou dos canais de Relacionamento com o Investidor.

Diretrizes que guiam a atuação da companhia:

- Comprometer-se com a excelência em resultados
- Crescer Juntos. Criar condições de geração de valor para todos
- Investir em boas práticas de gestão e governança, priorizando a meritocracia
- Investir de forma contínua na sustentabilidade



Através do pilar Nosso Negócio, a Portobello contribui com os seguintes Objetivos Sustentáveis da ONU



Resultados econômicos

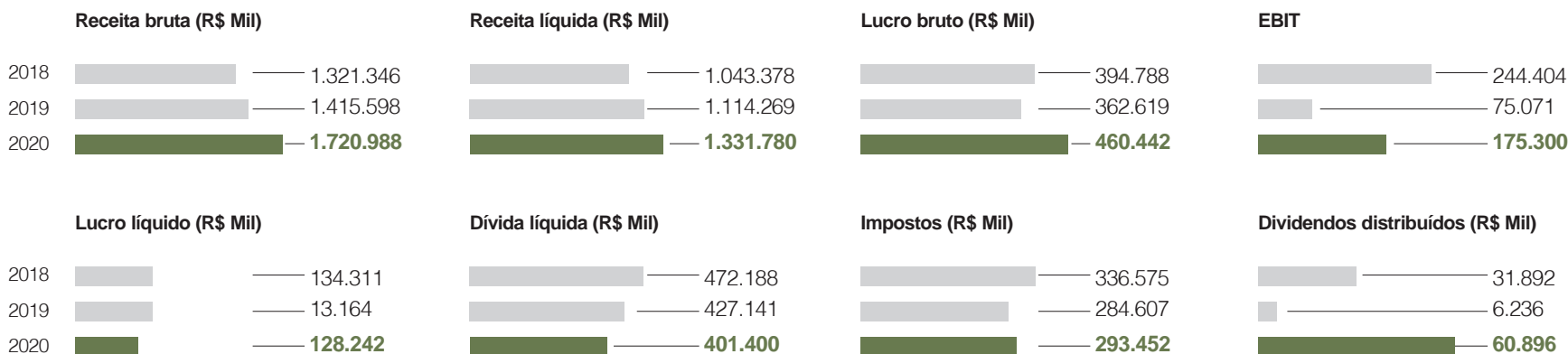
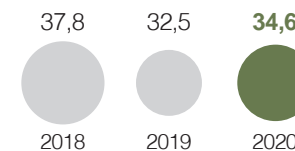
Grandes conquistas marcaram o ano de 2020 para a Portobello Grupo. Apesar dos desafios e efeitos negativos da pandemia da Covid-19, apresentamos resultados recordes em vendas, fortalecendo novamente a nossa resiliência perante o mercado. O resultado é a consolidação como uma das empresas líderes do setor de revestimentos cerâmicos,

cujo portfólio apresenta produtos de alto valor agregado. Outro diferencial competitivo do grupo são os diversificados canais de distribuição e a receita de exportação, maior que a de seus principais pares no país.

Diante do cenário de incertezas e da grave crise mundial durante a pande-

mia - com impactos sem precedentes na economia e na sociedade -, a Portobello se posicionou: protegemos nossos colaboradores e demos continuidade aos negócios de forma sólida, aproveitando o momento da mudança de hábitos de consumo das pessoas, alcançando os melhores patamares de vendas nos últimos cinco anos.

Margem bruta (%)



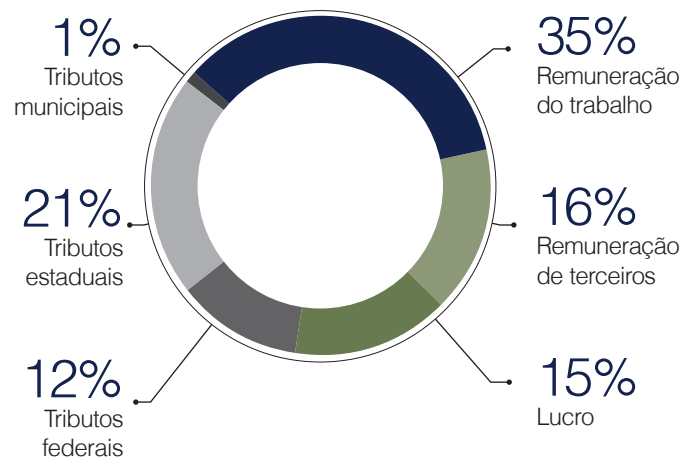
As informações financeiras apresentadas neste documento são derivadas das demonstrações financeiras consolidadas da PBG S.A., elaboradas de acordo com as normas do Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC) e as Normas Internacionais de Relatórios Financeiros (IFRS).



Valor adicionado

O valor adicionado é a demonstração da riqueza compartilhada entre colaboradores, comunidade, governo, acionistas e credores (agentes econômicos que contribuíram para sua geração). Em 2020, totalizou R\$ 865 milhões.

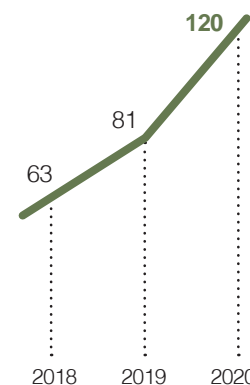
Destinação do valor adicionado



Investimentos

A maior parte dos investimentos foi destinada à unidade fabril de Tijucas (SC), com a implantação da nova linha de produção de Lastras. Este projeto é uma importante evolução da Portobello e faz parte da estratégia que visa oferecer soluções completas aos clientes, com as Lastras, porcelanatos de grandes dimensões.

