

# Portobello

*Viver design.  
Transformar ambientes e emocionar pessoas.*

03  
**Mensagem  
do Presidente  
do Conselho**

04  
**A Portobello**

17  
**Estratégia**

19  
**Governança**

- 20 Estrutura
- 22 Integridade
- 23 Gestão de Riscos

ESG

25  
**O Relatório**

26  
**A Sustentabilidade  
na Portobello**

37  
**Social**

- 38 Colaboradores
- 47 Comunidade
- 53 Clientes
- 57 Franqueados
- 60 Fornecedores
- 61 Investidores

ESG

62  
**Ambiental**

- 64 O revestimento cerâmico
- 66 Jazidas
- 67 Água
- 70 Emissões
- 72 Energia
- 73 Resíduos

ESG

76  
**Econômico**

- 77 Desempenho financeiro e operacional
- 78 Principais destaques

80  
**Indicadores GRI**

# Mensagem do Presidente do Conselho

GRI 102-10, GRI 102-14

O avanço nas prioridades estratégicas do Grupo, a manutenção da pandemia e um contexto de mercado que combinou alta demanda com incremento de custos fizeram de 2021 um ano de desafios e aprendizados.

Evoluímos na nossa Internacionalização, dando início à construção da planta fabril no Tennessee, USA, que começará a produzir no primeiro semestre de 2023. Ao mesmo tempo, consolidamos parcerias estratégicas e a presença em todo o território americano.

Aceleramos a atuação no Varejo, com a ampliação das vendas e do market share. Esse resultado reflete o esforço em melhorar sempre a experiência de compra e a satisfação dos nossos clientes e estreitar, cada vez mais, o relacionamento com os arquitetos e os especificadores.

Reforçamos nossa governança por meio da criação de Comitês de assessoramento ao Conselho de Administração, com destaque para o Comitê de Sustentabilidade, de Auditoria e de Governança e Estratégia. Estruturamos a Secretaria Geral e formamos as áreas de Compliance e Auditoria, que expressam o compromisso do Grupo com a transparência e com a profissionalização da gestão.

Exercitamos nosso propósito de transformar ambientes e emocionar pessoas, agregando uma dimensão mais objetiva com a adesão ao Pacto Global, o que faz com que a Portobello

assuma compromissos alinhados aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS). Metas e indicadores ESG orientarão as ações e as ambições do grupo.

Em 2021, Portobello, Portobello Shop, Portobello America e Pointer, nossas quatro unidades de negócios, cresceram. Bons resultados trazem energia para a empresa, motivam e dão mais confiança à equipe em meio à insegurança provocada pela pandemia. Temos hoje um time saudável e preparado, que foi essencial para as conquistas de 2021. São pessoas que estão acompanhando e participando deste intenso processo de aprimoramento, pautado por inovação, visão sistêmica e um olhar para o futuro. Acredito que devemos nos renovar sempre para seguirmos conscientes, disruptivos e competitivos no mercado, agindo com a responsabilidade esperada de uma empresa com os impactos e com o potencial de engajamento da Portobello.

Agradeço a todas e a todos que nos apoiaram em 2021, clientes, fornecedores, acionistas e comunidade, ou participaram ativamente do desenvolvimento do negócio, funcionárias, funcionários, franqueadas e franqueados. Também sou grato aos que nos desafiaram e, com isso, contribuíram para a nossa jornada de evolução.

## **Cesar Gomes Junior**

Presidente do Conselho de Administração e do Comitê de Sustentabilidade



# A Portobello

GRI 102-1, GRI 102-2, GRI 102-3, GRI 102-4, GRI 102-5, GRI 102-6,  
GRI 102-7, GRI 102-12, GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 102-40,  
GRI 102-42, GRI 102-43, GRI 102-16, GRI 203-1, GRI 207-4

Portobello

Portobello  
Shop Batel,  
em Curitiba  
(PR)



138

lojas

+ de  
51 mil m<sup>2</sup>de áreas de exposição  
em todo o BrasilExportação para mais de  
60 países

O Portobello  
Grupo emprega  
diretamente  
**3.700**  
pessoas, das quais  
**1.300**  
atuam no varejo

A Portobello tem a maior rede de varejo especializado do país, a Portobello Shop com mais de 51 mil m<sup>2</sup> de áreas de exposição em todo o Brasil, além de ser a marca líder do mercado brasileiro de revestimentos cerâmicos.

Protagonista global do setor, o Portobello Grupo, sociedade anônima de grande porte, tem atuação multicanal, além do varejo especializado, distribui seus produtos para os principais *homecenters*, oferece atendimento especializado a grandes obras, diretamente às construtoras e ao mercado imobiliário, e está presente

nos cinco continentes por meio de distribuidores e uma operação própria nos Estados Unidos – que em 2023 sediará a primeira fábrica Portobello no exterior, no Tennessee, importante passo na estratégia de internacionalização da marca.

Seus parques fabris, em Tijucas (SC), onde localiza-se a sede, e Marechal Deodoro (AL), reúnem instalações modernas que reforçam a inovação tecnológica da companhia, com produção de mais de 46 milhões de metros quadrados em 2021, que é complementada por parcerias com fabricantes no Brasil, Ásia e Europa.

A Portobello surgiu em 1979 com a proposta de inovação e design, atributos que orientam as ações da empresa, desde então, e que evoluíram para um conjunto de diferenciais que trazem os princípios ESG.

Empresa de capital aberto e participante do Novo Mercado, da B3, a Portobello segue rigorosos padrões de governança corporativa, com destaque para a atuação do Conselho de Administração e dos Comitês de Auditoria, de Sustentabilidade, de Governança e Estratégia, de Ética e Tributário.

A vocação comercial, presente na essência da empresa, e que evolui para o modelo de negócios de um varejo integrado que segue princípios de sustentabilidade, orientou a visão sistêmica da cadeia de produção e distribuição. Os cuidados com o meio ambiente e com a sociedade estão presentes na obtenção da matéria-prima, no processo produtivo e no relacionamento com todos os públicos, desde iniciativas de gestão da equipe e de fornecedores até programas com clientes e arquitetos, como o compartilhamento de boas práticas de arquitetura sustentável.



## Portobello Shop

A unidade de varejo do grupo é líder no relacionamento com os profissionais de arquitetura e design e conta com 138 lojas, sendo 18 próprias. As Superstores, espaços de 700 m<sup>2</sup> a 1000 m<sup>2</sup>, oferecem a mais completa experiência de design no universo dos revestimentos cerâmicos e complementos, como louças, metais, argamassas e rejuntas. Também disponibiliza serviços de instalação de produtos e a Oficina Portobello, a alta costura no mundo dos mobiliários em porcelanato.

Com uma visão *omnichannel*, a Portobello Shop oferece uma jornada ao especificador e seu cliente tanto nos ambientes digitais quanto físicos. A plataforma Archtrends, com 236 mil acessos mensais, é um destaque na etapa de inspiração e especificação de materiais, compartilhando conteúdo e referências de projetos. Esta atuação digital segue em constante aprimoramento, para que a experiência do cliente seja cada vez mais fluida.



Portobello Shop SIA Brasília (DF)



Portobello Shop São José (SC)

A rede de varejo de revestimentos e complementos **número 1 do Brasil**

**9 centros** de distribuição no Brasil

**Portobello +arquitetura**

Referência em relacionamento com arquitetos

**Archtrends Portobello**

Referência em conteúdo e inspiração com

**+ de 236 mil acessos**



## Portobello

Além de ser a marca corporativa e de produtos do Grupo, a Portobello representa a operação tradicional do *trade* de revestimentos com sede junto ao parque industrial de Tijucas, em Santa Catarina. Com uma atuação multicanal, a unidade distribui seus produtos para os principais *homecenters* do país, para o mercado imobiliário e para grandes obras e exporta para mais de 60 países. A Portobello é a principal marca exportadora do segmento, atividade que exerce desde os primeiros anos de sua atuação.

A unidade é o coração de inovação tecnológica do grupo ao abrigar as fábricas, que operam no estado da arte em equipamentos e processos, além de ter o *know-how* em design e desenvolvimento de produtos. Em 2021, a produção foi de 29,4 milhões de metros quadrados. O destaque na produção foi a fábrica de Lastras, com formatos excepcionalmente maiores do que os encontrados no mercado, fazendo da marca a primeira com capacidade para Lastras de até 1,80x 3,60m.

**43** anos de história

Pioneira na  
**produção de Lastras**

Referência em **design e inovação**

Produção de **29,4 milhões de m<sup>2</sup>**

## Portobello America

Uma empresa com *know-how* Portobello e essência norte-americana, cria, produz e distribui soluções completas e competitivas de revestimento. A Portobello America iniciou suas operações de distribuição nos EUA em 2018 como parte da estratégia de internacionalização do Portobello Grupo. Atualmente, conta com dois Centros de Distribuição que atendem uma rede de distribuidores no mercado norte-americano, estrategicamente localizados na Flórida e no Tennessee, sede da futura unidade industrial da empresa.

A nova fábrica Portobello America será no Condado de Putnan, cidade de Baxter (TN), e deve começar a produção no primeiro semestre de 2023. Um modelo de negócios integrado, com *expertise* em logística e baseado em design e inovação, sustenta a estratégia da unidade norte-americana, que se propõe a ter uma visão orientada para o mercado, com gestão ágil, sempre conectada, oferecendo serviços que possam potencializar os resultados dos clientes.

Warehouse em  
Pompano, Flórida





Projeto da fábrica em Baxter, Tennessee



**Primeira fábrica nos EUA,**  
em construção no Tennessee, com  
inauguração prevista para 2023

Presença nacional com  
importantes clientes em  
**todas as regiões  
dos EUA**

**2 Centros de Distribuição**

com capacidade de armazenagem:  
Cookeville, 8 mil pallets  
Pompano, 3 mil pallets

Capacidade de produção de  
**7,2 milhões de m<sup>2</sup>**

Investimento de  
**USD 160 milhões**

## Pointer

A Pointer é a marca líder em design no segmento de cerâmicas via seca, uma tecnologia de produção sem uso de água na moagem, uma inovação sustentável genuinamente brasileira. Com atuação no Nordeste brasileiro, além de exportar, a unidade levou o conceito de design democrático para o mercado das classes B e C e, mesmo sendo uma marca jovem, consolidou-se rapidamente no segmento.

A estratégia da Pointer é de pulverização, com foco no consumidor que planeja sua obra sem o apoio dos profissionais de arquitetura e usa intensivamente a tecnologia digital para acessar as informações. A atuação digital e as parcerias com designers marcam a estratégia comercial da marca.

A unidade fabril em Marechal Deodoro (AL) produziu 16,7 milhões de metros quadrados em 2021, e é uma das fábricas mais sustentáveis do segmento.

## Design Democrático

Fábrica + sustentável

Tecnologia de **moagem a seco**

Marca responsável pelo

**Projeto Cobogó Mundaú**



Fábrica Pointer em  
Marechal Deodoro (AL)

# Lastras, o futuro dos revestimentos

Uma iniciativa de inovação tecnológica, com investimentos fabris importantes e que trouxe grandes desafios logísticos e comerciais, o Projeto Lastras Portobello teve início em 2019 e começou a produzir em 2020.

As Lastras representam um novo paradigma para os revestimentos na arquitetura, ampliando as fronteiras de uso do porcelanato, seja para projetos e ambientes antes destinados a outros materiais, seja para o design de mobiliário.

## 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.



## Lastras, produto sustentável pela própria natureza

Com os super formatos, já reconhecidos como superfícies contínuas, os limites de usos são superados. O porcelanato se transforma em matéria-prima para revestir, tanto interiores quanto fachadas, para mobiliar, aplicado em bancadas de ambientes funcionais e em mobiliário de design, e para decorar, substituindo painéis e cortes feitos com pedras, mármore e madeiras.

A cerâmica é um material mais sustentável pelas suas características essenciais: matéria-prima inerte e geralmente extraída de locais próximos às fábricas, multipossibilidades de regeneração das jazidas de argila e processo produtivo que utiliza energia limpa, circuito fechado de água e possibilita o máximo de reuso dos resíduos. As características técnicas possibilitam o uso como revestimento, substituindo materiais em extinção ou que causam maiores impactos ambientais.

As Lastras potencializam ainda mais todas essas características sustentáveis. Com a evolução da tecnologia, as espessuras foram reduzidas e o produto usa menos matéria-prima e energia, impactando positivamente toda a cadeia. As superfícies contínuas e a evolução estética possibilitam usos antes inimagináveis, a logística é otimizada e os sistemas construtivos, muitas vezes, permitem o reuso.

A Portobello é pioneira na construção da cultura de uso de grandes superfícies na arquitetura, ocupando papel de protagonista nessa fronteira da inovação em porcelanato. Investe na formação dos profissionais para incorporarem as Lastras em seus projetos, na especificação, na logística e na instalação.

As lojas Portobello Shop foram transformadas em lojas de Lastras Portobello nos últimos dois anos, com uma exposição alinhada às melhores lojas do mundo, propiciando aos colaboradores, especificadores e clientes uma imersão nesse novo conceito.



# Manifesto

## O QUE NOS MOVE

### 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.

## **Propósito**

Viver Design.

Transformar  
ambientes e  
emocionar pessoas.

## **Visão**

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

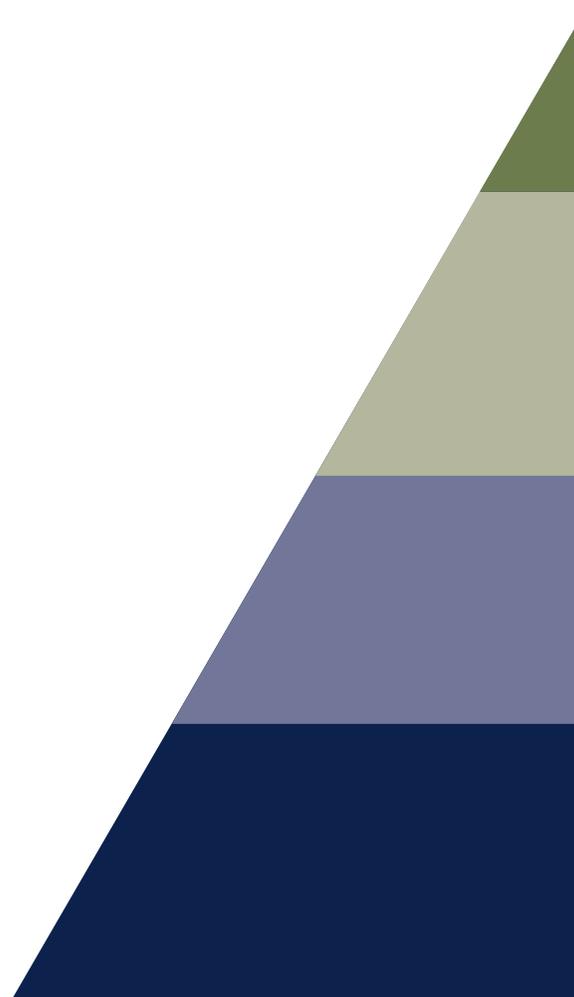
## **Crença**

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

# Estratégia

GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3

Estratégia orientada ao fortalecimento do Varejo e à aceleração da internacionalização do Grupo.



## 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.



# Governança

GRI 102-11, GRI 102-16, GRI 102-18, GRI 102-40, GRI 102-42, GRI 102-43,  
GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 205-1, GRI 205-2, GRI 207-1,  
GRI 207-2, GRI 207-3; GRI 405-1, GRI 406-1, GRI 415-1

Práticas em constante evolução que  
aliam ética, integridade e transparência  
com gestão e monitoramento

- 20 Estrutura
- 22 Integridade
- 23 Gestão de Riscos



# Estrutura



**Mauro do Valle Pereira**  
CEO  
Portobello

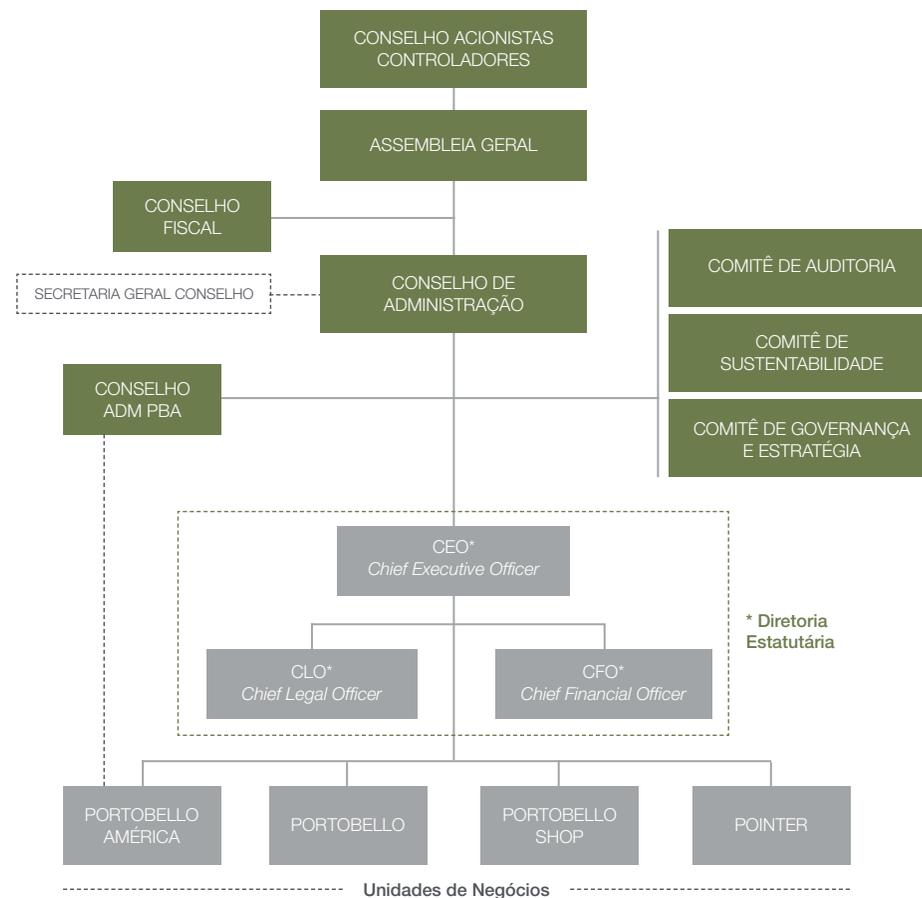
**Ronei Gomes**  
Vice-presidente  
de Finanças e de  
Relações com  
Investidores

**Cesar Gomes Junior**  
Presidente do  
Conselho de  
Administração

**Cláudio Ávila Silva**  
Vice-Presidente  
do Conselho de  
Administração

**Edson Luiz Stringari**  
Vice-presidente  
Jurídico

## Evolução do modelo de governança



O capital social do Portobello Grupo é composto por 147.529.703 ações ordinárias, sendo que 60% pertencem aos acionistas controladores e administradores.

## CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Membros eleitos por Assembleia Geral Ordinária (AGO)

Disseminar os valores da organização, definindo o rumo estratégico, otimizando o retorno dos investimentos, promovendo uma cultura organizacional pautada na ética e nos valores da empresa, monitorando permanentemente as ações e decisões empresariais.

### Cesar Gomes Junior

Presidente

### Cláudio Ávila da Silva

Vice-presidente

Conselheiros

### Nilton Torres de Bastos Filho

### Glauco José Côrte

### Geraldo Luciano Mattos Júnior

### Walter Roberto de Oliveira Longo

### Marcos Gouvêa de Souza

## SECRETARIA GERAL

Promover a evolução da governança corporativa, desdobrando a visão estratégica em planejamento e projetos estratégicos, assessorando os comitês de governança e liderando a comunicação corporativa, a sustentabilidade e a inteligência de mercado.

### Renato Ramos Neto

Secretário Geral

### Izabela Aleluia

Secretária de Governança

### Juliana Peixoto

Coordenadora de Comunicação Corporativa

### Scheila Orlandi

Coordenadora de Sustentabilidade

## CONSELHO FISCAL

Membros eleitos por AGO

### Jorge Muller

### Maro Marcos Haldlich Filho

### Carlos Eduardo Zoppello Brennand

## COMITÊS

Membros eleitos por AGO

### AUDITORIA

Assessorar o Conselho de Administração no estabelecimento do padrão e supervisão das demonstrações financeiras e controles internos, gestão de risco e *compliance* visando a confiabilidade e integridade das informações.

### Cláudio Ávila da Silva

Coordenador

Membros:

### Glauco Côrte

### Gladimir Brzezinski

### SUSTENTABILIDADE

Estabelecer as diretrizes estratégicas da Sustentabilidade no Portobello Grupo, seguindo os pilares ESG.

### Cesar Gomes Junior

Presidente do Conselho de Administração e do Comitê de Sustentabilidade

### Cláudio Ávila da Silva

Vice-Presidente do Conselho de Administração e do Comitê de Sustentabilidade

### Gabriela Richter Gomes Martini

Franqueada e Acionista

### Miriam Gomes Vieira Andrade

Acionista

### Christiane Alves Ferreira

Diretora Branding

## GOVERNANÇA E ESTRATÉGIA

Órgão de desenvolvimento e acompanhamento de estratégias, governança, resultados da empresa e suporte ao conselho de administração.

### Cesar Gomes Junior

Presidente do Conselho de Administração

### Cláudio Ávila Silva

Vice-presidente do Conselho de Administração

### Mauro do Valle Pereira

CEO

### Edson Stringari

Vice-presidente Jurídico

### Ronei Gomes

Vice-presidente de Finanças e de Relações com Investidores

A Portobello possui também os Comitês de Ética e Tributário, que estão sob gestão da estrutura executiva.

## DIRETORIA-EXECUTIVA

Membros escolhidos pelo Conselho de Administração

### Mauro do Valle Pereira

CEO

### Ronei Gomes

Vice-presidente de Finanças e de Relações com Investidores

### Edson Stringari

Vice-presidente Jurídico

### Composição dos órgãos de governança

|     |          |     |                  |
|-----|----------|-----|------------------|
| 18% | Mulheres | 29% | De 30 a 50 anos  |
| 82% | Homens   | 71% | Acima de 50 anos |

# Integridade

## O Código de Ética

O documento reúne as condutas e princípios que devem ser seguidos por 100% dos funcionários, reafirmando o compromisso em equilibrar os pilares econômico, ambiental e social, de acordo com os valores da organização. Destaca, entre outras frentes, o pilar Integridade, que aborda a necessidade de comportamento rigoroso e imparcial e respeito integral às leis e às normas que regem as atividades junto a clientes, fornecedores e concorrentes. Não tolera qualquer tipo de atitude que se configure como tentativa ou prática de suborno ou corrupção.

O código de ética está em revisão e passará a contemplar não só os funcionários, mas os demais públicos de relacionamento. Também abordará com mais profundidade o relacionamento com os consumidores, trazendo diretrizes para marketing responsável, comportamento

em mídias sociais, concorrência leal, confidencialidade e informação privilegiada, doações e patrocínios, Lei Geral de Proteção de Dados, conformidade de registros contábeis, financeiros e contratuais.

Em 2022, a Portobello fortalecerá os mecanismos que evitam a corrupção, com a execução de um plano de ação específico, que incluirá a implementação de políticas anticorrupção e de relacionamento com o setor público, definição de procedimentos para atendimento às fiscalizações e investigações e para a relação com autoridades fiscais, revisão de processos internos que envolvam a contratação de terceiros e fluxos de pagamentos, assim como realização de treinamentos sobre políticas do código de ética, avaliações de riscos de corrupção nas operações e ações de comunicação sobre o tema.

A empresa não realiza contribuições políticas.

## Canal de ética

A Portobello desenvolveu um canal de ética independente, gerenciado por uma consultoria especializada, que recebe as reclamações via telefone ou web. As denúncias de desvio de conduta, caracterizadas pelo descumprimento do código de ética, de políticas e normas internas e da legislação vigente, são avaliadas por *Compliance* e pelo Comitê de Ética. Além disso, há uma política de proteção do comunicante de boa fé, para evitar retaliações - os registros podem ser anônimos ou identificados. Até 2021, as denúncias eram gerenciadas internamente, impossibilitando o anonimato. No ano, não houve denúncia de qualquer natureza e nem casos de discriminação.

# Gestão de Riscos

A Portobello criou em 2021 uma estrutura de *Compliance*, vinculada à diretoria Jurídica. A área é norteada pelos seguintes princípios e responsabilidades:

- 1.** comprometimento e apoio da alta administração;
- 2.** independência;
- 3.** gestão das normas internas (código de ética, procedimentos, políticas e controles internos);
- 4.** treinamentos e comunicação em integridade e *compliance*;
- 5.** responsabilidade pelo canal para envio de dúvidas, denúncias e preocupações;
- 6.** mapeamento, avaliação e gestão de riscos.

Esta nova frente de atuação foi responsável por mapear os riscos operacionais, a partir de entrevistas realizadas com representantes das diversas áreas da empresa. Este trabalho identificou nove fatores que devem ser monitorados constantemente: corrupção pública,

corrupção e fraude privada, uso de interposta pessoa (“laranjas”), ações para dificultar investigações e fiscalizações, conflito de interesses, informações privilegiadas que podem gerar benefícios na realização de negociações (*Insider Trading*), descumprimento de obrigações regulatórias, assédio e discriminação e meio ambiente.

Após o levantamento, houve a classificação dos riscos e a criação de um plano de ação, que será implementado em 2022, embora para quase todas as frentes já existam iniciativas ativas em andamento. Para melhorar a gestão dos riscos ambientais, por exemplo, a empresa avaliou os principais pontos de atenção, como cumprimento de normas, obrigações tributárias ambientais, licenciamentos, permissões e condicionantes, logística reversa, compartilhamento de informações com terceiros, gestão de resíduos, poluentes e incidentes. O Comitê de Auditoria, que entrará em operação em 2022, será a instância de governança responsável pela gestão de riscos.

## Abordagem tributária

A abordagem tributária está vinculada à estratégia de negócio, com o objetivo de assegurar a sustentabilidade social e econômica, pautada no cumprimento da legislação tributária local e internacional. Como princípio, apoia-se no pilar da gestão de riscos para garantir o compliance das normas regulatórias e a otimização da carga tributária. A empresa coopera com os órgãos regulatórios e fiscalizadores, com base na transparência e na eficiência dos procedimentos tributários.

A Portobello tem instituído o Comitê Tributário, com agenda regular para tomada de decisão, composto por executivos capacitados e experientes no sistema tributário brasileiro e internacional.

Com a premissa de garantir a conformidade regulatória e melhorar continuamente os processos tributários, a companhia busca apoio da área de controles internos e/ou de consultoria especializada. Esse apoio é essencial para a definição das Políticas e procedimentos, os quais são revisados regularmente pelo comitê de auditoria interna e por uma empresa independente.



# O Relatório

GRI 102-40, GRI 102-42, GRI 102-43, GRI 102-44, GRI 102-46, GRI 102-47, GRI 102-48, GRI 102-49, GRI 102-50, GRI 102-51, GRI 102-52, GRI 102-53, GRI 102-54, GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3

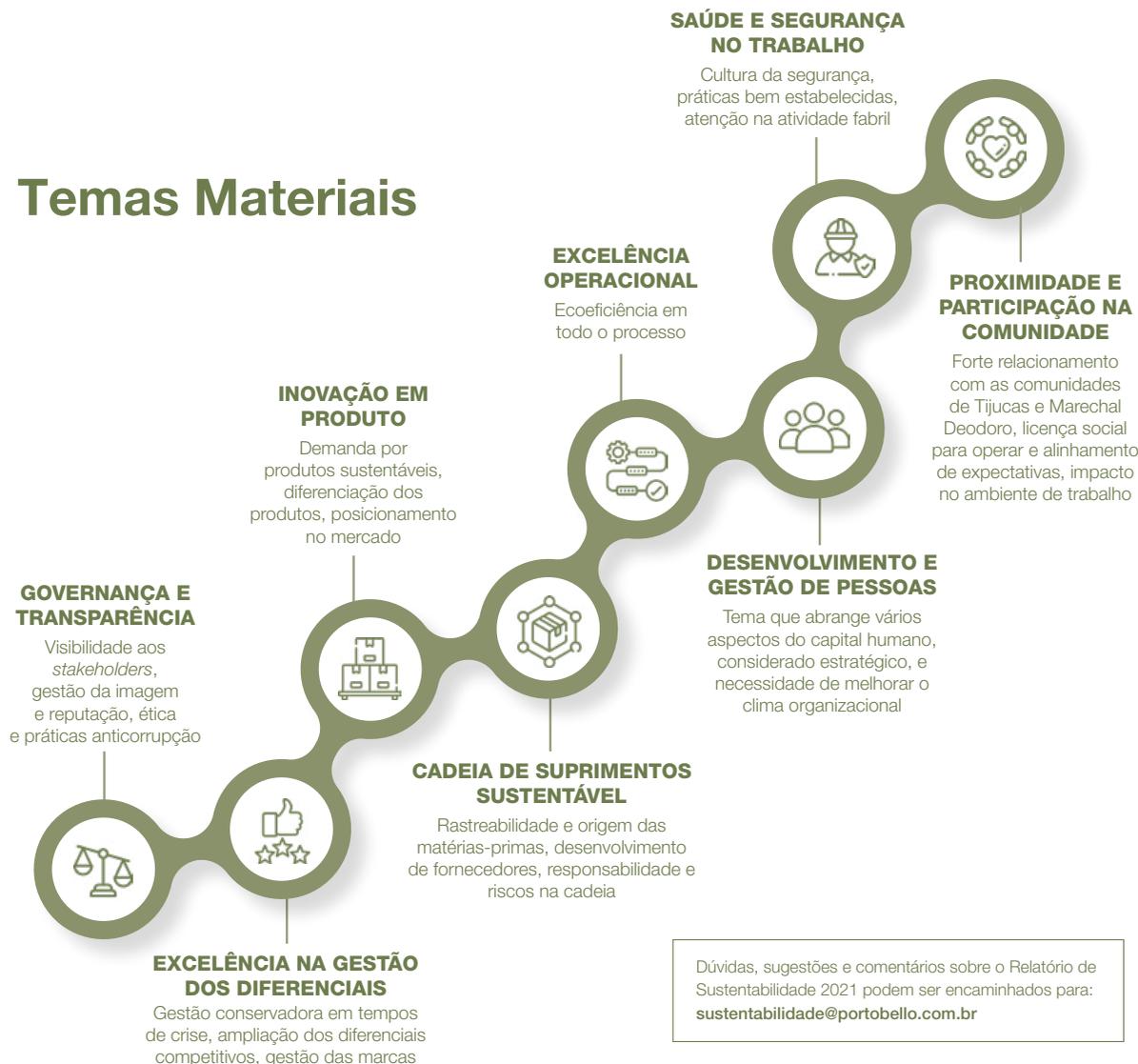
Esta publicação traz os principais destaques da Portobello nas áreas econômica, social, ambiental e de governança referentes ao ano de 2021 e está em conformidade com as Normas GRI (Global Reporting Initiative): opção Essencial. A empresa produz anualmente o seu relatório de sustentabilidade, sendo que o documento anterior a este foi lançado em 2021 e relatava 2020.

O conteúdo abordado segue a matriz de materialidade construída em 2015. O processo de definição dos temas materiais incluiu uma análise de estudos setoriais e materiais de sustentabilidade, assim como entrevistas com os principais *stakeholders* estratégicos, executivos da empresa e uma pesquisa online, respondida por mais de 100 pessoas, entre colaboradores, membros da comunidade, clientes, fornecedores e arquitetos. Os públicos de relacionamento foram definidos pelas lideranças da organização.

Assim, os *stakeholders* trouxeram os oito temas que avaliaram importantes para o negócio e para o direcionamento estratégico da empresa.

Os capítulos do relatório mostram as estratégias relacionadas a cada um dos tópicos materiais em 2021, assim como a forma de gestão utilizada, com processos e iniciativas desenvolvidas ou planejadas e os resultados alcançados. A Portobello acredita na importância de entender o impacto de suas ações sobre as pessoas e o meio ambiente para direcionar a operação com a responsabilidade esperada de uma empresa com este perfil e alcance. Esta atuação será guiada pelo Planejamento ESG 2022 - 2026, que tem como pilares o uso racional dos recursos naturais, a ressignificação dos resíduos, a diversidade, a segurança e o bem-estar das pessoas e, ainda, o engajamento de colaboradores, fornecedores, parceiros e clientes.

## Temas Materiais



Dúvidas, sugestões e comentários sobre o Relatório de Sustentabilidade 2021 podem ser encaminhados para: [sustentabilidade@portobello.com.br](mailto:sustentabilidade@portobello.com.br)

# A sustentabilidade na Portobello

GRI 102-11, GRI 102-16, GRI 102-18, GRI 102-40, GRI 102-42,  
GRI 102-43, GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 201-1, GRI 201-4,  
GRI 205-1, GRI 205-2, GRI 205-3, GRI 206-1, GRI 207-2, GRI 207-3,  
GRI 307-1, GRI 419-1, GRI 405-1, GRI 406-1, GRI 415-1



Atenta às transformações do mundo, a Portobello evolui com os avanços da sociedade. Traz em sua essência a inovação, que pauta a forma como conduz o negócio, desenvolve produtos e se relaciona com a sua gente e com o meio. Acredita na evolução constante e em conjunto com todos.

Para a Portobello, sustentabilidade significa ter consciência de suas ações e dos impactos de suas escolhas, e entender a responsabilidade de ser parte integrante da sociedade e do ecossistema no qual vivemos; estar comprometida com toda a sua cadeia de produção e distribuição, ajudando a construir um futuro onde todos evoluímos juntos; e criar conexões transparentes, inspiradoras e engajadoras por meio das relações, do jeito de se fazer negócios e da participação na sociedade.

Em 2021, assinou o Pacto Global da ONU, comprometendo-se a seguir princípios de Direitos Humanos, Trabalho, Meio Ambiente e Anticorrupção no dia a dia de suas operações, além de participar da Plataforma Ação para Comunicar e Engajar da iniciativa. A empresa também integra O Movimento ODS Santa Catarina desde 2017.

# Nossas premissas:

Ser conscientemente  
**As Sustainable As Possible,  
As Soon As Possible (ASAP)**

Que a cadeia de produção e distribuição seja mais do que socioambientalmente responsável, que seja **regenerativa**

- Garantir que os **recursos naturais** necessários para produzir e distribuir sejam utilizados **racionalmente**
- Que os **resíduos sejam ressignificados**

**Cuidar primeiro** "da casa", **do que é essencial**, ou seja, de toda a cadeia de produção e distribuição, **da matéria-prima ao ambiente pronto**

**Relacionar-se com as pessoas** com respeito e dignidade

- Que as **comunidades do entorno** das fábricas, escritórios e lojas façam parte do ecossistema da marca
- ser **protagonista na inspiração, educação e engajamento** para a sustentabilidade
- ser **transparente e didática** no tema sustentabilidade

# Comitê de Sustentabilidade



“Nos preocupamos com o bem-estar de nossa equipe e das pessoas ao nosso redor, colaborando para a construção de comunidades sustentáveis e diversas”

**Cesar Gomes Junior**  
Presidente do Conselho de Administração



“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.”

**Christiane Ferreira**  
Diretora de Branding



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

**Cláudio Ávila Silva**  
Vice-presidente do Conselho de Administração



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

**Miriam Gomes Vieira Andrade**  
Acionista



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

**Gabriela Richter Gomes Martini**  
Acionista



A sustentabilidade faz parte da essência da empresa, trazida por seu fundador, Cesar Bastos Gomes (Centro), e vem se consolidando como um diferencial importante de gestão, processo liderado pelo filho, Cesar Gomes Junior, e pela neta, Gabriela Richter Gomes Martini, integrantes do Comitê de Sustentabilidade.

O Comitê de Sustentabilidade promoveu a primeira edição da Semana de Sustentabilidade da Portobello, no mês de junho, com o objetivo de engajar todo o público interno. O encontro reforçou as principais ações do grupo nos pilares ambiental, social e de governança, em uma programação distribuída em quatro dias.

No primeiro dia de evento, a empresa abordou a importância do processo produtivo mais consciente. Foi destacada a atuação que busca preservar o meio ambiente, com o desenvolvimento de projetos sustentáveis, que tem início já na inovação e design dos produtos, buscando fortalecer ainda mais as características do posicionamento sustentável da Portobello.

