



[Organização e Gestão de Empresas]

António Ferreira(A045774), Beatriz Almeida (A44416), Carolina
Fernandes (A044897), Pedro Venda (A045464)

Índice

História da Organização Sumol / Compal / Sumol + Compal	4
Sumolis	4
Compal.....	4
Sumol + Compal.....	5
Gestores (Chave / Importantes) e Representantes da Marca Atualmente.....	6
Gestores Chave / Pessoas Importantes ou de Destaque	6
Feitos Alcançados da Empresa	6
Forma Jurídica responsabilidades e Obrigações	7
Produtos Serviços e Mercados	8
Sumos e Néctares	8
COMPAL “É MESMO NATURAL.”	8
UM BONGO “O BOM SABOR DA SELVA.”	9
Bebidas Refrescantes.....	9
B! “ÉS O QUE BEBES.”	9
GURANÁ ANTARTICA “A ENERGIA QUE CONTAGIA.”	10
PEPSI	10
7UP	11
LIPTON	11
GUD “CONCENTRADO DE DIVERSÃO.”	12
GATORADE “SPORT.”	12
Aguas	13
ÁGUA SERRA DA ESTRELA “A ÁGUA DAS ÁGUAS.”	13
FRIZE “AGITA AS ÁGUAS.”	13
Bebidas Alcoólicas	14
ESTRELLA DAMM	14
TAGUS.....	14
Enlatados	15
COMPAL DA HORTA.....	15
Missão Ambições Visão e Valores	15
Missão e Ambição.....	15
Visão e Valores	15
Variáveis internas e externas que afetam o funcionamento da organização	16
Internas.....	16

Externas	16
Análise PEST (PESTL ou PESTLA)	16
Político Legais	16
Económicas	17
Socio-Culturais	17
Tecnológicas	17
Análise das variáveis internas.....	18
Inovação	18
Produção.....	18
Organização	18
Gestão.....	19
Marketing	Erro! Marcador não definido.
Finanças	19
Análise SWOT	20
Strengths.....	20
Weakness.....	20
Opportunities.....	20
Treaths.....	20
Estratégias seguidas ou em Curso e técnicas auxiliares para a formulação de estratégia	20
Objetivos Propostos	21
Matriz	21
Ciclo de vida.....	21
A tomada de decisões	21
Estrutura organizacional (organigrama), evolução da estrutura, estrutura actual.....	22
Práticas Motivacionais.....	22
Os líderes, estilos de liderança, líderes carismáticos ou disruptivos	23
Cultura e ambiente organizacional.....	23
Indicadores de chave:.....	24
Ferramentas de comunicação utilizadas	25
Barreiras de comunicação	25
Éticas e responsabilidades sociais e empresariais.....	25

História da Organização Sumol / Compal / Sumol + Compal

Para compreender a história desta organização, é fundamental começar pela compreensão da história de cada uma das empresas individualmente.

Sumolis

A Refrigor, Lda, foi fundada no ano 1945 por um grupo de amigos que decidiu abrir uma pequena fábrica de fabrico de gelo, laranjadas e gasosas; o investimento feito por estes na altura foi de cerca de 100 mil escudos, que corresponde atualmente a mais ou menos 500 euros.

Em 1950 deu-se a entrada de um novo sócio, de seu nome António João Eusébio, o qual apresentava um enorme espírito empreendedor e de inovação.

No verão de 1954, foi lançado na esplanada do café Caravela d'Ouro em Algés, o sumo "Sumol" (nome construído através da junção e adaptação das palavras "Sumo" e "Sol"), que foi a primeira bebida de frutas pasteurizada em Portugal. A qualidade diferenciadora deste produto era o lema "sem corantes nem conservantes", tendo esta citação sido durante muitos anos como uma das suas principais referências.

Em 1968, a Refrigor criou empresas de enchimento e três anos mais tarde, em 1971, fundou a Sumolis, em Carnaxide, que passou nesse mesmo ano a deter o contrato do franchising da marca 7up, através de um contrato de engarrafamento com a Pepsi Company; este contrato foi renovado em 1987.

Ao longo da história da Refrigor houve duas fusões internas (ambas em 1994): a fusão da Sumolis com outras empresas de enchimento dentro do grupo; e a fusão de empresas de distribuição que deram origem à empresa Cibal.

Em 2006, a Sumolis adquiriu 20% da Compal através da sociedade Inbepor e em 2008 comprou os restantes 80% à CGD, passando a deter 100% da Compal.

