



Sobre este relatório

- 1. O ano de 2023
- 2. Quem somos
 - 2.1 A nossa identidade
 - 2.2 As nossas marcas e mercados
 - 2.3 Criação de valor e modelo de negócio
- 3. Enquadramento estratégico
- 4. Colher resultados
- 5. Cultivar a inovação
- 6. A nossa visão ESG
- 7. Cuidar da natureza
- 8. Nutrir relações
- 9. Governance responsável
- 10. Perspetivas futuras
- Órgãos sociais
- Anexo I

2. Quem somos



Damos mais sabor à vida:
Para nós.
Para todos.
Para sempre.





2.1 A nossa identidade

Sobre este relatório

- 1. O ano de 2023
- 2. Quem somos
 - 2.1 A nossa identidade
 - 2.2 As nossas marcas e mercados
 - 2.3 Criação de valor e modelo de negócio
- 3. Enquadramento estratégico
- 4. Colher resultados
- 5. Cultivar a inovação
- 6. A nossa visão ESG
- 7. Cuidar da natureza
- 8. Nutrir relações
- 9. Governance responsável
- 10. Perspetivas futuras
- Órgãos sociais
- Anexo I

Na Sumol Compal alimentamos um sonho: fazer de cada dia uma oportunidade para tornar a vida mais saborosa.

Somos uma Empresa com origem em 1945, com um legado de inovação e excelência na indústria de bebidas não alcoólicas, sempre inspirados pela natureza e comprometidos em oferecer experiências únicas aos consumidores em todo o mundo – todos os dias, e para todas as gerações, damos mais sabor à vida.

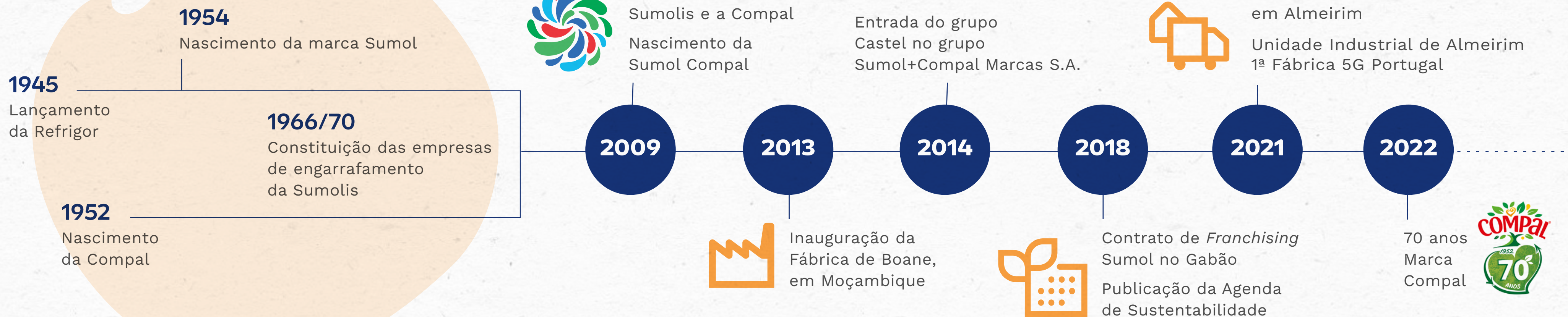
Em 2009, juntámos as forças de duas grandes empresas – Sumolis e Compal - para criar uma empresa portuguesa com um impacto superior na vida dos portugueses – a Sumol+Compal, S.A. (designada “Sumol Compal”, “Empresa”, “organização”) que tem como acionista maioritário, a Refrigor, S.A. (“Refrigor”) que, em 31 de dezembro de 2023, detinha a maioria dos direitos de voto.

Uma união com raízes no espírito empreendedor de António João Eusébio, que no final dos anos 40 do Século XX teve a visão de criar o que é hoje uma realidade: um dos maiores grupos económicos de bebidas e alimentação em Portugal.

Somos uma empresa portuguesa com uma clara vocação internacional, estando presentes em mais de 50 países. Temos como atividade principal o desenvolvimento, gestão, produção, comercialização e distribuição de marcas únicas e inovadoras (→ [Cap. 2.2](#)). Estamos presentes numa longa cadeia de valor, desde a transformação de matérias-primas de fruta e de vegetais, produção de bebidas e alimentos, passando pela distribuição, e chegando ao consumidor final.



As nossas raízes





Sobre este relatório

1. O ano de 2023
 2. Quem somos
 - 2.1 A nossa identidade
 - 2.2 As nossas marcas e mercados
 - 2.3 Criação de valor e modelo de negócio
 3. Enquadramento estratégico
 4. Colher resultados
 5. Cultivar a inovação
 6. A nossa visão ESG
 7. Cuidar da natureza
 8. Nutrir relações
 9. Governance responsável
 10. Perspetivas futuras
- Órgãos sociais
- Anexo I

O nosso propósito

Nutrimos, hidratamos e proporcionamos bem-estar através dos **frutos**, dos **vegetais** e da **água**, contribuindo para um mundo mais **sustentável**. Fazemo-lo com **paixão e ambição**, desenvolvendo com **ciência e arte**, marcas **únicas, inovadoras** e com **sabores excelentes**.

