



Portobello

RELATÓRIO DE
SUSTENTABILIDADE 2021
VERSÃO RESUMIDA

Mensagem do Presidente do Conselho

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. Crescer juntos faz parte da nossa história.

Agradeço aos colaboradores e parceiros que se empenharam na construção de resultados melhores para o meio ambiente, para as pessoas e para os negócios em 2021 e espero contar com todos para continuarmos fazendo um futuro cada vez mais sustentável.

Cesar Gomes Junior

Presidente do Conselho de Administração
e do Comitê de Sustentabilidade



A Portobello

Portobello

Portobello
Shop Batel,
em Curitiba
(PR)



138

lojas

**+ de
51 mil m²**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 m² 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 m² a 1000 m², 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

Arch Trends 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 m²**



Warehouse em
Pompano, Flórida

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.



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 m²

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.



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

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.

A sustentabilidade na Portobello



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.

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



8 TRABALHO DECENTE
E CRESCIMENTO
ECONÔMICO



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 CO₂.
- Reduzir o consumo de água e maximizar o tratamento de efluentes.
- Ampliar a matriz energética para fontes renováveis.



12 CONSUMO E
PRODUÇÃO
RESPONSÁVEIS



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*.

Social

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

Diversidade

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 Tijuca, 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.



Comunidade

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.

Clientes

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.