Compal

A Compal foi fundada em 1952 no Entroncamento, por um grupo de entusiastas e visionários que estavam preocupados com as questões da indústria alimentar. Inicialmente, o core-business focou-se na transformação de tomate, seguindo para a produção de conserva de tomate e, mais tarde, tornou como sua principal atividade de negócio os sumos de fruta, comercializando sumos, néctares, soft drinks e água com gás.

Em 1963, a Compal foi integrada na CUF, à data o maior consórcio económico Português de nome "Companhia União Fabril" da família Mello. Esta integração, além de permitir um reforço de capitais, permitiu ainda o acesso ao crédito e, assim, à construção da unidade fabril em Almeirim em 1964, a qual permitiu diversificar o negócio com o lançamento dos primeiros sumos.

Com o 25 de abril de 1974, o grupo CUF é nacionalizado, tendo os donos, os irmãos José Manuel e Jorge de Mello, partido para o exílio.

A Compal pertenceu ao estado português durante cerca de duas décadas, tendo inicialmente atravessado um período de instabilidade devido à nacionalização. Ao longo dos anos a situação da empresa foi acompanhando a situação económica e política do país, não tendo sido uma década de prosperidade económica e estabilidade, no entanto, com o início da integração de Portugal na CEE, houve a esperança de alcançar outros mercados.

No início da década de 80, o Estado Português integrou a Compal na Nutrinveste (uma holding), com o objetivo de racionalizar a sua gestão e, posteriormente, a sua privatização.

Na década de 80, os irmãos regressam a Portugal, porém, investiram em sectores de negócios distintos; José de Mello optou pela Banca, enquanto Jorge de Mello pela área industrial.

No ano 1993, Jorge de Mello regressou aos comandos da Compal, adquirindo 51% da Nutrinveste a partir da privatização.

Em 1999, a Compal passa a ser responsável pela marca Frize.

A Construção da nova fábrica em Almeirim no ano 2002, veio permitir à Compal exportar os seus principais produtos, sumos e néctares, tendo ainda neste mesmo ano começando a produzir água com gás engarrafada 100% natural numa fábrica em Vila Flôr. É neste ano que compra a marca Um Bongo (sumos de fruta para crianças) e lança a marca B! (sumo de frutas sem gás baixo em calorias).

Em 2006, lança a gama de produtos “Compal Essencial”, em que refere que cada embalagem individual possui uma peça de fruta; esta inovação permitiu-lhe ganhar o prémio Zenith International na categoria de inovação e melhor conceito, atribuído pela consultora Mundial de Bebida e Comida Zenith International.

O ano 2008, é marcado pela integração da Compal na Sumolis.

Sumol + Compal

A SUMOL+COMPAL S.A. é uma empresa Portuguesa do sector das bebidas nãoalcoólicas, sediada em Carnaxide, Concelho de Oeiras, começando a sua atividade integrada a 2 de Janeiro de 2009, resultante da fusão da Sumolis e da Compal, duas empresas detentoras de marcas líder de bebidas não-alcoólicas de alta rotação em Portugal, atualmente é líder do sector de bebidas não alcoólicas em Portugal, com uma quota de mercado superior a 26%.

Os seus produtos estão divididos em quatro gamas, como nutrição tais como as marcas Compal, Compal Essencial, Compal Horta, Um Bongo; bebidas refrescantes: Sumol, B!, Guaraná, 7Up, Lipton; águas e cervejas Agua Serra da Estrela, Frizz, Tagus e Estrela Damm e outros, com Agua Castello, Cacaolat.

Atualmente a sua estrutura acionista é composta em 50,1% SUMOL+COMPAL S.A. e 49,9% Groupe Castel, sendo o presidente da Comissão Executiva o Dr. António Eusébio.

A sua estrutura industrial é composta por seis fábricas, sendo quatro em Portugal (Almeirim, Pombal, Gouveia e Vila Flor) e as restantes duas, uma em Angola e uma em Moçambique. Quanto à estrutura logística, possuiu 12

Armazéns em Portugal (4 armazéns de fábrica, em Almeirim, Pombal, Gouveia e Vila Flor; 3 armazéns principais na Póvoa de Varzim, Carnaxide e Faro e 5 armazéns de cross docking em Ovar, Viseu, Seixal, Évora e Portimão).

Possui funcionários em 6 países, num total de 1611 colaboradores, estando repartidos da seguinte forma: 1229 em Portugal; 272 em Angola, 107 em Moçambique; 1 na China, 1 em França e 1 na Suíça (dados referentes ao ano 2018).