A nossa aspiração vencedora

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

Em Portugal, liderar os mercados de **bebidas não alcoólicas** e **reforçar significativamente a posição** em **vegetais embalados (não frescos)**.

Em África, ter **posições relevantes nos mercados** de **sumos, néctares e bebidas refrescantes**.

Alcançar uma **margem EBITDA superior a 13%** e um **volume de negócios de 400 M€, em 2025**.

Os nossos valores

PESSOAS

Em cada dia cuidamos das nossas Pessoas. Acreditamos no valor do talento e na força da equipa. Pessoas mais felizes fazem marcas e negócios mais fortes. Juntos estamos focados em alcançar melhores resultados.

PAIXÃO

Em cada dia nutrimos a paixão pelo nosso propósito – negócio, marcas e sustentabilidade – com orgulho no que fizemos e entusiasmo pelos resultados que ambicionamos alcançar.

INOVAÇÃO

Em cada dia semeamos o desafio de pensar e fazer diferente para fazer melhor. Desenvolvemos marcas únicas com ciência, com arte e com a coragem de construirmos o nosso futuro assumindo que a transformação e superação são permanentes.

INTEGRIDADE

Em cada dia atuamos com transparência, ética e responsabilidade, contribuindo para uma organização e um mundo mais sustentáveis.

CONSUMIDOR

Em cada dia somos inspirados por todos os que nos preferem e confiam em nós, Consumidores e Clientes, a criar experiências memoráveis pois sabemos o sabor das relações sólidas e únicas, como as nossas marcas.



Sobre este relatório

1. O ano de 2023

2. Quem somos

- 2.1 A nossa identidade
- 2.2 As nossas marcas e mercados
- 2.3 Criação de valor e modelo de negócio

3. Enquadramento estratégico

4. Colher resultados

5. Cultivar a inovação

6. A nossa visão ESG

7. Cuidar da natureza

8. Nutrir relações

9. Governance responsável

10. Perspetivas futuras

Órgãos sociais

Anexo I

Os nossos principais ativos

Pessoas

Focamo-nos em três eixos principais, para responder aos desafios do ciclo estratégico 23-25:



- **Semear | Cultura**

Refundar os alicerces que nos permitirão obter melhores resultados no futuro.

- **Crescer | Capacitação e Desenvolvimento**

Fazer crescer as nossas pessoas e capacitá-las para os desafios atuais e futuros.

- **Cuidar | Compensação & Employee Experience**

Promover uma jornada virtuosa enquanto colaboradores Sumol Compal, garantindo às nossas pessoas a melhor experiência no trabalho e um equilíbrio entre a dimensão profissional e pessoal.

→ [Cap. 8.1](#)

Marcas

Detemos um portefólio de 16 marcas divididas em seis categorias: sumos e néctares; bebidas refrescantes; águas; *snacks* de fruta; vegetais e produtos de tomate; e bebidas de baixo teor alcoólico.



Em 2023, praticamente todas as marcas contribuíram para o crescimento do volume de litros vendidos, destacando-se o forte crescimento de Compal, de Pepsi e de Água Serra da Estrela. Também B!, Lipton e Guaraná Antártica se destacam pelos seus crescimentos, face a 2022.

→ [Cap. 2.2](#)

As nossas principais atividades operacionais

Produção

Temos cinco fábricas, quatro em Portugal – Almeirim, Pombal, Vila Flor e Gouveia – e uma em Moçambique.



Em 2023, incorporámos mais de 139 106 toneladas de matérias primas de fruta e vegetais, em mais de 40 linhas de enchimento, presentes nas nossas instalações e que temos vindo a modernizar para minimizar o impacto ambiental.

→ [Cap. 2.2](#)

Comercialização & Distribuição



Em Portugal, com cerca de 25 mil clientes, temos uma das maiores redes de vendas diretas para conseguirmos chegar a todos os tipos de clientes e consumidores.

Entre os mais de 4500 fornecedores estão os de matérias primas e concentrados de fruta, embalagens, serviços de transporte, trabalho temporário, *marketing*, materiais e serviços de manutenção, locação de viaturas e empilhadores, energia e fluidos e comunicação.

→ [Cap. 7.4](#) e → [8.2](#)



2.2 As nossas marcas e mercados

Sobre este relatório

- 1. O ano de 2023
- 2. Quem somos
 - 2.1 A nossa identidade
 - 2.2 As nossas marcas e mercados
 - 2.3 Criação de valor e modelo de negócio
- 3. Enquadramento estratégico
- 4. Colher resultados
- 5. Cultivar a inovação
- 6. A nossa visão ESG
- 7. Cuidar da natureza
- 8. Nutrir relações
- 9. Governance responsável
- 10. Perspetivas futuras
- Órgãos sociais
- Anexo I

Marcas

Através de marcas únicas, inovadoras e com sabores excelentes, desenvolvidas com paixão, ciência e arte, damos mais sabor à vida dos nossos consumidores.

