

RELATÓRIO DE **SUSTENTABILIDADE** 2019



Portobello

ÍNDICE

1.1. Carta do Presidente do Conselho de Administração	3	4.4. Projeto Lastras	19	7.1.3.4. Apoio através de leis de incentivo	34
1.2. Linha do Tempo Portobello	4	NOSSAS MARCAS	20	NOSSO PRODUTO	36
1.3. 40 Anos	6	5. Nossas Marcas	21	8.3. Nosso Produto	37
ESSÊNCIA DA MARCA	8	5.1. Diferenciais Corporativos	21	8.3.1. Materiais Cerâmicos	37
2.1. Manifesto	8	5.2. Diferenciais do Negócio	22	8.3.1. Alternativa Mais Sustentável	38
2.2. Design Portobello	8	5.3. Modelo Multicanal Portobello	22	8.3.2. Grandes Formatos	39
2.3. Propósito	8	5.4. Mercado Externo	22	8.3.4. Ecoeficiência Ambiental	40
2.4. Crença	8	5.5. Ciclo da Inovação	23	8.3.4.1. Jazidas e Biodiversidade	40
2.5. Visão	8	5.6. Portobello Mais Arquitetura	24	8.3.4.2. Energia	41
GOVERNANÇA	10	SUSTENTABILIDADE	26	8.3.4.3. Processo Produtivo	42
3.1. Perfil e Governança	10	6.1. Diretrizes da Sustentabilidade	26	8.3.4.4. Consumo Humano	42
ESTRATÉGIA	13	NOSSA GENTE	28	8.3.4.5. Resíduos	43
4. Estratégia	13	7.1. Nossa Gente	29	8.3.4.5. Embalagem	43
4.1. Varejo Integrado	14	7.1.1. Perfil dos Colaboradores	30	8.3 Design Democrático e Produção a Seco - O Futuro da Cerâmica	44
4.1.2. Lojas Próprias	15	7.1.2 Saúde e Segurança	31	8.3 Destaques de Ecoeficiência	45
4.1.3. Transformação Digital	16	7.1.2.1. Comitês de Saúde e Segurança	31	NOSSO NEGÓCIO	47
4.2. Internacionalização	17	7.1.3. Programas Sociais	32	9.1. Nosso Negócio	47
4.3. Consolidação Pointer	18	7.1.3.1. Programa Crescer	32	9.2.1. Valor Adicionado	48
		7.1.3.2. Coral Anjos Luz	32	9.2.2. Investimentos	48
		7.1.3.3. Programa de Voluntariado	33	9.3. Satisfação do Cliente	49

CARTA DO PRESIDENTE DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

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

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

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

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

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

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

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



Cesar Gomes Junior
Presidente do Conselho
de Administração

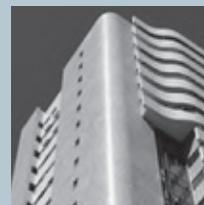
LINHA
DO TEMPO
PORTOBELLO



1979
Início das atividades da cerâmica Portobello



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



1991
Inovação em produto com lançamento de revestimentos para fachadas



1998
Lançamento da Rede de Franquias Portobello Shop

Portobello
shop



2001
Inovação em produto com o início da produção de porcelanato



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

1981
Primeiras exportações



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



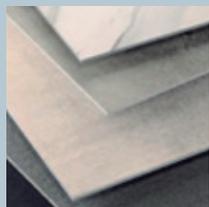
1992
Início do outsourcing para trazer ao Brasil a mais nova tipologia cerâmica, o porcelanato importado da Itália

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

2005
Exportação atinge 60% das vendas

2008
Adesão ao Novo Mercado Bovespa com abertura de capital





2010

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



2012

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



2014

Investimentos na Fábrica Pointer

POINTER

2016

Início do projeto Oficina Portobello.

Oficina Portobello



2016

Lançamento Coleção Portobello: Arquitetura em Movimento. In and Out



2018

Lançamento da Portobello America, nos Estados Unidos

Portobello America



2019

Aniversário de 40 Anos da Portobello

2011

Início da produção com a tecnologia de impressão digital



2013

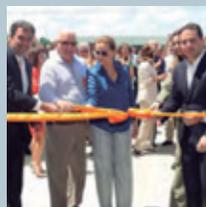
Lançamento Grandes Formatos

2015

Instituição do Portobello Grupo.

Portobello Grupo

Lançamento da marca Pointer com inauguração da nova fábrica em Alagoas



2016

Projeto Loja Padrão Green Building LEED



2017

Lançamento projeto Oficina Portobello nas lojas de SC

Oficina Portobello

2018

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

2019

Inauguração Fábrica Lastras



40 anos
*Uma trajetória
de inovação*

Portobello

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

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

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



Inauguração Fábrica Portobello em 16 de junho de 1979



Inauguração Fábrica Lastras em 16 de junho de 2019



02 |

ESSÊNCIA DA **MARCA**

MANIFESTO

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

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

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

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

DESIGN PORTOBELLO

Design natural. Design autoral.

