

20

1

8

RELATÓRIO

ÚNICO

INTEGRADO

single integrated report



sumol+compal



# VISÃO

## *vision*

Os frutos, os vegetais e a água inspiram-nos como fontes incontornáveis de nutrição, hidratação e prazer.

Ambicionamos ganhar a preferência dos consumidores pelos sabores excelentes e pelas marcas únicas e inovadoras, desenvolvidas com ciência e arte.

Orgulhamo-nos de contribuir diariamente para um mundo mais sustentável.

---

*Fruit, vegetables and water inspire us as inescapable sources of nutrition, hydration and pleasure.*

*Our ambition is to attract consumers through the excellent flavors and unique and innovative brands developed with science and art.*

*We are proud to contribute daily to a more sustainable world.*

# ASPIRAÇÃO

# VENCEDORA

## *winning aspiration*

Ser uma empresa de referência internacional em bebidas de frutos e de vegetais.

Ser a empresa líder em bebidas não alcoólicas em Portugal e líder em bebidas de frutos e de vegetais em Angola e em Moçambique.

Criar valor com equilíbrio e satisfação.

Alcançar um volume de negócios superior a 450 milhões de euros em 2022, com margem EBITDA superior a 14%.

---

*To be an international reference company in fruit and vegetable beverages.*

*To lead the non-alcoholic drinks in Portugal and to lead the fruit and vegetable drinks in Angola and Mozambique.*

*To create value with balance and satisfaction.*

*To reach a turnover of more than 450 million euros in 2022, with an EBITDA margin of more than 14%.*



## O4

### ÓRGÃOS SOCIAIS

*governing bodies*

---

#### **MESA DA ASSEMBLEIA GERAL / Chair of the general meeting**

Raquel Diniz Cuba Martins – Presidente / *Chairwoman*

#### **CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO / Board of directors**

António Sérgio Brito Pires Eusébio – Presidente / *Chairman*

Amélia Maria Brito Pires Eusébio

António de Magalhães Pires de Lima

António Rui Libório Frade

Diogo Carlos Tição dos Santos Pereira Dias

Duarte Nunes Ferreira Lopes Pinto

João António Brito Pires Eusébio

José Manuel Doutel Jordão

José Tomaz Júdice Gamito Pires

Luís Fernando da Costa Magalhães

#### **CONSELHO FISCAL / Audit committee**

Manuel Baptista Figueiredo – Presidente / *Chairman*

António Joaquim Andrade Gonçalves

António Augusto de Barahona Fernandes de Almeida

Fernando Pereira da Cruz – Suplente / *Alternate*

#### **REVISOR OFICIAL DE CONTAS / Statutory auditor**

PricewaterhouseCoopers SROC, Lda., Sociedade de Revisores Oficiais de Contas  
Representada por Jorge Manuel Santos Costa ou António Joaquim Brochado Correia

José Manuel Henriques Bernardo – Suplente / *Alternate*

#### **SECRETÁRIO DA SOCIEDADE / Company secretary**

Filipa Montes Palma Salazar Leite – Suplente / *Alternate*

---

# 01

INDICADORES

CHAVE

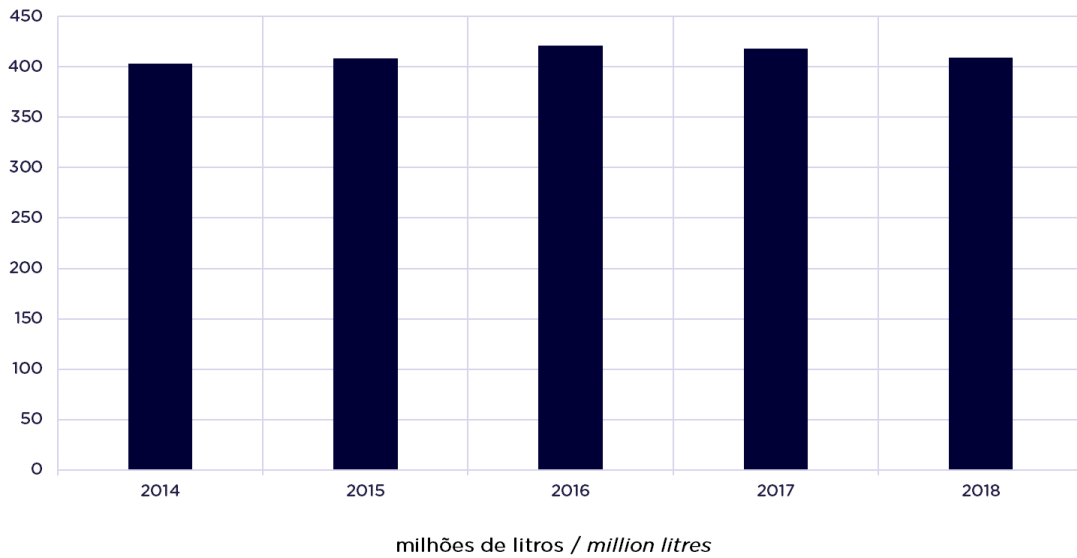
key indicators



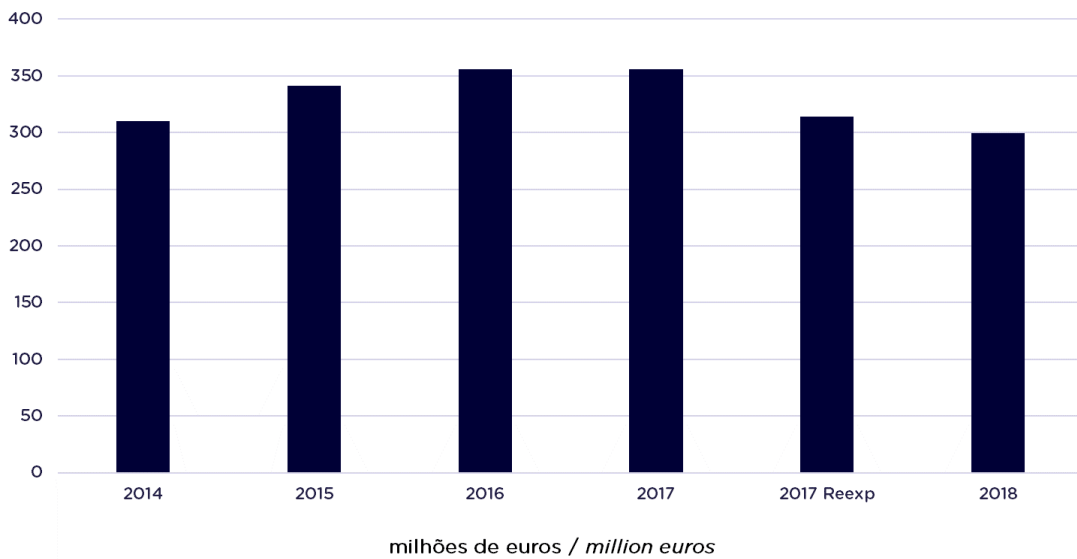
# 06

## INDICADORES CHAVE key indicators

### VOLUME DE VENDAS E PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS SALES VOLUME AND FILLING SERVICES

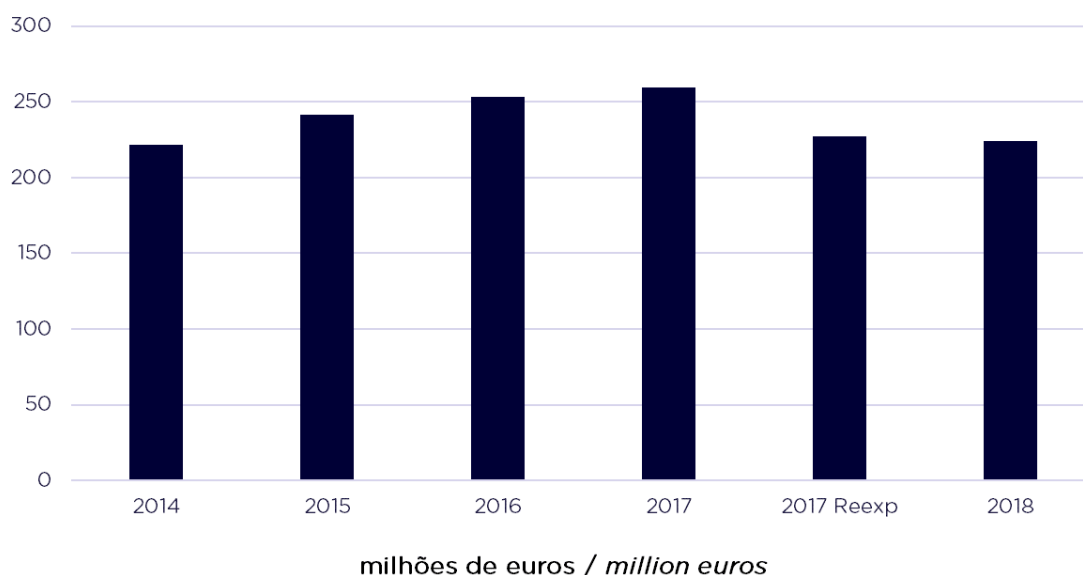


### VOLUME DE NEGÓCIOS TURNOVER

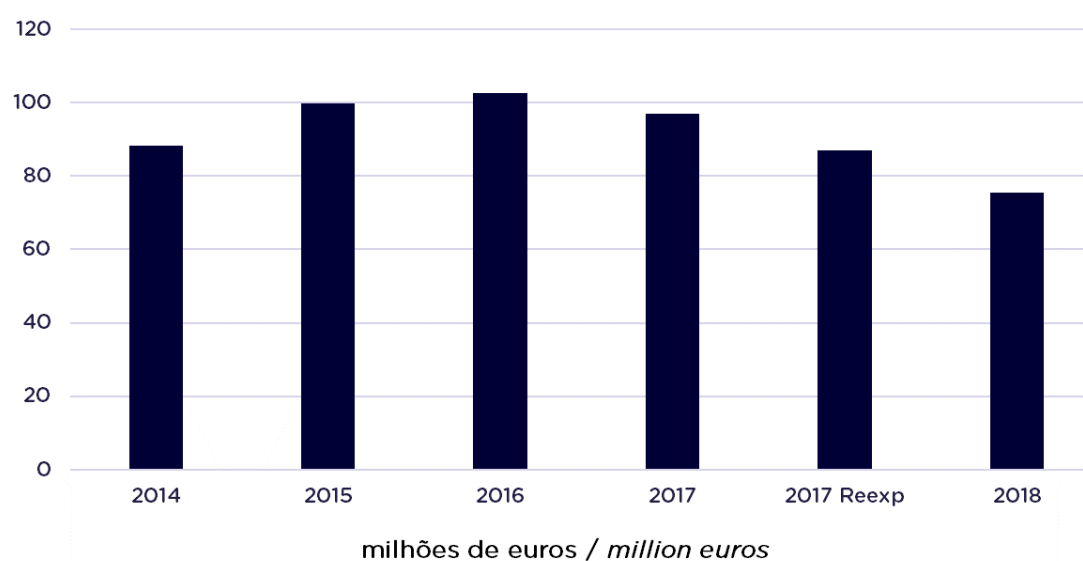


INDICADORES CHAVE  
key indicators

VENDAS LÍQUIDAS – PORTUGAL  
NET SALES – PORTUGAL



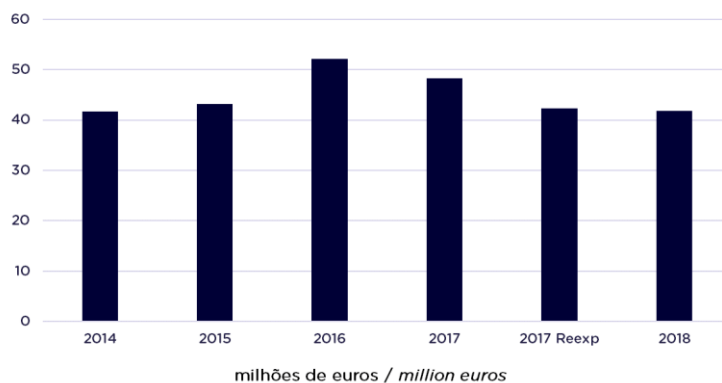
VENDAS LÍQUIDAS – MERCADOS INTERNACIONAIS  
NET SALES – INTERNATIONAL MARKETS



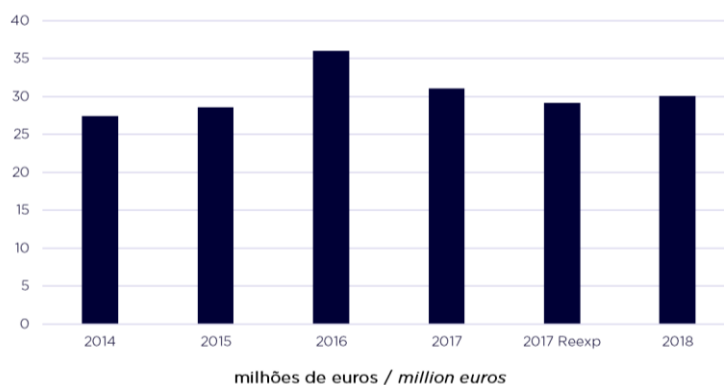
# 08

## INDICADORES CHAVE *key indicators*

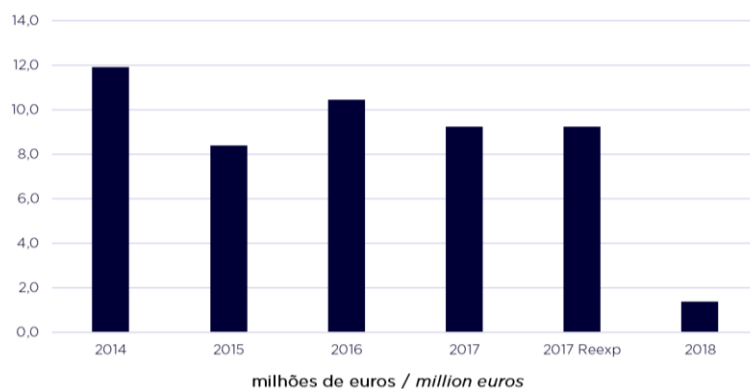
### EBITDA



### RESULTADO OPERACIONAL *OPERATING PROFIT*



### RESULTADO CONSOLIDADO LÍQUIDO *CONSOLIDATED NET PROFIT*





## INDICADORES CHAVE

*key indicators*

	2018	2017 Reexp Reexpresso	2017	2016	2015	2014	
<b>Vendas (em milhões de euros)</b>							<b>Turnover (in million of euros)</b>
<b>Volume de Negócios</b>	<b>299,7</b>	<b>314,4</b>	<b>356,1</b>	<b>355,8</b>	<b>341,3</b>	<b>310,0</b>	<b>Turnover</b>
<b>Vendas Líquidas</b>	<b>292,6</b>	<b>305,9</b>	<b>347,7</b>	<b>346,1</b>	<b>332,2</b>	<b>300,3</b>	<b>Net Sales</b>
Beb. Refrescantes com gás e Iced Tea	105,9	110,4	125,3	136,0	155,7	136,8	Carbonated Softdrinks and Iced Tea
Sumos, Néctares e Beb. Refrescantes de fruta sem g	138,2	149,8	171,2	161,2	131,2	123,1	Juices, Nectars and Fruit Still Softdrinks
Águas	24,0	24,4	27,0	24,9	21,5	20,0	Waters
Cervejas	6,9	6,2	6,5	6,0	5,4	5,2	Beers
Outros	17,5	15,1	17,6	18,1	18,4	15,3	Other
<b>Prestação de Serviços</b>	<b>7,1</b>	<b>8,5</b>	<b>8,5</b>	<b>9,7</b>	<b>9,0</b>	<b>9,6</b>	<b>Services Provided</b>
<b>Volume de Negócios</b>	<b>299,7</b>	<b>314,4</b>	<b>356,1</b>	<b>355,8</b>	<b>341,3</b>	<b>310,0</b>	<b>Turnover</b>
Mercado Doméstico	224,3	227,4	259,1	253,2	241,6	221,6	Domestic Market
Mercados Internacionais	75,4	87,0	97,0	102,6	99,7	88,4	International Markets
<b>Resultados (em milhões de euros)</b>							<b>Results (in millions of euros)</b>
Margem Bruta	159,2	163,2	205,0	207,8	182,7	164,0	Gross Margin
Resultado Operacional	30,1	29,1	31,1	36,0	28,6	27,5	Operating Profit
Resultado Consolidado Líquido	1,4	9,2	9,2	10,5	8,4	11,9	Consolidated Net Profit
<b>Balanço (em milhões de euros)</b>							<b>Balance Sheet (in millions of euros)</b>
Activo Total	610,8	647,6	646,2	624,5	624,1	625,1	Total Assets
Capital Próprio	183,3	194,9	194,9	179,1	174,2	224,1	Shareholders' Equity
Dívida Remunerada Líquida de Curto Prazo	48,7	42,4	42,4	39,6	110,6	-19,3	Short Term Int. Bearing Liabilities
Dívida Remunerada de Médio Prazo	174,8	183,2	183,2	189,5	130,2	196,1	Medium Term Int. Bearing Liabilities
Dívida Remunerada Líquida Total	223,5	225,5	225,5	229,1	240,8	176,8	Total Int. Bearing Liabilities
<b>Cash Flow (em milhões de euros)</b>							<b>Cash Flow (in millions of euros)</b>
Cash Flow Operacional (EBITDA)	41,9	42,3	48,3	52,1	43,2	41,7	EBITDA
Cash Flow de actividades operacionais	30,1	33,6	37,1	44,8	31,8	37,3	Cash Flow from operating activities
Cash Flow de actividades de investimento	-6,7	-7,1	-8,6	-12,3	-17,6	83,1	Cash Flow from investing activities
Cash Flow Livre	23,4	26,6	28,5	32,4	14,1	120,5	Free Cash Flow
<b>Ações (em euros)</b>							<b>Shares (in euros)</b>
Ações em Circulação (em número)	60.499.196	60.499.196	60.499.196	60.499.196	60.499.196	96.030.687	Outstanding Shares (quantity)
Resultado Consolidado Líquido por Acção	0,02 €	0,15 €	0,15 €	0,17 €	0,14 €	0,12 €	Earnings per Share (EPS)
Preço por acção - fecho	*1,66 €	1,65 €	1,65 €	1,14 €	1,96 €	1,13 €	Year-end closing price
Preço por acção - máximo	1,71 €	1,98 €	1,98 €	1,99 €	2,05 €	1,19 €	Share price - high
Preço por acção - mínimo	1,60 €	1,12 €	1,12 €	1,05 €	0,95 €	0,98 €	Share price - low
* Cotação em: 19/06/2018							
<b>Colaboradores (em números)</b>							<b>Staff (in numbers)</b>
Número médio de Trabalhadores	1.622	1.604	1.604	1.597	1.379	1.302	Average number of employees
<b>Rácios (em %)</b>							<b>Ratios (in %)</b>
EBITDA / Volume de Negócios	14,0%	13,5%	13,6%	14,6%	12,7%	13,4%	EBITDA as % of Turnover
Resultado Operacional / Volume de Negócios	10,0%	9,3%	8,7%	10,1%	8,4%	8,9%	Operating Profit as % of Turnover
Resultado Operacional / Activo Total	4,9%	4,5%	4,8%	5,8%	4,6%	4,4%	Operating Profit as % of Total Assets
Rendibilidade dos Capitais Próprios	0,8%	4,7%	4,7%	5,8%	4,8%	5,3%	Return on Equity
Capital Próprio / Activo Fixo	37,0%	38,0%	38,1%	35,9%	34,3%	48,0%	Group Equity / Fixed Assets
Dívida / EBITDA	5,3	5,3	4,7	4,4	5,6	4,2	Debt / EBITDA
Dívida / Capitais Próprios	121,9%	115,7%	115,7%	127,9%	138,2%	78,9%	Debt/ Equity
<b>Volume de Vendas (em milhões de litros)</b>							<b>Sales Volume (in millions of litres)</b>
<b>Volume de Vendas</b>	<b>409,3</b>	<b>418,0</b>	<b>418,0</b>	<b>421,4</b>	<b>408,3</b>	<b>403,3</b>	<b>Sales Volume</b>
<b>Produtos</b>	<b>393,1</b>	<b>394,7</b>	<b>394,7</b>	<b>392,9</b>	<b>387,6</b>	<b>382,1</b>	<b>Products</b>
Beb. Refrescantes com gás e Iced Tea	165,9	165,8	165,8	177,2	199,2	198,9	Carbonated Softdrinks and Iced Tea
Sumos, Néctares e Beb. Refrescantes de fruta sem g	134,4	141,0	141,0	133,6	112,6	113,2	Juices, Nectars and Fruit Still Softdrinks
Águas	71,2	67,9	67,9	62,3	56,1	51,4	Waters
Cervejas	6,3	5,6	5,6	5,0	4,6	4,3	Beers
Outros	15,3	14,4	14,4	14,8	15,2	14,2	Other
<b>Prestação de Serviços</b>	<b>16,3</b>	<b>23,3</b>	<b>23,3</b>	<b>28,6</b>	<b>20,7</b>	<b>21,3</b>	<b>Services Provided</b>
<b>Fórmulas de cálculo dos rácios</b>							<b>Ratios formulas</b>
Volume Negócios = Réditos							Turnover = Revenue
Margem bruta = Réditos - Gasto das vendas							Gross Margin = Revenue - Cost of Sales
Dívida remunerada líquida de curto prazo = Empréstimos de curto prazo + Equivalentes a caixa (passivo) - Equivalentes a caixa (activo)							
Dívida remunerada de médio prazo = Empréstimos de longo prazo							Medium Term Int. Bearing Liabilities = Long-term Bank Loans
Dívida remunerada líquida total = Empréstimos de longo prazo + Empréstimos de curto prazo + Equivalentes a caixa (passivo) - Equivalentes a caixa (activo)							
Cash-flow operacional (EBITDA) = Resultados operacionais + Amortizações e depreciações							EBITDA = Net Operating Profit + Depreciations and Amortizations
Cash-flow livre = Cash-flow de actividades operacionais - Cash-flow de actividades de investimento							
Acções em Circulação = Acções totais - Acções próprias							Outstanding Shares (quantity) = Issued shares - Treasury stock
Resultado Consolidado Líquido por Acção = Resultados após impostos / Acções em circulação							Earning per Share = Net profit after taxes / Outstanding shares
Rendibilidade dos capitais próprios = (Resultados após impostos / Total do capital próprio) x 100							Return on Equity = (Net Profit after taxes / Total Equity) x 100