Depois da fusão, oficialmente em 2009, podemos referir mais algumas datas marcantes, como a abertura do armazém de logística central em leiria assim como a fusão de empresas operacionais ambos os eventos ocorridos no ano 2010; Em 2011, houve a renovação do contrato de franchising com a PepsiCo.

No ano 2012, a SUMOL+COMPAL assinou um contrato com o Grupo Damm, para a produção e comercialização dos seus produtos em Portugal, neste mesmo ano adquiriu uma fábrica em Moçambique, tendo-a inaugurado em 2013, ano esse em que assinou um contrato de investimento em Angola com a ANIP (Agência Nacional de Investimento Privado) atual APIE (Agência para a Promoção do Investimento e Exportações de Angola.

No final do ano de 2014, a SUMOL+COMPAL, S.A. assinou um contrato com a empresa Francesa Copagef S.A. do grupo Castel, para a venda de 49,9% da SUMOL+COMPAL Marcas, S.A., por 88,2 milhões de euros.

Em 2015, deu-se o arranque da nova fábrica em Angola

Gestores (Chave / Importantes) e Representantes da Marca Atualmente

Gestores Chave / Pessoas Importantes ou de Destaque

António João Eusébio, uma figura de extrema importância, destacou-se como o arquiteto visionário por trás da criação inicial do que viria a evoluir para a SUMOL+COMPAL. Sua notável contribuição pode ser evidenciada ao longo do tempo, pois desempenhou um papel crucial na fase inicial de desenvolvimento e estruturação da empresa.

Enquanto gestor e líder visionário, António João Eusébio desbravou caminhos estratégicos que moldaram o curso da organização. Sua visão empreendedora e habilidades de gestão foram fundamentais durante o período formativo da empresa, pavimentando o caminho para o seu sucesso contínuo.

É digno de nota que, sob a liderança de António João Eusébio a mais tarde criada, SUMOL+COMPAL prosperou e alcançou reconhecimento no mercado. Seu legado como um dos responsáveis pela conceção e consolidação dessa entidade empresarial ressoando como um testemunho duradouro de sua influência e impacto no mundo dos negócios.

Feitos Alcançados da Empresa

A SUMOL+COMPAL acumulou diversas conquistas importantes ao longo de sua trajetória, consolidando sua posição proeminente no setor de bebidas não alcoólicas em Portugal. Algumas conquistas notáveis incluem:

Liderança no Mercado Nacional: A empresa alcançou e manteve consistentemente sua posição como o maior grupo económico de bebidas não alcoólicas em Portugal, evidenciando sua resiliência e sucesso no mercado doméstico.

Lançamento da Gama "Compal Essencial" (2006): A introdução desta linha inovadora, onde cada embalagem individual contém uma peça de fruta, representou uma viragem significativa. Além de conquistar o reconhecimento internacional com o prémio Zenith International, essa inovação reforçou a reputação da SUMOL+COMPAL como uma marca comprometida com a qualidade e a saúde.

Expansão Internacional: Ao expandir sua presença além das fronteiras nacionais, a SUMOL+COMPAL ampliou seu alcance global. Esta expansão é muitas vezes vista como uma medida estratégica para diversificar mercados e fortalecer a presença da empresa em âmbito internacional.

Compromisso com a Sustentabilidade: A empresa tem demonstrado um compromisso robusto com práticas sustentáveis, incorporando iniciativas ambientalmente responsáveis em suas operações. Essa abordagem eco-friendly não apenas contribui para a preservação ambiental, mas também reflete a responsabilidade corporativa da SUMOL+COMPAL.

Diversificação do Portfólio: A diversificação contínua do portfólio de produtos, com o lançamento de novas linhas e sabores, permitiu à empresa atender às diferentes preferências dos consumidores e adaptar-se às mudanças nas tendências de mercado.

Essas conquistas destacam não apenas o sucesso financeiro da SUMOL+COMPAL, mas também sua capacidade de inovação, liderança sustentável e resiliência no dinâmico setor de bebidas não alcoólicas.

Forma Jurídica responsabilidades e Obrigações

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

Produtos Serviços e Mercados

Atualmente, a SUMOL+COMPAL possui produtos tanto no mercado das Bebidas (Mercado Principal) e no mercado dos enlatados (Mercado Secundário), oferecendo uma ampla gama de produtos em diversas categorias.

Sumos e Néctares



COMPAL “É MESMO NATURAL.”

Está presente em mais de 60 países e leva além-fronteiras o melhor do que se faz em Portugal. Especialista em trabalhar a fruta, fá-lo com mestria e pretende continuar a desenvolver os sumos e néctares mais deliciosos e nutritivos e sempre, sem corantes nem conservantes. Há mais de 60 anos a celebrar a Frutologia em Portugal.