Moldura do olhar.

Limites que ampliam.

Espaços que acolhem.

Design de fora para dentro, de dentro para fora.

Design Portobello.

PROPÓSITO

Viver Design.

Transformar ambientes e emocionar pessoas.

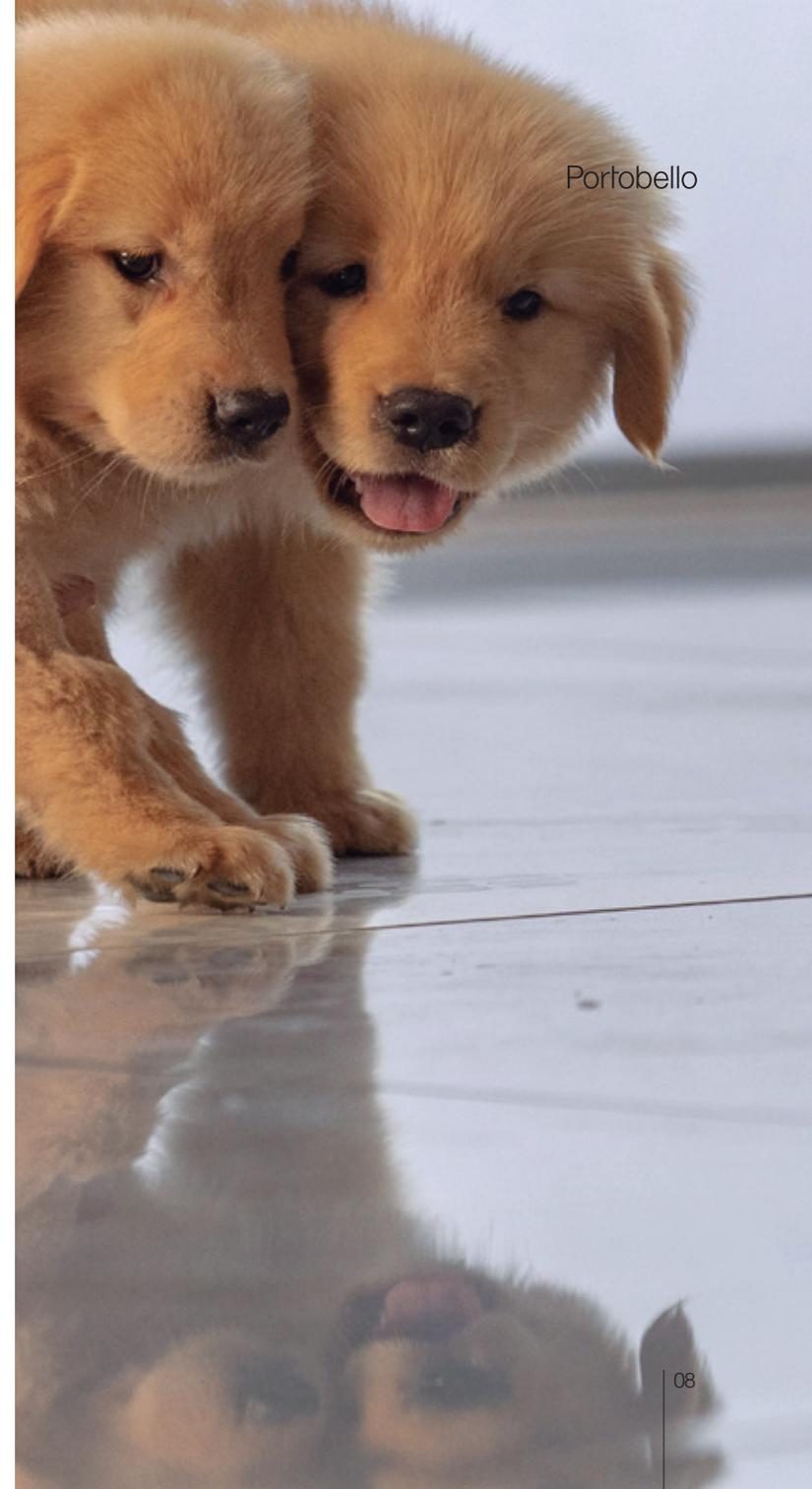
CRENÇA

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

VISÃO

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

Portobello



03 |
GOVERNANÇA



PERFIL DE GOVERNANÇA

102-18

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

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

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

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

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

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO 2020

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

DIRETORIA ESTATUTÁRIA 2020

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

CONSELHO FISCAL 2020

Jorge Muller
Maro Marcos Hadlich Filho
Peter Edward Mr Wilson

PERFIL DE GOVERNANÇA



Cesar Bastos Gomes
Fundador da Portobello



Conselho de Administração

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



Grupo Controlador

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



04 |
ESTRATÉGIA

ESTRATÉGIA

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



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



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



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



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

VAREJO INTEGRADO E PUXADO