Investimentos (R\$ Mil)



Em 2020, os investimentos totalizaram R\$ **120,4** milhões

Os investimentos foram **↑27%** superiores a 2019

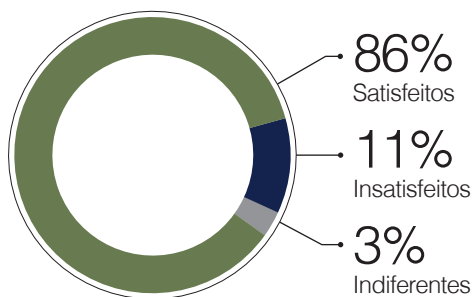


Satisfação do cliente

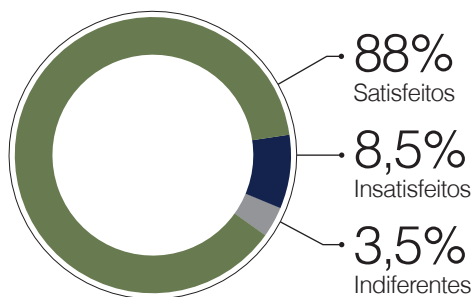
A Portobello realiza semestralmente uma pesquisa com profissionais de arquitetura e design, especificadores da marca, para mensurar o grau de satisfação sobre os processos, produtos e serviços da empresa. A mais recente pesquisa de satisfação com estes profissionais foi realizada em fevereiro de 2021, com 305 especificadores.

A Portobello manteve em 2020 o selo RA1000, do site Reclame Aqui, recebido há três anos consecutivos. 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.

Satisfação dos especificadores



Satisfação dos consumidores finais



Comentários de especificadores parceiros Portobello Shop, em pesquisa anônima

“Excelente equipe.

“Mega atenciosos, prestativos, sempre tentando nos ajudar da melhor forma possível.

“Atendimento sempre muito bom! As consultoras são sempre simpáticas e bem informadas sobre os produtos.

“Vocês são sensacionais! Parabéns pela equipe e pelo produto de primeira!

“Qualidade do produto, da entrega e do atendimento são os motivos que me fazem optar por produtos Portobello!



Reconhecimentos e prêmios

| | Nome do prêmio | Categoria | Instituição | Edição |
|------------------------|---|--|---|----------|
| Portobello | | | | |
| | Prêmio Anamaco 2020 | Grandes Clientes | Anamaco | Nov/2020 |
| | Prêmio Empresa Cidadã 2020 | Preservação ambiental | Tribunal Justiça SC | Nov/2020 |
| | Top Of Mind | Casa e Mercado | Marca de Revestimento Cerâmico/Porcelanato e Marca de Pastilha Cerâmica | Nov/2020 |
| | Reclame AQUI | Reclame AQUI | Fabricantes – Revestimentos, Pisos e Cerâmicas | Dez/2020 |
| Portobello Shop | | | | |
| | Selo de Excelência em Franchising 2020 | Master | ABF | Mar/2020 |
| | Selo de cinco estrelas do Guia das Melhores Franquias do Brasil | Casa, decoração e presentes | Pequenas Empresas & Grandes Negócios | Nov/2020 |
| | Top de Marketing e Vendas | Comunicação, com o case Evento virtual de lançamento Mostra Unlimited; Varejo, com o case Lançamento Lastras Portobello nas lojas Portobello Shop; e “Top One” com a maior nota entre os ganhadores com o case Evento virtual de lançamento Mostra Unlimited | ADVB/SC | Dez/2020 |

Framework de sustentabilidade Portobello

PREMISSAS

TRANSPARÊNCIA

Sustentabilidade vista como um processo de aprendizado contínuo, com erros e acertos

COLABORAÇÃO

Incluir diferentes atores para construir juntos e maximizar impactos positivos



EDUCAÇÃO

Compartilhar informações com os diferentes stakeholders para influenciar um consumo cada vez mais consciente

COMUNICAÇÃO

Sustentabilidade como tema transversal em todos os pontos de contato

NOSSO PRODUTO

Entendemos que o nosso lar vai além de quatro paredes. Tangibilizamos a nossa dedicação incansável em aprimorar nossos processos produtivos, para que possamos cuidar e ajudar a regenerar o planeta onde vivemos

NOSSA GENTE

As ações e projetos que criamos ou apoiamos visando fortalecer as pessoas e comunidades com as quais nos envolvemos. Representa o nosso esforço contínuo para valorizar o ser humano, acreditando no seu potencial de evoluir e transformar o mundo para melhor

NOSSO NEGÓCIO

O sucesso do nosso negócio é medido não só sob o aspecto financeiro, mas também pelo bem-estar das pessoas e do meio ambiente gerado por nossos produtos e serviços. Reafirmamos o nosso compromisso em adotar medidas sustentáveis como parte integrante de nossa estratégia de negócio

PROJETOS

- 100% circuito fechado de água no processo produtivo
- 100% gás natural em fornos e secadores em Tijucas, SC
- 99,9% dos resíduos reutilizados ou reciclados
- 1800m³ de água economizados no consumo humano com a campanha Água, Cuide dela você também

PROJETOS

- Campanha Trimestre Colorido
- Campanha de vacinação
- Coral Anjos de Luz
- Programa Crescer
- Programa de voluntariado
- Leis de incentivo
- Programa Jovem Aprendiz
- Programas de saúde e segurança no Trabalho (SIPAT – Semana Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho)

PROJETOS

- Compliance: Avaliações periódicas
- Pesquisa de satisfação com resultado igual ou superior de 87%
- Manutenção do selo RA1000, do site Reclame Aqui, recebido em 2018, 2019 e 2020
- Conquista do Prêmio Época Reclame Aqui na categoria Casa e Construção no Prêmio Época Reclame Aqui.
- Programas de Treinamento e Educação Corporativa