A programação contou ainda com a exposição das ações sociais promovidas pela empresa, bem como com as histórias de engajamento das lojas Portobello Shop, que espalham as iniciativas sociais ao longo do país.

O destaque da semana foi a apresentação do projeto Cobogó Mundaú, pelo designer e arquiteto Marcelo Rosenbaum. Ele falou sobre os bastidores da criação de um novo produto da empresa e do desenvolvimento da comunidade que extrai a matéria-prima.

O encerramento do evento contou com a apresentação do Comitê de Sustentabilidade da Portobello, que expôs o seu compromisso em alinhar a estratégia da Portobello à temática da Sustentabilidade.



Live com o Comitê de Sustentabilidade no encerramento da Primeira Edição da Semana da Sustentabilidade.

**+ de 2.300**  
visualizações

**4** Unidades  
envolvidas

Parceiros palestrantes:

**Marcelo  
Rosenbaum**  
e **Fê Cortez**  
(Menos 1 Lixo)

# A Estratégia ESG

Em 2021, a sustentabilidade ganhou forma com a elaboração do Plano ESG 2022/26, que guiará as iniciativas das diversas áreas da empresa nos próximos anos. A estratégia está alinhada aos princípios ESG acompanhados pelo mercado e combina as necessidades atuais com valores que sempre guiaram a organização. A estrutura de objetivos e metas contribui para o avanço de importantes Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), estrutura criada em 2015, em um processo liderado pela Organização das Nações Unidas, e que reúne os principais desafios da sociedade com metas a serem alcançadas até 2030. O planejamento endereça, principalmente



**A Estratégia ESG tem 4 principais pilares:**

# Portobello + Diversidade

5 IGUALDADE  
DE GÊNERO



## Objetivo:

Ser ativamente inclusiva, promovendo a diversidade e o bem-estar, valorizando as pessoas, a criatividade, as diferentes opiniões com ética, respeito e oportunidade para todos.

## Ambições:

- Ser proativo em políticas para a promoção da igualdade de gênero.
- Garantir a participação das mulheres e a igualdade de oportunidades em todos os níveis.
- Estar além das cotas, implementando um programa de inclusão e desenvolvimento dos colaboradores PcD's.

# Portobello + Gente



## Objetivo:

Garantir um ambiente atrativo para os melhores talentos, para que entreguem resultados de excelência, tenham espírito de equipe, visão de longo prazo e compartilhem os valores da empresa.

## Ambições:

- Fortalecer a Cultura de Resultados e Reconhecimento.
- Adotar metodologias de avaliação para ser uma das melhores empresas para se trabalhar.
- Engajar os colaboradores no programa de Voluntariado.

# Portobello + Ecoeficiente

## Objetivo:

Fazer mais com menos, garantindo que o uso dos recursos naturais ocorra de maneira regenerativa, com destaque na gestão da matéria-prima, da água e neutralização das emissões.

## Ambições:

- Contribuir com a redução do aquecimento global por meio dos controles das emissões de CO<sub>2</sub>.
- Reduzir o consumo de água e maximizar o tratamento de efluentes.
- Ampliar a matriz energética para fontes renováveis.



12 CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEIS



Espaço Kids

# Portobello + Engajamento

## Objetivo:

Ser mais sustentável juntos, engajando todo o ecossistema, inspirando colaboradores, fornecedores, parceiros, clientes e comunidade, com transparência, gerenciamento de riscos e conformidade.

## Ambições:

- Inspirar a Cultura de Sustentabilidade em todo o ecossistema.
- Consolidar o sistema de gestão de *compliance*.

# Impacto

## SOCIAL

3.700

empregos diretos

5 mil

empregos indiretos

2.600

fornecedores

119

franqueados

Mais de  
2.000

pessoas beneficiadas por ações sociais

## AMBIENTAL

100%

das jazidas recuperadas após a exploração

Reaproveitamento de  
100%

dos resíduos industriais gerados



sistema fechado de tratamento e recirculação de água em Tijuca



produção movida a gás natural com reaproveitamento do calor dos fornos para abastecimento de outros equipamentos

## GOVERNANÇA



Comitê de Sustentabilidade



Comitê de Auditoria



Estrutura de Compliance



Estrutura de Controles Internos

## GERAÇÃO DE VALOR (EM MILHARES DE REAIS)

| VALOR ADICIONADO TOTAL A DISTRIBUIR                   | 1.224.158      |
|---|----------------|
| <b>Pessoal</b>  | <b>394.298</b> |
| Remuneração direta                                    | 339.860        |
| Benefícios  | 33.542         |
| FGTS  | 20.896         |
| <b>Impostos, taxas e contribuições</b>                | <b>488.208</b> |
| Federais  | 219.883        |
| Estaduais   | 267.370        |
| Municipais  | 955            |
| <b>Remuneração de capitais de terceiros</b>           | <b>125.430</b> |
| Juros   | 100.094        |
| Aluguéis  | 25.336         |
| <b>Remuneração de capitais próprios</b>               | <b>216.222</b> |
| Lucros retidos  | 216.173        |
| Participação dos não controladores nos lucros retidos | 49             |

# Social

Queremos evoluir com os nossos públicos: colaboradores, comunidade, clientes, franqueados, fornecedores e investidores. Juntas e juntos podemos construir um futuro mais sustentável

- 38 Colaboradores
- 47 Comunidade
- 53 Clientes
- 57 Franqueados
- 60 Fornecedores
- 61 Investidores



# Colaboradores

GRI 102-41, GRI 102-8, GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 401-1,  
GRI 404-1, GRI 404-2, GRI 404-3, GRI 405-2, GRI 406-1, GRI 412-2

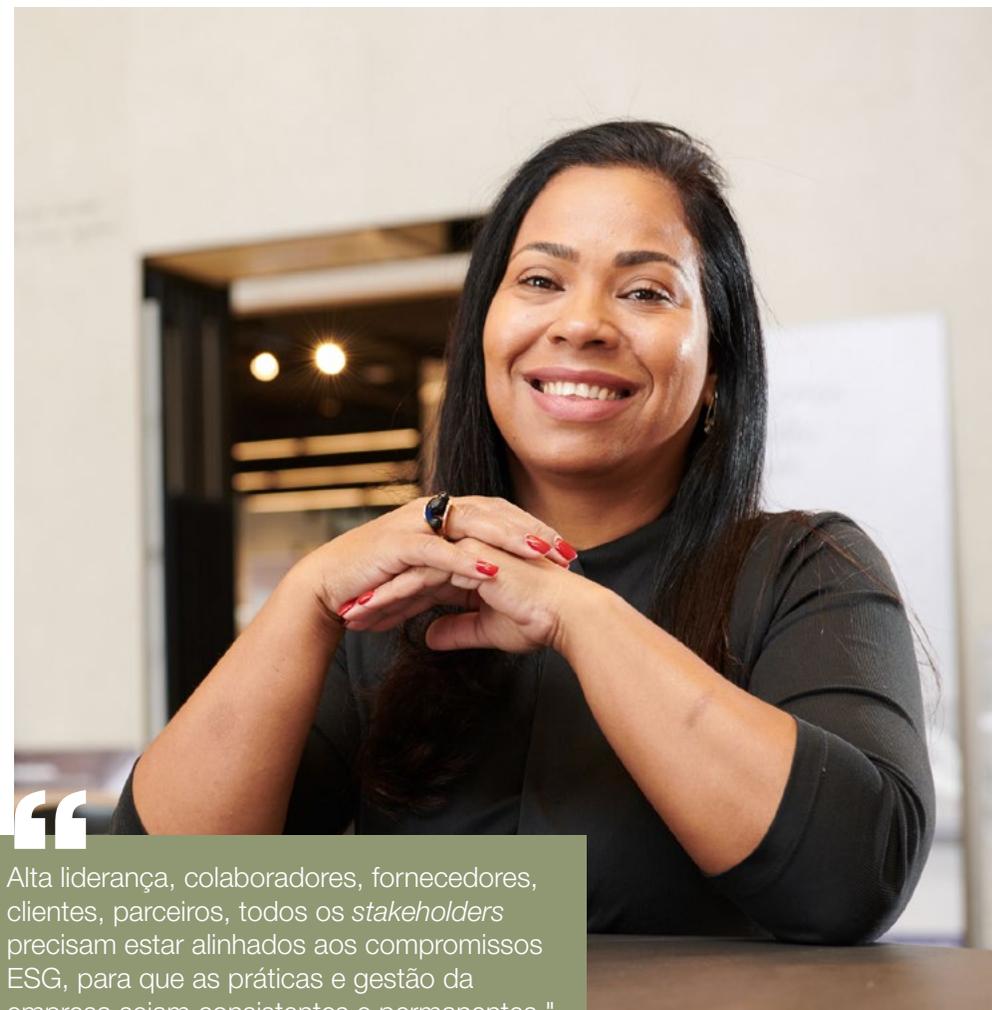
O envolvimento dos colaboradores foi primordial neste ano intenso, que apesar de sensível por conta da pandemia, exigiu muita dedicação e engajamento das equipes, já que a empresa operou com 100% de sua capacidade para atender à demanda recorde dos seus clientes. Em 31 de dezembro de 2021, o Portobello Grupo tinha 3700 funcionários, número 3% superior ao registrado em 31 de dezembro de 2020 – são considerados funcionários aqueles contratados no regime CLT.

| NÚMERO DE EMPREGADOS POR TIPO DE EMPREGO | 2019        |            | 2020        |             | 2021        |             |
|--|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|  | HOMENS      | MULHERES   | HOMENS      | MULHERES    | HOMENS      | MULHERES    |
| Jornada integral                         | 2416        | 956        | 2494        | 953         | 2589        | 1036        |
| Meio-período                             | 28          | 34         | 63          | 97          | 40          | 35          |
| <b>Total por gênero</b>                  | <b>2444</b> | <b>990</b> | <b>2557</b> | <b>1050</b> | <b>2629</b> | <b>1071</b> |
| <b>TOTAL</b>                             | <b>3434</b> |            | <b>3607</b> |             | <b>3700</b> |             |

| NÚMERO DE EMPREGADOS POR OPERAÇÃO | 2019        |            | 2020        |             | 2021        |             |
|-----------------------------------|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|                                   | HOMENS      | MULHERES   | HOMENS      | MULHERES    | HOMENS      | MULHERES    |
| Portobello*                       | 2044        | 907        | 2155        | 962         | 2212        | 980         |
| Pointer                           | 400         | 83         | 402         | 88          | 417         | 91          |
| <b>Total por gênero</b>           | <b>2444</b> | <b>990</b> | <b>2557</b> | <b>1050</b> | <b>2629</b> | <b>1071</b> |
| <b>TOTAL</b>                      | <b>3434</b> |            | <b>3607</b> |             | <b>3700</b> |             |

\* Os funcionários que atuam na Portobello Shop e na Portobello América são contratados pela Portobello

| NÚMERO DE EMPREGADOS POR TIPO DE CONTRATO DE TRABALHO | 2019        |            | 2020        |             | 2021        |             |
|---|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|   | HOMENS      | MULHERES   | HOMENS      | MULHERES    | HOMENS      | MULHERES    |
| Tempo determinado                                     | 4           | 6          | 0           | 0           | 0           | 2           |
| Tempo indeterminado                                   | 2440        | 984        | 2557        | 1050        | 2629        | 1069        |
| <b>Total por gênero</b>                               | <b>2444</b> | <b>990</b> | <b>2557</b> | <b>1050</b> | <b>2629</b> | <b>1071</b> |
| <b>TOTAL</b>  | <b>3434</b> |            | <b>3607</b> |             | <b>3700</b> |             |



Alta liderança, colaboradores, fornecedores, clientes, parceiros, todos os *stakeholders* precisam estar alinhados aos compromissos ESG, para que as práticas e gestão da empresa sejam consistentes e permanentes."

**Luciane Aparecida Benevides**

Gerente Portobello Shop Batel - Curitiba (PR)

| RELAÇÃO DE CONTRATAÇÕES 2021 |                  |     |
|------------------------------|------------------|-----|
| FAIXA ETÁRIA                 | Até 30 anos      | 582 |
|                              | De 31 à 50 anos  | 411 |
|                              | Acima de 50 anos | 30  |
| UNIDADE                      | Portobello       | 503 |
|                              | Pointer          | 112 |
|                              | Portobello Shop  | 407 |
| GÊNERO                       | Feminino         | 391 |
|                              | Masculino        | 632 |

| NÚMERO DE EMPREGADOS POR NÍVEL FUNCIONAL | 2019        |            | 2020        |             | 2021        |             |
|--|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|  | HOMENS      | MULHERES   | HOMENS      | MULHERES    | HOMENS      | MULHERES    |
| Conselho                                 | 12          | 0          | 17          | 0           | 13          | 0           |
| Diretor                                  | 8           | 1          | 8           | 1           | 8           | 1           |
| Superintendente                          | 2           | 0          | 1           | 0           | 2           | 0           |
| Gerente                                  | 32          | 24         | 31          | 27          | 37          | 33          |
| Coordenador                              | 69          | 36         | 72          | 28          | 85          | 45          |
| Demais                                   | 2275        | 873        | 2349        | 882         | 2394        | 932         |
| Trainee                                  | 0           | 0          | 0           | 0           | 0           | 0           |
| Aprendiz                                 | 26          | 34         | 63          | 97          | 40          | 35          |
| Estagiário                               | 20          | 22         | 16          | 15          | 14          | 23          |
| <b>Total por gênero</b>                  | <b>2444</b> | <b>990</b> | <b>2557</b> | <b>1050</b> | <b>2629</b> | <b>1071</b> |
| <b>TOTAL</b>                             | <b>3434</b> |            | <b>3607</b> |             | <b>3700</b> |             |



| ROTATIVIDADE MÉDIA 2021 |           |          |                   |                 |                  |               |
|-------------------------|-----------|----------|-------------------|-----------------|------------------|---------------|
| UNIDADES                | GÊNERO    |          | FAIXA ETÁRIA      |                 |                  | GERAL UNIDADE |
|                         | Masculino | Feminino | Abaixo de 30 anos | De 30 a 50 anos | Acima de 50 anos |               |
| Portobello              | 1,5%      | 1,3%     | 2,3%              | 1,0%            | 1,9%             | 1,4%          |
| Portobello Shop         | 3,4%      | 3,4%     | 3,0%              | 3,5%            | 6,1%             | 3,4%          |
| Pointer                 | 1,3%      | 1,8%     | 1,4%              | 1,5%            | 0,0%             | 1,3%          |

# Capacitação

GRI 404-1, GRI 412-2

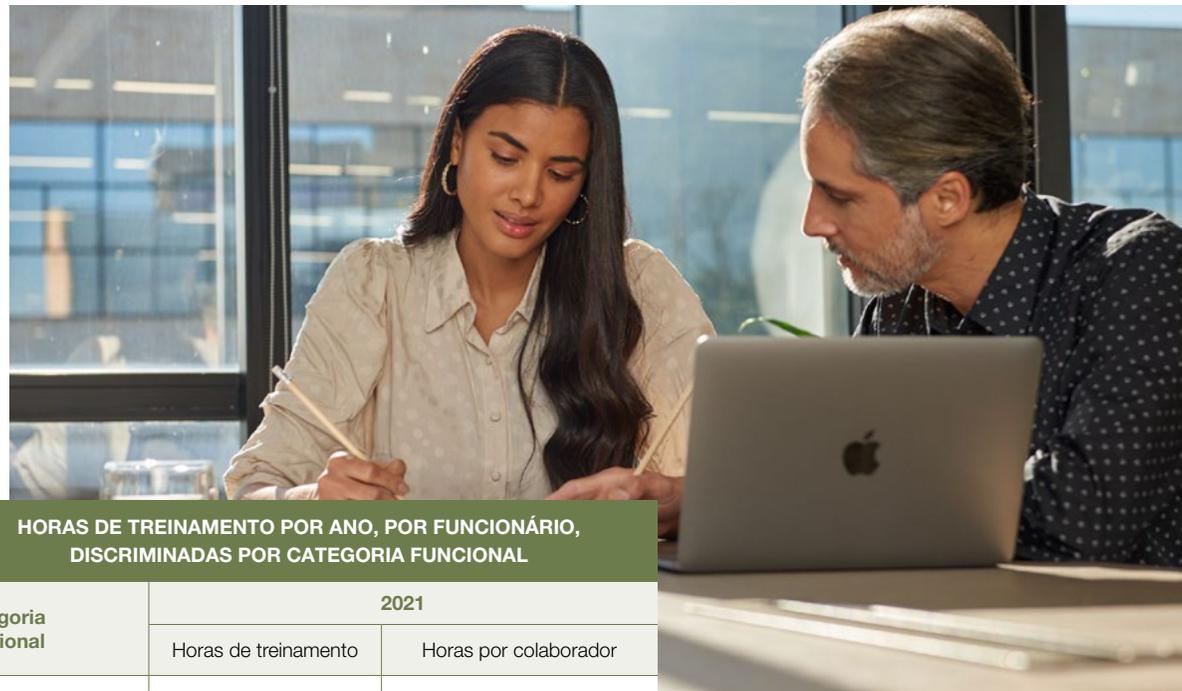
O grande destaque do ano foi a frente de desenvolvimento de lideranças, que dá ênfase à sustentação do negócio a longo prazo. O programa Escola de Líderes preparou 29 mentorados em 2021, acompanhados por 27 mentores.

Participaram de treinamentos e capacitações 945 colaboradores, em 20 mil horas. Foram abordados mais de 100 temas nas áreas de Compliance, *Mentoring*, Revenda, Engenharia, Exportação, Indústria e Logística e investidos R\$ 900 mil.

Em 2021, também houve a evolução de treinamentos técnicos para formação de profissionais que atuam nos fornos, na retífica e no polimento. Na operação em Santa Catarina a iniciativa ocorre com o apoio do Senai.

No Varejo, além das trilhas de capacitação técnica em produtos, a Portobello Shop lançou o Design Experience 4.0 com Carlos Ferreirinha, referência em Liderança e Gestão no Mercado de Luxo no Brasil. Trata-se de um programa exclusivamente desenhado para a Portobello Shop, que tem como objetivo estimular a equipe a ir além e aprofundar novos caminhos, explorando em detalhes um novo jeito de fazer negócios.