102-1; 102-5; 102-9

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

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

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

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



VAREJO INTEGRADO E PUXADO

102-1; 102-5; 102-9

Portobello Shop e Lojas Próprias

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

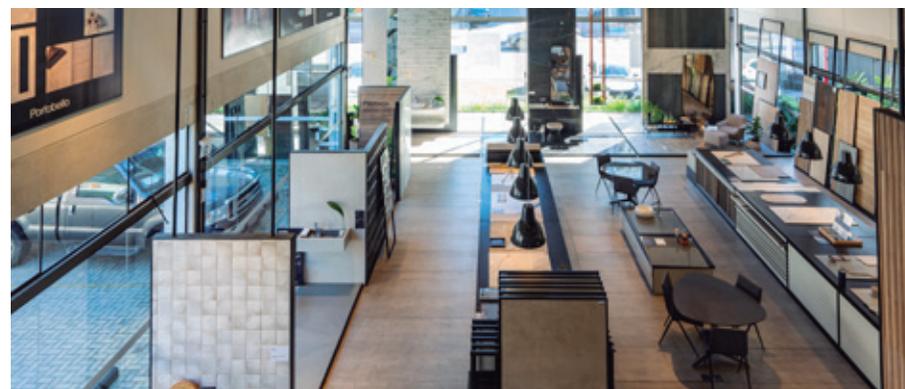
É através das lojas que a Marca se conecta diretamente com os clientes e alimenta seu sistema de informações a partir do mercado.

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

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



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



Loja Portobello Shop São José (SC)

VAREJO INTEGRADO E PUXADO

102-1; 102-5; 102-9

Transformação Digital

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

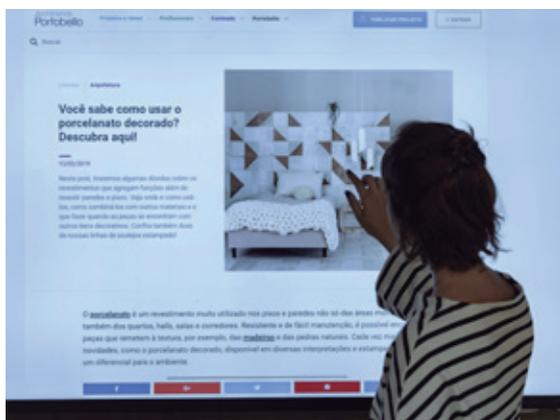
O mapeamento da jornada do cliente e a identificação dos pontos críticos nesse processo foi o primeiro passo realizado pela empresa. A estruturação dos sistemas que suportam os processos de interface

com o cliente direcionam a estratégia digital da companhia.

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

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

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



INTERNACIONALIZAÇÃO

203-2

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

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

os Estados Unidos, seguido por uma produção local própria.

