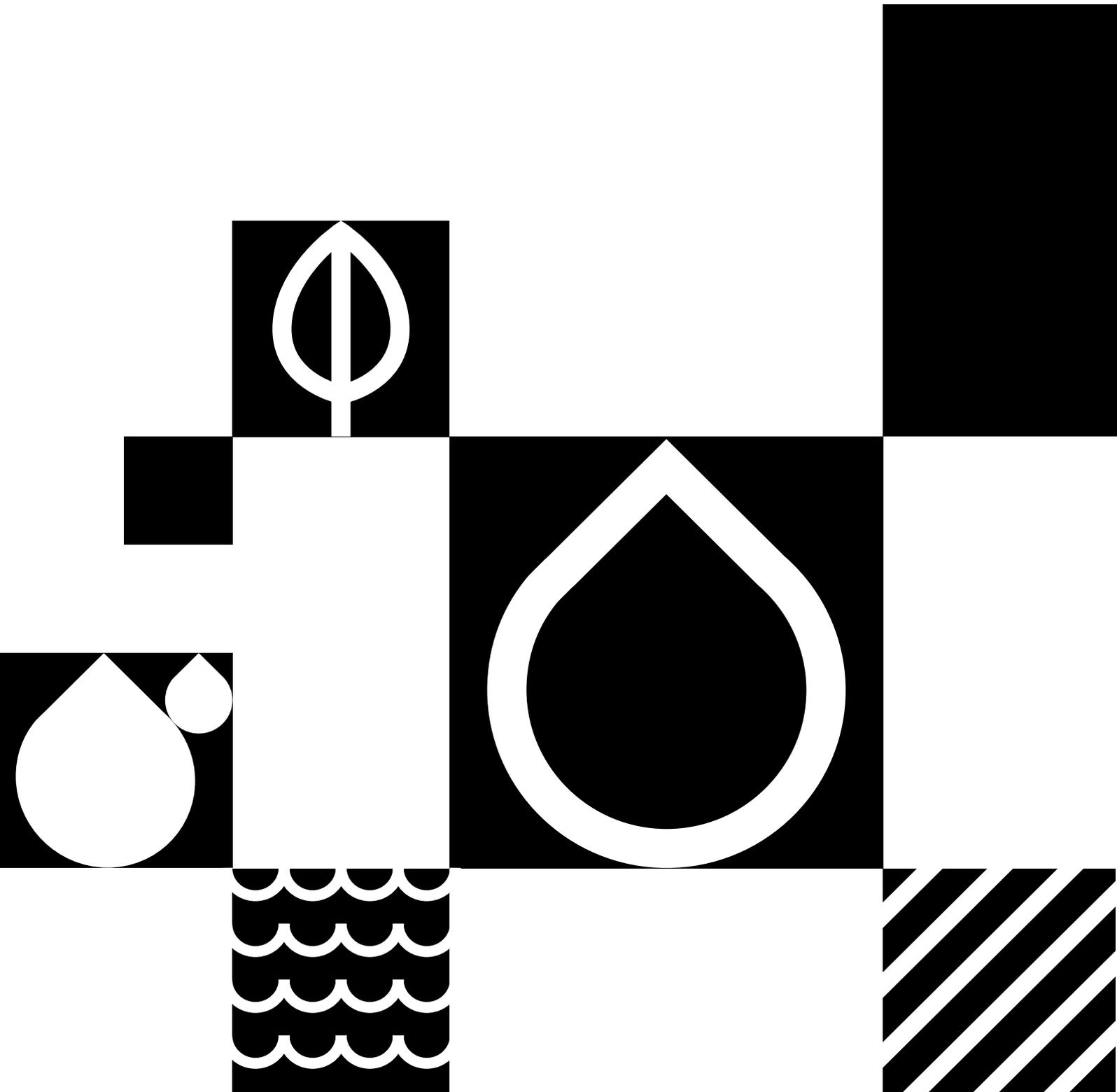




RELATÓRIO DE
SUSTENTABILIDADE
2018



**A ÁGUA É UM RECURSO
ILIMITADO. MENOS DE
1% DO TOTAL DE ÁGUA
DO PLANETA ESTÁ
DISPONÍVEL PARA
CONSUMO HUMANO.**



**A ÁGUA É
UM DIREITO
DE TODOS**





**SER SUSTENTÁVEL É
SEMEAR A CONSCIÊNCIA
DA PRESERVAÇÃO DA
NATUREZA.**



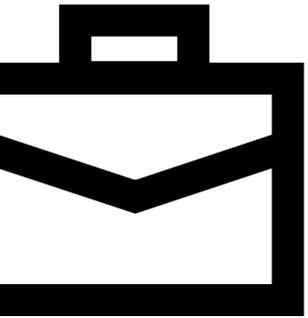


ÍNDICE

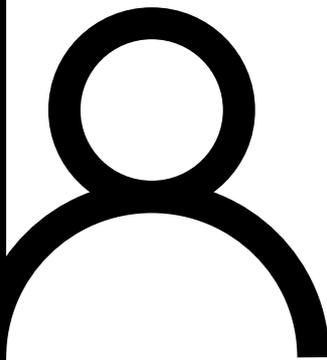
| | |
|---|-----|
| Âmbito do Relatório | 11 |
| Mensagem do Presidente | 13 |
| 01 APRESENTAÇÃO | |
| 1.1 Inovar para crescer | 17 |
| 1.2 O ano de 2018 | 18 |
| 1.3 Missão, Visão e Valores | 28 |
| 1.4 Organigrama | 31 |
| 1.5 Principais momentos históricos | 33 |
| 1.6 OLI no Mundo | 35 |
| 1.7 Reconhecimento | 36 |
| 02 GOVERNAÇÃO E GESTÃO | |
| 2.1 Governação | 41 |
| 2.2 Investir e Inovar para criar valor | 43 |
| 2.3 Produção e consumo sustentável | 44 |
| 2.4 A inovação no ADN OLI | 49 |
| 2.5 Eixos Estratégicos 2018 | 50 |
| 2.6 Envolvimento com as partes interessadas | 52 |
| 2.7 Gestão de Riscos | 55 |
| 03 VETORES DA SUSTENTABILIDADE | |
| 3.1 Desempenho Económico | 60 |
| 3.2 Desempenho Social | 70 |
| 3.3 Desempenho Ambiental | 92 |
| 04 ÍNDICE GRI | 110 |



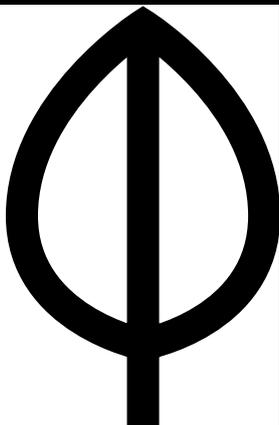
**CONTRIBUIR COM O
CONHECIMENTO E A
TECNOLOGIA, OS RECURSOS
HUMANOS E OS PROCESSOS,
NO DESENVOLVIMENTO DE
SOLUÇÕES EFICIENTES E
NA PROMOÇÃO DE NOVOS
COMPORTAMENTOS SÃO AS
METAS DO COMPROMISSO
EMPRESARIAL DA OLI.**



ECONÓMICO



SOCIAL



AMBIENTAL

ÂMBITO DO RELATÓRIO

Este é o quarto Relatório de Sustentabilidade que a OLI apresenta.

Esta publicação pretende compartilhar com todos os *stakeholders* o desempenho da empresa nas dimensões económica, social e ambiental, assim como os projetos e as oportunidades exploradas, as dificuldades e os desafios vividos ao longo de 2018.

Para reportar esse desempenho, o relatório foi realizado de acordo com o modelo da Global Reporting Initiative (GRI), na versão G4, opção “Abrangente”.

O Relatório de Sustentabilidade 2018 está disponível em formato digital, podendo ser consultado em www.oli-world.com.



MENSAGEM DO PRESIDENTE

ANTÓNIO OLIVEIRA

Em 2018 continuámos o nosso caminho rumo a uma empresa mais sustentável nas dimensões económica, social e ambiental, graças ao empenho, à resiliência e ao rigor de todos.

Evoluímos nos nossos processos e práticas, implementámos importantes ações para melhorar a nossa posição no mercado global, cada vez mais imprevisível e veloz, e inaugurámos uma nova fábrica de produção de moldes (OLI Moldes), no nosso complexo industrial, em Portugal.

A nova OLI Moldes é um investimento no reforço da capacidade de produção e exportação, significando a permanente evolução e valorização das competências e do conhecimento. Simboliza também a confiança no nosso país e o compromisso com a cidade de Aveiro.

Estamos determinados em construir um modelo de negócio sustentado na melhoria económica, social e ambiental da nossa cadeia de valor, gerando retorno económico para os acionistas, colaboradores, parceiros e comunidade, e ter um comportamento ambiental responsável, de modo a que a OLI se constitua como um legado que influencia o progresso socioeconómico e o desenvolvimento sustentável.

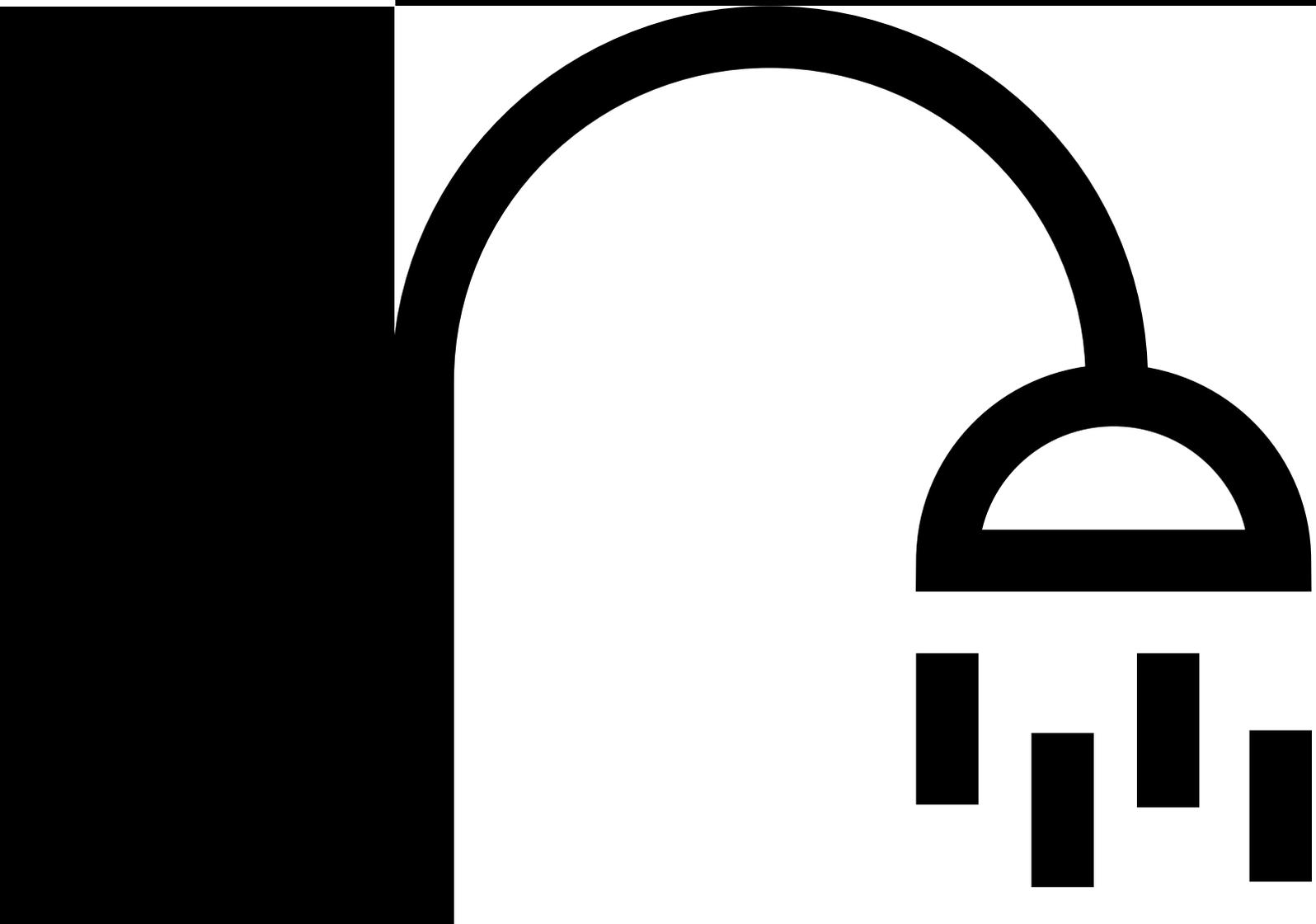
É fundamental que aumentemos a capacidade de pensar em ideias e soluções inovadoras, para progredirmos na nossa expansão internacional.

Ambicionamos melhorar e crescer, sempre movidos pelos valores que nunca mudam – a integridade, a humildade e a qualidade –, criando valor para todos.

**AMBICIONAMOS MELHORAR E CRESCER,
SEMPRE MOVIDOS PELOS VALORES QUE
NUNCA MUDAM - A INTEGRIDADE, A
HUMILDADE E A QUALIDADE -, CRIANDO
VALOR PARA TODOS.**

01

01 APRESENTAÇÃO





1.1 INOVAR PARA CRESCER

A OLI é líder ibérica na produção de autoclismos e a segunda maior produtora de autoclismos da Europa do Sul.

Cresce há cinco anos consecutivos, alcançando um volume de negócios de 56,3 milhões de euros (2018), e acumula distinções e prémios que reconhecem a sua estratégia de criação de valor, o seu foco no conhecimento e a sua cultura de inovação.

Anualmente são produzidos dois milhões de autoclismos, exportados para 80 países dos cinco continentes, a partir do seu amplo e moderno complexo industrial, que labora 24 horas por dia e sete dias por semana.

Em 2018, a OLI construiu a nova e moderna fábrica OLI Moldes, um investimento em novas instalações e tecnologia que reforça a capacidade de produção de moldes de pequena e média dimensão, beneficiando globalmente o grupo nas áreas que são o seu motor dominante de crescimento: a inovação e a internacionalização.

A assinatura da marca “Inspired by water” continuou a inspirar a sua missão de inovação ao serviço da preservação da água, desenvolvendo novas soluções de eficiência hídrica. Como resultado desta missão foram submetidas quatro novas patentes em 2018, totalizando um valor de 24 patentes europeias registadas nos últimos cinco anos.



1.2 O ANO DE 2018

CINCO ANOS CONSECUTIVOS DE CRESCIMENTO

Em 2018, a OLI atingiu um volume de negócios de 56,3 milhões de euros, que representa um aumento de 4,1%, face a 2017, sendo o quinto ano consecutivo de crescimento. Esta evolução foi apoiada pelo aumento das exportações para a Europa que continua a ser o principal destino das vendas para o exterior.





INAUGURAÇÃO DA FÁBRICA OLI MOLDES

O ministro da Economia, Manuel Caldeira Cabral, inaugurou a nova fábrica OLI Moldes, de 3.000 metros quadrados, que tem como objetivo duplicar a capacidade de produção e a qualidade no fabrico de moldes complexos para as indústrias automóvel e hidro-sanitária de todo o mundo.



NA ALEMANHA A APRESENTAR AS ÚLTIMAS INOVAÇÕES

Em Essen, na Alemanha, a OLI apresentou as últimas inovações na SHK, uma das mais importantes feiras mundiais de banho, construção e energia da Europa.

Entre as várias soluções, destacam-se o módulo sanitário QR Inox, as placas de comando Moon, Glassy e Trumpet e os sistemas Hydroboost e OLIpure.

LANÇAMENTO DO OLI 74 PLUS (DUAS TORNEIRAS)

O novo autoclismo OLI74 Plus, com duas torneiras de enchimento, permite a ligação a uma segunda rede de abastecimento de água, tornando possível, por exemplo, utilizar um reservatório de águas pluviais para as descargas, em alternativa à água potável, cada vez mais escassa e cara.

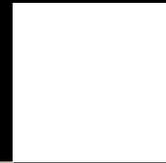




NO PRIMEIRO HOTEL DE LUXO DE CUBA

Gran Hotel Manzana Kempinski, o primeiro hotel de luxo de Cuba, inaugurado em Havana, pelo grupo suíço Kiempinski, tem a assinatura da OLI que equipou todos os espaços de banho com autoclismos e placas de comando hidricamente sustentáveis.





82 mil

M2 DE ÁREA TOTAL

30 mil

ÁREA COBERTA

80

PAÍSES DOS CINCO
CONTINENTES ONDE A
OLI ESTÁ PRESENTE

75%

TAXA DE EXPORTAÇÃO

56,3 M€

VOLUME DE NEGÓCIOS
EM 2018

87

POSTOS DE MONTAGEM

87

MÁQUINAS DE INJEÇÃO

2

EXTRUSORAS

1.283

MOLDES DE INJEÇÃO

PRODUÇÃO ANUAL

2

MILHÕES DE
AUTOCLISMOS

2,8

MILHÕES DE
MECANISMOS

133

MILHÕES DE
COMPONENTES
INJETADOS

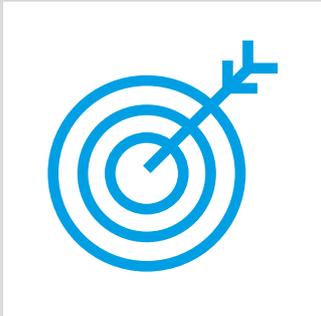
401

COLABORADORES

45

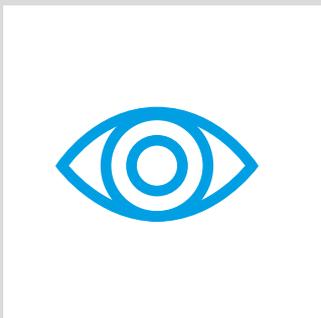
PATENTES

1.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES



MISSÃO

Criar soluções de banho hidricamente sustentáveis e inclusivas, com design e funcionalidade.



VISÃO

Ser uma empresa de excelência reconhecida pela criação de valor, inovação, relações éticas e paixão pelas pessoas e pelo planeta.



VALORES

Implementar sistemas de gestão estratégica, fomentar a eficiência operacional e desenvolver uma cultura de excelência, através de práticas sustentáveis e transparentes, ao longo de toda a cadeia de valor, e de relações autênticas, de confiança e duradouras com todas as partes interessadas.

Partilhar a política do Sistema de Gestão Integrado com os colaboradores, procurando um compromisso com os princípios da qualidade, da melhoria contínua e da inovação.

1. QUALIDADE, AMBIENTE, SEGURANÇA E SAÚDE NO TRABALHO

A melhoria dos resultados de atividade refletem a aplicação, consolidação e promoção ativa dos princípios da qualidade, da proteção e da preservação ambiental (incluindo adoção de medidas de prevenção e controlo da poluição) e da melhoria das condições de segurança.

2. SATISFAÇÃO TOTAL DO CLIENTE

O trabalho quotidiano concentra-se no planeamento de recursos e na vigilância dos processos que antecipam e apoiam as necessidades dos clientes, com o objetivo de uma satisfação plena. Os clientes e fornecedores são parceiros com quem se reforça competências, no sentido da melhoria contínua dos produtos e serviços.

3. MELHORIA CONTÍNUA E INOVAÇÃO

O processo de melhoria contínua e inovação inicia-se com a medição e monitorização dos diferentes processos e na identificação dos fatores chave de progresso. Assim, torna-se fundamental assumir uma atitude de procura permanente de melhorias e soluções criativas, com a determinação de ser possível fazer sempre melhor no produto e na organização.

