

2016



[RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE]

Conteúdo

0_ Sobre este relatório.....	2
1_ Mensagem do Diretor Geral.....	4
2_ Destaques 2016:.....	6
3_ Sobre a Inforlandia	7
_3.1 - O perfil corporativo, escala e caracterização geral	7
_3.2 - O modelo de negócio e o ecossistema Inforlandia	13
<3.2.1> Marcas, produtos e serviços	13
<3.2.2> Clientes e Mercados	17
<3.2.3> Capital Humano	22
<3.2.4> Fornecedores e Parceiros	23
<3.2.5> Sociedade	26
_3.3 - Os nossos compromissos e modelo de governo	28
4_ Os assuntos materiais na sustentabilidade corporativa da Inforlandia em 2016.....	33
_4.1 - A Inforlandia e as suas Partes Interessadas	33
_4.2 - O apuramento dos assuntos materiais	36
_4.3 – Tópicos materiais 2016: Abordagens de gestão e Indicadores de desempenho	38
<4.3.1> Desempenho económico-financeiro e Estratégia de crescimento	38
<4.3.2> Comunicação e Gestão de Informação com clientes, fornecedores e parceiros... 43	
<4.3.3> I&D e Inovação	47
<4.3.4> Responsabilidade ambiental	49
5_ Índice de conteúdos conforme <i>GRI Standards</i>	57

0_ Sobre este relatório

[GRI Standards disclosures: 102-46, 102-50, 102-52, 102-54]

Com o presente relatório – **Relatório de Sustentabilidade Inforlandia 2016** – a Inforlandia pretende informar as suas Partes Interessadas (*stakeholders*) e a sociedade em geral sobre as suas atividades e estratégia relacionada com o seu desempenho à luz do conceito de Desenvolvimento Sustentável.

Propõem-se um olhar sobre a empresa e as suas atividades centrais, bem como, sobre os impactos associados que se revestem de maior materialidade e as respetivas abordagens de gestão e ações tomadas.

Entendido enquanto ferramenta de comunicação sobre a atividade corporativa da Inforlandia e o seu comprometimento para com o conceito de Desenvolvimento Sustentável, este relatório vem complementar recursos da empresa já existentes, designadamente o seu **Manual da Qualidade e Ambiente** (associado ao *Sistema de Gestão Integrado de Qualidade e Ambiente*), onde já se demonstra o empenho da Inforlandia em desenvolver e melhorar continuamente um sistema de gestão integrado de Qualidade e Ambiente, envolvendo toda a empresa e os seus *stakeholders* relevantes.

O **Relatório de Sustentabilidade Inforlandia 2016** foi elaborado de acordo com os princípios, requisitos e orientações da *Global Reporting Initiative* (GRI), conforme a versão mais recente da sua ‘estrutura de reporte’ – *GRI Standards*.

Publicados em Outubro de 2016, os *GRI Standards* vêm substituir a versão anterior – *GRI G4* (válida até Julho de 2018). Tratando-se do **primeiro Relatório de Sustentabilidade Inforlandia** e tendo objetivo de que esta forma de comunicação corporativa passe a ser realizada com uma **frequência anual**, optou-se assim por acolher a orientação da própria GRI e produzir este 1º relatório já alinhado com a estrutura *GRI Standards*.

Dadas as opções de reporte previstas na estrutura *GRI Standards* – *Core* (essencial) ou *Comprehensive* (abrangente), salienta-se que o presente relatório foi produzido de acordo com a opção *Core*.

No final deste documento é apresentado o *Índice GRI Standards* que serve como guia de leitura orientada deste relatório em função das ‘disclosures’ (divulgação de informação) solicitadas para a versão *Core*.

“This report has been prepared in accordance with the GRI Standards: Core option”

Desde sempre atenta à sua responsabilidade corporativa e ao equilíbrio entre a prossecução da sua missão e a salvaguarda de uma performance transparente e alinhada com o conceito de Desenvolvimento Sustentável, este **primeiro Relatório de Sustentabilidade Inforlandia** reflete e comunica os valores e ética empresarial que acompanham a gestão da Inforlandia desde a sua fundação.

Pretendendo fornecer uma descrição equilibrada do desempenho de sustentabilidade da Inforlandia, a produção deste relatório sustentou-se nos *Princípios de Reporting* invocados pelos *GRI Standards*: por um lado os princípios conducentes à boa identificação dos conteúdos relevantes a relatar (*Stakeholder Inclusiveness, Sustainability Context, Materiality, Completeness*) e, por outro lado, os princípios que asseguram a qualidade desse relato (*Accuracy, Balance, Clarity, Comparability, Reliability, Timeliness*).

Do ponto de vista do âmbito temático e do âmbito temporal, o relatório foca-se sobre o desempenho da *Inforlandia* em todas as suas dimensões de atividade durante o período compreendido entre **1 de Janeiro e 31 de Dezembro de 2016**. Seguindo a orientações dos *GRI Standards*, para todos os principais indicadores a informação apresentada refere-se ao ano de reporte (2016) e aos dois anos anteriores (2015 e 2014).

A periodicidade de publicação de futuras edições deste relatório será **anual** e é firme intenção da *Inforlandia* de que o presente e futuros Relatórios de Sustentabilidade passem a figurar no leque de recursos de que a empresa dispõe para a tomada de decisões, bem como, para a comunicação e crescente envolvimento e participação das suas partes interessadas (*stakeholders*).

Tratando-se da **primeira edição** do *Relatório de Sustentabilidade Inforlandia* é apresentada informação contextual sobre a empresa que, tendencialmente, será menos destacada em futuras edições deste relatório, designadamente a que respeita ao historial de crescimento desde a sua fundação.

Devido à natureza estratégica de alguns dos temas abordados, além da divulgação de informação sobre ações desenvolvidas e/ou resultados alcançados em 2016, são ocasionalmente comunicadas intenções, cenarizações ou projeções de futuro. Embora úteis para a compreensão da estratégia de desenvolvimento empresarial da *Inforlandia*, tais intenções ou projeções de futuro não devem ser entendidas como vinculativas, já que essa concretização depende por norma de uma multitude de fatores cuja dinâmica extravasa o controlo exclusivo da *Inforlandia*.

Este relatório foi aprovado pelo Conselho de Administração da *Inforlandia* (CA) em 11 de Setembro de 2017. Para a sua produção, além dos contributos mobilizados juntos dos colaboradores chave da empresa, bem como, junto das Partes Interessadas relevantes, o CA reconhece a sua responsabilidade em assegurar a exatidão, completude e materialidade da informação apresentada sobre o desempenho da *Inforlandia*, em 2016, em termos económicos, ambientais e sociais, no contexto da cadeia de valor em que se insere e para a qual contribui.

1_Mensagem do Diretor Geral

[GRI Standards disclosures: 102-14]

Qualquer empresa privada tem como objetivo o retorno adequado do investimento. Embora este objetivo último seja singular, as condicionantes para a sua prossecução são múltiplas e diversas. A maximização deste objetivo pressupõe que o mesmo seja sustentável, isto é, que se prolongue ao longo do tempo. Desta

forma, qualquer das condições necessárias, devem garantir a sua existência no médio prazo e não apenas como medidas de curto prazo.



Gabriel Santos

Director Geral e Presidente do
Conselho de Administração da
Inforlandia

Quaisquer medidas de prossecução do objetivo que, apesar de potencialmente serem maximizadoras do lucro no imediato, tenham impactos e consequências negativas no médio-longo prazo, não são medidas ótimas para garantir o objetivo último. Torna-se assim evidente que a sustentabilidade é a chave para a prossecução do objetivo último da empresa.

Na *Inforlandia*, a sustentabilidade é o fator que enquadra todas as decisões, desde as decisões de investimento, de operação, até às decisões de portfolio de produto, pois que em todas estas áreas os impactos positivos devem perdurar e ser estáveis ao longo do tempo e os impactos negativos devem ser minimizados de forma duradoura, designadamente com base numa eficiente gestão de riscos.

Constatando que a produção física de tecnologias de informação e comunicação se mudou nas últimas décadas para a zona asiática, por forma a beneficiar de baixos custos de mão-de-obra (externalizando desta forma o custo da segurança social nos países europeus), mas também da inexistência de barreiras regulatórias que permitiram evitar os custos ambientais suportados pelas empresas ocidentais, a *Inforlandia* reconhece que este movimento de “offshoring” da produção, desloca custos ambientais para a zona do fabricante de componentes, mas cria um novo e significativo custo ambiental com o transporte do produto à volta do mundo. O peso crescente deste custo ambiental faz-nos acreditar que as estratégias de “re-shoring” da produção de TIC’s, isto é, da produção mais perto dos locais de consumo, é uma megatendência que devemos seguir, dado que novas tecnologias de produção (designadamente as associadas ao conceito da Indústria 4.0) permitem a produção de pequenas séries, ajustadas aos requisitos dos clientes, com a mesma eficiência de custos de produção das grandes séries feitas na Ásia.

A *Inforlandia* tem assim como estratégia, o reforço da sua produção em Portugal, em detrimento da atividade de simples distribuição. Esta estratégia tem subjacente um objetivo de sustentabilidade e flexibilidade competitiva na produção de pequenas séries, com respeito pelo ambiente e todo o normativo Europeu nas áreas sociais e ambientais. Os investimentos, são enquadrados nesta estratégia de produção flexível, garantindo um caminho de minimização de impactos ambientais em cada opção de investimento e da futura operação resultante desse investimento.

**

O ano de 2016 foi à semelhança de tantos outros, um ano que exigiu mais uma vez um esforço e uma dedicação absoluta da toda a equipa. Só com a dedicação de todos, foi possível chegar ao final do ano com os resultados alcançados.

O ano de 2016 foi um ano que internamente (mercado nacional) não foi um ano brilhante pois tivemos um decréscimo superior a 36% no volume de vendas de mercadorias, compensado com um aumento de vendas de exportação, conseguindo quase que duplicar o volume do ano anterior, para tal contribuiu em muito o mercado de Angola que voltou este ano a registar vendas muito significativas.

O nosso volume de negócios cifrou-se um pouco acima dos 10 milhões de euros, registando uma ligeira diminuição, aproximadamente 3,5%, face ao ano anterior. O EBITDA ficou acima os 377 mil euros, muito acima do ano anterior, cerca de 68%. O resultado líquido antes de impostos cifrou-se aproximadamente em 259 mil euros também muito acima do ano anterior, assim como o resultado líquido do exercício que se cifrou em aproximadamente 195 mil euros face aos 83 mil euros do ano anterior. As exportações aumentaram quase 60% face ao ano anterior compensando a queda no mercado interno.

Para 2017 a empresa tem a expectativa de conseguir manter as vendas para os mercados de exportação, nomeadamente Angola e Tunísia, e procurará crescer em mercados europeus, nomeadamente em Espanha, onde pretende diferenciar-se com linhas de produtos muito personalizados e muito adaptados às necessidades dos clientes, fazendo dessa forma a diferença face à concorrência.

**

Em conclusão importa reforçar que a *Inforlandia* continua a reconhecer a atualidade e relevância de não descurar esforços na consolidação e sustentabilidade do seu trajeto de crescimento - Entendendo ser essa a melhor forma de honrar a sua Missão, bem como, gerar Valor para os seus principais *stakeholders*, designadamente Acionistas, Colaboradores, Fornecedores e Parceiros e Sociedade.

Neste sentido em 2016 a *Inforlandia* preparou um programa de investimentos integrado no valor global aproximado de 500 mil euros, que será executado durante o período 2016-2018 e que tem como grandes objetivos estratégicos orientadores:

- Consolidação crescente da sua dimensão central e diferenciadora enquanto agente industrial de conceção, desenvolvimento e inovação em equipamentos de eletrónica de consumo;
- Intensificação do investimento em ações de Internacionalização e diversificação de clientes;
- Aposta numa estratégia de “reshoring” conciliada com as oportunidades que a Indústria 4.0 apresenta;
- Manutenção da estratégia de diferenciação no mercado sustentada nos eixos da capacidade de inovação contínua, da aposta em tecnologias de processo competitivas e geradoras de flexibilidade produtiva e de elevada capacidade de personalização;
- Transformação e modernização dos recursos e ferramentas de Comunicação, Marketing e Gestão da Informação, bem como, a transição do Sistema de Gestão para os novos referenciais ISO 9001:2015 e ISO 14001:2015.

2_ Destaques 2016:

[GRI Standards disclosures: 102-7]

Os principais indicadores sobre a dimensão da *Inforlandia* em 2016 e da evolução da sua dinâmica de atividade no período 2014-2016.



EMPREGO

Nº TRABALHADORES

66

FIXOS

80%

MULHERES

20%



NEGÓCIO

PROPOSTAS APRESENTADAS

2 105

PROPOSTA ACEITES

90%

CLIENTES ATIVOS

880



ECONOMIA

FATURAÇÃO ANUAL

10.400 M€

MERCADO INTERNACIONAL

46%

MERCADO NACIONAL

54%



QUALIDADE E AMBIENTE

CUSTOS GEST. QUALIDADE & AMBIENTE

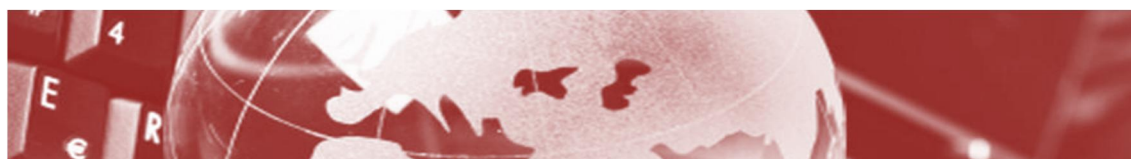
6 327 €

SATISFAÇÃO CLIENTE

79%

DESEMPENHO FORNECEDORES

74%



	2014	2015	2016
Nº de Empregados (Mulheres + Homens)	56 (12+44)	59 (13+46)	66 (13+53)
Volume de Negócios (aprox €)	14.577.000	10.406.000	10.046.000
Doméstico	4.330.000	6.875.000	4.406.000
Export – UE	50.000	686.000	63.000
Export – resto do Mundo	10.197.000	2.846.000	5.576.000
Operações / Instalações Produtivas	3	3	3
Fabrico e Logística	1	1	1
Retalho (Lojas próprias)	2	2	2
Ativo & Passivo (aprox €)			
Ativo não corrente	1.859.000	2.097.000	2.037.000
Ativo corrente	7.752.000	7.308.000	8.390.000
Capital Próprio	4.590.000	4.485.000	4.648.000
Passivo não corrente	385.000	279.000	160.000
Passivo corrente	4.635.000	4.641.000	5.619.000

3_ Sobre a Inforlandia

_3.1 - O perfil corporativo, escala e caracterização geral

[GRI Standards disclosures: 102-1, 102-3, 102-4, 102-5, 102-7, 102-10]

A **Inforlandia S.A.** é uma empresa portuguesa de base tecnológica que centra a sua atividade no desenvolvimento, produção, distribuição e comercialização de soluções TIC, designadamente computadores e outros equipamentos móveis de computação / eletrónica de consumo.

Fundada na cidade de Aveiro em 1990, a *Inforlandia* cedo se posicionou no reduzido quadro de agentes nacionais que então se destacaram pelo lançamento das primeiras marcas nacionais de equipamento informático - oferecendo soluções alternativas, robustas e economicamente competitivas num mercado na altura dominado pelas soluções TIC das grandes marcas mundiais.

Passados mais de 25 anos, acompanhando e adaptando-se continuamente à profunda transformação que caracterizou o ecossistema mundial da indústria TIC, em 2016 a *Inforlandia* mantém a missão e valores subjacentes à sua fundação.

A sua demonstrada capacidade de resiliência empresarial, sustentada numa atenta leitura estratégica sobre o dinâmico ecossistema TIC; numa competente gestão económico-financeira e num forte capital de conhecimento, experiência e capacidade inovativa, asseguram hoje à *Inforlandia* uma posição de liderança no mercado nacional e um bem-sucedido registo de diversas operações de internacionalização.

Tendo sido fundada com natureza jurídica de ‘Sociedade por Quotas’ e um capital social inicial de 400 mil escudos (aprox. 2 mil euros), o crescimento alcançado durante as últimas duas décadas determinou sucessivos aumentos do seu **capital social**, que atualmente se situa em **4 milhões de euros** e é participado por capitais exclusivamente nacionais. Em 2015 a empresa alterou a sua natureza jurídica inicial para ‘**Sociedade Anónima**’ materializando o seu Capital Social em 4 milhões de ações com o valor nominal de 1 euro. O seu Conselho de Administração é constituído por um presidente e dois vogais.

A *Inforlandia* insere-se no Grupo VAGA SGPS, um grupo que agrega um diversificado conjunto de negócios e iniciativas empresariais, incluindo o maior fabricante europeu de fornos micro-ondas. No seu conjunto o Grupo VAGA emprega mais de 1000 pessoas e apresenta um volume de vendas combinado superior a 200 milhões de euros/ano.

O presidente do C.A. – João Gabriel Santos, o vogal Vasco Miguel Santos e o Grupo VAGA - SGPS são os principais acionistas da empresa, contando com as seguintes quotas: 25%, 25% e 23%, respetivamente.

.: De 1990 à atualidade – uma síntese cronológica dos principais milestones**_ 1990**

- Fundação e início de atividade comercial em Aveiro e sua região de influência. Comercialização de computadores pessoais e equipamentos acessórios.
- Aposta na distribuição exclusiva de marcas competitivas (qualidade vs custo de aquisição), designadamente a Goldstar.