UM BONGO “O BOM SABOR DA SELVA.”

Há uma nova história para contar, que esconde nas profundezas da selva um dos segredos mais bem guardados: a sua nova receita.

É feito com **80% de fruta e 20% de água**, na nova receita Um Bongo não há espaço para ingredientes artificiais nem açúcares adicionados. Contém açúcares naturalmente presentes na fruta.

Bebidas Refrescantes



SUMOL “ORGULHOSAMENTE. SUMOL.”

Fruto da junção das palavras Sumo e Sol, Sumol foi a primeira bebida com sumo de fruta pasteurizada a surgir em Portugal e a primeira a celebrar-se na televisão portuguesa com um anúncio.

Continua a desafiar os jovens a descobrirem o seu caminho. A assumirem quem são e do que gostam, a serem autênticos e a lutarem por aquilo em que acreditam, independentemente de todas as pressões.



B! “ÉS O QUE BEBES.”

É uma bebida com ingredientes de origem natural que concilia um sabor superior, com refrescância e naturalidade. Descontraído, mas convicto, interessado e participativo. Apaixonado, cheio de desejo de sabor e vontade de experimentar e partilhar.

De Portugal para todos os que se queiram juntar, é uma boa alternativa em refeições ou momentos de convívio, que integram no seu estilo de vida um cuidado e preocupação com aquilo que comem e bebem.



GUARANÁ ANTARTICA “A ENERGIA QUE CONTAGIA.”

É uma bebida refrescante com extratos de guaraná e encontra-se entre as quinze marcas de refrigerantes mais vendidas do mundo.

Esta bebida, líder de mercado no Brasil, escolheu Portugal como primeiro país para a sua internacionalização, sobretudo pela proximidade cultural. Desde que foi lançado, é líder do segmento guaraná em Portugal.

É uma marca de parceiro que, em Portugal, é representada por nós.



PEPSI

Pepsi é a combinação perfeita entre a água, açúcar, baunilha, óleos raros e cola de noz. A marca foi lançada em Portugal em 1977 e desde então que tem uma abrangente e bem sucedida associação às grandes estrelas internacionais da música e do futebol para sedimentar a identificação dos jovens com a marca.

É uma marca de parceiro que, em Portugal, é representada por nós.



7UP

7UP é diferente dos outros, é irresistível para os consumidores, satisfaz completamente. Desde que foi lançado em Portugal (em 1972), tornou-se um sucesso, confirmado por uma liderança, incontestável, que ainda hoje mantém, dentro do segmento lima-limão.

É uma marca de parceiro que, em Portugal, é representada por nós.



LIPTON

Através da combinação de deliciosos sabores de fruta e das propriedades refrescantes do chá, Lipton Ice Tea é uma bebida que desperta e que nos permite estar atentos ao mundo à nossa volta. Sem corantes, nem conservantes e baixo em calorias.

Somos responsáveis pela sua distribuição de âmbito Nacional, no Canal HORECA.



GUD “CONCENTRADO DE DIVERSÃO.”

A sua variedade de sabores, enriquecidos com as vitaminas A, C e E tornam GUD na bebida ideal para as crianças e adolescentes, bem como uma opção prática e económica para os pais (uma garrafa permite fazer mais de 40 copos de bebida).



GATORADE “SPORT.”

Gatorade é uma bebida composta por água, sais minerais (sódio, potássio e magnésio) e hidratos de carbono (6%).

A fórmula e o sabor de Gatorade foram desenvolvidos de forma a estimular a ingestão continuada de líquidos, fazendo com que o organismo atinja rapidamente um estado de hidratação ótimo, através da adição da quantidade exata de hidratos de carbono.

É uma marca de parceiro que, em Portugal, é representada por nós.

Aguas



ÁGUA SERRA DA ESTRELA “A ÁGUA DAS ÁGUAS.”

É captada na nascente mais alta de Portugal, a 1.200 metros de altitude, junto à rocha granítica, no interior da zona protegida do Parque Natural da Serra da Estrela, na Cabeça do Velho, Gouveia.

Por forma a garantir um futuro sustentável para as gerações futuras, temos um projeto de reflorestação em parceria com o ICNF (Instituto de Conservação da Natureza e das Florestas) que já contribuiu para a plantação de mais de 1,5 milhões de árvores em várias serras de Portugal; e as nossas garrafas são 100% recicláveis e as embalagens de plástico incorporam 25% de plástico reciclado.