## INDICADORES CHAVE 2018

key indicators 2018

INDICADOR   INDICATOR	INDICADOR DE DESEMPENHO   PERFORMANCE INDICATOR	UNIDADE   UNIT	ANO   YEAR				
			2018	2017	2016	2015	2014
<b>INDICADORES DE PRÁTICAS LABORAIS   LABOUR INDICATORS</b>							
<b>EMPREGO   EMPLOYMENT</b>							
Total de Efetivos <sup>1</sup> Total Headcount <sup>1</sup>	Número de Efetivos Headcount	n.º. nr.	1624	1592	1597	1204	1201
Efetivos por Género <sup>2</sup> Headcount by Gender <sup>2</sup>	Número de Efetivos por Género Headcount by Gender	n.º. ♂ nr. ♂	1078	1061	1046	722	723
		n.º. ♀ nr. ♀	546	531	551	482	478
Rotatividade <sup>3</sup> Turnover <sup>3</sup>	Taxa de Rotatividade Turnover Rate	%	8,0%	9,6%	11,1%	8,9%	6,1%
<b>SEGURANÇA E SAÚDE NO TRABALHO   OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY</b>							
Absentismo <sup>4</sup> Working time lost <sup>4</sup>	Taxa de Absentismo Working time lost Rate	%	5,2%	5,5%	4,9%	4,6%	4,4%
Acidentes de Trabalho <sup>5</sup> Workplace Accidents <sup>5</sup>	Taxa de Frequência de Acidentes de Trabalho Workplace Accidents Frequency Rate	acidentes / M hr accidents / M hr	17	12	17	19	16
<b>FORMAÇÃO   TRAINING</b>							
Horas de Formação <sup>6</sup> Hours of Training <sup>6</sup>	Horas de Formação Anual Annual Training Hours	hr	16.662	16.726	13.621	7.193	9.650
Custo de Formação <sup>7</sup> Training Cost <sup>7</sup>	Custos de Formação Anual Annual Training Costs	k €	248	150	222	146	120
<b>INDICADORES DE DESEMPENHO AMBIENTAL   ENVIRONMENTAL INDICATORS</b>							
<b>RECURSOS NATURAIS   NATURAL RESOURCES</b>							
Consumo de Recursos Naturais Natural Resources Consumption	Consumo Específico de Energia <sup>8</sup> Energy Specific Consumption <sup>8</sup>	MJ / hL VP	70,4	74,0	75,3	62,2	58,7
	Consumo Específico de Água <sup>9</sup> Water Specific Consumption <sup>9</sup>	hL / hL VP	5,0	5,4	5,9	5,7	5,4
<b>EMISSIONS E RESÍDUOS   EMISSIONS AND WASTE</b>							
Emissão de Gases de Efeito de Estufa <sup>10</sup> Greenhouse Gas Emission <sup>10</sup>	Emissão Específica de CO <sub>2eq</sub> CO <sub>2eq</sub> Specific Emission	kg / hL VP	5,6	5,8	6,6	4,8	4,7
Produção de Resíduos <sup>11</sup> Waste Production <sup>11</sup>	Taxa de Resíduos encaminhados para Valorização Waste forwarded for Valorisation Rate	%	99,3%	98,9%	99,0%	98,7%	98,9%
<b>INDICADORES DE DESEMPENHO SOCIAL   SOCIETY INDICATORS</b>							
<b>DONATIVO DE PRODUTOS   PRODUCT DONATION</b>							
Donativo de Produto <sup>12</sup> Product Donation <sup>12</sup>	Volume Anual de Produto Doado Annual Volume of Product Donated	k L	473	689	506	491	525
<b>VISITAS A FÁBRICAS   VISITS TO PLANTS</b>							
Visitas a Fábricas <sup>13</sup> Plants' Visits <sup>13</sup>	Número Anual de Visitantes Annual Number of Visitors	n.º. nr.	7.924	5.601	5.087	5.137	4.581

1 N.º. total de Efetivos (n.º. médio) | Total Headcount (average nr.) (geografia: Portugal, Angola e Moçambique | geography: Portugal, Angola and Mozambique)

2 N.º. total de Homens (n.º. médio) e N.º. total de Mulheres (n.º. médio) | Men Headcount (average nr.) and Women Headcount (average nr.) (geografia: Portugal, Angola e Moçambique | geography: Portugal, Angola and Mozambique)

3 (N.º. Admissões + N.º. Cessações / 2) / N.º. médio de Colaboradores x 100 | (Nr. Admissions + Nr. Dismissals / 2) / Average nr. of Employees x 100 (geografia: Portugal | geography: Portugal)

4 Horas de Ausência / Horas Teóricas x 100 | Hours of Absence / Total Hours x 100 (geografia: Portugal | geography: Portugal)

5 (N.º. Acidentes de Trabalho com baixa / N.º. Horas efetivamente Trabalhadas) x 1.000.000 | (Nr. Workplace Accidents / Nr. Working Hours) x 1,000,000 (geografia: Portugal | geography: Portugal)

6 N.º total de horas de Formação | Total number of Training hours (geografia: Portugal | geography: Portugal)

7 Valor total de custo de Formação | Total value of training cost (geografia: Portugal | geography: Portugal)

8 MJ de Energia consumida / hL Volume de Produção (geografia: Portugal, Angola (apenas 2016-2018) e Moçambique (apenas 2015-2018)); âmbito: unidades industriais | MJ of Energy consumed / hL Volume of Production (geografia: Portugal, Angola (only 2016-2018) and Mozambique (only 2015-2018)); scope: industrial units

9 hL de Água consumida / hL Volume de Produção (geografia: Portugal, Angola (apenas 2016-2018) e Moçambique (apenas 2015-2018)); âmbito: unidades industriais | hL of Water consumed / hL Volume of Production (geografia: Portugal, Angola (only 2016-2018) and Mozambique (only 2015-2018)); scope: industrial units

10 kg de CO<sub>2eq</sub> emitido / hL Volume de Produção (geografia: Portugal, Angola (apenas 2016-2018) e Moçambique (apenas 2015-2018)); âmbito: unidades industriais | kg of CO<sub>2eq</sub> emitted / hL Volume of Production (geografia: Portugal, Angola (only 2016-2018) and Mozambique (only 2015-2018)); scope: industrial units

11 kg de resíduos encaminhados para valorização / kg de resíduos produzidos x 100 (geografia: Portugal); âmbito: unidades industriais | kg of waste forwarded for valorisation / kg of waste produced x 100 (geografia: Portugal); âmbito: unidades industriais | geography: Portugal; scope: industrial scope

12 L de Produto doado | L of Product donated (geografia: Portugal) | geography: Portugal)

13 N.º. total de Visitantes | Total number of Visitors (geografia: Portugal) | geography: Portugal)

## Legenda | Legend:

n.º. = número | nr. = number

♂ : nr. M ♂

♀ : nr. M ♀

% = percentagem | % = percentage

hr = hora | hr = hour

M = milhão | M = million

k = mil | k = thousand

€ = euro

L = litro | L = liter

hL = hectolitro | hL = hectoliter

VP = volume de produção | VP = production volume

## INFORMAÇÃO NÃO FINANCEIRA

	REQUISITO DECRETO-LEI N.º 89/2017, DE 28 DE JULHO	INFORMAÇÃO NO RELATÓRIO
Políticas seguidas pela empresa	Diversidade nos órgãos de governo	Relatório Único Integrado 7. O NOSSO MODELO DE GESTÃO
	Combate à corrupção e tentativas de suborno	Relatório Único Integrado 4. AS NOSSAS ÁREAS DE SUPORTE / AS NOSSAS PESSOAS
Resultados das políticas	Combate à corrupção e tentativas de suborno	Relatório Único Integrado 4. AS NOSSAS ÁREAS DE SUPORTE / AS NOSSAS PESSOAS
Principais riscos associados	Geral	Relatório Único Integrado 8. RISCOS DO NOSSO NEGÓCIO
	Ambiente	Relatório Único Integrado 8. RISCOS DO NOSSO NEGÓCIO
	Respeito dos direitos humanos	Relatório Único Integrado 6. A SUMOL+COMPAL E A COMUNIDADE
	Combate à corrupção e tentativas de suborno	Relatório Único Integrado 4. AS NOSSAS ÁREAS DE SUPORTE / AS NOSSAS PESSOAS
Indicadores chave de desempenho	Respeito dos direitos humanos	Relatório Único Integrado 6. A SUMOL+COMPAL E A COMUNIDADE
	Combate à corrupção e tentativas de suborno	Relatório Único Integrado 4. AS NOSSAS ÁREAS DE SUPORTE / AS NOSSAS PESSOAS

*This information is not translated. Should you have any questions please contact the Finance Department ([investidor@sumolcompal.pt](mailto:investidor@sumolcompal.pt)).*

# 02

RELATÓRIO ÚNICO

INTEGRADO

single integrated report



**RELATÓRIO ÚNICO INTEGRADO**  
*single integrated report*

Senhores Acionistas,

Vimos, com muito prazer, submeter à Vossa apreciação o relatório único e integrado de gestão, as demonstrações financeiras consolidadas e os anexos correspondentes, de acordo com o estabelecido na legislação em vigor. Refira-se que de acordo com o nº 6 do Artigo 508º-C do Código das Sociedades Comerciais, este relatório constitui-se como relatório único.

Ao longo do relatório daremos nota das alterações no relato decorrentes da adoção da IFRS 15 – Rédito e da perspetiva para 2019 que a adoção da IFRS 16 – Locação terá nas contas da SUMOL+COMPAL.

#### **NOTA PRÉVIA**

O presente relatório único e integrado contém uma exposição fiel e clara sobre a evolução dos negócios e do desempenho da SUMOL+COMPAL.

Na seleção dos indicadores de referência para avaliação do desempenho procurou-se uma focalização naqueles que medem efetivamente os maiores impactos da nossa atividade em termos de sustentabilidade económica, social e ambiental.

O relatório retrata tanto os impactos das nossas ações passadas, como as consequências previsíveis das iniciativas que temos vindo e continuaremos a implementar, rumo a um futuro mais sustentável da nossa Empresa e da sociedade.

## O ANO EM PERSPETIVA

O crescimento da economia portuguesa desacelerou em 2018, estimando-se que o PIB tenha aumentado 2,1%, beneficiando da progressão das exportações e do consumo privado. A inversão, verificada em maio, da tendência de melhoria da confiança dos consumidores, as condições meteorológicas menos favoráveis do que no ano anterior e o forte abrandamento no crescimento do turismo, conduziram a um crescimento estimado do setor das bebidas não alcoólicas de alta rotação (refrigerantes, sumos, néctares e águas) de 0,7%, em volume, e de 6,4%, em valor. Este último crescimento ainda beneficiou de 2018 ter sido o primeiro ano completo de aplicação do Imposto Especial de Consumo às bebidas adicionadas de açúcar ou outros edulcorantes (IABA).

O ano de 2018 ficará marcado pela adoção da IFRS 15 - Rédito, que, em termos gerais, determina que todas as transações com uma entidade cliente que contribuam para a formação do preço de venda, devam ser registadas como uma dedução ao volume de negócios. Em consequência, os gastos assumidos com clientes que sejam decorrentes de apoios comerciais, apoios de marketing e descontos de pronto pagamento que concorrem para a formação do preço ao cliente, passaram a ser registados como uma dedução às vendas. Acresce que a SUMOL+COMPAL optou por reexpressar as contas de 2017 para desse modo facilitar a comparabilidade.

O quadro abaixo resume o impacto no volume de negócios:

milhões de euros	2017	2017	2018	Var
		Reexpresso		%
<b>Vendas S/IFRS 15</b>	347,7	347,7	332,0	-4,5%
Publicidade		-26,3	-27,1	
Direitos (intangível)		-4,0	-3,8	
Outros Operacionais		-9,5	-6,5	
Descontos p.p.		-1,9	-2,0	
<b>Vendas</b>	347,7	305,9	292,6	-4,4%
<b>Prestação de Serviços</b>	8,5	8,5	7,1	-16,1%
<b>Volume de Negócios</b>	356,1	314,4	299,7	-4,7%
<b>Variação Vendas c/ e S/ IFRS 15</b>		-41,7	-39,5	
		-12,0%	-11,9%	

Foi, neste contexto, e após aplicação da IFRS 15 que, em Portugal o valor das vendas e das prestações de serviços da SUMOL+COMPAL alcançou os 224,3 milhões de euros, 1,4% abaixo do ano anterior (esta variação por espelhar vendas a grossistas e retalhistas não beneficiou do efeito de aumento de preço ao consumidor em resultado da introdução do IABA).

Em Angola, o mercado internacional mais relevante para a SUMOL+COMPAL, o enquadramento macroeconómico continuou bastante difícil. Por um lado, a recessão económica (estimada em -1,7%) conjugada com uma inflação elevada teve um efeito negativo na procura. Por outro lado, a escassez de divisas criou graves problemas no abastecimento de matérias primas e materiais de embalagem à unidade industrial de Bom Jesus, restringindo as vendas. Em Moçambique consolidou-se o crescimento da economia, o qual se estima em 3,5%. Nos restantes mercados o desempenho macroeconómico foi moderadamente positivo. Em 2018, o valor das vendas e das prestações de serviços nos mercados internacionais ascendeu a 75,4 milhões de euros, 13,3% abaixo do ano anterior.

Da combinação da atividade em Portugal e nos mercados internacionais o volume de negócios atingiu os 299,7 milhões de euros, valor 4,7% inferior ao do ano anterior.

# O NOSSO NEGÓCIO

## AS NOSSAS MARCAS

### TENDÊNCIAS GLOBAIS

Continuámos a assistir em 2018 ao acentuar dos novos paradigmas de relação com a alimentação, considerada cada vez mais pelos consumidores como um fator determinante para a saúde e para a qualidade de vida. De facto, assistimos em Portugal a uma atitude cada vez mais consciente das pessoas relativamente às suas escolhas alimentares, embora a mesma se baseie muitas vezes em meias-verdades e mitos sem bases científicas credíveis, fortemente amplificadas pelas redes sociais. Contudo, nem sempre esta abordagem mais consciente e racional se traduz em comportamentos coerentes, mantendo-se a forte valorização do prazer sensorial enquanto principal fator de atração e diferenciação dos alimentos, particularmente das bebidas.

A preocupação mais holística com a naturalidade e qualidade intrínseca dos alimentos, materializada na valorização de ingredientes, processos e sabores, o mais naturais possível, parece estar de forma notória, no centro das escolhas dos consumidores. O açúcar adicionado mantém-se uma preocupação que vem condicionando o desenvolvimento da categoria de bebidas refrescantes. De assinalar o crescimento continuado do consumo de águas, lisas e com gás, com e sem sabores, que se constituem cada vez mais como alternativas compatíveis com este novo registo de relação com a alimentação e seu impacto na saúde.

Estas preocupações não são ainda muito relevantes nos mercados africanos, não obstante registarem já alguma presença no discurso dos consumidores. Não se deteta, no entanto, qualquer alteração no padrão de comportamentos.

### GESTÃO ESTRATÉGICA DAS NOSSAS MARCAS NO MUNDO

A SUMOL+COMPAL tem vindo a ganhar clara maturidade na gestão estratégica internacional das suas marcas. O modelo vigente privilegia clareza estratégica global, aliada a excelência operacional, procurando reforçar as suas marcas com abordagens internacionais sólidas e flexibilidade para as necessárias adaptações locais. Acreditamos conseguir desta forma propostas internacionais mais relevantes, diferenciadas e simultaneamente ajustadas aos consumidores de cada mercado. A esse título, mantemos uma forte orientação consumidor-cêntrica, em que o investimento contínuo em investigação de consumidor é naturalmente uma forte prioridade nos mercados estratégicos ou relevantes em que operamos. Como consequência, temos vindo a criar gamas, conceitos, sabores e comunicação especialmente pensados para os consumidores de cada mercado, dos quais são exemplo o COMPAL da Terra (Angola e Moçambique) ou o COMPAL Kissangua da Banda (Angola).





Após três anos consecutivos de crescimento global e após um record de vendas de 2017, COMPAL inverteu a tendência em 2018, em consequência do seu desempenho nos seus principais mercados, Portugal e Angola. Ainda assim a marca mantém-se num patamar de vendas superior ao de 2016. De assinalar que em Moçambique, fruto de foco e da aposta na inovação, COMPAL registou o seu melhor ano de sempre. COMPAL mantém a sua vitalidade, continuando a registar níveis assinaláveis de paixão e entusiasmo dos seus consumidores nos diversos mercados. O seu posicionamento mantém-se muito relevante e a sua proposta de valor mantém a diferenciação e força apelativa de sempre, conforme se vai comprovando em conversa com os consumidores nos diversos estudos de mercado.