_ 1992/93

- Mudança de instalações (visando aumento de área, maior centralidade e imagem melhorada).
- Lançamento da marca própria de computadores, a IN-Systems, posteriormente redesignada INSYS, que viria a ter uma excelente aceitação pelo mercado (relação preço-qualidade muito competitiva) e abrir portas ao posicionamento da empresa em todo o mercado nacional.
- Inicia igualmente o desenvolvimento de soluções TIC empresariais e de prestação de serviços técnicos de apoio a empresas.

_ 1994

- Amplia instalações da sede e abre uma segunda área comercial na cidade de Aveiro.
- Inicia neste ano a atividade complementar de distribuição informática, fazendo a revenda de material informático de marcas da Europa, Estados Unidos e Ásia, líderes nos seus segmentos de mercado, que passa a representar em exclusivo, designadamente: Trust (Holanda), NEC (Japão), Chaintech (Taiwan), Provview (Taiwan), Keytronic (EUA), JVC (Japão), FIC (Taiwan), CodeGen (Taiwan).

_ 1996/97

- Abertura de novas lojas nas áreas metropolitanas de Lisboa e Porto inicia a expansão de presença física a todo o território nacional.
- Criação de empresa *spin-off* especializada no desenvolvimento de soluções software para gestão industrial, a Soft.i9 (<http://www.softi9.pt>).

_ 1998

- Nova mudança de instalações principais por forma a sustentar o crescimento verificado e necessidades logísticas associadas. Novo espaço com 1500m2.

_ 1999

- Criação de rede de franchising que nos anos seguintes vem reforçar a expansão de presença física no território nacional. Esta estratégia viria a atingir o seu pico de maior expressão em 2005 – ano em que a rede de lojas (próprias e franchisadas) ascendia a 25 e assim se posicionaria como uma das maiores redes de lojas de retalho informático em Portugal.

_ 2000

- ⊙ Distinguida pela revista da especialidade 'PC Guia' como prémio de Melhor Serviço a Clientes.
- ⊙ Entrada para o ranking das 50 principais empresas de informática nacionais.
- ⊙ Em acumulação à marca própria INSYS inicia a produção, em regime de subcontratação, para outras marcas existentes no mercado nacional.

_ 2001

- ⊙ Revista 'Semana Informática' posiciona a *Inforlandia* como 10º maior distribuidor nacional.

_ 2003

- ⊙ Implementa e certifica o Sistema de Gestão da Qualidade segundo a norma ISO 9001.

_ 2006

- ⊙ Desenvolvimento de processo produtivo próprio, com controlo de qualidade individual de cada unidade produzida e recursos de reposição facilitada de definições de origem.

_ 2007

- ⊙ Mudança para as instalações atuais, com criação de novas linhas de montagem e ampliação de capacidade produtiva.
- ⊙ Nomeação como '*HP Preferred Partner*'.
- ⊙ Desenvolvimento de plataformas web de suporte ao Programa "One computer per child" / Projeto e-Escolinhas.

_ 2008

- ⊙ Participa no programa de facilitação de aquisição de soluções TIC pela comunidade escolar – 'e-Escolas', designadamente computadores portáteis, no qual a INSYS é a única marca nacional a integrar a oferta disponibilizada (a par com modelos das marcas internacionais HP, Toshiba, Asus, Acer, Fujitsu, Siemens).
- ⊙ Obtenção de 3º lugar no ranking nacional de computadores portáteis, atrás apenas da Toshiba e HP.
- ⊙ Distinção '*Microsoft Excellence in Leadership*'.
- ⊙ Lançamento do primeiro portátil dirigido ao Grande Consumo com modem 3G interno.

_ 2009

- ⊙ Nomeação como '*Microsoft Gold Certified Partner*' (renovado até 2011).
- ⊙ Produção de mais de 100 mil unidades de computadores portáteis com sistema operativo Linux (Open Source), tornando-se um caso de estudo europeu.

_ 2010

- ⊙ Nomeações: *'Clevo Excellent Partner'*, *'Toshiba Award of Appreciation for Business Commitment and Dedication'*, *'Intel Channel Innovation Awards'* e *'Intel Channel Partner Premier'*
- ⊙ Lançamento do *Brand Art Concept* – primeiro programa mundial de customização de equipamentos com imagem corporativa do cliente durante a produção

_ 2011

- ⊙ Nomeação *'Intel Technology Provider Platinum'*
- ⊙ Lançamento do primeiro computador portátil especificamente desenvolvido para Cidadãos Seniores, em parceria com a RUTIS – Rede de Universidades Seniores
- ⊙ Fabricante e fornecedor do Plano Tecnológico para a Educação de Cabo Verde – *"Gota d'Água"*, fornecendo todos os computadores portáteis e desktops aos estudantes e escolas

_ 2012

- ⊙ Implementa e certifica o Sistema de Gestão Ambiental segundo a norma ISO 14001.

_ 2013

- ⊙ Atribuição do selo *'PME Líder'* pelo IAPMEI – Agência para a Competitividade e Inovação, renovada anualmente desde então.
- ⊙ Desenvolvimento da tecnologia de segurança anti-roubo *"CUCo"*, para equipamentos com arquitetura x86 UEFI (patente pendente).
- ⊙ Desenvolvimento dos primeiros equipamentos *"wearable"* da marca INSYS, designadamente Watch Dual GSM.
- ⊙ Fabricação de 2500 servidores sob contrato EMS (*electronics manufacturing service*) para grande empresa multinacional
- ⊙ Fabricante principal OEM (*original equipments manufacturer*) para o Plano Tecnológico para a Educação de Moçambique

_ 2014

- ⊙ Lançamento do primeiro smartphone (Android) especificado para as necessidades de Cidadãos Seniores
- ⊙ Fabricação de 1 milhão de telemóveis em modo *"Private Label"* para operador Africano
- ⊙ Fabricação de 250 000 smartphones em modo *"Private Label"* para operador Europeu

_ 2015

- ⊙ Desenvolvimento e lançamento do primeiro computador portátil especificamente desenvolvido para professores, com *'router+hotspot'* e *'virtual server'* interno.

- Desenvolvimento e lançamento de Quadro de Aula interactivo com *ligação sem fios bi-direccional* com o portátil do professor.

_ 2016

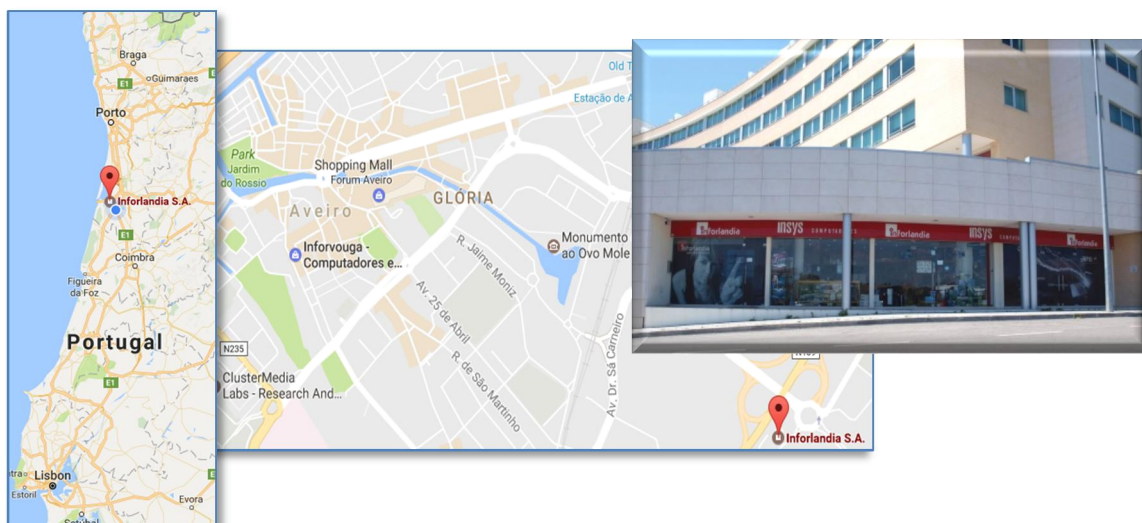
- Desenvolvimento e Lançamento do primeiro portátil com módulo LTE/4G interno, para o segmento de Grande Consumo.
- Primeiros teclados com leitor SmartCard e produção interna do layout de teclas através de gravação a laser (grande capacidade de resposta a grandes e pequenos volumes de encomendas de teclados em mais de 20 línguas europeias)



.: Em 2016

Há 26 anos em atividade a *Inforlandia* tem sabido adaptar-se às várias transformações no mercado de soluções TIC – transformações dos centros geográficos e paradigmas de produção, dos esquemas de comercialização privilegiados, etc – bem como, resistir à recessão económico-financeira que se iniciou em 2007 e veio a determinar o desaparecimento de uma parte significativa dos seus competidores nacionais.

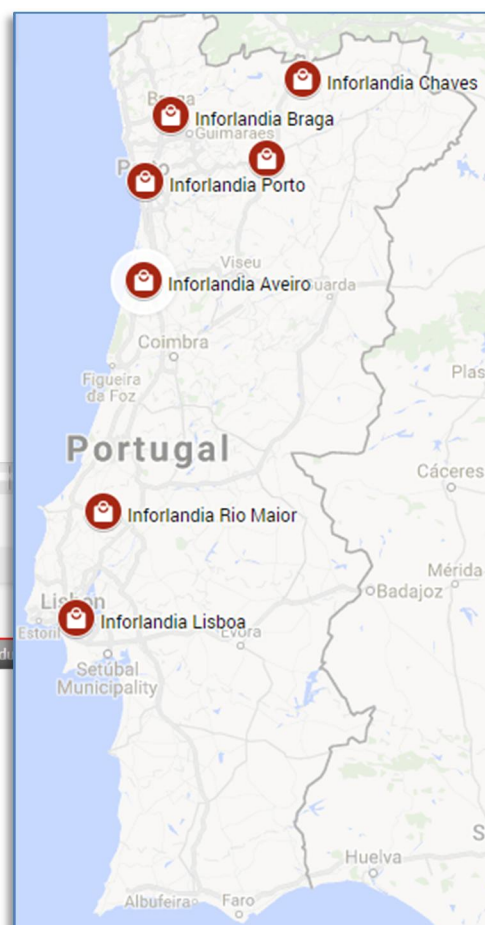
Em 2016 a sede e as instalações produtivas da *Inforlandia* mantêm-se na cidade de Aveiro.



Além das instalações centrais a *Inforlandia* conta com uma delegação em Lisboa, bem como, uma rede de lojas sob *franchising* noutras cidades portuguesas.

Face à evolução verificada nos modelos dominantes de venda a retalho de soluções TIC a *Inforlandia* tem vindo a reduzir o investimento na sua rede de lojas físicas e a apostar na venda *on-line* através do seu portal B2C *Elite Digital* (www.elitedigital.pt), bem como, pela colocação da marca *INSYS* em superfícies retalhistas de entidades terceiras.

A relevância que a dimensão da venda a retalho assumiu no passado tem, por outro lado, vindo a ser diluída com o aumento de expressividade de outras áreas de negócio entretanto desenvolvidas, particularmente os Clientes Corporativos (Sector Público e Empresarial) e a área da Distribuição.



Mantendo a aposta em apresentar soluções ao mercado que se distinguem por ...

- ✓ relação de preço-qualidade competitiva face a marcas mundiais consagradas;
- ✓ elevada flexibilidade produtiva e capacidade de customização de equipamentos à medida das necessidades dos clientes, independentemente das quantidades;
- ✓ atributos inovadores e diferenciadores, conseguidos através de um elevado grau de incorporação de tecnologias próprias e competência produtiva de excelência

... em 2016 a *Inforlandia* é um *player* consolidado no panorama nacional e em crescente posicionamento no panorama europeu das 'indústrias TIC', liderando no sul da Europa como principal fabricante de computadores portáteis, e complementando essa oferta com outro tipo de equipamentos de 'eletrónica de consumo' e respetivos acessórios.

_3.2 - O modelo de negócio e o ecossistema Inforlandia

<3.2.1> Marcas, produtos e serviços

[GRI Standards disclosures: 102-2]

Necessariamente articulada em parcerias com as grandes empresas produtoras de tecnologias críticas, bem como, com as dinâmicas de produção global de componentes secundários, a *Inforlandia* sempre teve como mote central ...

...‘desenvolver e fabricar equipamentos TIC de qualidade, com atributos inovadores e diferenciadores, conseguidos através de um elevado grau de incorporação de tecnologias próprias e competência produtiva de excelência’...

... um traço distintivo do seu ADN que se demonstrou determinante para a resiliência da empresa face às crises vividas indústria TIC na última década e para o posicionamento da empresa em 2016.

Com uma capacidade produtiva de qualidade reconhecida pelos mais exigentes parceiros - e.g. *Intel Channel Partner Premier, Intel Technology Provider Platinum, Microsoft Gold Certified Partner, Microsoft Named OEM partner* - a *Inforlandia* desenvolve e fabrica as suas gamas de equipamentos próprios (marcas INSYS e MATRIXX) e fabrica igualmente equipamentos para outras marcas nacionais e internacionais sob o modelo de EMS (*Electronics Manufacturing Service*)/ODM (*Original Design Manufacturer*).

Sobre esta dimensão âncora e no sentido de capitalizar o reconhecimento/credibilidade que tem no mercado, a *Inforlandia* associa outras áreas complementares de negócio.

∴ as Áreas de Negócio

Com uma forte atuação no mercado nacional e um posicionamento crescente no mercado internacional, a *Inforlandia* estrutura a sua atividade segundo de 4 áreas estratégicas de negócio que se relacionam e complementam entre si:

- **Desenvolvimento e produção de equipamentos** – Área âncora da Inforlândia, agrega o centro de conceção & desenvolvimento e a área de fabricação / montagem de equipamentos TIC, designadamente – computadores, servidores e outros equipamentos móveis de computação (*tablets, smartphones, smartwatches & wearable electronics*) e periféricos.

Com base em tecnologias de produção de elevada atualidade, o processo de produção SKD (*semi knock down*) implementado destaca-se por aliar uma elevada capacidade produtiva a uma grande flexibilidade de operações - atributo que permite a produção, a custos competitivos, de pequenos lotes customizados.

A capacidade produtiva instalada é complementada por um centro de competências na área da mobilidade, da banda larga móvel e do design industrial.

- **Retalho** – Uma dimensão de atividade centrada no mercado nacional, a venda por retalho ao consumidor final/B2C é agilizada segundo 2 vetores complementares: uma rede de lojas de informática – as lojas Elite Digital, e o portal de *e-commerce* com o mesmo nome. Além dos equipamentos e acessórios das marcas próprias, comercializa também outras marcas com equipamentos complementares e/ou alternativos.

<http://www.elitedigital.pt/>

- **Soluções Corporativas** - Área de negócio orientada para o setor empresarial e para o sector público (processos de contratação pública), no mercado nacional e internacional, responde a encomendas de maior dimensão.

Com recurso a soluções e tecnologias próprias e de outras marcas internacionais de referência, faz a conceção, desenvolvimento e produção de soluções integradas, em função das especificações ou necessidades de cada cliente. Além dos equipamentos /soluções TI, comporta igualmente os serviços técnicos de apoio associados.

- **Distribuição** – Atuando quer no mercado nacional quer em mercados internacionais, esta área de negócio B2B trabalha com grandes quantidades, de marca própria ou de marcas terceiras importadas das quais é distribuidora. Fornece outras lojas de informática, similares às lojas Elite Digital, bem como, grandes superfícies de retalho especializado.

<http://distri.inforlandia.pt/>

.. os Produtos e as Marcas

Das 4 áreas de negócio identificadas, a dimensão *Inforlandia* enquanto fabricante de equipamentos TIC é a âncora central da atividade e estratégia de crescimento da *Inforlandia*.

Dispondo de linhas de produção dotadas das mais recentes tecnologias de produção, a *Inforlandia* trabalha (conceção, desenvolvimento, fabricação e/ou montagem) em 4 segmentos de produtos:

- Equipamentos de computação móvel: *smartphones*, *tablets android*, híbridos, equipamentos com atributos específicos dirigidos a determinados mercados verticais específicos (sénior, desporto, educação)
- Computadores portáteis (*notebooks*): em várias gamas de equipamentos dirigidas a diferentes tipos de utilizadores / exigências de utilização
- Computadores de secretária (desktops): com diferentes tipos de soluções - desktop clássicos, 'All-in-one', PC Stick, Mini/Nano PC
- Servidores: workstations multi-CPU, School Server Appliances, Servidores NAS (Network Attached Storage)

Para a atuação nestas áreas de negócio complementares a *Inforlandia* dispõem de um conjunto de marcas próprias que suportam a sua comunicação e posicionamento no mercado, designadamente:

- ☉ **INSYS** – A principal e mais antiga marca da *Inforlandia*, é reconhecida como uma das marcas líderes no mercado de equipamentos TIC de produção nacional, com diversas distinções e reconhecimentos angariados ao longo dos anos pela imprensa nacional da especialidade bem como pelos principais parceiros tecnológicos. A maior parte dos equipamentos de produção própria são comercializados sob a marca INSYS.