Temos uma gama completa e diversificada de produtos – estamos presentes em seis categorias com 16 marcas, incluindo marcas Sumol Compal e de parceiros.

Marcas Sumol Compal

SUMOS E NÉCTARES	VEGETAIS E PRODUTOS DE TOMATE	SNACKS DE FRUTA
 		
BEBIDAS REFRESCANTES	ÁGUAS	
  	 	

Marcas de Parceiros

BEBIDAS REFRESCANTES	BEBIDAS DE BAIXO TEOR ALCOÓLICO
  	 
 	



Sobre este relatório

- 1. O ano de 2023
- 2. Quem somos
 - 2.1 A nossa identidade
 - 2.2 As nossas marcas e mercados
 - 2.3 Criação de valor e modelo de negócio
- 3. Enquadramento estratégico
- 4. Colher resultados
- 5. Cultivar a inovação
- 6. A nossa visão ESG
- 7. Cuidar da natureza
- 8. Nutrir relações
- 9. Governance responsável
- 10. Perspetivas futuras
- Órgãos sociais
- Anexo I

Mercados

Inspiramo-nos no que de bom a natureza tem para nos dar e focamos os nossos esforços na construção de novas e diferentes propostas para os vários consumidores, espalhados pelo mundo.

Com quatro fábricas próprias em Portugal e uma em Moçambique, o nosso alcance transcende fronteiras.

Temos cobertura de todo o mercado nacional e estamos presentes além-fronteiras. Orgulhamo-nos da nossa presença internacional e do impacto que as nossas marcas têm em diversas geografias.

Garantimos a presença das nossas marcas em mais de 50 países, dos cinco continentes, quer em regime de operação direta por empresas do Grupo, quer em regime de exportação ou de licenciamento de marca.

Em 2023, o nosso volume de negócios atingiu 371,5 milhões de euros, representando Portugal cerca de 80% deste valor e os mercados internacionais os restantes 20% (→ [Cap. 4.1](#)).

A nossa presença em Portugal e no mundo



➤ Saiba mais sobre [onde estamos](#)



Sobre este relatório

1. O ano de 2023
2. Quem somos
 - 2.1 A nossa identidade
 - 2.2 As nossas marcas e mercados
 - 2.3 Criação de valor e modelo de negócio
3. Enquadramento estratégico
4. Colher resultados
5. Cultivar a inovação
6. A nossa visão ESG
7. Cuidar da natureza
8. Nutrir relações
9. Governance responsável
10. Perspetivas futuras

Órgãos sociais

Anexo I



50 anos da fábrica de Pombal

Em 2023 celebrámos os 50 anos da nossa fábrica de Pombal. Ao longo destas décadas, a nossa fábrica tem sido mais do que uma unidade industrial, tornou-se parte integrante da comunidade em Pombal, contribuindo para o desenvolvimento local, gerando empregos e trazendo um toque de sabor às vidas dos nossos consumidores.

No dia 11 de novembro, recebemos da Câmara Municipal de Pombal a Medalha de Mérito Municipal Empresarial (Grau Ouro). Este reconhecimento destaca não apenas os 50 anos de existência da fábrica em Pombal, como também a dedicação das nossas pessoas, cujo compromisso diário vai além do profissionalismo, refletindo um verdadeiro amor pela comunidade em que vivemos e trabalhamos.



10 anos de Compal em Moçambique

Em 2023 celebrámos uma década de produção de Compal em Moçambique. Celebrámos 10 anos de produção local, mas também celebrámos a nossa liderança no mercado de sumos e néctares. Para assinalar este marco especial, lançámos uma edição comemorativa, refletindo a nossa história e a cultura moçambicana - edição especial de pêra e ananás. Esta edição limitada, que esteve disponível por seis meses, apresentou um *packaging* comemorativo, especial e diferenciado, inspirado nos símbolos locais.



O *design* da embalagem, o selo distintivo e a comunicação adotaram um *look & feel* festivo, incorporando o autêntico estilo e espírito de festa local para manter uma conexão emocional única com os moçambicanos – uma homenagem à fruta e a Moçambique.

2.3 Criação de valor e modelo de negócio

Sobre este relatório

1. O ano de 2023
 2. Quem somos
 - 2.1 A nossa identidade
 - 2.2 As nossas marcas e mercados
 - 2.3 Criação de valor e modelo de negócio
 3. Enquadramento estratégico
 4. Colher resultados
 5. Cultivar a inovação
 6. A nossa visão ESG
 7. Cuidar da natureza
 8. Nutrir relações
 9. Governance responsável
 10. Perspetivas futuras
- Órgãos sociais
- Anexo I