Ao longo de nove encontros, o Programa abordou temas relacionados ao varejo, mas sempre sob a ótica de emocionar clientes. Os módulos trabalhados foram: Protagonismo, Cliente, Mundo Casa, Atendimento, Digital, Repertório, Diversidade, Sustentabilidade e O Paladar não Retrocede.



**HORAS DE TREINAMENTO POR ANO, POR FUNCIONÁRIO, DISCRIMINADAS POR CATEGORIA FUNCIONAL**

| Categoria Funcional | 2021                 |                       |
|---------------------|----------------------|-----------------------|
|                     | Horas de treinamento | Horas por colaborador |
| Conselho            | 0                    | 0                     |
| Diretor             | 0                    | 0                     |
| Superintendente     | 0                    | 0                     |
| Gerente             | 270                  | 3,86                  |
| Coordenador         | 4.428                | 34,06                 |
| Demais              | 15.064               | 4,53                  |
| Trainee             | 0                    | 0                     |
| Aprendiz            | 0                    | 0                     |
| Estagiário          | 200                  | 5,41                  |
| <b>Total</b>        | <b>19.962</b>        | <b>5,45</b>           |

# Avaliação de desempenho

GRI 404-3

A equipe da Portobello conta com quatro processos de avaliação, dois anuais, Avaliação de Desempenho Individual (ADI) de Resultados, focado em Performance, e as Avaliações 360° e 180°; e dois bianuais, Avaliação de Carreiras e Avaliação de Desempenho Individual (ADI) de Talentos.

As avaliações 360° e 180° são ferramentas utilizadas para mensurar e qualificar a performance comportamental do profissional, utilizando como referência as oito Competências da Portobello (Desenvolvimento de Talentos, Foco no Resultado, Atitude de Dono, Inovação, Valorização das Diferentes Opiniões, Agilidade na Gestão, Busca pela Competitividade e Foco no Cliente). O resultado considera a avaliação do gestor imediato, de pares e da própria pessoa no formato 180°. A 360° inclui também clientes e liderados e é voltada para Diretores, Gerentes, Coordenadores e Traders. O objetivo é identificar os pontos positivos e as oportunidades de melhoria, contribuindo para o crescimento do colaborador dentro da organização.

A ADI de Talentos identifica talentos internos, e gera o mapa de sucessão e ações de desenvolvimento. Contribui para a estruturação de promoções, para a identificação e mitigação do risco de perda dos talentos internos e para a retenção. A Avaliação de Carreiras apresenta de forma mais clara as trilhas de desenvolvimento e crescimento dos profissionais existentes na empresa e faz a gestão da trajetória profissional, adequando as pessoas às posições corretas.

| EMPREGADOS QUE RECEBEM REGULARMENTE ANÁLISES DE DESEMPENHO E DE DESENVOLVIMENTO DE CARREIRA, DISCRIMINADOS POR CATEGORIA FUNCIONAL |  |   |  |   |  |   |
|--|--|---|--|---|--|---|
| Categoria Funcional  | 2019   |   | 2020   |   | 2021   |   |
|  | Total de colaboradores que receberam análise de desempenho | % colaboradores que receberam análise de desempenho | Total de colaboradores que receberam análise de desempenho | % colaboradores que receberam análise de desempenho | Total de colaboradores que receberam análise de desempenho | % colaboradores que receberam análise de desempenho |
| Conselho   | 0  | 0%  | 0  | 0%  | 0  | 0%  |
| Diretor  | 9  | 100%  | 9  | 100%  | 9  | 100%  |
| Superintendente  | 2  | 100%  | 1  | 0%  | 2  | 100%  |
| Gerente  | 45   | 80%   | 34   | 59%   | 70   | 100%  |
| Coordenador  | 105  | 100%  | 100  | 100%  | 130  | 100%  |
| Operação   | 134  | 4%  | 0  | 0%  | 716  | 22%   |
| Trainee  | 0  | 0%  | 0  | 0%  | 2  | 100%  |
| Aprendiz   | 0  | 0%  | 0  | 0%  | 0  | 0%  |
| Estagiário   | 42   | 100%  | 31   | 100%  | 0  | 0%  |
| <b>Total</b>   | <b>246</b>   | <b>8%</b>   | <b>150</b>   | <b>5%</b>   | <b>929</b>   | <b>25%</b>  |

# Diversidade

GRI 401-1, GRI 401-2, GRI 406-1,  
GRI 410-1, GRI 412-2, GRI 412-3

A Estratégia ESG 2022-2026, que entrará em vigor em 2022, tem como um dos focos de atuação a ampliação da diversidade na organização, especialmente em relação a gênero e a pessoas com deficiência.

Hoje, a área administrativa do Portobello Grupo é composta por 50% de homens e 50% de mulheres. No varejo, 60,4% das lideranças são mulheres. O desafio da empresa encontra-se na área industrial, onde a proporção é de 70% homens e 30% mulheres.

Neste ano, 8,57% dos funcionários do Portobello Grupo eram pessoas com deficiência. Em 2021, após solicitação do Ministério do Trabalho, ocorreu a primeira fase da reforma da planta de Tijucas, onde está a sede, para ampliar a acessibilidade em diferentes espaços, tais como elevadores, estacionamento, pontos de acesso, áreas de convivência, banheiros, pisos, entre outros. A segunda etapa será concluída em 2022.

As Lojas Portobello Shop também foram analisadas e um projeto de acessibilidade foi elaborado especialmente para o varejo. A cada nova reforma ou obra as adequações estão sendo realizadas pela área de Arquitetura.





# Salários

GRI 405-2, 102-41

A Portobello tem uma política de cargos e salários, que detalha os critérios para a evolução salarial e promoções. A remuneração é determinada por pesquisas de mercado e acordos com os sindicatos das categorias representadas no quadro funcional, que abrangem até a coordenação, com exceção dos estagiários e aprendizes, representando 95,1% da equipe. O Acordo Coletivo de Trabalho é aplicado a 99,5% dos empregados – os 0,5% restantes são Diretores Estatutários, Conselheiros e Estagiários.

Como ação estratégica para os próximos anos, as diretrizes que determinam os salários, incluindo uma análise mais aprofundada sobre as remunerações mais altas e mais baixas e de homens e mulheres, serão aprimoradas.

## Representatividade de Salários - Mulheres para Homens

|                             | Diretoria | Gerentes SR | Gerentes | Coordenação | Demais cargos |
|-----------------------------|-----------|-------------|----------|-------------|---------------|
| Representatividade no Total | 87,5%     | 98,9%       | 83,0%    | 107,6%      | 118,9%        |

# Saúde e Segurança

GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 403-1, GRI 403-2, GRI 403-3, GRI 403-4, GRI 403-5, GRI 403-6, GRI 403-7, GRI 403-8, GRI 403-9, GRI 403-10

A Portobello conta com um estruturado sistema de segurança, construído com o objetivo de proporcionar um método de avaliar e de melhorar comportamentos relacionados à prevenção de incidentes e de acidentes no local de trabalho, por meio da gestão efetiva de riscos perigosos e de riscos no local de trabalho. Em 2021, a taxa de acidentes com comunicação obrigatória (divisão número de acidentes com comunicação obrigatória por número de horas trabalhadas e multiplicado por 1 milhão) ficou em 20,24, contra 19,14 em 2020. No ano, foram registrados 18 acidentes com afastamento e 116 sem afastamento e nenhum óbito decorrente de acidentes ou de doenças profissionais. Esta estrutura inclui uma série de processos, monitoramento e acompanhamento, indicadores preventivos, reuniões e ações individuais. A abordagem é positiva e não punitiva e busca envolver os funcionários que realizaram procedimentos inadequados na indicação de soluções. A frente é liderada por uma equipe dedicada ao tema, de Segurança do Trabalho.

Os acidentes com afastamento no ano envolveram torção (33,3%), fratura (27,8%), trauma (22,2%), prensamento (11,1%) e queimadura (5,6%). A maior parte dos casos foi comportamental, com a falta de percepção de risco. A Portobello acredita que esse cenário decorre da redução da quantidade de treinamentos no período, em razão da pandemia.

## Taxa de frequência total de acidentes (com e sem afastamento)

|              |              |              |
|--------------|--------------|--------------|
| <b>23,64</b> | <b>19,14</b> | <b>20,24</b> |
| 2019         | 2020         | 2021         |

Divisão número de acidentes com comunicação obrigatória por número de horas trabalhadas e multiplicado por 1 milhão

## SISTEMA DE GESTÃO DE SEGURANÇA

Uma das estratégias utilizadas pela empresa para a gestão da segurança é o relatório de incidentes e melhorias, que aponta os riscos para evitar que acidentes ocorram. Ferramenta utilizada por todos os colaboradores - a equipe é estimulada, constantemente, a trazer considerações -, apresenta todos os pontos de atenção, que são avaliados pelos responsáveis por segurança com o apoio dos profissionais que atuam na atividade, e gera ações preventivas. No ano, foram levantadas 4.955 situações com este perfil.

A Portobello é referência na realização da Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho (SIPAT), que em 2021 envolveu 90% dos funcionários com palestras, capacitações e eventos simultâneos sobre saúde e segurança, todos online por conta da pandemia. Neste ano, a SIPAT trouxe também conteúdos sobre qualidade de vida e saúde mental como forma de apoiar os colaboradores no enfrentamento desse novo contexto, que expôs toda a sociedade a uma situação de vulnerabilidade. Em relação à segurança, capacitou as equipes nos seguintes temas: saúde, inclusão, conformidade e bem-estar.

Para promover a saúde no ambiente de

trabalho, a Portobello realiza campanhas de conscientização. No ano, não foram registradas doenças profissionais de comunicação obrigatória. A empresa também envolve os seus funcionários em campanhas de estímulo à vacinação contra a gripe e contra a Covid-19.

A efetiva participação dos colaboradores na implementação de ações de saúde e segurança ocorre, principalmente, por meio do Comitê, que visa apresentar indicadores reativos e preventivos e divulgar ações de segurança. A empresa conta ainda com a Ronda SOL, que acontece semanalmente e tem como objetivo avaliar os locais de trabalho nos quesitos segurança, organização e limpeza.

Os protocolos de segurança, assim como os serviços de saúde, envolvem 100% dos funcionários da empresa, inclusive das lojas Portobello Shop. Os terceirizados, que operam dentro das instalações, devem respeitar os mesmos protocolos que os demais colaboradores. O sistema de gestão de segurança e saúde é auditado pelos Técnicos de Segurança das áreas e que acompanham as lojas próprias, os centros de distribuição e a Oficina SP.

# Covid-19

O ano de 2021 seguiu sendo desafiador por conta da pandemia. Os escritórios operaram em modelo híbrido, com cerca de 70% da equipe em *home office* e 30% da equipe trabalhando presencialmente. Os funcionários da área industrial, pelas características da função, atuaram dentro das operações, seguindo os protocolos de segurança, como distanciamento nos transportes coletivos, nos refeitórios e em todas as áreas.

A Portobello disponibilizou testagem para casos suspeitos, além de máscaras e álcool. Toda a empresa seguiu o plano de contingência criado em 2020, que contempla ações de prevenção e de gestão, em casos de suspeita e de confirmação. No ano, foram 177 colaboradores infectados e nenhum óbito registrado.

Em relação à comunidade, em 2020 e 2021, a Portobello doou recursos financeiros e materiais de utilidade pública. No ano, foram entregues 25 mil máscaras para a comunidade de Tijuca, mais de 1 tonelada de alimentos, e locados seis respiradores para o Hospital São José de Tijuca – que somaram-se aos outros quatro respiradores disponibilizados em 2020.

# Comunidade

GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 203-1, GRI 203-2,  
GRI 306-1, GRI 306-2, GRI 413-2

Coerência no discurso e nas ações é o que se espera de marcas, empresas e pessoas que nos inspiram. Viver de maneira mais sustentável exige engajamento e esforço de todas e todos, e vai além: mais do que não causar danos, gerar impactos positivos e restauradores na sociedade. O cuidado com a comunidade é um dos valores mais intrínsecos e prezados pela Portobello. Dar oportunidades para os “moços e moças de Tijucas” representou um importante estímulo para a criação da empresa, em 1979, quando os jovens do município catarinense deixavam o local em busca de uma vaga de trabalho em outras cidades do país. Como esta é uma região com muita terra vermelha, matéria-prima importante para o setor de atuação da Portobello, os fundadores resolveram criar ali uma fábrica de cerâmicas, que hoje transformou-se no principal *player* do segmento no Brasil, que emprega diretamente 3700 mil pessoas e impacta indiretamente 40 mil moradores das regiões do seu entorno.

## Projeto Cobogó Mundaú

Mobilizar a comunidade em iniciativas conjuntas capazes de ampliar a renda das pessoas, agregar novos produtos ao seu portfólio e contribuir com a preservação do meio ambiente. Estes são os princípios por trás do Projeto Cobogó, criado em parceria com o designer e arquiteto Marcelo Rosenbaum, uma frente com potencial de expansão nos próximos anos.

A ação iniciada pelo Portobello Grupo promove o desenvolvimento sustentável da comunidade do Vergel, em Alagoas, que se dedica a uma das cadeias mais tradicionais da economia local, o molusco sururu. Por meio da metodologia do A Gente Transforma, de Rosenbaum, foi possível dar um destino alternativo à casca do sururu e gerar impacto positivo na comunidade. A extração do molusco, considerado patrimônio cultural imaterial de Alagoas desde 2014, gera resíduos que somam mais de 300 toneladas de cascas por



mês, somente nas margens da Lagoa do Mundaú, na zona metropolitana de Maceió. Descartadas ao ar livre, as cascas são levadas pela prefeitura a um lixão, a um alto custo diário, gerando um problema ambiental e de saúde pública para a comunidade e o município.

Não é o que acontece quando há o aproveitamento das conchas, compostas de calcário, material nobre para o design. Inspirados no próprio contorno da concha do sururu, Marcelo Rosenbaum e Rodrigo Ambrósio desenharam peças de cobogó, elementos vazados usados como divisória decorativa na arquitetura brasileira, fabricados com as conchas do sururu em substituição à areia na composição com o cimento. As cascas do sururu são trocadas pela população por sururotes, moeda social local criada pelo projeto

Maceió Mais Inclusiva, e a produção é realizada pela comunidade, dentro do Entrepasto do Sururu. O resultado é um produto que tem a identidade local e valor compartilhado por toda a cadeia envolvida no seu desenvolvimento, especialmente pela comunidade, que passou a fazer parte deste novo negócio social.

Em 2021, o Cobogó Mundaú chegou a todo o Brasil, distribuído com exclusividade nas lojas da Portobello Shop com a marca Pointer. Foram produzidas 4500 peças, com 33,5 toneladas de cascas, que ampliaram em 16% a renda de 29 pessoas da comunidade do Vergel, responsáveis pela produção das peças e pela venda da matéria-prima, em um movimento liderado por mulheres, as responsáveis por limpar o Sururu, etapa na qual a casca é extraída.



## Projetos sociais

A atuação ao longo dos anos também consolidou uma frente de apoio à comunidade, beneficiada por iniciativas que focam, especialmente, crianças e adolescentes de Santa Catarina e de Alagoas, onde a Portobello concentra as operações da Pointer, e de diferentes locais do país por meio da Portobello Shop. Em 2021, esses projetos receberam R\$ 993 mil, provenientes de Leis de Incentivo (à Cultura, ao Esporte, Pronon, Fundo da Infância e Adolescência e Fundo do Idoso).

A seguir, estão detalhadas as principais ações e os impactos gerados no ano.



Programa Crescer:

### PROGRAMA CRESCER

O Programa Crescer, realizado em parceria com a ADEC - Associação Desportiva dos Ceramistas do Vale do Rio Tijucas – e o SESI/SC, oferece há mais de 15 anos, em Tijucas (SC), uma programação de esportes e atividades educacionais. Em 2021 participaram 130 crianças e adolescentes, de 6 a 13 anos, da comunidade local. O Programa incentiva a prática de atividades físicas, além de desenvolver valores como responsabilidade, cooperação e respeito. Alguns dos jovens que fazem parte desta iniciativa são direcionados para o Jovem Aprendiz da Portobello.

## PROGRAMA DE VOLUNTARIADO

O Programa de Voluntariado da Portobello, criado em 2017, busca contribuir para a melhora da qualidade de vida das comunidades em que a empresa atua. Em 2021, contou com a participação de cerca de 200 colaboradores em diferentes frentes de trabalho:

- Arrecadação de mais de 1000 peças para a Campanha do Agasalho.
- O Natal Voluntário da Portobello, existente desde 2003, incentiva colaboradores da companhia a se tornarem padrinhos e madrinhas de crianças das comunidades assistidas, doando presentes de Natal. Em 2021, foram distribuídos média de 1000 presentes para crianças e idosos de 7 instituições de Tijucas e 250 cestas de Natal para famílias de baixa renda da cidade catarinense. Os funcionários da Pointer “adotaram” 220 crianças da Comunidade do Vergel, em Maceió, e de Marechal Deodoro.
- Colaboradores que enfrentam dificuldades devido a doenças ou desastres naturais, como enchentes, recebem apoio dos seus colegas. Não houve demandas deste tipo em 2021.
- No ano, mais de 150 colaboradores da Portobello e Pointer participaram do movimento interno Ação pela Vida, que reúne doações de sangue e de plaquetas.
- No Fundo Social, a Portobello dobra o valor doado pelos seus colaboradores às entidades. Em 2021, o Lar Santa Maria da Paz, de idosos, escolhido no primeiro ano de ação, foi beneficiado com R\$ 30 mil.

## CORAL ANJOS 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 6 a 13 anos de idade. Em 2021, participaram 30 integrantes que fizeram apresentações exclusivas nas dependências da Portobello – devido à Covid, não ocorreram eventos na comunidade.



Apresentação do Coral Anjos Luz, em 2019

## COLETIVO SOLIDÁRIO

Esta iniciativa une a força da marca Portobello, o potencial agregador e mobilizador das lojas Portobello Shop e os programas sociais dos parceiros profissionais de arquitetura e design, que atuam coletivamente. Nessa plataforma se divulga e promove as boas ideias transformadas em ações para ajudar as comunidades. Em 2021, como iniciativa do Coletivo Solidário, destacam-se ações como:

- **Coração de Mãe**, que arrecadou R\$ 15 mil, além de mais de 200 cestas básicas e 200 quilos de alimentos que beneficiaram em torno de 115 famílias e 400 crianças. 25 lojas participaram da ação.
- **Ação Movimento Solidário**, em que foram arrecadadas 129 cestas básicas, beneficiando quase 150 pessoas. 3 lojas participaram dessa ação.
- **Natal Solidário**, com a doação de 600 cestas básicas e a participação de 4 lojas.