Os equipamentos INSYS por sua vez incorporam tecnologias próprias que, em alguns casos, são objeto de registo de patentes e/ou de marcas complementares.
- ☉ **BAC – Brand Art Concept**: refere-se a um inovador serviço de customização de imagem dos equipamentos que permite ao cliente inserir a sua imagem/identidade corporativa. Esta personalização reveste-se de interesse para os clientes corporativos em duas vertentes essenciais: promoção da imagem corporativa em equipamentos/suportes de elevada visibilidade, e segurança passiva contra a apropriação indevida de equipamentos.
- ☉ **MATRIX** – A segunda marca da *Inforlandia* através da qual comercializa a sua gama própria de acessórios e periféricos, bem como, algumas linhas específicas de equipamentos.
- ☉ **Elite Digital** – Trata-se da marca sob a qual a *Inforlandia* comunica a sua atividade de venda a retalho / consumidor final – lojas físicas e portal e-commerce.



Além das marcas comerciais a *Inforlandia* recorre a outros mecanismos de estabelecimento de credibilidade e competitividade no mercado, designadamente as certificações externas em referenciais normativos de gestão e em selos de certificação de produtos, dos quais se salientam:

- ✓ Certificação do Sistema de Gestão Integrado de Qualidade e Ambiente, segundo os referenciais ISO 9001 e ISO 14001
- ✓ Certificação EPEAT (processo de preparação do dossier de certificação iniciado em 2016)
- ✓ Certificação de produto Energy Star (consulta dos produtos certificados em <https://www.eu-energystar.org/products.htm>)

∴ os Serviços

Sobre a dimensão central de produção de equipamentos e das complementares dimensões de comercialização e distribuição, a *Inforlandia* fornece igualmente serviços de apoio que considera essenciais para a garantia de qualidade que visa assegurar junto de cada cliente, individual ou corporativo.

Os serviços de apoio estruturam-se em dois eixos fundamentais:

- **Consultoria técnica de especificação, desenvolvimento e integração de sistemas**, que assegura o envolvimento e validação da *Inforlandia* relativamente a uma especificação adequada dos projetos / encomendas de clientes e concursos públicos;
- **Assistência técnica pós-venda**, que além da resolução de avarias técnicas, assegura igualmente a implementação das soluções de TI's de maior complexidade técnica, a resposta a possíveis necessidades de formação, e o eventual desenvolvimento de soluções de software específico.

<3.2.2> Clientes e Mercados

[GRI Standards disclosures: 102-6, 102-7]

Considerando as áreas de negócio, produtos e serviços da *Inforlandia*, caracteriza-se neste ponto o espectro de clientes *Inforlandia*, bem como, os mercados em que a empresa se posiciona.

.: os Clientes

Dada a amplitude das áreas de negócio em que a *Inforlandia* estrutura a sua atividade compreende-se que o espectro dos seus clientes seja vasto – trabalhando desde o consumidor final / familiar, numa abordagem B2C, até ao cliente corporativo, compreendendo aqui os clientes empresariais e o sector público.

Esta categorização simples entre cliente individual e cliente corporativo omite contudo a segmentação que existe dentro de cada um destes dois grandes grupos, que fica evidenciada quando se consideram as diferentes necessidades e expectativas de cada segmento de clientes – profissionais (diferentes níveis de requisitos e constrangimentos orçamentais), estudantes, professores, seniores, *gaming*, etc.

Atenta a essas diferenças a *Inforlandia* desenvolve linhas de produto (3.2.1) que procuram, diferenciadamente, responder às necessidades e expectativas de cada segmento específico de clientes.

Pela flexibilidade produtiva que alcançou, para a par com o desenvolvimento de tecnologias próprias com atributos inovadores e diferenciadores, a empresa tem conseguido chamar a si aspectos de competitividade que a diferenciam da sua concorrência.

Por fim, dentro da grande categoria de clientes corporativos, importa destacar a dinâmica de negócio, particularmente consolidada nos anos mais recentes, com clientes que contratam a *Inforlandia* (sob confidencialidade/NDA's) enquanto fabricante / prestador de serviços EMS para as suas próprias marcas.

.: os Mercados

Desde logo importa diferenciar o mercado nacional (Português), mercado nativo da *Inforlandia*, dos restantes mercados externos onde tem vindo a posicionar-se de forma competitiva e que, estrategicamente, se pretende que venham a tornar-se a base mais representativa do volume de negócios da empresa.

Relativamente ao mercado nacional, a *Inforlandia* tira partido de um conjunto de vantagens diversificadas que lhe permite combinar as suas principais áreas de negócio e, através canais de venda diretos e indiretos, servir quer clientes individuais quer clientes corporativos (Administração Pública e Empresas).

A venda por retalho – alcançada por via direta, através da sua própria rede de lojas Elite Digital e/ou do portal de *e-commerce*, ou por via indireta, através da sua área de Distribuição – permite colocar os produtos junto do cliente individual/familiar com uma taxa de cobertura do território nacional bastante elevada.

A este respeito a *Inforlandia* privilegia as grandes cadeias de retalho multiespecializado nas áreas da eletrónica de consumo, telecomunicações, etc. (E.g.: Box, El Corte Inglés, FNAC, Worten, Staples, Rádio Popular, etc.), assim como nas redes de lojas especializadas em informática e telecomunicações (E.g.: chip7, Mbit, Phone House, etc.).

Por outro lado, os clientes corporativos – Administração Pública (Processos de Contratação Pública) e Empresas – são segmentos do mercado nacional cuja relevância no volume de negócios da *Inforlandia* tem aumentado sustentadamente nos últimos anos.

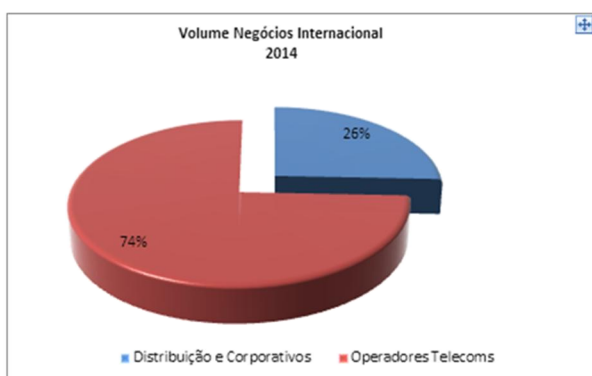
A crescente relevância desta tipologia de clientes está seguramente associado ao esforço da empresa em responder às necessidades específicas deste tipo de clientes através do desenvolvimento de inovações de produto bastante direccionadas (e.g. gama INSYS Edu.Pro, tecnologia de segurança CUCo, Zero Wattage PSU, BAC – Brand Art Concept).



Do ponto de vista dos mercados internacionais, a *Inforlandia* não tem estabelecidas operações físicas próprias em nenhum mercado externo - A atuação da empresa nestes mercados materializa-se através de ações de produção e exportação de equipamentos que são diretamente entregues a clientes corporativos (empresas e sector publico) ou a parceiros

locais (distribuidores/retalhistas) que abastecem o consumidor individual. Importa distinguir duas vertentes de atuação distintas:

- Ao nível da Distribuição, através de operações comerciais que desenvolve em parceria com distribuidores locais que representam as marcas *Inforlandia* (INSYS, MATRIXX) e colocam esses produtos nos respetivos mercados retalhistas. Segundo este modelo, em 2016 a *Inforlandia* tem operações ativas em Espanha, Tunísia, Moçambique, Angola e Brasil.
- Ao nível de grandes clientes corporativos, públicos ou privados, onde a *Inforlandia* atua através de contratos de fornecimento de grande escala. A este nível a atuação processa-se em dois modelos possíveis – por um lado as oportunidades de negócio onde, individualmente ou em consórcios com parceiros locais, se posiciona como fornecedor de equipamentos / soluções integradas ou, por outro lado, segundo contratos de fornecimento de equipamentos que fabrica para outras marcas estabelecidas sob o modelo de EMS/ODM (e.g. grandes operadores de telecomunicações)



Do ponto de vista da geografia dos mercados internacionais, a estratégia seguida pela *Inforlandia* tem sido pautada pela prioridade dada a países onde diagnostica vantagens competitivas em relação aos seus concorrentes – sejam estas vantagens decorrentes da

proximidade geográfica, da proximidade cultural, ou dos próprios atributos dos seus equipamentos se demonstrarem particularmente competitivos num determinado mercado sociodemográfico.

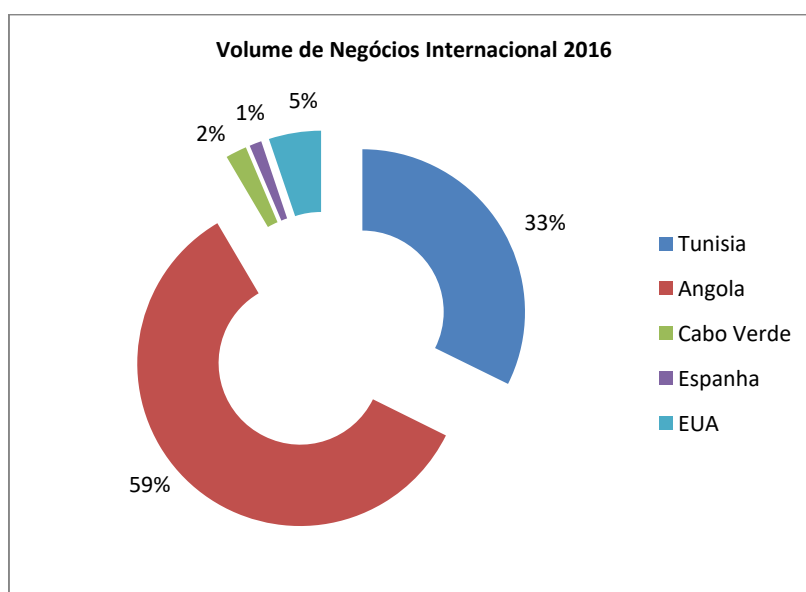
Um processo de internacionalização iniciado há 10 anos

Até ao ano de 2007 as exportações apresentavam valores quase residuais em relação ao volume de negócios total (0,53% em 2007). Em 2008 e 2009 as exportações cresceram gradualmente e em 2010 as exportações já representavam cerca de 14% do volume de negócios, sustentadas num palco de mercados internacionais mais diversificado - Bélgica, França, Cabo Verde, China, Moçambique, S. Tomé e Príncipe, Arábia Saudita, EUA e Nigéria.

Em 2013 as exportações atingiram 2,8 milhões de euros e em 2015 ultrapassaram os 3,5 milhões de euros, respectivamente 27% e 33% do volume de negócios nesses anos.

O ano de 2014, muito positivo nos valores de exportações alcançados, deve contudo considerar atípico - nesse ano as exportações atingiram 70% do volume de negócios (cerca de 10 milhões de euros). No entanto este resultado decorreu de uma situação pontual de negócio que exigiu uma realocação de recursos que afetou a atividade internacional noutros mercados. Nesse ano, a empresa exportou apenas para Espanha, Angola e Tunísia.

No período 2014-2016 o quadro de exportações segundo os mercados destino, hierarquizados pela sua relevância no Volume de Negócios ilustra-se abaixo:



O caminho de posicionamento da *Inforlandia* nos mercados internacionais tem vindo a crescer inequivocamente, sendo que a estratégia para os próximos anos passa por duas dimensões complementares:

- por um lado a diversificação da base de mercados externos a explorar, definindo como meta de curto-médio prazo os mercados de Marrocos, Egipto, Colômbia, Jamaica e Guiné-Bissau,
- e, por outro lado, pela consolidação / minimização das flutuações da procura nos mercados onde já tem uma presença, designadamente Espanha, Tunísia, Angola, Moçambique, Cabo Verde e EUA.

<3.2.3> Capital Humano

[GRI Standards disclosures: 102-8]

Um dos pilares de sustentação da competitividade da *Inforlandia* é o seu capital humano – um capital construído ao longo dos anos sobre uma combinação de perfis de competências complementares que asseguram...

- ... a sua elevada competência produtiva,
- ... a vitalidade e consistência da sua cultura de inovação,
- ... e a qualidade e dinamismo da sua gestão, quotidiana e estratégica.

A estabilidade e qualidade do seu quadro de colaboradores é um valioso ativo intangível da empresa – determinante para a sua capacidade em alcançar os seus objetivos de crescimento sem comprometer o acompanhamento e a garantia de qualidade que assegura junto de cada cliente.

A par do cuidado colocado no recrutamento de novos colaboradores, a *Inforlandia* esforça-se continuamente no sentido de...

- ... oferecer as melhores condições de trabalho, cumprindo ou excedendo os requisitos legais obrigatórios;
- ... desenvolver e reter talentos;
- ... assegurar a motivação coletiva imprescindível para inovar e vencer desafios no competitivo ecossistema produtivo das TIs.

Numa fileira produtiva onde predomina o género masculino a igualdade de oportunidades entre homens e mulheres é também uma preocupação, sendo que a *Inforlandia* apresenta 20% de mulheres nos seus quadros - um valor consistente com os valores que caracterizam a fileira.

Com um nível médio de habilitações literárias superior ao dos colaboradores masculinos, os colaboradores femininos desempenham maioritariamente funções de gestão intermédia.

De forma conexas a estas preocupações importa salientar o esforço da empresa em desenvolver uma cultura de aprendizagem ao longo da vida, encorajando os seus colaboradores na progressão da sua matriz de conhecimentos e de competências e facilitando essa progressão através de planos anuais de formação que procuram responder às expectativas individuais de cada colaborador e da empresa como um todo.

Indicador	2014	2015	2016
Nº de Empregados por Género (Mulheres+Homens)	12+44	13+46	13+53
Nº de Empregados por tipo de contrato (Permanente/Temporario)	52/4	47/12	53/13
Nº de Empregados por tipo de emprego (T.Inteiro/T. Parcial)	52/4	55/4	62/4
Rácio de Empregados com formação superior, por Género (Mulheres/Homens)	M – 41% H - 11% Global – 18%	M – 38% H - 11% Global – 17%	M=38% H= 11% Global – 17%
Absentismo	50 Dias	7 dias	26 dias
Horas de formação	--	2209	1417

<3.2.4> Fornecedores e Parceiros

[GRI Standards disclosures: 102-9, 102-10]

Como já referido a dimensão âncora da atividade da *Inforlandia* é o desenvolvimento e fabricação de equipamentos TIC (cuja segmentação é apresentada no ponto 3.2.2).

À semelhança da produção de outros bens de elevada complexidade e atualidade tecnológica, a fabricação de equipamentos TIC assenta em modelos de produção que são assegurados por uma extensa fileira produtiva composta por múltiplos agentes industriais, altamente especializados e globalmente distribuídos.

Para o desenvolvimento competitivo da sua atividade de fabricação de equipamentos TIC (próprios ou para marcas de terceiros), a *Inforlandia* procura combinar quatro preocupações estratégicas centrais:

- racionalizar a sua especialização e capacidade produtiva através de uma ágil articulação com os agentes produtores de componentes/tecnologias críticas e com os produtores de outros componentes com menor teor tecnológico,
- desenvolver tecnologias próprias que, integradas nos equipamentos, se traduzam em atributos e/ou funcionalidades inovadoras e competitivas face às grandes marcas mundiais,
- recorrendo a inovadoras tecnologias de processo, distinguir-se pela flexibilidade produtiva e pela capacidade de customização de equipamentos, produzindo competitivamente lotes de grande ou de pequena dimensão,
- assegurar um rigoroso controlo de qualidade, nos seus próprios processos de fabrico, bem como, na gestão dos seus fornecedores.

No sentido de responder eficazmente a este conjunto de preocupações a *Inforlandia* opera as suas linhas de produção segundo um processo flexível SKD (*Semi-Knock Down*) que lhe permite alcançar uma excelente performance na fabricação de lotes de diferentes equipamentos, de dimensão e níveis de customização variáveis e a custos de produção competitivos.

Neste modelo de processo produtivo a gestão de *stocks* e logística é igualmente determinante, sendo que também a esse nível a *Inforlandia* combina duas abordagens distintas: por um lado a aquisição dos componentes de baixo teor tecnológico em lotes de maior dimensão, que são transportados por via marítima desde os mercados fornecedores (dominantemente asiáticos); e, por outro lado, a aquisição das tecnologias críticas segundo o modelo J.i.T. (*Just in Time*). Sobre estas abordagens combinadas, a *Inforlandia* assegura a fabricação final dos equipamentos – i.e. a montagem de componentes, a introdução de tecnologias próprias, o *branding* e *customização* de acabamentos, e o embalamento final.

A cadeia de fornecedores e parceiros da *Inforlandia* sistematiza-se assim em 3 grandes grupos:

- Fornecedores de componentes de tecnologias críticas (e.g. CPUs, PCBAs, memórias, ...)
- Fornecedores de componentes de baixo teor tecnológico (e.g. chassis, teclados, ...)
- Fornecedores de software (e.g. sistemas operativos e outros programas pré-instalados)

- Fornecedores de produtos e serviços complementares (e.g. transportes)

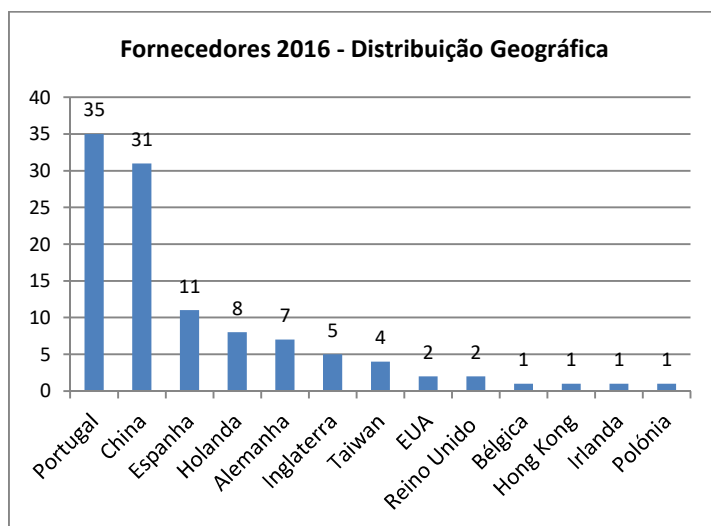
Nalguns casos específicos, a relevância do fornecedor e/ou os objetivos das relações desenvolvidas esbate a fronteira entre a condição de fornecedor e a de parceiro - por exemplo no desenvolvimento de projetos colaborativos.