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

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



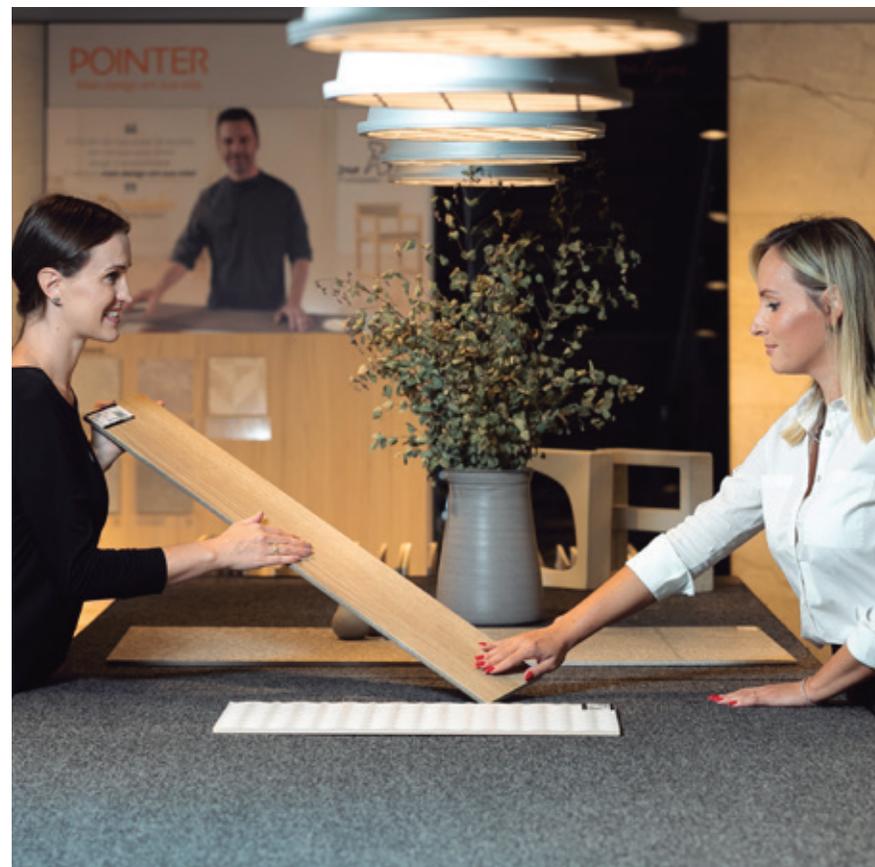
CONSOLIDAÇÃO POINTER

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

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

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

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



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



PROJETO **LASTRAS**

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

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

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

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

A primeira etapa do Projeto Lastras teve

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

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

05 |
MARCAS



Portobello

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

Officina Portobello

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

Portobello shop

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

Portobello America

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

POINTER

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

DIFERENCIAIS
CORPORATIVOS

Marca
Produto
Logística
Confiabilidade nas relações

DIFERENCIAIS
DO NEGOCIO

Multicanal
Arquitetos e
Designers

Personalização
Arquitetos e Designers
A Arte da
Porcelanateria

Experiência
de Compra

Orientada
pelo Mercado
Conexão Digital

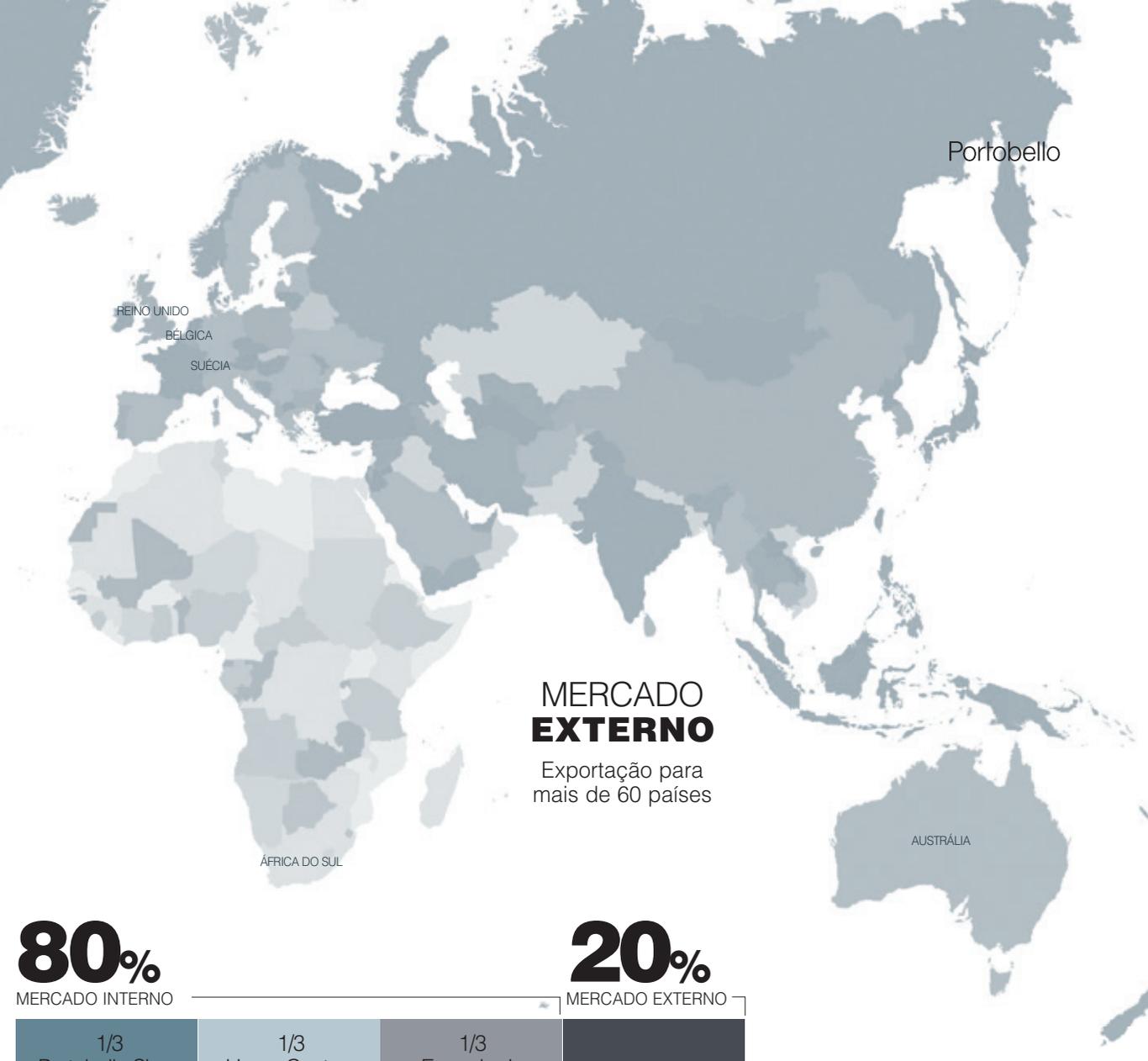
Conexão Digital
Qualidade
Preço Competitivo