2018 fica marcado em Portugal por um dos lançamentos mais importantes dos últimos anos, em termos estratégicos, o novo conceito COMPAL Summo. Trata-se de uma proposta totalmente assente em fruta espremida, sem qualquer outro ingrediente na sua composição, nomeadamente açúcar adicionado. A sua proposta de valor assenta numa inquestionável superioridade organolética, atestada por estudos quantitativos de consumidor, bem como numa inquestionável naturalidade, baseada no conceito “apenas fruta espremida, nada para além da fruta”. Dada a relevância deste lançamento, foi assumido como a principal prioridade e foco de recursos do ano.

Ainda em Portugal, COMPAL surpreendeu também com um novo sabor em COMPAL Vital, uma deliciosa combinação de Tangerina e Água de Coco, continuando a reforçar a presença de COMPAL Vital junto dos consumidores mais sensíveis à não adição de açúcar. Fora de Portugal, COMPAL continuou a aprofundar a sua adaptação local, mantendo sempre perfeita sintonia com a sua plataforma central de posicionamento, a Frutologia. Os novos lançamentos de COMPAL da Terra e do formato cartão 500ml em Moçambique, ou a nova gama dedicada para o mercado dos EUA são sinal disso. Já em Angola, COMPAL manteve o foco nas inovações mais recentes, nomeadamente COMPAL da Terra e o formato lata 330ml, assumindo cada vez mais uma posição destacada de liderança neste mercado. Estes esforços de adaptação local permitem a COMPAL aliar de forma cada vez mais poderosa a aura de qualidade que advém da sua origem internacional e da sua longa e consistente história, com a incorporação de insights locais relevantes e diferenciadores, reforçando deste modo a afinidade e proximidade com os consumidores locais.

No eixo de snacking COMPAL Essencial voltou a surpreender os seus consumidores mais jovens com uma edição especial em COMPAL Essencial Kids, desta vez sob o conceito “à volta do mundo”. apresentando 11 personagens simbolizando outros tantos países do mundo, numa lógica inclusiva e pedagógica, mas simultaneamente lúdica. Esta atividade teve um impacto relevante nas vendas de COMPAL Essencial.

De registar ainda a continuidade do investimento no Centro de Frutologia COMPAL, que mantém o seu estatuto de eixo estratégico e prioritário de desenvolvimento da marca em termos institucionais, continuando a promover a integração na fileira frutícola, e defendendo e promovendo a fruticultura e a fruta portuguesas.



O ano de 2018 foi um ano de consolidação dos resultados de SUMOL, especialmente em Portugal. Com o mercado mais estabilizado depois da introdução do IABA, e num ano muito ativo em termos de concorrência, SUMOL conseguiu manter a sua posição e apresentou um resultado positivo.

Em termos de gestão de marca o ano foi de continuidade de mensagens chave: foco no sabor/prazer e nos códigos sensoriais, acompanhado pelo recrutamento de consumidores jovens.

Em comunicação, SUMOL dedicou os seus esforços a salientar quão apelativa é a sua gama de produtos, potenciando o desejo sensorial nos consumidores, destacando o seu excelente sabor e poder refrescante. Maior foco na fruta como catalisador de prazer e mais representação de momentos e rituais de consumo são apenas alguns exemplos dos esforços feitos neste ano.

Foi também objetivo claro da marca o reforço do seu portefólio de sabores, com grande foco no sabor Maracujá, materializado numa campanha específica de sabor e numa edição limitada em embalagem. Este esforço teve repercussões imediatas em vendas, com um crescimento significativo das vendas do sabor e aumento de distribuição em todos os canais, bem como reforço qualitativo dos atributos de inovação, modernidade e vinco emocional da marca junto dos seus fãs.

De salientar também o lançamento da gama Zero nos sabores Laranja e Ananás, reforçando assim a resposta às tendências do consumidor de redução de consumo de açúcar adicionado. Este lançamento registou resultados interessantes que permitem antever uma evolução positiva do peso desta gama no total da marca.

Em Angola, SUMOL continua a viver um momento difícil, fruto do contexto económico. Apesar disso, é de salientar o lançamento do formato PET 500ml no último trimestre do ano, sendo positivos os primeiros resultados.



Em Portugal, como resultado dos insights de estudos de consumidor realizados nos anos anteriores e da reflexão estratégica que se seguiu, a marca UM BONGO reposicionou-se no 2º semestre de 2018 com uma nova proposta de valor que vem responder às preocupações dos prescritores do “novo paradigma” sem perder a afinidade com o seu target primário e o seu ADN de diversão. A nova proposta da marca passou para uma fórmula com 80% fruta e 20% água, sem açúcar adicionado. Associada a esta reformulação de produtos, a marca passou a focar o seu posicionamento também na pedagogia, expressando a sua essência através do “Crescer a Brincar”.

Trata-se do reposicionamento duma marca com 30 anos, com fortes perceções construídas. A mudança destas perceções implicará um investimento contínuo na marca, que permita a apreensão e valorização da nova proposta de valor, num patamar de custo e preço mais alto.

No caso de Angola, a marca continuou a sofrer com a situação económica que este mercado está a viver. A conjuntura obrigou ao foco exclusivo na embalagem individual TP200ml e a abdicar de investimentos em comunicação.



2018 foi um ano de foco na mensagem de naturalidade da marca FRIZE. A marca definiu como objetivo o equilíbrio das mensagens mais emocionais de uma marca descontraída e inovadora, com as mensagens mais relevantes neste segmento de águas.

Com o objetivo de se apresentar como uma alternativa natural para quem procura prazer e poder refrescante, FRIZE reforçou a aposta nas águas sem sabores, com diversos programas operacionais de mercado. Procurou ainda reforçar os seus atributos de naturalidade mediante uma nova campanha de comunicação centrada na origem “Vila Flor”, sempre com o seu tom irreverente e descontraído.

Em termos competitivos, assistiu-se em 2018 a um aumento da agressividade do principal concorrente, com reforço muito relevante de comunicação e promoção em todo o mercado.

RELATÓRIO ÚNICO INTEGRADO  
single integrated report



B! reinventou-se em 2018, apresentando-se como a bebida ideal para o consumidor jovem adulto do “novo paradigma”, baseada em premissas de prazer, poder refrescante e naturalidade. Este relançamento foi fruto de investigação profunda de consumidor, bem como de uma longa reflexão estratégica.

De facto, B! reformulou todos os seus sabores, usando apenas ingredientes de origem natural, redesenhou as suas embalagens com uma imagem mais simples e moderna e desenvolveu um novo posicionamento assente nesta visão de se constituir como a bebida refrescante do futuro – a bebida ideal.



Em Portugal, 2018 voltou a ser um ano de crescimento da categoria de águas, com assinalável presença e expressão nas escolhas dos consumidores. São cada vez mais evidentes os comportamentos de substituição de outras bebidas, particularmente as refrescantes, por águas lisas.

A marca ÁGUA SERRA DA ESTRELA tem conseguido acompanhar este crescimento de mercado sem perder foco na rentabilidade. De facto, volta a atingir um máximo histórico de vendas, conseguindo reforçar quota de mercado em volume e valor, particularmente no consumo fora de casa. É de facto um ativo cada vez mais relevante para o portefólio da SUMOL+COMPAL.



Finalmente, as vendas das nossas marcas representadas e distribuídas, entre as quais se destacam SEVEN UP, PEPSI, LIPTON ICE TEA, GUARANÁ ANTARTICA, ESTRELLA DAMM e TAGUS, atingiram os 82,2 milhões de litros.

## A NOSSA INOVAÇÃO

### INOVAÇÃO

A criação de valor para o consumidor através da Inovação esteve sempre presente na estratégia das marcas da SUMOL+COMPAL e continuará seguramente a ter um papel preponderante em toda a estratégia da empresa.

Em 2018, a SUMOL+COMPAL demonstrou a sua capacidade inovadora ao lançar dois novos conceitos, em dois mercados estratégicos bem distintos, Portugal e Angola. Em Portugal, o lançamento de COMPAL Summo procura responder às exigências dos consumidores do novo paradigma, uma vez que é feito apenas com fruta espremida e não tem qualquer adição de açúcar.

Em Angola, demonstrámos a nossa capacidade de pensar de forma global, adaptando-nos à realidade dos mercados onde atuamos, com o lançamento de COMPAL Kissangua da Banda. A observação e o conhecimento do comportamento dos consumidores angolanos, que acumulámos ao longo dos anos, permitiu que fôssemos pioneiros e surpreendêssemos o mercado de bebidas em Angola. Nunca nenhuma empresa de bebidas tinha tido a capacidade de produzir e embalar esta bebida tradicional, Kissangua de Milho, tão apreciada e consumida pelos angolanos.

Temos vindo a construir um *Road Map* de Inovação desde 2017 que nos dá confiança e que levará certamente a um contributo crescente da inovação nos resultados da SUMOL+COMPAL.

A inovação de carácter digital detém um papel importante na estratégia de inovação da sociedade, sendo vários os projetos que desenvolvemos. Continuamos a investir na plataforma transacional digital [www.saborista.pt](http://www.saborista.pt) que aproxima as nossas marcas dos consumidores.

Em consonância com as opções estratégicas da companhia, o conhecimento mais aprofundado dos nossos clientes e consumidores tem guiado a nossa agenda de transformação digital.

### INVESTIGAÇÃO E DESENVOLVIMENTO

A análise das tendências de consumo e a investigação das opiniões e preferências dos consumidores constituem uma fonte de informação essencial para definir a direção para o desenvolvimento dos novos produtos e para melhorar continuamente os existentes.

A empresa continuou em Portugal o seu caminho de redução de açúcar nas suas formulações, de acordo com os compromissos assumidos e as preocupações dos consumidores em geral.

Por outro lado, os teores de sumo de frutos aumentaram em várias das nossas marcas.

A investigação científica aplicada continua a ser uma aposta da SUMOL+COMPAL que contribui para o desenvolvimento de novos processos que, por sua vez, permitem chegar a produtos inovadores e novos perfis organoléticos.

## OS NOSSOS MERCADOS

No exercício a SUMOL+COMPAL colocou no mercado 393,7 milhões de litros de bebidas e preparados de vegetais registando um ligeiro decréscimo em relação ao volume do ano anterior tendo o valor consolidado das vendas sido de 292,6 milhões de euros. Sem a aplicação da norma IFRS 15 aquele valor teria sido de 332,0 milhões de euros.

### PORTUGAL

Em Portugal, o ano de 2018 ficou marcado por condições meteorológicas adversas para o consumo de bebidas refrescantes, nomeadamente uma primavera com temperaturas médias baixas e um verão tardio, resultando numa evolução desfavorável do mercado de bebidas refrescantes em volume que registou uma quebra de 1%, segundo dados da AC Nielsen.

Neste segundo ano de aplicação do IABA aos refrigerantes, o assunto dos açúcares adicionados continuou a estar na ordem do dia e a ser presença assídua nos órgãos de comunicação social, ao qual se juntou um crescente palco mediático para o tema das embalagens de plástico. São dois desafios de fundo, transversais aos bens de grande consumo em geral e às bebidas, em particular.

O volume transacionado pela SUMOL+COMPAL em Portugal atingiu os 295,1 milhões de litros, resultado em linha com o ano anterior, tendo as vendas líquidas registado um ligeiro decréscimo de 1,3%, situando-se nos 217,2 milhões de euros.

O portefólio da SUMOL+COMPAL manteve a sua quota de mercado, preservando a sua liderança no mercado de bebidas refrescantes, de acordo com a AC Nielsen.

Não obstante uma meteorologia mais desfavorável foi possível manter o volume de vendas do canal HoReCa ao nível do ano anterior, desempenho semelhante ao conseguido no canal Alimentar. Para ambos, contribuíram positivamente um conjunto de programas de marcas e de canal que visaram dar respostas mais adequadas às necessidades dos consumidores e aos desafios de negócio dos clientes, num contexto mais exigente e complexo do mercado.

### ANGOLA

Em 2018, a economia angolana viu agravar-se o clima de recessão verificado no ano anterior. A inflação oficial cifrou-se perto dos 20% motivada por uma forte desvalorização do Kwanza face ao Euro. A escassez de divisas manteve-se e teve reflexos no próprio ritmo de atividade da SUMOL+COMPAL sobretudo no primeiro semestre do ano.

o volume de negócios em angola alcançou os 39,1 milhões de euros. esta difícil conjuntura não impediu a sumol+compal de continuar a sua aposta de inovação específica para o mercado angolano.

## MOÇAMBIQUE

A economia moçambicana mostrou-se dinâmica, com um crescimento estimado de 3,3%, uma inflação de 5,5 % e uma taxa de câmbio metical/euro relativamente estável. Observou-se em 2018 alguma volatilidade no preço das matérias-primas, como o carvão e o alumínio, das quais, as exportações de Moçambique são muito dependentes.

Nesta conjuntura, a atividade neste mercado cresceu de forma significativa quer em valor, ultrapassando os 7,4 milhões de euros, quer em volume, atingindo cerca de 8,4 milhões de litros, tendo a sociedade conseguido ganhar quota de mercado de forma significativa na categoria de sumos e néctares. Este crescimento foi alicerçado no desenvolvimento expressivo da marca COMPAL e fortemente influenciado pelo lançamento da embalagem de TP 500 ml, reforçando a oferta de embalagens de consumo individual.

## MERCADOS DE EXPORTAÇÃO

Em 2018, a Unidade de Mercados de Exportação apresentou um volume de negócios de 27,6 milhões de euros, em linha com o ano anterior. Nesta Unidade de Mercado, a SUMOL+COMPAL, exportou os seus produtos para 60 países diferentes, nos cinco continentes.

## EUROPA

As vendas no mercado Europeu regrediram 2% face a 2017. Este decréscimo é explicado pelos maus resultados no mercado suíço devido a problemas no nosso atual *route to market* e pelo ligeiro decréscimo de negócio no Luxemburgo. Os restantes mercados de dimensão relevante, como a França e o Reino Unido, apresentaram resultados de vendas acima do ano anterior.

## ÁFRICA, EXCLUINDO ANGOLA, MOÇAMBIQUE E PAÍSES DO SADC

No conjunto dos outros países no Continente Africano, as vendas cresceram 5%, em valor. Os países lusófonos, em regime de exportação (Cabo Verde, Guiné-Bissau e São Tomé e Príncipe), mantiveram o mesmo volume de negócios do ano anterior. O crescimento na região, deve-se à abertura de novos mercados em regime de franchising, como o Gabão e os Camarões.

## OUTROS MERCADOS

Os restantes mercados decresceram 11% face a 2017, resultado explicado pelo desempenho abaixo das expectativas nos Estados Unidos da América e na China.

# AS NOSSAS OPERAÇÕES

A gestão das nossas quatro fábricas em Portugal, a de Angola e a de Moçambique, bem como a dos licenciamentos de produção iniciados na Costa do Marfim, Gabão e Camarões, persegue o objetivo de responder de forma eficiente à procura dos nossos produtos.

## A INCORPORAÇÃO DE FRUTOS E DE VEGETAIS

A fábrica de Almeirim realizou este ano uma campanha de fruta ligeiramente inferior, em quantidade, à do ano anterior. As condições de clima que implicaram um arranque tardio da campanha e, especialmente, a vaga de calor sentida no mês de agosto justificaram este decréscimo de atividade.

## GARANTIA DA QUALIDADE E SEGURANÇA ALIMENTAR

Nas fábricas de Almeirim e de Pombal foram mantidas as certificações BRC, referencial AIB, e foi renovado o registo EMAS na de Pombal. Igualmente na fábrica de Boane (Moçambique) foi mantida a certificação BRC.

## OPERAÇÕES FABRIS

Em Almeirim introduziram-se novas melhorias no processo de fabrico de vegetais. Nesta fábrica, é importante destacar o programa de redução de consumo de água e, já no final do ano, o início de instalação de novas linhas de embalagem de última geração.

Em Pombal foi instalado um novo terminal de linha para permitir novas apresentações de embalagens e grupagens mais adaptadas a novos formatos de lojas no mercado.

Em Gouveia, registou-se um novo máximo histórico de produção, o que determinou novos investimentos para aumento da capacidade.

Em Vila Flor desenvolveram-se trabalhos de prospeção de água para utilização em fábrica.

Em Bom Jesus (Angola) a atividade industrial foi muito afetada pela insuficiência de matérias primas e materiais de embalagem que a crise das divisas e das cartas de crédito não permitiu adquirir com a regularidade necessária.

Em Boane (Moçambique) o crescimento do negócio determinou a adoção de regimes de produção de maior intensidade. Foram introduzidas ações de otimização dos meios de distribuição em Maputo, o que permitiu manter os mesmos níveis de serviço com menores custos.



## LOGÍSTICA E DISTRIBUIÇÃO

Foi atualizado o estudo de fluxos e capacidades necessárias na cadeia de abastecimento com vista à centralização do armazenamento, preparação e expedição de encomendas num novo centro logístico, tendo-se optado por construir um novo armazém na unidade industrial de Almeirim.

Iniciou-se também um projeto para gestão da procura integrando novos processos de previsão de vendas, incluindo variáveis preditivas. Este projeto deverá permitir maior fiabilidade, garantindo elevados níveis de serviço e otimizando os níveis de stock de produtos.

# AS NOSSAS ÁREAS DE SUPORTE

## AS NOSSAS PESSOAS

Para a SUMOL+COMPAL a estratégia de gestão das Nossas Pessoas mantém-se uma prioridade, indissociável da estratégia do negócio. Acreditamos que o nosso sucesso resultará da combinação entre as melhores práticas de gestão de Pessoas para o desenvolvimento e retenção de talento numa cultura de meritocracia e reconhecimento, com o desafio da mobilidade e diversidade cultural.

Em 2018 mantivemos o plano de definição, alinhamento e integração dos processos de gestão de Pessoas, tendo em conta três aspetos principais:

- A reorganização da equipa da Direção de Pessoas;
  - A integração e revisão de processos-chave;
  - A definição de uma solução integrada de processos de gestão de Pessoas.
- Relativamente aos projetos desenvolvidos em 2018, destacamos:
- A consolidação do modelo de Business Partner;
  - A gestão da Mobilidade Internacional;
  - Revisão do processo de processamento de salários;
  - Lançamento do projeto de Gestão de Carreiras;
  - Revisão dos processos chave de recursos humanos à luz do Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD);
  - Desenvolvimento do projeto da melhoria das condições de trabalho.

Quanto à cultura e no âmbito do programa denominado “SOMOS+”, realizámos mais uma vez em 2018 as Festas SUMOL+COMPAL, no mês de dezembro, sob o mote “A enfeitar esta época com mais sabor”. No sentido de promover uma cultura de meritocracia, foram atribuídos, este ano, três prémios de excelência, um por cada Pilar Organizacional (Negócio, Operações e Suporte) e os prémios de reconhecimento de antiguidade (mais de 15, 20 e 25 anos).

No final do ano de 2018 a SUMOL+COMPAL contava com a colaboração de 1.611 Colaboradores, dos quais 1.232 em Portugal, 266 em Angola, 112 em Moçambique e 1 na Suíça.

Manteve-se a prática de privilegiar sempre o recrutamento interno como forma de conciliar o enriquecimento das competências dos Colaboradores, quer numa progressão vertical, quer horizontal. Naturalmente, não colocamos de parte o recrutamento externo, tão importante para a renovação de ideias e de conhecimentos que contribuem para o crescimento global de todos aqueles que trabalham na SUMOL+COMPAL.

Atrair, reter e desenvolver o talento profissional, em condições de trabalho que permitam um verdadeiro sentimento de orgulho por parte das Nossas Pessoas é o grande objetivo da SUMOL+COMPAL em matéria de gestão de Pessoas. Queremos continuar a ser uma das melhores empresas do nosso setor de atividade e, para isso, temos que ter dos melhores, dos mais empenhados e dos mais adaptáveis profissionais.