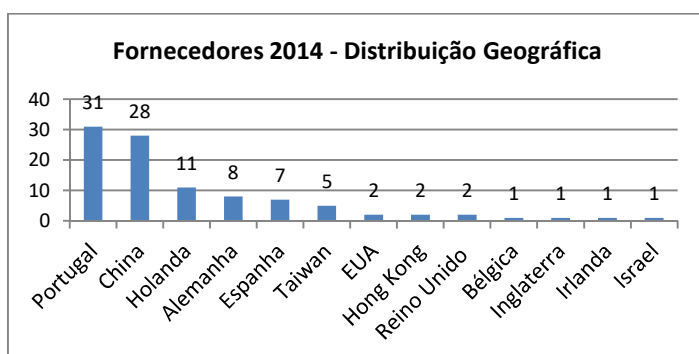
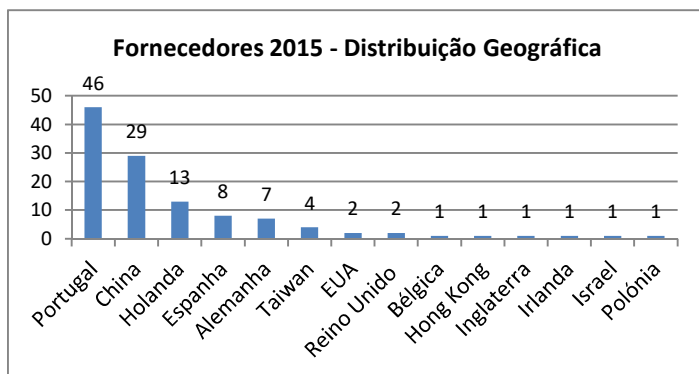
Alguns casos notáveis dignos de destaque são ilustrados pelos reconhecimentos/títulos obtidos pela *Inforlandia* junto desses parceiros, designadamente:

- *Microsoft "Named OEM" (*)* atribuído apenas aos fabricantes autorizados pela Microsoft a realizar a pré-instalação do seu Sistema Operativo;
- *Intel Technology Provider Platinum;*
- *Intel Education Solutions Member;*
- *Porto Editora – Escola Virtual;*
- *Aptoide - Android Marketplace*

Consciente da pegada ambiental dos componentes que utiliza no fabrico dos seus equipamentos, designadamente com a parte dos custos ambientais associados a uma fileira produtiva globalizada e bastante polarizada nos clusters de produção asiáticos, a *Inforlandia* tem vindo a fazer um esforço por encontrar alternativas de fornecimento em geografias mais próximas, par a par com estratégias de otimização dos custos - financeiro e ambientais - de transporte desde os centros de produção mais distantes.

Com um volume médio de pagamentos a fornecedores que em 2016 se situa na ordem dos 8 milhões de euros, a dimensão da rede de fornecedores da *Inforlandia* situa-se em torno dos 110 (valor médio 2014-2016) e a caracterização da sua distribuição geográfica ilustra-se abaixo:





Consciente de que a qualidade final dos seus equipamentos está amplamente correlacionada com a qualidade global da sua bolsa de fornecedores, a *Inforlandia* faz um esforço pela sua contínua avaliação, qualificação e consolidação de relações com os melhores fornecedores e parceiros.

<3.2.5> Sociedade

[GRI Standards disclosures: 102-12, 102-13]

A *Inforlandia* acredita que o seu contributo para o Desenvolvimento Sustentável não se esgota na prossecução dos seus objetivos produtivos e comerciais e que se materializa igualmente através do seu envolvimento com a Sociedade Civil.

Um envolvimento que entende dever ser trabalhado no sentido de encontrar oportunidades de colaboração com organizações com quem partilhe valores éticos e princípios de responsabilidade social, bem como, partilhar, numa lógica de *spill-over effect* ou externalidades positivas, os retornos associados ao seu crescimento corporativo e posicionamento que já conquistou no ecossistema TIC nacional.

Nesse sentido a empresa perspetiva o seu contributo segundo dimensões distintas e complementares, designadamente:

❖ Afiliação em organizações ligadas do ecossistema produtivo TIC e ao desenvolvimento da Sociedade de Informação

- Associado do **TICE.PT** - Pólo das Tecnologias de Informação, Comunicação e Eletrónica
- Associado do **PRODUTECH** - Associação para as Tecnologias de Produção Sustentável

❖ Afiliação em organizações de âmbito transversal

- Associado da **APEE** – Associação Portuguesa de Ética Empresarial
- Associado da **AIDA** – Associação Industrial do Distrito de Aveiro

❖ -Subscrição de iniciativas internacionais de promoção do Desenvolvimento Sustentável

- Participante na iniciativa **Millenium@EDU - Sustainable Education**, programa de



âmbito mundial que conta com o apoio das maiores empresas tecnológicas a nível mundial, empenhadas em contribuir para a concretização dos *Objetivos do Milénio* e para o acesso generalizado às tecnologias de informação e combate à info-exclusão.

❖ Iniciativas, próprias ou colaborativas, dirigidas a franjas sociais com maior dificuldade de acesso a TIC's

- **Iniciativa E-Escola +**, desenvolvida em parceria com a *Porto Editora - Escola Virtual*, *Microsoft* e *Intel*, visa facilitar a aquisição de equipamentos (computadores portáteis, tablets e smartphones) destinados a alunos do ensino primário e secundário, a preços competitivos;



- **Upgrades E-Escola**, campanha de retoma de computadores portáteis adquiridos pelo *Programa e-escolas*. Contra a entrega destes computadores usados e mediante um baixo valor de aquisição procede-se a um significativo upgrade tecnológico com a entrega de computadores novos da marca INSYS.
- **Outlet INSYS**, programa para comercialização de equipamentos a custos reduzidos que compreende duas gamas de oferta – ‘*Equipamentos Recondicionados*’ e ‘*Equipamentos Usados Recertificados*’.



Equipamentos Recondicionados são equipamentos que nunca foram usados e que não se encontram em caixa original. O processo de recondicionamento envolve a validação do seu correcto funcionamento e colocação em novas embalagens que permitam o correcto acondicionamento do produto. Garantia 24 meses.

Equipamentos Usados Recertificados são todos aqueles que já tiveram algum tipo de utilização e por isso demonstram sinais de uso, e que para serem agora comercializados passam por um processo de recertificação que garante que todos os componentes e funcionalidades estão operacionais. Garantia 12 meses.

_3.3 - Os nossos compromissos e modelo de governo

[GRI Standards disclosures: 102-16, 102-18, 102-11]

A administração da *Inforlandia* sempre reconheceu a importância, estratégica e operacional, de dispor de um modelo de governação claro e compreendido por todos os colaboradores e pelas partes interessadas externas mais relevantes. Este modelo de governação é definido desde logo pela missão, visão e valores da empresa e, na sua vertente operacional, e é refletido na estrutura organizacional da empresa e nos principais sistemas de gestão em que estrutura e monitoriza a sua atividade.

.: a Visão

A *Inforlandia* estabelece como visão estratégica posicionar-se e afirmar-se entre os líderes europeus de produção especializada de equipamentos TIC inovadores, de elevada qualidade e competitividade no contexto da oferta global.

.: a Missão e os Valores e Compromissos

Com o princípio central subjacente de ‘desenvolver e fabricar equipamentos TIC de qualidade, com atributos inovadores e diferenciadores, conseguidos através de um elevado grau de incorporação de tecnologias próprias e competência produtiva de excelência’ a *Inforlandia* define como missão ...

... “A satisfação dos desejos e expectativas dos seus Clientes, proporcionando-lhes produtos e serviços de Qualidade, de forma a atingir um adequado retorno do capital investido.”

Para cumprir esta missão a *Inforlandia* preconiza a consideração dos seguintes valores corporativos, transversalmente a todas as suas atividades:

Ambição - Ser uma referência no mercado da informática em Portugal e nos mercados internacionais onde se posiciona. Ter a capacidade de enfrentar e exceder os novos desafios, acreditando nas suas capacidades e competências. Perseguir com empenho os seus objetivos, agindo com integridade e crescendo de forma sustentada.

Inovação - Desenvolver em permanência soluções que apelem à criatividade e empreendedorismo, baseando-se no seu *know-how* tecnológico e nas melhores tecnologias disponíveis. Saber ler e dar resposta às constantes mudanças das tendências de consumo / procura de mercado, disponibilizando novos produtos e soluções baseados nas melhores tecnologias disponíveis.

Orientação para o Cliente - Interagir em permanência com os seus Clientes, procurando conhecer as suas necessidades e expectativas, desenvolvendo produtos, serviços e soluções de Qualidade, que acrescentem valor.

Orientação para as Pessoas - Agir de forma transparente e com respeito pelos princípios éticos do mercado, da sociedade e do meio-ambiente. Reger as suas equipas por

lealdade, profissionalismo e honestidade de atuação. Potenciar as capacidades dos seus profissionais e valorizar as suas ideias e iniciativas.

Orientação para o Ambiente - Desenvolver uma consciência e responsabilidade ambiental que garantam a prevenção da poluição e a minimização dos impactes ambientais associados às suas atividades, melhorando continuamente o seu desempenho ambiental, otimizando a separação seletiva de resíduos e reduzindo a quantidade específica produzida.

Orientação para o Negócio - Procurar a máxima rentabilidade para, consistentemente, sustentar o seu crescimento e cumprir com a sua missão, assegurando um retorno adequado para os seus investidores. Procurar a solidez e a sustentabilidade económica.

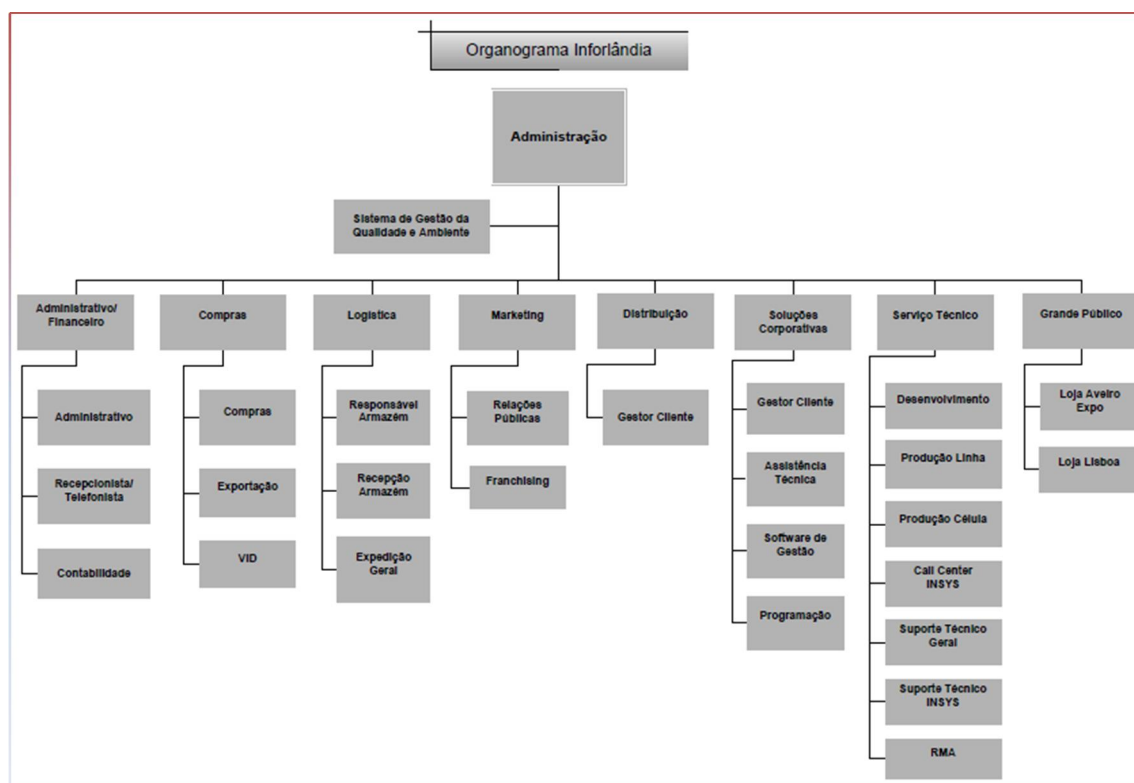
E em coerência com estes valores assume um conjunto de compromissos centrais:

- ✓ Disponibilizar produtos de Qualidade a preços competitivos, satisfazendo as necessidades e expectativas dos seus Clientes;
- ✓ Possuir uma equipa de colaboradores dedicados e qualificados que garantam a excelência, qualidade e rapidez dos serviços prestados, apostando na sua constante formação e progressão de competências, e proporcionando os meios e recursos necessários à execução das suas tarefas;
- ✓ Apostar nas relações de parceria com fornecedores selecionados, que partilhem dos nossos princípios e que proporcionem confiança nos produtos oferecidos, rapidez de resposta e preços competitivos;
- ✓ Promover a melhoria contínua, cumprindo com os requisitos regulamentares, legais e outros aplicáveis ao produto e ao ambiente.

.: a Estrutura Organizacional e o Sistema de Gestão Integrado

Para cumprir a sua missão e responder eficaz e eficientemente nas suas 4 áreas de negócio (identificadas em 3.2.2), a *Inforlandia* organiza-se em departamentos funcionais que são centralmente coordenados pelo Diretor Geral.

Refletindo o entendimento da Administração sobre a importância das questões ligadas à Sustentabilidade, transversalmente a estes departamentos funcionais e numa posição de assessoria à Direção tem-se o Departamento de Qualidade e Ambiente.

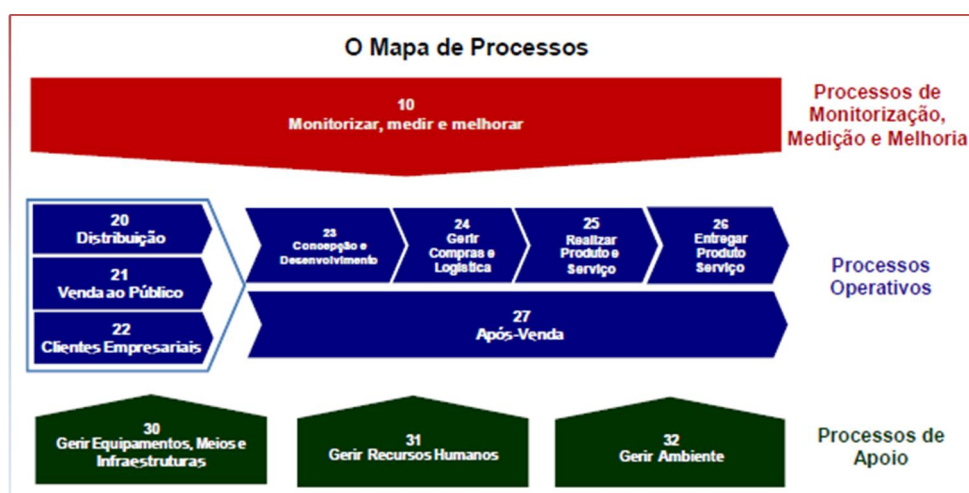
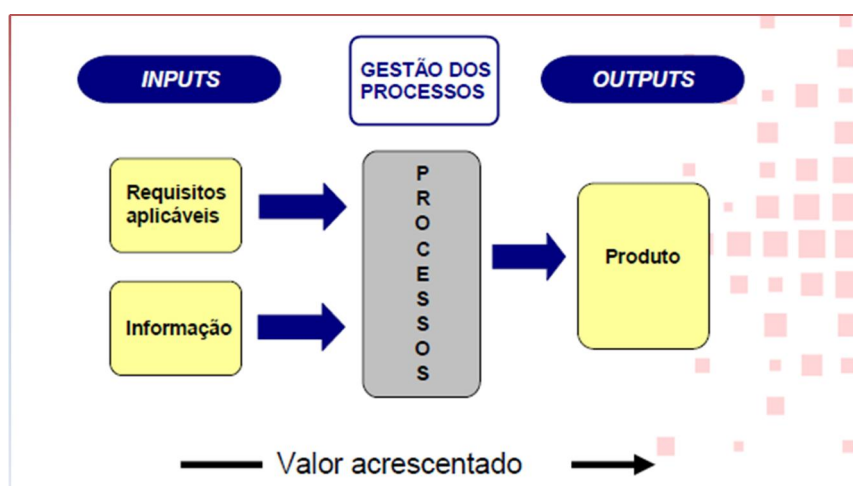


No sentido de dispor de ferramentas sólidas de gestão sistemática da sua atividade, bem como, enquanto forma de assegurar os seus *stakeholders* sobre o compromisso da *Inforlandia* para com a Qualidade e dos seus produtos e serviços, bem como, para com uma postura ambientalmente responsável, a empresa conta um Sistema de Gestão Integrado de Qualidade e Ambiente (SGQA *Inforlandia*), implementados e externamente certificado de acordo com os referenciais internacionalmente reconhecidos ISO 9001 e ISO 14001.