FRIZE “AGITA AS ÁGUAS.”

Frize nasceu em Vila Flor, Trás-os-Montes, de um ato de provocação da terra que decidiu tremer. Dessa irreverência que agitou tudo, surgiu Frize, uma água naturalmente gaseificada cuja personalidade é igual à da terra que a fez nascer: irrequieta, borbulhante e cheia de vida.

Com gás 100% natural que nos chega de 2.000 de metros de profundidade, a natureza de Frize sempre veio à tona. Frize sempre quis agitar as águas: questionou convenções, preconceitos e hábitos instalados. Foi pioneira no território do prazer, com o lançamento da primeira água com sabor em Portugal - Frize Limão.

Bebidas Alcoólicas



ESTRELLA DAMM

Damm nasceu em Barcelona em 1876 e, desde este ano, que onze gerações de mestres cervejeiros têm levado a cabo a fabricação de Damm com ingredientes 100% naturais e que conserva a sua levedura desde a sua origem.

Do portefólio, destaca-se Estrella Damm que é líder em Barcelona, onde está localizada a sua fábrica que produz 500 milhões de litros por ano. Em Portugal trata e defende temas da gastronomia e do bem comer, sendo responsável por eventos como o Estrella Damm Gastronomy Congress e a Rota das Tapas.

TAGUS

TAGUS

A Tagus é uma cerveja de cor dourada e reflexos âmbar, de odor envolvente e espuma de longa presença. Saborosa e leve, com travo amargo suave e carbonatação integrada. Caracteriza-se pelo sabor dos cereais levemente torrados.

Com um teor alcoólico de 4,8% do volume, é uma cerveja do tipo Lager e deve ser consumida, preferencialmente, entre os 4 e os 6°C.

Enlatados



COMPAL DA HORTA

Os Vegetais Compal da Horta são fonte de proteína, hidratos de carbono e fibra. Componente importante da culinária portuguesa, são essenciais para uma dieta equilibrada e saudável.

Os nossos produtos hortícolas são selecionados, práticos e rápidos de preparar. A produção industrial de leguminosas enlatadas é semelhante ao processo caseiro de cozedura que garante a sua qualidade e conservação.

Missão Ambições Visão e Valores

Missão e Ambição

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%

Visão e Valores

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.

Variáveis internas e externas que afetam o funcionamento da organização

Internas

As variáveis internas desempenham um papel crucial no funcionamento de uma organização em Portugal. Dentre essas variáveis, destacam-se a inovação, produção, organização, gestão, marketing e finanças. A inovação reflete a capacidade da organização em adotar novas ideias e tecnologias, impulsionando o desenvolvimento contínuo. A produção representa a eficiência e qualidade na fabricação de produtos ou na prestação de serviços. A organização é fundamental para a estrutura interna da empresa, garantindo a coordenação eficaz de recursos e processos. A gestão abrange a liderança e tomada de decisões, enquanto o marketing envolve estratégias para promover produtos ou serviços no mercado. Por fim, as finanças exercem um papel crucial na sustentabilidade da organização, gerenciando recursos monetários de maneira estratégica. Todas essas variáveis internas interagem dinamicamente, moldando o desempenho global da organização em Portugal.

Externas

As variáveis externas desempenham um papel vital no funcionamento de organizações. As influências político-legais, económicas, socioculturais e tecnológicas, conhecidas como variáveis PESTEL, moldam o ambiente externo das empresas. As político-legais refletem leis e regulamentações, as económicas impactam estratégias financeiras, as socioculturais influenciam preferências de consumidores, e as tecnológicas indicam mudanças inovadoras. Adaptação a essas variáveis é crucial para o sucesso e sustentabilidade das organizações.

Análise PEST (PESTL ou PESTLA)

Político Legais

A SUMOL+COMPAL prioriza um ambiente seguro e saudável para colaboradores e visitantes. A Política de Segurança no Trabalho é essencial para melhorar as condições laborais. Na comunicação externa, investe na divulgação das marcas, com ações institucionais focadas no desempenho e internacionalização. Ambientalmente, reconhece seu impacto e se compromete com a preservação dos recursos. A nomeação dos órgãos de administração e fiscalização segue os estatutos e legislação em vigor. A empresa não possui uma política de diversidade formalmente definida para esses órgãos.

A Compal enfrenta desafios no ambiente político de Angola e Moçambique, marcado pela incerteza política constante. A elevação das taxas de IVA, aumento nos impostos sobre açúcar e sal, mudanças na legislação trabalhista e o aumento das taxas aduaneiras adicionam complexidade à operação da empresa. A necessidade de adaptação constante a essas variáveis políticas e econômicas é crucial para manter uma operação eficiente e sustentável.