A SUMOL+COMPAL não faz qualquer discriminação entre os seus Colaboradores, nomeadamente em função do género, sendo as Nossas Pessoas todas tratadas de igual forma e com base no mesmo conjunto de regras e procedimentos, tal como estabelece o nosso Código de Conduta.

Em termos globais, a diversidade de género na SUMOL+COMPAL, no final de 2018, mostrava uma população com 66% de homens e 34% de mulheres, de um total de 1.611 Colaboradores em Portugal, Angola e Moçambique. A repartição por género varia substancialmente consoante a geografia pelo que, por razões sociais e culturais, em Angola e em Moçambique as mulheres têm uma representatividade menor (14% e 19%, respetivamente). Em Portugal, a empresa conta com 60% de homens e 40% de mulheres, sendo que a taxa de feminização tem uma grande variação em termos dos nossos pilares organizacionais: 60% no pilar Suportes, 38% no pilar Operações e 35% no pilar Negócio.

A SUMOL+COMPAL tem a meritocracia como medida determinante para as promoções e progressão de carreira, não tendo definida qualquer política específica para assegurar uma discriminação positiva de nenhum dos géneros.

Ainda no que respeita à diversidade, importa referir que 77% do total de Colaboradores da SUMOL+COMPAL têm nacionalidade portuguesa, 16% são angolanos e 6% são moçambicanos. Entre as Nossas Pessoas há ainda Colaboradores de outras sete nacionalidades.

O intervalo de salários de homens e mulheres em Portugal é de 7%, com maior intervalo nos Especialistas Seniores (36%) e Técnicos Superiores (28%) e menor entre os Diretores (5%), Gestores (5%) e os Operacionais (3%). Não havendo qualquer política ou determinação de gestão para diferenciar salários em função de qualquer outro fator que não sejam as competências profissionais e comportamentais e o nível de desempenho, estas diferenças decorrem de valorizações distintas de funções diferentes e do grau de senioridade na função, o que recomenda prudência nas comparações e nas conclusões que se possam tirar.

Em Angola e em Moçambique, na maior parte dos casos, as mulheres ocupam funções nos níveis hierárquicos e funcionais mais baixos, o que depois se reflete na remuneração e não possibilita uma comparação direta.

A formação continua a ser um pilar importante no desenvolvimento das Nossas Pessoas. Em 2018, a Direção de Pessoas apoiou a realização de 231 ações de formação em Portugal, à semelhança de anos passados as mesmas foram de carácter específico, obrigatório ou transversal e de diferentes níveis de criticidade. Estas ações de formação traduziram-se em aproximadamente 16.700 horas de formação abrangendo um universo de 1.085 colaboradores.

A SUMOL+COMPAL adota a prática dos dez princípios do Pacto Global das Nações Unidas, nomeadamente no que diz respeito às práticas laborais. Nesse sentido, a SUMOL+COMPAL, para além de cumprir a legislação em vigor nos países em que opera, reconhece a liberdade de associação dos trabalhadores e o direito efetivo à negociação coletiva.

No seu Código de Conduta a SUMOL+COMPAL expressa o princípio da não discriminação ao assumir claramente não diferenciar em razão da raça, género, orientação sexual, credo, estado civil, deficiência física, orientação política ou de opinião, origem étnica ou social ou naturalidade. A empresa não aceita nenhuma forma de trabalho forçado e obrigatório, de trabalho infantil e de discriminação no emprego, tudo fazendo para garantir a sua abolição, e tendo em vigor um Procedimento de Prevenção do Trabalho Infantil, associado ao seu Código de Conduta.

A SUMOL+COMPAL faz todos os seus esforços no sentido de disponibilizar instalações condignas e de promover um bom ambiente de trabalho, pautando as relações com os Colaboradores, independentemente do seu nível hierárquico ou função, pelo respeito e cordialidade. A empresa desenvolve e mantém igualmente um diálogo social aberto e frontal na resolução de conflitos, respeitando a diferença de opiniões e os direitos sindicais.

Quanto ao exercício dos direitos de proteção na parentalidade a empresa segue o determinado na legislação vigente em cada país em que opera.

No que diz respeito às medidas adotadas no âmbito da promoção da conciliação entre vida profissional e pessoal a empresa tem instituído em Portugal um sistema de horário flexível que permite uma gestão de tempo de trabalho adaptável às necessidades e conveniências dos Colaboradores. Este sistema não é de aplicação universal, sendo utilizável pelas pessoas cujas funções são passíveis de compatibilização de uma flexibilidade de horário com o normal funcionamento da empresa.

Relativamente à corrupção e tentativas de suborno, o Código de Conduta da empresa é claro quando estabelece o princípio ético de integridade, pelo qual todos os Colaboradores devem “agir honestamente, abstendo-se de procurar ou aceitar de terceiros qualquer compensação, favor ou vantagem por ato praticado ao serviço da SUMOL+COMPAL e recusando intervir em situações em que haja, ou possa haver, conflito de interesses”. Complementarmente a empresa segue, também nesta matéria, o determinado na Carta de Princípios do BCSO Portugal e no United Nations Global Compact, não sendo, por isso, considerado relevante definir uma política de combate à corrupção e a tentativas de suborno, uma vez que se considera que o risco deste tipo de ocorrências continua a ser baixo quer pelo controlo das operações, quer porque, neste exercício, voltou a não haver registo de nenhum incidente, nem nenhuma participação de irregularidades neste âmbito.

## HIGIENE, SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO

A SUMOL+COMPAL está empenhada em proporcionar um ambiente seguro e saudável a todos os seus Colaboradores e a outras pessoas que visitem as nossas instalações. Nesse sentido a empresa considera que a sua Política de Segurança no Trabalho é uma importante ferramenta de gestão, necessária para a melhoria contínua das condições de trabalho. Contrariamente ao ocorrido nos três exercícios anteriores, em 2018, registou-se um acréscimo quer da taxa de frequência, quer da taxa de gravidade de acidentes de trabalho que, ainda assim, continuam a estar, de acordo com as tabelas de referência no nível “muito bom”. No sentido de reforçar as boas práticas e a adoção de medidas de prevenção cruciais nesta matéria e, desta forma, procurar reduzir as taxas de frequência e de gravidade dos acidentes de trabalho nos vários centros da empresa em Portugal, iniciou-se em 2018, uma nova campanha de sensibilização para a prevenção e segurança no trabalho, designada “Zero Acidentes”, que irá decorrer até final de 2020.

A SUMOL+COMPAL proporciona gratuitamente aos seus Colaboradores efetivos em Portugal um seguro de saúde e disponibiliza a todos serviços de medicina do trabalho e de medicina curativa. Tal como acontece em Portugal, nas unidades industriais de Angola e Moçambique, a empresa tem postos médicos devidamente equipados, com permanente presença de um profissional de enfermagem credenciado e visita regular e frequente de um médico. A empresa realiza frequentemente campanhas de prevenção de acidentes de trabalho, como forma de sensibilizar os seus Colaboradores para que tenham os procedimentos mais adequados e ganhem hábitos e rotinas que permitam minorar os acidentes de trabalho e as doenças profissionais.

O Código de Conduta da SUMOL+COMPAL é claro e explícito quando à proibição do assédio nos locais de trabalho. A empresa desenvolve todos os esforços no sentido de promover e garantir um são ambiente de trabalho e de relacionamento e convívio entre os seus Colaboradores.

A Política de Comunicação de Irregularidades, em vigor, permite a qualquer Colaborador denunciar práticas de assédio na empresa.

## A NOSSA COMUNICAÇÃO

A Comunicação na SUMOL+COMPAL visa potenciar o alinhamento das Nossas Pessoas com a estratégia e os objetivos da organização ao promover a manutenção da elevada reputação da empresa.

Para a vertente interna, a empresa continuou a utilizar diversas ferramentas comunicacionais com o objetivo de chegar a todo o público interno. Sobressaem as “Nossas Notícias”, a Intranet e a revista trimestral “+FRESCAS”. Regista-se, com agrado, que todos estes meios de comunicação interna têm altos índices de leitura e têm merecido uma boa avaliação por parte da generalidade dos Colaboradores.

No que diz respeito à comunicação externa, a SUMOL+COMPAL mantém a sua política de concentrar os investimentos na comunicação das marcas, muito embora também existam algumas ações de carácter institucional, centradas na divulgação do percurso da Empresa, nomeadamente no que diz respeito ao desempenho da SUMOL+COMPAL e à sua estratégia de internacionalização.

## OS NOSSOS SISTEMAS DE INFORMAÇÃO

Na área dos Sistemas de Informação durante o ano de 2018 foi dada prioridade aos projetos de Segurança de Informação, com um diagnóstico, revisão de processos, mitigação de vulnerabilidades, novos processos de auditoria contínua e ainda a necessária adaptação à conformidade com o RGPD.

Outro projeto de elevada relevância foi a execução de um Plano Estratégico a 4 anos com o objetivo de adaptar a infraestrutura e tecnologia de Sistemas de Informação para a migração do ERP SAP para a nova geração S4/Hana e de se definirem os rumos mais adequados para as aplicações de suporte ao negócio.

No início do ano arrancou o ERP SAP na SUMOL+COMPAL Moçambique e foram concluídas com sucesso as fases de formação e integração das equipas locais nos novos processos e tecnologias.

Foi também concluído um concurso para os serviços de comunicações de voz e dados, que implicou a reconfiguração dos serviços disponibilizados, com melhorias ao nível da qualidade, quantidade e custo.

Demos ainda sequência a diversos projetos de otimização ao nível da *supply chain*, planeamento das operações e comunicação com equipamentos industriais e logísticos, com importantes ganhos de eficiência.

## A NOSSA ÁREA FINANCEIRA, DE FISCALIDADE E DE ASSUNTOS JURÍDICOS

A área Financeira foi alvo de uma reorganização com vista a uma melhor articulação e coordenação, quer dos processos existentes, quer dos projetos de melhoria, cujas fronteiras se interligam. Adotou-se um modelo agregador das áreas de contabilidade e fiscalidade, gestão de crédito, *pricing* e faturação a clientes, finanças, contas a pagar (fornecedores) e gestão de seguros, e ainda a gestão do risco, o sistema de gestão e o apoio geral administrativo.

Ao nível das finanças, foi dado destaque à gestão da dívida, nomeadamente ao nível do endividamento, à estrutura da sua maturidade e à redução do custo médio. Tendo o *swap* contratado em 2008 para cobertura de risco da taxa de juro alcançado a sua maturidade, foi desenvolvido no último trimestre do ano um trabalho de contratualização de novos *swaps*, para início de 2019, de acordo com a política de cobertura de risco definida.

A gestão do risco cambial voltou a assumir uma relevância crítica neste exercício, nomeadamente no que diz respeito à volatilidade registada pelo kwana angolano e às consequências da escassez de divisas em Angola. A gestão cambial entre o euro e o dólar americano continuou a merecer a nossa atenção, procedendo-se à cobertura do risco mediante a aquisição de *forwards*.

## RELATÓRIO ÚNICO INTEGRADO

*single integrated report*

Em termos de reporte financeiro e contabilístico este foi um exercício bastante exigente, decorrente do início do suporte à SUMOL+COMPAL Moçambique, onde foi implementado o sistema SAP do grupo, e de várias exigências normativas, onde se destacam:

- Aplicação da IAS 29, decorrente da economia angolana ter sido declarada hiperinflacionária em 2017 e 2018;
- Aplicação da IFRS 15 - Récito, da IFRS 9 - Instrumentos Financeiros e da estimativa da IFRS 16 - Locação (não adotada em 2018, mas obrigatória para 2019);
- Alterações ao quadro do IABA, com efeitos a 1 de janeiro de 2019.

A perda do estatuto de sociedade aberta obrigou a um trabalho de reflexão e decisão sobre os referenciais normativos adotados, informação de reporte e sua periodicidade.

Em 2018 dedicou-se uma forte atenção ao dossier fiscal, procurando-se melhorias operacionais que permitiram otimizar o rácio fiscal, mas também estruturar melhor o processo de documentação que suporta fiscalmente as operações existentes, reduzindo o risco de futuras correções fiscais. Destaque ainda para os projetos:

- Revisão do dossier fiscal de preços de transferências;
- Potenciação dos apoios fiscais no âmbito do SIFIDE, com recurso a investimentos em fundos de capital de risco destinados exclusivamente a I&D.

A gestão do risco fez o primeiro mapeamento exaustivo de riscos a que a SUMOL+COMPAL está exposta.

O Gabinete Jurídico da SUMOL+COMPAL assegurou o acompanhamento de uma grande variedade de temas de gestão corrente da Sociedade, como sejam a celebração de contratos ou a cobrança de créditos vencidos, mas também contribuiu para a análise de temas de natureza estratégica. Para além disso, a internacionalização e a implementação de novos diplomas legais constituíram desafios relevantes em 2018.

## AS NOSSAS COMPRAS

Em Compras foi dado um especial enfoque ao suporte às operações internacionais, com destaque para a pesquisa de alternativas mais favoráveis de materiais, serviços e equipamentos, dando suporte a projetos de novos produtos e novos formatos de embalagem, e incluindo alternativas de abastecimento local em Angola.

Foi dada continuidade a um profundo trabalho de garantia de conformidade com os requisitos normativos, de segurança alimentar e gestão de risco de fornecedores, com o desenvolvimento e expansão de funcionalidades do Portal web de Fornecedores.

No mercado agravou-se a tendência de crescente volatilidade dos preços e disponibilidade de matérias-primas e *commodities*, a qual acrescentou alguma complexidade às tarefas do processo de Compras.

## RELATÓRIO ÚNICO INTEGRADO

*single integrated report*

Ainda destaque para o suporte à contratação e gestão serviços de enchimento em parceiros (*contract packing*), quer para operações existentes, quer para apoio à inovação. Manteve-se com sucesso o foco na procura de alternativas mais económicas e sustentáveis, tendo sido garantida a disponibilidade de fornecimento para todas as necessidades e com alguma redução global de custos.

### O NOSSO PLANEAMENTO E CONTROLO

O processo de planeamento e controlo de gestão do Grupo SUMOL+COMPAL é exercido de modo centralizado. Em 2018, a área procedeu a uma reorganização, consolidando a Área de Planeamento e Controlo de Gestão, Área de Desenvolvimento de Vendas e Gestão de Informação e Informação de Marketing Estratégico.

Pretendeu-se com este movimento dotar a SUMOL+COMPAL de um modelo e processo de planeamento, controlo e gestão de informação melhor adaptado aos desafios atuais e futuros do nosso negócio. A integração destas áreas procura incrementar a geração de valor que a gestão de informação, nas suas variadas vertentes (interna e externa, quantitativa e qualitativa, concorrência, mercado, etc.), deverá aportar ao negócio, suportando adequadamente a tomada de decisão operacional.

### O NOSSO SISTEMA INTEGRADO DE GESTÃO

A equipa de Sistema de Gestão continuou a desenvolver esforços de coordenação dos trabalhos de certificação, em conjunto com as diferentes áreas da empresa, de modo a consolidarem as boas práticas existentes e assim obterem excelentes resultados. Em 2018 destacaram-se os seguintes projetos:

- Elaboração do diagnóstico e plano de ação para a implementação da BRC nas fábricas de Vila Flor e Gouveia, incluindo a formação das equipas;
- Preparação e implementação das alterações decorrentes da versão 8 da certificação em segurança alimentar adotada pela SUMOL+COMPAL - BRC (British Retail Consortium);
- Elaboração de um questionário sobre o nosso sistema de gestão com o objetivo de identificar oportunidades de melhoria.

### A NOSSA AUDITORIA INTERNA

O Gabinete de Auditoria Interna executou o programa aprovado. Foram realizadas auditorias à eficácia e eficiência dos processos de negócio, à conformidade do cumprimento das obrigações decorrentes de vários tipos de licenciamentos e ao sistema de controlo interno das atividades realizadas, na subsidiária de Angola e na sua relação com outras empresas do grupo.

# OS NOSSOS RESULTADOS ECONÓMICOS E FINANCEIROS

## APLICAÇÃO DA INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARD (IAS) 29 – RELATO FINANCEIRO EM ECONOMIAS HIPERINFLACIONÁRIAS

À semelhança do sucedido para o exercício de 2017, por decisão conjunta das chamadas “grandes empresas” internacionais de auditoria, assente nos dados quantitativos apresentados pelo FMI, Angola foi considerada, pelo segundo ano consecutivo, uma economia hiperinflacionária em 2018. Consequentemente, no exercício foi aplicada a IAS 29 às entidades cuja moeda funcional é o Kwanza Angolano, como se a economia sempre tivesse sido hiperinflacionária.

## IFRS 9 INSTRUMENTOS FINANCEIROS

À semelhança da IFRS 15, também em 2018 tornou-se obrigatória a adoção da IFRS 9, a qual dispõe de um novo modelo de classificação e mensuração dos ativos e passivos financeiros, de uma nova abordagem às imparidades de crédito, passando a serem identificadas pelas esperadas e não pelas incorridas, e ainda pela alteração nos requisitos da política de cobertura definida, nomeadamente no que diz respeito aos respetivos testes de eficácia.

A adoção desta norma teve como impactos na SUMOL+COMPAL a adoção de testes de imparidade prospetivos e a adaptação de testes de cobertura a determinados riscos segundo a política definida, não tendo havido qualquer impacto materialmente relevante nos resultados ou na situação patrimonial. Razão pela qual se optou por não reexpressar as demonstrações financeiras de 2017.

## ADOÇÃO DA IFRS 15 – RÉDITO E ESTIMATIVA DO IMPACTO DA ADOÇÃO DA IFRS 16 – LOCAÇÃO

Em 2018, a aplicação da norma IFRS 15 tornou-se obrigatória para todas as entidades que têm adotado o referencial contabilístico internacional IAS/IFRS. Do mesmo modo, em 2019 será obrigatória a aplicação da IFRS 16.



RELATÓRIO ÚNICO INTEGRADO  
single integrated report

Dado que ambas as normas implicam alterações materiais nos registos contabilísticos, fazendo variar de modo relevante alguns indicadores, impõe-se ao longo deste relatório a explicação das variações daí decorrentes.

A SUMOL+COMPAL, de forma a permitir a comparabilidade entre exercícios, optou por reexpressar as suas contas de 2017, ajustando-as dos efeitos decorrentes da aplicação da IFRS 15 e como se esta norma tivesse sido adotada também nesse exercício. Os valores e variações apresentadas entre exercícios já refletem bases comparáveis por efeito da IFRS 15.

A IFRS 16 - Locação, de adoção obrigatória em 2019, irá conduzir a alguns ajustamentos também relevantes face ao normativo anterior. Por esse motivo, optou-se por apresentar uma estimativa desses impactos, caso a IFRS 16 tivesse sido adotada no exercício de 2018.