Na *Inforlandia* o SGQA é entendido como uma efetiva ferramenta de gestão que assegura uma abordagem por processos suportada pelo ciclo PDCA (*Plan-Check-Do-Act*).

Com recurso a métricas e indicadores de performance, bem como, avaliação de conformidade com os princípios de gestão e requisitos normativos destes referenciais, o SGQA da *Inforlandia* é objeto de revisão anual – um momento de análise retrospectiva sobre a performance da empresa e de balanço prospetivo sobre as metas para o ano seguinte.

Ilustra-se abaixo a lógica da abordagem por processos subjacente ao SGQA da *Inforlandia*, bem como, o respetivo mapa de processos vigente em 2016.



Com a publicação, em 2015, das novas versões de ambos os referenciais, a *Inforlandia* tem programado para o ano de 2017 a transição do seu SGQA para conformidade com os referenciais ISO 9001:2015 e ISO 14001:2015 – referenciais que nesta ultima versão, quando considerados conjuntamente, se alinham amplamente com os princípios e preocupações de reporte corporativo subjacentes aos GRI Standards.

.. a Gestão dos Riscos e a abordagem sobre o Princípio da Precaução

Tal como decorre dos Valores e Compromissos que definem a sua cultura organizacional e regem a sua atividade quotidiana, a *Inforlandia* mantém um esforço contínuo por se posicionar e comunicar enquanto um agente industrial responsável, consciente e atuante sobre as suas obrigações, legais e éticas, bem como, ameaças e oportunidades que se colocam à sua sustentabilidade e da sua envolvente/*stakeholders*.

Paralelamente, a capacidade de ler tendências e antecipar cenários prováveis nas dimensões críticas para a sua atividade tem-se demonstrado como um atributo fundamental para a resiliência da *Inforlandia* num ecossistema produtivo que continua a ser caracterizado por rápidas e intensas transformações globais.

O princípio da precaução, a par com o desenvolvimento de um pensamento baseado na gestão dos riscos, particularmente riscos económico-financeiros, operacionais e ambientais, são encarados pela *Inforlandia* como uma preocupação transversal às várias dimensões da sua atividade...

“As organizações de todos os tipos e dimensões enfrentam fatores e influências, internas e externas, que tornam incerto se, e quando, atingirão os seus objetivos. O efeito que esta incerteza tem nos objetivos de uma organização designa-se por ‘risco’.”

in NP ISO 3100:2013

... e o seu Sistema de Gestão Integrado de Qualidade e Ambiente é encarado como uma ferramenta preventiva essencial para assegurar que essa preocupação é traduzida em requisitos e em práticas, de implementação sistemática, mensuráveis e refletidas em informação de apoio à tomada de decisão.

A revisão anual deste Sistema de Gestão Integrado, acompanhada de auditorias internas e externas (certificação), garantem a permanente adequação dos processos e/ou a atempada deteção de oportunidades de melhoria.

4_ Os assuntos materiais na sustentabilidade corporativa da Inforlandia em 2016

_4.1 - A Inforlandia e as suas Partes Interessadas

[GRI Standards disclosures: 102-40, 102-42, 102-43, 102-44]

Posicionando-se num complexo ecossistema produtivo que agrega múltiplos agentes industriais, globalmente distribuídos, bem como, entidades reguladoras e verificadoras; dirigindo os seus produtos e serviços a um largo espectro de clientes – individuais e corporativos; e reconhecendo no seu capital humano um vetor determinante para a sua capacidade de resposta competitiva no mercado - a *Inforlandia* sempre compreendeu a correlação entre a sua performance corporativa e a consideração dos interesses, necessidades e expectativas dos múltiplos agentes que definem o seu contexto.

A importância da consideração do seu contexto envolvente, materializado pelas Partes Interessadas relevantes (ou *Stakeholders*) é bem espelhada na Missão, Valores e Compromissos (3.3).

Os *GRI Standards* adotam como definição de *Stakeholder* um conceito idêntico ao que é proposto pelo conceito de *Parte Interessada* na versão portuguesa da norma ISO 9001:2015 – i.e. são Partes Interessadas relevantes aqueles indivíduos, grupos de indivíduos ou organizações que afetam e/ou podem ser significativamente afetados pelas atividades, produtos ou serviços da empresa, colocando em causa a sua capacidade de atingir os seus objetivos e prosseguir a sua estratégia corporativa.

Dispondo de um Sistema de Gestão Integrado em Qualidade e Ambiente há vários anos, a *Inforlandia* tem implementadas práticas que visam assegurar que os interesses, necessidades e expectativas das suas Partes Interessadas são devidamente consideradas à luz do princípio de gestão que indica que ...

“É mais provável que o sucesso sustentado seja atingido quando a organização faz a gestão das relações com todas as suas partes interessadas para otimizar os respetivos impactos no seu desempenho. A gestão das relações com as suas redes de fornecedores e de parceiros é de particular importância.”

in NP EN ISO 9000:2015

A transição para as novas versões dos referenciais ISO 9001:2015 e ISO 14001:2015 implica uma maior ambição no leque de Partes Interessadas a considerar no âmbito do seu Sistema de Gestão Integrado da Qualidade e Ambiente.

Antecipando esse processo de transição, em 2017 a *Inforlandia* levará a cabo uma revisão dos mecanismos e ferramentas de que dispõem atualmente para auscultar e envolver as suas Partes Interessadas relevantes, sendo que nesse exercício se pretende apoiar nos princípios e metodologia proposta pelo standard da *AccountAbility - AA1000SES – Stakeholder Engagement Standard (2015)*, que de resto se alinham amplamente com os *Princípios de Reporting* dos *GRI Standards*.

Para o presente Relatório de Sustentabilidade 2016 foi realizado um *workshop* interno que mobilizou um grupo de colaboradores seniores afetos à gestão intermédia e gestão de topo da *Inforlandia*. Este grupo selecionado de colaboradores mantém um contacto frequente com os vários grupos de *stakeholders* que lhe permite validar e/ou agregar valor à informação captada através de outros mecanismos (e.g. inquéritos de satisfação) a que a empresa recorre para um melhor conhecimento e envolvimento dos seus *stakeholders*.

À luz dos critérios: capacidade de influência sobre as atividades da *Inforlandia* *versus* nível de dependência/vulnerabilidade a impactos decorrentes das atividades da *Inforlandia*; neste *workshop* foram identificadas as Partes Interessadas relevantes, sistematizadas as formas de comunicação com cada uma delas e identificados os principais interesses, necessidades e expectativas de cada uma.

Sintetizam-se abaixo os grupos de Partes Interessadas considerados relevantes para a estratégia de sustentabilidade da *Inforlandia*, bem como, as práticas e ferramentas usadas para comunicar e promover o seu envolvimento, e as respetivas necessidades e expectativas mais expressivas em 2016.

Clientes particulares	
Forma de envolvimento/canais de comunicação	Inquéritos de satisfação; Serviço de assistência técnica e Gestão de Reclamações; websites Inforlandia, INSYS e EliteDigital; página Facebook 'EliteDigital by Inforlandia'
Assuntos, necessidades e expectativas	Atualidade tecnológica e design dos equipamentos; Preço e qualidade/fiabilidade dos equipamentos; Qualidade do serviço comercial e da assistência técnica – presencial e remota; Manuais de utilização acessíveis (multilingues e digitais); Desempenho ambiental; Responsabilidade social e envolvimento com a comunidade;

Clientes corporativos (incl. Distribuidores e Retalhistas)	
Forma de envolvimento/canais de comunicação	Contactos diretos e regulares (com grandes clientes corporativos, distribuidores e retalhistas); Inquéritos de satisfação; Serviço de assistência técnica e Gestão de Reclamações; Presença em Feiras Internacionais; Disponibilização de documentação corporativa mediante solicitação – e.g. Relatórios de Gestão (Ecofin) e Relatórios do Sistema de Gestão de Qualidade e Ambiente websites Inforlandia; INSYS e EliteDigital; página Facebook 'EliteDigital by Inforlandia';
Assuntos relevantes, necessidades, expectativas	Atualidade tecnológica e design dos equipamentos; Preço e qualidade/fiabilidade dos equipamentos; Capacidade e flexibilidade produtiva; Atributos de eficiência energética, segurança e certificações de produto; Qualidade da assistência técnica – presencial e remota; Agilidade e eficiência na comunicação e gestão de informação – PIM (Product

	<i>Information Management</i>), ERP, CRM, social networking Desempenho económico-financeiro; Desempenho ambiental; Internacionalização
--	--

Accionistas	
Forma de envolvimento/canais de comunicação	Reuniões do Conselho de Administração; Relatórios de Gestão (Ecofin); Relatórios de Revisão do Sistema de Gestão de Qualidade e Ambiente
Assuntos relevantes, necessidades, expectativas	Desempenho económico-financeiro e modelo de negócio; Internacionalização; Dinâmica de I&D e Inovação; Capacidade instalada e flexibilidade produtiva; Produtividade e alcance de objetivos; Desempenho ambiental;

Trabalhadores	
Forma de envolvimento/canais de comunicação	Reuniões internas departamentais e coletivas; Eventos de <i>team-building</i> ; Contactos informais quotidianos;
Assuntos relevantes, necessidades, expectativas	Qualidade das condições e ambiente de trabalho; Formação e progressão na matriz de competências profissionais; Equilíbrio vida profissional – pessoal; Igualdade de oportunidades; Desempenho ambiental; Responsabilidade social e envolvimento com a comunidade;

Fornecedores e parceiros	
Forma de envolvimento/canais de comunicação	Contactos regulares e visitas presenciais às instalações produtivas dos fornecedores e parceiros mais relevantes; Inquéritos a Fornecedores; Presença em Feiras Internacionais Disponibilização de documentação corporativa mediante solicitação – e.g. Relatórios de Gestão (Ecofin) e Relatórios do Sistema de Gestão de Qualidade e Ambiente
Assuntos relevantes, necessidades, expectativas	Agilidade e eficiência na comunicação e gestão de informação – PIM (<i>Product Information Management</i>), ERP, CRM, social networking; Estabelecimento de relações estáveis e de mútuo benefício; Pro-atividade no desenvolvimento de projetos colaborativos; Capacidade instalada e flexibilidade produtiva;

Entidades de regulação e supervisão	
Forma de envolvimento/canais de comunicação	Contactos diretos com as entidades para esclarecimentos, orientações, etc ; Relatórios diversos e respostas a pedidos de informação pelas entidades; Documentação técnica sobre equipamentos;
Assuntos relevantes, necessidades, expectativas	Conformidade legal das atividades produtivas e comerciais da empresa; Conformidade, segurança e qualidade dos equipamentos; Cumprimento das obrigações legais – fiscais, laborais, ambientais;

Sociedade	
Forma de envolvimento/canais de comunicação	Websites Inforlandia, INSYS e EliteDigital; Página facebook 'EliteDigital by Inforlandia'; Iniciativas promovidas, apoiadas ou participadas pela Inforlandia; Orgãos de comunicação social (comunicação unidireccional);
Assuntos relevantes, necessidades, expectativas	Valorização da indústria nacional e europeia (produtos e serviços); Desempenho Ambiental; Participação no combate à Info-exclusão/desenvolvimento da Sociedade de Informação

Comunidade do Sistema Científico-Tecnológico Nacional	
Forma de envolvimento/canais de comunicação	Plataformas comuns de relacionamento – e.g. Pólo TICE.pt, Pólo Produtech; Relacionamento informal com agentes do Sistema Científico e Tecnológico nacional;
Assuntos relevantes, necessidades, expectativas	Projetos colaborativos de I&D e Inovação (pro-atividade para desenvolvimento); Estabelecimento de parcerias de médio-longo prazo e definição de roteiros partilhados de I&D aplicada

_4.2 - O apuramento dos assuntos materiais

[GRI Standards disclosures: 102-46, 102-47]

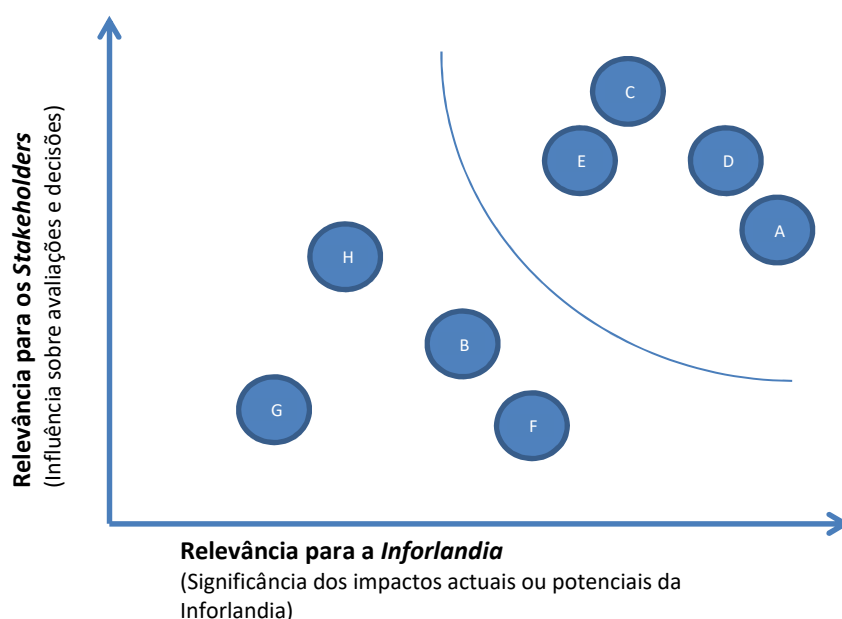
Para a identificação de quais os tópicos sobre os quais centrar o relato do desempenho da *Inforlandia* em 2016 e seu contributo para o Desenvolvimento Sustentável foram seguidas as respetivas orientações *GRI Standards*, particularmente as subjacentes às *Disclosures 102-46 e 102-47*, e refletidas na seguinte metodologia faseada:

1. Envolvimento e auscultação das Partes Interessadas relevantes, conforme descrito no ponto anterior (4.1.1), com vista à identificação de assuntos, necessidades e expectativas a serem consideradas pela *Inforlandia* ;
2. Consideração do contexto de sustentabilidade da *Inforlandia* – Visão, valores e compromissos, Análise SWOT e Estratégia de crescimento, Política integrada

de Qualidade e Ambiente, Matriz de aspetos/impactos ambientais, requisitos normativos, etc;

3. Análise de *benchmarking* sobre empresas equiparáveis e respetivos relatos corporativos sobre sustentabilidade;
4. Exercício de síntese (sobre a informação captada em 1, 2 e 3) e agrupamento em tópicos com relevância material para o reporte de sustentabilidade de 2016 – (mantendo presentes os *Reporting Principles* relevantes propostos pelo *GRI Standards*);
5. Revisão e validação pelo Conselho de Administração.

No âmbito desta metodologia validou-se uma *Matriz de Materialidade* onde se sintetizam os tópicos que em 2016 destacaram pela sua **relevância material** no contexto de sustentabilidade da *Inforlandia* e sobre os quais se procede a uma caracterização mais detalhada nos pontos seguintes deste capítulo – i.e. os assuntos posicionados no quadrante superior direito da referida matriz.



A – Desempenho económico-financeiro e Estratégia de crescimento (+)

B – Desempenho operacional e flexibilidade produtiva

C - Comunicação e Gestão de Informação com clientes, fornecedores e parceiros (+)

D – I&D e Inovação (+)

E – Responsabilidade ambiental (+)

F – Valorização do Capital Humano

G – Conformidade legal e regulatória

H – Envolvimento com a comunidade

(+) Assunto Material em 2016

_4.3 – Tópicos materiais 2016: Abordagens de gestão e Indicadores de desempenho

<4.3.1> Desempenho económico-financeiro e Estratégia de crescimento

[GRI Standards disclosures: 103-1, 103-2, 103-3, 201-1, 201-2, 201-3, 201-4]

.: A materialidade deste tópico...

Com um elevado ritmo de inovação no desenvolvimento de novos produtos (de eletrónica de consumo) e de novas tecnologias de processo (de fabrico), o ecossistema industrial ligado à produção e comercialização de equipamentos TIC/ eletrónica de consumo tem sido caracterizado por rápidas e profundas transformações em toda a extensão da cadeia de valor e na alteração das vantagens comparativas dos agentes envolvidos.

A acentuada dinâmica de crescimento do sector tem assim sido acompanhada por constantes alterações no arranjo de relações entre os múltiplos agentes industriais envolvidos na fileira produtiva, daí decorrendo desafios e oportunidades que com frequência colocam em causa a própria sobrevivência dos agentes menos capazes de reagir às referidas alterações de contexto (local e global).

A crise económico-financeira que se iniciou em 2007 foi particularmente sentida pelos agentes do sector TIC, determinando no contexto nacional o desaparecimento de um conjunto significativo de agentes e redefinindo novas lógicas de relacionamento entre os agentes que conseguiram vencer esse período de recessão e transformação.

Apesar de ter resistido à crise global que se iniciou em 2007 e de apresentar em 2016 uma situação económica e financeira equilibrada, a Inforlandia continua a reconhecer a atualidade e relevância de não descurar esforços na consolidação e sustentabilidade do seu trajeto de crescimento - Entendendo que só dessa forma pode honrar os compromissos que decorrem da sua Missão, bem como, gerar valor para os seus principais *stakeholders*, designadamente Acionistas, Colaboradores, Fornecedores e Parceiros e Sociedade (impostos).

.: A respectiva abordagem de gestão...