## DOAÇÃO DE REVESTIMENTOS

Tanto em Santa Catarina como em Alagoas, a Portobello doa cerâmica para entidades sem fins lucrativos, como igrejas, prefeitura (que utiliza o material na reforma de creches, escolas e postos), Polícia Militar (para a reforma de delegacias e presídios) e instituições, como APAE e asilos, por exemplo. Em 2021, foram doados 17 mil metros quadrados para 43 instituições.

## Evento com a comunidade

Reforçando a transparência na relação com a comunidade, dada a importância econômica das operações da empresa para a região, a Portobello realiza bianualmente o encontro “Portobello e Tijucas, crescendo juntos”, que reúne autoridades e representantes do município catarinense. Em 2021, Mauro Valle, o CEO da companhia, apresentou as ações realizadas para a comunidade e para os colaboradores e abordou as perspectivas para os próximos anos e a importância do engajamento de todos neste processo de desenvolvimento. Também foram destacados no evento os programas sociais e os projetos do Fundo para a Infância e Adolescência (FIA) e do Fundo do Idoso e as ações culturais e solidárias conduzidas na região de Tijucas. O presidente do Conselho, Cesar Gomes Junior, falou sobre o bom desempenho financeiro da empresa mesmo durante a pandemia da Covid-19 e as perspectivas para 2022.



# Clientes

GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 306-1, GRI 306-2, GRI 416-1, GRI 418-1

## Somos orientados ao cliente Seu sonho é a nossa razão de existir

A Portobello é uma empresa que investe constantemente em soluções para melhorar a experiência do cliente. Esse é o principal objetivo do programa intenso de transformação digital, em curso. Um robusto alicerce, composto por sistemas estruturais, plataforma de integração, estratégia em nuvem e inteligência artificial, é responsável por proporcionar ao consumidor uma interface fluida, leve e ágil. A tecnologia também busca proteger os dados dos clientes, tema de extrema relevância dentro da organização, gerido por um grupo de trabalho criado em 2019. No ano, não houve nenhuma queixa de violação de privacidade.

Os canais digitais representam um importante meio de comunicação com os clientes e trazem conteúdos inspiracionais, técnicos e didáticos, além de disponibilizar ferramentas para a execução de projetos. Todas as frentes de mídias digitais somam 32 milhões de views mensais e 1,1 milhão de seguidores. A Plataforma Archtrends, criada pela Portobello, tornou-se uma das principais referências para os profissionais da área e conta com mais de 236 mil acessos por mês.

Por atuar em diferentes plataformas, a Portobello tem uma variedade de clientes: arquitetos, consumidores finais, construtoras, lojas multimarcas, distribuidores e representantes.

A Portobello Shop divide a experiência do cliente em sete frentes: Inspiração, Especificação, Loja, Mix, Serviços, Logística e Pós-venda. Em cada uma delas, existem iniciativas, ferramentas, produtos e serviços, assim como a gestão da entrega e da satisfação e relacionamento, que sustentam essa jornada.

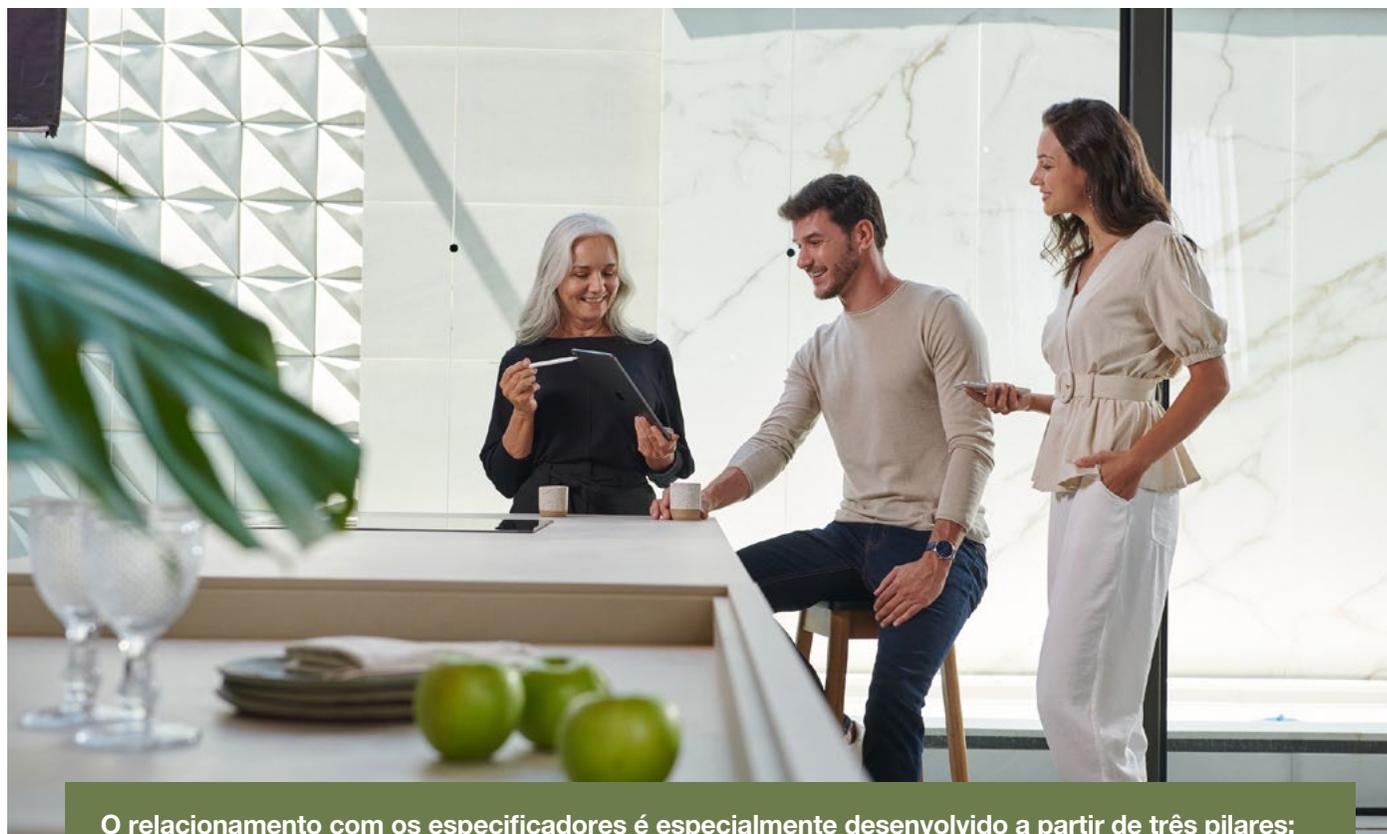


## PROFISSIONAIS DE ARQUITETURA E DESIGN

As lojas Portobello Shop são projetadas para que os clientes tenham uma experiência única de design com a marca. Com as lojas, que possibilitam o contato direto da empresa com o cliente final e com o arquiteto, que muitas vezes influencia na decisão de compra, a Portobello tem o termômetro do consumidor, o que contribui para direcionar estratégias de negócios.

### Coletivo Criativo

Os profissionais de arquitetura e design são muito importantes na criação dos produtos Portobello. Entendidos como porta-vozes do mercado, que apontam tendências, identificam necessidades e participam efetivamente do processo criativo, fazem parte do dia a dia da marca, seja por meio de viagens, pesquisas, visitas à fábrica ou presença em clínicas de produtos. A viagem anual de pesquisa reúne os especificadores com a equipe Portobello em busca de inspiração e conhecimento, além da experiência de cocriar uma linha de produtos inspirados em cada destino. Em 2021, devido à pandemia, a atividade foi suspensa, mas, ocorrerá em 2022 e terá como destinos Tel Aviv e Doha.



### O relacionamento com os especificadores é especialmente desenvolvido a partir de três pilares:

1. Troca de conhecimento, conteúdo e informação entre os profissionais e a Portobello, o que gera uma parceria criativa. Esta frente também se traduz na Plataforma Archtrends Portobello (<https://archtrends.com>);
2. Reconhecimento dado aos profissionais, sobretudo, nas viagens patrocinadas pela empresa que levam arquitetos para vários locais do mundo a fim de inspirá-los em relação às tendências de construção;
3. Recompensas dadas ao cliente e ao arquiteto quando adentram as lojas Portobello juntos. Por entender que o acompanhamento de um cliente por um arquiteto em todo processo de construção permite o uso adequado dos produtos, seu assentamento correto e a compra com as especificações precisas, as lojas Portobello Shop oferecem um desconto de 5% aos que compram os produtos com apoio profissional.

## CONSTRUTORAS

Uma equipe dedicada, com mais de 100 profissionais, é responsável pelo atendimento às mais de 1.200 construtoras que compuseram a base de clientes em 2021. Estes profissionais acompanham todo o projeto, desde a fase de especificação até a conclusão das obras. No ano, as vendas para este grupo ultrapassaram 8,3 milhões de m<sup>2</sup>.

## LOJAS MULTIMARCAS

Os mais de 700 pontos de venda em todo o Brasil, entre pequenas lojas e homecenters, fazem com que as cerâmicas Portobello e Pointer cheguem a milhares de consumidores. As vendas atingiram 8,3 milhões de m<sup>2</sup>.

## CLIENTES INTERNACIONAIS

Os produtos para o mercado externo atendem distribuidores, representantes, construtoras e lojas de mais de 60 países. Os principais destinos são Canadá, EUA, México, Peru, Bolívia, Paraguai, Argentina, Uruguai, Suécia, Reino Unido, Bélgica, África do Sul, Austrália, Emirados Árabes e China. Foram exportadas 5,9 milhões de m<sup>2</sup> em 2021.

A Portobello, em parceria com a Associação Nacional dos Fabricantes de Cerâmica para Revestimentos (Anfacer), desenvolveu uma cartilha para os clientes, que traz o passo a passo para a reciclagem dos resíduos de revestimentos cerâmicos. A publicação explica como deve ser feito o descarte dos materiais após a conclusão das obras residenciais, de acordo com a classe.

**Classe A:** São os resíduos reutilizáveis ou recicláveis, tais como materiais cerâmicos, argamassa e concreto.

**Classe B:** São os resíduos recicláveis para outras destinações, tais como: plásticos, papel, papelão, metais, vidros, madeiras e gesso.

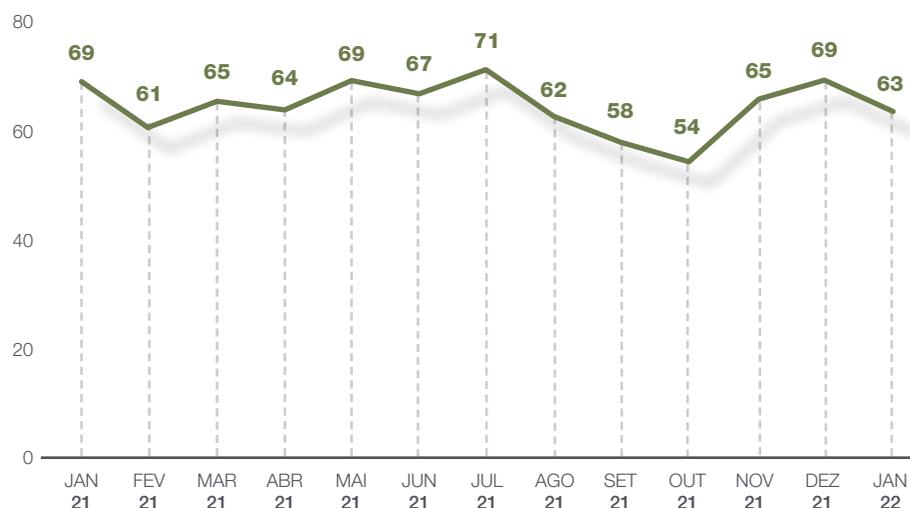
**Classe C:** São os resíduos para os quais não foram desenvolvidas tecnologias ou aplicações viáveis que permitam a sua reciclagem ou recuperação.

**Classe D:** São os resíduos perigosos oriundos do processo de construção.

## SATISFAÇÃO

A última pesquisa de satisfação realizada com 594 clientes finais e profissionais de arquitetura e design apontou um índice de satisfação de 69 em dezembro de 2021, o mesmo indicador registrado em janeiro de 2021. No ano, a média foi de 64,5, classificada como Muito Boa. Esta consulta ocorre mensalmente.

### Evolução score NPS



Há três anos consecutivos a Portobello recebe o selo RA 1000, do site Reclame Aqui. Este reconhecimento é baseado nas avaliações dos consumidores feitas no portal, e destaca empresas que demonstram compromisso com o pós-venda e geram no cliente elevado grau de confiança na marca e nos produtos vendidos.

## TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

O ecossistema digital Portobello e a transformação digital em curso têm como objetivo central o cliente. A tecnologia está presente 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 todas 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

A Portobello está se preparando para uma era na qual a tecnologia será invisível e a experiência de design e inovação, cada vez mais personalizada. Acredita que as máquinas devem se adaptar às pessoas e não o contrário. O jeito de ser e os diferenciais Portobello também devem fazer parte do Ecossistema Digital da marca.



# Franqueados

GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3

As 138 lojas da Portobello Shop (próprias e franquias) consolidam o posicionamento institucional do Portobello Grupo. É no espaço acolhedor das lojas que a jornada do cliente ocorre de forma plena, transitando entre inspiração, especificação dos produtos e experiência de compras.

As franquias da Portobello Shop empregam 1,3 mil pessoas, que somam-se aos 253 colaboradores que atuam nas lojas próprias. No ano, as unidades, juntas, atenderam mais de 36 mil especificadores. Em 2021, foram inauguradas 11 lojas, entre franquias e unidades próprias, e fechadas quatro, duas delas por decisão da franqueadora e duas por decisão do franqueado.

Portobello Shop Ribeirão Preto (SP)





Portobello Shop São José (SC)

A relação da Portobello com seus franqueados está baseada no apoio para o desenvolvimento do parceiro, pois esse movimento conjunto leva à solidificação integral do negócio e da atuação no varejo. Este esforço está presente na preocupação em capacitar as equipes, em criar um ambiente acolhedor para as lojas, em encontrar formas sustentáveis e atrativas para expor o produto, em direcionar o atendimento ao cliente e em estimular a sustentabilidade, processo iniciado e que evoluirá nos próximos anos.

A Portobello oferece aos franqueados ferramentas que ajudam a estreitar o relacionamento das lojas com seus clientes, especialmente os arquitetos, como um sistema de inteligência, que possibilita um melhor entendimento do mercado. São analisadas informações de compra e de comportamento, que contribuem para melhorar a experiência geral do cliente e realizar um atendimento e uma gestão mais personalizada. Os funcionários das franquias devem cursar trilhas de aprendizagem obrigatórias, disponíveis na Academia Portobello. No período, 233 treinamentos beneficiaram 1,7 mil pessoas.

## PROGRAMA DE EXCELÊNCIA

O Programa de Excelência é uma ferramenta de gestão que tem como objetivo criar um modelo eficaz, capaz de aumentar a produtividade da rede, dando celeridade aos resultados de toda a cadeia e garantindo que a estratégia da empresa esteja implantada em todas as lojas. Construído sobre pilares de modelo de gestão integrada, os melhores desempenhos e resultados do ano são reconhecidos. É composto por Experiência do Cliente, Operação, Relacionamento, Gestão, Gente e Resultados. Essa estrutura contempla processos de recursos humanos, que incluem desde o cumprimento integral da legislação trabalhista até o pagamento de salários dignos, integração adequada que promova o engajamento das pessoas, avaliação de desempenho e feedback. As lojas que alcançaram o grau de EXCELÊNCIA receberam o Selo de Excelência Portobello Shop 2021.



Portobello Shop São José (SC)

# Fornecedores

GRI 102-10, GRI 102-9, GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 204-1, GRI 301-3, GRI 308-1, GRI 308-2, GRI 407-1, GRI 408-1, GRI 409-1, GRI 410-1, GRI 412-3, GRI 414-1, GRI 414-2

A relação da Portobello com os 2600 fornecedores ativos em 2021 vem sendo aprimorada a cada ano.

Os Fornecedores Críticos (5,4% do total), que abastecem a empresa com os insumos essenciais para a produção, são avaliados após a prestação do serviço pela qualidade e precisam receber uma nota mínima de 7. Os que não obtêm essa pontuação são submetidos a um plano de ação para melhorar as suas práticas. Neste grupo, as empresas de mineração, que extraem de jazidas argila, brita, entre outros materiais, são fiscalizadas periodicamente com visitas *in loco*.

Já os Fornecedores Principais (16,3%), responsáveis pelo transporte e pelas embalagens, precisam apresentar licença ambiental e garantia de qualidade do produto sob condições específicas (produtores de embalagens) e assinam um termo com uma série de exigências.

Na categoria dos mais relevantes, os demais 27% assumem em contrato o compromisso de seguir boas práticas ambientais, sociais e de governança. Em 2021, todos cumpriram suas obrigações

ambientais, sociais e de direitos humanos e não foram identificados casos de trabalho infantil, forçado ou análogo ao escravo. Com os 51,3% restantes, cujo relacionamento é esporádico, a formalização acontece por ordem de compra e Nota Fiscal.

Além disso, existe um trabalho conjunto de pesquisa e desenvolvimento para o aprimoramento das entregas. No período, esse tipo de ação ocorreu com os fornecedores de embalagens. Em 2021, foram desenvolvidas caixas que utilizam 10% menos papelão, material que teve seu custo elevado em razão da escassez na oferta. Este programa eliminou a necessidade de produção de três toneladas mensais de papelão. A empresa substituiu, com o apoio de fornecedores, o suporte de ferro, essencial para sustentar a carga no pallet, por um similar, feito de madeira de reflorestamento, gerando menos impacto ambiental. Desenvolveu ainda uma nova cantoneira para transporte das peças, produzida 100% com plástico reciclado, que utiliza cerca de 180 toneladas mensais de resíduos. Essas cantoneiras substituem as similares, de fibra de eucalipto ou

## ORIGEM DA COMPRA



papelão. Chapas de EPS também estão sendo trocadas por semelhantes, de polpa moldada, feitas de papelão reciclado, reduzindo o uso de EPS em torno de 14 metros cúbicos por mês.