Para melhor compreensão da informação disponibilizada ao longo do relatório, abaixo expõe-se um quadro síntese dos impactos:

milhões de euros	2018		Ajustamento	2018		2017		IFRS 16 - não adotada	
	Com IFRS 15	Sem IFRS 15		Com IFRS 15 (reexpresso)	Sem IFRS 15	2018 Estimativa	2018 Com IFRS 16		
	Volume de Negócios	299,7	339,1	39,5	314,4	356,1		299,7	
Margem Bruta	159,2	198,7	39,5	163,2	205,0		159,2		
%MB	53,1%	58,6%		51,9%	57,6%				
Resultado Operacional	30,1	32,0	1,9	29,1	31,1		0,1 30,2		
% RO	10,0%	9,4%		9,3%	8,7%				
EBITDA	41,9	47,6	5,7	42,3	48,3		2,4 44,3		
% EBITDA	14,0%	14,0%		13,5%	13,6%				
Resultado Financeiro	-27,0	-29,0	-2,0	-13,4	-15,3		-0,2 -27,2		
RAI	3,1	3,0	-0,1	15,8	15,8		-0,1 3,1		
Resultado Líquido	1,4	1,3	-0,1	9,2	9,2		-0,1 1,3		
Ativo Líquido	610,8	607,9	-2,9	647,6	646,2		5,0 615,7		
Capital Próprio	183,3	183,2	-0,1	194,9	194,9		-0,1 183,2		
Passivo	427,5	424,7	-2,8	452,7	451,3		5,0 432,5		
Dívida Remunerada Líq.	223,5	223,5	0,0	225,5	225,5		5,0 228,5		
DRL/EBITDA	5,3	4,7		5,3	4,7		5,2		

## RENDIBILIDADE ECONÓMICA E FINANCEIRA

O volume de negócios ascendeu a 299,7 milhões de euros, representando um decréscimo de 4,7% em relação ao ano anterior. As vendas decresceram 4,4% para 292,6 milhões de euros. O preço médio de venda teve uma evolução negativa de 4,1%, resultante de contributos negativos de todas as Unidades de Mercado, exceto da de Moçambique, na qual se registou uma evolução favorável de 9%. O valor das prestações de serviços foi de 7,1 milhões de euros, decrescendo 16,1%.

A margem bruta cifrou-se em 159,2 milhões de euros, tendo regredido 2,5%. O nível da margem bruta percentual foi de 53,1%, quando, em 2017, a SUMOL+COMPAL operou com uma margem bruta de 51,9%. A explicação para esta melhoria na margem bruta resulta principalmente da redução do preço de compra de algumas matérias-primas relevantes.

A rubrica de fornecimentos e serviços externos teve uma ligeira redução (-1%), alcançando 81,7 milhões de euros. Esta evolução está associada a um menor nível de atividade.

Os gastos com o pessoal cifraram-se em 42,4 milhões de euros, reduzindo 0,7%. Esta evolução reflete principalmente a redução da estrutura em Angola, como resultado da diminuição de atividade neste país.

Calcularam-se as amortizações de acordo com a vida útil estimada dos bens, cifrando-se estas em 11,8 milhões de euros. A adoção da IFRS 15 impôs a reclassificação em 2018 de 3,7 milhões de euros, referentes à amortização de direitos contratuais com clientes.

Foram reconhecidas perdas de imparidade nas dívidas de clientes e em inventários no valor de 0,4 milhões de euros, tendo em conta uma avaliação criteriosa dos riscos inerentes.

Após avaliação efetuada aos ativos associados ao *goodwill* e às marcas, não se verificaram perdas por imparidade.

Os outros ganhos e perdas operacionais totalizaram 7,2 milhões de euros positivos, tendo melhorado 0,9 milhões de euros.

Em consequência das evoluções atrás descritas os resultados operacionais (EBIT) atingiram 30,1 milhões de euros, uma evolução positiva de 3,3%.

O cash-flow operacional (EBITDA) foi de 41,9 milhões de euros, correspondendo a 14,0% do volume de negócios. Em 2017, o EBITDA tinha sido de 42,3 milhões de euros, verificando-se um decréscimo de 1,1%. De notar que a adoção da IFRS 15 levou a um ajustamento em baixa no EBITDA superior a 5,5 milhões de euros, os quais resultam das verbas de direitos contratuais com clientes e de descontos de pronto pagamento concedidos a clientes, que, no normativo anterior, eram registados, respetivamente, em amortizações e em gastos financeiros.

Neste exercício, os resultados financeiros negativos ascenderam a 26,3 milhões de euros, um aumento de 12,0 milhões de euros face a 2017. A principal razão para esta evolução assenta nas perdas cambiais originadas em 2018, pela forte desvalorização do kwanza angolano, no valor de 14,5 milhões de euros. Sem este efeito, os resultados financeiros teriam uma melhoria de 1,5 milhões de euros. Este seria o resultado do efeito combinado de uma dívida remunerada líquida média inferior à registada no ano transato e de uma redução do custo médio de financiamento decorrente da evolução dos spreads e comissões bancárias.

Decorrente da aplicação do IAS 29 à subsidiária SUMOL+COMPAL Angola, a rubrica de Ganhos (perdas) monetárias afetou negativamente os resultados de 2018 em 0,7 milhões de euros.

Quando comparados com os 15,8 milhões de euros obtidos no ano anterior, os resultados antes de impostos apresentam uma redução para 3,1 milhões de euros. As perdas cambiais em Angola de 14,5 milhões de euros foram determinantes para esta variação.

Com a otimização dos apoios fiscais obtidos ao abrigo do SIFIDE, a estimativa para o imposto sobre o rendimento é de 1,7 milhões de euros, tendo sido de 6,6 milhões de euros em 2017.

O resultado consolidado com os interesses não controlados foi de 1,4 milhões de euros contra 9,2 milhões de euros em 2017.

## INVESTIMENTOS

O investimento em ativos tangíveis no período ascendeu a 9,2 milhões de euros. A maioria realizou-se em Portugal, podendo ser caracterizado como investimento de substituição. O investimento em ativos intangíveis foi pouco expressivo. Foram realizados 1,8 milhões de euros em investimentos financeiros em fundos destinados exclusivamente a I&D.

## SITUAÇÃO FINANCEIRA

A dívida remunerada líquida situou-se nos 223,5 milhões de euros no fecho do exercício, correspondendo a 5,3 vezes o cash-flow operacional (EBITDA). Este rácio manteve-se inalterado face a 2017, ano em que a dívida remunerada líquida atingiu 225,5 milhões de euros. Apesar da estabilidade face a 2017, o rácio foi penalizado pela norma IFRS 15, sem aplicação da qual, a dívida corresponderia a 4,7 vezes o cash-flow operacional (EBITDA).

O capital próprio evoluiu de 194,9 para 183,3 milhões de euros no final do ano. As variáveis de fundo de maneo apresentaram evoluções diferenciadas em relação ao ano anterior, afetando, naturalmente, a dívida financeira líquida: o prazo médio de recebimentos melhorou de 64 para 62 dias, enquanto o prazo médio de pagamentos evoluiu de 54 dias para 58 dias. Nas existências, a permanência média teve um agravamento de 88 para 91 dias.

## AÇÕES SUMOL+COMPAL

No dia 21 de junho de 2018, a Comissão do Mercado de Valores Mobiliários (CMVM) aprovou a perda de qualidade de sociedade aberta da SUMOL+COMPAL, S.A., decisão que teve efeitos imediatos. Em consequência, as ações da SUMOL+COMPAL, S.A. foram excluídas da negociação no mercado regulamentado Euronext Lisbon naquela data, tendo-se iniciado o processo de compra das ações cotadas por parte das sociedades adquirentes Refrigor S.A. e da Frildo - Entrepasto Frigoríficos, Lda., nos termos aprovados pela CMVM, aos demais acionistas que o pretendessem fazer.

Conforme informação ao mercado, a operação implicava a aquisição, pelas adquirentes, de um total máximo possível de 3.901.923 ações, no período entre 22 de junho a 24 de setembro. Como contrapartida, o preço estabelecido, resultante do trabalho de Revisor Oficial de Contas indicado pela CMVM, foi de 1,701 euros por ação, deduzido de 0,04 euros por ação correspondente aos dividendos distribuídos relativos à aplicação de resultados do exercício de 2017.

# A SUMOL+COMPAL E A COMUNIDADE

## MATERIALIDADE

A SUMOL+COMPAL tem plena consciência do estreito inter-relacionamento entre a economia, a sociedade e o ambiente e acredita que o seu sucesso futuro, no longo prazo, depende de um desempenho positivo naquelas três vertentes. Nesse sentido, estabeleceu em 2018 uma Agenda de Sustentabilidade sob o lema “Criar valor, com equilíbrio e satisfação”.

Desde 2006 que a empresa é membro ativo do BCSD Portugal (Business Council for Sustainable Development, em português, Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável) e, em novembro de 2017, subscreveu, por ocasião da sua publicação, a Carta de Princípios do BCSD Portugal que estabelece um conjunto de 6 Princípios fundamentais de Sustentabilidade. Ao fazê-lo, a SUMOL+COMPAL comprometeu-se também com o cumprimento dos 10 Princípios do Pacto Global das Nações Unidas, com o expresso na Declaração Universal dos Direitos Humanos e, igualmente, com os Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho da Organização Internacional do Trabalho e com a ambição estabelecida pelos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas.

A subscrição daquela Carta de Princípios veio reforçar a aplicação de boas práticas na SUMOL+COMPAL, pois, para além do cumprimento legal, incentiva à adoção de normas e práticas reconhecidas e alinhadas com elevados padrões de gestão, éticos, sociais, ambientais e de qualidade. Os riscos de se verificarem desrespeitos ou incumprimentos em matéria de direitos humanos ou de direitos laborais são baixos o que é comprovado pelo facto de, durante 2018, não terem, novamente, sido registadas quaisquer comunicações de irregularidades sobre o assunto.

## CAPITAL NATURAL

### POLÍTICA AMBIENTAL

A SUMOL+COMPAL está consciente do impacte ambiental da sua atividade e que o seu papel na preservação dos recursos naturais e na diminuição da sua pegada no planeta ajudará à construção de um futuro melhor e mais equilibrado. Assim, a empresa entende que a busca permanente da melhoria do desempenho ambiental dos seus produtos, serviços e atividades operacionais constitui um fator diferenciador positivo, junto das partes interessadas, e esta é uma condição essencial para o desenvolvimento sustentado do seu negócio. Neste sentido, a empresa publicou em 2011 a sua Política Ambiental, que define as principais linhas de orientação em matéria de sustentabilidade ambiental, visando contribuir para o pilar ambiental, +EQUILÍBRIO, da sua Agenda de Sustentabilidade para 2025.

A análise e acompanhamento dos indicadores de desempenho ambiental permite à empresa afirmar que em 2018 foram cumpridas as obrigações legais nas instalações da SUMOL+COMPAL e, mais uma vez, foi obtida na unidade industrial de Pombal a renovação do Registo EMAS.

## ÁGUA E EFLUENTES

Não apenas pela importância que a água tem para o negócio da SUMOL+COMPAL mas, essencialmente, por se tratar de um recurso cada vez mais escasso e a preservar, a sua gestão responsável traduz atualmente um dos principais vetores estratégicos da empresa a nível ambiental. A redução e otimização do consumo de água, bem como a correta gestão das águas residuais maioritariamente provenientes do processo produtivo, são assim prioritários para a empresa, que procura de forma continuada e sistemática diminuir a sua pegada hídrica.

Em 2018 a empresa consumiu, no total das suas 6 unidades industriais (Portugal: Vila Flor, Gouveia, Pombal e Almeirim; Angola: Bom Jesus; Moçambique: Boane), cerca de 2 mil milhões de litros de água, que inclui não apenas a água incorporada nos seus produtos, mas também a utilizada nas diferentes atividades auxiliares inerentes à produção. No que refere ao consumo específico, podemos afirmar que foram consumidos cerca de 5,03 hL de água por cada hL de produto produzido (em 2018 foram produzidos cerca de 400 milhões de litros de produto nas 6 unidades industriais da SUMOL+COMPAL), o que representa uma redução de 8% face ao ano anterior.

A produção de águas residuais (efluentes líquidos) é também inerente à atividade diária da SUMOL+COMPAL, sendo a sua correta gestão de maior importância para a empresa. Em Portugal, a empresa tem 3 unidades industriais (Almeirim, Gouveia e Vila Flor) a descarregar efluentes em meio hídrico e outra (Pombal) a descarregar em Coletor Municipal, que totalizaram, em 2018, uma descarga de aproximadamente 1,5 mil milhões de litros.

## ENERGIA E EMISSÕES DE GASES COM EFEITO DE ESTUFA

Numa realidade mundial que visa a gradual descarbonização da sociedade, a SUMOL+COMPAL procura racionalizar o seu consumo de energia, em particular o associado ao processo produtivo, e consequentemente diminuir a sua pegada de carbono.

Em paralelo com diversos projetos de otimização de consumo energético, a SUMOL+COMPAL tem vindo de forma consistente a medir a eficiência energética das quatro unidades industriais em Portugal, com o intuito de monitorizar os consumos de energia e assim identificar oportunidades de melhoria. O consumo direto e indireto de energia nas 6 unidades industriais da SUMOL+COMPAL em 2018 foi cerca de 277 TJ, resultando num consumo específico de 70,41 MJ por hL de produto produzido, que traduz uma redução de cerca de 5%, comparativamente com 2017. O consumo direto de energia representou aproximadamente 70%, devendo-se essencialmente à utilização no processo de produção de vapor e nos geradores de energia elétrica de emergência, com maior expressão na unidade industrial de Bom Jesus, em Angola.

No que se refere a emissões de gases com efeito de estufa (GEE) associadas ao consumo direto e indireto de energia nas suas 6 unidades industriais, a SUMOL+COMPAL teve em 2018 uma emissão global de cerca de 22.000 toneladas de CO<sub>2</sub>eq, pelo que, por cada hL de produto produzido, a emissão foi de 5,60 kg de CO<sub>2</sub>eq (redução de 4% face a 2017).

Destaca-se que, na área da distribuição logística, a SUMOL+COMPAL concretizou em 2018 um projeto piloto, com recurso a um camião semirreboque movido a gás natural, que se traduziu na redução da emissão de CO<sub>2</sub>eq, levando a empresa a reforçar este tipo de solução de mobilidade para um menor impacte carbónico em 2019.

Com uma capacidade instalada superior a 20 MWt, a unidade industrial de Almeirim está abrangida pelo Comércio Europeu de Licenças de Emissão (CELE). Em 2018 esta unidade totalizou 6.172 t CO<sub>2</sub>, observando-se uma ligeira diminuição nas emissões face ao ano anterior (6.357 t CO<sub>2</sub>).

## **EMBALAGENS E RESÍDUOS**

Pela natureza do seu negócio, a SUMOL+COMPAL aderiu ao sistema Ponto Verde desde a sua origem, delegando, enquanto empresa embaladora, a responsabilidade da gestão e reciclagem das embalagens (o contrato com a Sociedade Ponto Verde não abrange todas as embalagens, exceto as embalagens de tara reutilizável) que coloca no mercado português na Sociedade Ponto Verde (SPV).

Consciente do impacte que as suas embalagens produzem no meio ambiente, a empresa tem apostado em melhorias de eficiência e de materiais das suas embalagens, desde a redução do seu peso à utilização de materiais reciclados e de origem vegetal. Destaca-se em 2018 a gama de produtos da marca ÁGUA SERRA DA ESTRELA embalada em PET, que passou toda a incorporar 25% de PET reciclado (rPET) na sua embalagem primária e a utilização de cápsulas de bioplástico de origem vegetal nas embalagens ECAL dos produtos das gamas COMPAL Veggie e COMPAL Summo.

Além das embalagens que a empresa coloca no mercado, a geração de resíduos é inerente ao seu processo produtivo. Em 2018 foram produzidas cerca de 4.000 toneladas de resíduos nas 4 fábricas de Portugal, tendo 99,3% do total sido encaminhado para valorização (reciclagem e valorização energética, entre outros), em linha com o valor do ano anterior. Em termos específicos, observa-se que foram produzidos cerca de 1,24 kg de resíduos por cada hL de produto produzido. Desses resíduos, importa destacar que a SUMOL+COMPAL encaminhou cerca de 360 toneladas de materiais de repiso de tomate (subproduto) para valorização em processos de alimentação animal.

**BIODIVERSIDADE**

O programa de reflorestação da marca ÁGUA SERRA DA ESTRELA continuou a assegurar a plantação de árvores nas serras portuguesas, atualmente ao abrigo da parceria da SUMOL+COMPAL com a cadeia IKEA. Ao longo dos anos deste programa, a marca ÁGUA SERRA DA ESTRELA já plantou mais de 1,4 milhões de árvores, contribuindo assim para promover e valorizar a biodiversidade e dar um melhor contributo à sustentabilidade ambiental do negócio, através da compensação das emissões atmosféricas e, conseqüentemente, da redução da pegada de carbono da empresa.

**CAPITAL SOCIAL****NUTRIÇÃO E SAÚDE**

O aumento significativo de algumas doenças, tais como a hipertensão, a diabetes e as doenças cardiovasculares, está diretamente relacionado com o excesso de peso e obesidade, que resultam de fatores negativos, tais como, a redução dos níveis de atividade física, o sedentarismo e uma incorreta dieta alimentar. A crescente preocupação com a saúde e o objetivo de redução das taxas de morbilidade da população, têm levado à consciencialização por parte da sociedade e a uma pressão regulatória e legislativa por parte das entidades governamentais, no sentido de sensibilizar para a problemática e promover uma alimentação e um estilo de vida mais saudáveis e equilibrados.

A SUMOL+COMPAL está consciente do seu papel nesta missão e tem desde a primeira hora assumido proactivamente as suas responsabilidades.

Em 2018 o principal contributo direto da SUMOL+COMPAL para a melhoria dos hábitos alimentares em Portugal foi a redução significativa do teor de açúcar adicionado nas bebidas refrescantes e néctares. O lançamento de COMPAL Summo, produzido exclusivamente com fruta, e a reformulação da fórmula da marca UM BONGO, retirando todo o açúcar adicionado e aumentando o teor de sumo de fruta para 80%, constituem bons exemplos de implementação dos compromissos assumidos nesta matéria. Nos principais produtos derivados do tomate e vegetais foram implementadas também fortes reduções do teor de sal adicionado.

**ENVOLVIMENTO COM A COMUNIDADE**

Em termos societais, para além da criação de emprego, a SUMOL+COMPAL concretiza o seu envolvimento com a comunidade essencialmente sob três formas: donativos (produto das suas marcas, contributos financeiros e bens materiais), colaborações com escolas e visitas a instalações da empresa. Em 2018, em Portugal, a empresa continuou a privilegiar o donativo de produtos das diferentes marcas da SUMOL+COMPAL, totalizando quase 500 mil litros.

Em complemento, e com uma expressão limitada, a empresa reforçou o seu apoio comunitário mediante donativos financeiros a entidades educativas, sociais, ambientais, desportivas e culturais com as quais estabeleceu protocolos e acordos, num total superior a 150.000 euros.

A SUMOL+COMPAL tem estabelecidos com várias entidades protocolos de colaboração dos quais sobressaem os firmados com a NOVA *School of Business and Economics* e com a Fundação de Serralves.

Além dos patrocínios concedidos pelas marcas a eventos desportivos, a SUMOL+COMPAL apoiou ainda provas desportivas de referência em Vila Flor, Gouveia Almeirim e Oeiras.

Em África, a SUMOL+COMPAL continuou a apoiar as comunidades locais, principalmente mediante donativo de produto. Em Angola e em Moçambique deu-se continuidade ao apoio a projetos ambientais e sociais, em parceria com entidades locais relevantes.

O apoio escolar em África manteve-se em 2018, com o donativo de 3.000 kits escolares a alunos de Cabo Verde e Guiné-Bissau e a realização de um evento especial que assinalou os 10 anos de parceria com a Fundação Cabo-verdiana de Ação Social Escolar (FICASE).

A SUMOL+COMPAL tem mantido uma relação próxima com diversos estabelecimentos de ensino universitário, quer recebendo visitas de grupos de estudantes, quer colaborando em projetos ou ainda premiando alunos.

Em termos de abertura à sociedade, é importante referir o crescente número de visitas de estudantes universitários e o investimento feito para dotar os circuitos de visita das fábricas de Almeirim e de Gouveia de condições que permitam ser percorridos por crianças com mais de 6 anos. Estas visitas proporcionam aos estudantes universitários um valioso contacto direto com a realidade empresarial e às crianças e jovens uma experiência enriquecedora.