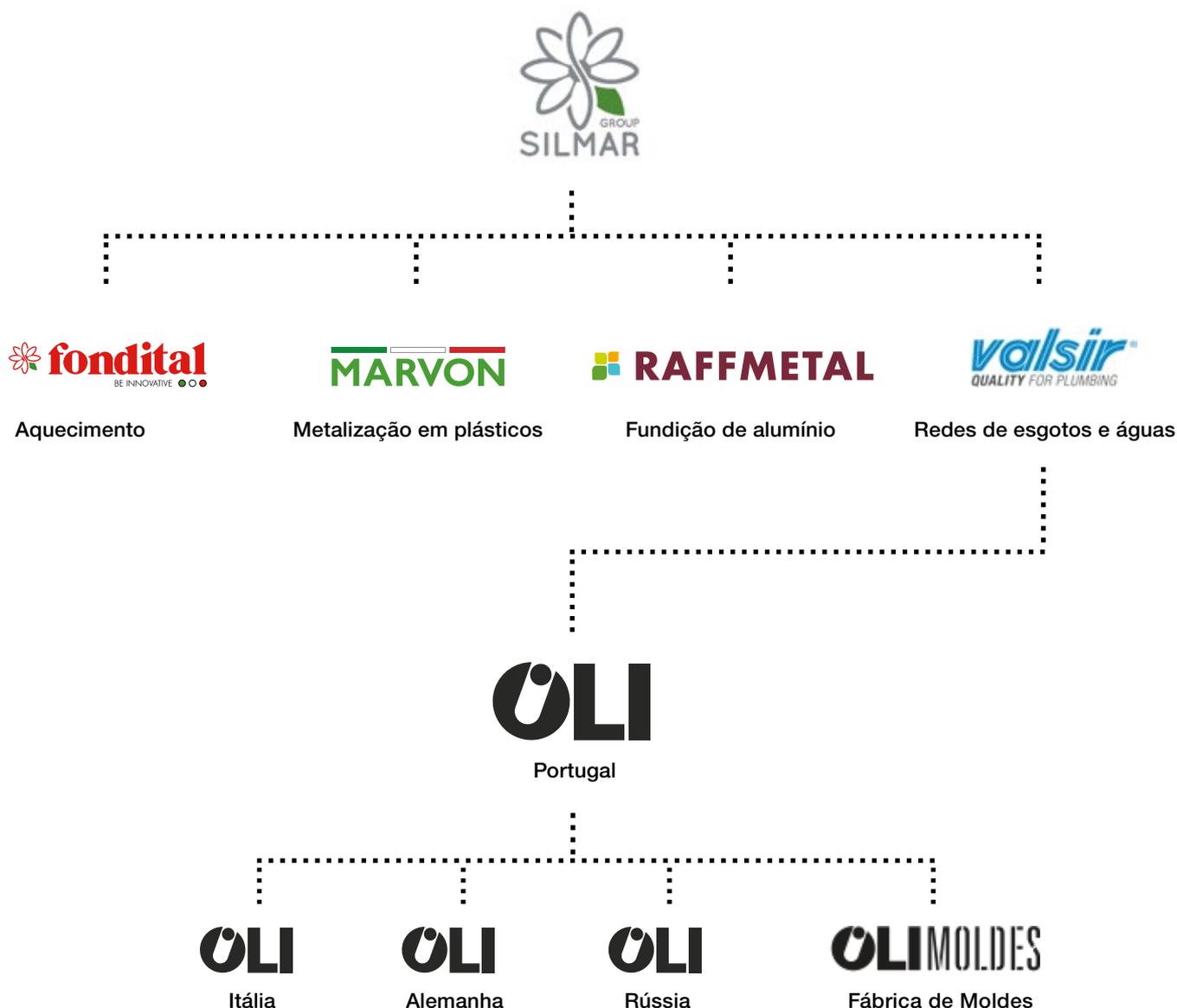
4. COOPERAÇÃO

Reconhecer o valor e a importância do trabalho em equipa para alcançar melhores resultados. Promover relações de confiança e proximidade, estimulando a partilha de informação, conhecimento e valorizando os contributos de todos, com vista ao crescimento coletivo.



1.4 ORGANIGRAMA

Desde 1993, a OLI integra o grupo italiano Silmar, que atua em quatro setores de atividade – aquecimento, alumínio, hidráulica e cromagem, e antifogo –, e integra 2.978 colaboradores. Em 2017, o grupo obteve um volume global de negócios de 904 milhões de euros.



1954

Fundação da
Oliveira & Irmão

1981

Início da Atividade
Industrial

2010

Certificação NP 4457

2007

Implementação da
metodologia Kaizen

2012

OLI Rússia: Centro de
Distribuição e Fábrica

Showroom/OLI Training
Center

2013

Certificação dos Sistemas
de Gestão Ambiental e
de Segurança e Saúde
no Trabalho (ISO 14001 e
OHSAS 18001/NP 4397)

1.5 PRINCIPAIS MOMENTOS HISTÓRICOS

1993

Entrada no
Grupo Fondital
(Atual SILMAR)

1998

Certificação
NP EN ISO 9002

2000

Certificação
NP EN ISO 9001

2016

OLI Alemanha: Centro
de Distribuição

2017

OLI – Sistemas
Sanitários, S.A.

2018

Construção da nova
fábrica OLI MOLDES



1.6 OLI NO MUNDO

A OLI é uma marca global de soluções de banho, presente em todo o mundo – atualmente representada em 80 países dos cinco continentes.

Em 2018, a empresa continuou a intensificar as suas relações comerciais em geografias como os Estados Unidos, Médio-Oriente e Ásia.

O investimento em inovação com a apresentação de soluções diferenciadoras, ao nível da sustentabilidade hídrica e da inclusão, e a personalização do produto, respondendo às especificidades dos diversos mercados internacionais, têm permitido à OLI conquistar relevantes *players* internacionais.

A OLI tem filiais em Itália, na Alemanha e na Rússia, onde tem também uma unidade industrial.

**O INVESTIMENTO EM INOVAÇÃO E
A PERSONALIZAÇÃO DE PRODUTO
TÊM CONTRIBUÍDO PARA A
EXPANSÃO E O RECONHECIMENTO
INTERNACIONAIS DA MARCA.**



1.7 RECONHECIMENTO

CERTIFICAÇÕES DE EMPRESA

Sistema de Gestão da Investigação, Desenvolvimento e Inovação, APCER

Sistema de Gestão da Segurança e Saúde do Trabalho, IQNET e APCER

Sistema de Gestão da Qualidade, IQNET e APCER

Sistema de Gestão Ambiental, IQNET e APCER

CERTIFICAÇÕES DE PRODUTO

| | |
|----------------------------|----------------------------------|
| LGA (Alemanha) | KIWA (Holanda) |
| SIET (Itália) | SAI GLOBAL (Austrália) |
| WRAS (Inglaterra) | UPC (EUA e Canadá) |
| SIRIM QAS (Malásia) | SABS (África do Sul) |
| CQC (China) | CSTB (França) |
| DVGW (Alemanha) | SINTEF (Noruega) |
| BELGAQUA (Bélgica) | Eficiência Hídrica, ANQIP |

PRÉMIOS

Kaizen Lean 2012

Categoria "Excelência na Produtividade"

Inovação da Construção 2014

Categoria "Tecnologias de Apoio à Reabilitação"

Inovação da Construção 2015

Categoria "Casas de Banho – Acessórios e Equipamentos"

Inovação da Construção 2015

Categoria "Empresas"

Archiproducts Design Awards 2016

Placa de comando "Trumpet", Álvaro Siza Vieira, arq.º Prémio Pritzker 1992

Green Project Awards Portugal 2016

Torneira de bóia "Leaksafe"

Good Design 2016

Placa de Comando "Glassy"

Horizontes Millennium BCP 2017

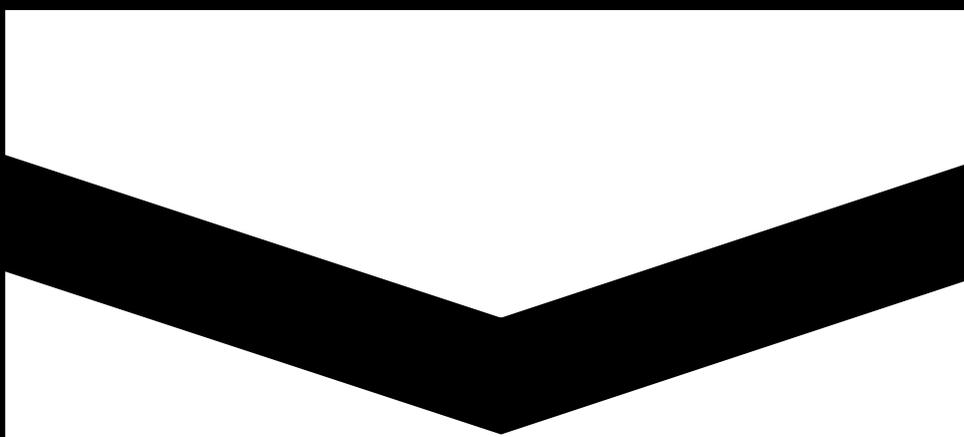
Categoria "Inovação – Grandes Empresas"

Inovação da Construção 2018

MoBAK

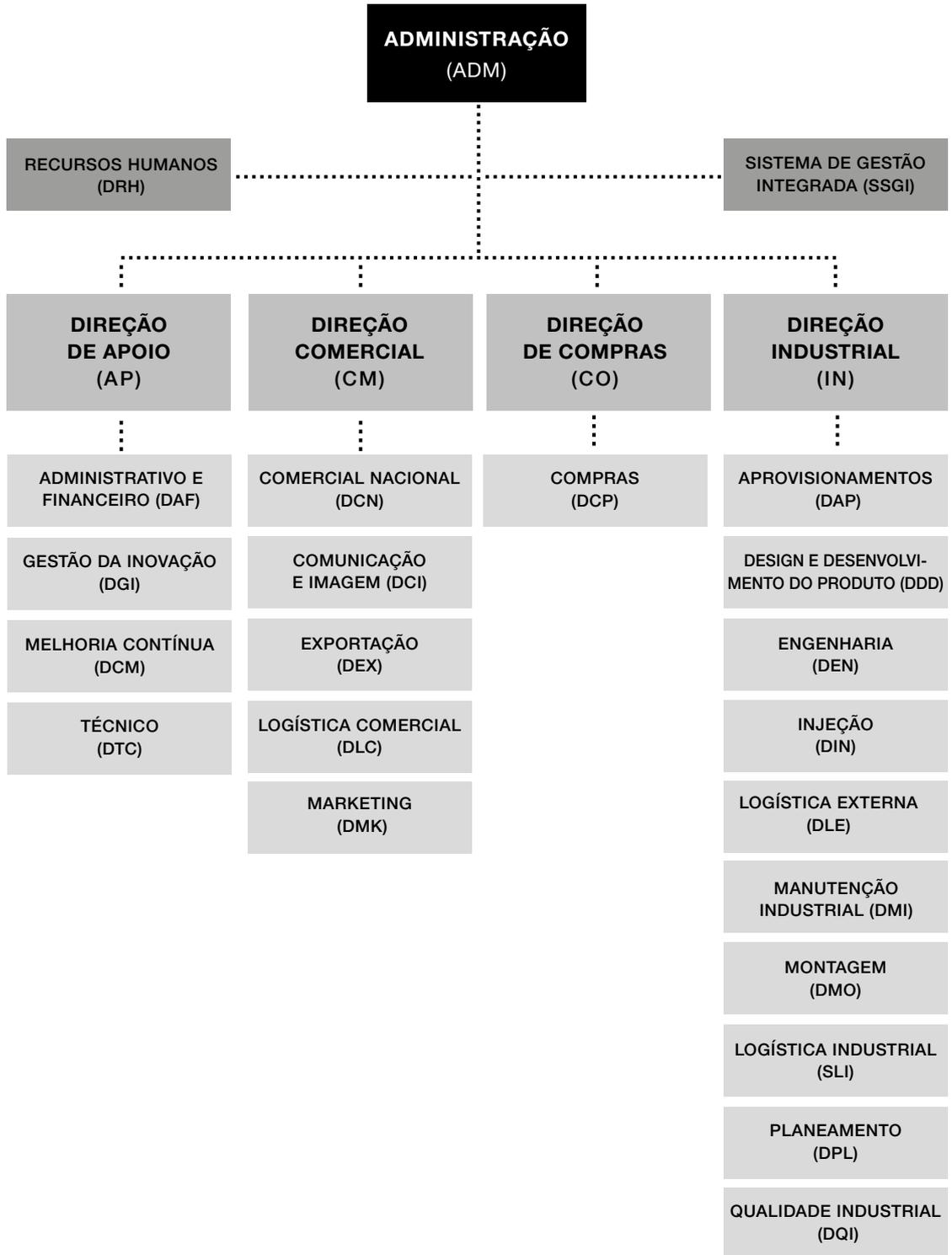
02

02 GOVERNAÇÃO E GESTÃO SUSTENTÁVEL





2.1 GOVERNAÇÃO



2.2 INVESTIR E INOVAR PARA CRIAR VALOR

“São estas empresas que têm feito o sucesso do crescimento português, um sucesso que às vezes é difícil de explicar por que é que Portugal está a ter um pós-crise com empresas tão boas, com um crescimento como o que tivemos no ano passado de 11% das exportações, de 9% no investimento, o melhor dos últimos 18 anos”.

As palavras são do ministro da Economia, Manuel Caldeira Cabral, e foram dirigidas à OLI na cerimónia de inauguração da nova fábrica de moldes, em maio de 2018.

Depois do verbo inovar, investir pode bem ser o segundo verbo omnipresente na gestão da empresa. Depois do investimento na unidade fabril em 2018, em 2020 deverá estar concluída mais uma fase de expansão da área industrial, motivada pela criação de um novo espaço de armazenamento semi-inteligente, de 5.000 metros quadrados.

Graças ao investimento constante em equipamento e tecnologia, a OLI tem conseguido aumentar a qualidade das competências múltiplas e complementares, indispensáveis ao controlo da cadeia de valor.

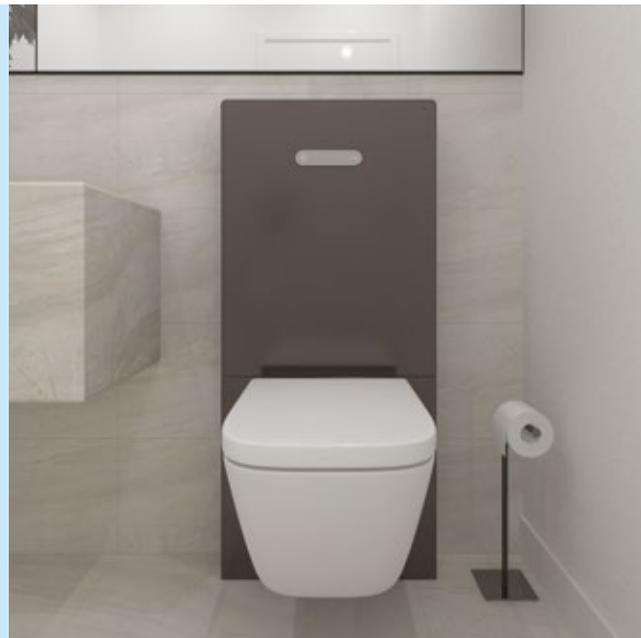
Investir e inovar têm permitido à OLI estar preparada para responder às exigências de desenvolvimento do produto e de produção que a globalização impõe.

2.3 PRODUÇÃO E CONSUMO SUSTENTÁVEL

Diariamente, o foco da OLI centra-se na criação de novas soluções que tornem o espaço de banho num lugar hidricamente eficiente, confortável e seguro, promovendo a produção e o consumo consciente da água, enquanto recurso natural escasso.

Das torneiras de boia, que permitem o rápido e silencioso enchimento dos autoclismos, às resistentes estruturas autoportantes, que dão a possibilidade do utilizador ajustar a altura do sanitário, até às placas de comando desenhadas por arquitetos mundialmente reconhecidos, a OLI foi construindo, ao longo dos últimos cinco anos, um valioso portfolio.

A dupla descarga do autoclismo, lançada em 1994, é um momento determinante na história da marca, pelo facto de, através da massificação da sua produção, ter-se generalizado a integração deste sistema em autoclismos de todo o mundo, contribuindo para a diminuição de 50% da utilização de água nas descargas.



Os módulos sanitários para banhos funcionais e modernos têm sido uma aposta da marca, sendo o QR Inox e o QR Total dois exemplos de alta tecnologia incorporada, que transformam a casa de banho num espaço sustentável, funcional e moderno.

O acionamento da descarga da água do autoclismo é realizado por aproximação, isto é, sem necessidade de toque – *no touch*, graças à utilização de sensores capacitivos, elevando ao máximo os níveis de conforto e higiene.

Em 2018, a OLI voltou surpreender o mercado com três inovações: o OLI 74 Plus com duas torneiras, o MoBaK e a Moon Black.

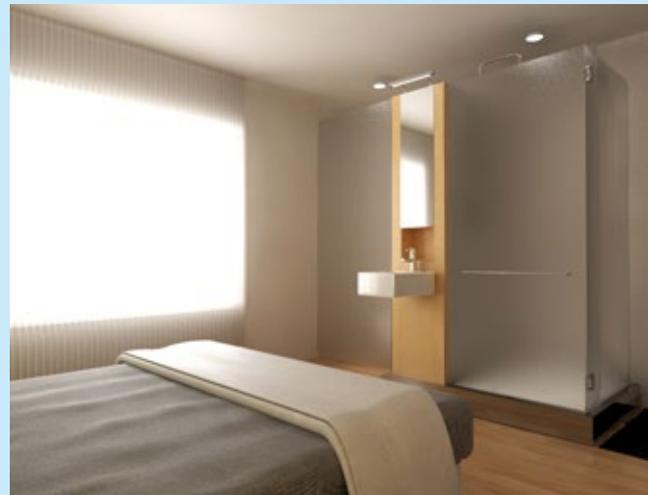
O autoclismo OLI74 Plus, com duas torneiras, permite a ligação a uma segunda rede de abastecimento de água, tornando possível, por exemplo, utilizar um reservatório de água da chuva em alternativa à água potável, cada vez mais escassa e cara.

A utilização de águas pluviais nos sistemas de instalação sanitária responde à necessidade de redução do consumo de água no espaço de banho. As recentes previsões das Nações Unidas são, a este propósito, alarmantes: “com 7% de aumento da temperatura global, a população perde 20% de água”. É urgente adotar novos padrões de consumo, sobretudo no WC, que é responsável por 33% do consumo doméstico.

A Moon Black é uma placa de comando fabricada com porcelana da Vista Alegre, com uma estética clean e formas depuradas, em que o preto realça a beleza da peça.

Para além do seu design único e contemporâneo, é uma solução autossustentável com tecnologia Hydroboost e acionamento *no touch*. A ativação da descarga da água do autoclismo dispensa uma fonte de energia elétrica, ou de pilhas, e é realizada por aproximação, isto é, sem necessidade de toque, graças à utilização de sensores capacitivos.

Com este lançamento, a OLI, em parceria com a marca centenária Vista Alegre, volta a desafiar os limites do design, da sustentabilidade e da higiene no espaço de banho, reforçando o seu posicionamento de empresa inovadora, comprometida com a criação de valor e o desenvolvimento sustentável.



O MoBaK (Modular Bathroom Kit) é um WC integrado e modular, facilmente montável em qualquer espaço, que dispensa a realização de obras.

Esta solução, altamente industrializada, reúne as três áreas do WC – lavatório, sanitário e base de duche -, sem necessidade de realizar obras e proporcionando elevados níveis de sustentabilidade, funcionalidade e conforto.

O MoBaK inspirou-se nas tendências de consumo, em que a simplificação e do *it yourself* são aspetos valorizados pelos consumidores, sobretudo nas experiências de reabilitação e renovação de edifícios.

O projeto MoBaK, desenvolvido ao longo de três anos, resulta de um consórcio liderado pela OLI, em que participou a Universidade de Aveiro e a ITALBOX, empresa de referência na conceção e fabrico de divisórias e resguardos de banho, tendo sido financiado pelo Compete 2020.