05

NOSSAS **MARCAS**

MODELO MULTICANAL **PORTOBELLO**

102-18



MERCADO **EXTERNO**

Exportação para mais de 60 países

80%

MERCADO INTERNO



20%

MERCADO EXTERNO

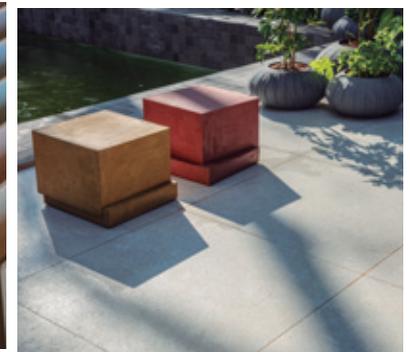


CICLO DA INOVAÇÃO

Processo de Desenvolvimento de Produtos

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

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



PORTOBELLO MAIS ARQUITETURA

102-18

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

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

1. EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

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

2. TROCA DE CONHECIMENTO

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

3. RECONHECIMENTO E VALORIZAÇÃO

- Coletivo Criativo
- Archtrends

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

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



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





06 |

SUSTENTABILIDADE

DIRETRIZES DA SUSTENTABILIDADE

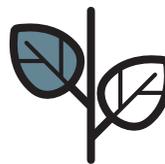


Responsabilidade Social

NOSSA GENTE

Princípios Estratégicos:

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



Responsabilidade Ambiental

NOSSO PRODUTO

Princípios Estratégicos:

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



Responsabilidade Econômica

NOSSO NEGÓCIO

Princípios Estratégicos:

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



07

NOSSA **GENTE**

Alex Felisdoro da Silva

Esmaltação
Pointer

NOSSA
GENTE

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

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

**Eracildes Nicolau**

PB4 Portobello, colaboradora há 36 anos

**Silvio Samagaia**

Utilidades Portobello, colaborador há 39 anos

PERFIL DOS COLABORADORES

102-7

EM 2019 TIVEMOS:

147

colaboradores portadores de necessidades especiais

120

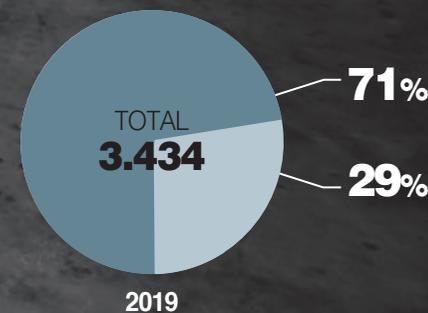
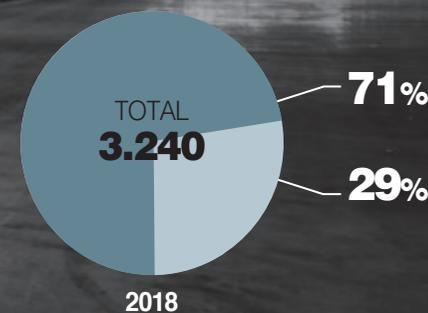
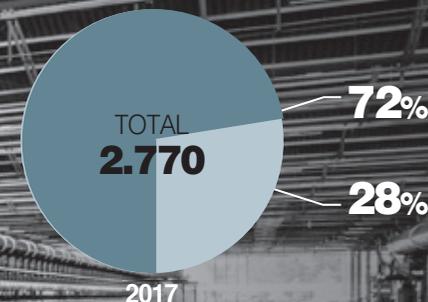
jovens aprendizes

23

estagiários

NÚMEROS DE EMPREGADOS
(colaboradores por gênero)

■ Homens
■ Mulheres





Josival Ladislau da Silva
Segurança e Medicina do Trabalho
Pointer

SAÚDE E SEGURANÇA

403-1

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

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

coordenadores discutem sobre o tema do dia com a equipe.