A Portobello tem como premissa a contratação de fornecedores locais, baseados nos Estados onde estão as operações. No ano, 79% das compras tiveram origem municipal, regional e estadual. Em 2021, não houve nenhuma mudança significativa na cadeia de fornecimento.

## PORTOBELLO MAIS ENGAJAMENTO

O Planejamento ESG 2022 - 2026, que será implementado pelo grupo, tem entre as suas metas uma avaliação socioambiental

ampla de fornecedores. Atualmente, existe um processo limitado a alguns grupos, como descrito anteriormente. A Portobello não utiliza, por exemplo, critérios sociais ou ambientais para a seleção, e não mensura detalhes relevantes da sua cadeia de fornecimento, como as empresas que garantem a liberdade sindical dos funcionários. Para apoiar esta iniciativa, entrará em operação um sistema de gestão, que acompanhará a adequação deste público a critérios ambientais e sociais, qualificando-o com pontuações, além de realizar o controle de contratos, cotações, documentações, entre outros itens. Trata-se de um trabalho em parceria com a área de *Compliance* para o *Due Diligence* da Cadeia de Fornecedores. Atualmente, não existe capacitação de fornecedores, inclusive os que atuam com serviços de segurança, em políticas de direitos humanos.

# Investidores

GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3

O Portobello Grupo (PBG) mantém um relacionamento transparente com seus mais de 25 mil investidores, que detêm 40% do total de ações emitidas pela empresa (já desconsiderando ações em tesouraria). Esta relação ocorre, principalmente, por meio do *website*, onde são disponibilizados os resultados e dados financeiros, os fatos relevantes, as atas das assembleias e das reuniões de administração, os avisos gerais aos acionistas, os comunicados ao mercado, entre outros conteúdos. Também acontece nas teleconferências realizadas trimestralmente.

Por integrar o Novo Mercado da B3, segmento composto por ações de empresas que seguem um exigente padrão de Governança Corporativa, o Portobello Grupo tem algumas características relevantes ao investidor, tais como: capital social composto exclusivamente por ações ordinárias, que dão direito a voto; *Tag Along*; em um cenário de fechamento do capital ou cancelamento do registro de negociação no Novo Mercado, realização

de uma oferta pública de aquisição de todas as ações em circulação, no mínimo, pelo valor econômico das mesmas; entre outras diversas regras.

## DESEMPENHO DAS AÇÕES

Este foi um ano desafiador para o mercado de capitais brasileiro. O principal índice da B3, o Ibovespa, registrou queda acumulada de 12,1% em 2021. Neste contexto negativo, as ações da Portobello (PTBL3) apresentaram valorização de 40,5%, atingindo R\$ 9,64 em 31/12/2021, patamar que encontra-se abaixo do seu potencial, considerando a solidez do negócio e o desempenho positivo da empresa em todo o período, o melhor já registrado em toda a sua história. O volume financeiro médio mensal negociado no ano somou R\$ 718 milhões e o diário, R\$ 34,9 milhões, uma expansão de 50% sobre 2020. A remuneração total distribuída aos acionistas em 2021 foi de R\$ 99,2 milhões (+529,3% na comparação com 2020).

## RATING

Em dezembro, a Fitch Ratings, uma das principais agências de classificação de risco de crédito do mundo, elevou em dois níveis o rating nacional de longo prazo do Portobello Grupo para “A-(bra)”. Segundo a Fitch, esta ampliação é resultado do desempenho operacional mais forte do que o previsto, que permitiu à companhia reduzir sua alavancagem líquida, medida pela relação entre endividamento líquido e patrimônio líquido, para abaixo de 2,0 vezes. Ao final de dezembro de 2021 esta relação fechou em 1,6 vez.

## ALONGAMENTO DO PERFIL DA DÍVIDA

Em setembro, o Portobello Grupo anunciou a sua quarta emissão de debêntures simples, não conversíveis em ações, no valor de R\$ 300 milhões. Os recursos foram destinados para alongamento do perfil da dívida. Além disso, a emissão tem dois

anos de carência para início de pagamento, reforçando a posição de caixa da empresa.

## RECOMPRA DE AÇÕES

Em 2021 foram realizados dois programas de recompra de ações, o primeiro no total de 6.999.658 ações, equivalentes, naquela data, a 4,41% das ações totais emitidas pela Companhia e a 10,0% das ações em circulação da Companhia. Este programa foi totalmente executado, ao preço médio de R\$ 8,91 por ação, sendo que após a sua conclusão, todas estas ações foram canceladas. E um segundo programa, no total de 6.542.817 ações, equivalentes, naquela data, a 4,44% das ações totais emitidas pela Companhia e a 10,0% das ações em circulação da Companhia. Esta 2ª recompra também foi totalmente realizada, a um custo médio de R\$ 13,96 por ação. As ações do 2º programa permaneciam, no final de 2021, em tesouraria, para posterior alienação e/ou cancelamento.

# 25 mil

INVESTIDORES

DISTRIBUIU  
**50%**

DO LUCRO

DIVIDEND YIELD DE  
**7,3%**

ALAVANCAGEM LÍQUIDA DE  
**1,6 vez**

# Ambiental

Inovação e atuação sustentável para reduzir o impacto das operações em todas as etapas do processo, desde a extração da matéria-prima até a gestão dos resíduos gerados

- 64 O revestimento cerâmico
- 66 Jazidas
- 67 Água
- 70 Emissões
- 72 Energia
- 73 Resíduos



A Portobello acredita em um processo produtivo regenerativo, que usa racionalmente os recursos necessários para a produção, reaproveitando e tratando tudo o que é possível e recuperando as áreas impactadas pela operação. Assim, a empresa tem como estratégia de negócios restaurar as jazidas que fornecem as matérias-primas, tratar e reutilizar a água e os resíduos do processo produtivo e empregar sistemas que gerem menos emissões de gases de efeito estufa.

Referência em inovação que aprimora o design para que alie beleza, funcionalidade e sustentabilidade, a Portobello contribui com o meio ambiente, ainda, ao desenvolver revestimentos cerâmicos que reproduzem materiais naturais não renováveis, cujas extrações geram impactos ambientais significativos, como o mármore e a madeira.



# O revestimento cerâmico

GRI 304-2, GRI 306-1, GRI 306-2, GRI 416-1

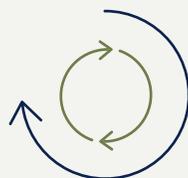
Pela sua essência e por diversas características, a cerâmica é um produto mais sustentável, se comparado a outras opções de revestimentos existentes no mercado, como a pedra, a madeira, o vinil, o carpete e o concreto. A sua produção utiliza matérias-primas extraídas de camadas superficiais da terra, com jazidas exploradas por um período curto de tempo, que voltam a sua vocação anterior, sem grande impacto ambiental e sem comprometer a biodiversidade local. Os resíduos cerâmicos são 100% reincorporados à produção, e o processo produtivo tem como principal fonte de energia o gás natural e a energia elétrica, ambas com menor impacto. Por ser um material inerte, pode ser disposto em aterros.



extração  
regenerativa

## JAZIDAS RECUPERÁVEIS

A principal matéria-prima da cerâmica é a argila, retirada de 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  
atóxico

## ZERO FORMALDEÍDO

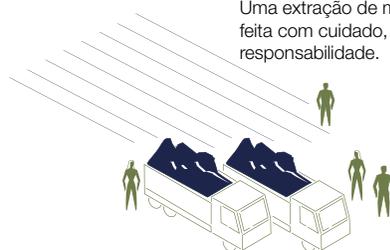
As cerâmicas não contêm aglomerantes, incluindo o formaldeído, que causa danos à saúde.

# Jornada do produto Portobello

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

## JAZIDAS

Uma extração de matéria-prima feita com cuidado, respeito e responsabilidade.



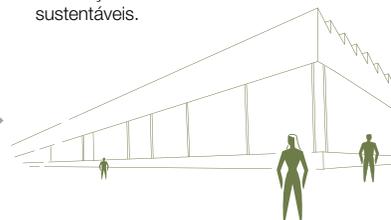
## CONCEPÇÃO DE PRODUTO

Um raciocínio transversal, que considera aspectos de design, eficiência e sustentabilidade em todas as etapas de desenvolvimento.



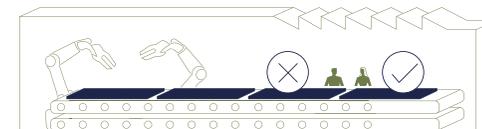
## PRODUÇÃO DA CERÂMICA

Tecnologia e design se tornam ferramentas para a construção de soluções cada vez mais sustentáveis.



## CONTROLE DE QUALIDADE

O equilíbrio entre a precisão tecnológica e o olhar atento de uma equipe técnica dedicada a oferecer satisfação e tranquilidade aos clientes Portobello, por meio de um controle minucioso de qualidade.



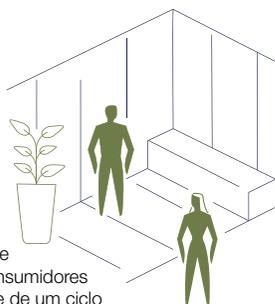
## RESSIGNIFICAÇÃO DE RESÍDUOS

Peças reprovadas pelo controle de qualidade são recicladas.



## CONSUMO CONSCIENTE

Ao optar por produtos socialmente responsáveis, os consumidores passam a fazer parte de um ciclo virtuoso de sustentabilidade.



## EXPERIÊNCIA DE COMPRA

Seja no ambiente físico ou no virtual, a Portobello se dedica incansavelmente a proporcionar uma experiência de compra assertiva e encantadora.

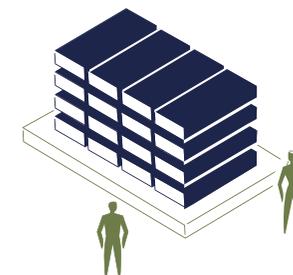


## DISTRIBUIÇÃO

Por considerar todas as etapas, desde a extração da matéria-prima até o uso de seus produtos, a Portobello investe em modelos de distribuição através de tecnologia e planejamento.

## EMBALAGEM RESPONSÁVEL

Assim como os produtos, as embalagens utilizadas na Portobello passam por processos de aprimoramento constantes, visando não só eficiência, como também a redução de seus impactos socioambientais.



# Jazidas

GRI 304-1

Granito, Feldspato, Areia, Filito, Fonolito, Argila, Caulim, Bentonita utilizados como base para a fabricação das cerâmicas da Portobello são extraídos de jazidas, uma pequena parte própria (14%) e as demais, administradas por fornecedores. Diferentemente dos processos de mineração populares no Brasil, como o empregado para a obtenção do minério de ferro, a retirada desses insumos da natureza não resulta em modificações que causam grande impacto natural e visual no local, pois a extração é superficial. As jazidas para a produção cerâmica não são

contaminadas por substâncias perigosas, como mercúrio, e não mantêm barragens de rejeitos.

A mineração da Portobello ocorre em pequenas propriedades rurais próximas às fábricas (276 km, em média), dedicadas à prática da agropecuária, ou em jazidas próprias, e não em áreas de mata (áreas de proteção ambiental), o que poderia afetar a biodiversidade da região. Após a exploração da jazida, o local é totalmente recuperado, a ponto de não se notar que naquele espaço ocorreu algum tipo de mineração. Além disso, quando existem rios e nascentes nas

proximidades, antes de iniciar a operação no local, a empresa recupera as matas ciliares, caso tenham sido danificadas antes de sua chegada. Em 2021, não houve nenhuma recuperação de Área de Preservação Permanente (APP). Ocorreu apenas a manutenção de espaços já restaurados.

Em 2021, foram extraídas 106 mil toneladas de Argila LL, Filito Barth, Fonolito e Argila BC, volume 18% maior que o registrado em 2020. Esse aumento reflete a ampliação da necessidade de matérias-primas, decorrente da expansão da produção no período.

As áreas de jazidas ocupam atualmente 31 hectares, mesma extensão de 2020. Existe um plano de retirada, aplicado em 100% das operações, usado no encerramento das atividades em um local, que considera, principalmente, a recuperação dos espaços. No período, a Portobello restaurou 4 hectares de terra, que representam a área total descontinuada em 2021 (frente 9 hectares em 2020), com o plantio de 300 mudas nativas e com o retorno de uma parte deste local para a atividade existente antes da chegada da empresa, no caso, agricultura e/ou pecuária.



Área restaurada após extração de matéria-prima, em Campo Alegre (SC)

# Água

GRI 303-1, GRI 303-2, GRI 303-3, GRI 303-4, GRI 303-5

As operações da Portobello em Tijucas, Santa Catarina, operam com um circuito de água 100% fechado, o que garante que todo o insumo utilizado na produção (exceto a parte que evapora) seja tratado e reutilizado. As duas estações de tratamento separam a água limpa do lodo, reaproveitado no processo produtivo. No período, foram recicladas e reutilizadas 378.319 m<sup>3</sup> que representaram cerca de 50% do consumo anual. Os demais 50% são provenientes de fontes próprias superficiais e subterrâneas e repõem o volume perdido com a evaporação e as demandas dos banheiros e refeitórios.

A Pointer, em Alagoas, opera com a fabricação de cerâmica via seca, que utiliza 70% menos água que o processo via úmida, empregado em Santa Catarina. Este método não usa água para misturar a argila, etapa que mais demanda o insumo no sistema tradicional. A unidade conta com uma tecnologia de tratamento, que retira os resíduos da água, essencialmente argila e esmalte, que são reaproveitados internamente. Depois de tratado, o insumo é direcionado para um lago artificial dentro da fábrica.

A partir de janeiro de 2022, entrará em operação um circuito fechado, que permitirá o retorno para a operação de 100% desta água. No ano, a Pointer consumiu 44.362,4m³ de água.

Em 2021, as unidades Portobello consumiram um total de 421.373,51 m³ de água. Os efluentes dos banheiros e refeitórios, 9,05 m³/hora no ano, após tratados segundo os padrões estabelecidos pela Resolução CONAMA 430/2011 e Lei 14.675/2009, foram direcionados para a rede pública de esgoto.

A empresa acredita que é possível reduzir o consumo de água, visto que vivenciamos a maior crise hídrica dos últimos 90 anos, com impactos sensíveis em toda a sociedade, inclusive na geração de energia. Dessa forma, iniciou um movimento para alcançar este propósito. Funcionários, de diversas áreas e unidades fabris, atuam como Embaixadores do Meio Ambiente e colaboram com ideias. São ações como troca de equipamentos, identificação e eliminação de vazamentos, entre outras. Em 2021, a iniciativa reduziu o consumo de 15,49 L/m² produzido para 13,47 L/m².

### Consumo de Água Potável (L/m² produzido)



A Portobello também participa ativamente das discussões locais para ampliar a resiliência da Bacia Hidrográfica do Rio Tijuca, fazendo parte Comitê da Bacia Hidrográfica, que reúne o poder público, organizações da sociedade civil e outras empresas.

### Total de água retirada por fonte

| 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)    | 114.414,25              | 0                    | 114.414,25                   |
| Água subterrânea   | 262.596,86              | 44.362               | 306.959,26                   |
| <b>Total</b>   | <b>377.011,11</b>       | <b>44.362</b>        | <b>421.374</b>               |

### Percentual e volume total de água reciclada e reutilizada

| ÁGUA REICLADA E REUTILIZADA                      | PORTOBELLO |            |            | POINTER   |           |           |
|--|------------|------------|------------|-----------|-----------|-----------|
|  | 2019       | 2020       | 2021       | 2019      | 2020      | 2021      |
| Volume total de água reciclada/ reutilizada (m³) | 515.130,00 | 341.345,00 | 378.319,00 | 16.600,00 | 40.154,00 | 50.424,80 |
| Índice de recirculação (%)                       | 100        | 100        | 100        | 25%       | 73%       | 88%       |

### Descarte total de água

| DESCARTE DE EFLUENTES (VAZÃO M³/H) | PORTOBELLO   | POINTER     |
|------------------------------------|--------------|-------------|
| 2019                               | 4,47 m³/hora | 1,2 m³/hora |
| 2020                               | 8,01 m³/hora | 1,4 m³/hora |
| 2021                               | 7,15 m³/hora | 1,9 m³/hora |



# Emissões

GRI 201-2, GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-3, GRI 305-4,  
GRI 305-5, GRI 305-6, GRI 305-7

Os processos térmicos são essenciais para a indústria cerâmica. Assim, a Portobello optou por utilizar uma matriz mais limpa, que causa menos impacto ambiental. Os fornos, secadores e atomizadores são movidos a gás natural, fonte não renovável, mas que não gera fuligem, é eficiente, pois tem um alto poder calorífico que resulta em perdas energéticas próximas a zero, e nível de emissões mais baixo.

De acordo com estimativas, este combustível emite 27% menos CO<sub>2</sub> do que o petróleo e 44% menos do que o carvão. Além disso, a empresa desenvolveu um sistema de recirculação do calor dos fornos, que forneceu até 20% da energia demandada pelos atomizadores, reduzindo o consumo de gás natural.

O gás natural também foi utilizado como fonte de energia para mais de 90% dos veículos que movimentam os materiais nas fábricas.

Em 2019, a Portobello fez pela primeira vez o seu inventário de gases de efeito estufa, que em 2020 foi ampliado, contemplando os escopos 1, 2 e 3 de emissões. Em 2021, as emissões diretas (escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE) foram de 216.248 toneladas métricas de CO<sub>2</sub> equivalente contra 191.390 toneladas métricas de CO<sub>2</sub> equivalente em 2020. As emissões indiretas, dos escopos 2 e 3, serão obtidas até o final do primeiro semestre de 2022. Este aumento reflete a expansão da produção, pois as unidades operaram com 100% da capacidade produtiva no período.