ODS



ODS



ODS



Portobello do futuro

Nossa ambição e nossas ações farão da Portobello uma empresa

Cada vez mais sustentável

- Iniciativas de energia alternativa para todos os negócios e lojas
- Conscientização dos colaboradores, profissionais e clientes sobre uso e destinação de resíduos de revestimentos
- Uso consciente da água em todos os negócios e lojas

Cada vez mais plural e acessível

- Políticas de recrutamento e seleção que visam a diversidade
- Acessibilidade física e de informações em todos os negócios e lojas
- Acessibilidade digital

Cada vez mais digital e conectada

- Experiência phygital que atenda às demandas de inspiração, especificação e compra da solução completa Portobello
- Marca aberta ao diálogo através de todos os canais digitais
- Empatia e disponibilidade de atender - e surpreender - os desejos dos clientes



- desperdício
+ reaproveitamento

- consumo
+ tecnologia

- resíduos
+ reciclagem



“ Na Portobello, a forma de agir e se relacionar com o mercado e o meio ambiente tem que ser cada vez mais sustentável.

Mauro do Valle, presidente da Portobello Grupo



“ É um prazer poder trabalhar com uma indústria que permite expressão criativa com liberdade.

Oskar Metsavaht, designer e artista



“ A estética tem que andar junto com a ética.

Nina Almeida, diretora executiva do Instituto-E



“ Temos que criar coisas que fazem a diferença no mundo.

Chris Ferreira, diretora inovação e branding da Portobello



“ A Portobello se engaja na sustentabilidade, olha para suas estruturas.

Marcelo Rosenbaum, designer



“ Construimos o futuro no qual acreditamos: sustentável e colaborativo.

Pedro Andrade, jornalista

Visão para o futuro

Portobello

Construindo o futuro que queremos, juntos

Exposição de Lastras na
Portobello Shop Florianópolis (SC)

Sumário de Conteúdo GRI

102-55

| SEÇÃO (ASPECTO / INDICADOR) | DESCRIÇÃO | PÁGINA RESPOSTA | ODS |
|--|---|---|-----|
| CONTEÚDOS GERAIS - GRI 101, 102 e 103 | | | |
| ESTRATÉGIAS E ANÁLISE | | | |
| 102-14 | Mensagem do Presidente. | 3 | |
| PERFIL ORGANIZACIONAL | | | |
| 102-1 | Nome da organização. | 17 | |
| 102-2 | Principais marcas, produtos e/ou serviços. | 26 | |
| 102-3 | Localização da sede da organização. | 4 | |
| 102-4 | Países em que a organização opera e em que suas principais operações estão localizadas. | 17 | |
| 102-5 | Tipo e natureza jurídica da propriedade. | 17 | |
| 102-6 | Mercados atendidos. | 27 | |
| 102-7 | Porte da organização. | 43 e 82 | |
| 102-8 | Total de trabalhadores, por tipo de emprego, contrato de trabalho e região. | 82 e 83 | |
| 102-41 | Percentual de empregados abrangidos por acordo de negociação coletiva. | O ACT é aplicado a todos os empregados com exceção dos 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 | 20 | |
| 102-49 | Principais mudanças durante o período coberto pelo relatório. | Não aplicável | |

| | | |
|---|--|---|
| 102-11 | Explicação de se e como a organização aplica o princípio da precaução. | “A Companhia não tem por prática operar instrumentos financeiros com objetivos diversos de proteção patrimonial (hedge). A estratégia de monitoramento e gerenciamento de riscos tem sido conduzida principalmente pela área financeira da Companhia, um processo contínuo, atendendo a diretriz de exposição cambial, além de que todas decisões relativas às operações que envolvam algum risco para a Companhia são avaliadas e aprovadas antecipadamente pela Administração.” |
| 102-12 | Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente. | A Portobello é signatária do Movimento Nacional ODS Santa Catarina desde maio de 2018. |
| 102-13 | Participação em associações e/ou organismos nacionais/ internacionais. | A Portobello participa das seguintes associações: ACIT (Associação Comercial e Industrial de Tijucas) e Anfacer (Associação Nacional dos Fabricantes de Cerâmica) |
| ASPECTOS MATERIAIS IDENTIFICADOS E LIMITES | | |
| 102-46/102-54 | Processo para definição do conteúdo do relatório. | 35 e 36 |
| 102-47 | Lista dos temas materiais. | 36 |
| 103-1-a | Tópicos materiais | 36 |
| 103-1-b | Materialidade e limites de cada aspecto dentro da organização. | 36 |
| 103-1-c | Materialidade e limites de cada aspecto fora da organização. | 36 |
| 102-48 | Reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores | As informações sobre Número de Doenças Ocupacionais, na planilha do indicador 403-2, foram atualizadas em 2018, devido a correção da fórmula da base de dados |
| 102-49 | Mudanças significativas de escopo. | Não aplicável. |
| ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS | | |
| 102-40 | Relação de grupos de stakeholders engajados pela organização. | 36 |
| 102-42 | Base para a identificação e seleção de stakeholders com os quais se engajar. | 36 |