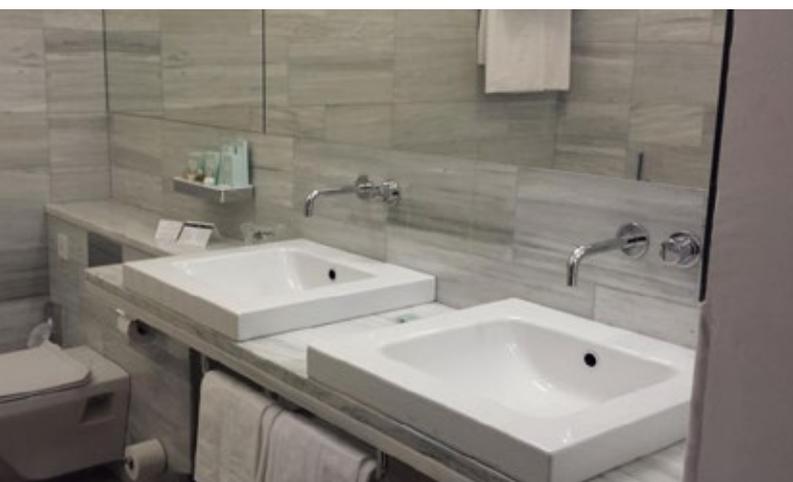
Em 2018, a OLI reforçou a sua presença e intervenção em projetos hoteleiros e de saúde de referência internacional, que valorizam as soluções hidricamente sustentáveis e ambientalmente responsáveis.



A principal estação de caminhos de ferros de Israel, Tel Aviv Savidor, em Telavive, Israel, escolheu os autoclismos interiores OLI 80 e a placa de comando Trend. Sublinhe-se que este é o segundo edifício público israelita com soluções OLI, depois de o hospital Tel Aviv Sourasky Medical Center ter escolhido autoclismos eletrônicos da OLI para diminuir a taxa de infeções hospitalares e evitar as mortes associadas.

Ainda em Israel, a OLI equipou o edifício da Apple, localizado a norte da cidade de Telavive, que acolhe o segundo maior centro de Investigação e Desenvolvimento do mundo da marca norte-americana.





O Hotel Parador de Santiago, de cinco estrelas, em Santiago de Compostela, na Galiza, Espanha, considerado o edifício-hotel mais antigo do mundo escolheu a OLI.

É neste lugar de história, arte e fé, que a empresa portuguesa de soluções de banho reforça a sua presença em projetos hoteleiros de referência mundial, ao ter sido selecionada para equipar os 262 espaços de banho deste hotel-museu com os autoclismos interiores OLI74 Plus Sanitarblock, que se destacam pela sustentabilidade hídrica, e a placa de comando Slim.

Este edifício situado na Praça do Obradoiro, junto à Catedral que acolhe todos os anos milhares de peregrinos, nasceu como Hospital Real em 1511 para albergar os caminhantes e assim permaneceu até ao século XIX. Em 1950 foi convertido num hotel de luxo.



Um dos maiores e luxuosos edifícios da Arábia Saudita, Jeddah's Sail Tower, escolheu a tecnologia patenteada da OLI para os espaços de banho.

Esta torre de 64 andares, composta por um hotel de luxo - Shangri-La Hotel, com 242 quartos e uma área residencial com 104 apartamentos, foi equipada com os autoclismos OLI74 Plus, as placas de comando Slim, estruturas bidé e de sanita.

A cidade de Jeddah é considerada a capital comercial do país e a mais rica do Médio Oriente e da Ásia Ocidental.



O primeiro hotel de luxo de Cuba, inaugurado em Havana, pelo grupo suíço Kieminski, tem a assinatura da OLI, que equipou todos os espaços de banho com autoclismos e placas de comando hidricamente sustentáveis.

Integrado no edifício histórico La Manzana de Gómez construído em 1890, o hotel de cinco estrelas, batizado de Gran Hotel Manzana Kempinski La Habana, selecionou para os seus 300 espaços de banho o autoclismo interior OLI 74 Sanitarblock Plus e a placa de comando Slim, duas soluções desenvolvidas no centro de inovação e na fábrica, em Aveiro.

O hotel dispõe de 246 quartos e suites com uma decoração inspirada na opulência de Luís XV, um spa, uma piscina e um terraço que oferecem uma vista privilegiada para a zona histórica da cidade. Nos arredores do hotel, encontram-se o Museu Nacional de Belas Artes, o Paseo del Prado e o "La Floridita", um dos bares preferidos pelo escritor Ernest Hemingway e dos turistas da atualidade.



**NO PRIMEIRO HOTEL DE LUXO DE CUBA, NO HOTEL-EDIFÍCIO
MAIS ANTIGO DO MUNDO OU NA MAIOR ESTAÇÃO DE CAMINHOS
DE FERRO DE ISRAEL, OS AUTOCLISMOS DA OLI SÃO HOJE
PRESCRITOS POR PROJETOS IMOBILIÁRIOS, HOTELEIROS E DE
SAÚDE DE TODO O MUNDO.**



2.4. A INOVAÇÃO NO ADN OLI

No primeiro hotel de luxo de Cuba, no hotel-edifício mais antigo do mundo ou na maior estação de caminhos de ferro de Israel, os autoclismos da OLI são hoje prescritos por projetos imobiliários, hoteleiros e de saúde de todo o mundo.

Nos últimos cinco anos, a OLI investiu 12,5 milhões de euros em Inovação. Atualmente, tem 45 patentes ativas e está entre as empresas portuguesas que mais patenteiam na Europa. Em 2018 submeteu quatro pedidos de patentes.

No decorrer de 2018, a empresa desenvolveu um conjunto de projetos em áreas diversas, como a aplicação de eletrónica em produtos sanitários, a incorporação de novos materiais mais amigos do ambiente e a criação de novas soluções de proteção contra incêndios e de poupança de água.

A cooperação com redes de conhecimento tem sido determinante para o sucesso da sua estratégia de inovação, por isso foram estabelecidas duas novas parcerias, no âmbito dos projetos Compete 2020, inserido no Portugal 2020, mais concretamente em Programas I&DT – Projetos em Copromoção.

2.5 EIXOS ESTRATÉGICOS 2018

**CRESCIMENTO DO
VOLUME DE NEGÓCIOS**



QUALIDADE





INOVAÇÃO



**SUSTENTABILIDADE
AMBIENTAL**

2.6 ENVOLVIMENTO COM AS PARTES INTERESSADAS

A OLI prioriza a adoção de práticas de referência e a melhoria contínua do desempenho em busca da excelência operacional, determinante para a sua competitividade e para a criação de valor para todos os públicos com quem se relaciona.

O desenvolvimento sustentável direciona a sua estratégia de negócios, ao longo da cadeia de valor, desenvolvendo relações éticas, íntegras e transparentes, e partilhando valor com os *stakeholders*.

No âmbito da sua política de comunicação aberta e permanente da governação, gestão e desempenho com todas as partes interessadas, a empresa recorre a vários canais de comunicação, de consulta e de diálogo.



| PÚBLICOS (STAKEHOLDERS) | CANAIS DE COMUNICAÇÃO |
|--------------------------------|---|
| ACIONISTAS | <ul style="list-style-type: none"> • REUNIÕES PERIÓDICAS DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO • RELATÓRIO DE CONTROLO DE GESTÃO MENSAL |
| FORNECEDORES | <ul style="list-style-type: none"> • REUNIÕES PERIÓDICAS DE ACOMPANHAMENTO • REUNIÕES ANUAIS DE RENOVAÇÃO DE CONTRATOS • AUDITORIAS E VISITAS • GESTÃO DE RECLAMAÇÕES • PROCESSOS DE AVALIAÇÃO DO DESEMPENHO DO FORNECEDOR • DECLARAÇÃO DE BOAS PRÁTICAS • CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO |
| CLIENTES | <ul style="list-style-type: none"> • AUDITORIAS DE CLIENTES (TOP 10) • VISITAS A/DE CLIENTES • ANÁLISE DE RECLAMAÇÕES • PROCESSOS DE AVALIAÇÃO DE SATISFAÇÃO |
| PARCEIROS | <ul style="list-style-type: none"> • VISITAS A/DE PARCEIROS • DESENVOLVIMENTO DE PROJETOS DE INVESTIGAÇÃO |
| ENTIDADES REGULADORAS | <ul style="list-style-type: none"> • AUDITORIAS |
| COLABORADORES | <ul style="list-style-type: none"> • REUNIÕES MENSAS DO BSC • REUNIÕES SEMANAIS E DIÁRIAS, SE NECESSÁRIO, COM A ADMINISTRAÇÃO • REUNIÕES DIÁRIAS DE DAILY KAIZEN • AVALIAÇÃO INTERDEPARTAMENTAL • QUADRO EMOCIONAL • SISTEMA DE GESTÃO DE IDEIAS • AVALIAÇÃO DE DESENVOLVIMENTO E DESEMPENHO |
| CONCORRÊNCIA | <ul style="list-style-type: none"> • ACOMPANHAMENTO DOS SUPORTES DE COMUNICAÇÃO (SITES, FOLHETOS, CATÁLOGOS, ENTRE OUTROS) • ANÁLISE NO PONTO DE VENDA |
| DISTRIBUIDORES | <ul style="list-style-type: none"> • REUNIÃO PARA AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS (PREÇO, QUALIDADE E PRAZOS) |
| IMPrensa | <ul style="list-style-type: none"> • PRESS RELEASES • ENTREVISTAS • VISITAS ÀS INSTALAÇÕES • PARTICIPAÇÃO EM CONFERÊNCIAS, FÓRUNS E DEBATES |

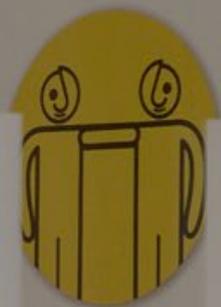
Inspired by water...

OLI

04

CO
CO

ÃO
ION



Significa reconhecer o valor do trabalho em equipa para alcançar melhores resultados. Promover relações de confiança e proximidade entre os diversos elementos e equipas, estimulando a partilha de informação conhecimento e valorizando os contributos de todos, com vista ao crescimento da OLI. Somos todos OLI!

Means recognizing the value of team work in order to achieve better results. In order to foster growth at OLI, promote trust and proximity between various parties and teams, encourage knowledge sharing and value everyone's contribution. We are all OLI!

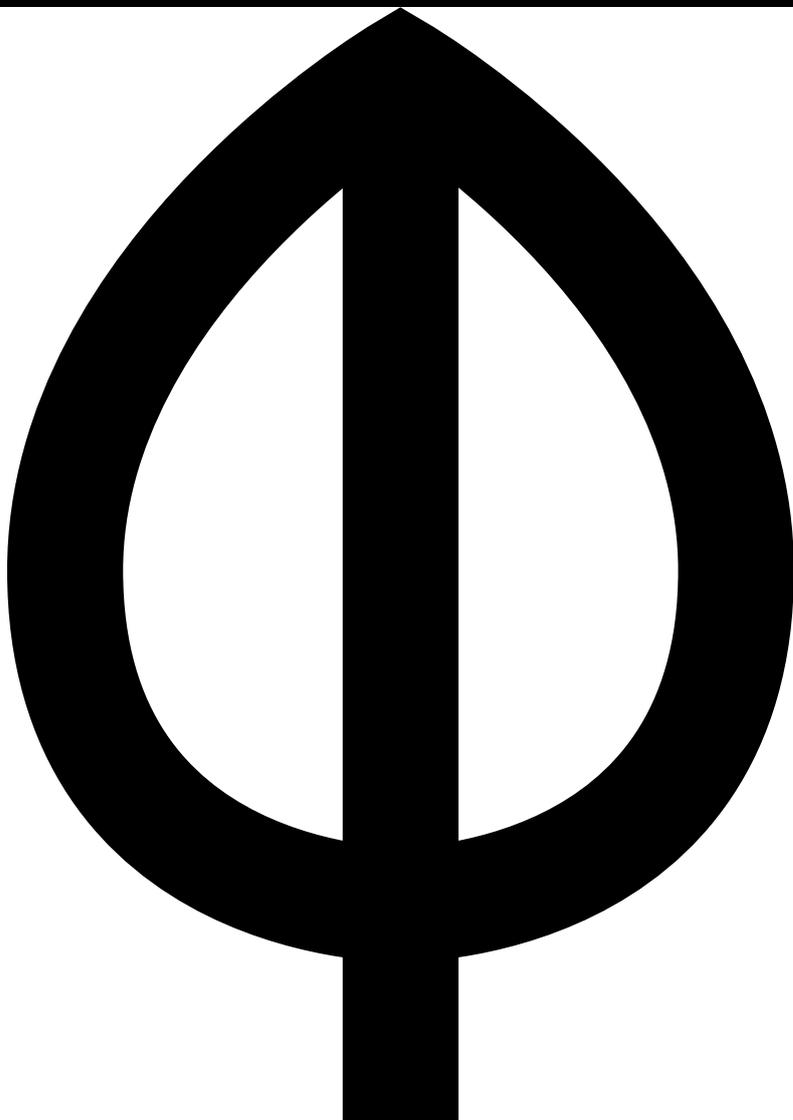
2.7 GESTÃO DE RISCOS

No âmbito da política de gestão de riscos, a OLI procede à monitorização dos eventos de risco e impactos, adotando medidas de monitorização, mitigação e eliminação.

| | |
|----------------------------|--|
| RISCOS ESTRATÉGICOS | <ul style="list-style-type: none"> • EFICIÊNCIA DOS INVESTIMENTOS REALIZADOS PELA EMPRESA • CAPTAÇÃO E RETENÇÃO DE CAPITAL HUMANO QUALIFICADO |
| RISCOS OPERACIONAIS | <ul style="list-style-type: none"> • ESTIMATIVA DE RECURSOS • ASSEGURAR A SAÚDE, SEGURANÇA E AMBIENTE • CONTINUIDADE DO NEGÓCIO E GESTÃO DE CRISES • ELEVADA CONCORRÊNCIA EM DETERMINADAS GAMAS DE PRODUTOS |
| RISCOS FINANCEIROS | <ul style="list-style-type: none"> • RESTRIÇÕES DE CRÉDITO • INCERTEZA SOBRE O CONTEXTO ECONÓMICO |
| RISCOS INTERNOS | <ul style="list-style-type: none"> • CONCENTRAÇÃO DAS CATEGORIAS DE PRODUTOS QUE REPRESENTAM MAIOR VOLUME DE FATURAÇÃO EM 10 CLIENTES E MERCADOS • ENTRADA DE NOVOS <i>PLAYERS</i> NO MERCADO • DESIQUILÍBRIO DA RELAÇÃO ENTRE A PERCEÇÃO DO PRODUTO VERSUS O SEU VALOR-QUALIDADE INTRÍNSECO |
| RISCOS EXTERNOS | <ul style="list-style-type: none"> • ACIDENTE INDUSTRIAL – MUITO RESIDUAL, UMA VEZ QUE A EMPRESA NÃO UTILIZA SUBSTÂNCIAS OU GASES PERIGOSOS E/OU TÓXICOS, MAS LOCALIZA-SE PRÓXIMO DA ZONA INDUSTRIAL DA TABOEIRA (RISCO EM TERMOS DE INDÚSTRIA QUÍMICA CONSIDERADO BAIXO) • ORIGEM NATURAL – CHEIAS, SISMOS, INCÊNDIOS FLORESTAIS, CICLONES, TEMPESTADES E TROVOADAS |

03

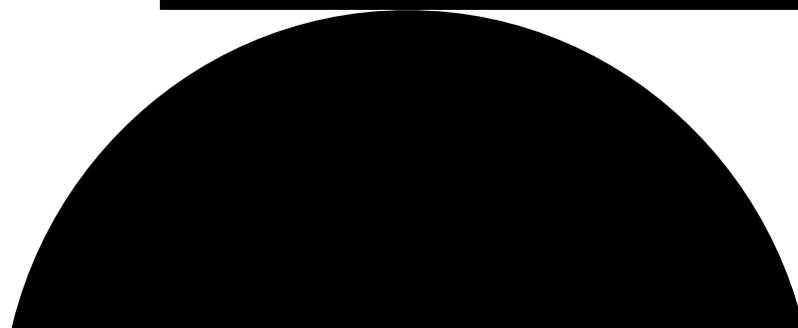
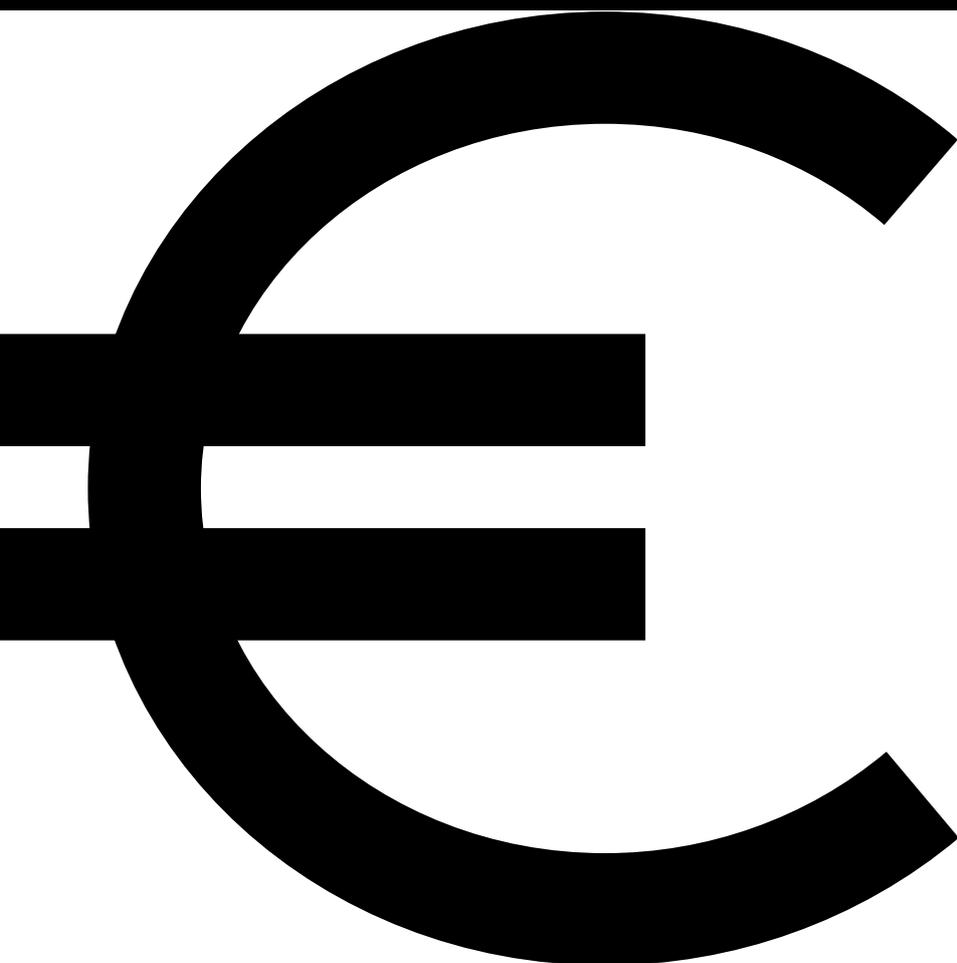
**03 VETORES DA
SUSTENTABILIDADE**