Ações afirmativas para contribuir com o controle das mudanças do clima fazem parte do planejamento ESG da Portobello para o período de 2022 a 2026. As metas estão sendo definidas, mas estarão relacionadas à ampliação da resiliência e da capacidade de adaptação aos riscos relacionados, ao aumento da capacidade institucional e humana sobre mitigação e redução do impacto, à conscientização e à conservação dos ecossistemas, incluindo a biodiversidade.



| Total de emissões diretas de gases de efeito estufa (tCO <sub>2</sub> eq) | 2019           | 2020           | 2021           |
|---|----------------|----------------|----------------|
| Portobello  | 165.508        | 157.139        | 182.464        |
| Pointer   | 39.116         | 34.251         | 33.784         |
| <b>TOTAL</b>  | <b>204.624</b> | <b>191.390</b> | <b>216.248</b> |

# Energia

GRI 302-1, GRI 302-2, GRI 302-3, GRI 302-4, GRI 302-5

O gás natural é o principal componente da matriz energética da Portobello, respondendo por quase 90% do consumo total do grupo.

A energia elétrica é usada para a iluminação das unidades - todas utilizam lâmpadas LED - e para o funcionamento de alguns equipamentos e vem da matriz energética brasileira. Uma pequena parte, que supre as necessidades de dois anexos, é gerada por painéis fotovoltaicos instalados na unidade de Alagoas.

As lojas dispõem de um sistema de iluminação projetado para reduzir o consumo de energia e proporcionar melhor luminosidade e aconchego para o cliente. São luzes difusas dispostas linearmente e projetores instalados em ângulos calculados de abertura, que permitem o uso de menos pontos.

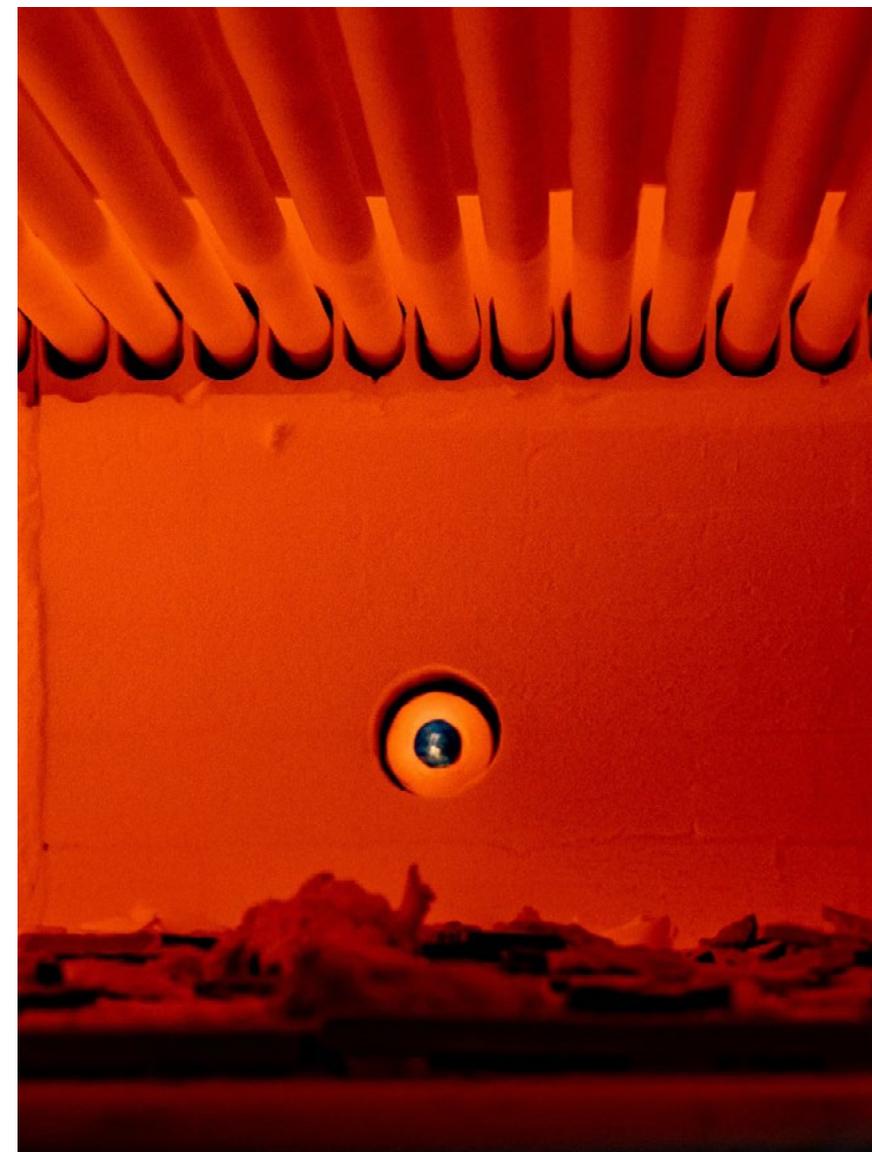
A Portobello estabeleceu como estratégia de negócios para os próximos cinco anos o aumento substancial da participação da energia renovável em sua matriz, inclusive nas lojas.

## Consumo de energia direta discriminado por fonte de energia primária (GJ)

| TIPO DE FONTE                          | PORTOBELLO   |              |              | POINTER    |            |            |
|--|--------------|--------------|--------------|------------|------------|------------|
|  | 2019         | 2020         | 2021         | 2019       | 2020       | 2021       |
| Consumo total de energia não renovável | 3.299.839,21 | 3.116.815,43 | 3.604.375,16 | 824.169,11 | 721.654,63 | 923.956,79 |
| Consumo total de energia renovável     | 432.429,46   | 394.517,97   | 456.012,91   | 116.774,59 | 103.530,78 | 110.657,70 |

## Intensidade Energética (GJ)

|            | 2019 | 2020 | 2021 |
|------------|------|------|------|
| Portobello | 5,56 | 5,23 | 6,05 |
| Pointer    | .06  | .06  | .07  |



# Resíduos

GRI 301-1, GRI 301-2, GRI 301-3, GRI 306-1, GRI 306-2, GRI 306-3, GRI 306-4, GRI 306-5

A Portobello tem um eficiente sistema de reaproveitamento dos resíduos do processo produtivo que garante o reuso de 100% de tudo o que é gerado. Em 2021, esses insumos representaram 21% das matérias-primas utilizadas na fabricação dos produtos e atingiram um volume de pouco mais de 206 mil toneladas métricas.



Os materiais que não podem ser usados na produção, como metais, papelão, óleos, plásticos, sucata de informática, entre outros, são encaminhados para recicladoras. No período, só não houve reaproveitamento dos rejeitos provenientes dos banheiros e do refeitório, ou 0,06% do total.

O desenvolvimento das tecnologias e processos que permitem a reutilização integral começou há mais de 10 anos e envolveu parceiros na busca conjunta de soluções, como, por exemplo, para os abrasivos, um produto complexo.

Com isso, a Portobello dá a destinação adequada para materiais com potencial para gerar impactos negativos caso sejam negligenciados. Para os próximos anos, a meta é encontrar uma alternativa para os lixos dos banheiros e refeitórios, que hoje vão para aterros sanitários.

A empresa também tem como objetivo reduzir substancialmente a produção de resíduos. Assim, existem estudos e iniciativas com este propósito, alguns conduzidos em parceria com fornecedores (Ver em **Fornecedores**). As lastras,

cerâmicas em formatos maiores, são embaladas, unitariamente, em folhas plásticas termoencolhíveis. Em 2021, após ajustes, houve uma redução de 27% no uso deste material. No período, também ocorreu uma diminuição de 90% na utilização de plásticos nos pallets fracionados (com diferentes produtos ou completo, mas entregue parcialmente para o cliente) e de 25% na de fitas PET.

Em 2020 foram compensadas 132,89 toneladas de plástico, 809,94 toneladas de papelão e 105,22 toneladas de metal, nos

estados de Amazonas, Distrito Federal, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Paraná, Rio de Janeiro, São Paulo e Rio Grande do Sul. A compensação é feita por meio da emissão de um certificado de reciclagem, que produz um incentivo à cadeia.

Os materiais que protegem as cerâmicas e permitem o transporte, como pallet, papelão e plástico, representaram 28.035,81 toneladas métricas no período, das quais 5.208,34 toneladas métricas foram recuperadas.



### Representatividade dos materiais usados provenientes de reciclagem (em toneladas)

| Massa cerâmica no processo produtivo | 2019                 |                                      | 2020                 |                                      | 2021                 |                                      |
|--------------------------------------|----------------------|--------------------------------------|----------------------|--------------------------------------|----------------------|--------------------------------------|
|                                      | Quantidade utilizada | Quantidade proveniente de reciclagem | Quantidade utilizada | Quantidade proveniente de reciclagem | Quantidade utilizada | Quantidade proveniente de reciclagem |
| Portobello                           | 688.510,40           | 176.396,68                           | 634.867,27           | 150.667,08                           | 825.315,44           | 180.092,35                           |
| Pointer                              | 279.257,00           | 14.729,00                            | 417.776,00           | 405.416,00                           | 311.670,93           | 26.639,17                            |

| Tipo de material em 2021        | Operação   | Quantidade utilizada (ton) | Quantidade proveniente de reciclagem (ton) | % proveniente de reciclagem |
|---------------------------------|------------|----------------------------|--|-----------------------------|
| Papelão                         | Portobello | 5.644,23                   | 3.908,63                                   | 69%                         |
|                                 | Pointer    | 1.287,00                   | 1.152,00                                   | 89%                         |
| Fita de plástico (para arquear) | Portobello | 155,95                     | 136,71                                     | 88%                         |
|                                 | Pointer    | 92,00                      | 11,00                                      | 12%                         |
| Pallet                          | Portobello | 15.117,63                  | 0,00                                       | 0%                          |
|                                 | Pointer    | 5.739,00                   | 0,00                                       | 0%                          |

| Evolução do uso de materiais provenientes de reciclagem na massa cerâmica | 2019 | 2020 | 2021 |
|---|------|------|------|
| Portobello  | 26%  | 24%  | 22%  |
| Pointer   | 5%   | 10%  | 9%   |

A variação deve-se à redução na geração de todos os resíduos reaproveitados: caco, chamote, pó de aspiração e lodo do tratamento.

Nesta frente, outra iniciativa relevante é a orientação sobre a destinação dos produtos não utilizados. As caixas das cerâmicas trazem um *QRCode*, que ao ser acessado indica para o consumidor o passo a passo de como deve ocorrer o descarte de cada categoria de material. No site são disponibilizadas informações sobre o processo produtivo e dados técnicos e detalhados dos produtos.

| Peso total de resíduos, discriminados por tipo e disposição (em toneladas) | PORTOBELLO    |               |               | POINTER     |             |                                   | Resíduos   |
|--|---------------|---------------|---------------|-------------|-------------|-----------------------------------|--|
|  | 2019          | 2020          | 2021          | 2019        | 2020        | 2021                              |  |
| Destinação de resíduos perigosos   |               |               |               |             |             |                                   |  |
| Reciclagem   | 9,14          | 5,91          | 12,17         |             |             | 4,97*<br>início do monitoramento  | Óleo hidráulico e lâmpadas   |
| Aterro sanitário   | 5,84          | 4,02          |               | 5,84        | 4,02        | 13,044                            | Resíduos contaminados com tinta e/ou óleo  |
| Aterro Industrial  | 12,73         | 39,91         | 91,17         |             |             |                                   | telhas de amianto  |
| Incineração (queima de massa)  |               | 0,03175       | 0,03295       |             |             | 0,212*<br>início do monitoramento | Resíduos de ambulatório  |
| Coprocessamento  | 88,41         | 114,12        | 94,78         |             |             |                                   | Restos de Tinner, Borra de graxa, Solventes, resíduos contaminados de tinner, graxa, e solventes |
| <b>TOTAL</b>   | <b>116,12</b> | <b>163,99</b> | <b>198,15</b> | <b>5,84</b> | <b>4,02</b> | <b>13,044</b>                     |  |

| Destinação de resíduos não perigosos (em toneladas) | PORTOBELLO  |             |              | POINTER       |               |                                      | Resíduos   |
|---|-------------|-------------|--------------|---------------|---------------|--------------------------------------|--|
|   | 2019        | 2020        | 2021         | 2019          | 2020          | 2021                                 |  |
| Destinação de resíduos perigosos                    |             |             |              |               |               |                                      |  |
| Reciclagem  | 4973,05     | 6454,23     | 4426,54      | 255,35        | 370,68        | 654,15                               | Sucata metálica, papelão, plástico, óleo industrial, misto, madeira, resíduos de construção civil, torta de polimento, sucata de informática |
| Aterro sanitário                                    | 86,61       | 86,61       | 86,61        | 61,44         | 70,84         | 102,03                               | Resíduos de banheiros e refeitórios  |
| Armazenamento local                                 | 155,63      | 145,29      |              |               |               |                                      | Abrasivos  |
| Aterro industrial                                   |             | 63,01       |              |               |               | 84,07*<br>início do monitoramento    | Resíduo Classe II (Borrachas, mangueiras, resíduos misturados, outros resíduos classe II não recicláveis)                                    |
| Coprocessamento                                     |             |             | 15,17        |               |               | 23747,71*<br>início do monitoramento | Resíduo Classe II (Borrachas, mangueiras, resíduos misturados, outros resíduos classe II não recicláveis), abrasivos                         |
| <b>TOTAL</b>  | <b>0,00</b> | <b>0,00</b> | <b>15,17</b> | <b>316,79</b> | <b>441,52</b> | <b>756,18</b>                        | -  |

# Econômico

Este foi um ano de expansão em vendas, produção,  
linhas de produto e eficiência operacional

# Desempenho Financeiro e Operacional

GRI 102-45, GRI 203-1, GRI 203-2, GRI 207-4, GRI 412-3

Mesmo diante dos desafios da pandemia, este foi um ano excepcional para a Portobello, que avançou em todos os segmentos onde atua. Segundo a Anfacer, a indústria da construção civil apresentou crescimento de 12,2% em volume, e dados da Abramat apontam uma expansão de 37,9% em receita. As vendas dos materiais para construção no varejo, segmento essencial para o modelo de negócios da empresa, registraram alta de 4,6% (Cielo). Em todas as comparações com o setor, a Portobello teve resultados mais robustos, cenário que levou a companhia a ampliar sua participação de mercado.

Em 2021, a Portobello operou com 100% de sua capacidade produtiva. O crescimento expressivo veio da expansão do volume vendido, de novos produtos

que agregaram valor ao mix ofertado, do aumento do preço e do câmbio mais favorável, que impactou os ganhos em dólar. Esses atributos beneficiaram a margem bruta ajustada, que atingiu 43%, mesmo em um contexto de forte pressão de custos, especialmente o de energia.

Os resultados financeiros positivos têm estimulado investimentos que darão ainda mais robustez à operação. No ano, foram destinados R\$ 114,8 milhões para a ampliação da rede de lojas Portobello Shop e a expansão das capacidades produtivas das plantas de Tijucas (SC) e Marechal Deodoro (AL), assim como para a Portobello América, que contará com uma fábrica em 2023 e recebeu recursos para o projeto arquitetônico, a terraplanagem e a encomenda de parte dos equipamentos fabris.

Algumas vantagens competitivas favoreceram as operações em 2021 e continuarão impactando positivamente os negócios. A Portobello América tem duas distribuidoras nos EUA, que ampliam a presença no mercado norte-americano e agregam receita em dólar à organização. A atuação no varejo, com canal próprio de vendas, além de trazer os benefícios inerentes ao próprio formato, aproxima a Portobello do cliente final e dos arquitetos, o que contribui para medir o comportamento do consumidor e direcionar as estratégias de negócios. Soma-se a esses fatores o expressivo volume de exportações, que, junto com as vendas efetuadas pela Portobello América, representaram 21% da receita. A empresa também vem consolidando o seu canal

de vendas digital, que será reforçado no próximo ano.

A Portobello projeta um 2022 aquecido, impactado pelo desempenho da construção civil em 2020, que gera reflexos no segmento de materiais de construção no qual opera, dois anos depois, tempo de duração de uma obra. Ou seja, a demanda já está posta. Não haverá um aumento no volume, visto que todo o setor vem operando com 100% de sua capacidade, e os investimentos em expansão da produção, em andamento na Portobello e nas concorrentes, serão concluídos em 2023 e 2024. Apesar da estabilidade em volume, projeta-se um crescimento na receita, como consequência do aumento nos preços e da diversificação, com a ampliação da presença de produtos com maior valor agregado no portfólio.

RECEITA LÍQUIDA: Portobello: **+32,5%, para R\$ 904,7 milhões**  
 Portobello Shop: **+60,6%, para R\$ 632,6 milhões**  
 Portobello América: **+49,4%, para R\$ 175,4 milhões**  
 Pointer: **+45,1%, para R\$ 269,8 milhões**

**R\$ 1,912 bilhão**  
**(+43,6%)**

EBITDA AJUSTADO E RECORRENTE:

**R\$ 365,4 milhões**  
**(+109,3%)**

LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO E RECORRENTE:

**R\$ 188,0 milhões**  
**(+117,8%)**

MENOR ALAVANCAGEM DA HISTÓRIA: relação Dívida Líquida/EBITDA Ajustado e Recorrente de **1,6x contra 2,3x em 2020**

# Principais Destaques



## Internacionalização

Em 2021, o Conselho de Administração aprovou USD 160 milhões para a construção da fábrica em Baxter (Tennessee), que ocupará uma área de 83 mil metros quadrados, terá capacidade de 7,2 milhões de metros quadrados – ampliará a produção do grupo em 15% – e entrará em operação em 2023. A região é considerada um polo nacional na fabricação de revestimentos cerâmicos, pela existência de jazidas de argila e feldspato. O empreendimento irá gerar 220 empregos diretos e terá receita anual superior a USD 150 milhões.



## Expansão no varejo

As vendas da Portobello Shop apresentaram expansão 60,6% no ano. Esse resultado reflete um crescimento orgânico do mercado, a abertura de lojas e a entrada em outros negócios, como o de lastras (peças maiores que possibilitam aplicações inovadoras, como em fachadas) e o de soluções completas. A empresa fechou o ano com 138 lojas, sendo 18 próprias e 120 franquias – frente 136 unidades em 2020. O plano de investimento prevê a continuidade da expansão de lojas.