| | | | |
|-------------------------------------|--|--|----------|
| 102-43 | Abordagens para o engajamento dos stakeholders. | 36 | |
| 102-44 | Principais temas e preocupações levantados por meio do engajamento dos stakeholders. | 36 | |
| PERFIL DO RELATÓRIO | | | |
| 102-50 | Período coberto pelo relatório para as informações apresentadas. | 4 | |
| 102-51 | Data do relatório anterior mais recente e limite do relatório | Relatório de Sustentabilidade elaborado anualmente desde 2015 | |
| 102-52 | Ciclo de emissão de relatórios. | 4 | |
| 102-53 | Dados para contato em caso de perguntas relativas ao relatório ou seu conteúdo. | sustentabilidade@portobello.com.br | |
| 102-55 | Tabela que identifica a localização das informações no relatório. | 72 | |
| 102-56 | Política e prática atual relativa à busca de verificação externa para o relatório. | Não foi realizada verificação externa (auditoria) deste Relatório. Há um compromisso para verificar as próximas versões. | |
| GOVERNANÇA | | | |
| 102-18 | Estrutura de governança da organização. | 13 e 14 | |
| ÉTICA E INTEGRIDADE | | | |
| 102-16 | Declarações de missão e valores, códigos de conduta e princípios internos relevantes | 9 | |
| CONTEÚDOS ESPECÍFICOS | FORMAS DE GESTÃO | | ODS |
| DIMENSÃO ECONÔMICA - GRI 200 | | | |
| DESEMPENHO ECONÔMICO | | | |
| 201-1 | Valor econômico direto gerado e distribuído. | 69 | 8 |

| | | | |
|-------------------------------------|--|-------------|----|
| IMPACTOS ECONÔMICOS INDIRETOS | | | |
| 203-2 | Descrição de impactos, econômicos indiretos significativos. | 17, 40 e 68 | 8 |
| DIMENSÃO AMBIENTAL - GRI 300 | | | |
| MATERIAIS | | | |
| 301-2 | Percentual dos materiais usados provenientes de reciclagem. | 84 | 12 |
| ENERGIA | | | |
| 302-1 | Consumo de energia direta discriminados por fonte de energia primária. | 62 e 86 | |
| 302-3 | Intensidade Energética | 86 | |
| ÁGUA | | | |
| 303-1 | Total de água retirada por fonte. | 63 e 85 | |
| 303-3 | Percentual e volume total de água reciclada e reutilizada | 85 | |
| BIODIVERSIDADE | | | |
| 304-2 | Impactos significativos na biodiversidade de atividades, produtos, e serviços. | 61 | 12 |
| EMISSÕES | | | |
| 305-1 | Total de emissões diretas de gases de efeito estufa. | 86 | |
| EFLUENTES E RESÍDUOS | | | |
| 306-1 | Descarte total de água, discriminado por qualidade e destinação | 63 e 85 | 6 |
| 306-2 | Peso total de resíduos, discriminados por tipo e disposição | 64 e 87 | 12 |

| PRODUTOS E SERVIÇOS | | | |
|-------------------------------------|---|--|----|
| 301-3 | Percentual de produtos e embalagens recuperados, por categoria de produto. | 64 | 12 |
| AVALIAÇÃO AMBIENTAL DE FORNECEDORES | | | |
| 308-2 | Impactos ambientais significativos reais ou potenciais na cadeia de fornecedores e ações tomadas. | 61 e 88 | 15 |
| DIMENSÃO AMBIENTAL - GRI 400 | | | |
| DIMENSÃO SOCIAL - TRABALHISTAS | | | |
| EMPREGO | | | |
| 401-2 | Benefícios concedidos a empregados de tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários. | Plano de saúde, Assistência farmacêutica, Assistência odontológica, Vale refeição ou restaurante na empresa, Bonus assiduidade, Vale transporte, Participação nos resultados, Desconto na compra de produtos Portobello e Pointer, Seguro de Vida, Vale adiantamento, Convênio creche-babá, Programa Mamãe Portobello, Assistência a dependentes com deficiência, Empréstimo consignado e Abono férias | 3 |
| SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO | | | |
| 403-1 | Percentual da força de trabalho representada em comitês formais de saúde e segurança. | 42 | 12 |
| 403-2 | Tipos e taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absenteísmo e número de óbitos. | 47 e 89 | 3 |
| TREINAMENTO E EDUCAÇÃO | | | |
| 404-1 | Média de horas por treinamento por ano. | 55 e 90 | |
| 404-3 | Percentual de empregados que recebem análises de desempenho. | 54 e 91 | |

| MECANISMOS DE QUEIXAS E RECLAMAÇÕES RELACIONADAS A PRÁTICAS TRABALHISTAS | | |
|--|---|---|
| 103-2-c-vi | Número de reclamações sobre práticas trabalhistas apresentadas, endereçadas e resolvidas por mecanismos formais de reclamações. | <p>“Total de queixas e reclamações relativas a práticas trabalhistas registradas no período coberto pelo relatório: 69</p> <p>Total de queixas e reclamações que foram solucionadas: 08</p> <p>Total de queixas e reclamações registradas antes do período coberto pelo relatório resolvidas: 94</p> |
| DIMENSÃO SOCIAL - SOCIEDADE | | |
| COMUNIDADES LOCAIS | | |
| 413-1 | Operações com programas implementados de engajamento da comunidade local, avaliação de impactos e desenvolvimento local. | 48, 49 e 50 |
| | | <div style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 2px 5px; display: inline-block;">10</div> <div style="background-color: #004a7c; color: white; padding: 2px 5px; display: inline-block;">17</div> |
| AVALIAÇÃO DE FORNECEDORES EM IMPACTOS NA SOCIEDADE | | |
| 414-2 | Impactos negativos significativos reais e potenciais da cadeia de fornecedores na sociedade e medidas tomadas a esse respeito | <p>“Os contratos da Portobello com seus fornecedores possuem a cláusula:</p> <p>“Da Responsabilidade Social e Ambiental”, que estabelece o compromisso com os seguintes pontos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Combate às práticas de trabalho escravo e infantil; • Combate às práticas de discriminação em relação a sexo, origem, raça, cor, condição física, entre outros; • Proteção ao meio ambiente.” |
| DIMENSÃO SOCIAL - RESPONSABILIDADE DO PRODUTO | | |
| SAÚDE E SEGURANÇA DO CLIENTE | | |
| 416-1 | Produtos e serviços com impactos na saúde e segurança | 58 e 59 |
| ROTULAGEM DE PRODUTOS E SERVIÇOS | | |
| 102-43 | Resultados de pesquisas medindo a satisfação dos clientes. | 70 |