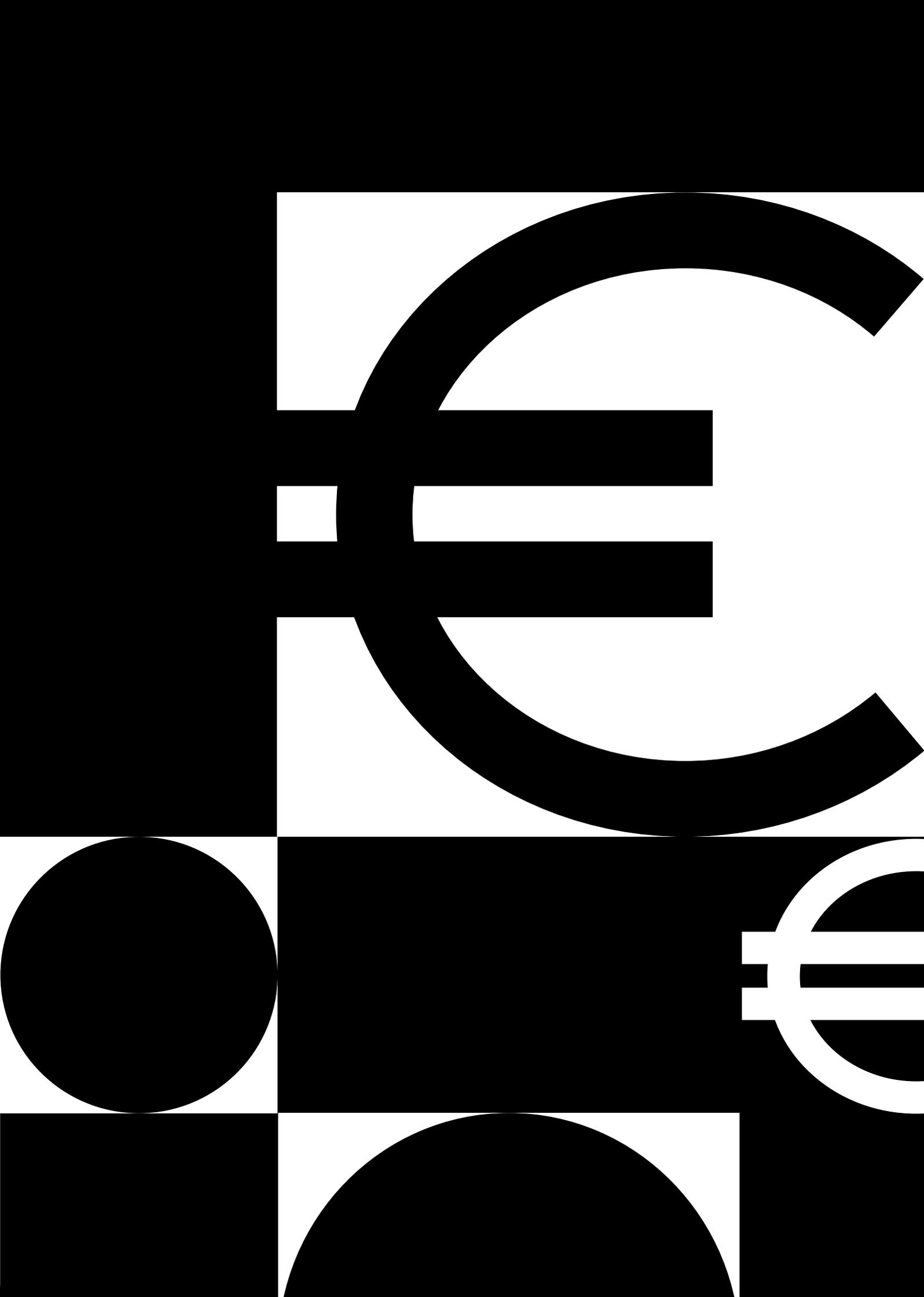


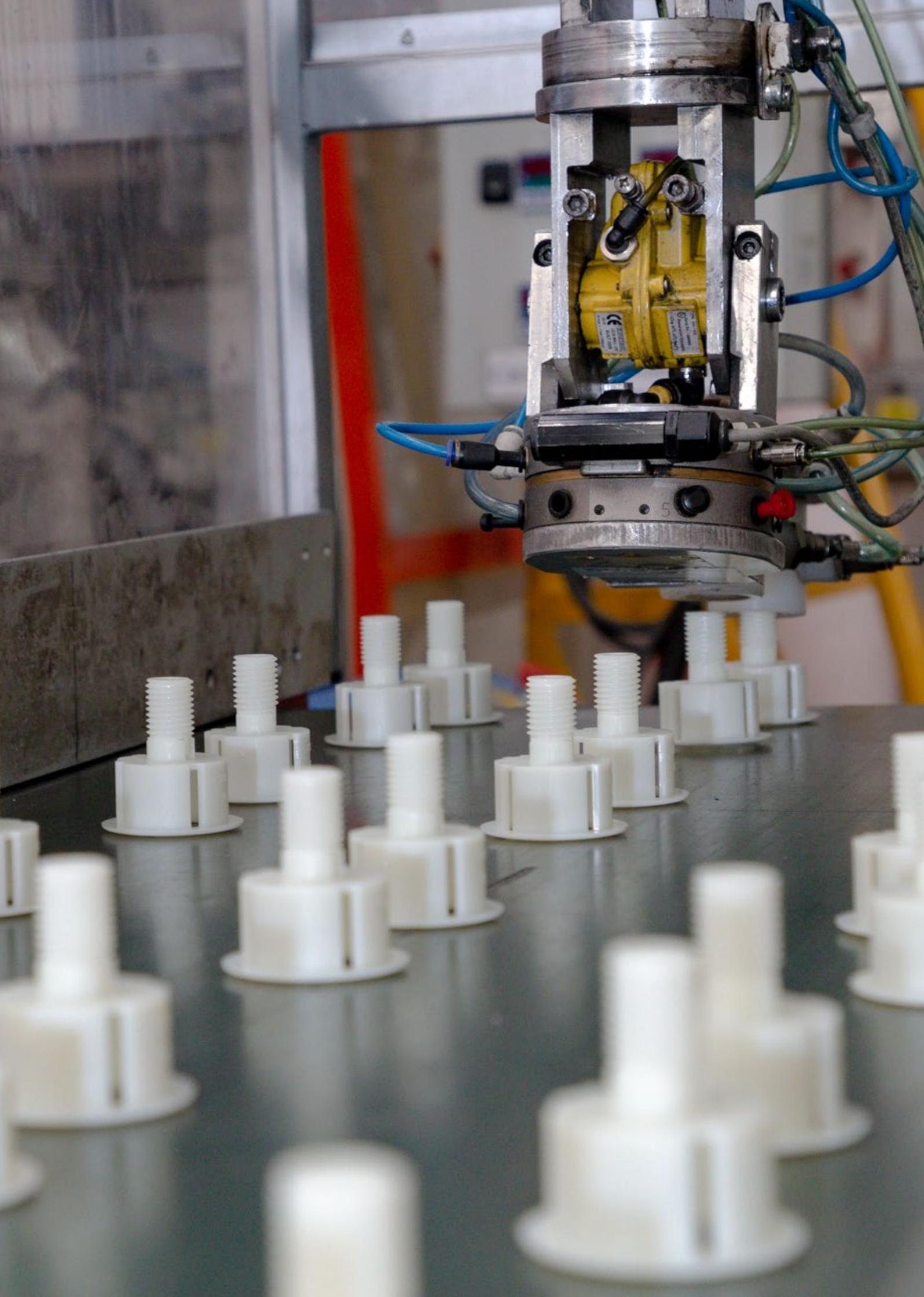
**O COMPROMISSO DA OLI
COM A SUSTENTABILIDADE
SIGNIFICA GERAR RETORNO
ECONÓMICO, CRIAR RELAÇÕES
SOCIAIS POSITIVAS E TER
UM COMPORTAMENTO
AMBIENTAL RESPONSÁVEL,
COM O OBJETIVO DE SER UM
LEGADO ECONÓMICO, SOCIAL E
AMBIENTAL QUE INFLUENCIE O
PROGRESSO SOCIOECONÓMICO
E O DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL.**

3.1

**DESEMPENHO
ECONÓMICO**







A ECONOMIA EM 2018

A economia europeia, o destino de 86% das vendas da OLI, registou em 2018 um comportamento positivo, apesar do abrandamento no segundo semestre. Portugal e Espanha foram exceção e mantiveram a dinâmica de crescimento ao longo de todo o ano.

As regiões da Europa Central e do Norte apresentaram um bom desempenho e, nesses países, as vendas da empresa cresceram de modo significativo, com a consolidação de novos e importantes clientes.

Portugal consolidou a tendência obtida no exercício de 2017, com uma dinâmica económica influenciada pelo crescimento dos setores da construção e do imobiliário e a apresentação de indicadores macroeconómicos positivos junto dos mercados externos.

No continente americano, ainda que agrupando diferentes comportamentos por país, a OLI registou um saldo positivo ao nível do aumento das vendas, da quota de mercado e da notoriedade da marca.

Em África, continente que apresenta uma melhoria generalizada das economias, a empresa também progrediu.

No Médio Oriente, verificou-se um ligeiro abrandamento das vendas, condicionado pelo contexto de tensão política, social e económica.

Na Ásia, onde a representação da OLI tem ainda pouca expressão, subsistiram as dificuldades de afirmação, ainda que tivessem surgido alguns sinais de abertura dos mercados.

Resumindo, em 2018, a OLI conseguiu um desempenho influenciado pelo aumento da quota de mercado nos principais mercados e da evolução da economia mundial.



ANÁLISE ECONÓMICA E FINANCEIRA

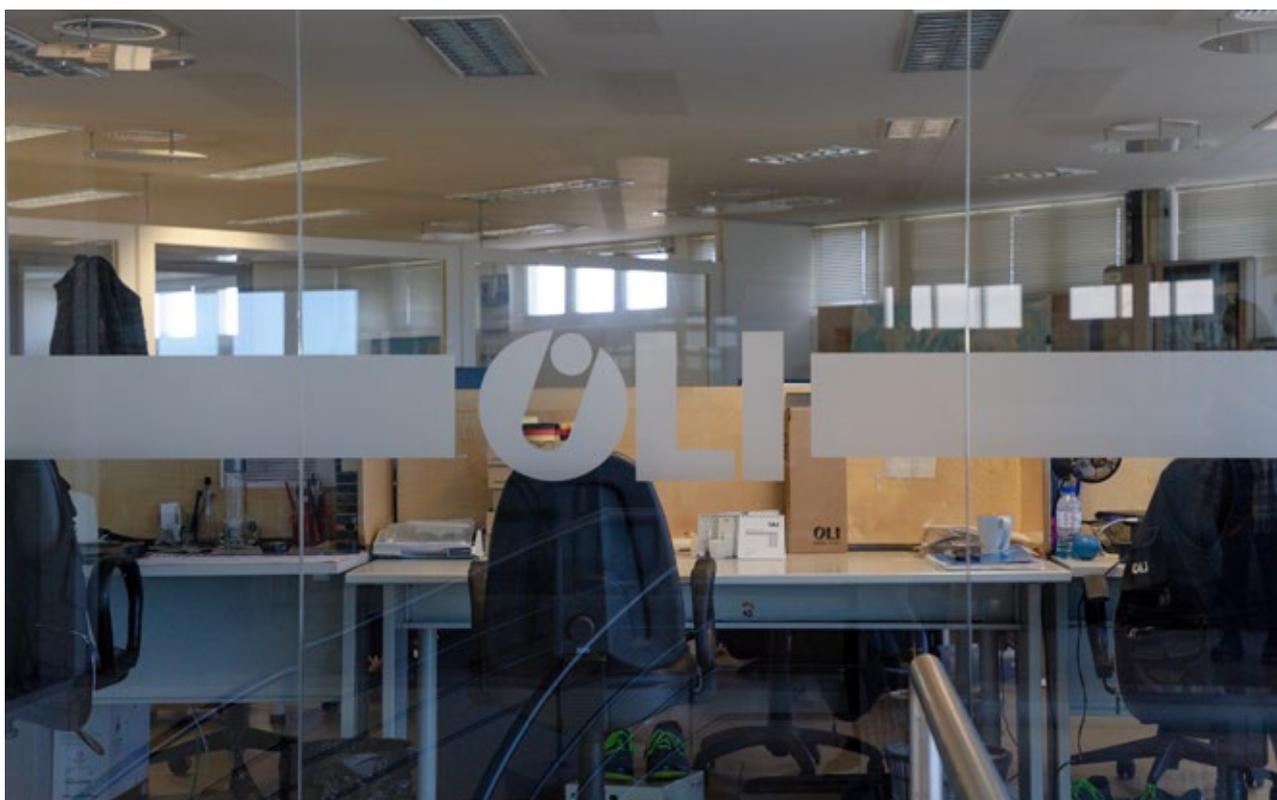
Em 2018, a OLI alcançou um volume de negócios de 56,3 milhões de euros (M€), o que representou um aumento de 4,1% relativamente ao ano anterior.

O mercado interno cresceu 6,6% e traduziu 22,5% do valor global das vendas, enquanto o mercado externo aumentou 3,3% e teve um peso de 77,5% no valor total.

56,3
MILHÕES DE EUROS
VOLUME DE NEGÓCIOS
+4,1%



VENDAS POR MERCADO 2010-2018



MERCADO INTERNO

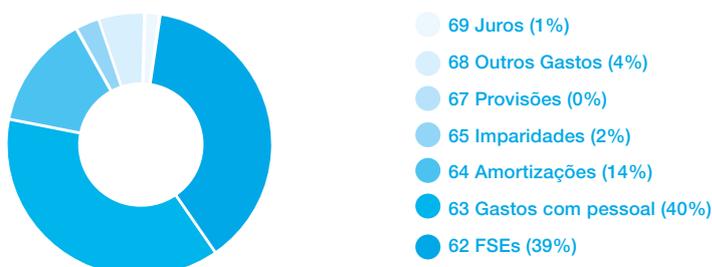
13 M€
+6,6%

MERCADO EXTERNO

43 M€
+3,3%

A margem bruta contabilística registou um aumento, que se explica com a descida do custo médio das principais matérias-primas nos mercados internacionais e a melhoria do valor acrescentado libertado pelo mix de produtos vendidos, originando uma subida da margem bruta face à produção em 0,1 pontos percentuais, tendo atingindo os 56% do volume de negócios.

Ao nível dos gastos de exploração, os resultados acompanharam o aumento da atividade operacional da empresa, resultando no incremento 1 786 575€, correspondente a 6,2% do total dos gastos, influenciados pelo aumento dos FSE's, os gastos com pessoal e as amortizações de 8,2%, 4,2% e 12,8%, respetivamente.



GASTOS DE EXPLORAÇÃO 2018

Ao nível das imparidades, e considerando reforços e reversões, registou-se um ligeiro ganho de 69 651€, resultante das dívidas a receber.

Nos outros gastos, sem considerar a rubrica de perdas com empresas participadas, atingiu-se um aumento de 11% face a 2017.

Em linha com o ano anterior, a rubrica de juros e gastos similares obteve uma diminuição de 11%, resultado da descida das condições de financiamento e apesar do ligeiro aumento do endividamento líquido.

Em 2018, o EBITDA fixou-se em 9 079 816€, alcançando um aumento de 11% relativamente ao ano anterior. Em termos relativos, e comparando com as vendas, o rácio situou-se nos 16%, mais um ponto percentual. O *cash-flow* foi de 8 660 847€, registando um aumento de 9,4%.

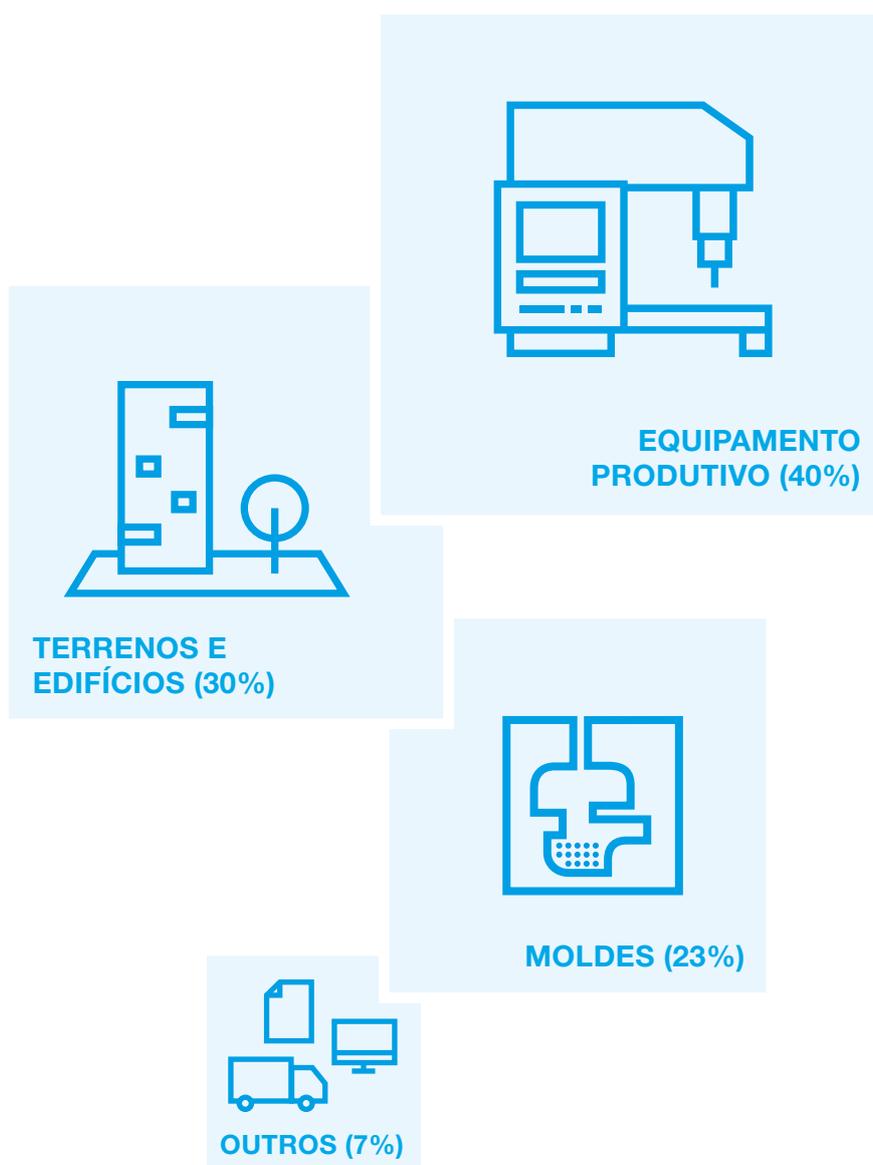
Sublinhe-se que o impacto das participadas, pela via do método da equivalência patrimonial e de outras rubricas específicas das participadas, foi positivo, saldando-se em 634 261€.

O resultado líquido cifrou-se nos 4 308 599€, mais 614 652€ face a 2017. Expurgando o impacto das participadas, o resultado líquido aumentou 275 006€ atingindo os 3 674 338€.

EBITDA
9M€
+11%

CAPITAL INVESTIDO

O investimento em ativo fixo situou-se 6 363 661€, o que representou um aumento de 35,6% face a 2017. Os investimentos efetuados em 2018 concentraram-se em quatro áreas – terrenos e edifícios (30%), moldes (23%), equipamento produtivo (40%) e outros (7%), que se dividiram pela aquisição de equipamento administrativo, de transporte e de outros ativos tangíveis e intangíveis.



ANÁLISE FINANCEIRA

Em 2018, o *cash-flow* registado permitiu fazer face à quase totalidade do capital investido em ativo fixo, fundo de maneo e participadas, conduzindo a um aumento ligeiro do endividamento, encerrando o exercício com um endividamento líquido de 14 487 464€ (mais 567 211M€ face a 2017).

Todavia a melhoria do EBITDA, conjugada com o ligeiro aumento do endividamento líquido, permitiu melhorar o rácio do endividamento sobre o EBITDA.

| RUBRICA | 2017 | 2017 |
|-------------------|--------------|--------------|
| Net debt | 14 487 464 € | 13 920 253 € |
| Net debt / EBITDA | 1,60 | 1,70 |

Em termos de estrutura de capitais, a OLI manteve a sua política de otimização, procurando financiar o investimento em ativo fixo e as necessidades permanentes do fundo de maneo, com financiamento de médio e longo prazo, e o ciclo de tesouraria com recurso a instrumentos de financiamento de curto prazo.