## O NOSSO MODELO DE GESTÃO

De acordo com os estatutos da Sociedade e a legislação em vigor, compete à Assembleia Geral, sob proposta de um ou mais acionistas, a nomeação dos Membros do Conselho de Administração e do Conselho Fiscal. A SUMOL+COMPAL não tem definida uma Política de Diversidade aplicável aos órgãos de administração e de fiscalização. Qualquer alteração futura nesta matéria dependerá de deliberação tomada pelos acionistas da SUMOL+COMPAL, em Assembleia Geral.

Em 31 de dezembro de 2018, o Conselho de Administração da SUMOL+COMPAL era composto por nove elementos: uma mulher e oito homens, cuja média de idades era de 55,9 anos e a de antiguidade na função de 15,3 anos.

Na mesma data, o Conselho Fiscal da SUMOL+COMPAL era composto por três elementos efetivos e um suplente, todos eles homens. A média de idades dos membros efetivos era de 62,3 anos e a antiguidade média na função de 6,0 anos.



# OS RISCOS DO NOSSO NEGÓCIO

O Conselho de Administração é responsável pelo cumprimento de toda a legislação, quer de aplicação geral, quer específica à indústria de bebidas. É também responsável pelo controlo dos riscos associados aos objetivos estratégicos e operacionais, bem como pelo financiamento da SUMOL+COMPAL.

O Grupo tem um sistema de controlo estruturado de reporte económico, financeiro e de operações e acompanha este controlo de forma a obter um grau razoável de confiança em relação à fiabilidade dos dados. Desenvolve-se um conjunto de testes, supervisiona-se, exerce-se controlo e, quando necessário, tomam-se medidas corretivas.

No decurso normal do negócio, a SUMOL+COMPAL está sujeita a riscos que podem resultar de uma evolução adversa relacionada com a procura dos seus produtos, concorrência, riscos de mercado, riscos cambiais, concentração ou perda de clientes, matérias-primas e energia, ambiente económico geral, tecnologias de informação, enquadramento legislativo, retenção de talentos, reputação da SUMOL+COMPAL, riscos de fraude ou corrupção e riscos ambientais.

O desenvolvimento deste ponto encontra-se nas Notas Consolidadas de 31 de dezembro de 2018.

Importa referir que a SUMOL+COMPAL está empenhada no desenvolvimento de um processo estruturado de identificação, análise, avaliação, planos de ação, monitorização e responsabilização dos riscos relevantes a que está exposta. Nesse sentido, em 2018 foi concluído o trabalho de mapeamento, análise e avaliação dos riscos, tendo-se identificando os 25 riscos críticos e decidido qual o tratamento a dar.

Para 2019 foram planeados trabalhos de mitigação do risco e/ou definição de planos de contingência, para os riscos críticos cuja decisão tenha sido de reduzir a exposição, bem como definir indicadores e rotinas para a sua monitorização.

# APLICAÇÃO DOS NOSSOS RESULTADOS

Tendo em conta os resultados apurados nas contas individuais da SUMOL+COMPAL, SA, no valor de 2.553.139,17 euros, o Conselho de Administração propõe a seguinte aplicação de resultados:

- Dividendos: 1.814.975,88 euros
- Resultados retidos: 738.163,29 euros

O Conselho de Administração entende que, mantendo a Sociedade uma situação financeira sólida, é adequado o pagamento de um dividendo de 0,03€ por ação.

# AS NOSSAS PERSPETIVAS FUTURAS

A SUMOL+COMPAL continua a apostar no desenvolvimento dos seus negócios. Contudo, entendemos que há três fatores que no curto e médio prazo condicionarão muito este desenvolvimento.

O primeiro fator será o crescimento do negócio em Portugal. Este é um desafio exigente tendo em conta a evolução demográfica desfavorável prevista, a pressão reputacional a que estão sujeitos os refrigerantes e a enorme intensidade concorrencial. Acreditamos que a capacidade de inovação e a força das marcas da SUMOL+COMPAL garantirão a adequação da nossa oferta e a consolidação da nossa posição de liderança.

O segundo fator é o desenvolvimento da atividade da SUMOL+COMPAL em Angola. Apesar da SUMOL+COMPAL Angola beneficiar de vários pontos fortes (notoriedade e preferência pelas marcas COMPAL e SUMOL, produção local, parceria comercial com o Grupo Castel e grande experiência e conhecimento da realidade angolana) a evolução da atividade depende de duas variáveis: o poder de compra da população e a disponibilidade de divisas. Isto quer dizer que o aumento do rendimento disponível dos consumidores angolanos e a obtenção de divisas pela SUMOL+COMPAL Angola, para pagar os fornecimentos de matérias primas que não estão disponíveis localmente, serão determinantes para o crescimento do negócio neste país africano.

Temos a expectativa que as políticas recentemente implementadas pelo governo angolano conduzirão, no curto prazo e, principalmente, no médio prazo, a uma melhoria das variáveis acima referidas.

O terceiro fator relevante para a evolução do negócio da SUMOL+COMPAL serão os desempenhos em Moçambique e noutros países, em particular, no continente africano. A performance em Moçambique e o progresso de diversos projetos em 2018 permitem-nos ter a expectativa que estas geografias darão um contributo significativo para o crescimento da SUMOL+COMPAL no futuro próximo.

## OS NOSSOS AGRADECIMENTOS

A atividade exercida pela SUMOL+COMPAL neste ano só foi possível com o contributo de um conjunto vasto de entidades a quem são devidos os seguintes agradecimentos:

Aos Acionistas pela confiança que depositaram na SUMOL+COMPAL. À Copagef, enquanto acionista da SUMOL+COMPAL Marcas, pelo apoio no desenvolvimento do negócio desta sociedade;

Ao Conselho Fiscal e ao Revisor Oficial de Contas pelo acompanhamento construtivo que sempre nos dispensaram;

Aos Colaboradores da SUMOL+COMPAL que lhe devotaram dedicação e competência, permitindo transformar anos exigentes em momentos de criação de oportunidades;

Aos Consumidores e Clientes das várias marcas da SUMOL+COMPAL por nos distinguirem com a sua preferência;

Aos nossos parceiros PepsiCo Beverages International, Unilever-Jerónimo Martins e Grupo Damm pelo apoio e cooperação demonstrados no desenvolvimento das suas marcas e à Genius, pela colaboração no desenvolvimento da SUMOL+COMPAL Angola;

Aos Fornecedores por responderem às nossas necessidades e, em particular, aos Fruticultores portugueses;

Às Associações do setor por constituírem um fórum privilegiado de reflexão e de defesa dos nossos interesses;

Aos Organismos Oficiais de Portugal, Angola e Moçambique pelo apoio prestado à atividade da SUMOL+COMPAL nos respetivos países;

Às Autarquias e Comunidades onde desenvolvemos diretamente as nossas operações pelo interesse e envolvimento nas nossas atividades.

Carnaxide, 28 de março de 2019

RELATÓRIO ÚNICO INTEGRADO  
*single integrated report*

Dear Shareholders,

it is with great satisfaction that we hereby submit the integrated annual report, the individual and consolidated financial statements and the corresponding annexes for your perusal in accordance with the legislation in force. Under Article 508-C (6) of the Commercial Company Code, this report shall be deemed to constitute the full annual company report.

Throughout the report, we take note of the changes to the report stemming from the adoption of IFRS 15 - Revenue and the outlook for 2019 that the adoption of IFRS 16 - Leases will have on SUMOL+COMPAL's accounts.

#### INTRODUCTORY NOTE

This annual report contains a clear and accurate analysis of the development of SUMOL+COMPAL's business and performance.

In selecting the reference indicators to assess performance, the aim was to focus on those which effectively measure the greatest impacts of our activity in terms of economic, social and environmental sustainability.

The report portrays both the impacts of our past actions and the foreseeable consequences of the initiatives we continue to implement in the aim of achieving a more sustainable future for our company and society.

## THE YEAR IN REVIEW

Portuguese economic growth slowed in 2018, with GDP estimated to be 2.1% up as a result of higher exports and private consumption. The reversal in May of the trend towards greater consumer confidence, less favorable weather than the year before and the heavy slowdown in tourism growth led to the fast-moving non-alcoholic drinks sector (soft drinks, juices, nectars and waters) growing by an estimated 0.7% by volume and 6.4% by value. The latter figure also benefitted from the fact that 2018 was the first full year in which the special excise duty (IEC) was applied to beverages with added sugar or sweeteners (IABA).

2018 was marked by the adoption of IFRS 15 - Revenue from Contracts with Customers, which, in general terms, specifies that all transactions with client entities which contribute to setting the selling price must be booked as a deduction in turnover. Consequently, expenditure incurred with clients resulting from commercial and marketing support and discounts on payments that contribute to setting the price payable by the client were entered into the accounts as a deduction on sales. In addition, SUMOL+COMPAL chose to restate the 2017 accounts in order to facilitate comparisons.

The following table provides a summary of the impact on turnover:

in million euros	2017	2017 (restated)	2018	Var %
<b>Sales - before IFRS 15</b>	347,7	347,7	332,0	-4,5%
Marketing from contracts with customers		-26,3	-27,1	
Customer exclusivity rights		-4,0	-3,8	
Other - customer support		-9,5	-6,5	
Cash discounts granted		-1,9	-2,0	
<b>Sales - after IFRS 15</b>	347,7	305,9	292,6	-4,4%
<b>Services provided</b>	8,5	8,5	7,1	-16,1%
<b>Turnover / Revenue</b>	356,1	314,4	299,7	-4,7%
<b>Variation in sales - before/after IFRS 15</b>		-41,7 -12,0%	-39,5 -11,9%	

In this context, and after applying IFRS 15, the value of SUMOL+COMPAL's sales and services fell to €224.3 million, 1.4% lower year on year (by mirroring wholesale and retail sales, this variation did not benefit from the effect of higher consumer prices resulting from the introduction of the IABA).

In Angola, SUMOL+COMPAL's most important foreign market, the macroeconomic situation remained extremely difficult. On the one hand, the recession (estimated at -1.7%) combined with high inflation affected demanded negatively. On the other hand, the scarcity of foreign currency created serious problems in the supply of raw and packaging materials for the Bom Jesus plant, limiting sales. In Mozambique, economic growth was estimated at 3.5%. In other markets, the macroeconomic performance was reasonably positive. In 2018, the value of sales and services in international markets was €75.4 million, 13.3% lower than the previous year.

Taken together sales in Portugal and international markets was €299.7 million, 4.7% down on 2017.

## OUR BUSINESS OUR BRANDS

### GLOBAL TRENDS

We continued to see a shift in 2018 towards the new paradigm in which food is increasingly regarded by consumers as crucial to health and the quality of life. In fact, there is increasing awareness in Portugal about food choices, even though it is often based on half-truths and myths with no credible scientific basis amplified by social media. However, this more aware and rational approach does not always translate into coherent behavior, with sensory pleasure remaining the main factor of attraction and differentiation between foods, particularly drinks.

A more holistic concern about the naturalness and intrinsic quality of foods, with value attributed to ingredients, processes and flavors (as natural as possible), appears clearly to be at the heart of consumers' choices. Added sugar remains a concern limiting the development of the refreshing beverage category. Of note is the continual growth in sales of water – still and sparkling, flavored and non-flavored – which is increasingly compatible with this new relationship with food and its effects on health.

These concerns are not yet very noticeable in the African markets, but they are starting to make inroads with consumers. No change to the pattern of behavior has however been detected.

## STRATEGIC MANAGEMENT OF OUR BRANDS AROUND THE WORLD

SUMOL+COMPAL's international strategic management of its brands has clearly matured. The current model prioritizes global strategic clarity, coupled with operational excellence, in an attempt to bolster the brands through a solid international approach and flexibility in adapting to local conditions. We believe that in this way we can create more relevant and differentiated international propositions that are also better focused on each market's consumers. On this point, we remain heavily customer-centric, whereby continual investment in consumer research is naturally a major priority in the strategic or relevant markets we operate in. As a consequence, we have created ranges, concepts, flavors and communication especially aimed at the consumers in each market, as exemplified by the products COMPAL da Terra (Angola and Mozambique) and COMPAL Kissangua da Banda (Angola).



After three consecutive years of global growth and record sales in 2017, COMPAL saw a reversal in 2018 due to its performance in its main markets: Portugal and Angola. Even so, sales of the brand remain higher than in 2016. It should be noted that in Mozambique, due to a focus on innovation, COMPAL had its best year ever. Sales remain vibrant, with the brand continuing to have a passionate and enthusiastic following among consumers in various markets. Its positioning remains relevant and its value proposition is as differentiated and appealing as ever, as confirmed by consumers in various market studies.

2018 was marked in Portugal by one of the most important strategic launches of recent years: the new COMPAL Summo concept. This is a product consisting solely of squeezed fruit with no other ingredients, namely added sugar. The value proposition lies in its undoubted organoleptic superiority, as confirmed by quantitative consumer studies, and clear naturalness, based on the concept “apenas fruta espremida, nada para além da fruta” (“just squeezed fruit and nothing but fruit”). Given the importance of this launch, it was the main priority and focus of the year's resources.

In Portugal, COMPAL also surprised consumers with a new COMPAL Vital flavor, a delicious combination of tangerine and coconut water, continuing to boost COMPAL Vital's appeal to non-sugar-conscious consumers. Outside Portugal, COMPAL continued to adapt to local conditions, maintaining perfect harmony with its key positioning platform: “fruitology”. The new launches of COMPAL da Terra and the 500ml carton format in Mozambique and the new US-market range, are a sign of this. In Angola, COMPAL maintained its focus on the latest innovations, namely COMPAL da Terra and the 330ml can format, increasingly occupying a clear market leadership position. This effort to adapt to the local conditions allows COMPAL to increasingly couple the aura of quality from its international origin and its long and consistent history with relevant and differentiating local insight, thus boosting local consumers' affinity and relationship with the brand.

In the snacks segment, COMPAL Essencial surprised its younger consumers again with a special COMPAL Essencial Kids edition, this time under the concept “à volta do mundo” (“around the world”), which introduces 11 characters symbolizing the same number of countries around the world in an inclusive, educational and also fun product. The activity had an important impact on COMPAL Essencial’s sales.

Also, of note was the continued investment in the COMPAL Fruitology Centre, which retains its status as the brand’s strategic and priority development pillar in institutional terms, continuing to foster integration within the fruit industry and defending and promoting Portuguese fruit and fruit farmers.



2018 was a year of consolidation for SUMOL, especially in Portugal. With the market more stabilized after the introduction of the IABA, and in a very active year in terms of competition, SUMOL managed to maintain its position and achieve positive results.

In terms of brand management, the year was one of continuity of the key messages: a focus on flavor/pleasure and the senses, accompanied by attracting young customers.

In communication terms, SUMOL dedicated its efforts to stressing the appeal of its products, enhancing sensory desire in consumers, highlighting its excellent flavor and power of refreshment. More focus on fruit as a pleasure catalyst and greater representation of consumption moments and rituals are just a few examples of the efforts made this year.

One of the brand’s clear objectives was also to strengthen its portfolio of flavors, with a major focus on passion fruit, which took the form of a specific flavor campaign and a limited packaging edition. This had an immediate effect on sales, with considerable growth in this flavor and greater distribution in every channel, as well as a qualitative reinforcement of the attributes of innovation, modernity and the brand’s emotional ties to its fans.

Also of note was the launch of the Zero range in orange and pineapple flavors, strengthening the response to the trend for lower added sugar content. The results of this launch were interesting, foreseeing a positive impact within the brand overall.

In Angola, SUMOL continues to experience difficulties due to the state of the economy. Despite this, the launch of the 500ml PET carton in the final quarter of the year was notable for its positive first results





In Portugal, as a result of the insights from consumer studies held in previous years and subsequent strategic reflection, the UM BONGO brand repositioned itself in the 2nd half of 2018 with a new value proposition that responds to the concerns of “new paradigm” adopters without losing affinity with its primary target audience and its fun DNA. The brand’s latest product has an 80% fruit, 20% water formula, with no added sugar. Associated with this product reformulation, the brand’s positioning changed to focus also on education, expressing its essence through the slogan “Crescer a Brincar” (“Growing through Play”).

This is a repositioning of a 30-year-old brand with a very clearly perceived image. Changing this perception implies continual investment in the brand in order to make the new proposition compatible with a higher cost and price point.

In the case of Angola, the brand continued to suffer from the state of the economy. The situation forced an exclusive focus on the individual TP200ml packaging and the foregoing of investment in communication.



The focus in 2018 was on the message of FRIZE’s naturalness. The brand set the goal of balancing the more emotional messages of an informal and innovative brand with the messages most redolent of this segment of water products.

To present itself as a natural alternative for those looking for pleasure and refreshment, FRIZE boosted its focus on the non-flavored waters segment with various market programmes. It also sought to reinforce its natural attributes with a new communication campaign centered on “Vila Flor”, with the brand’s irreverence and carefree image always to the fore.

In terms of competition, the main rival adopted a more aggressive approach in 2018, heavily reinforcing its communication and promotion across the market.



B! reinvented itself in 2018 as an ideal drink for the “new paradigm” young adult, based on assumptions of pleasure, power of refreshment and naturalness. This relaunch was the result of in-depth consumer research and major strategic reflection.

In fact, B! reformulated all of its flavors to use only natural ingredients. It redesigned its packaging with a simpler and more modern design and repositioned the brand as the refreshing beverage of the future – the ideal drink.



In Portugal, the water category continued to grow in 2018, taking a considerable slice of the drinks market. It is increasingly clear that consumers are replacing other drinks – refreshing beverages in particular – with non-carbonated water.

The ÁGUA SERRA DA ESTRELA brand has mirrored this market growth without losing profitability. In fact, it achieved record sales, managing to reinforce its market share in volume and value, particularly in out-of-home consumption. This is an increasingly important asset in the SUMOL+COMPAL portfolio.



Finally, sales of the brands we represent and distribute, amongst which SEVEN UP, PEPSI, LIPTON ICE TEA, GUARANÁ ANTARTICA, ESTRELLA DAMM and TAGUS, stood at 82,24 million liters.

## OUR INNOVATION

### INNOVATION

The creation of value for the consumer through innovation was always an aspect of the strategy of SUMOL+COMPAL's brands and will certainly continue to be dominant throughout the company.

In 2018, SUMOL+COMPAL showed its ability to innovate by launching two new concepts in two very different strategic markets: Portugal and Angola. In Portugal, the launch of COMPAL Summo aims to meet the needs of new paradigm consumers since it is made purely of squeezed fruit with no added sugar.

In Angola, we demonstrated our ability to think globally, adapting to the reality of the markets we operate in, with the launch of COMPAL Kissangua da Banda. Observation and knowledge of the behaviour of Angolan consumers that we have accumulated over the years allowed us to be pioneering and to surprise the Angolan drinks market. No drinks company had ever been able to produce and package this traditional beverage - Corn Kissangua - so loved by Angolans.

We have been creating an Innovation Road Map since 2017 to reinforce our confidence and this will undoubtedly lead to innovation making a growing contribution to SUMOL+COMPAL's results.

Digital innovation - in the form of various projects - plays an important role in the company's innovation strategy. Investment continues in the [www.saborista.pt](http://www.saborista.pt) digital transaction platform, bringing our brands closer to our consumers.

In line with the company's strategic options, the digital transformation agenda has been guided by more in-depth knowledge of our clients and consumers.

### RESEARCH & DEVELOPMENT

Analysis of consumption trends and research on consumer opinions and preferences are a key source of information on defining the direction of development for new products and the continual improvement of existing ones.

The company continued its efforts in Portugal to reduce sugar in its formulations, in line with the commitments made and the concerns of consumers in general. Alongside this, we increased the fruit juice content in several of our brands.