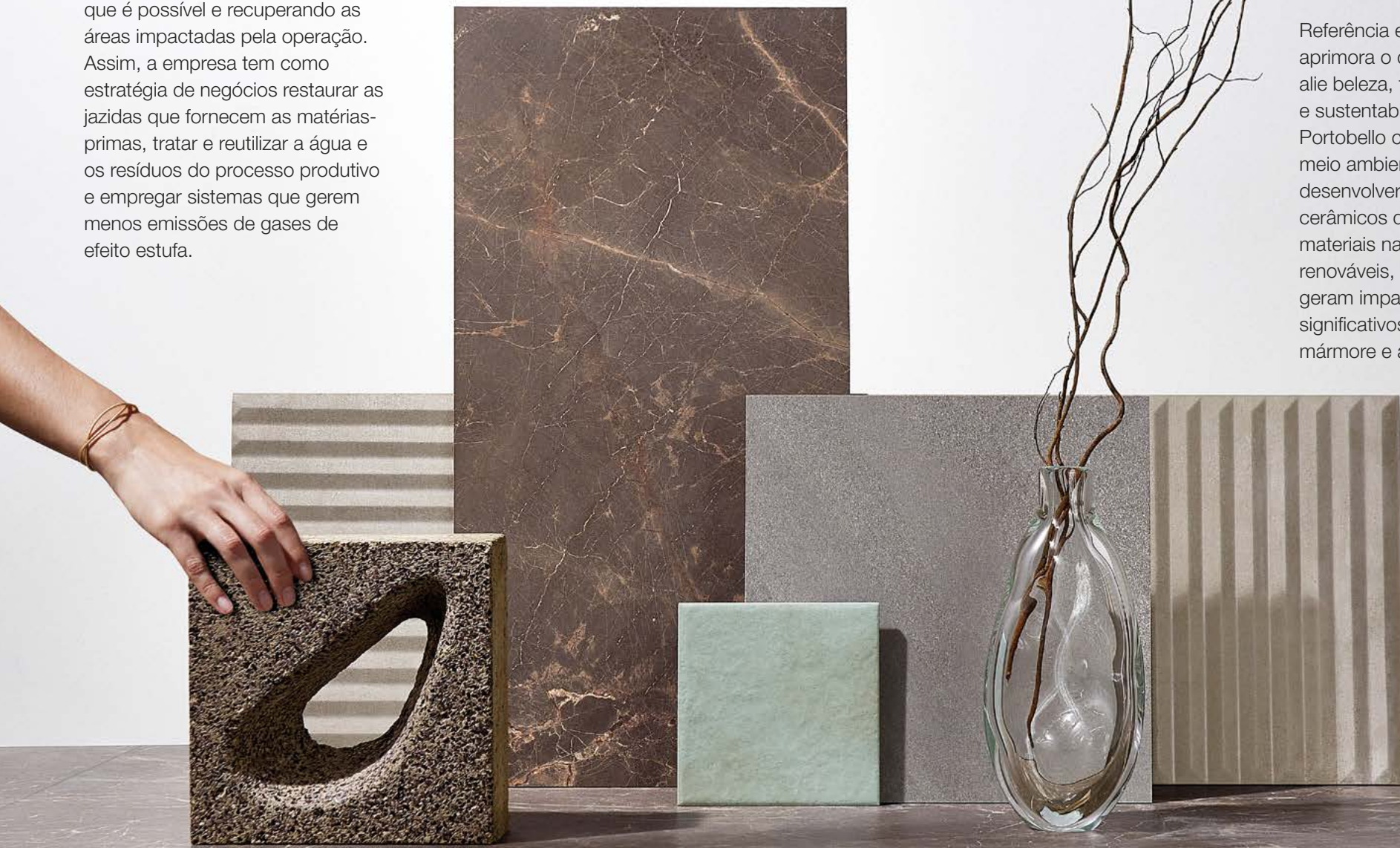


Ambiental

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



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

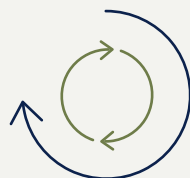
Pela sua essência e por diversas características, a cerâmica é um produto mais sustentável, se comparado a outras opções de revestimentos existentes no mercado, como a pedra, a madeira, o vinil, o carpete e o concreto. A sua produção utiliza matérias-primas extraídas de camadas superficiais da terra, 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.



respeito à
biodiversidade

ZERO COVs

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



produto
atóxico

ZERO FORMALDEÍDO

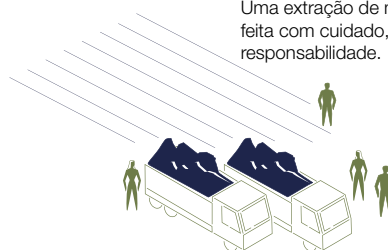
As cerâmicas não contêm aglomerantes, incluindo o formaldeído, que causa danos à saúde.

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.



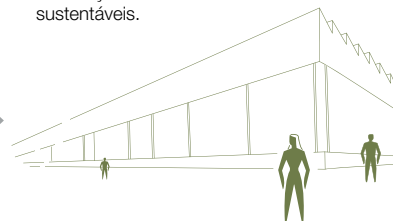
CONCEPÇÃO DE PRODUTO

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



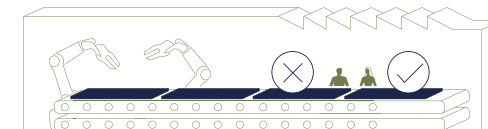
PRODUÇÃO DA CERÂMICA

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



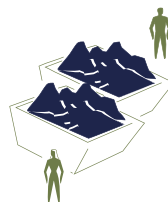
CONTROLE DE QUALIDADE

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.



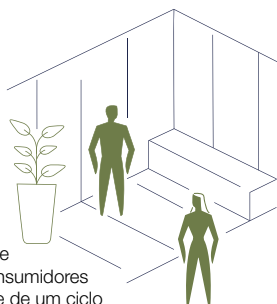
RESSIGNIFICAÇÃO DE RESÍDUOS

Peças reprovadas pelo controle de qualidade são recicladas.



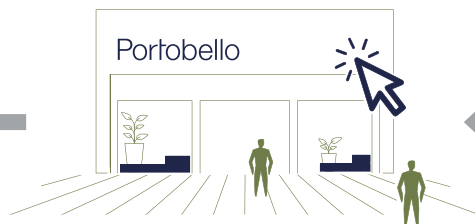
CONSUMO CONSCIENTE

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.



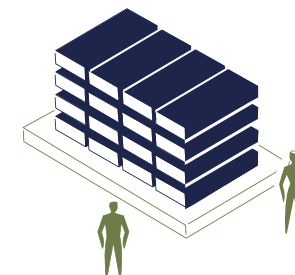
DISTRIBUIÇÃO

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.



Econômico

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

Desempenho Financeiro e Operacional

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**

ASAP

As Sustainable
As Possible,
As Soon
As Possible.

Portobello

COORDENAÇÃO GERAL

Gerência de Sustentabilidade da Portobello Grupo

COORDENAÇÃO TÉCNICA E EDITORIAL, CONSULTORIA GRI,

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

Presence Comunicação e Sustentabilidade