Deste modo, no final de 2018, os capitais permanentes representavam 99% do ativo não corrente e o passivo corrente representava 102% do ativo corrente, mantendo-se estes valores estáveis, face ao ano anterior.

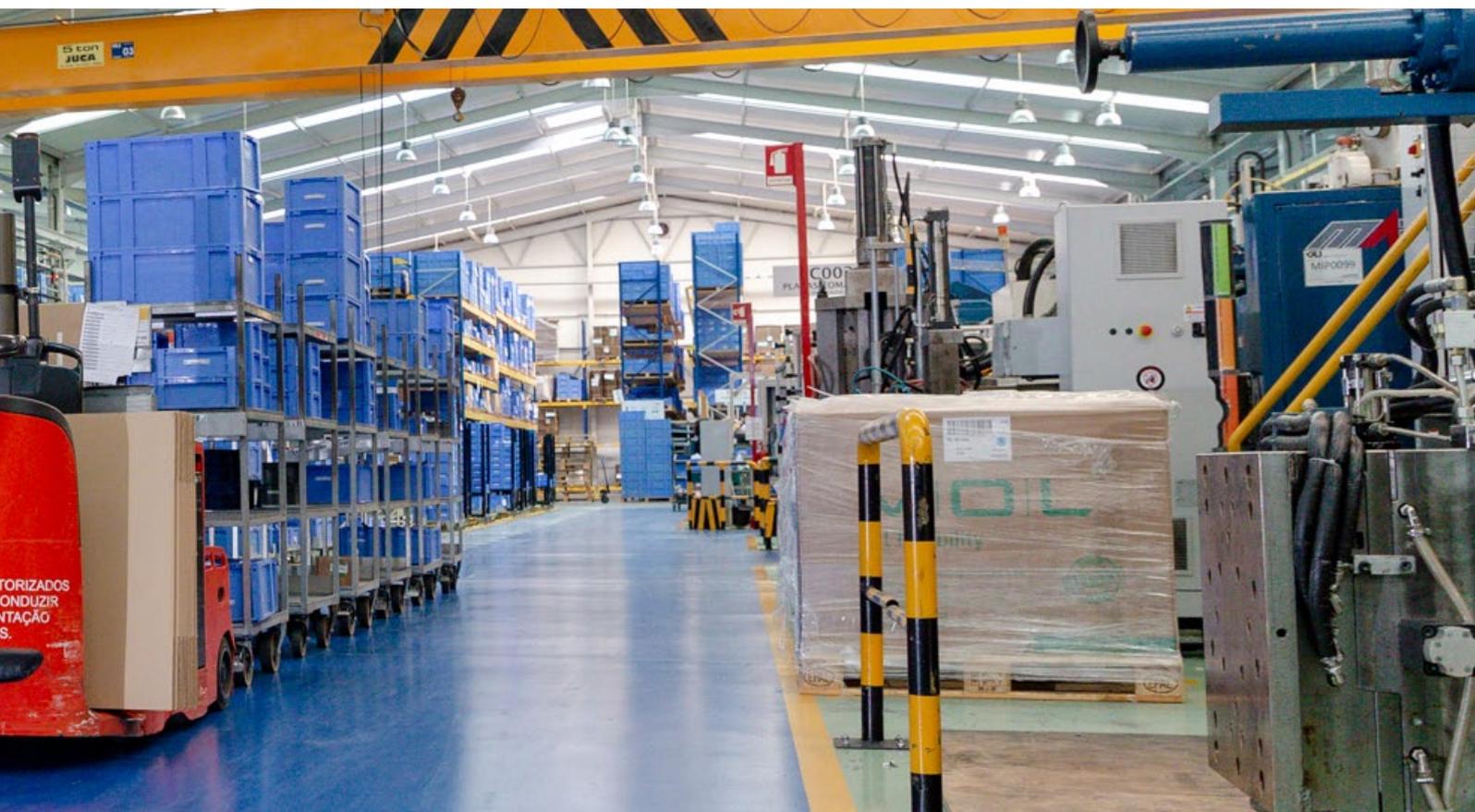




ESTRUTURA DE CAPITAL 2018

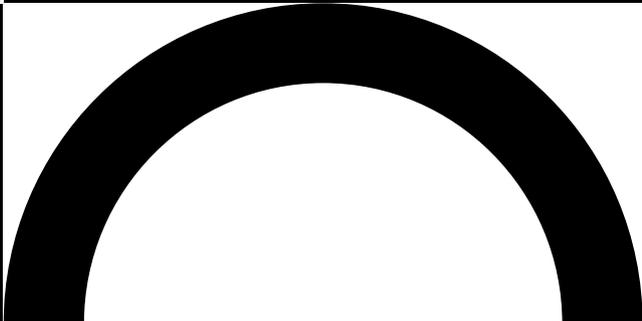
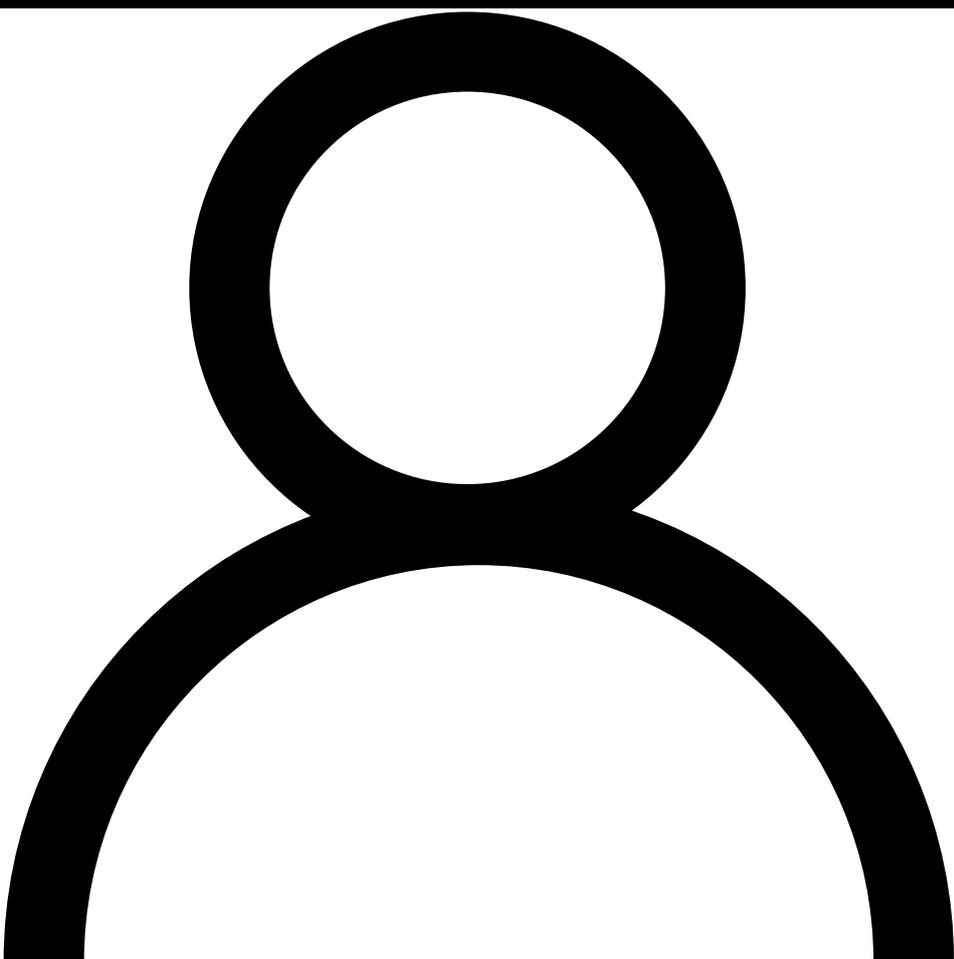


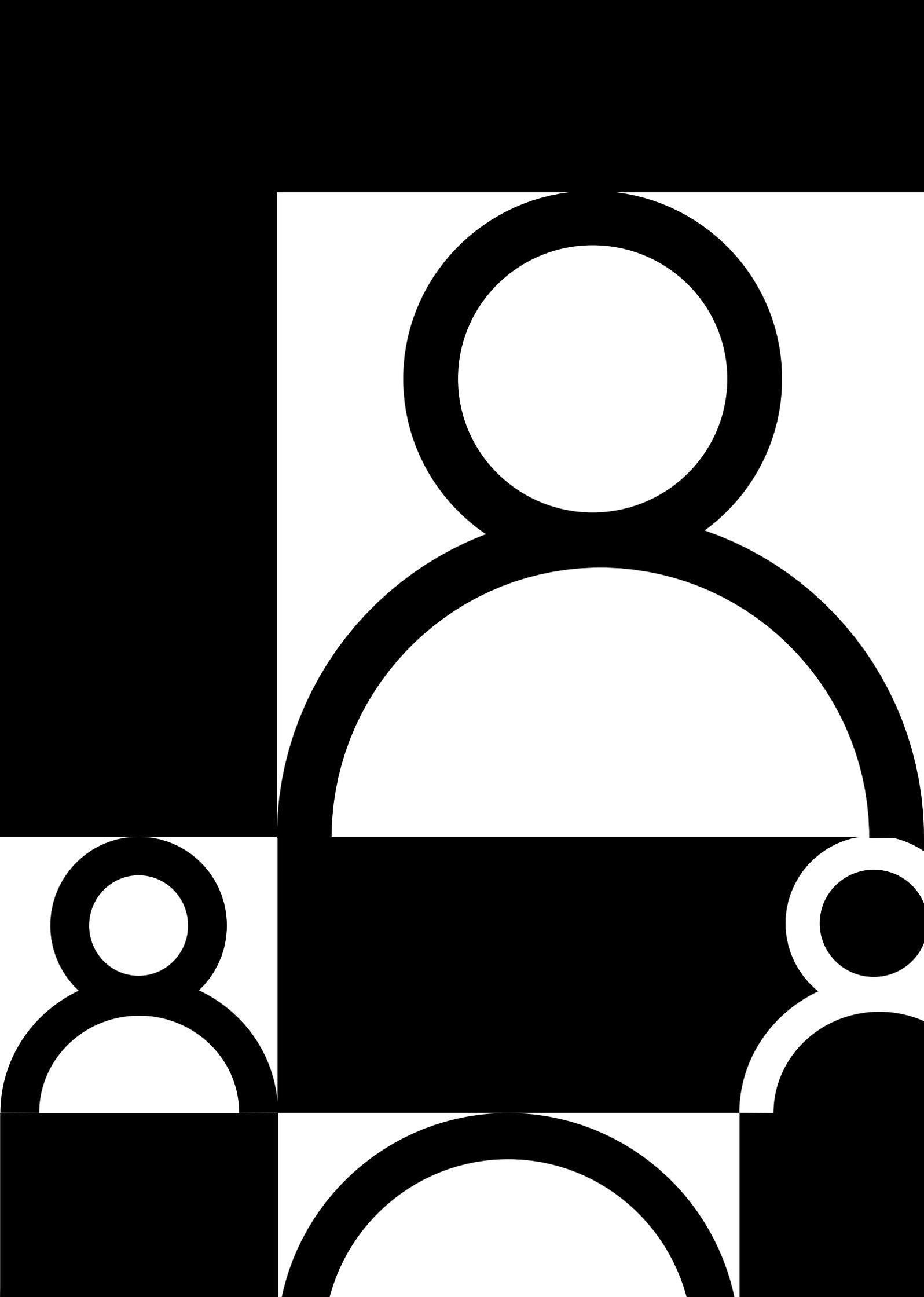
BALANÇO



3.2

**DESEMPENHO
SOCIAL**







CRESCER COM AS PESSOAS

A OLI procura ser um local de trabalho onde as pessoas se inspirem para ser e fazer melhor todos os dias. A empresa investe na criação de ambientes que estimulem a proatividade e a melhoria contínua, promovam a cooperação e premeiem o empenho e o talento.

A 31 de dezembro de 2018, o universo OLI integrava 401 colaboradores, mais 3% em relação ao ano anterior, sendo que o número de colaboradores do sexo feminino (212) continuava a ser superior ao número de colaboradores masculinos (189).



A OLI compromete-se a garantir a promoção de uma cultura de diversidade e inclusão, baseada no respeito pelo ser humano e na igualdade de oportunidades em todas as atividades que realiza, como também em toda a sua cadeia de valor.

**A EMPRESA INVESTE NA CRIAÇÃO DE
AMBIENTES QUE ESTIMULEM A PROATIVIDADE E A
MELHORIA CONTÍNUA, PROMOVAM A COOPERAÇÃO
E PREMEIEM O EMPENHO E O TALENTO.**



DESENVOLVER AS NOSSAS PESSOAS

O sucesso e a sustentabilidade da OLI dependem das suas pessoas, do seu conhecimento, das suas competências e da sua performance, por isso a empresa promove uma cultura que estimula o desenvolvimento pessoal e profissional, recompensa o mérito e cria um ambiente de bem-estar e produtividade.

Neste sentido, em 2018, a empresa deu continuidade aos programas de formação com vista à capacitação profissional em áreas técnicas e transversais, com o objetivo de aumentar a eficiência organizacional e, conseqüentemente, a competitividade à escala global.

Em 2018, o investimento em desenvolvimento e valorização contínua do capital humano saldou-se em 14 866 horas de formação.

Áreas como “Organização Empresarial”, “Metalurgia e Metalomecânica” e “Segurança e Higiene no Trabalho” lideraram este investimento.

**ÁREAS COMO “ORGANIZAÇÃO EMPRESARIAL”,
“METALURGIA E METALOMECÂNICA” E
“SEGURANÇA E HIGIENE NO TRABALHO”
LIDERARAM ESTE INVESTIMENTO.**

12.637

**HORAS EM
ORGANIZAÇÃO/EMPRESA**

1.272

**HORAS EM METALURGIA E
METALOMECÂNICA**

836

**HORAS EM HIGIENE E
SEGURANÇA NO TRABALHO**

ENVOLVER PARA EVOLUIR

A OLI procura criar relações de proximidade e de confiança com os seus públicos, desde os colaboradores à comunidade de Aveiro, onde a empresa está integrada, criando momentos e experiências que reforçam esses laços emocionais. Ao longo de 2018, a empresa organizou um conjunto de atividades que são já uma tradição.

DIA MUNDIAL DO RISO

E porque o riso é essencial para a saúde física e mental, o relacionamento interpessoal e a criatividade, a OLI surpreendeu, os colaboradores no Dia Mundial do Riso (18 de janeiro), com uma iniciativa, em parceria com a Associação Mais Feliz, cujo protagonista foi Fernando Batista, Professor de Riso e Terapeuta. Ao longo do dia, os colaboradores participaram em sessões de Risoterapia, com vários exercícios lúdicos. O riso foi uma constante, ajudando a relaxar e a obter o equilíbrio emocional, essencial para gerir os desafios constantes e crescentes de uma empresa que compete à escala global.





ALMOÇO DE ANIVERSÁRIO

A OLI celebrou os 64 anos de história num almoço que reuniu 380 colaboradores, na nova fábrica OLI Moldes. As viagens por Portugal, os maiores sucessos musicais nacionais, interpretados por todos os convidados, e a atuação dos "Tenente Resende" foram os momentos altos da festa.



DIA DA MULHER

No Dia Internacional da Mulher (8 de março), a OLI surpreendeu as colaboradoras com a presença de um caricaturista que, ao longo da jornada de trabalho, visitou os vários postos de trabalho e caricaturou cada colaboradora.



REGATA OLI

Nos últimos três anos, a OLI tem celebrado o Dia Mundial da Água com a realização da Regata OLI ao largo do Cais da Fonte Nova, em Aveiro, que desafia a construção de embarcações inovadoras e criativas que incorporem materiais da marca.

Mais de 80 “velejadotes” e 24 equipas aplicaram a criatividade e o humor, transformando a iniciativa num momento de diversão. O primeiro classificado do “Prémio Criatividade e Originalidade” foi para a equipa “Hot Waters” que ganhou uma viagem a Veneza.



CAMPEONATO DE VELA

A 4ª edição do Campeonato de Vela para os colaboradores da OLI aconteceu na Ria de Aveiro, junto às zonas de São Jacinto e Costa Nova, repetindo o objetivo de desenvolver o trabalho de equipa, a comunicação e o espírito de entreatajuda.



A FESTA MAIS ESPERADA DO ANO

O Convívio OLI é sempre a festa mais esperada do ano. Na edição de 2018, as surpresas foram muitas: magia, as pinturas faciais e arte marciais. Em destaque esteve o “Solve & Scape”, um jogo de enigmas que, após resolução, permitia abrir o tampo de um sanitário e fazer a descarga da água do autoclismo, desafiando a competitividade e a diversão entre equipas. A visita à fábrica, o concurso de pesca e o sorteio de 40 prémios marcaram ainda este dia.



MASTERCHEF OLI

Aproveitando a data de São Martinho, a OLI desafiou os colaboradores para a elaboração de propostas gastronómicas utilizando a abóbora ou a castanha. Rogério Antunes, Natália Fernandes e Florbela Cruz foram os vencedores do Master Chef OLI.



NATAL COM MUITA EMOÇÃO

A celebração da época natalícia iniciou-se com a inauguração da Árvore de Natal no jardim das Oliveiras, recriando um bosque encantado que oferecia um delicioso chocolate quente. E como o Natal é sempre das crianças, realizou-se mais uma festa para elas, com música para bebés, um espetáculo de magia e um Pai Natal com muitos presentes. Como é tradição, os colaboradores receberam um cabaz.



SEGURANÇA E SAÚDE NO TRABALHO

A Segurança e Saúde no Trabalho (SST) são prioridades da OLI na relação com os seus colaboradores, pelo que a empresa promove um conjunto de iniciativas e ações com o objetivo de promover um ambiente de trabalho seguro e saudável.

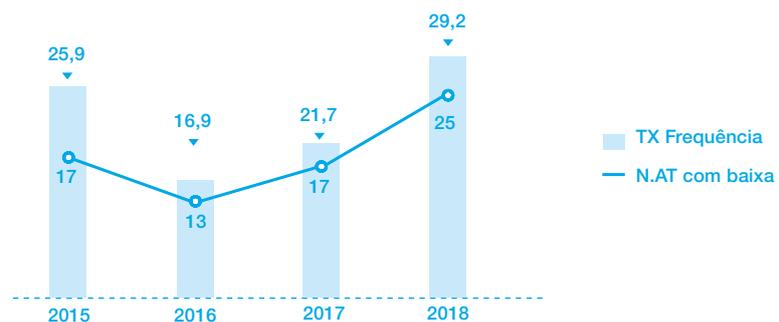
Destaque para ações de sensibilização e consciencialização, incentivando o autocuidado para a prevenção dos acidentes e doenças profissionais e identificando a melhoria contínua dos processos e das condições de trabalho.

No âmbito do desempenho de SST, a OLI iniciou em 2011 a monitorização do Índice de Segurança Único (ISU), que contempla a taxa de frequência, a gravidade e os custos dos acidentes de trabalho. Em 2018, este indicador foi de 288, aumentando 84% em relação a 2017, não cumprindo o objetivo fixado de diminuição em 20%.