Para a *Inforlandia*, a capacidade de assegurar um desempenho económico-financeiro sustentável e gerador de valor acrescentado para a empresa e para o seus *stakeholders* depende pois de uma leitura estratégica, contínua e abrangente, sobre o conjunto de oportunidades e ameaças que se colocam ao sector TIC global e europeu e, nesse contexto, da sua agilidade em melhor se posicionar em cada momento (gerindo pontos fortes e fracos) no sentido de capitalizar as oportunidades e de gerir os riscos associados às ameaças identificadas.

Consideradas as 4 áreas de negócio em que a *Inforlandia* estrutura a sua atividade - *Desenvolvimento e produção de equipamentos; Retalho; Soluções Corporativas; e Distribuição* – e consciente da sua dimensão relativa no contexto dos ecossistemas nacional, europeu e

global, a *Inforlandia* tem como pilares definidores da sua estratégia de crescimento em 2016 os seguintes:

- Consolidação crescente da sua dimensão central e diferenciadora enquanto agente industrial de conceção, desenvolvimento e produção de equipamentos de marca própria, bem como, sob o modelo de SEM/ODM para marcas de terceiros;
- Intensificação do investimento em ações de Internacionalização que promovam: uma redução progressiva da dependência da vitalidade do mercado doméstico, bem como, a diversificação da sua base de clientes e consequente redução da expressividade das flutuações de procura decorrentes de clientes de grande dimensão com necessidades pontuais e dificilmente previsíveis que comprometem a capacidade de planeamento de operações e logística da empresa / estabilidade da capacidade de oferta num conjunto amplo de mercados;
- Aposta numa estratégia de “reshoring” da bolsa de fornecedores da empresa, privilegiando os fornecedores nacionais e europeus, conciliada com as oportunidades que a Indústria 4.0 apresenta sobre novas tecnologias de processo de fabrico que possam tornar mais competitiva e viável essa estratégia de redução da dependência de fornecedores longínquos e de aumento da capacidade de fabricação própria de um maior número de componentes e/ou tecnologias;
- Manutenção da estratégia de diferenciação no mercado sustentada nos eixos da capacidade de inovação contínua, da aposta em tecnologias de processo competitivas e geradoras de flexibilidade produtiva e de elevada capacidade de personalização de equipamentos (sem limites mínimos de produção).

.: A monitorização de resultados e principais indicadores de suporte...

Em 2016 a *Inforlandia* preparou um programa de investimentos integrado no valor global aproximado de 500 mil euros, que será executado durante o período 2016-2018.

Este programa de investimentos aborda um conjunto diversificado e coerente de dimensões essenciais para a prossecução das linhas estratégicas acima identificadas, designadamente investimentos dirigidos a uma maior visibilização da empresa em eventos internacionais do sector (e.g. *Bett Show*, *Distree EMEA*, *Intel Solutions Summit*, e *Microsoft Tech Summit*), bem como num conjunto de mercados internacionais definidos como prioritários, sem perder de vista investimentos dirigidos à qualificação/reforço de um conjunto transversal de fatores dinâmicos de competitividade da empresa que devem estar presentes como suporte ao investimento em Internacionalização.

“Este projeto da *Inforlandia* permitirá preparar a empresa para mais facilmente operar em mercados externos através de processos desmaterializados com clientes (clientes finais e distribuidores) e fornecedores. Serão desenvolvidas e implementadas soluções de gestão integrada de conteúdos promocionais e de divulgação de produtos

(características técnicas e preços) com a gestão comercial e o serviço pós-venda.

Também numa combinação entre perceção de qualidade do produto e ecoeficiência serão feitas certificação específicas de produto (certificação EPEAT e EnergyStar e Eco Declaration), muito valorizadas e solicitadas pelos mercados internacionais, em particular para acesso a concursos públicos de fornecimento de equipamentos informáticos e eletrónica.”

Gabriel Santos, Administrador Inforlandia

Com a execução deste programa de investimentos integrado a Inforlandia considera que conseguirá dar um salto qualitativo na resolução das fragilidades que diagnostica como mais relevantes em 2015/16, passando a dispor das condições que considera essenciais para executar com sucesso a sua estratégia de crescimento e alcançar um bom e sustentado desempenho económico-financeiro nos próximos 3-4 anos.

Abaixo apresentam-se os principais indicadores relativos à caracterização do Desempenho Económico de 2016 conforme o *Standard GRI 201*. Como se compreende, estes indicadores não refletem ainda os benefícios decorrentes do programa de investimentos acima descrito.

[201-1] Valor Económico Gerado e Valor Económico Distribuído

(Valores arredondados ao milhar)	2014	2015	2016	Variação 2015 : 2016
Valor Económico Gerado (€)				
Vendas	14 438 000	10 293 000	9 935 000	-357 000
Prestação de Serviços	139 000	114 000	110 000	-3 000
Juros de Depósitos e outros	41 000	30 000	19 000	-12 000
Descontos de PP obtidos	0	300	1 000	700
Ganhos em Alienações	2 0000	800	400,00	-400
Total	14 620 000	10 438 000	10 066 000	-372 000
Valor Económico Distribuído (€)				
Custo das Mercadorias Vendidas e das Matérias Consumidas	12 604 000	9 080 000	8 501 000	-578 000
Fornecimento e Serviços Externos	606 000	530 000	482 000	-48 000
Salários e Benefícios de Empregados	637 000	738 000	772 000	34 000
Pagamentos a Fornecedores de Capital	320 000	57 000	155 000	97 000
Dividendos distribuídos a Accionistas	0	0	0	0
Pagamentos ao Governo	13 000	16 000	15 000	-400
Donativos	0	400	0	-400
Total	14 181 000	10 421 000	9 926 000	-496 000
VEG - VED	440 000	17 000	140 000	124 000

[201-2] Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades para as actividades da Inforlandia decorrentes das Alterações Climáticas

Embora consciente e preocupada com o processo de Alterações Climáticas que se manifesta a nível global de variadas formas (Fenómenos meteorológicos extremos, Subida do nível médio do mar, Incêndios, Secas e Inundações, Deslocação de populações, Custo da energia) a *Inforlandia* não reconhece existir para já a necessidade de dispor de um plano de contingência para os riscos e eventuais oportunidades que dessas alterações possam ocorrer.

Com a totalidade das operações produtivas localizadas em Portugal, a *Inforlandia* considera que as suas instalações estão devidamente protegidas contras o mais imediatos impactos diretos que possam vir a tomar lugar.

Os maiores riscos que a empresa pondera prendem-se com os impactos da alterações climáticas sobre a sua bolsa de fornecedores – designadamente os fornecedores asiáticos, cuja capacidade de produção e/ou logística de transporte de componentes pode ser afetada. Contudo a *Inforlandia* já assume como estratégia de médio-longo prazo a redução progressiva da dependência destes fornecedores mais remotos, em favorecimento do desenvolvimento da indústria de componentes nacional e europeia, bem como, da sua própria capacidade produtiva alargada a um maior número de componentes, sustentada na emergência de novas e disruptivas tecnologias de processo (Indústria 4.0, ...) que tornarão essa produção competitiva, mesmo no contexto dos “custos de produção europeus”.

[201-3] Obrigações associadas ao “Plano de Benefícios Definido” e a outros Planos de reforma

Todos os colaboradores da *Inforlandia* estão contemplados pela normativa legal Portuguesa relativa aos mecanismos de apoio em caso de reforma, mas também de desemprego, baixas médicas, parto, entre outras situações específicas – o Código dos Regimes Contributivos do Sistema Previdencial de Segurança Social, que a *Inforlandia* naturalmente respeita.

Segundo esta normativa, há lugar a uma contribuição mensal para o Sistema Previdencial de Segurança Social respeitante a cada trabalhador, sendo que essa contribuição é assegurada, de acordo com a lei, de forma partilhada entre o trabalhador e a *Inforlandia* – o montante de contribuição por cada uma das partes é apurado como uma percentagem do salário bruto do trabalhador, sendo que o trabalhador contribui com 11% desse valor e a *Inforlandia* contribui com 23,75% desse valor.

Alem deste contributo, a *Inforlandia* não faz contribuições para outros planos de reformas extraordinários de carácter voluntário, ou outros benefícios pós-emprego que não sejam pensões.

De acordo com a performance dos resultados anuais da empresa, procede pontualmente a contribuições para planos de reforma dos seus colaboradores.

[201-4] Apoios financeiros recebidos do Estado

Com exceção dos apoios financeiros inerentes à realização de estágios profissionais (6 estágios em 2015/2016 e 7 estágios em 2016/2017), em 2016 a Inforlandia não recebeu apoio financeiro estatal de qualquer outro tipo (co-financiamento de projetos, incentivos financeiros ou fiscais, desagravações, etc).

<4.3.2> Comunicação e Gestão de Informação com clientes, fornecedores e parceiros

[GRI Standards disclosures: 103-1, 103-2, 103-3, 417-1, 417-2, 417-3]

.: A materialidade deste tópico...

Nos trabalhos preparatórios de auscultação de *stakeholders*, bem como, de mobilização de informação interna complementar com vista ao apuramento dos tópicos materiais em 2016 foram apurados diversos aspetos com relevância interna e externa (*stakeholders*) que se relacionam em torno do tópico da Comunicação, Marketing e Gestão de Informação, entre os quais:

- Qualidade do serviço comercial e da assistência técnica, pré e pós-venda, presencial e/ou remota;
- Informação de produto e Manuais de utilização;
- Integração de fluxos de informação *backoffice* (fornecedores e parceiros) - *frontoffice* (comercialização e assistência técnica);
- Marketing (marcas, produtos e serviços) e presença digital;
- Redundância / overlap de processos e rotinas de gestão de informação.

Considerando o posicionamento da Inforlandia na cadeia de valor em que se insere – i.e. fabricante/integrador, bem como, distribuidor e vendedor de equipamentos TIC, a capacidade de comunicação e de gestão de informação com clientes, fornecedores e parceiros assume uma manifesta relevância...

- ... para a própria Inforlandia – numa perspetiva da racionalidade e maximização de desempenho dos seus processos centrais (ver mapa de processos em 3.3), desde a concepção e desenvolvimento à comercialização e assistência pós-venda ;
- ... para os fornecedores e parceiros - cuja preocupação passa pela otimização das eficiências logísticas e produtivas de todas as partes envolvidas;
- ... para os consumidores, individuais (B2C) e corporativos (B2B) – junto dos quais deve conseguir comunicar com eficácia os seus produtos e serviços (Marketing), contribuindo para assegurar escolhas bem informadas, fluidez dos processos de venda, bem como, rapidez e eficácia nos processos de assistência técnica pré e pós-venda.

.: A respetiva abordagem de gestão...

A materialidade deste tópico sintetiza-se assim segundo duas dimensões chave.

A dimensão de marketing e comunicação, na qual se joga a capacidade da Inforlandia conseguir comunicar, de forma diferenciada e adequada aos seus principais segmentos de clientes e parceiros: a sua missão, mote e princípios de atuação, os seus principais produtos os respetivos atributos inovadores, bem como outros aspetos que contribuam para a sua visibilidade, credibilidade e diferenciação em relação aos agentes concorrentes nacionais e internacionais.

E, por outro lado, a dimensão da gestão de informação, eficiente e integrada, considerando os fluxos gerados nos vários processos em que a Inforlandia estrutura a sua atividade produtiva e comercial – Uma dimensão onde importa conseguir uma integração tão ampla quanto possível, a fim de maximizar a eficiência dos processos, minimizar erros e ineficiências de recursos em operações de gestão de informação redundantes, bem como, a fim de garantir uma eficaz rastreabilidade de produtos e componentes que se revela essencial nos processos de assistência pós-venda, na gestão de relações com fornecedores.

..: A monitorização de resultados e principais indicadores de suporte...

Face ao diagnóstico realizado pela Inforlandia sobre o seu posicionamento/performance nestas duas dimensões centrais, a empresa preparou em 2016 um conjunto de medidas que ambicionam alcançar uma relevante transformação e modernização dos seus recursos e ferramentas de Comunicação, Marketing e Gestão da Informação.

Assim, de forma articulada com os seus objetivos de crescimento e de consolidação da sua presença em mercados internacionais, no programa de investimentos integrado mencionado no ponto 4.3.1. a Inforlandia contemplou um conjunto de medidas de inovação organizacional com especial impacto esperado sobre a desmaterialização dos processos e a integração dos diversos fluxos de informação gerados com fornecedores, parceiros e clientes, bem como, sobre os recursos e ferramentas de apoio ao desenvolvimento de novos conteúdos promocionais e de comunicação das suas marcas, produtos e serviços, designadamente:

- revisão da estratégia de comunicação on-line e upgrade significativo das especificações funcionais dos diferentes websites Inforlandia;
- desenvolvimento de uma solução multilingue para o software de ERP (*Enterprise Resource Planning*);
- integração do ERP com os websites de *e-commerce* B2C (Elite Digital) e B2B (Distribuição);
- integração do ERP com o software de gestão da atividade de fabricação de equipamentos;
- implementação de nova solução CRM (*Customer Relationship Management*) e respetiva integração com o ERP, para maior eficiência e agilidade de processos de assistência-técnica e acionar garantias de produto
- desenvolvimento e implementação de solução PIM (*Product Information Management*)
- desenvolvimento e implementação de solução *WebSensing* (pesquisa automática de informação técnica e de preços ao nível da concorrência) integrada com ERP e PIM
- desenvolvimento e implementação de solução *QR Code* online
- desenvolvimento de solução integrada multilingue para sistema de rastreabilidade e identificação única de produto
- desmaterialização/ 'digitalização' dos Manuais de Utilização e sua produção multilingue;

A implementação / execução destas medidas decorrerá durante 2017 e 2018 pelo que não é possível ainda reportar sobre os resultados alcançados e a sua efetividade face aos objetivos pretendidos.

Apesar de não se considerar que este tópico material esteja integralmente alinhado com qualquer dos GRI Standards temáticos (séries 200, 300 ou 400), considera-se pertinente abordar as divulgações ('disclosures') previstas no GRI (Standard) 417, relativo ao 'Marketing e Rotulagem' dos produtos da Inforlandia, pelo que a esse respeito importa salientar os seguintes pontos.

[417-1] Requisitos sobre informação e rotulagem dos produtos e serviços

Embora considere a possibilidade da sua implementação a médio prazo, a Inforlandia não dispõe de procedimentos implementados associados à rotulagem dos seus produtos que contemplem informação sobre a origem ('sourcing') dos componentes que integram os seus produtos.

Por outro lado, em observação da regulamentação europeia vigente, designadamente a Diretiva RoHS (*Restrição do uso de determinadas substâncias perigosas em equipamentos eléctricos e electrónicos*) [2011/65/EU], todos os produtos contemplam informação específica sobre os componentes ou materiais que podem gerar impactos ambientais em caso de incorrecta gestão dos resíduos quando terminado o seu tempo de vida.

Importa ainda salientar o cumprimento do preceituado por outras Diretivas comunitárias aplicáveis, designadamente:

- a Diretiva EMC (Compatibilidade Electromagnética) [2014/30/EU],
- a Diretiva LVD (Baixa Tensão) [2014/35/EU],
- e a Diretiva R&TTE (Equipamentos de rádio e equipamentos terminais de telecomunicações) [2014/53/EU].

Suplementarmente é fornecida informação e orientações para a sua utilização de forma segura, assim como, orientações sobre como proceder à correta gestão dos equipamentos uma vez alcançado o seu fim de vida.

Esta informação na rotulagem/documentação associada ao produto é igualmente reforçada no website da principal marca dos seus equipamentos – a INSYS:

“a Inforlandia disponibiliza os contactos de organizações responsáveis pela recolha de resíduos electrónicos, embalagens e baterias, quando estes terminam o seu propósito e precisam de ser descartados.

No fim de vida útil, o seu PC não poderá receber o mesmo tratamento que os diferentes resíduos domésticos. Sem custos adicionais e de forma a existir responsabilidade ambiental, o utilizador deverá entregar o equipamento num ponto de recolha especificamente destinado à reciclagem de resíduos de aparelhos eléctricos e electrónicos. Poderá obter mais informações relativamente aos diferentes pontos de recolha deste tipo de resíduos nos seguintes contactos: (...)

Se é operador de reciclagem e precisa de instruções de desassemblagem, com identificação de materiais do Anexo VII da Diretiva WEEE, por favor contacte: (...)"

in <http://www.insys.pt/sobre-2>

[417-2] Incidentes de não conformidades relativas a informação e/ou rotulagem de produtos e serviços

A Inforlandia não identificou em 2016 qualquer não conformidade sobre Informação e Rotulagem de equipamentos que não tenham respeitado a regulamentação nacional e europeia.

A Inforlandia não adere a nenhum código voluntário relativo a Informação e Rotulagem de produtos.

Não obstante, iniciou em 2016 um conjunto de processos de preparação para a obtenção de selos de produto, designadamente: certificação EPEAT, certificação Energy Star, IT Eco Declaration, TCO.

[417-3] Incidentes de não conformidades relativas a Ações / Comunicações de Marketing

A Inforlandia não identificou em 2016 qualquer não conformidade sobre acções de Comunicação & Marketing que não tenham respeitado a regulamentação nacional e europeia.

A Inforlandia não adere a nenhum código voluntário relativo a Ações/Comunicações de Marketing, embora se paute por princípios de bom senso e de não invasividade do consumidor.

<4.3.3> I&D e Inovação

[GRI Standards disclosures: 103-1, 103-2, 103-3]

..: A materialidade deste tópico...

A capacidade inovativa da *Inforlandia* sempre foi encarada como uma vertente fundamental na sua capacidade de diferenciação e competitividade no mercado, sendo considerada indissociável do objetivo de ...