Objetivos Sustentáveis da ONU



Anexo

RESUMO SOCIAL

203-2

| INDICADORES | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Remuneração Colaboradores | 199.587.956,64 | 247.996.074,48 | 263.901.000,00 | 266.548.216,00 |
| Programas Sociais* | 1.559.449,24 | 1.416.750,38 | 1.692.552,41 | 1.467.642,00 |
| Eventos Edomarketing | 235.725,65 | 443.916,24 | 442.620,84 | 222.690,00 |
| Desenvolvimento de Pessoas (Treinamento técnico e liderança) | 873.232,26 | 923.231,21 | 872.000,00 | 1.143.251,00 |

*Valores incluem projetos de Leis de Incentivo.

RESUMO AMBIENTAL

203-2

| INDICADORES | 2017 | | 2018 | | 2019 | | 2020 | |
|---|------------|---------|------------|---------|------------|---------|------------|---------|
| | PORTOBELLO | POINTER | PORTOBELLO | POINTER | PORTOBELLO | POINTER | PORTOBELLO | POINTER |
| Emissões diretas de gases de efeito estufa (tCO ₂ eq) Material | 164.704 | 25.375 | 161.595 | 37.661 | 165.508 | 39.116 | 157.139 | 34.251 |
| proveniente de reciclagem (t) | 248.044 | 8.550 | 239.245 | 8.951 | 352.793 | 14.729 | 320.396 | 405.416 |
| Destinação de resíduos (t) | 5.795 | 405 | 5.857 | 585 | 5.414 | 323 | 6.766 | 445 |
| Resíduos não perigosos (t) | 5.695 | 401 | 5.759 | 582 | 5.304 | 317 | 6.603 | 441 |
| Resíduos perigosos (t) | 100 | 4 | 98,43 | 2,48 | 110,28 | 5,84 | 163,11 | 4,02 |
| Consumo de energia (GJ) | 3.691.359 | 610.374 | 3.654.684 | 904.381 | 3.732.268 | 940.944 | 3.511.333 | 825.185 |
| Consumo de energia renovável (GJ) | 435.066 | 75.731 | 434.956 | 110.886 | 432.429 | 116.775 | 394.518 | 103.531 |
| Consumo de energia não renovável (GJ) | 3.256.293 | 534.643 | 3.219.727 | 793.495 | 3.299.839 | 824.169 | 3.116.815 | 721.655 |
| Volume de água captado (m ³) | 330.536 | 62.939 | 359.924 | 83.887 | 377.413 | 66.307 | 356.517 | 54.658 |

RESUMO ECONÔMICO

102-7

| INDICADORES | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|-------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Receita bruta | 1.277.945 | 1.321.346 | 1.415.598 | 1.675.200 |
| Receita líquida | 1.023.937 | 1.054.190 | 1.114.269 | 1.331.800 |
| Lucro bruto | 417.020 | 405.600 | 362.619 | 460.400 |
| Margem Bruta | 40,70% | 38,50% | 32,50% | 34,60% |
| EBIT | 149.006 | 244.404 | 75.071 | 175.300 |
| Lucro líquido | 64.170 | 134.311 | 13.164 | 128.242 |
| Dívida líquida | 394.367 | 472.188 | 427.141 | 401.400 |
| Investimentos | 46.528 | 63.000 | 81.000 | 120.400 |
| Impostos | 286.304 | 336.575 | 284.607 | 293.452 |
| Dividendos distribuídos | 30.464 | 31.892 | 6.236 | 60.896 |

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

| INDICADORES | 2017 | | 2018 | | 2019 | | 2020 | |
|------------------|--------------|----------|--------------|----------|--------------|----------|--------------|----------|
| | HOMENS | MULHERES | HOMENS | MULHERES | HOMENS | MULHERES | HOMENS | MULHERES |
| Conselho | 10 | 0 | 10 | 0 | 12 | 0 | 17 | 0 |
| Diretor | 5 | 0 | 12 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 |
| Superintendente | 5 | 1 | 2 | 0 | 2 | 0 | 1 | 0 |
| Gerente | 29 | 7 | 37 | 23 | 32 | 24 | 31 | 27 |
| Coordenador | 60 | 19 | 82 | 33 | 69 | 36 | 72 | 28 |
| Demais | 1.846 | 698 | 2.096 | 846 | 2.275 | 873 | 2.349 | 882 |
| Trainee | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Aprendiz | 37 | 29 | 37 | 30 | 26 | 34 | 63 | 97 |
| Estagiário | 15 | 9 | 16 | 15 | 20 | 22 | 16 | 15 |
| Total por gênero | 2.007 | 763 | 2.292 | 948 | 2.444 | 990 | 2.557 | 1.050 |
| TOTAL | 2.770 | | 3.240 | | 3.434 | | 3.607 | |

TOTAL DE COLABORADORES

102-8

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

| INDICADORES | 2017 | | 2018 | | 2019 | | 2020 | |
|---------------------|--------------|----------|--------------|----------|--------------|----------|--------------|----------|
| | HOMENS | MULHERES | HOMENS | MULHERES | HOMENS | MULHERES | HOMENS | MULHERES |
| Tempo determinado | 52 | 38 | 153 | 45 | 4 | 6 | 0 | 0 |
| Tempo indeterminado | 1.955 | 725 | 2.239 | 903 | 2.440 | 984 | 2.557 | 1.050 |
| Total por gênero | 2.007 | 763 | 2.292 | 948 | 2.444 | 990 | 2.557 | 1.050 |
| TOTAL | 2.770 | | 3.240 | | 3.434 | | 3.607 | |