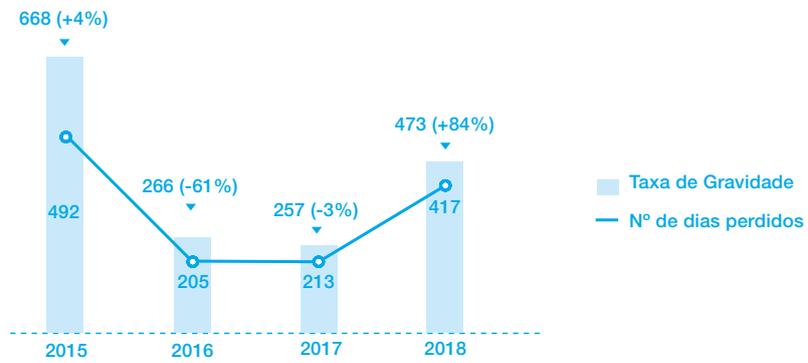


EVOLUÇÃO DO ISU E RESPETIVO OBJETIVO ANUAL

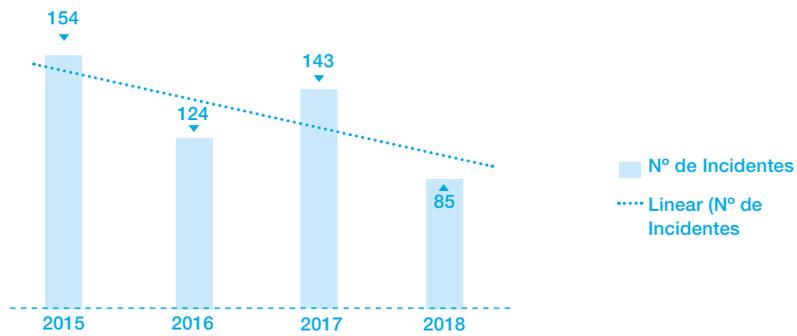
Em 2018, no domínio da sinistralidade, foram registados três acidentes de trabalho com origem em esforços excessivos - o mesmo número registado no ano anterior. A taxa de frequência situou-se nos 29,2 (+34%) e foram assinalados 25 acidentes com baixa. A taxa de gravidade representou 473 dias perdidos, não atingindo o objetivo proposto de diminuição em 20%.



TAXA DE FREQUÊNCIA E RESPETIVO NÚMERO DE ACIDENTES DE TRABALHO COM BAIXA



TAXA DE GRAVIDADE E RESPECTIVO NÚMERO DE DIAS PERDIDOS



NÚMERO DE INCIDENTES



CUSTOS ASSOCIADOS AOS ACIDENTES DE TRABALHO

| CAUSA | 2018 (%) |
|--------------------|----------|
| Organização | 32 |
| Falha humana | 27 |
| Falha técnica | 17 |
| Espaço de Trabalho | 15 |
| Falha Indefinida | 7 |
| Posto de trabalho | 2 |

PRINCIPAIS CAUSAS DE ACIDENTES DE TRABALHO

Em 2018, cerca de 29% dos acidentes de trabalho ocorreram na Logística Externa, seguindo-se as máquinas automáticas com 15%, estando as suas causas associadas à organização (32%) e à falha humana (27%). Do total dos acidentes, 20% tiveram origem em choques contra objetos imóveis e 17% deveram-se a entalamentos por/ou entre objetos.

Em relação à natureza da lesão, as concussões e lesões internas (46%), as contusões e feridas (15%) e as feridas abertas (15%). As partes do corpo mais afetadas foram os dedos e mãos (24%) e ombros, braços e cotovelos (15%).

Com o aumento dos índices de sinistralidade, a OLI agiu rapidamente, avançando na identificação das causas das várias ocorrências, definindo planos de ação e emitindo também alertas de acidente, partilhando as lições aprendidas.

ALERTA SSGI

Acidentes de Trabalho

| | AT Nº 2018/3 | AT Nº 2018/4 | AT Nº 2018/5 | AT Nº 2018/6 |
|---|---|--|---|---|
| ACUMULADO 2018 | DMO - TWINS | DMO - TWINS | DMO - AUT. INT | DRH |
|  | Indefinido | Choques contra objetos imóveis | Choques contra objetos imóveis Sem dias perdidos | Entalamento por/ou entre objetos Sem dias perdidos |
| 4 3 | 7 dias perdidos | 8 dias perdidos | | |
| Acidentes com baixa |  |  |  |  |
| 5 | FEVEREIRO | | | |
| Acidentes sem baixa | Total 4 Acidentes | | | |
| 2 |  | | | |
| Dias perdidos |  | | | |
| 97* | | | | |

AVALIAÇÕES DE RISCO

Consciente dos riscos aos quais a sua atividade industrial está exposta, a OLI definiu, em 2012, uma política de gestão de riscos, com o objetivo de acompanhar, medir e gerir os riscos identificados, tendo sido definidas e implementadas medidas de controlo ao longo de 2018.

A metodologia de avaliação de riscos continua a ser aplicada a todas as atividades e serviços executados dentro do complexo industrial da OLI.



Em 2018, a OLI prosseguiu a identificação de perigos e avaliação de riscos em todos os setores, assim como aos trabalhos realizados internamente por prestadores de serviços. A maior percentagem de riscos da empresa continua a apresentar um grau de perigosidade “baixo”.

De sublinhar que todas as situações se encontram registadas na matriz IPAR, sendo que, em 2018, todas as matrizes IPAR’s foram renovadas e reavaliadas de acordo com a escala descrita em procedimento próprio.

PROMOÇÃO DA SAÚDE

Através de programas de vigilância da saúde, a OLI garante o compromisso assumido na prevenção de doenças profissionais.

A ginástica laboral com fisioterapeutas que orientam os exercícios, a realização de atos médicos, os rastreios, a implementação de campanhas de carácter preventivo e as dicas de saúde são algumas das ações que procuram promover a saúde de todos.

Ainda no âmbito das atividades da medicina do trabalho, em 2018, foram realizados 35 testes de despiete de alcoolémia e drogas.





826

ATOS MÉDICOS

+7%

RELATIVAMENTE AO ANO ANTERIOR

OLI



97

EXAMES DE
ADMISSÃO

271

EXAMES
PERIÓDICOS

214

EXAMES
OCASIONAIS

TT



198

EXAMES DE
ADMISSÃO

4

EXAMES
PERIÓDICOS

42

EXAMES
OCASIONAIS

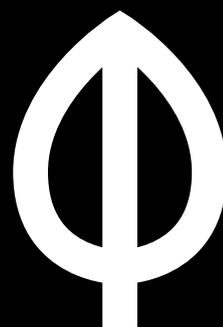
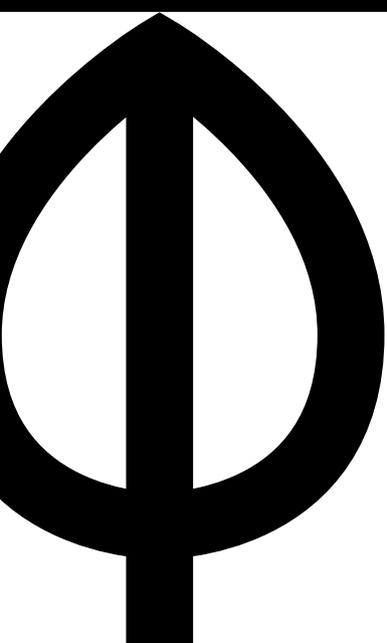
ATIVIDADES RELEVANTES DESENVOLVIDAS

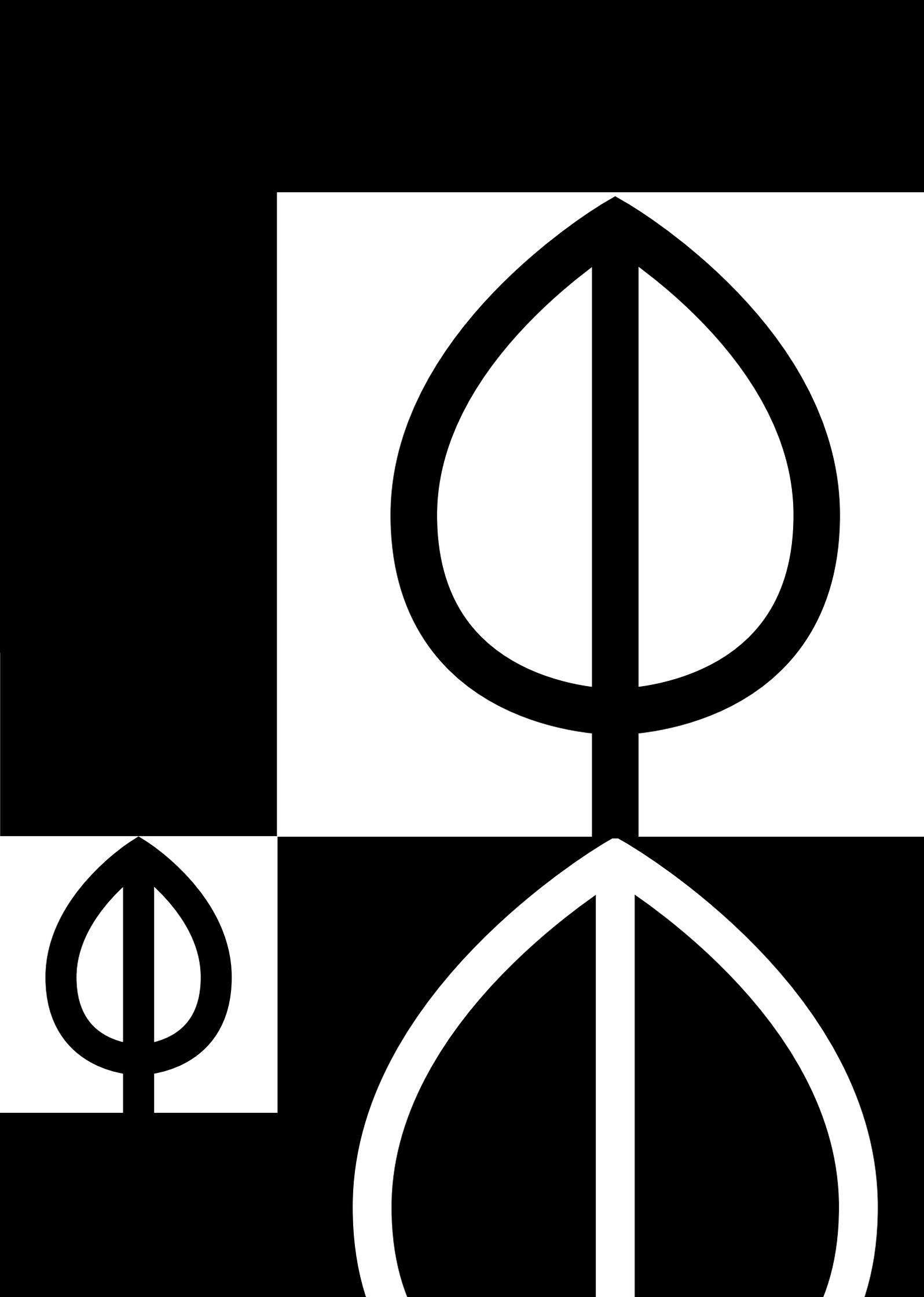
- RELATÓRIO DA AVALIAÇÃO DOS RISCOS PSICOSSOCIAIS DA ÁREA INDUSTRIAL EVIDENCIA A NÃO EXISTÊNCIA DE RISCOS.
- CONTINUAÇÃO DO PROJETO DE COMPORTAMENTOS SEGUROS:
 - FORMAÇÃO;
 - NOVO VÍDEO DE SENSIBILIZAÇÃO PARA AS REGRAS DE SEGURANÇA, EM QUE OS FILHOS DOS COLABORADORES SÃO OS PROTAGONISTAS;
 - MELHORIA DA SINALÉTICA;
 - CAMINHADAS DE SEGURANÇA.
- TRANSIÇÃO DAS NORMAS ISO 9001 E ISO 14001 PARA A VERSÃO DE 2015.



3.3

**DESEMPENHO
AMBIENTAL**







PRESERVAR PELO AMBIENTE

O ambiente é um dos temas mais relevantes para a sociedade e para a empresa. Reconhecendo o impacto profundo das alterações climáticas para as pessoas e para os negócios, a OLI investe permanentemente em conhecimento e tecnologia, recursos humanos e processos, no desenvolvimento de soluções eficientes e na promoção de novos comportamentos são as metas do compromisso empresarial da OLI.

A OLI encara a sustentabilidade e as boas práticas ecológicas como uma estratégia de gestão, promovendo o desenvolvimento de uma cultura interna de defesa da sustentabilidade, com a implementação de ações de eficiência hídrica e energética. A certificação da organização de acordo com a ISO 14001 em setembro de 2013, bem como pelo referencial OHSAS 18001, comprovam esse compromisso.

Este pacto de respeito pelo ambiente está corporizado num guia de boas práticas, que reúne um leque de recomendações aplicadas ao quotidiano, com sugestões simples de poupança de água e de energia, e de práticas e medidas de prevenção da poluição, fomentando comportamentos e atitudes de cidadania ambiental.

- CUMPRIR A LEGISLAÇÃO E AS NORMAS AMBIENTAIS APLICÁVEIS.
- DESENVOLVER E IMPLEMENTAR NOVAS TECNOLOGIAS QUE MELHOREM O DESEMPENHO AMBIENTAL.
- IDENTIFICAR OS POSSÍVEIS IMPACTES AMBIENTAIS DOS PROCESSOS E PROCURAR A REDUÇÃO CONTÍNUA DOS IMPACTES NEGATIVOS.
- OTIMIZAR O USO DE MATÉRIAS-PRIMAS E DE ENERGIA, CONTRIBUINDO PARA A CONSERVAÇÃO DOS RECURSOS NATURAIS.
- REDUZIR, REUTILIZAR E PROMOVER A RECICLAGEM DOS RESÍDUOS GERADOS.
- SENSIBILIZAR OS COLABORADORES PARA A IMPORTÂNCIA DA SUSTENTABILIDADE NO AMBIENTE.

A OLI ENCARA A SUSTENTABILIDADE E AS BOAS PRÁTICAS ECOLÓGICAS COMO UMA ESTRATÉGIA DE GESTÃO.



GUIA DE BOAS PRÁTICAS AMBIENTAIS

As nossas dicas para que possa ter um dia mais verde

Sabia que pequenos gestos fazem a diferença?

A conservação da natureza e do ambiente dependem dos nossos comportamentos. Pequenos gestos no dia a dia, quando somados, refletem um efeito global importante, benéfico para o ambiente e para a qualidade de vida de todos os seres humanos.

A OLI, consciente das suas responsabilidades sociais e ambientais, reúne neste Guia de Boas Práticas um conjunto de recomendações aplicadas ao nosso dia a dia, desde simples medidas de poupança de água e energia, à utilização consciente dos recursos naturais disponíveis.

A maior parte destas medidas são também benéficas para o orçamento de cada colaborador e das suas famílias. Com este Guia pretende-se promover o sentido de responsabilidade, fomentando comportamentos e atitudes de cidadania ambiental.

Inspired by water...

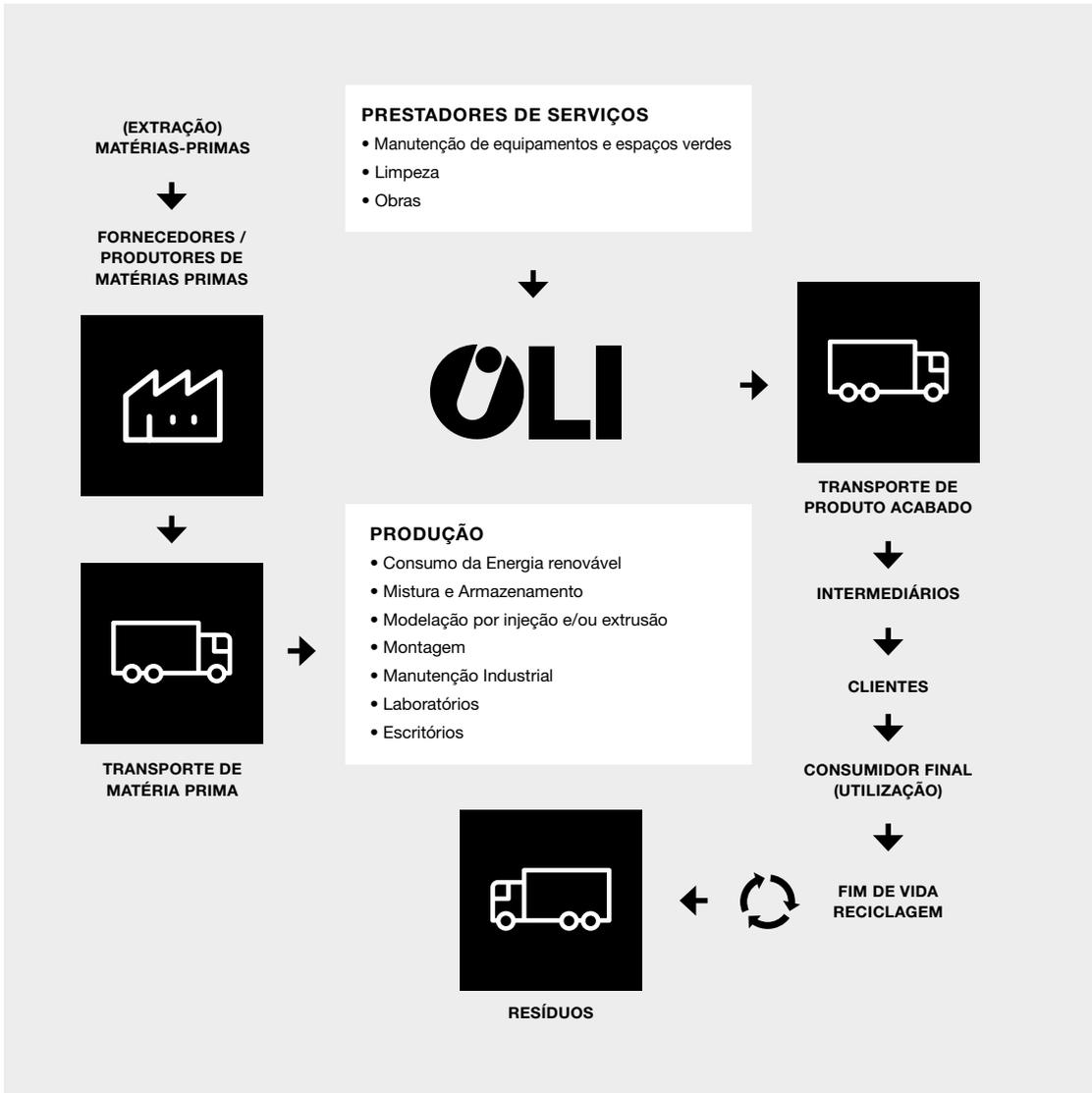
OLI 

IDENTIFICAÇÃO DOS ASPETOS AMBIENTAIS

Na OLI, os impactes ambientais são identificados e avaliados, segundo os seus efeitos nas atividades, produtos e serviços envolvidos no âmbito do Sistema de Gestão, pretendendo-se que qualquer colaborador o possa fazer.

A organização identificou 138 aspetos ambientais. Apenas quatro são significativos e estão relacionados com o consumo de matérias-primas e pigmentos, energia elétrica, combustível e emissões atmosféricas.





GESTÃO SUSTENTÁVEL DE RESÍDUOS

Com uma atuação assente em três pilares - reduzir, reutilizar e reciclar, a OLI adota uma gestão criteriosa dos resíduos e implementa medidas de prevenção da poluição, de redução de impactes ambientais negativos e de melhoria do desempenho ambiental.

O aumento do consumo, como consequência do desenvolvimento socioeconómico e da melhoria da qualidade de vida, tem originado não só uma maior utilização dos recursos naturais, como também a produção de elevadas quantidades de resíduos.