‘desenvolver e fabricar equipamentos TIC de qualidade, com atributos inovadores e diferenciadores, conseguidos através de um elevado grau de incorporação de tecnologias próprias e competência produtiva de excelência’.

... Muito valorizada pelos clientes e pelos principais parceiros, esta capacidade inovativa decorre dos esforços realizados a montante em termos de Investigação Industrial e Desenvolvimento Experimental (I&D).

Ambas as dimensões são ativamente estimuladas pela gestão de topo e têm-se refletido no lançamento de produtos de qualidade e competitividade reconhecidas pelo mercado.

**..: A respetiva abordagem de gestão...**

A inovação é gerida de forma integrada e inspirada nas orientações emanadas pela Norma Portuguesa NP 4457 (relativa aos princípios e requisitos a ser observados por um Sistema de Gestão da Investigação, Desenvolvimento e Inovação), materializando-se não apenas em inovação de produto, mas igualmente em inovação de processos/tecnologias de produção adotadas, bem como, inovações de comunicação e marketing.

A inovação de produto é contudo encarada como o mote central e, desse ponto de vista, a capacidade de Investigação/Conceção & Desenvolvimento assume uma importância chave.

Com frequência esta dimensão de atividade é desenvolvida de forma colaborativa com parceiros da Indústria e do Sistema Científico-Tecnológico.

.: A monitorização de resultados e principais indicadores de suporte...

Com um relevante portfólio de produtos e serviços baseados em inovações alcançadas pela *Inforlandia*, destacam-se as mais recentes, algumas das quais tendo resultado em ações de Proteção de Propriedade Intelectual (registo de marcas e/ou pedidos de patente):

- ❖ **Gama INSYS EduPro:** linha de equipamentos especificada e desenvolvida tendo em conta as particularidades e necessidades dos utilizadores do sector educativo – alunos, professores e instituições de ensino. A gama INSYS Edu.Pro é fruto de uma forte aposta na segurança, acessibilidade e personalização.

- ❖ **BAC – Brand Art Concept:** refere-se a um inovador serviço de customização de imagem dos equipamentos que permite ao cliente inserir a sua imagem/identidade corporativa. Recorre às mais modernas tecnologias de impressão multi-superfície e ambientalmente amigáveis (*ChemFree pad print, 3D vacuum sublimation, UV direct digital print, laser etching, digital color laser print*), e distingue-se pela extrema flexibilidade que permite produzir pequenos lotes de equipamentos ou, no limite, exemplares únicos.

Esta personalização reveste-se de interesse para os clientes corporativos em duas vertentes essenciais: promoção da imagem corporativa em equipamentos/suportes de elevada visibilidade, e segurança passiva contra a apropriação indevida de equipamentos.



- ❖ **CUCo – Central Unit Control:** desenvolvida em consórcio liderado pela *Inforlandia*, refere-se a uma inovadora tecnologia de segurança, considerada única no mercado mundial, que permite o 'self-check', a localização e o bloqueio remoto dos equipamentos através de uma solução diferenciada (das já existentes) que envolve uma atuação concertada entre hardware, firmware e software. Bem aceite pelo mercado de clientes corporativos, é considerada uma tecnologia facilitadora extremamente útil para um conjunto de clientes (educação, operadores de telecomunicações, empresas, etc) com necessidades específicas ao nível do controlo e proteção contra incumprimentos contratuais, permitindo a operacionalização efetiva do conceito 'renting' de Hardware / HaaS (*Hardware as a Service*).



<4.3.4> Responsabilidade ambiental*[GRI Standards disclosures: 103-1, 103-2, 103-3, 306-2, 307-1]***.: A materialidade deste tópico...**

Desde sempre consciente da sua responsabilidade para com a sustentabilidade ambiental, designadamente considerando a minimização dos impactos ambientais associados às suas atividades industriais e comerciais, bem como, dos associados aos equipamentos que fabrica e/ou comercializa, em 2016 a Inforlandia continua a encarar o seu desempenho ambiental como um tópico de relevância no contexto do seu contributo para o Desenvolvimento Sustentável.

A responsabilidade ambiental está assumida de forma explícita no conjunto de Valores que a empresa associa ao enunciado da sua Missão, já apresentados no ponto 3.3, entre os quais se encontra a:

Orientação para o Ambiente - Desenvolver uma consciência e responsabilidade ambiental que garantam a prevenção da poluição e a minimização dos impactos ambientais associados às suas atividades, melhorando continuamente o seu desempenho ambiental, otimizando a separação seletiva de resíduos e reduzindo a quantidade específica produzida.

A relevância da responsabilidade ambiental da Inforlandia é de resto suportada pelas expectativas e interesses dos seus principais *stakeholders* (clientes, parceiros, trabalhadores, acionistas, sociedade e entidades de regulação e supervisão), com os quais a Inforlandia trabalha no sentido da sua crescente mobilização relativamente a posturas de ‘produção e consumo’ ambientalmente mais responsáveis – i.e.:

- a procura de processos de produção mais eficientes (menor consumo de recursos logísticos e produtivos, minimização de impactos ambientais associados às tecnologias de processo, promoção da ‘economia circular’ e consideração da análise de ciclo de vida do produto),
- o desenvolvimento de equipamentos mais duráveis (maior tempo de vida), com menores impactos ambientais associados à sua utilização,
- o desenvolvimento de estratégias/programas de reutilização (upgrade e recondição) de equipamentos, bem como, de desassemblagem segura de equipamentos em fim de vida e respetiva valorização de componentes.

.: A respetiva abordagem de gestão...

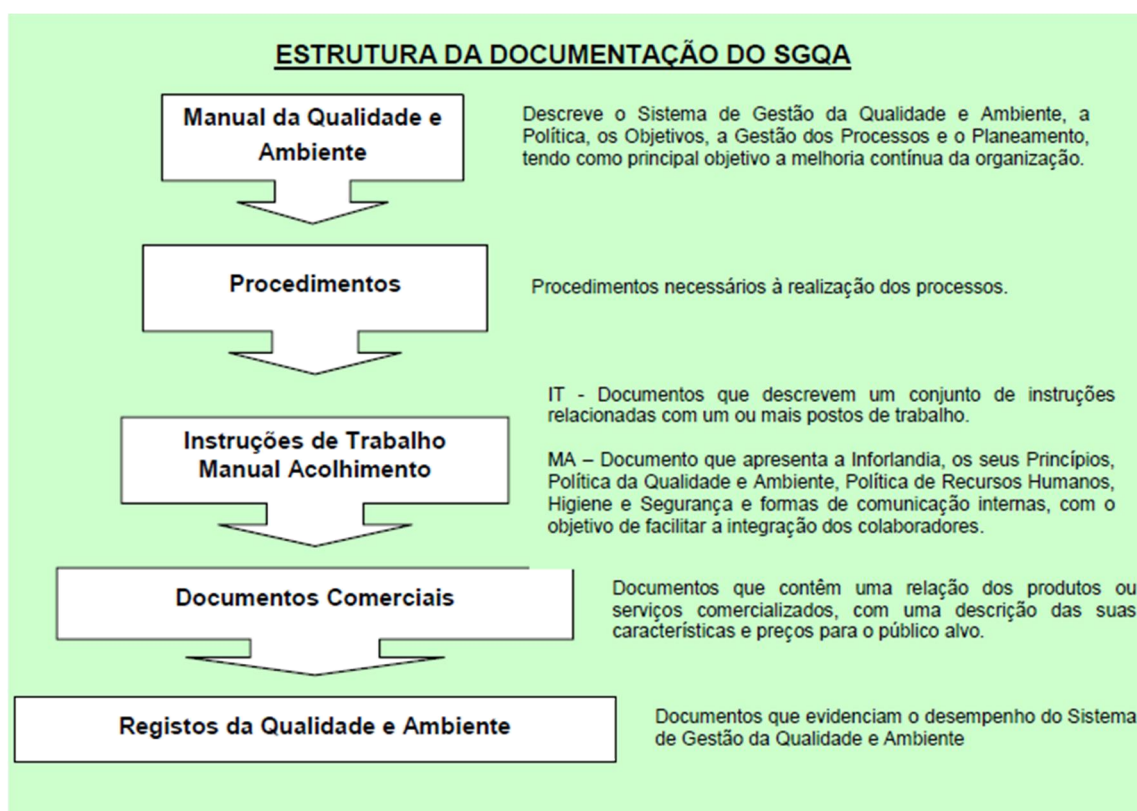
Este compromisso de ‘Orientação para o Ambiente’ é refletido e operacionalizado pelo Sistema de Gestão Integrado de Qualidade e Ambiente, implementado desde 2012 e externamente certificado de acordo com os referenciais ISO 9001 e ISO 14001.

Com recurso a métricas e indicadores de performance, bem como, avaliação de conformidade com os princípios de gestão e requisitos normativos destes referenciais, o SGQA da Inforlandia

é objeto de revisão anual – um momento de análise retrospectiva sobre a performance da empresa e de balanço prospetivo sobre as metas para o ano seguinte, materialmente documentado nos **Relatórios Anuais de Revisão** (do SGQA).

Operacionalizado através de uma abordagem por processos suportada pelo ciclo PDCA (*Plan-Check-Do-Act*), devidamente refletida em procedimentos documentados, é através do seu SGQA que a Inforlandia assegura uma atuação ambiental responsável e enquadra as várias iniciativas e programas que visam a melhoria contínua do seu desempenho ambiental – Seja o cumprimento das obrigações de conformidade relacionadas com questões de gestão e proteção ambiental; seja o desenvolvimento de outras iniciativas voluntárias consideradas relevantes para a plena assumpção da sua responsabilidade ambiental e dos seus objetivos de gestão ambiental.

Documentalmente o SGQA é suportado pelo **Manual da Qualidade e Ambiente**, documento de referência permanente para a implementação e manutenção do referido sistema, sobre o qual se desencadeia uma produção documental diversa que se ilustra no esquema abaixo.



No programa integrado de investimentos que a Inforlandia preparou em 2016 para o período 2016-2018 foi incluído, a par das outras iniciativas já descritas (pontos 4.3.1 e 4.3.2), o processo de transição do SGQA para as novas versões dos referenciais ISO 9001 e ISO 14001, publicadas em 2015, cuja adoção será compulsória a partir de 2018.

.: A monitorização de resultados e principais indicadores de suporte...

Sobre a gestão ambiental inerente ao desenvolvimento das suas atividades industriais e comerciais, salienta-se que a mesma é conduzida no âmbito do Processo 'P32 - Gerir Ambiente', contextualizado no Sistema de Gestão Integrado de Qualidade e Ambiente da empresa. O processo 'P32 - Gerir Ambiente' operacionaliza-se essencialmente através das seguintes etapas:

- a análise de 'Conformidade com os requisitos legais e outros';
- o diagnóstico da 'Matriz de Identificação de Aspetos Ambientais e Avaliação de Impactos';
- e o estabelecimento e alcance de objetivos ambientais (definidos de forma apropriada e contextualizada à realidade/contexto da Inforlandia, relevando as principais preocupações ambientais).

Sobre a análise de conformidade com os requisitos legais e outros, a metodologia seguida em 2016 mantém-se idêntica desde a implementação do seu Sistema de Gestão Ambiental conforme a ISO 14001, em 2012. Esta metodologia é suportada numa plataforma eletrónica de gestão de obrigações de conformidade – a plataforma 'myLEX' – através da qual se garante o acesso e identificação das obrigações de conformidade (i.e. os requisitos legais que a empresa tem de cumprir, bem como, outros requisitos tem que ou escolhe cumprir, conforme definição da ISO 14001:2015), e a análise da aplicabilidade em contexto prático da empresa para posterior verificação do cumprimento dessas obrigações.

Mediante a verificação do cumprimento poderão ser desencadeadas ações para resolver potenciais desvios detetados. Todos os resultados desta análise de conformidade são publicados anualmente na Ata da Reunião de Revisão dos Sistema e disponibilizados para consulta mediante solicitação.

Do ponto de vista da análise de conformidade realizada em 2016 destacam-se abaixo os principais resultados por descritor:

- **Geral:** Licenciamento Industrial – Alvará de Utilização das instalações da Inforlandia, n.º 279/2006
- **Água:** Captação / Consumo / Descarga - Abastecimento pela rede pública; Disponibilizada água engarrafada; A descarga de águas residuais é apenas doméstica e utiliza o coletor municipal.
- **Ar:** Substâncias empobrecem a camada Ozono / Gases Fluorados com efeito de estufa – A Inforlandia mantém um mapa de controlo de equipamentos de refrigeração das instalações de Aveiro (sede e loja) e Lisboa - gás refrigerante, quantidade e capacidade de refrigeração. Cada equipamento possui uma ficha de identificação, onde são registadas todas as intervenções. Empresa e técnicos certificados para manutenção dos AC's. A Inforlandia não possui equipamentos que contenham quantidades iguais ou superiores a 5 toneladas de equivalente de CO2 e 3 kg ou mais de gás fluorado, não se aplicando a comunicação anual à APA.
- **Energia:** Certificação Energética - Aplica-se o SCE à fração 194-C da loja de Lisboa (de acordo com parecer da ADENE) – Foi obtido o Certificado de Desempenho Energético e da Qualidade do Ar Interior n.º CE72367631 emitido pela ADENE a 8/11/2013.

- **Resíduos:** Geral / Embalagens / REEE / Pilhas e Acumuladores / Óleos usados / Pneus – A Inforlandia cumpre os vários diplomas legais aplicáveis a este tema, tendo contrato com a Sociedade Ponto Verde (SPV), ERP Portugal e Ecopilhas. Atribuição do número de produtor equipamento elétricos e eletrónicos e de produtor de pilhas e acumulares à Inforlandia, pela ANREEE. A Inforlandia procedeu ao registo anual no SIRAPA. Foi submetido o MIRR (Aveiro e Lisboa) até 31/03 referente a 2016.
- **Ruído:** Equipamentos – Apenas se aplica o conceito de ruído ocupacional e não ambiental.
- **Substâncias Perigosas:** Classificação, notificação, embalagem e rotulagem - A Inforlandia solicita e verifica todas as FDS's de todos os produtos utilizados, mantendo arquivo das mesmas. É verificada a rotulagem dos produtos utilizados.
- **Responsabilidade Ambiental:** Foi efetuada um depósito caução no valor de 200€ para correção ou eliminação de eventuais danos ambientais, dando assim resposta ao DL 147/2008.

Relativamente ao diagnóstico da 'Matriz de Identificação de Aspetos Ambientais e Avaliação de Impactos' a metodologia seguida pela Inforlandia rege-se pelas seguintes etapas:

- #1 - Revisão anual (ou sempre que necessário) da Matriz de Identificação de Aspectos Ambientais e Avaliação de Impactos onde são reanalisados os Aspectos Ambientais, contemplando as atividades, produtos e serviços da Inforlandia – pré-existentes ou novos no ano de referência
- #2 - Reanálise da classificação desses Aspectos tendo por base critérios previamente estabelecidos pela Inforlandia
- #3 - Para os Aspectos Ambientais classificados como 'significativos', que carecem de maior acompanhamento e preocupação por parte da Inforlandia, são definidos objetivos e indicadores de desempenho/avaliação, bem como, definidas as ações consideradas necessária para o seu alcance

Em 2016 foram identificados e classificados como significativos na 'Matriz de Identificação (...)' os seguintes Aspetos Ambientais:

- Os Resíduos de Embalagem
- Os REEE's (Resíduos de Equipamentos Elétricos e Eletrónicos)

Resíduos de Embalagem

No que respeita aos Resíduos de Embalagem, estes são o papel, o cartão, o plástico e a esferovite, cuja proveniência é essencialmente de materiais/produtos adquiridos para assemblagem e também de equipamentos para assistência (embalagens de clientes).

Para a diminuição de produção deste tipo de resíduos, a Inforlandia continua a apostar na reutilização e aproveitamento de embalagens para acondicionamento dos equipamentos e produtos expedidos, uma prática que já tem implementada desde que dispõe do SGA implementado.

Acresce que para o caso dos resíduos de embalagens não reutilizáveis provenientes dos produtos embalados colocados no mercado nacional, a Inforlandia é aderente de um sistema integrado de gestão de resíduos de embalagens (SIGRE), tendo contratualizado com a Sociedade Ponto Verde a transferência de responsabilidade pela gestão e tratamento destes resíduos.

Resíduos de Equipamentos Elétrico e Eletrónicos

No que respeita aos REEE's, os mesmos podem provir de três situações:

- # Produção – Os componentes novos que são danificados no decurso da produção e componentes usados avariados (fora garantia) são considerados REEE's;
- # Assistência Técnica – Os componentes avariados que são rececionados fora do prazo de garantia são considerados REEE's;
- # Lojas - Componentes rececionados fora da garantia – componentes avariados são considerados REEE's;

Todos os REEE's gerados na Inforlandia são encaminhados para operador de resíduos licenciado. Em 2016 este operador foi a empresa 'Eco-Partner - Consultoria e Projectos Ambientais SA'.

Importa destacar que neste processo são ocasionalmente identificados componentes em bom estado, sendo que nessa circunstância estes são reaproveitados e re-integrados no processo produtivo, tal como definido no Programa de Gestão n.º1 do SGQA (i.e. Programa de Gestão de Recuperação de usados - Diminuição de REE's).