## Ganho de eficiência operacional

Em 2021, a Portobello operou as duas fábricas no limite das capacidades produtivas. Essa característica levou a ganhos de eficiência operacional, pois o forno permaneceu ligado, sem paradas. Assim, a empresa alcançou um nível elevado de produtividade. A operação nesses patamares só foi possível graças aos investimentos em tecnologia nas plantas, realizados nos últimos anos. A empresa estava preparada e conseguiu capturar plenamente os benefícios da maior demanda do mercado.

# ASAP

As Sustainable  
As Possible,  
As Soon  
As Possible.

# Indicadores GRI

## Conteúdos gerais

| INDICADOR | STANDARDS   | PÁGINA                            | OMISSÃO / INFORMAÇÃO   | PACTO GLOBAL | ODS |
|-----------|---|-----------------------------------|--|--------------|-----|
| 102-1     | Nome da organização   | 5                                 |  |              |     |
| 102-2     | Atividades, marcas, produtos e serviços                     | 5                                 |  |              |     |
| 102-3     | Localização da sede da organização                          | 5                                 |  |              |     |
| 102-4     | Local de operações  | 5                                 |  |              |     |
| 102-5     | Natureza da propriedade e forma jurídica                    | 5                                 |  |              |     |
| 102-6     | Mercados atendidos  | 5                                 |  |              |     |
| 102-7     | Porte da organização  | 5                                 |  |              |     |
| 102-12    | Iniciativas externas  | 5                                 |  |              |     |
| 102-13    | Participação em associações                                 |                                   | Integra o Conselho de Administração da Associação Nacional dos Fabricantes de Cerâmica para Revestimentos (Anfacer), assim como a Associação Brasileira da Indústria de Materiais de Construção (Abramat), a Associação Brasileira de Recursos Humanos (ABRH) em Santa Catarina e a Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje). |              |     |
| 102-14    | Mensagem do presidente                                      | 3                                 |  |              |     |
| 102-10    | Mudanças significativas na empresa                          | 3, 12, 13, 14, 30 e 78            |  |              |     |
| 102-44    | Principais preocupações e tópicos levantados                | 22, 23, 24 e 27                   |  |              |     |
| 102-46    | Definição do conteúdo do relatório e dos Limites de tópicos | 25                                |  |              |     |
| 102-47    | Lista de tópicos materiais                                  | 25                                |  |              |     |
| 102-48    | Reformulações de informações (se ocorreu)                   | 25                                |  |              |     |
| 103-1     | Explicação de cada tópico material e seu Limite             | 12, 17 a 25, 27, 32 a 35, 37 a 61 |  |              |     |
| 103-2*    | Forma de gestão dos tópicos materiais e seus componentes    | 12, 17 a 25, 27, 32 a 35, 37 a 61 |  | 1, 2, 4 e 5  |     |
| 103-3*    | Avaliação da forma de gestão de cada tópico material        | 12, 17 a 25, 27, 32 a 35, 37 a 61 |  | 1, 2, 4 e 5  | 1,8 |

| INDICADOR | STANDARDS   | PÁGINA | OMISSÃO / INFORMAÇÃO   | PACTO GLOBAL | ODS |
|-----------|---|--------|--|--------------|-----|
| 102-49    | Alterações no relato  | 25     |  |              |     |
| 102-50    | Período coberto pelo relatório  | 25     |  |              |     |
| 102-51    | Data do relatório mais recente  | 25     |  |              |     |
| 102-52    | Ciclo de emissão de relatórios  | 25     |  |              |     |
| 102-53    | Contato para perguntas sobre o relatório  | 25     |  |              |     |
| 102-54    | Inclua a seguinte declaração: "Este relatório foi elaborado em conformidade com as Normas GRI: opção Essencial" | 25     |  |              |     |
| 202-2     | Proporção de membros da diretoria contratados na comunidade local   |        | 17,6% dos membros do Conselho de Administração e da Diretoria são contratados da comunidade local. |              |     |

## Série Social

| INDICADOR | STANDARDS  | PÁGINA                        | OMISSÃO / INFORMAÇÃO  | PACTO GLOBAL | ODS |
|-----------|--|-------------------------------|---|--------------|-----|
| 102-40    | Lista de grupos de stakeholders  | 3, 5, 20, 21, 22, 23, 33 e 35 |   |              |     |
| 102-42    | Identificação e seleção de stakeholders  | 3, 5, 20, 21, 22, 23, 33 e 35 |   |              | 8   |
| 102-43    | Abordagem para engajamento de stakeholders   | 3, 5, 20, 21, 22, 23, 33 e 35 |   |              |     |
| 204-1     | Proporção de gastos com fornecedores locais  | 60                            |   |              |     |
| 102-10    | Mudanças significativas na cadeia de fornecedores  | 60                            |   |              | 8   |
| 102-9     | Cadeia de fornecedores   | 60                            |   |              | 8   |
| 308-1     | Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais   | 60                            |   | 7, 8, 9      | 8   |
| 308-2     | Impactos ambientais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas                                  | 60                            |   | 8            | 8   |
| 407-1     | Operações e fornecedores em que o direito à liberdade sindical e à negociação coletiva pode estar em risco | 60                            | Para operações, não há. Para fornecedores, não existe este monitoramento.                           |              | 8   |
| 408-1     | Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil                             |                               | A empresa realiza auditoria em todas as jazidas próprias e não teve casos relacionados a este risco |              | 10  |

| INDICADOR | STANDARDS   | PÁGINA | OMISSÃO / INFORMAÇÃO  | PACTO GLOBAL | ODS   |
|-----------|---|--------|---|--------------|-------|
| 409-1     | Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo                 |        | A empresa realiza auditoria em todas as jazidas próprias e não teve casos relacionados a este risco   |              | 10    |
| 410-1     | Pessoal de segurança capacitado em políticas ou procedimentos de direitos humanos                                   | 60     |   | 1            | 8     |
| 414-1     | Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais   | 60     |   |              | 8     |
| 414-2     | Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas  | 60     |   | 8            | 10    |
| 412-1     | Operações submetidas a avaliações de direitos humanos ou de impacto nos direitos humanos                            |        | Ainda não foi implementada essa avaliação.  |              |       |
| 413-1     | Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local         |        | A Portobello não realiza avaliações de impacto social e ambiental. A unidade de Tijucas (SC) registrou uma reclamação da comunidade sobre a poeira causada pela movimentação dos caminhões na fábrica, que utiliza a argila, matéria-prima da produção cerâmica. Para reduzir este problema, intensificou-se o processo de limpeza periódica para retirar a poeira das calçadas e das ruas e está em fase de estudos a construção de um outro acesso, que elimina a circulação de caminhões nas regiões com mais residências. | 1            | 5, 8  |
| 413-2     | Operações com impactos negativos significativos – reais e potenciais – nas comunidades locais                       |        | Não existe um processo de monitoramento contínuo e de consulta à comunidade.  |              |       |
| 403-1     | Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho  | 45     |   |              | 3, 12 |
| 403-2     | Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes                                   | 45     |   |              |       |
| 403-3     | Serviços de saúde do trabalho   | 45     |   |              | 3, 12 |
| 403-4     | Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes a saúde e segurança do trabalho | 45     |   |              | 3, 12 |
| 403-5     | Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho   | 45     |   |              | 3, 12 |
| 403-6     | Promoção da saúde do trabalhador  | 45     |   |              | 3, 12 |
| 403-7     | Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios  | 45     |   |              | 3, 12 |
| 403-8     | Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho                                    | 45     |   |              | 3, 12 |
| 403-9     | Acidentes de trabalho   | 45     |   |              |       |

| INDICADOR | STANDARDS  | PÁGINA  | OMISSÃO / INFORMAÇÃO   | PACTO GLOBAL | ODS     |
|-----------|--|---------|--|--------------|---------|
| 403-10    | Doenças profissionais  | 45      |  |              |         |
| 102-8     | informações sobre empregados e outros trabalhadores  | 39      |  | 6            | 8, 10   |
| 201-3     | Obrigações do plano de benefício definido e outros planos de aposentadoria   |         | A Portobello não oferece atualmente plano de aposentadoria privado, mas passará a ter um em 2022.          |              |         |
| 202-1     | Proporção entre o salário mais baixo e o salário mínimo local, com discriminação por gênero  |         | A remuneração de 99,5% dos empregados segue Acordo Coletivo de Trabalho e não as regras do salário mínimo. | 6            | 12      |
| 401-1     | Novas contratações e rotatividade de empregados  | 40      |  | 6            | 5, 8    |
| 401-2     | Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial                               |         | Aos funcionários temporários ou parciais são oferecidos salário, vale refeição e vale transporte.          | 6            | 8       |
| 410-1     | Pessoal de segurança capacitado em políticas ou procedimentos de direitos humanos  | 60      |  |              |         |
| 401-3     | Licença maternidade/paternidade  |         | Licença maternidade segue a legislação (4 meses) e a licença paternidade é de 5 dias.                      |              |         |
| 402-1     | Prazo mínimo de aviso sobre mudanças operacionais  |         | Não há.  |              |         |
| 404-1     | Média de horas de capacitação por ano, por empregado   | 41      | A gestão desta informação por gênero será feita a partir de 2022   |              |         |
| 404-2     | Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira  | 41      |  |              | 4, 5, 8 |
| 404-3     | Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira   | 41      | A gestão desta informação por gênero será feita a partir de 2022   | 6            | 5, 8    |
| 405-2     | Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens   | 44      |  |              | 5       |
| 406-1     | Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas  | 22      |  |              | 8       |
| 412-2     | Capacitação de empregados em políticas ou procedimentos de direitos humanos  | 41 a 43 |  |              | 4, 8    |
| 412-3     | Acordos e contratos de investimentos significativos que incluem cláusulas sobre direitos humanos ou que foram submetidos a avaliação de direitos humanos | 41 a 43 |  |              | 8       |
| 411-1     | Casos de violação de direitos de povos indígenas   |         | Não há referência porque a empresa não atua em área indígena   | 1            | 2       |
| 416-1     | Avaliação dos impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviços (nos consumidores)  | 53 a 56 |  |              |         |

| INDICADOR | STANDARDS   | PÁGINA | OMISSÃO / INFORMAÇÃO                                    | PACTO GLOBAL | ODS          |
|-----------|---|--------|---|--------------|--------------|
| 416-2     | Casos de não conformidade em relação aos impactos na saúde e segurança causados por produtos e serviços (no consumidor) |        | Não houve   |              |              |
| 417-1     | Requisitos para informações e rotulagem de produtos e serviços  |        | As embalagens trazem um QR Code que leva às informações |              |              |
| 417-2     | Casos de não conformidade em relação a informações e rotulagem de produtos e serviços                                   |        | Não houve   |              | 7, 8, 12, 13 |
| 417-3     | Casos de não conformidade em relação a comunicação de marketing   |        | Não houve   |              | 7, 8, 12, 13 |
| 418-1     | Queixas comprovadas relativas a violação da privacidade e perda de dados de clientes                                    | 53     |   |              | 7, 8, 12, 13 |

## Série ambiental

| INDICADOR | STANDARDS  | PÁGINA | OMISSÃO / INFORMAÇÃO | PACTO GLOBAL | ODS           |
|-----------|--|--------|----------------------|--------------|---------------|
| 301-2     | Matérias-primas ou materiais reciclados utilizados   | 73     |                      |              |               |
| 301-1     | Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume   | 74     |                      |              |               |
| 201-2     | Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades decorrentes das mudanças climáticas        | 71     |                      | 7, 8, 9      | 13            |
| 305-1     | Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)  | 71     |                      | 7, 8, 9      | 3, 12, 13, 15 |
| 305-2     | Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia | 71     |                      | 7, 8, 9      | 3, 12, 13, 15 |
| 305-3     | Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)                               | 71     |                      | 7, 8, 9      | 3, 12, 13, 15 |
| 305-4     | Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)  | 71     |                      | 7, 8, 9      | 3, 12, 13, 15 |
| 305-5     | Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)  | 71     |                      | 7, 8, 9      | 3, 12, 13, 15 |
| 305-6     | Emissões de substâncias destruidoras da camada de ozônio (SDO)                                     | 71     |                      |              | 3, 12, 13, 15 |
| 305-7     | Emissões de NOX, SOX e outras emissões atmosféricas significativas                                 | 71     |                      |              | 3, 12, 13, 15 |

| INDICADOR | STANDARDS   | PÁGINA         | OMISSÃO / INFORMAÇÃO                              | PACTO GLOBAL | ODS       |
|-----------|---|----------------|---|--------------|-----------|
| 304-1     | Unidades operacionais próprias, arrendadas ou geridas dentro ou nas adjacências de áreas de proteção ambiental e áreas de alto valor de biodiversidade situadas fora de áreas de proteção ambiental | 66             |   | 8            | 6, 14, 15 |
| 304-2     | Impactos significativos de atividades, produtos e serviços na biodiversidade  | 64             |   | 8            | 6, 14, 15 |
| 304-3     | Habitats protegidos ou restaurados  |                | A empresa, atualmente, não faz esse levantamento. | 8            | 6, 14, 15 |
| 304-4     | Espécies incluídas na lista vermelha da IUCN e em listas nacionais de conservação com habitats em áreas afetadas por operações da organização   |                | A empresa, atualmente, não faz esse levantamento. | 8            | 6, 14, 15 |
| 303-1     | Interações com a água como um recurso compartilhado   | 67             |   | 7, 8         | 6, 8, 12  |
| 303-2     | Gestão de impactos relacionados ao descarte de água   | 67             |   | 7, 8         | 6, 8, 12  |
| 303-3     | Captação de água  | 69             |   | 7, 8         | 6, 8, 12  |
| 303-4     | Descarte de água  | 69             |   | 7, 8         | 6, 8, 12  |
| 303-5     | Consumo de água   | 68             |   | 7, 8         | 6, 8, 12  |
| 302-1     | Consumo de energia dentro da organização  | 72             |   |              | 7,8,12,13 |
| 302-2     | Consumo de energia fora da organização  |                | A empresa, atualmente, não faz esse levantamento. |              | 7,8,12,13 |
| 302-3     | Intensidade energética  | 72             |   |              | 7,8,12,13 |
| 302-4     | Redução do consumo de energia   | 72             |   |              | 7,8,12,13 |
| 302-5     | Reduções nos requisitos energéticos de produtos e serviços  | 72             |   |              | 7,8,12,13 |
| 301-3     | Produtos e suas embalagens recuperados  | 60, 73         |   |              |           |
| 306-1     | Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos   | 48, 55, 64, 65 |   | 7, 8, 9      | 3, 6, 12  |
| 306-2     | Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos   | 48, 55, 64, 65 |   |              |           |
| 306-3     | Resíduos gerados  | 74             |   |              |           |
| 306-4     | Resíduos não destinados para disposição final   | 75             |   |              |           |
| 306-5     | Resíduos destinados para disposição final   | 75             |   |              |           |

## Governança

| INDICADOR | STANDARDS   | PÁGINA  | OMISSÃO / INFORMAÇÃO  | PACTO GLOBAL | ODS                |
|-----------|---|---------|---|--------------|--------------------|
| 102-41    | Acordos de negociação coletiva  | 44      |   | 3            | 8                  |
| 102-11    | Princípio ou abordagem da precaução   | 23      |   |              |                    |
| 102-16    | Valores, princípios, normas e códigos de comportamento                        | 15 a 18 |   | 10           | 16                 |
| 102-18    | Estrutura de governança   | 20 e 21 |   |              |                    |
| 205-1     | Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção                  | 22      |   | 10           | 16                 |
| 205-2     | Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção | 22      |   | 10           | 16                 |
| 205-3     | Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas                              |         | Não houve.  | 10           | 16                 |
| 206-1     | Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio      |         | Não houve.  |              | 16                 |
| 207-2     | Governança, controle e gestão de risco fiscal                                 | 22      |   |              |                    |
| 307-1     | Não conformidade com leis e regulamentos ambientais                           |         | Não houve nenhum tipo de autuação ambiental.  | 8            | 12,13,<br>14,15,16 |
| 419-1     | Não conformidade com leis e regulamentos na área socioeconômica               |         | Está em curso uma Ação Civil Pública, promovida pelo Ministério Público do Trabalho, em decorrência de um acidente fatal, ocorrido no período, provocado pela queda de um funcionário de uma empresa contratada para a manutenção do telhado de uma das fábricas. |              |                    |
| 405-1     | Diversidade em órgãos de governança e empregados                              | 21      |   | 6            | 5, 8               |
| 406-1     | Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas                           | 23      |   | 6            | 5, 8, 16           |
| 415-1     | Contribuições políticas   | 22      |   | 10           | 16                 |

## Série econômica

| INDICADOR | STANDARDS  | PÁGINA          | OMISSÃO / INFORMAÇÃO  | PACTO GLOBAL | ODS        |
|-----------|--|-----------------|---|--------------|------------|
| 201-1     | Valor econômico direto gerado e distribuído  | 36              |   |              | 2          |
| 203-1     | Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços   | 10, 12, 77 e 78 |   | 1, 7, 8, 9   | 2,5,7,8,11 |
| 203-2     | Impactos econômicos indiretos significativos   | 77, 78 e 79     |   |              | 1,2,3,8,10 |
| 412-3     | Acordos e contratos de investimentos significativos que incluem cláusulas sobre direitos humanos ou que foram submetidos a avaliação de direitos humanos | 27 e 60         |   |              |            |
| 102-45    | Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas   |                 | Portobello America Inc, Portobello America Manufacturing, PBTech Ltda, Portobello Shop S/A, Mineração Portobello Ltda, Companhia Brasileira de Cerâmica S/A |              |            |
| 201-4     | Apoio financeiro recebido do governo   |                 | Não houve.  |              |            |
| 207-1     | Abordagem Tributária   | 24              |   |              |            |
| 207-3     | Engajamento de stakeholders e gestão de suas preocupações quanto a tributos  | 23 e 24         |   |              |            |
| 207-4     | Relato país-a-país   | 5 a 11          |   |              |            |
| 102-55    | Sumário de Conteúdo GRI  | 80              |   |              |            |
| 102-56    | Verificação externa  |                 | Esse relatório não foi submetido à avaliação externa.   |              |            |

# Portobello

COORDENAÇÃO GERAL

**Gerência de Sustentabilidade da Portobello Grupo**

COORDENAÇÃO TÉCNICA E EDITORIAL, CONSULTORIA GRI,

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

**Presence Comunicação e Sustentabilidade**