NÚMERO DE EMPREGADOS (COLABORADORES) POR TIPO DE EMPREGO

| | 2017 | | 2018 | | 2019 | | 2020 | |
|------------------|--------------|----------|--------------|----------|--------------|----------|--------------|----------|
| | HOMENS | MULHERES | HOMENS | MULHERES | HOMENS | MULHERES | HOMENS | MULHERES |
| Jornada integral | 1.955 | 725 | 725 | 903 | 2.394 | 934 | 2.494 | 953 |
| Meio-período | 52 | 38 | 38 | 45 | 28 | 33 | 63 | 97 |
| Total por gênero | 2.007 | 763 | 763 | 948 | 2.458 | 976 | 2.557 | 1.050 |
| TOTAL | 2.770 | | 3.240 | | 3.434 | | 3.607 | |

NÚMERO DE EMPREGADOS (COLABORADORES) POR REGIÃO

| | 2017 | | 2018 | | 2019 | | 2020 | |
|------------------|--------------|----------|--------------|----------|--------------|----------|--------------|----------|
| | HOMENS | MULHERES | HOMENS | MULHERES | HOMENS | MULHERES | HOMENS | MULHERES |
| Portobello | 1.750 | 705 | 1.961 | 883 | 2.060 | 890 | 2.155 | 964 |
| Pointer | 257 | 58 | 331 | 65 | 402 | 82 | 400 | 88 |
| Total por gênero | 2.007 | 763 | 2.292 | 948 | 2.462 | 972 | 2.555 | 1.052 |
| TOTAL | 2.770 | | 3.240 | | 3.434 | | 3.607 | |

RECICLAGEM

301-2

PERCENTUAL DOS MATERIAIS USADOS PROVENIENTES DE RECICLAGEM

| INDICADORES | 2017 | | 2018 | | 2019 | | 2020 | |
|--------------------------------------|----------------------------|--|----------------------------|--|----------------------------|--|----------------------------|--|
| | QUANTIDADE UTILIZADA (TON) | QUANT. PROVENIENTE DE RECICLAGEM (TON) | QUANTIDADE UTILIZADA (TON) | QUANT. PROVENIENTE DE RECICLAGEM (TON) | QUANTIDADE UTILIZADA (TON) | QUANT. PROVENIENTE DE RECICLAGEM (TON) | QUANTIDADE UTILIZADA (TON) | QUANT. PROVENIENTE DE RECICLAGEM (TON) |
| MASSA CERÂMICA NO PROCESSO PRODUTIVO | | | | | | | | |
| Portobello | 691.898,01 | 118.765,86 | 715.114,00 | 106.475,34 | 715.114,00 | 106.475,34 | 634.867,27 | 150.667,08 |
| Pointer | 171.802,00 | 6.872,08 | 171.366,88 | 6.340,57 | 171.366,88 | 6.340,57 | 417.776,00 | 405.416,00 |

| TIPO DE MATERIAL EM 2020 | OPERAÇÃO | QUANTIDADE UTILIZADA (TON) | QUANTIDADE PROVENIENTE DE RECICLAGEM (TON) | % PROVENIENTE DE RECICLAGEM |
|---------------------------------|------------|----------------------------|--|-----------------------------|
| Papelão | Portobello | 1.431,59 | 901,90 | 63% |
| | Pointer | 3.139,00 | 3.059,00 | 97% |
| Fita de plástico (para arquear) | Portobello | 131,94 | 65,97 | 50% |
| | Pointer | 3.887,00 | 2.444,00 | 63% |
| Palett | Portobello | 9.694,47 | 4.459,46 | 46% |
| | Pointer | 21.759,00 | 0,00 | 0% |

| PERCENTUAL DOS MATERIAIS USADOS PROVENIENTES DE RECICLAGEM | | | | |
|--|------|------|------|------|
| EVOLUÇÃO DO USO DE MATERIAIS PROVENIENTES DE RECICLAGEM NA MASSA CERÂMICA PORTOBELLO | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| | 17% | 15% | 26% | 24% |

Para 2020 foi colocado com meta de redução de geração de resíduo encaminhado para reciclagem externa (ou seja material que sai dos limites da Portobello) é de 0,15 kg/m² Compões os seguintes resíduos (Metal, Papelão, óleo, Big Bag, correias, sucata de informática, resíduos Classe II e Classe I)

ÁGUA

303-1, 303-3, 306-1

| CAPTAÇÃO DE ÁGUA PORTOBELLO, POR FONTE E POR OPERAÇÃO (M³) | CONSUMO PORTOBELLO (M³) | | CONSUMO POINTER (M³) | CONSUMO TOTAL POR FONTE (M³) |
|--|-------------------------|--------------|----------------------|------------------------------|
| Água de superfície (rios, lagos, áreas úmidas, oceanos) | 103.643,00 | | 0% | 103.643,00 |
| Água subterrânea | 252.874,00 | | 54.658,00 | 307.532,00 |
| TOTAL | 356,517 | | 54.658 | 411.175 |
| ÁGUA RECICLADA E REUTILIZADA | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| Volume total de água reciclada/ reutilizada (m³) | 506.724,00 | 510.473,00 | 515.130,00 | 341.345,00 |
| Índice de recirculação (%) | 100 | 100 | 100 | 100 |
| DESCARTE DE EFLUENTES PORTOBELLO (VAZÃO M³/H) | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| | 4.67 m³/hora | 4.68 m³/hora | 4.47 m³/hora | 8.01 m³/hora |