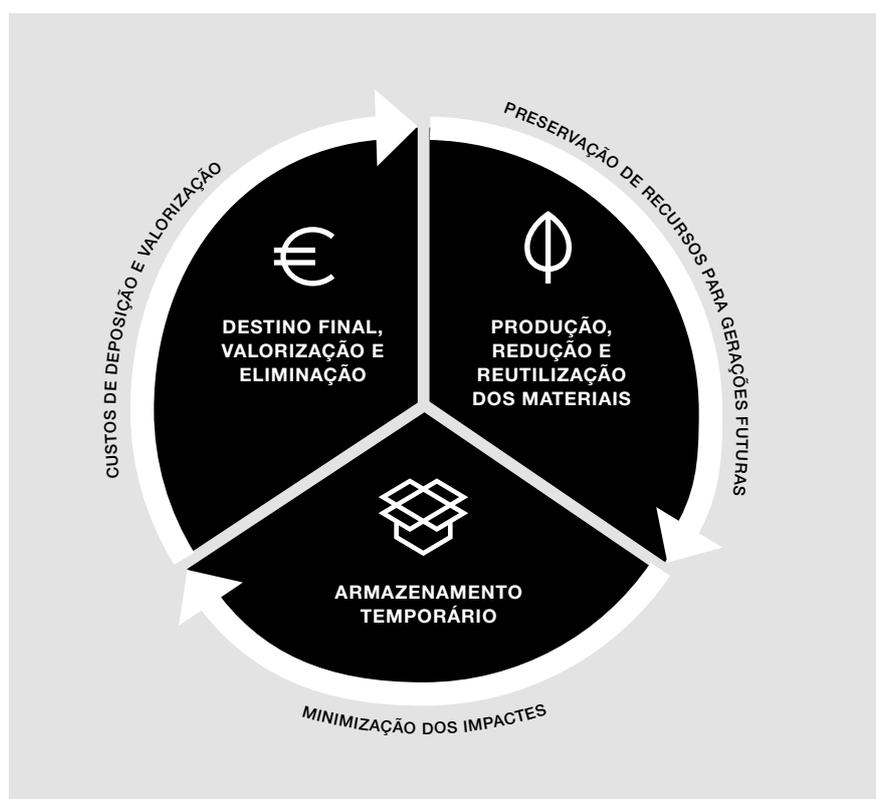
Na OLI, a política dos 3R's – Reduzir, Reutilizar e Reciclar - fomenta uma gestão adequada dos resíduos, ao nível da prevenção e valorização, na qual os colaboradores desempenham um papel decisivo na redução da sua produção, reutilização, valorização e na adequada eliminação.

ALGUMAS MEDIDAS IMPLEMENTADAS

- CRIAÇÃO DE ÁREAS ESPECÍFICAS PARA A GESTÃO DE RESÍDUOS.
- SEPARAÇÃO, ARMAZENAMENTO TEMPORÁRIO E ENVIO DE DIFERENTES TIPOS DE RESÍDUOS PARA OPERADORES LICENCIADOS.
- REUTILIZAÇÃO DE EMBALAGENS DE TRANSPORTE.
- FORMAÇÃO E SENSIBILIZAÇÃO DE COLABORADORES.



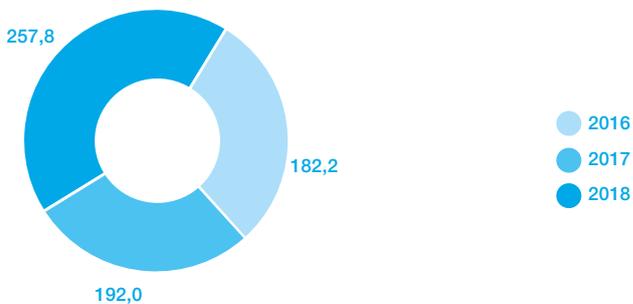
Ao longo do complexo industrial da OLI, podem ser encontrados espaços específicos de ecopontos personalizados e vários pontos de recolha de resíduos.



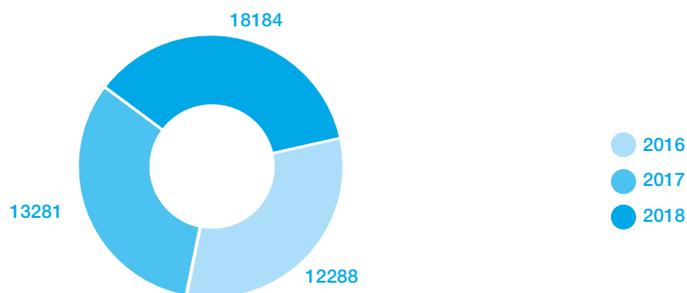
IMPORTÂNCIA DA PREVENÇÃO DA PRODUÇÃO DE RESÍDUOS E DA SUA CORRETA GESTÃO

| INDICADOR | 2016 | 2017 | 2018 |
|--|--------|--------|--------|
| Resíduos produzidos (t) | 182,2 | 192,0 | 257,8 |
| Resíduos produzidos comparativamente às MP cons. (t) | 0.0482 | 0.0393 | 0.0528 |
| Custos com o tratamento de resíduos (€) | 12 288 | 13 281 | 18 184 |
| Receitas com a valorização de resíduos (€) | 7 636 | 9 934 | 6 748 |
| Matérias primas consumidas | 3 779 | 4 885 | 4 881 |

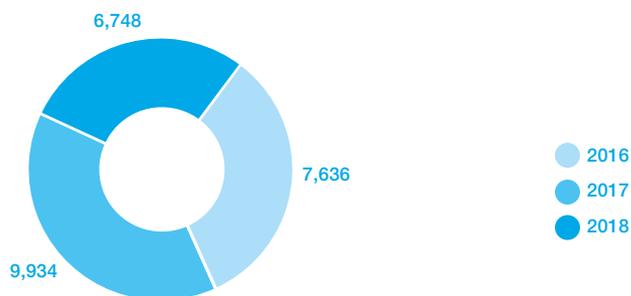
RESÍDUOS PRODUZIDOS



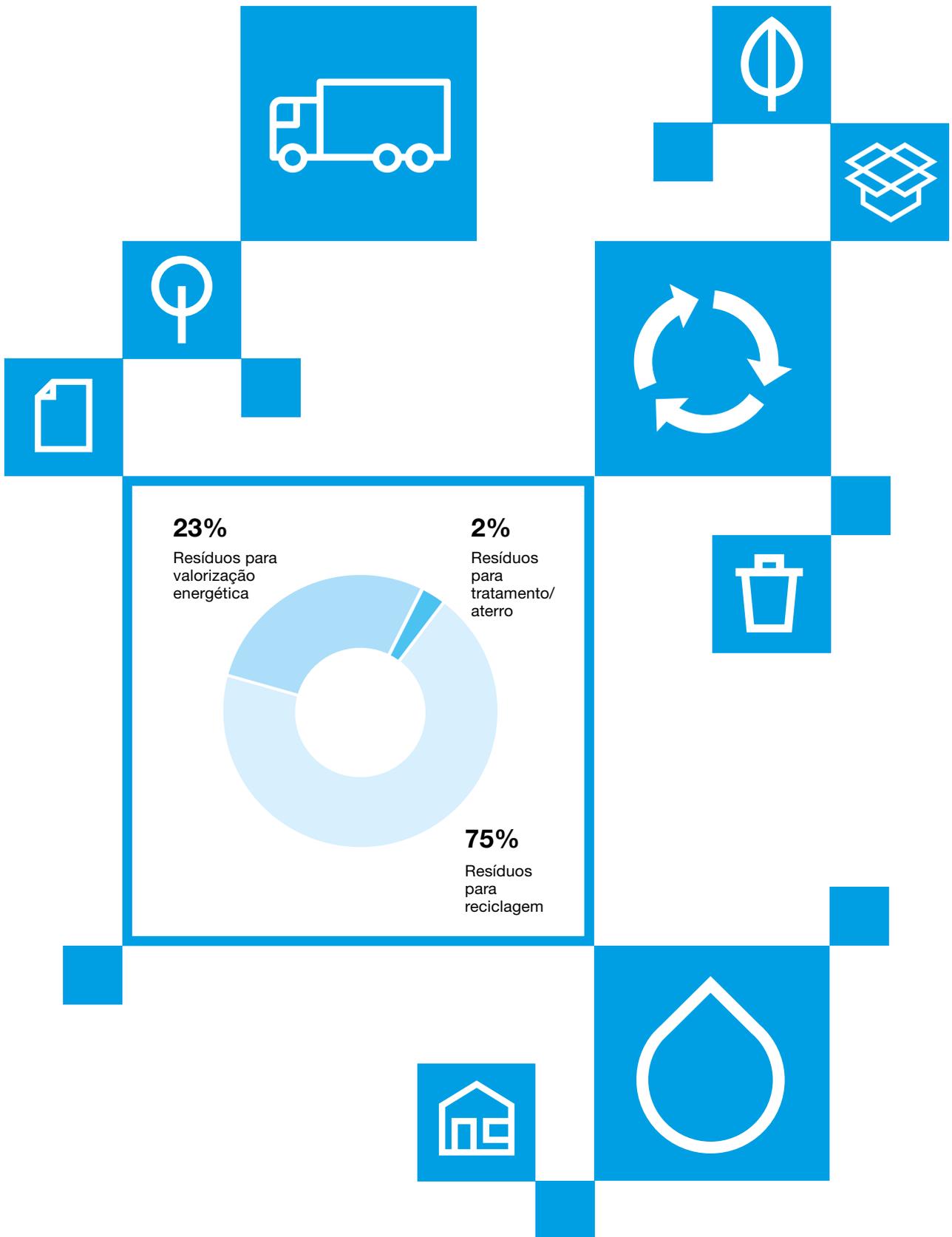
RESÍDUOS PRODUZIDOS (T)



CUSTOS COM O TRATAMENTO DE RESÍDUOS (€)



RECEITAS COM A VALORIZAÇÃO DE RESÍDUOS (€)

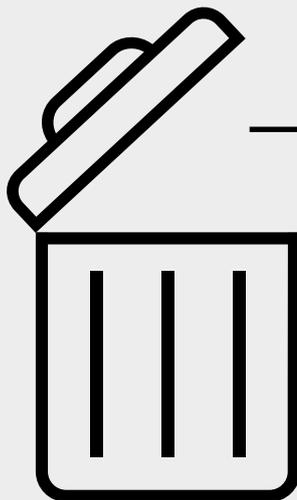


PLANO DE AÇÃO

- MONITORIZAR MENSALMENTE A QUANTIDADE TOTAL DE RESÍDUOS PRODUZIDOS.
- GARANTIR O DESTINO SEGURO E AMBIENTALMENTE CORRETO DOS RESÍDUOS PRODUZIDOS.
- REDUZIR, REUTILIZAR E PROMOVER A RECICLAGEM DOS RESÍDUOS GERADOS.
- CONTINUAR A MELHORAR O ACONDICIONAMENTO DOS RESÍDUOS GERADOS E A SUA SEPARAÇÃO CRITERIOSA.
- VALORIZAR INTERNAMENTE OS RESÍDUOS.

PLANO DE AÇÃO 2019

PROJETO DE MELHORIA



PARQUE PARA OS RESÍDUOS

Apoio do nosso operador de gestão de resíduos
RENASCIMENTO

1ª ETAPA

Construção do Parque de Resíduos

2ª ETAPA

Reorganização dos pontos de recolha dos resíduos na fábrica

3ª ETAPA

Alteração do processo de transporte dos resíduos para o parque

Início do projeto – Abril 2019

- Melhorar a separação de resíduos para uma maior valorização dos mesmos;
- Diminuir custos relacionados com a mistura de resíduos;
- Melhorar a percentagem dos resíduos reciclados, bem como o desempenho ambiental;
- Diminuição dos impactes ambientais.

GESTÃO SUSTENTÁVEL DA ÁGUA

A água é um recurso natural limitado. Menos de 1% do total de água do planeta está disponível para consumo humano. O compromisso permanente da OLI é a sua redução, seja através da inovação dos seus produtos, seja por via da sua atividade.

A empresa procede a uma monitorização rigorosa de implementação de medidas de combate ao desperdício de água, de utilização de equipamentos mais eficientes, de sensibilização dos colaboradores e de resolução de fugas acidentais.

Em 2018, o consumo total da água da rede diminuiu cerca de 30% comparativamente ao ano anterior. De forma gradual estão a ser instalados contadores em todos os locais de consumo, com o intuito de criar condições para o controlo e utilização consciente dos recursos naturais disponíveis

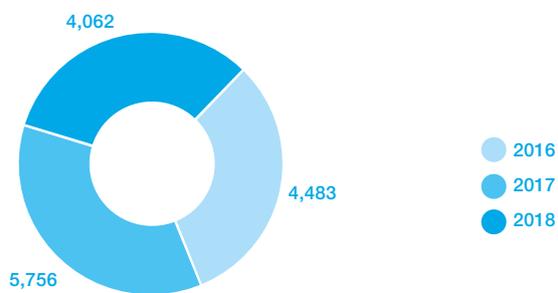
**A ÁGUA É UM RECURSO NATURAL LIMITADO.
MENOS DE 1% DO TOTAL DE ÁGUA DO PLANETA
ESTÁ DISPONÍVEL PARA CONSUMO HUMANO. O
COMPROMISSO PERMANENTE DA OLI É A SUA
REDUÇÃO, SEJA ATRAVÉS DA INOVAÇÃO DOS SEUS
PRODUTOS, SEJA POR VIA DA SUA ATIVIDADE.**

ALGUMAS MEDIDAS IMPLEMENTADAS

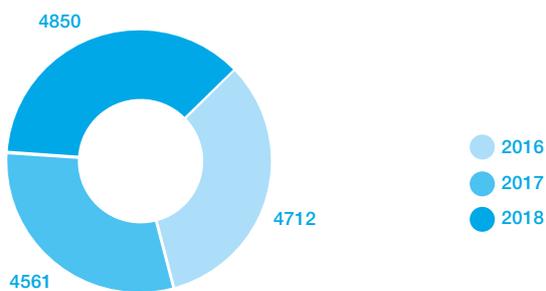
- INSTALAÇÃO DE EQUIPAMENTOS DE CONTROLO DE FLUXO EM QUASE TODAS AS TORNEIRAS E REDUTORES DE CAUDAL EM VÁRIOS PONTOS.
- INSTALAÇÃO DE SISTEMAS AUTOMÁTICOS DE REGA PARA OS ESPAÇOS VERDES.
- UTILIZAÇÃO DE ÁGUAS SUBTERRÂNEAS PARA REGA DOS ESPAÇOS VERDES.
- APLICAÇÃO DE CONTADORES NOS POÇOS E FURO QUE ABASTECEM A REGA DOS ESPAÇOS VERDES.
- FORMAÇÃO E SENSIBILIZAÇÃO DE COLABORADORES.

| INDICADOR | 2016 | 2017 | 2018 |
|---|--------|--------|--------|
| Consumo específico total bruto de água (m³) | 1.1863 | 1.1783 | 0.8322 |
| Consumo total de água da rede (m³) | 4 483 | 5 756 | 4 062 |
| Consumo total de água dos poços (m³) | 4712.9 | 4561,7 | 4850 |
| Consumo total de água do furo (m³) | 13 109 | 11 066 | 6 958 |

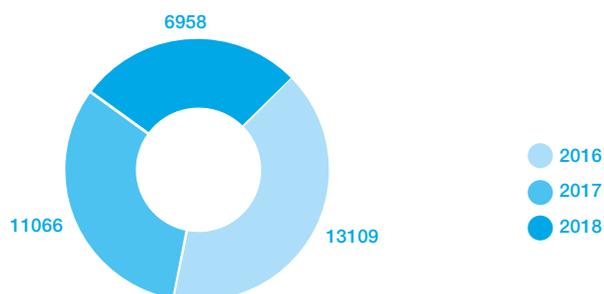
CONSUMO ESPECÍFICO TOTAL BRUTO DE ÁGUA



CONSUMO TOTAL DE ÁGUA DA REDE (M³)



CONSUMO TOTAL DE ÁGUA DOS POÇOS (M³)



CONSUMO TOTAL DE ÁGUA DO FURO (M³)

PLANO DE AÇÃO

- RECOLHER SEMANALMENTE OS CONSUMOS DA ÁGUA DOS CONTADORES PARA IDENTIFICAÇÃO DE ANOMALIAS OCASIONAIS.
- VERIFICAR E AFINAR ANUALMENTE TORNEIRAS, SIFÕES DE LAVATÓRIO E AUTOCLISMOS E SUBSTITUIR VEDANTES DE TORNEIRAS E AUTOCLISMOS, SE NECESSÁRIO – INCLUÍDO NO PLANO DE MANUTENÇÃO PREVENTIVA.
- DIVULGAR BOAS PRÁTICAS NO USO DE ÁGUA AOS COLABORADORES.
- INSTALAR EQUIPAMENTOS DE CONTROLO DE FLUXO NAS TORNEIRAS E REDUTORES DE CAUDAIS.
- FAZER A MANUTENÇÃO DO SISTEMA AUTOMÁTICO DE REGA DOS ESPAÇOS VERDES.
- UTILIZAR A ÁGUA SUBTERRÂNEA PARA A REGA DOS ESPAÇOS VERDES.
- SENSIBILIZAR OS NOVOS COLABORADORES, NO ÂMBITO DO PROGRAMA DE ADMISSÃO E INTEGRAÇÃO NA EMPRESA.



GESTÃO SUSTENTÁVEL DE COMBUSTÍVEIS

O aquecimento global e as mudanças climáticas são influenciados, em grande parte, pelos transportes, responsáveis por cerca de um terço das emissões totais de gases com efeito de estufa.

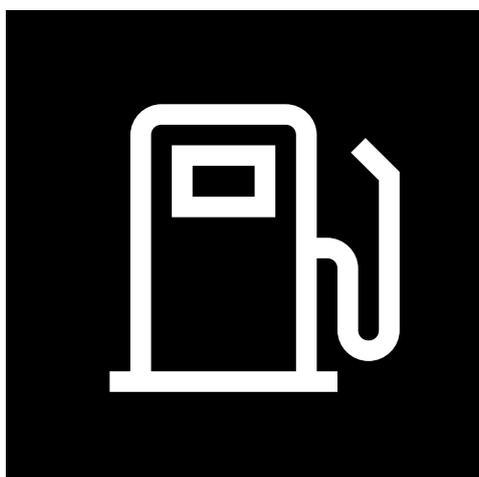
Neste sentido, a OLI sensibiliza os seus parceiros de transporte de mercadorias para o investimento em viaturas tecnologicamente eficientes e amigas do ambiente. Na sua frota automóvel, em 2018, a empresa registou uma diminuição total do consumo de combustível de 19% face ao ano anterior.