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

SAÚDE E SEGURANÇA

403-1

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



Comitê Executivo de SST

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

Comitê de Gestão de SST

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

Comitê de Segurança Organização e Limpeza

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

Erivan Vieira de Melo
Recursos Humanos Pointer

Comitê de Ergonomia

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

CIPA (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes)

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

PROGRAMAS SOCIAIS

413-1

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

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

Programa Crescer

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

Coral Anjos Luz

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



PROGRAMAS SOCIAIS

413-1

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

Programa de Voluntariado

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



PROGRAMAS SOCIAIS

413-1

Apoio através de Leis de Incentivo

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



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



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



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

The background is a light beige and cream-colored marbled pattern, resembling natural stone or marble. The pattern consists of intricate, vein-like structures. Two large, semi-transparent circular highlights are overlaid on the right side of the image, creating a sense of depth and focus. The overall aesthetic is clean, modern, and sophisticated.

08

NOSSO PRODUTO



NOSSO PRODUTO

O AMBIENTE EM QUE VIVEMOS É A ESSÊNCIA DO NOSSO NEGÓCIO

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

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

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

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

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

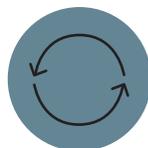
Assim preservamos o ambiente em que vivemos. A essência do nosso negócio.

NOSSO
PRODUTO

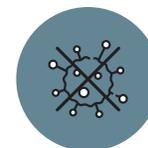
O material cerâmico é sustentável pelas suas características intrínsecas, pela sua própria natureza.

**JAZIDAS
RECUPERÁVEIS**

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

**RECICLÁVEL**

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

**ZERO
ALERGÊNICOS**

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

**ZERO
FORMALDEÍDO**

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

**RESISTENTE
AO FOGO**

Não libera fumaça tóxica em situações extremas.

**ZERO
COVS**

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

MATERIAL CERÂMICO

416-1

Alternativa mais sustentável

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

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

Cavas concentradas em poucas localidades

Fornecimento local da matéria prima

GRANDES FORMATOS

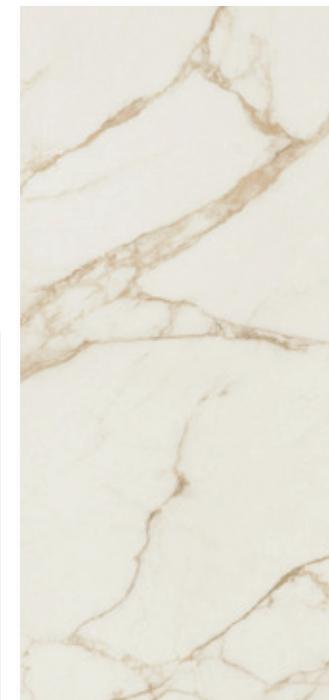
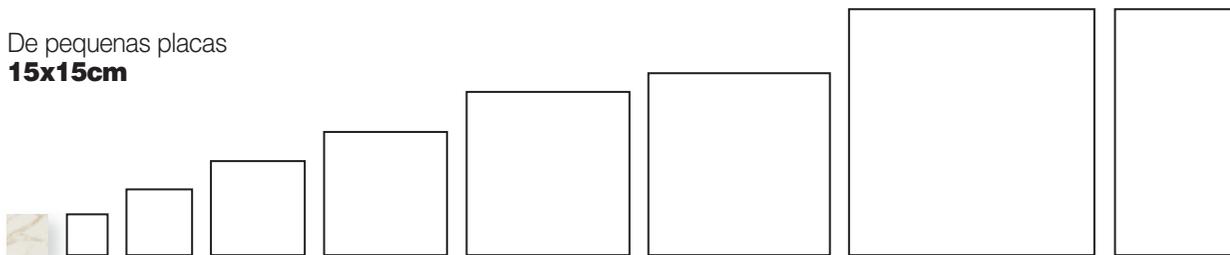
416-1

O FUTURO DO PORCELANATO

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

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

De pequenas placas
15x15cm



Para grandes superfícies
180x360cm



ECOEFIÊNCIA AMBIENTAL

304-2; 308-2

Jazidas e Biodiversidade

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

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

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

Em 2019:

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

8,5 hectares

em Canoinhas/SC, para agricultura

ECOEFICIÊNCIA AMBIENTAL

304-2; 308-2

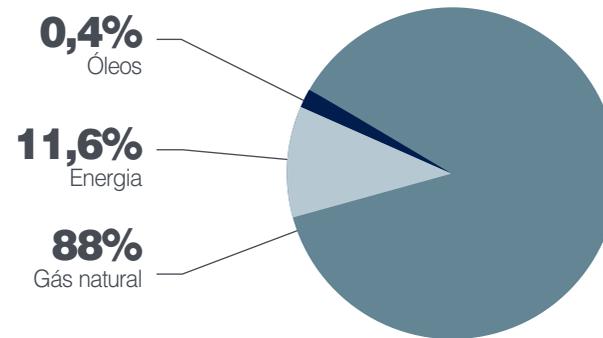
A energia elétrica utilizada no Grupo Portobello é proveniente da matriz energética brasileira, gerada principalmente em usinas hidrelétricas e parques eólicos que são fontes renováveis de energia.