Económicas

O ambiente econômico da Compal é influenciado por diversas variáveis. O aumento dos rendimentos em Portugal representa uma oportunidade, refletindo um potencial crescimento do poder de compra dos consumidores locais. Além disso, a exploração de novos mercados tanto dentro quanto fora de Portugal contribui para a diversificação e expansão dos negócios da Compal.

O declínio das taxas de desemprego é um indicativo positivo para a estabilidade econômica, sugerindo um ambiente propício ao consumo. Contudo, a empresa também enfrenta desafios, como o aumento dos custos de energia, que pode impactar a rentabilidade operacional. O aumento nos preços das matérias-primas adiciona uma camada adicional de pressão sobre os custos de produção.

Neste cenário dinâmico, a Compal precisa adotar estratégias flexíveis e proativas para aproveitar as oportunidades de crescimento, gerenciar custos eficientemente e manter a competitividade em um mercado em constante evolução.

Socio-Culturais

A Compal encontra-se diretamente influenciada pelo ambiente sociocultural, que reflete mudanças significativas na sociedade. O crescimento da classe média representa uma oportunidade, indicando uma potencial expansão do mercado consumidor. A crescente preocupação com a saúde alimentar e o bem-estar está moldando as preferências dos consumidores, resultando em uma demanda por produtos mais saudáveis e nutritivos.

A evolução dos gastos, necessidades e preferências dos consumidores também desempenha um papel crucial. Observa-se uma tendência em direção a escolhas mais conscientes, onde os consumidores buscam produtos alinhados com estilos de vida saudáveis e sustentáveis. Essa mudança de mentalidade cria um desafio e uma oportunidade para a Compal adaptar seu portfólio de produtos, oferecendo opções alinhadas com as demandas emergentes do mercado.

Nesse contexto dinâmico, a Compal precisa manter-se atenta às transformações socioculturais, antecipar as tendências do consumidor e ajustar suas estratégias para atender às expectativas em constante evolução.

Tecnológicas

O ambiente tecnológico exerce uma influência significativa sobre a Compal, sendo moldado pela constante evolução de tecnologias e inovações nos modelos de comunicação, informação e promoção. A empresa está imersa na era digital, onde a rápida disseminação da informação e a crescente interconexão global redefinem as estratégias de comunicação e marketing.

A ascensão do marketing digital tornou-se um componente essencial para a Compal, pois as publicações e redes sociais desempenham um papel crucial na promoção e construção da marca. A capacidade de alcançar consumidores diretamente por meio de plataformas online oferece oportunidades únicas para engajamento, publicidade direcionada e interação em tempo real.

A adaptação eficaz a essas mudanças tecnológicas é vital para o sucesso da Compal. A empresa precisa permanecer ágil na incorporação de novas ferramentas e estratégias digitais para garantir uma presença eficaz no ambiente online, alinhando-se com as expectativas e comportamentos dos consumidores modernos.

Análise das variáveis internas

Inovação

A SUMOL+COMPAL prioriza a criação de valor para os consumidores por meio da inovação, um elemento essencial em sua estratégia. Em 2018, destacou-se ao lançar o COMPAL Summo, atendendo às demandas dos consumidores em Portugal, e o COMPAL Kissangua da Banda, adaptando-se com sucesso ao mercado em Angola. O Road Map de Inovação desde 2017 fortalece a confiança na crescente contribuição da inovação nos resultados da empresa. A inovação digital, evidenciada pela plataforma www.saborista.pt, continua a aproximar as marcas dos consumidores, enquanto o conhecimento aprofundado dos clientes orienta a transformação digital em linha com as opções estratégicas da empresa.

Produção

Com capacidade para processar mais de 120 mil toneladas de frutas e mais de 40 linhas de enchimento, modernizamos nossas instalações para reduzir o impacto ambiental. Adotamos uma abordagem de zero desperdício, aproveitando cada parte da fruta de maneira sustentável. Os caroços de pêssegos são usados para compostagem, as peras são trituradas sem desperdício, e as palmas dos figos da piteira têm utilidades alimentares, enquanto suas sementes são compostadas para adubo orgânico e produtos cosméticos. Essas práticas refletem nosso compromisso com a sustentabilidade em todas as etapas de produção.