Applied scientific research continues to be a focus of SUMOL+COMPAL, contributing to the development of new processes which, in turn, lead to innovative products and new organoleptic profiles.

## OUR MARKETS

SUMOL+COMPAL placed 393.7 million liters of beverages and prepared vegetable products on the market in 2018, a slight decline compared to 2017. The consolidated value of sales was €292.6 million. Without the application of IFRS 15, this amount would have been €332 million.

### PORTUGAL

In Portugal, 2018 was marked by less than ideal weather conditions for the consumption of refreshing beverages, namely a spring with low average temperatures and a late summer, resulting in a 1% market decline by volume, according to AC Nielsen data.

In 2018 – the second year in which the IABA has been applied to soft drinks – the subject of added sugars continued at the top of the agenda and to be regularly discussed in the media, alongside the growing reporting on plastic packaging. These are two heavyweight challenges that cut across high consumption goods in general and beverages in particular.

SUMOL+COMPAL's sales volume in Portugal was 295.1m liters, in line with 2017, with net sales recording a small fall of 1.3% to €217.2 million.

According to Nielsen Portugal, the SUMOL+COMPAL portfolio maintained its market share, thus continuing its leadership in the refreshing beverage market.

Despite unfavorable weather, sales volume in the HoReCa channel was maintained at the same level as 2017, a similar performance to the food channel. In both cases, a series of brand and channel programmes made a positive contribution aimed at more closely satisfying consumer needs and clients' business challenges in more demanding and complex market conditions.

### ANGOLA

In 2018, the recession of the previous year in Angola worsened. Official inflation stood close to 20% due to the major devaluation of the kwanza against the euro. The scarcity of foreign exchange continued and had an effect on the pace of SUMOL+COMPAL's activities, particularly in the first half of the year.

Turnover in Angola stood at €39.1 million. The difficult trading conditions did not prevent SUMOL+COMPAL from continuing to focus on innovation specific to the Angolan market

## MOZAMBIQUE

Mozambique's economy was vibrant, with estimated growth of 3.3%, inflation of 5.5% and a quite stable metical-euro exchange rate. Some price volatility in raw materials – such as coal and aluminum, which Mozambique exports are highly dependent on – was observed in 2018.

In these circumstances, sales grew significantly by value (exceeding €7.4 million) and by volume (hitting around €8.4 million liters) and the company managed to gain market share significantly in the juices and nectars category. This growth was based on the considerable development of the COMPAL brand and heavily influenced by the launch of the TP 500ml packaging, reinforcing the range of individual containers.

## EXPORT MARKET

In 2018, the Export Markets Department had a turnover of €27.6 million, in line with the previous year. SUMOL+COMPAL exported its products to 60 different countries across five continents.

## EUROPE

Sales in the European market fell 2% compared to 2017. This can be explained by poor results in Switzerland, due to problems in the current route to market, and a slight decline in Luxembourg. The other large markets, such as France and the UK, had higher sales figures than in the preceding year.

## AFRICA, EXCLUDING ANGOLA, MOZAMBIQUE AND THE COUNTRIES OF THE SADC

Sales by value grew by 5% in the remaining African countries. Turnover in Portuguese-speaking African export countries (Cape Verde, Guinea Bissau and São Tomé and Príncipe) remained the same as 2017. Growth in the region is due to the opening of new markets – such as Gabon and Cameroon – through franchising.

## OTHER MARKETS

Remaining markets were down 11% on 2017, resulting from lower than expected sales in the US and China.

## OUR OPERATIONS

Management of our 4 plants in Portugal, plus those in Angola and Mozambique, and the commencement of the process to license production in the Ivory Coast, Gabon and Cameroon are aimed at efficiently meeting the demand for our products.

### THE INCORPORATION OF FRUIT AND VEGETABLES

The Almeirim plant held a slightly shorter fruit campaign, in quantity, this year than last. This was due to the weather conditions which implied a late start to the campaign and, especially, a heatwave in August.

### QUALITY ASSURANCE AND FOOD SAFETY

The Almeirim and Pombal plants maintained their BRC certification and AIB standard, respectively and Pombal renewed its EMAS registration. The Boane plant in Mozambique also maintained its BRC certification.

### MANUFACTURING OPERATIONS

In Almeirim, new improvements were made to vegetable processing. A programme to reduce water use was introduced at the plant and, at the end of the year, work started on installing the latest generation of packaging lines.

A new line terminal was installed at Pombal to allow new container and groupage presentations more closely aligned with the new shop formats in the market.

A new production record was achieved at Gouveia and new investment was therefore required to boost capacity.

Water prospecting was undertaken at Vila Flor for use in the plant.

Industrial activity was greatly affected at Bom Jesus (Angola) due to the lack of raw and packaging materials that the foreign currency and letters of credit crisis prevented the plant from acquiring with the necessary regularity.

Business growth at Boane (Mozambique) saw the adoption of more intensive production. Measures to optimize distribution in Maputo were introduced, maintaining the same levels of service at lower costs.

## LOGISTICS AND DISTRIBUTION

The study of the necessary flows and capacity in the supply chain was updated with a view to centralizing storage and preparing and shipping orders at a new logistics center. It was decided to build a new warehouse at the Almeirim plant.

A project was also begun to manage demand by incorporating new sales forecasting processes, including predictive variables. This project should allow greater accuracy and ensure high levels of service and optimized product stock levels.

# OUR SUPPORTING SERVICES

## OUR PEOPLE

At SUMOL+COMPAL, the employee management strategy is a top priority and intrinsically associated with our business strategy. We believe that our success comes from combining the best human resources management in order to develop and retain talent within a culture of meritocracy and recognition, with the challenge of mobility and cultural diversity.

In 2018, we continued with the plan to define, align and integrate personnel management processes, with three main aspects in mind:

- The reorganization of the People Department team;
  - The integration and revision of key processes;
  - The definition of an integrated solution for personnel management processes.
- › The following projects in 2018 are of particular note:
- › Consolidation of the Business Partner model;
  - › Management of international mobility;
  - › Revision of payroll processing;
  - › Launch of the Careers Management project;
  - › Revision of the key human resources processes in light of the General Data Protection Regulation (GDPR);
  - › Development of a project to improve working conditions.

In relation to culture and under the SOMOS+ programme, in 2018 we once again held the SUMOL+COMPAL “Festas” (Parties) in December under the slogan “A enfeitar esta época com mais sabor” (“Decorating the season with more flavor”). In the aim of promoting a meritocratic culture, this year three prizes for excellence were awarded, one for each of the company’s organizational pillars (Business, Operations and Support), and prizes in recognition of length of service (over 15, 20 and 25 years).

At the end of 2018, SUMOL+COMPAL had 1,608 employees: 1,232 in Portugal, 267 in Angola, 108 in Mozambique and 1 in Switzerland.

We continue to prioritize internal recruitment as a means of reconciling the development of our employees’ skills, both in terms of vertical and horizontal advancement. Naturally, external recruitment is not discarded, important as it is for renewing the ideas and knowledge which contribute to the overall growth of all those who work at SUMOL+COMPAL.

Attracting, retaining and developing professional talent under conditions that give employees a real sense of pride is the company’s main aim in the area of human resources. We want to continue to be one of the best in the sector we operate in and to achieve that we have to employ some of the best, most committed and most adaptable professionals.

SUMOL+COMPAL does not discriminate in any way between its employees, namely by gender. All employees are treated equally based on the same set of rules and procedures, as per the Code of Conduct.

Overall, out of a total workforce of 1,608 employees in Portugal, Angola and Mozambique at the end of 2018, 66% were men and 34% women. The gender split varies substantially depending on country. In Angola and Mozambique, for social and cultural reasons, women account for fewer employees (14% and 19%, respectively). In Portugal, the split is 60% men and 40% women, though the percentage of women varies greatly depending on the area: 60% in Support, 38% in Operations and 35% in Business.

Promotions and career advancement are based on merit. No specific policy has been defined to ensure positive discrimination for either gender.

Also, on the matter of diversity, 77% of all employees are Portuguese, 16% Angolan and 6% Mozambican. The remaining workers include people of seven other nationalities.

The average gap between men and women’s pay in Portugal is 7%, with the widest gap at the level of senior specialists (36%) and senior technical staff (28%) and the narrowest between directors (5%), managers (5%) and operational staff (3%). As no management policy or decision exists to differentiate pay according to any factor other than professional or behavioral competence and performance, these differences stem from different value attributed to different functions and the length of service. Prudence is therefore recommended when making comparisons and drawing conclusions.

In Angola and Mozambique, women mostly hold lower hierarchical and functional positions, which is then reflected in their pay, preventing direct comparison.



Training continues to be an important pillar of employee development. In 2018, the People Department supported 231 training courses in Portugal. Like past years, these were specific, compulsory and crosscutting in nature and at different levels of criticality. The training amounted to roughly 16,700 hours and involved a total of 1,086 employees.

As regards labor practices, SUMOL+COMPAL has adopted the 10 principles of the UN Global Pact. Besides complying with the legislation in force in the countries where it operates, therefore, it recognizes the right of workers to freely associate and the effective right to collective bargaining.

In its Code of Conduct, SUMOL+COMPAL expresses the principle of non-discrimination by clearly stating it does not differentiate on grounds of race, gender, sexual orientation, creed, marital status, physical disability, political guidance, ethnic or social origin, or place of birth. The company does not accept any form of forced or compulsory labor, child labor or workplace discrimination, making the utmost effort to ensure their abolition. A Child Labor Prevention Procedure is associated with its Code of Conduct.

SUMOL+COMPAL makes every effort to provide suitably fitting facilities and to promote a good working environment, building its relations with its employees on respect and warmth regardless of hierarchy and position. The company also develops and maintains an open and direct social dialogue when resolving disputes, respecting differences of opinion and trade union rights.

As far as paternity rights are concerned, the company follows that established in the legislation of each country in which it operates.

Regarding the measures adopted to develop a better work-life balance, the company has introduced a flexi-time system in Portugal allowing employees to adapt their working hours to suit their needs and convenience. The system is not applied universally, but available to staff whose duties are compatible with more flexible working hours.

On the issue of corruption and bribery, the company's Code of Conduct is clear. According to the principle of integrity, all employees must "act honestly, abstaining from seeking or accepting any reward, favor or advantage from third parties for an action taken in the service of SUMOL+COMPAL and refusing to intervene in situations in which there is, or may be, a conflict of interests". In addition, the company also follows that set out in the BCSD Portugal Charter of Principles and the United Nations Global Compact. It is not, therefore, deemed necessary to define an anti-corruption and bribery policy, as it is felt that the risk of this type of occurrence remains low, both due to the control of operations and because once again this financial year no incident or reporting of irregularities of this kind was registered.

## OCCUPATIONAL HEALTH, HYGIENE AND SAFETY

SUMOL+COMPAL is committed to providing a safe and healthy environment for all its employees and those visiting our facilities. The company therefore considers its Occupational Safety Policy to be an important management tool necessary for the continuous improvement of working conditions. Unlike in the three previous years, in 2018 there was a rise both in the rate of frequency and seriousness of work place accidents, which, nevertheless, are still ranked “very good” according to the benchmarks. In order to bolster good practices and adopt crucial prevention measures in this area, and thus reduce the frequency and seriousness of workplace accidents at the various company centers in Portugal, a new occupational prevention and safety awareness campaign was begun in 2018 called “Zero Accidents” which will continue until the end of 2020.

SUMOL+COMPAL provides its permanent employees in Portugal with free health insurance and offers occupational and curative medicine services to everyone. As in Portugal, the plants in Angola and Mozambique have fully equipped medical offices manned full-time by a qualified nurse and regularly visited by a doctor. The company frequently holds occupational accident prevention campaigns as a means to raise employees’ awareness of the right procedures to take and so they adopt habits and routines that reduce workplace accidents and occupational illnesses.

SUMOL+COMPAL’s Code of Conduct is clear and explicit about the prohibition of harassment in the workplace. The company makes every effort to promote and ensure a sound working environment and healthy relations and fraternization between its employees.

The Irregular Behavior Reporting Policy allows any employee to expose harassment at the company.

## OUR COMMUNICATION

SUMOL+COMPAL communication aims to enhance the alignment of our people with the strategy and goals of the organization by maintaining the company’s high reputation.

Internally, the company continued to use various communicational tools in the aim of reaching all company staff. “Our News”, the company intranet and “+FRESCAS” the quarterly magazine, stand out. Pleasingly, all of these internal means of communication have registered high levels of readership and have been given high marks by most of the company’s employees.

In external terms, SUMOL+COMPAL’s policy continues to be to concentrate its investment on brand communication, although it also undertakes institutional communication of company developments, namely about its performance and international growth strategy.

## OUR IT SYSTEMS

In 2018, IT prioritized information security projects – diagnosis, revision of processes, mitigation of vulnerabilities, new continual auditing procedures and the necessary compliance with GDPR.

Another top priority project was a 4-year Strategic Plan to adapt the IT infrastructure and technology so that the SAP ERP could be migrated to the new S4/HANA generation and to define the best directions for the business support applications.

At the start of the year, the SAP ERP at SUMOL+COMPAL Mozambique came on stream and the training and integration of the local teams in the new processes and technologies were successfully completed.

A competition was completed for voice and data communication services, implying the reconfiguration of the services provided, with improvements to quality, quantity and cost.

Follow-up was given to various projects to optimize the supply chain, operational planning and communication with industrial and logistics equipment, leading to major efficiency gains.

## OUR FINANCIAL, TAX AND LEGAL AFFAIRS DEPARTMENT

The Finance Department was reorganized to ensure better interlinking and coordination of both existing processes and overlapping improvement projects. An aggregating model was adopted for the areas of accounting and tax, credit management, pricing and client billing, finance, accounts payable (suppliers) and insurance management, and also risk management, the management system and general administrative support.

In finance, debt management was prioritized, namely in terms of indebtedness, the structure of its maturity and a reduction in the average cost. The swap contracted in 2008 to cover interest rate risk came to maturity and in the final quarter of the year work was undertaken to contract new swaps for early 2019, in line with the risk coverage policy set out.

Foreign exchange risk management was critically important again in 2018, namely as regards the volatility of the Angolan kwanza and the consequences of scarce foreign exchange. Exchange rate management between the euro and the US dollar continued to merit attention, covering risk by acquiring forwards.

In financial reporting, 2018 was a challenging year due to the implementation of the group's SAP system at SUMOL+COMPAL Mozambique and various normative requirements, most notably:

- Application of IAS 29 due to the Angolan economy being rated hyperinflationary in 2017 and 2018;
- Application of IFRS 15 – Revenue, IFRS 9 – Financial Instruments and estimating IFRS 16 – Leases (not adopted in 2018 but mandatory in 2019);
- Amendments to the IABA framework applicable as of 1st January 2019.

Loss of listed company status obliged reflection and decision-making on the benchmark standards adopted, what information should be reported and how often.

In 2018, tax was a major focus of attention to make operational improvements that would allow an optimized tax ratio and a better structured documentation process that can fiscally support existing operations, reducing the risk of future tax corrections. The following projects are highlighted:

- Revision of the transfer price tax dossier;
- Maximization of tax support under SIFIDE by investing in risk capital funds intended solely for R&D.

Risk management did the first exhaustive mapping of the risks to which SUMOL+COMPAL is exposed.

The Legal Department handled a wide variety of day-to-day management issues, such as signing contracts and the collection of outstanding debts, and also contributed to the analysis of issues of a strategic nature. International expansion and the implementation of new legislation represented important challenges in 2018.

## OUR PROCUREMENT

Special focus was placed on supporting the international operations, highlighting the search for more favorable alternatives for materials, services and equipment, supporting new product and new packaging format projects, and including local supply alternatives in Angola.

In-depth work continued to ensure compliance with normative requirements in food safety and supplier risk management, and the development and expansion of the functions of the online Suppliers' Portal.

There was an exacerbation in the trend towards growing volatility in prices and availability of raw materials and commodities, adding some complexity to the tasks involved in the procurement process.

Also, of note was support for hiring and managing contract packing services, both for existing operations and innovation support. Focus was successfully maintained on the search for more economic and sustainable alternatives, guaranteeing the availability of supply for all needs and with some overall cost reductions.

## OUR PLANNING AND CONTROL

The group's planning and management control process is centrally operated. In 2018, this area was reorganized, consolidating Planning, Sales Development and Information Management and Strategic Marketing Information.

The aim is to equip SUMOL+COMPAL with a model and process for planning, controlling and managing information that is better adapted to the business's current and future challenges. By integrating these areas, the aim is to increase the value that information management, in its various aspects (internal and external, quantitative and qualitative, competition, market, etc.), can bring to the business, suitably supporting operational decision-making.

## OUR INTEGRATED MANAGEMENT SYSTEM

The Management System team continued its efforts to coordinate certification work with the different company departments in order to consolidate existing good practices and thereby obtain excellent results. In 2018, the following projects stood out:

- Diagnostics and action plan to implement British Retail Consortium (BRC) standards in the Vila Flor and Gouveia plants, including team training;
- Preparation and implementation of changes stemming from version 8 of the food safety certification adopted by SUMOL+COMPAL - BRC;
- A questionnaire on our management system to identify opportunities for improvement.

## OUR INTERNAL AUDITING

The Internal Audit Office executed the approved programme. Audits were conducted on the effectiveness and efficiency of business processes, on compliance with obligations stemming from the various types of licenses and on the system of internal control of activities undertaken at the Angolan subsidiary and its relationship with other group companies.

# OUR FINANCIAL RESULTS

## APPLICATION OF INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARD (IAS) 29 – FINANCIAL REPORTING IN HYPERINFLATIONARY ECONOMIES

As in 2017, by joint decision of the so-called major international auditing firms, based on quantitative data presented by the IMF, Angola was deemed a hyperinflationary economy in 2018 for the second year running. Consequently, IAS 29 was applied for the financial year.

## IFRS 9 – FINANCIAL INSTRUMENTS

Like IFRS 15, IFRS 9 also became obligatory in 2018. This standard has a new system for ranking and measuring financial assets and liabilities, a new approach to credit impairments – identified by expected rather than incurred impairments, and by the change to the requirements of the coverage policy defined, namely as regards respective efficacy testing.

The impacts on SUMOL+COMPAL of this standard led to the adoption of prospective impairment tests and the adapting of coverage testing to certain risks according to the policy set out. No impact was felt on the results or assets. This explains why it was decided not to restate the 2017 financial statements.

## ADOPTION OF IFRS 15 – REVENUE AND ESTIMATED IMPACT OF THE ADOPTION OF IFRS 16 – LEASES

In 2018, the application of IFRS 15 became mandatory for all entities which have adopted the International Accounting Standards (IAS/IFRS). Equally, IFRS 16 will be mandatory in 2019.

As both standards involve material changes to the accounts, introducing significant alterations to some indicators, these have been explained throughout the report.

To allow financial years to be compared, SUMOL+COMPAL chose to “restate” its accounts in 2017 to adjust them to reflect the effects of applying IFRS 15. The amounts and variations between financial years already reflect the comparable basis for the purposes of IFRS 15.

IFRS 16 – Leases, which is mandatory in 2019, will also make big changes to the previous standard. For that reason, it was decided to present the estimated impacts of IFRS 16 as if it had been adopted for 2018.