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

Energia

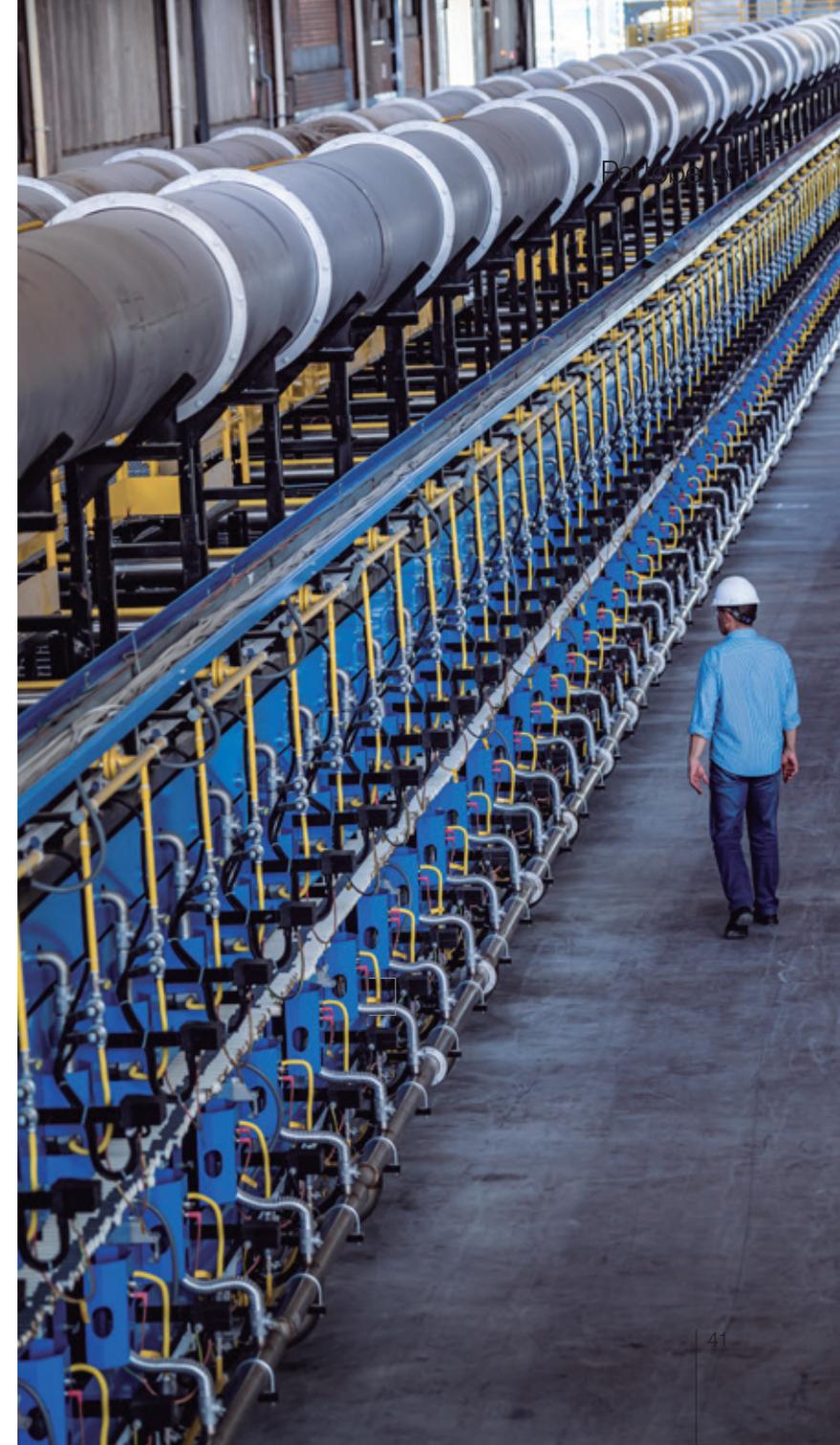
A matriz energética é composta, em sua maioria, por gás natural, energia elétrica, painéis fotovoltaicos (na Pointer) e combustíveis fósseis (diesel e lubrificantes), na proporção de:

DISTRIBUIÇÃO DA MATRIZ ENERGÉTICA DAS FÁBRICAS DA PORTOBELLO



302-1

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



ECOEFIICIÊNCIA AMBIENTAL

304-2; 308-2

Processo Produtivo

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

Consumo Humano

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

CAPTAÇÃO DE ÁGUA PORTOBELLO, POR FONTE E POR OPERAÇÃO (M³)
301

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

Portobello

ECOFICIÊNCIA AMBIENTAL

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

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



301-3

Resíduos

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

Embalagem

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

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

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

08

NOSSO PRODUTO

POINTER

Portobello



DESIGN DEMOCRÁTICO E PRODUÇÃO A SECO O FUTURO DA CERÂMICA

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

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

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

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

DESTAQUES ENERGIA E ÁGUA UNIDADE MARECHAL DEODORO, AL

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

DESTAQUES DE ECOEFIÊNCIA

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



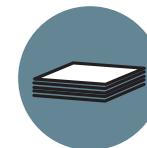
**REDUÇÃO DA
DISTÂNCIA**
média entre as jazidas e
a indústria



100%
CIRCUITO FECHADO
de Água no Processo Produtivo



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



Investimentos
em produtos de
**ESPESSURA
REDUZIDA**



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



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



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



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



99,9%
DOS RESÍDUOS
foram reutilizados ou reciclados



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

09

NOSSO **NEGÓCIO**



NOSSO NEGÓCIO

203-2

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

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

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

A Companhia apresentou avanços em seu desempenho, com receita líquida consolidada de R\$ 1.114 milhões, maior em 6,8% no ano.

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

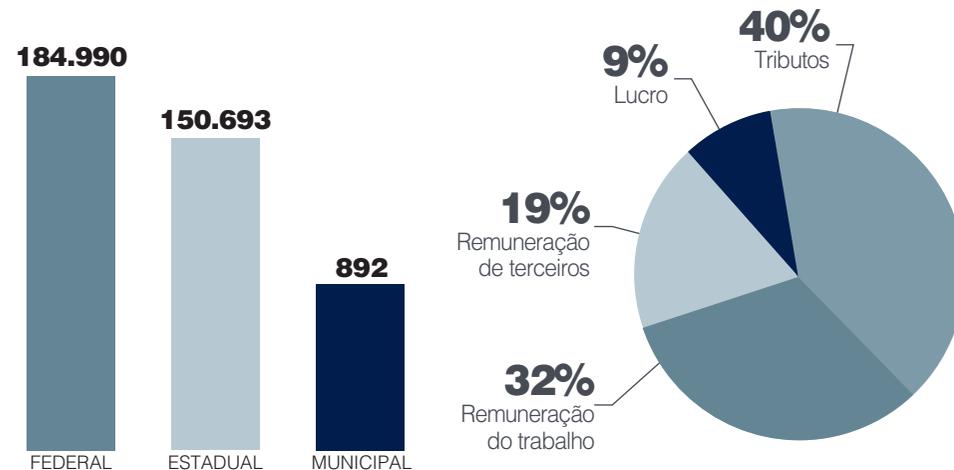
mercado, permanecendo confiante na expansão dos seus negócios através das suas estratégias de ganho de eficiência operacional e na rentabilização dos seus ativos. Nas vendas mantém o compromisso de trazer inovação de forma constante, com foco no crescimento do varejo, no fortalecimento e internacionalização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

VALOR ADICIONADO

201-1

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

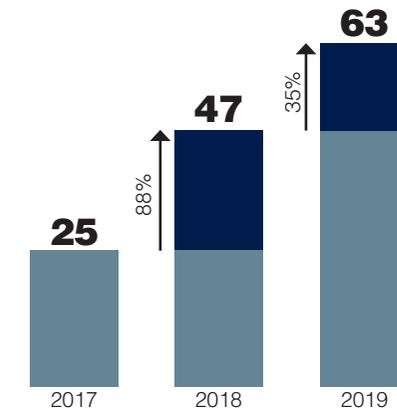
TRIBUTOS (R\$ MILHÕES)



INVESTIMENTOS

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

TOTAL (%)

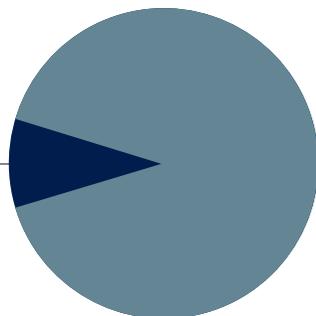


SATISFAÇÃO DO CLIENTE

102-43

87%

Satisfeitos



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

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

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

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



Evento de premiação Reclame Aqui 2019, em São Paulo

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