Menor consumo de água potável, devido à diminuição da produção por conta da pandemia. Destaque para maior consumo de água potável subterrânea e menor consumo da água superficial, devido principalmente à estiagem que afetou Santa Catarina

CONSUMO DE ENERGIA

302-1

| TIPO DE FONTE | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Consumo total de energia não renovável (GJ) | 3.256.293,37 | 3.219.727,46 | 3.299.839,21 | 3.116.815,43 |
| Consumo total de energia renovável (GJ) | 435.065,67 | 434.956,39 | 432.429,46 | 394.517,97 |
| TOTAL | 3.691.359,04 | 3.654.683,85 | 3.732.268,67 | 3.511.333,41 |

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

| INTENSIDADE ENERGÉTICA | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|------------------------|--------|---------|---------|---------|
| | 5,5 GJ | 5,44 GJ | 5,56 GJ | 5,23 GJ |

305-1

| TOTAL DE EMISSÕES DIRETAS DE GASES DE EFEITO ESTUFA (TCO ₂ EQ) | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Portobello | 164,704 | 162,950 | 165,508 | 157,139 |
| Pointer | 25,375 | 37,661 | 39,116 | 34,251 |
| TOTAL | 190,079 | 200,611 | 204,624 | 191,390 |

RESÍDUOS

306-2

| PESO TOTAL DE RESÍDUOS, DISCRIMINADOS POR TIPO E DISPOSIÇÃO | | | | | |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|---|
| DESTINAÇÃO DE RESÍDUOS PERIGOSOS (EM TONELADAS) | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | RESÍDUOS ESTÃO INCLUSOS |
| Reciclagem | 23.62 | 8.06 | 9.14 | 5.91 | Óleo hidráulico |
| Aterro sanitário (Pointer) | 3.98 | 2.48 | 5.84 | 4.02 | Resíduos contaminados com tinta e/ou óleo |
| Aterro Industrial | 76.53 | 75.2 | 12.73 | 39.91 | Telhas de amianto |
| Incineração (queima de massa) | | | | 3.17 | Resíduos de ambulatório |
| Coprocessamento | 0 | 15.17 | 88.41 | 114.12 | Restos de Tinner, Borra de graxa, Solventes, resíduos contaminados de tinner, graxa, e solventes |
| TOTAL | 104.13 | 100.91 | 116.12 | 167.13 | |
| PESO TOTAL DE RESÍDUOS, DISCRIMINADOS POR TIPO E DISPOSIÇÃO | | | | | |
| DESTINAÇÃO DE RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS (EM TONELADAS) | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | RESÍDUOS ESTÃO INCLUSOS |
| Reciclagem | 4490,05 | 4336.14 | 4973.05 | 6454.23 | Sucata metálica; papelão, plástico, óleo industrial, misto, madeira, resíduos de construção civil, torta de polimento |
| Reciclagem (Pointer) | 102,31 | 206,48 | 255,35 | 370,68 | Resíduos de banheiros e refeitórios |
| Aterro sanitário | 86,61 | 86,61 | 86,61 | 86,61 | Orgânicos e não recicláveis |
| Aterro sanitário (Pointer) | 298,73 | 376 | 61,44 | 70,84 | Abrasivos |
| Armazenamento local | 167,39 | 148,11 | 155,63 | 145,29 | Resíduo Classe II (Borrachas, mangueiras, resíduos misturados, outros resíduos classe II não recicláveis) |
| Aterro industrial | 1.117,89 | 1.320,9 | 0 | 63,01 | Resíduo Classe II (Borrachas, mangueiras, resíduos misturados, outros resíduos classe II não recicláveis) |
| Coprocessamento | 0 | 15,17 | 88,41 | 99,16 | - |
| TOTAL | 6,262.98 | 6,489.41 | 5,620.49 | 7,289.82 | |

BIODIVERSIDADE

308-2

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

| AVALIAÇÃO AMBIENTAL DE FORNECEDORES | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|---|------|------|------|-----------|
| Total de fornecedores submetidos a avaliação de impacto ambiental | 34 | 19 | 22 | 16 (100%) |

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

TAXA DE SAÚDE

403-2

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

| INDICADORES | 2017 | | 2018 | | 2019 | | 2020 | |
|---|------------|----------|------------|----------|------------|----------|------------|----------|
| | HOMENS | MULHERES | HOMENS | MULHERES | HOMENS | MULHERES | HOMENS | MULHERES |
| TAXAS DE SAÚDE E SEGURANÇA DE TRABALHADORES (EMPREGADOS PRÓPRIOS E TERCEIRIZADOS), POR GÊNERO | | | | | | | | |
| Número de lesões | 199 | 32 | 242 | 31 | 129 | 32 | 31 | 2 |
| Taxa de lesões (frequência) | 35,0 | 4,5 | 32,0 | 4,1 | 21,6 | 5,4 | 30,04 | 2,0 |
| Número de doenças ocupacionais | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Taxa de doenças ocupacionais (frequência) | 0,2 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Total de dias perdidos (em decorrência de acidentes ou doença ocupacional) | 295 | 33 | 171 | 57 | 216 | 19 | 5 | 0 |
| Taxa de dias perdidos | 42,74 | 4,78 | 20,84 | 9,42 | 36,23 | 3,17 | 4,9 | 0,00 |
| Taxa de absenteísmo (ausência do trabalho devido a qualquer incapacidade) | 0,79% | 1,02% | 0,92% | 0,73% | 1,1% | 1,6% | 0,78% | 0,82% |
| TOTAL DE ÓBITOS | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TAXAS DE SAÚDE E SEGURANÇA DE TRABALHADORES (EMPREGADOS PRÓPRIOS E TERCEIRIZADOS), POR REGIÃO | | | | | | | | |
| | PORTOBELLO | POINTER | PORTOBELLO | POINTER | PORTOBELLO | POINTER | PORTOBELLO | POINTER |
| Taxa de lesões | 39,6 | 40,9 | 26,4 | 68,8 | 27,0 | 50,8 | 19,1 | 37,3 |
| Taxa de doenças ocupacionais | 35,0 | 4,5 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Total de dias perdidos | 251 | 77 | 228 | 0 | 235 | 251 | 82 | 32 |
| Taxa de absenteísmo | 0,87% | 0,75% | 0,81% | 0,59% | 1,10% | 16,52% | 0,88% | 3,04% |
| TOTAL DE ÓBITOS | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