To better understand the information provided in this report, the following table summarizes the impacts:

RELATÓRIO ÚNICO INTEGRADO  
single integrated report

in million euros	2018		2018 Before IFRS 15	2017		2017 Before IFRS 15	IFRS 16 - not adopted	
	After IFRS 15	Adjustment		After IFRS 15 (restated)	Adjustment		2018 Estimate	2018 After IFRS 16
Turnover / Revenue	299,7	39,5	339,1	314,4	41,7	356,1		299,7
Gross margin	159,2	39,5	198,7	163,2	41,7	205,0		159,2
%GM	53,1%		58,6%	51,9%		57,6%		
Net Operating Profit	30,1	1,9	32,0	29,1	1,9	31,1	0,1	30,2
% RO	10,0%		9,4%	9,3%		8,7%		
EBITDA	41,9	5,7	47,6	42,3	5,9	48,3	2,4	44,3
% EBITDA	14,0%		14,0%	13,5%		13,6%		
Financial Results	-27,0	-2,0	-29,0	-13,4	-1,9	-15,3	-0,2	-27,2
Pre-TaxX Results	3,1	-0,1	3,0	15,8	0,0	15,8	-0,1	3,1
Net Results (after taxes)	1,4	-0,1	1,3	9,2	0,0	9,2	-0,1	1,3
Total Assets	610,8	-2,9	607,9	647,6	-1,4	646,2	5,0	615,7
Total Equity	183,3	-0,1	183,2	194,9	0,0	194,9	-0,1	183,2
Total Liabilities	427,5	-2,8	424,7	452,7	-1,4	451,3	5,0	432,5
Net interest-bearing debt/EBITDA	223,5	0,0	223,5	225,5	0,0	225,5	5,0	228,5
	5,3		4,7	5,3		4,7		5,2

## PROFITABILITY

Turnover fell 4.7% to €299.7 million year on year. Sales were down 4.4% to €292.6 million. The average selling price fell 4.1% as a result of downturns in all market units, with the exception of Mozambique, which grew 9%. The value of services provided was down 16.1% at €7.1 million.

Gross margin fell 2.5% to €159.2 million. The level of gross margin in percentage terms was 53.1%, compared to 51.9% in 2017. This improvement was mainly due to lower purchase prices for certain important raw materials.

External supplies and services fell slightly (-1%) to €81.7 million. This change is associated with lower activity.

Personnel costs fell 0.7% to €42.4 million. This reflects mainly cutbacks in the Angolan structure as a result of a reduction in local activity.

Amortizations were calculated according to the estimated useful life of assets, which amounted to €11.8 million. The adoption of IFRS 15 led to the reclassification in 2018 of €3.7 million related to amortization of clients' contractual entitlements.

RELATÓRIO ÚNICO INTEGRADO  
*single integrated report*

Impairment losses of €0.4 million in client debts and inventories were recognized, bearing in mind a careful assessment of the inherent risks.

After assessing goodwill and brand assets, no impairment losses were observed.

Other operating profits and losses amounted to €7,2 million, an increase of €0.9 million.

As a result of the above, EBIT rose 3.3% to €30.1 million.

EBITDA was €41.9 million, corresponding to 14% of turnover. This was down 1.1% on the figure for 2017 (€42.3 million). Notably, the adoption of IFRS 15 led to a downward readjustment of EBITDA of more than €5.5 million, resulting from the amounts from clients' contractual entitlements and financial discounts granted to clients, which, under the previous standard, were booked under amortizations and financial expenditure, respectively.

In 2018, the financial results worsened to €-26.3 million, €12 million down year on year. This was mainly due to exchange rate losses of €14.5 million in 2018 related to the major devaluation of the Angolan kwanza. Without this, the financial results would have improved by €1.5 million, the result of the combined effect of a lower average net interest-bearing debt than that last year and lower average financing costs due to the change in spreads and bank commissions.

Due to the application of IAS 29 to the SUMOL+COMPAL Angola subsidiary, the entry for profits & losses affected the 2018 results negatively by €0.7 million.

In comparison with 2017, at €15.8 million, earnings before tax fell to €3.1 million. Exchange rate losses in Angola of €14.5 million were the determinant factor in this variation.

With tax benefits under SIFIDE, estimated tax on earnings was €1.7 million, down from €6.6 million in 2017.

The consolidated earnings with non-controlling interests were €1.4 million against €9.2 million in 2017.

## INVESTMENTS

Investment in tangible assets for the year stood at €9,2 million. Most of this was allocated to Portugal and could be characterized as replacement investment. Investment in intangible assets was negligible. €1,8 million were invested in funds intended exclusively for R&D.

## FINANCIAL SITUATION

Net interest-bearing debt was €223.5 million at the close of the year, corresponding to 5.3 times EBITDA. This ratio is unchanged from 2017, when net debt stood at €225.5 million. Despite this stability, the ratio was penalized under IFRS 15, without which debt would have been 4.7 times EBITDA.

Shareholders' equity fell from €194.9 million to €183.3 million at the end of the year. Working capital variables evolved differently to the preceding year and naturally affected net debt: the average collection time improved from 64 to 62 days, while the average payment time rose from 54 to 58 days. The average storage time for stocks rose from 88 to 91 days.



## SUMOL+COMPAL SHARES

On 21st June 2018, the Securities and Exchange Commission (CMVM) approved the loss of SUMOL+COMPAL, S.A.'s listed company status with immediate effect.

Consequently, SUMOL+COMPAL, S.A. shares stopped being traded on the Euronext Lisbon regulated market on that date and the process was begun whereby the acquiring companies - Refrigor S.A. and Frildo - Entrepoto Frigoríficos, Lda. - bought the quoted shares from the other shareholders willing to sell under the terms approved by the CMVM.

According to market information, the operation implied the acquisition by the purchasers of a maximum possible total of 3,901,923 shares between 22nd June and 24th September. In return, the price fixed by the Statutory Accountant appointed by the CMVM was €1.701 per share, less €0.04 per share corresponding to the dividends distributed as part of the application of income from 2017.

# SUMOL+COMPAL AND THE COMMUNITY

## MATERIALITY

SUMOL+COMPAL is fully aware of the close interdependency between the economy, society and the environment and believes that its future long-term success depends on a positive performance in these three areas. Consequently, in 2018 it created a Sustainability Agenda under the slogan “Criar valor, com equilíbrio e satisfação” (“To create value, balance and satisfaction”).

Since 2006, the company has been an active member of BCSD Portugal (Business Council for Sustainable Development) and in November 2017 subscribed to the BCSD Portugal Charter of Principles at the time of its publication. This sets out 6 key sustainability principles. By doing so, SUMOL+COMPAL also agreed to comply with the 10 principles of the United Nations Global Pact, expressed in the Universal Declaration of Human Rights, and also the fundamental workplace rights and principles of the International Labor Organization (ILO) and with the ambition set out in the United Nations sustainable development goals.

By subscribing to the above mentioned Charter of Principles, SUMOL+COMPAL boosted the introduction of good practices. Besides legal compliance, it incentivizes the adoption of recognized rules and practices aligned with high management, ethics, social, environmental and quality standards. The risks of disregard for or breach of human or labor rights are low, proven by the fact that during 2018 no irregularities in this area were reported once again.

## NATURAL CAPITAL

### ENVIRONMENTAL POLICY

SUMOL+COMPAL is aware of the environmental impacts of its activities and that its role in preserving natural resources and reducing its planetary footprint will help to build a better and more balanced future. The company therefore feels that the constant search to improve the environmental performance of its products, services and operating activities is a distinguishing factor for its customers and consumers and an essential condition for the sustainable development of its business. Therefore, the company published its Environmental Policy in 2011 setting out the main guidelines to be followed on environmental sustainability, contributing to the environmental pillar - +EQUILÍBRIO - of its Sustainability Agenda for 2025.

Analysis and monitoring of its environmental performance indicators show that in 2018 SUMOL+COMPAL's facilities complied with their legal obligations and yet again the Pombal plant obtained EMAS registration.

### WATER AND EFFLUENTS

Not just because of the importance of water to SUMOL+COMPAL's business but essentially because it is an increasingly scarce resource that needs to be preserved, its responsible management is currently one of the company's main strategic environmental concerns. Cutting and optimizing water use, and the correct management of wastewater mostly from the production process, are company priorities aimed to reduce its water footprint continuously and systematically.

In 2018, the company used around 2 billion liters of water across its 6 plants (Portugal: Vila Flor, Gouveia, Pombal and Almeirim; Angola: Bom Jesus; Mozambique: Boane), including not only the water incorporated into its products but also that used in its various production-related auxiliary activities. As regards specific use, around 5.03 hl of water were used for each hl of product produced (in 2018, around 400 million litres of product were produced at SUMOL+COMPAL's 6 manufacturing sites), representing a reduction of 8% year on year.

Wastewater (liquid effluent) production is also an inherent factor of SUMOL+COMPAL's daily activities, and its correct management is of major importance to the company. In Portugal, 3 of the company's plants (Almeirim, Gouveia and Vila Flor) discharge effluent into the water environment and 1 (Pombal) into a municipal collection facility. Their combined discharge in 2018 was roughly 1.5 billion liters.

**ENERGY AND GREENHOUSE GAS EMISSIONS**

In a world aiming at the gradual decarbonation of society, SUMOL+COMPAL is trying to rationalize its energy use, particularly in its production processes, and consequently reduce its carbon footprint.

In tandem with various projects to optimize energy use, SUMOL+COMPAL consistently measures energy efficiency at its 4 Portuguese plants in the aim of monitoring energy use and identifying areas for improvement. Direct and indirect energy use at its 6 plants in 2018 was around 277 TJ, resulting in specific use of 70.41 MJ per hl of product produced, down roughly 5% year on year. Direct energy consumption accounted for around 70%, due essentially to the use of energy in the steam production process and for the emergency electricity generators, most notably at the Bom Jesus plant in Angola.

With regard to greenhouse gas emissions (GGEs) at its 6 plants, the associated direct and indirect energy use was responsible for total emissions of around 22,000 tons of CO<sub>2</sub>eq in 2018. For each hl of volume produced, therefore, 5.6 kg of CO<sub>2</sub>eq were emitted (down 4% on 2017).

In the area of distribution, SUMOL+COMPAL ran an LNG-powered truck in a pilot project in 2018 which led to lower CO<sub>2</sub>eq emissions. The company will reinforce this type of solution in 2019 for a lower carbon impact.

With installed capacity of over 20 MWt, the Almeirim plant is covered by the EU Emissions Trading Scheme (ETS). In 2018, emissions fell slightly to 6,172t CO<sub>2</sub> from 6,357t CO<sub>2</sub> in 2017.

**PACKAGING AND WASTE**

Given the nature of its business, SUMOL+COMPAL has been a member of the Ponto Verde system since its inception and delegates, as a packing company, the responsibility for managing and recycling the packaging (the contract with Sociedade Ponto Verde does not cover all containers, only returnable and recyclable packaging) it places on the Portuguese market to Sociedade Ponto Verde (SPV).

Conscious of the environmental impact of its packaging, the company has focused on improving the efficiency of its containers and the materials used, from reducing weight to using recycled plant-based materials. Of note in 2018 was

the incorporation of 25% of recycled PET (rPET) into the primary PET packaging of a range of ÁGUA SERRA DA ESTRELA mineral water products and the use of plant-based bioplastic capsules in the ECAL packaging for COMPAL Veggie and COMPAL Summo range of products.

Besides packaging, the production process also generates waste. In 2018, around 4,000 tons of waste were produced at the 4 Portuguese plants, 99.3% of which was sent for recovery (recycling, energy recovery, etc.), in line with the figure for 2017. In specific terms, around 1.24kg of waste was produced per hl of product produced. Of this waste, SUMOL+COMPAL sent around 360 tons of tomato sub products for re-use in animal feed.

**BIODIVERSITY**

ÁGUA SERRA DA ESTRELA reforestation programme continues to ensure the planting of trees in Portuguese hill ranges, currently under a partnership between SUMOL+COMPAL and the IKEA chain. During the many years this programme has existed, ÁGUA SERRA DA ESTRELA brand has planted around 1.4 million trees, thus helping to promote and enhance biodiversity and contribute to the environmental sustainability of our business by offsetting atmospheric emissions and thus reducing our carbon footprint.

**SOCIAL CAPITAL****NUTRITION AND HEALTH**

The big rise in certain illnesses (such as high blood pressure, diabetes and cardiovascular diseases) is directly related to excessive weight and obesity due to several negative factors such as less physical activity, a sedentary lifestyle and poor eating habits. The growing concern about health and the aim to reduce morbidity rates has increased social awareness and led to regulatory and legislative pressure by government bodies to educate people about the problem and foster a healthier and more balanced diet and lifestyle.

SUMOL+COMPAL is aware of its role and has always taken a proactive approach to its responsibilities.

SUMOL+COMPAL's main direct contribution to improving eating habits in Portugal in 2018 was to cut significantly the added sugar content in its refreshing beverages and nectars significantly. The launch of COMPAL Summo, produced solely from fruit, and the new formula for UM BONGO - removing all the added sugar and raising the fruit juice content to 80% - are good examples of how it has stuck to its commitments in this area. In its main tomato and vegetable-based products, the added salt content was also cut heavily.

**INVOLVEMENT WITH THE COMMUNITY**

In social terms, besides creating jobs, SUMOL+COMPAL's community involvement essentially takes three forms: donations (products from its brands, financial contributions and material goods), collaborations with schools and visits to the company's facilities. In Portugal in 2018, the company continued to prioritize donations of products from SUMOL+COMPAL's different brands reaching almost 500,000 liters.

Complementary to this, though to a limited extent, the company bolstered its community support via financial donations to educational, social, environmental, sports and cultural organizations with which it has protocols and agreements to more than €150,000.

SUMOL+COMPAL has signed agreements with various entities, foremost amongst which are those with NOVA School of Business and Economics and Fundação de Serralves.

Besides sponsorship of sporting events, SUMOL+COMPAL also supported well known competitions in Vila Flor, Gouveia, Almeirim and Oeiras.

RELATÓRIO ÚNICO INTEGRADO  
*single integrated report*

In Africa, SUMOL+COMPAL continued to support local communities, mainly via product donations. Support continued in Angola and Mozambique for environmental and social projects in partnership with important local entities.

Educational support in Africa continued in 2018 with the donation of 3,000 school kits to pupils in Cape Verde and Guinea Bissau and a special event to mark the 10th anniversary of the partnership with the Fundação Cabo-verdiana de Ação Social Escolar (FICASE).

SUMOL+COMPAL has maintained close relations with various universities, receiving groups of students, cooperating on projects and even awarding students with prizes.

In terms of closer social ties, of note is the growing number of visits by university students and the investment to make the visitor tours at the Almeirim and Gouveia plants accessible for children over the age of 6. These visits provide university students with valuable experience of real working conditions and children and young people with an enriching experience.

## OUR MANAGEMENT MODEL

According to the articles of association and the legislation in force, the General Meeting is responsible, when proposed by one or more of the shareholders, for appointing the members of the Board of Directors and Audit Committee. SUMOL+COMPAL does not have a Diversity Policy applicable to the governing and auditing bodies. Any future change in this matter will depend on the decision taken by the shareholders at the General Meeting.

On 31st December 2018, SUMOL+COMPAL's Board of Directors comprised 9 members (1 woman and 8 men) whose average age was 55 years and 9 months and average length of service was 15 years and 3 months.

On the same date, SUMOL+COMPAL's Audit Committee comprised 3 permanent members and an alternate (all male) whose average age was 62 years and 3 months and average length of service was 6 years.

## OUR BUSINESS RISKS

The Board of Directors is responsible for complying with all general and specific legislation relating to the beverage industry. It is also responsible for controlling risks associated with the strategic and operating objectives as well as the financing of SUMOL+COMPAL.

The Group has a system of control based on economic, financial and operational reporting and oversees this control in order to achieve a reasonable degree of confidence with regard to the reliability of the data. It conducts tests, supervises, exercises control and when necessary takes corrective measures.

In the normal course of business, SUMOL+COMPAL is subject to risks which may be caused by adverse changes in demand for its products, competition, market risks, exchange rate risks, concentration or loss of customers, raw materials and energy, the general economic situation, information technologies, the legislative framework, talent retention, its reputation, risks of fraud and corruption and environmental risk.

This point is developed further in the Consolidated Notes, as of 31st December 2018.

It should be noted that SUMOL+COMPAL is dedicated to developing a structured process to identify, analyse, assess, monitor, hold accountable and develop action plans for the important risks it is exposed to. Therefore, in 2018, work was completed to map, analyse and assess the risks, with the 25 critical risks being identified and decisions taken on how they should be handled.

It is planned for 2019 to work on the mitigation of risks and on the definition of contingency plans for the critical risks it was decided to reduce exposure to, as well as define the indicators and procedures to monitor them.

## DISTRIBUTION OF INCOME

Bearing in mind the parent company's results of €2,553,139.17, the Board of Directors proposes they be distributed in the following way:

- Dividends: €1,814,975.88
- Retained income: €738,163.29

The Board of Directors is of the opinion that given the company's sound financial situation, a dividend of €0.03 per share should be paid out.

## OUR FUTURE OUTLOOK

SUMOL+COMPAL continues to emphasize the development of its businesses. However, we feel that there are three factors which will constrain this in the short and medium term.

The first factor is the growth of the business in Portugal. This is a big challenge bearing in mind the worsening demographics foreseen, the reputational pressure to which soft drinks are subject and the strong competition. We believe that the capacity for innovation and the strength of the SUMOL+COMPAL brands will ensure that our products are suited to the market and that our leadership position is consolidated.

The second is the development of SUMOL+COMPAL's activities in Angola. Although SUMOL+COMPAL Angola has various strong points (the reputation and preference for the COMPAL and SUMOL brands, local production, commercial partnership with Grupo Castel and great experience and knowledge of the Angolan market), the evolution of activity depends on two variables: the purchasing power of the population and the availability of foreign currency. This means that the increase in Angolan consumers' available income and the obtaining of foreign currency by SUMOL+COMPAL Angola to pay supplies of raw materials that are not locally available will be critical for business growth in this African country. Our expectation is that policies recently implemented by the Angolan government will lead in the short term and, mainly, in the medium term to an improvement in the aforementioned variables.

The third relevant factor in the evolution of SUMOL+COMPAL's business will be its performance in Mozambique and other countries, particularly in Africa. The performance in Mozambique and the progress of various projects in 2018 create the expectation that these markets will make a significant contribution to SUMOL+COMPAL's growth in the near future.

## ACKNOWLEDGEMENTS

SUMOL+COMPAL's achievements during this year could only have been possible thanks to the contribution of a great many people and organizations to whom we owe a debt of gratitude:

The shareholders, for their trust in SUMOL+COMPAL, and Copagef, as a shareholder in SUMOL+COMPAL Marcas, for its support in developing the company's business;

The Audit Committee and Statutory Auditor for their always constructive oversight;

SUMOL+COMPAL's employees, who through their dedication and ability helped to turn difficult years into the creation of opportunity;

The consumers and customers of SUMOL+COMPAL's various brands for their continued loyalty;

Our partners Pepsi-Cola Beverages International, Unilever-Jerónimo Martins and Grupo Damm for their support and cooperation with developing their brands and Genius for its cooperation in developing SUMOL+COMPAL Angola;

Our suppliers, and in particular Portugal's fruit farmers, for responding to our needs;

The trade associations for their role as prime forums for discussion and defense of our interests;

Official organizations in Portugal, Angola and Mozambique for their support of SUMOL+COMPAL's operations in their respective countries;

And the local authorities and communities where our operations are based for their interest and involvement in what we do.

Carnaxide, 28<sup>th</sup> March 2019





**SUMOL+COMPAL, S.A.**  
Nº ÚNICO DE MATRÍCULA E PESSOA COLECTIVA **500 277 486**  
CONSERVATÓRIA DO REGISTO COMERCIAL DE CASCAIS  
**CAPITAL SOCIAL** 60.499.364,00€  
**SEDE** RUA DR. ANTÓNIO JOÃO EUSÉBIO, 24 **2790-179 CARNAXIDE**  
**TEL** (+351) 214 243 500  
**FAX** (+351) 212 487 765  
[investidor@sumolcompal.pt](mailto:investidor@sumolcompal.pt)