



## 6ª CONFERÊNCIA DA CENTRAL DE BALANÇOS DO BANCO DE PORTUGAL

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

27 de Janeiro de 2017

### PAINEL SOBRE A INDÚSTRIA DAS BEBIDAS

A **SUMOL+COMPAL** orgulha-se de liderar o mercado de bebidas não alcoólicas em Portugal.

Entendemos que **trabalhar os frutos, os vegetais e a água como fontes incontornáveis de nutrição, hidratação, saúde e prazer é um desafio permanente e inspirador e ambicionamos seduzir os consumidores pela excelência do sabor e pela ciência e arte com que construímos marcas únicas, contribuindo para o seu bem-estar.**

Temos consciência que somos uma grande empresa em Portugal e pretendemos ser **uma empresa de referência internacional em bebidas de frutos e de vegetais.**

Somos uma empresa com espírito jovem e dinâmico, cujo início da atividade remonta a 1945. Desde aquele ano acumulámos experiência e conhecimento e fomos desenvolvendo e aplicando novas tecnologias à criatividade, ciência e arte para continuarmos a oferecer novas alternativas aos nossos consumidores.

A qualidade e naturalidade dos nossos produtos, a nossa capacidade de inovação e de diferenciação e as nossas fortes ligações à natureza e benefícios nutricionais fazem parte integrante da nossa herança empresarial.

Colocamos anualmente no mercado mais de **410 milhões de litros**, o que equivale a um **consumo de mais de 13 litros por segundo**. O nosso volume de negócio anual é superior a **350 milhões de euros** e empregamos diretamente quase **1.600 colaboradores**, dos quais cerca de 1.200 em Portugal, 290 em Angola e 100 em Moçambique. Temos ainda 2 colaboradores na China, 1 em França e 1 na Suíça.

Desde 2012 que crescemos consistentemente a dimensão do negócio e a sua rentabilidade, quer em Portugal, quer nos mercados externos.

Em Portugal, temos vindo a reforçar a nossa posição de liderança no mercado de bebidas não alcoólicas e duplicámos as vendas nos mercados externos nos últimos 6 anos, representando estes já cerca de 1/3 das nossas vendas.

Transformar marcas genuinamente portuguesas em marcas internacionais tem sido um enorme desafio que a SUMOL+COMPAL tem sabido superar.

## 6ª CONFERÊNCIA DA CENTRAL DE BALANÇOS DO BANCO DE PORTUGAL

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

27 de Janeiro de 2017

Adaptar marcas como COMPAL, SUMOL ou UM BONGO às necessidades e exigências dos consumidores dos mercados estratégicos externos tem exigido da nossa parte um esforço acrescido e acelerado, nomeadamente no que respeita à **inovação** que acreditamos ser absolutamente fundamental e decisiva para a diferenciação e valorização das marcas, fidelização de clientes e consumidores e, sobretudo, de desenvolvimento de relações duradouras com esses mesmos públicos-alvo.

Temos investido de forma seletiva nos mercados estratégicos, para além das quatro fábricas que temos em Portugal, temos hoje duas unidades industriais em África (uma em Angola e outra em Moçambique).

Para o desenvolvimento sustentado do nosso negócio além-fronteiras temos também tido a capacidade de **estabelecer novas parcerias** que se têm demonstrado um fator central com contribuição muito positiva para o trajeto de internacionalização que temos vindo a percorrer e que nos permite hoje dizer, com satisfação, que as nossas principais marcas estão **regularmente presentes em mais de 70 países** e que com a crescente internacionalização as marcas **SUMOL e COMPAL** vendem já, em conjunto, mais de 50% do seu volume anual fora de Portugal.