TREINAMENTO

404-1

| MÉDIA DE HORAS DE TREINAMENTO POR ANO, POR FUNCIONÁRIO, POR GÊNERO, DISCRIMINADAS POR CATEGORIA FUNCIONAL | | | | | | | | | | | | |
|---|---------------|-------------------------|--------------------------|---------------|-------------------------|--------------------------|---------------|-------------------------|--------------------------|---------------|-------------------------|--------------------------|
| CATEGORIA FUNCIONAL/GÊNERO | 2017 | | | 2018 | | | 2019 | | | 2020 | | |
| | Colaboradores | Horas de treinamento | Horas por colaborador | 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 | | | 17 | | |
| Diretor | 5 | | | 13 | | | 13 | | | 9 | | |
| Superintendente | 6 | | | 2 | | | 2 | | | 1 | | |
| Gerente | 36 | | | 60 | | | 60 | | | 58 | | |
| Coordenador | 79 | | | 115 | | | 115 | | | 100 | | |
| Demais | 2.544 | | | 2.942 | | | 2.942 | | | 3.231 | | |
| Trainee | 0 | | | 0 | | | 0 | | | 0 | | |
| Aprendiz | 66 | | | 67 | | | 67 | | | 160 | | |
| Estagiário | 24 | | | 31 | | | 31 | | | 31 | | |
| TOTAL | 2.770 | 35.014 | 12,64 | 3.240 | 35.875 | 11,07 | 3240 | 33.884 | 9,87 | 3.607 | 28587 | 7.93 |
| Homens | 2.007 | | | 2.292 | | | 2.292 | | | 2444 | | |
| Mulheres | 763 | | | 948 | | | 948 | | | 990 | | |

A redução do número de treinamentos foi devido ao ano 2020 não realizamos treinamentos presenciais.

DESEMPENHO

404-3

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

| CATEGORIA FUNCIONAL/GÊNERO | 2017 | | | 2018 | | | 2019 | | | 2020 | | |
|----------------------------|------------------------|--|---|------------------------|--|---|------------------------|--|---|------------------------|--|---|
| | Total de colaboradores | Total de colaboradores que receberam análise de desempenho | % colaboradores que receberam análise de desempenho | Total de colaboradores | Total de colaboradores que receberam análise de desempenho | % colaboradores que receberam análise de desempenho | Total de colaboradores | Total de colaboradores que receberam análise de desempenho | % colaboradores que receberam análise de desempenho | Total de colaboradores | Total de colaboradores que receberam análise de desempenho | % colaboradores que receberam análise de desempenho |
| Conselho | 10 | 0 | 0% | 10 | 4 | 40% | 12 | 0 | 0% | 17 | 0 | 0% |
| Diretor | 5 | 5 | 100% | 13 | 13 | 100% | 9 | 9 | 100% | 9 | 9 | 100% |
| Superintendente | 6 | 6 | 100% | 2 | 2 | 100% | 2 | 2 | 100% | 1 | 1 | 0% |
| Gerente | 36 | 36 | 100% | 60 | 59 | 98% | 56 | 45 | 80% | 58 | 34 | 59% |
| Coordenador | 79 | 79 | 100% | 115 | 115 | 100% | 105 | 105 | 100% | 100 | 100 | 100% |
| Operação | 2.544 | 0 | 0% | 2.942 | 75 | 3% | 3.148 | 134 | 4% | 3.231 | 0 | 0% |
| Trainee | 0 | 0 | - | 0 | 0 | - | 0 | 0 | - | 0 | 0 | |
| Aprendiz | 66 | 0 | 0% | 67 | 0 | 0% | 60 | 0 | 0% | 160 | 0 | 0% |
| Estagiário | 24 | 24 | 100% | 31 | 31 | 100% | 42 | 42 | 100% | 31 | 31 | 100% |
| TOTAL | 2.770 | 150 | 5% | 3.240 | 299 | 9% | 3.434 | 337 | 10% | 3.607 | 174 | 5% |
| Homens | 2.007 | 114 | 6% | 2.292 | 200 | 9% | 2.444 | 239 | 10% | 2.555 | 104 | 4% |
| Mulheres | 763 | 36 | 5% | 948 | 99 | 10% | 990 | 98 | 10% | 1.052 | 62 | 6% |

MATERIALIDADE

102-44

| TEMA MATERIAL (102-47) | IMPORTÂNCIA (103-1-a) | QUEM É IMPACTADO (103-1-b ; 103-1-c) | NORMAS GRI | INDICADORES |
|---|---|--|---|--|
| Governança e Transparência | Visibilidade aos stakeholders, gestão da imagem e reputação, ética e 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 | Energia Água Emissões Efluentes e Resíduos | 302-1 ; 302-3 303-1 ; 303-3 305-1 306-1 ; 306-2 |
| Desenvolvimento e Gestão de Pessoas | Tema é transversal à vários aspectos, capital humano considerado estratégico, necessidade de ampliar o clima organizacional | Colaboradores 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 |

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