PLANO DE AÇÃO

- MENSALMENTE MONITORIZAR OS CONSUMOS DE COMBUSTÍVEL REFERENTES À FROTA DA OLI PARA IDENTIFICAÇÃO DE ANOMALIAS OCASIONAIS.
- GARANTIR A BOA MANUTENÇÃO DOS VEÍCULOS.

| INDICADOR | 2016 | 2017 | 2018 |
|-----------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Consumo total de combustível (l) | 61 915 | 63 460 | 61 293 |
| Nº. Viaturas | 33 | 36 | 36 |
| Total de Km percorridos | 1 447 683 | 1 448 256 | 1 721 919 |
| Consumo específico do gasóleo (l) | 0.043 | 0.044 | 0.036 |

EVOLUÇÃO DO CONSUMO TOTAL DE COMBUSTÍVEL



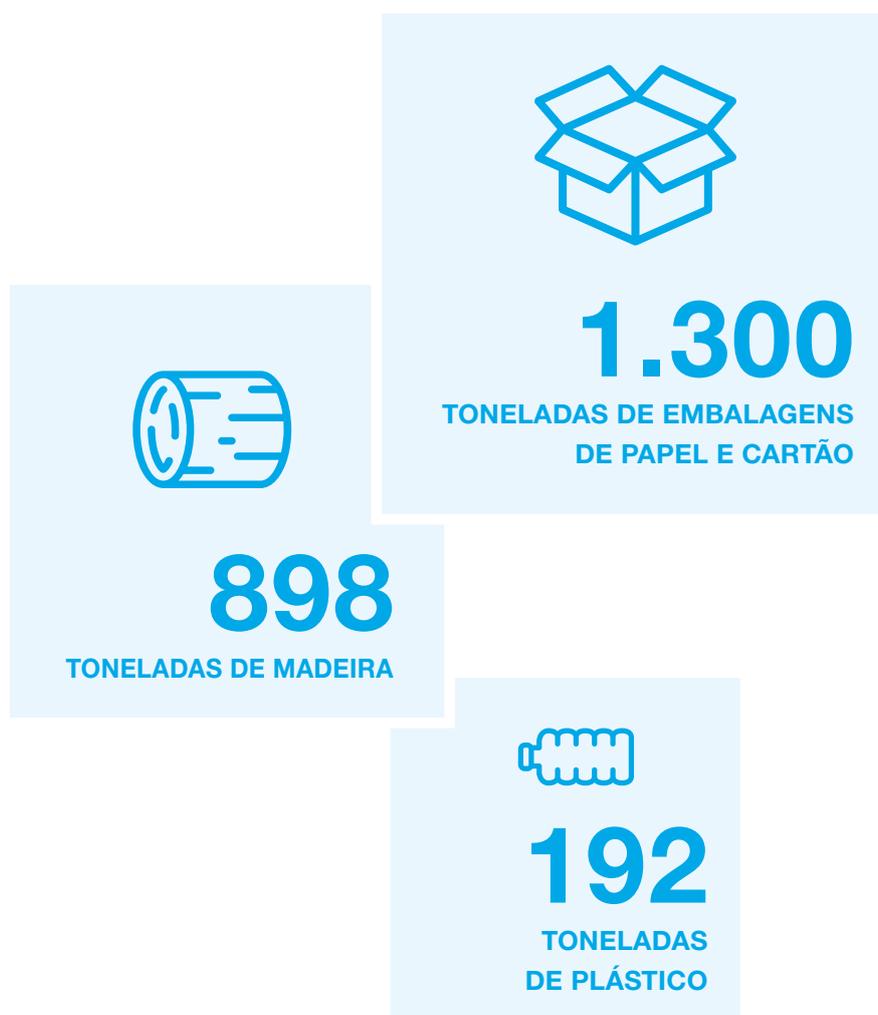
-19%
RELATIVAMENTE AO
ANO ANTERIOR

GESTÃO SUSTENTÁVEL DAS EMBALAGENS

A OLI é associada a uma Entidade Gestora de Resíduos de Embalagem, que assume a responsabilidade da gestão dos resíduos de embalagem dos seus produtos.

Em 2018, a OLI, adquiriu mais de 1300 toneladas de embalagens de papel e cartão, 192 toneladas de plástico e 898 toneladas de madeira.

Consciente da importância das embalagens dos produtos, a OLI colabora com os principais fornecedores no sentido de desenvolver embalagens otimizadas e sustentáveis, nomeadamente ao nível do peso, da reciclagem, da fácil eliminação e da reduzida utilização de recursos naturais.





A white wall-mounted toilet with a matching white tank. The tank has a small blue indicator light and a plus sign on the left side. The toilet is set against a wall with white fish-scale tiles.

A white vanity with a wooden cabinet. The vanity is topped with a white countertop and a white vessel sink. A silver faucet is mounted on the right side of the sink. A small potted plant is placed on the left side of the vanity. The vanity is set against a wall with white fish-scale tiles.

A large, round, black-framed mirror mounted on the wall above the vanity. The mirror reflects the room, including the toilet and the light fixture.

A decorative light fixture consisting of three white globe lights suspended from the ceiling by black wires. The lights are arranged in a vertical line.

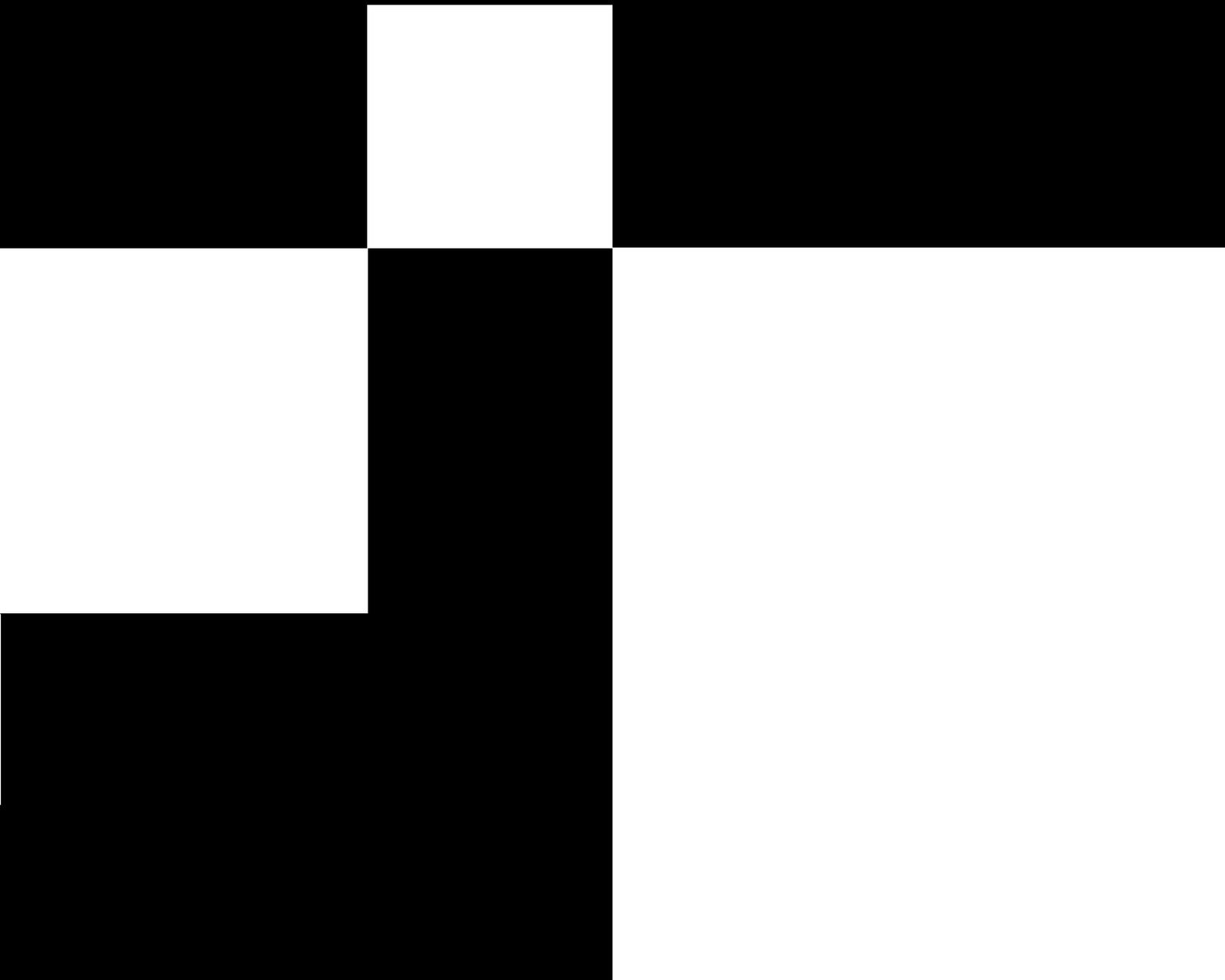
A wall with large, white, glossy rectangular tiles. The tiles are arranged in a grid pattern. The wall is located on the left side of the bathroom.

A wall with white fish-scale tiles. The tiles are arranged in a repeating pattern of overlapping scales. The wall is located on the right side of the bathroom.

A floor with large, white, glossy square tiles. The tiles are arranged in a grid pattern. The floor is located at the bottom of the bathroom.

044

04 ÍNDICE GRI





OLI
MADE IN EU

| Conteúdos-padrão gerais | Descrição | Página | Comentários |
|---|---|---------|--|
| Estratégia e Análise | | | |
| G4-1 | Mensagem da Gestão de Topo | 13 | |
| G4-2 | Riscos e oportunidades resultantes da tendência de sustentabilidade | 43 – 55 | |
| Perfil Organizacional | | | |
| G4-3 | Nome da organização | 17 | |
| G4-4 | Principais produtos e serviços | 44 | |
| G4-5 | Localização da sede da organização | 17 | |
| G4-6 | Países onde opera | 35 | |
| G4-7 | Tipo e natureza legal de propriedade | 31 | |
| G4-8 | Mercados representados | 35 | |
| G4-9 | Dimensão da organização | 17 | |
| G4-10 | Total de colaboradores por contrato de trabalho e género | 73 | |
| G4-11 | Percentagem de trabalhadores abrangidos por acordos de negociação coletiva | | |
| G4-12 | Cadeia de fornecimento | | |
| G4-13 | Principais mudanças durante o período de análise do relatório | | Não foram registadas mudanças significativas na organização no período de análise. |
| G4-14 | Gestão de Riscos | 53 | |
| G4-15 | Cartas, princípios ou outras iniciativas externas sobre questões económicas, ambientais e sociais que a empresa subscreva ou endosse | 36 – 37 | |
| G4-16 | Iniciativas e Associações externas | 36 – 37 | |
| Aspetos Materiais e Limites | | | |
| G4-17 | Âmbito do Relatório | 11 | |
| G4-18 | Processo para definição do conteúdo e limites do relatório | 11 | |
| G4-19 | Lista dos aspetos materiais identificados | 11 | |
| G4-20 | Identificação dos aspetos materiais no interior da organização e seus limites | 11 | |
| G4-21 | Identificação dos aspetos materiais no exterior da organização e seus limites | 11 | |
| G4-22 | Efeitos de quaisquer reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores e as razões para tais reformulações | | Não foram registadas reformulações. |
| G4-23 | Mudanças significativas em comparação com anos anteriores no que se refere ao âmbito e limites | | Não foram efetuadas mudanças significativas. |
| Envolvimento das partes interessadas | | | |
| G4-24 | Lista das partes interessadas da organização | 53 | |
| G4-25 | Base para identificação das principais partes interessadas | 53 | |
| G4-26 | Formas de consulta às partes interessadas | 53 | |
| G4-27 | Principais questões e preocupações apontadas pelas Partes Interessadas como resultado da consulta e como a organização responde a estas questões e preocupações | 53 | |
| Perfil do Relatório | | | |
| G4-28 | Período coberto pelo relatório | 11 | |
| G4-29 | Data do relatório anterior mais recente | 11 | Esta é a quarta edição do Relatório de Sustentabilidade |
| G4-30 | Ciclo de emissão de relatórios | 11 | |
| G4-31 | Dados para contactos em caso de perguntas relativas ao relatório ou seu conteúdo | 118 | |
| G4-32 | Nível de aplicação, índice de conteúdo da GRI, referência ao relatório de verificação externa | 11 | |
| G4-33 | Política e procedimento relativamente à verificação externa do relatório | | Não se procedeu a verificação externa. |

| Conteúdos-padrão gerais | Descrição | Página | Comentários |
|---|--|--------------------------|-------------|
| Governança | | | |
| G4-34 | Governança | 41 | |
| G4-37 | Partes interessadas | 52 – 53 | |
| Ética e Integridade | | | |
| G4-56 | Missão, Valores e Princípios da Empresa | 28 – 29 | |
| Formas de Gestão | | | |
| G4-DMA | Produção Inovação Eixos Estratégicos | 26 43 – 47 50 – 51 | |
| CATEGORIA ECONÓMICA | | | |
| Desempenho Económico | | | |
| G4-EC1 | Indicadores Económico-Financeiros | 56 – 69 | |
| G4-EC4 | Indicadores Económico-Financeiros | 56 – 69 | |
| CATEGORIA AMBIENTAL | | | |
| Materiais | | | |
| G4-EN1 | Processo de fabrico Avaliação do desempenho | 108 | |
| G4-EN2 | Avaliação do desempenho | 108 | |
| Energia | | | |
| G4-EN3 | Avaliação do desempenho | | |
| Água | | | |
| G4-EN8 | Avaliação do desempenho | 104 – 105 | |
| Biodiversidade | | | |
| G4-EN11 | Não aplicável | | |
| Emissões | | | |
| G4-EN15 | Avaliação do desempenho | | |
| G4-EN16 | | | |
| Efluentes e Resíduos | | | |
| G4-EN23 | Avaliação do desempenho | 99 – 102 | |
| Produtos e Serviços | | | |
| G4-EN27 | Não aplicável | | |
| Conformidade | | | |
| G4-EN29 | Não aplicável | | |
| Transportes | | | |
| G4-EN30 | Avaliação do desempenho | | |
| Geral | | | |
| G4-EN31 | Não aplicável | | |
| Avaliação Ambiental de Fornecedores | | | |
| G4-EN32 | Não aplicável | | |
| Mecanismos de queixas e reclamações relacionadas a Impactes Ambientais | | | |
| G4-EN34 | Não aplicável | | |
| CATEGORIA SOCIAL | | | |
| Práticas Laborais e Trabalho decente | | 73 | |
| Emprego | | | |
| G4-LA1 | Número total de colaboradores por género e idade | | |
| Relações Laborais | | | |
| G4-LA4 | Não aplicável | | |

| Conteúdos-padrão gerais | Descrição | Página | Comentários |
|--|------------------------------------|---------|-------------|
| Segurança e Saúde no Trabalho | | | |
| G4-LA6 | Segurança e Saúde no Trabalho | 91 – 99 | |
| Formação e Educação | | | |
| G4-LA9 | Número de horas de formação | 81 – 82 | |
| Diversidade e Igualdade de Oportunidades | | | |
| G4-LA12 | Importância das pessoas para a OLI | 81 – 90 | |
| Igualdade de remuneração entre géneros | | | |
| G4-LA13 | Não aplicável | | |
| Avaliação de fornecedores quanto a práticas laborais | | | |
| G4-LA14 | Não aplicável | | |
| Mecanismos de reclamações e queixas quanto a práticas laborais | | | |
| G4-LA16 | Não aplicável | | |
| Direitos Humanos | | | |
| | Não aplicável | | |
| Sociedade | | | |
| | Não aplicável | | |
| Responsabilidade pelo produto | | | |
| G4-PR5 | Responsabilidade pelo produto | | |







FICHA TÉCNICA

COORDENAÇÃO

Departamento de Comunicação e Imagem

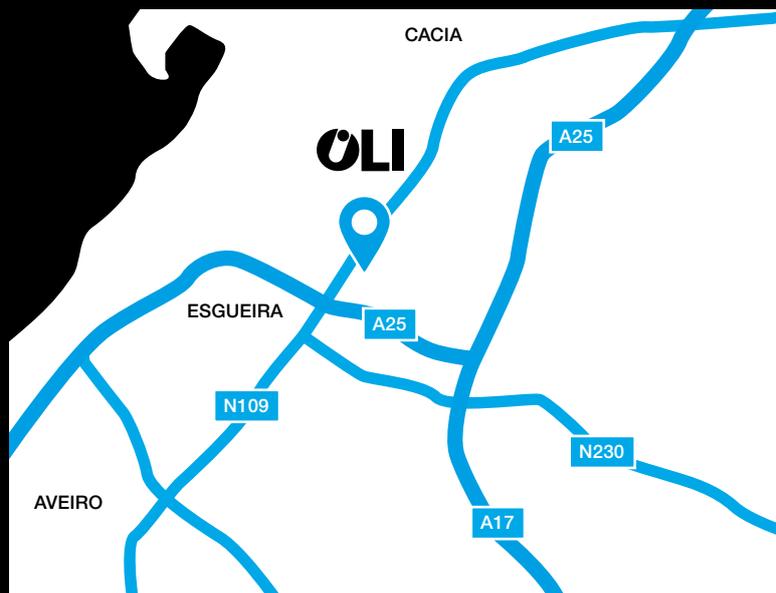
REDAÇÃO, EDIÇÃO E DESIGN DE COMUNICAÇÃO

AD communication

PARA QUALQUER ESCLARECIMENTO, CONTACTE SFF:

Departamento de Comunicação e Imagem

communication@oli-world.com



SEDE

Travessa de Milão, Esgueira

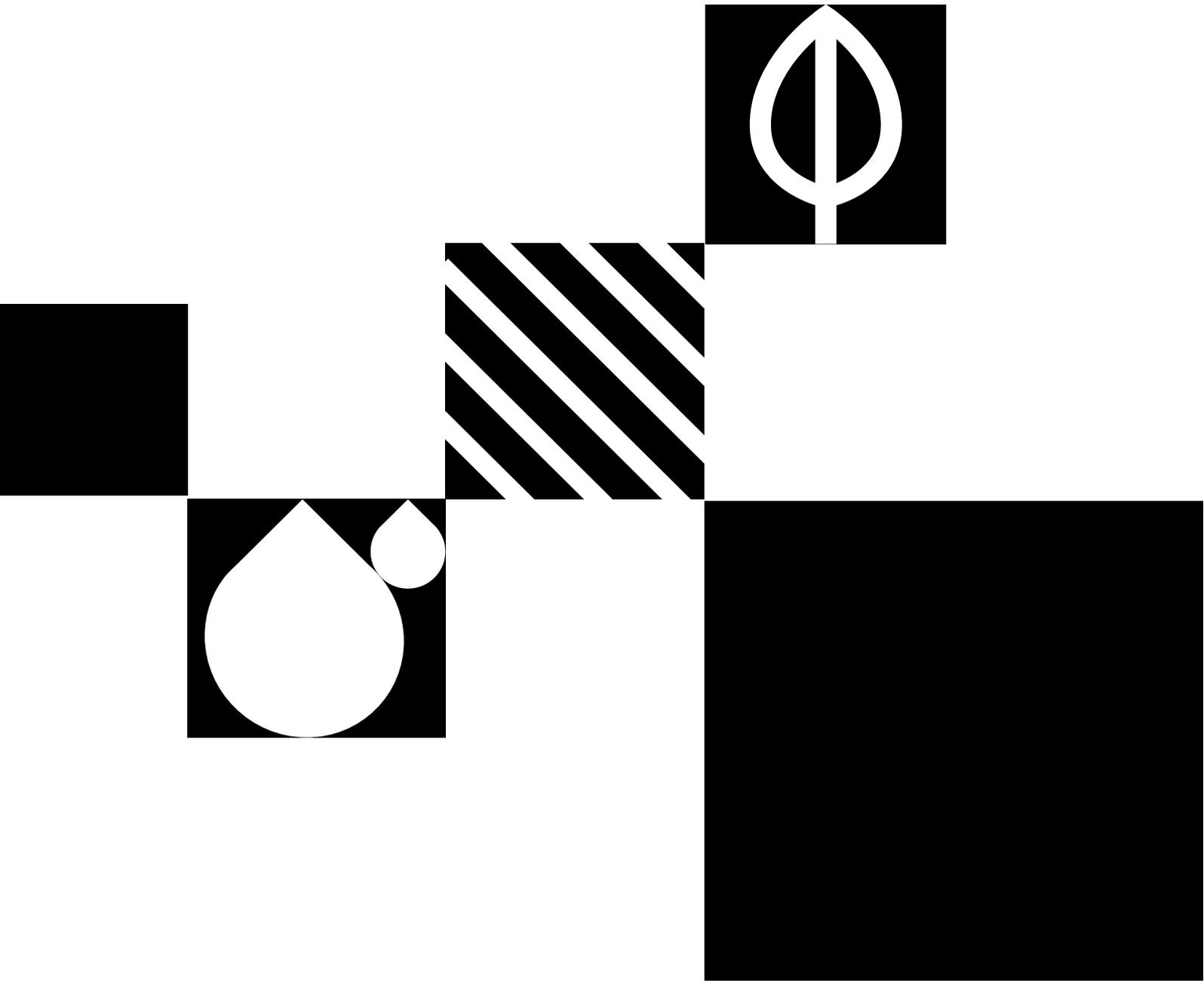
3800-314 Aveiro

Portugal

+ 351 234 300 200

geral@oli-world.com

www.oli-world.com



www.oli-world.com