Organização

A Compal orgulha-se de sua estrutura organizacional, centrada em diversos setores que desempenham papéis cruciais na produção e distribuição dos seus produtos:

- 1. Fruticultores na Academia:** Na Academia do Centro de Frutologia Compal, cultivamos uma abordagem de agricultura sustentável e aprendemos a produzir frutas de alta qualidade.
- 2. Relação com os Agricultores:** A Compal mantém uma relação exigente com seus agricultores, transformando frutas com padrões de qualidade que atendem às expectativas dos consumidores.
- 3. Área de Compra de Frutas e Vegetais:** Trabalhar pela fruta e com a fruta é motivo de orgulho e prazer para a marca Compal.
- 4. Desenvolvimento de Receitas:** No processo de criar sumos e néctares, é crucial ter um bom paladar e uma imaginação aguçada.
- 5. Área de Nutrição:** Quando se trata de bem-estar, nutrição e saúde, a fruta desempenha sempre um papel especial.
- 6. Equipa de Embalamento:** Responsável por embalar sumos e néctares de fruta deliciosos com diferentes texturas, esta equipa leva orgulhosamente a marca Compal aos consumidores.
- 7. Laboratório:** Uma equipa dedicada no laboratório trabalha diariamente segundo os mais altos padrões de qualidade, garantindo a excelência dos produtos Compal.

8. **Equipa de Planeamento:** O planeamento logístico coordena esforços para assegurar uma harmonia entre o querer ter e o fazer acontecer.

9. **Equipa de Distribuição:** Na logística, esta equipa acompanha a jornada dos produtos ao longo da cadeia de abastecimento, desde o planeamento até o serviço pós-venda.

10. **Equipa de Vendas:** Com entusiasmo duradouro, a equipa de vendas empenha-se diariamente em difundir a frutologia Compal e levar os produtos aos consumidores.

Gestão

A equipa de Sistema de Gestão manteve seus esforços contínuos na coordenação das atividades de certificação, colaborando estreitamente com diversas áreas da empresa para consolidar as boas práticas existentes e alcançar resultados de excelência. No decorrer de 2018, alguns projetos se destacaram:

Elaboração do diagnóstico e plano de ação para a implementação da BRC: Foi desenvolvido um diagnóstico e plano de ação para a implementação da certificação BRC nas fábricas de Vila Flor e Gouveia, incluindo a formação das equipas envolvidas.

Preparação e implementação das alterações decorrentes da versão 8 da certificação em segurança alimentar BRC: A equipa trabalhou na preparação e implementação das alterações necessárias de acordo com a versão 8 da certificação em segurança alimentar BRC, adotada pela SUMOL+COMPAL.

Elaboração de um questionário sobre o sistema de gestão: Foi criado um questionário para avaliar o sistema de gestão da empresa, com o objetivo de identificar oportunidades de melhoria e aprimorar ainda mais as práticas organizacionais.

Esses projetos refletem o compromisso da equipa em manter e aprimorar os padrões de excelência em segurança alimentar e gestão, contribuindo para o contínuo sucesso da SUMOL+COMPAL.

Marketing

A notável marca Compal opta por uma abordagem específica em sua comunicação, evitando campanhas institucionais amplas. Em vez disso, direciona suas ações para produtos específicos, focando em dois públicos-chave: donas de casa, responsáveis pelas compras, e jovens, consumidores ávidos.

Ao se concentrar nas necessidades das donas de casa, a marca destaca atributos e benefícios específicos de seus produtos, visando influenciar as decisões de compra. Simultaneamente, a Compal dirige esforços de comunicação aos jovens, buscando criar conexões relevantes com seus estilos de vida, incentivando o consumo.

Essa estratégia adaptativa e direcionada permite à Compal manter uma presença eficaz no mercado, ajustando-se de maneira precisa aos interesses distintos de cada segmento de público.

Finanças

A área financeira passou por uma reorganização para melhorar a coordenação e eficiência dos processos. Adotou-se um modelo integrado abrangendo contabilidade, fiscalidade, gestão de crédito, pricing, faturação, finanças, contas a pagar, gestão de seguros e riscos.

No âmbito financeiro, a ênfase foi na gestão da dívida, com destaque para endividamento, maturidade e redução de custos. Após o término de swaps, novos contratos foram planejados conforme a política de cobertura de risco.

A gestão do risco cambial, especialmente com o kwanza angolano, foi uma prioridade, envolvendo a cobertura do risco com aquisição de forwards. Nos resultados financeiros, houve uma redução de 4,7% no volume de negócios para 299,7 milhões de euros, com vendas de 292,6 milhões de euros e uma margem bruta de 53,1%, beneficiando da redução de preços de algumas matérias-primas.