Por outro lado, para promover a diminuição de REEE's gerados a Inforlandia continua a atuar nas seguintes áreas com vista à minimização de produtos não conformes:

- > Qualificação dos operadores na produção,
- > Fichas de Produção - documentação/especificações técnicas adequadas
- > Verificação das boas condições de operação dos equipamentos/tecnologias de produção (e.g. equipamento anti-estático);

Analogamente ao caso da gestão dos resíduos de embalagens de produtos colocados no mercado, para a gestão dos REEE's gerados após conclusão do tempo de vida desses produtos, a Inforlandia é aderente de um sistema individual transferindo a responsabilidade da gestão destes resíduos para as entidades gestoras 'ERP Portugal - Associação Gestora de Resíduos de Equipamentos Elétricos e Eletrónicos' e 'Ecopilhas', para gestão de Pilhas e Baterias usadas.

Acresce que, conforme requisito legal, a Inforlandia está inscrita na 'ANREEE - Associação Nacional de Registo de equipamentos Elétricos e Eletrónicos e Pilhas'.

Conclui-se este ponto com a apresentação dos indicadores alinhados com os GRI Standards da série 300 considerados mais alinhados com a materialidade da Responsabilidade Ambiental para a Inforlandia em 2016.

[306-2] Resíduos por tipo e método de deposição

A identificação do método de deposição dos resíduos perigosos e não perigosos foi feita com base na informação fornecida pelos operadores de gestão de resíduos contratados pela Inforlandia.

A classificação de resíduos perigosos e não perigosos e a respetiva operação de destino seguem o disposto na *Decisão da Comissão 2014/955/EU de 30 de Dezembro* e no *Decreto de Lei 73/2011 de 17Junho*.

A caracterização quantitativa por tipo de resíduo e método de deposição para os anos 2014, 2015 e 2016 apresenta-se na tabela abaixo. Os dados apresentados referem-se à totalidade das operações da Inforlandia – i.e. instalações de Aveiro e instalações de Lisboa.

	Código LER	Resíduo	Quantidade (Ton)	Operação Destino	Operador de Resíduos contratado
2014					
Resíduos Não Perigosos	150101	Embalagens de papel e cartão	2,050	Reciclagem	Mariana Reciclagens, Lda + Sociedade Comercial de Papel e Cortiça Amarelisa, Lda.
	150102	Embalagens de plástico	0,715	Reciclagem	Carlos Ferreira da Silva & Filhos - Recolha e Reciclagem de Papéis e Plásticos, Lda. + Eco-Partner - Consultoria e Projectos Ambientais SA + Mariana Reciclagens, Lda
	160214	Equipamento fora de uso não abrangido em 16 02 09 a 16 02 13	0,124	Reciclagem	Eco-Partner - Consultoria e Projectos Ambientais SA
	160216	Componentes retirados de equipamento fora de uso não abrangidos em 16 02 15	0,417	Reciclagem	Eco-Partner - Consultoria e Projectos Ambientais SA
	200139	Plásticos	0,183	Reciclagem	Eco-Partner - Consultoria e Projectos Ambientais SA
	200140	Metais	0,103	Reciclagem	Eco-Partner - Consultoria e Projectos Ambientais SA
Resíduos Perigosos	150110	Embalagens contendo ou contaminadas por resíduos de substâncias perigosas	0,017	Reciclagem	Eco-Partner - Consultoria e Projectos Ambientais SA
	160213	Equipamento fora de uso, contendo componentes perigosos	0,317	Reciclagem	Eco-Partner - Consultoria e Projectos Ambientais SA
2015					
Resíduos Não Perigosos	150101	Embalagens de papel e cartão	1,870	Reciclagem	Sociedade Comercial de Papel e Cortiça Amarelisa, Lda.
	150102	Embalagens de plástico	0,720	Reciclagem	Carlos Ferreira da Silva & Filhos - Recolha e Reciclagem de Papéis e Plásticos, Lda. + Sociedade Comercial de Papel e Cortiça Amarelisa, Lda.
	160214	Equipamento fora de uso não abrangido em 16 02 09 a 16 02 13	0,310	Reciclagem	Eco-Partner - Consultoria e Projectos Ambientais SA
	160216	Componentes retirados de equipamento fora de uso não abrangidos em 16 02 15	0,676	Reciclagem	Eco-Partner - Consultoria e Projectos Ambientais SA
	200140	Metais	0,443	Reciclagem	Eco-Partner - Consultoria e Projectos Ambientais SA
Resíduos Perigosos	080111	Resíduos de tintas e vernizes, contendo solventes orgânicos ou outras substâncias perigosas	0,031	Aterro de Res. Perigosos	Eco-Partner - Consultoria e Projectos Ambientais SA
	150110	Embalagens contendo ou contaminadas por resíduos de substâncias perigosas	0,038	Reciclagem	Eco-Partner - Consultoria e Projectos Ambientais SA
	160213	Equipamento fora de uso, contendo componentes perigosos	0,780	Reciclagem	Eco-Partner - Consultoria e Projectos Ambientais SA
	160601	Acumuladores de chumbo	0,092	Reciclagem	Eco-Partner - Consultoria e Projectos Ambientais SA
	200121	Lâmpadas fluorescentes e outros resíduos contendo mercúrio	0,025	Reciclagem	Eco-Partner - Consultoria e Projectos Ambientais SA
	200133	Pilhas e acumuladores abrangidos em 16 06 01, 16 06 02 ou 16 06 03 e pilhas e acumuladores não triados contendo desses acumuladores ou pilhas	0,402	Reciclagem	Ecopilhas, Sociedade Gestora de Resíduos de Pilhas e Acumuladores, Lda
2016					
Resíduos Não Perigosos	150101	Embalagens de papel e cartão	2,256	Reciclagem	Sociedade Comercial de Papel e Cortiça Amarelisa, Lda.
	150102	Embalagens de plástico	0,922	Reciclagem	Carlos Ferreira da Silva & Filhos - Recolha e Reciclagem de Papéis e Plásticos, Lda. + Eco-Partner - Consultoria e Projectos Ambientais SA
	160214	Equipamento fora de uso não abrangido em 16 02 09 a 16 02 13	0,376	Reciclagem	Eco-Partner - Consultoria e Projectos Ambientais SA
	160216	Componentes retirados de equipamento fora de uso não abrangidos em 16 02 15	0,809	Reciclagem	Eco-Partner - Consultoria e Projectos Ambientais SA
	200140	Metais	0,186	Reciclagem	Eco-Partner - Consultoria e Projectos Ambientais SA
	200199	Outras frações, sem outras especificações	0,481	Reciclagem	Eco-Partner - Consultoria e Projectos Ambientais SA
Resíduos Perigosos	080111	Resíduos de tintas e vernizes, contendo solventes orgânicos ou outras substâncias perigosas	0,015	Aterro de Res. Perigosos	Eco-Partner - Consultoria e Projectos Ambientais SA
	150110	Embalagens contendo ou contaminadas por resíduos de substâncias perigosas	0,005	Reciclagem	Eco-Partner - Consultoria e Projectos Ambientais SA
	160213	Equipamento fora de uso, contendo componentes perigosos	0,544	Reciclagem	Eco-Partner - Consultoria e Projectos Ambientais SA
	160601	Acumuladores de chumbo	0,016	Reciclagem	Eco-Partner - Consultoria e Projectos Ambientais SA
	200121	Lâmpadas fluorescentes e outros resíduos contendo mercúrio	0,006	Reciclagem	Eco-Partner - Consultoria e Projectos Ambientais SA
	200133	Pilhas e acumuladores abrangidos em 16 06 01, 16 06 02 ou 16 06 03 e pilhas e acumuladores não triados contendo desses acumuladores ou pilhas	0,185	Reciclagem	Ecopilhas, Sociedade Gestora de Resíduos de Pilhas e Acumuladores, Lda

[307-1] Não conformidade com regulamentação ambiental

No ano em referência do presente relatório, bem como nos dois anos anteriores (2014 e 2015), a Inforlandia não identificou, nem foi notificada por entidades terceiras, qualquer não conformidade com o quadro legal e normativo/regulatório nacional e comunitário em matéria de Ambiente e proteção ambiental.

A análise de conformidade em matéria de Ambiente e proteção ambiental é garantida de forma sistemática no âmbito do Sistema de Gestão de Qualidade e Ambiente que a Inforlandia tem implementado e certificado de acordo com os referenciais ISO 14001 e ISO 9001, devidamente relatada nos Relatórios Anuais de Revisão do SGQA.

5_ Índice de conteúdos conforme *GRI Standards*

[GRI Standards disclosures: 102-54, 102-55]

O Relatório de Sustentabilidade *Inforlandia* 2016 foi elaborado de acordo com o normativo *GRI Standards – Core option*.

Apresenta-se abaixo o índice de conteúdos estruturado segundo os *GRI Standards*, servindo este como guia de leitura orientada em função das ‘disclosures’ (divulgação de informação) definidas como obrigatórias para a *Core option*.

<i>GRI Standards 2016</i>		<i>Resposta e/ou referência no documento</i>	<i>Páginas</i>
General Disclosures			
<i>GRI 102: General Disclosures 2016</i>	Perfil da Organização		
	102-1 <i>Name of the organisation</i>	3.1 O perfil corporativo, escala e caracterização geral	7-12
	102-2 <i>Activities, brands, products, and services</i>	3.2.1 Marcas, produtos serviços	13-16
	102-3 <i>Location of headquarters</i>	Rua Santa Rita, nº 85 L6, Aveiro – Portugal **	
		3.1 O perfil corporativo, escala e caracterização geral	7-12
	102-4 <i>Location of operations</i>	<i>Lisboa</i> _ Avenida do Brasil, nº 194 C <i>Rio Maior</i> _ Rua Professor Manuel José Ferreira n.º 24 <i>Porto/Perafita</i> _ Rua 31 de Janeiro n.º 931 <i>Braga</i> _ Rua Padre António Vieira Nº70 <i>Vila Real</i> _ Rua Dr. Domingos Campos, Lte 14, Ent. A, Loja 6 <i>Chaves</i> _ Avenida 5 de Outubro-Edifício Grupo Desportivo de Chaves-Loja 2 <i>Açores</i> _ Angra do Heroísmo - Rua da Palha, n.º 76 _ Praia da Vitória - Rua Mestre do Campo, n.º 7 **	
		3.1 O perfil corporativo, escala e caracterização geral	7-12
	102-5 <i>Ownership and legal form</i>	3.1 O perfil corporativo, escala e caracterização geral	7-12
	102-6 <i>Markets served</i>	3.2.2 Clientes e Mercados	17-21
	102-7 <i>Scale of the organization</i>	2. Destaques 2016 3.1 O perfil corporativo, escala e caracterização geral 3.2.2 Clientes e Mercados	6, 7-12 17-21
	102-8 <i>Information on employees and other workers</i>	3.2.3 Capital Humano	22
	102-9 <i>Supply chain</i>	3.2.4 Fornecedores e Parceiros	23-25

102-10 <i>Significant changes to the organization and its supply chain</i>	Em 2016 não existiram alterações significativas a relatar em termos da estrutura organizacional da Inforlandia ou da sua bolsa de fornecedores e parceiros. ** 3.1 O perfil corporativo, escala e caracterização geral 3.2.4 Fornecedores e Parceiros	7-12 23-25
102-11 <i>Precautionary Principle or approach</i>	3.3. Os nossos compromissos e modelo de governo	28-32
102-12 <i>External initiatives</i>	3.2.5 Sociedade	26-27
102-13 <i>Membership of associations</i>	3.2.5 Sociedade	26-27
Estratégia		
102-14 <i>Statement from senior decision-maker</i>	1. Mensagem do Diretor Geral	4-5
Ética e Integridade		
102-16 <i>Values, principles, standards, and norms of behavior</i>	3.3 Os nossos compromissos e modelo de governo	28-32
Governança		
102-18 <i>Governance structure</i>	3.3 Os nossos compromissos e modelo de governo	28-32
Envolvimento das Partes Interessadas		
102-40 <i>List of stakeholder groups</i>	4.1. A Inforlandia e as suas Partes Interessadas	33-36
102-41 <i>Collective bargaining agreements</i>	Nenhum dos empregados da Inforlandia é enquadrado segundo Contrato Coletivo de Trabalho	--
102-42 <i>Identifying and selecting stakeholders</i>	4.1. A Inforlandia e as suas Partes Interessadas	33-36
102-43 <i>Approach to stakeholder engagement</i>	4.1. A Inforlandia e as suas Partes Interessadas	33-36
102-44 <i>Key topics and concerns raised</i>	4.1. A Inforlandia e as suas Partes Interessadas	33-36
Reporting Practice		
102-45 <i>Entities included in the consolidated financial statements</i>	Este relatório refere-se apenas e exclusivamente às atividade da empresa Inforlandia S.A.	--
102-46 <i>Defining report content and topic Boundaries</i>	0. Sobre este relatório 4.2 O apuramento dos assuntos materiais	2-3 36-37
102-47 <i>List of material topics</i>	4.2 O apuramento dos assuntos materiais	36-37
102-48 <i>Restatements of information</i>	N.A. (Reporte realizado pela primeira vez)	--
102-49 <i>Changes in reporting</i>	N.A. (Reporte realizado pela primeira vez)	--
102-50 <i>Reporting period</i>	0. Sobre este relatório	2-3
102-51 <i>Date of most recent report</i>	N.A. (Reporte realizado pela primeira vez)	--
102-52 <i>Reporting cycle</i>	0. Sobre este relatório	2-3

	102-53 <i>Contact point for questions regarding the report</i>	Drª Lurdes Costa – Direção de Qualidade e Ambiente _ lurdes.costa@inforlandia.pt _ +351 234 340 800	--
	102-54 <i>Claims of reporting in accordance with the GRI Standards</i>	0. Sobre este relatório, 5. Índice de conteúdos conforme GRI Standards	2-3, 57
	102-55 <i>GRI content index</i>	5. Índice de conteúdos conforme GRI Standards	57
	102-56 <i>External assurance</i>	Sem verificação externa	--
Material Topics			
Desempenho económico-financeiro e Estratégia de crescimento			
GRI 103: Management Approach 2016	103-1 <i>Explanation of the material topic and its Boundaries</i>	4.3.1 Desempenho económico-financeiro e Estratégia de crescimento __.:A materialidade deste tópico...	38
	103-2 <i>The management approach and its components</i>	4.3.1 (...) __.:A respetiva abordagem de gestão...	38
	103-3 <i>Evaluation of the management approach</i>	4.3.1 (...) __.:A monitorização de resultados e principais indicadores de suporte...	39
Aplicable GRI Topic-specific Standards	201-1 <i>Direct economic value generated and distributed</i>	4.3.1 (...) __ [201-1] Valor Económico Gerado e Valor Económico Distribuído	40
	201-2 <i>Financial implications and other risks and opportunities due to climate change</i>	4.3.1 (...) __ [201-2] Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades para as atividades da Inforlandia decorrentes das Alterações Climáticas	41
	201-3 <i>Defined benefit plan obligations and other retirement plans</i>	4.3.1 (...) __ [201-3] Obrigações associadas ao “Plano de Benefícios Definido” e a outros Planos de reforma	41
	201-4 <i>Financial assistance received from government</i>	4.3.1 (...) __ [201-4] Apoios financeiros recebidos do Estado	42
Comunicação e Gestão de Informação com clientes, fornecedores e parceiros			
GRI 103: Management Approach 2016	103-1 <i>Explanation of the material topic and its Boundaries</i>	4.3.2 Comunicação e Gestão de Informação com clientes, fornecedores e parceiros __.:A materialidade deste tópico...	43
	103-2 <i>The management approach and its components</i>	4.3.2 (...) __.:A respetiva abordagem de gestão...	43
	103-3 <i>Evaluation of the management approach</i>	4.3.2 (...) __.:A monitorização de resultados e principais indicadores de suporte...	44
Aplicable GRI Topic-specific Standards	417-1 <i>Requirements for product and service information and labeling</i>	4.3.2 (...) __ [417-1] Requisitos sobre informação e rotulagem dos produtos e serviços	45
	417-2 <i>Incidents of non-compliance concerning product and service information and labeling</i>	4.3.2 (...) __ [417-2] Incidentes de não conformidades relativas a informação e/ou rotulagem de produtos e serviços	46

	417-3 <i>Incidents of non-compliance concerning marketing communications</i>	4.3.2 (...) __ [417-3] Incidentes de não conformidades relativas a Ações / Comunicações de Marketing	46
I&D e Inovação			
GRI 103: Management Approach 2016	103-1 <i>Explanation of the material topic and its Boundaries</i>	4.3.3 I&D e Inovação __ :A materialidade deste tópico...	47
	103-2 <i>The management approach and its components</i>	4.3.3 (...) __ :A respetiva abordagem de gestão...	47
	103-3 <i>Evaluation of the management approach</i>	4.3.3 (...) __ :A monitorização de resultados e principais indicadores de suporte...	48
Responsabilidade Ambiental			
GRI 103: Management Approach 2016	103-1 <i>Explanation of the material topic and its Boundaries</i>	4.3.4 Responsabilidade Ambiental __ :A materialidade deste tópico...	49
	103-2 <i>The management approach and its components</i>	4.3.4 (...) __ :A respetiva abordagem de gestão...	49
	103-3 <i>Evaluation of the management approach</i>	4.3.4 (...) __ :A monitorização de resultados e principais indicadores de suporte...	51
Aplicable GRI Topic-specific Standards	306-2 <i>Waste by type and disposal method</i>	4.3.4 (...) [306-2] Resíduos por tipo e método de deposição	54-55
	307-1 <i>Non-compliance with environmental laws and regulations</i>	4.3.4 (...) [307-1] Não conformidade com regulamentação ambiental	56