Análise SWOT

A análise SWOT da Compal revela uma série de pontos fortes e fracos, bem como oportunidades e ameaças que a empresa enfrenta.

Strengths

- Forte rede de distribuição.
- Produção em Portugal, Moçambique e Angola.
- Investimento em novos produtos e fórmulas.
- Qualidade da água em Portugal.

Weakness

- Preços mais elevados em comparação com a concorrência.
- Escassez de água em Portugal.
- Fraca qualidade da água em Moçambique e Angola.
- Elevado custo com o transporte de mercadorias.

Opportunities

- Mercados emergentes em África.
- Crescimento da economia.
- Novas tecnologias.
- Desenvolvimento do Granizado a nível mundial.
- Investimentos em mercados africanos como Angola e Moçambique.
- Aproveitar a boa qualidade da água para lançar novos produtos.
- Implementação de stevia para enfrentar questões de açúcar.
- Lançamento de novos hábitos dos consumidores (ex.: produtos Veggie).
- Aproveitar novas tecnologias para captação de mais água.
- Estudos e implementação de tecnologias para melhorar a qualidade da água.

Treats

- Elevadas taxas aduaneiras para mercados africanos.
- Regulação sobre taxas de açúcar e sal.
- Concorrência e produtos substitutos.
- Não sendo bens de necessidade básica, há riscos no mercado de bebidas.
- Lançamento do sumo Compal Família como alternativa de baixo custo para as famílias.

Estratégias seguidas ou em Curso e técnicas auxiliares para a formulação de estratégia

Objetivos Propostos

- Explorar mercados emergentes em África.
- Reduzir custos de transporte através de investimentos locais em Moçambique e Angola.
- Desenvolver novos produtos e fórmulas, incluindo opções de baixo teor de açúcar como a stevia.
- Aproveitar a boa qualidade da água para lançar produtos inovadores.
- Investir em tecnologias para melhorar a captação e qualidade da água.
- Introduzir o Granizado a nível mundial.
- Adotar estratégias de marketing para enfrentar a concorrência e promover produtos Veggie.
- Lançar o sumo Compal Família como uma opção de baixo custo para atender às necessidades das famílias.

Esses objetivos visam posicionar a Compal como uma marca inovadora e adaptada às exigências dos mercados onde atua.

Matriz

O aumento na demanda por produtos de marcas próprias tem contribuído para a homogeneização das ofertas no mercado. Para reverter essa tendência e, ao mesmo tempo, atender à necessidade de diferenciação, a Compal deve adotar estratégias de diversificação, criando novos produtos e explorando novos mercados.

Ciclo de vida

A posição competitiva da Sumol+Compal é considerada forte em comparação com uma posição dominante, especialmente diante do crescimento das Marcas de Distribuição, com destaque para o Pingo Doce. Com a indústria atingindo o estado de maturidade, a estratégia da Sumol+Compal deve enfatizar a Redução de Custos, a Diferenciação e a Focalização como elementos cruciais. Essas abordagens podem contribuir significativamente para manter a competitividade, otimizar eficiências operacionais, destacar-se no mercado por meio de características distintivas e concentrar esforços em segmentos estratégicos.

A tomada de decisões

A Sumol+Compal é uma empresa que adota um modelo de gestão participativo, onde a tomada de decisões é compartilhada entre os diferentes níveis hierárquicos da empresa. A empresa valoriza a participação dos colaboradores em processos decisórios, incentivando a troca de ideias e a colaboração em equipe. Além disso, a empresa possui uma equipe dedicada à gestão de riscos, que trabalha continuamente na identificação, análise e avaliação dos riscos relevantes a que a empresa está exposta, garantindo uma tomada de decisão mais segura e eficiente.

A empresa também possui um Conselho de Administração e um Fiscal Único, que garantem o completo alinhamento da sociedade com os interesses de todas as partes interessadas. A atividade da sociedade é avaliada e conduzida pelo Conselho de Administração, que delega na Comissão Executiva a gestão corrente do grupo, assente em 3 pilares: Negócio, Operações e Suportes.

A Sumol+Compal possui líderes comprometidos com a visão e os valores da empresa, que buscam incentivar a motivação e o engajamento dos colaboradores. A empresa adota um modelo de gestão participativo, onde a tomada de decisões é compartilhada entre os diferentes níveis hierárquicos da empresa. A empresa valoriza a participação dos colaboradores em processos decisórios, incentivando a troca de ideias e a colaboração em equipe.

Em resumo, a Sumol+Compal adota um modelo de gestão participativo, onde a tomada de decisões é compartilhada entre os diferentes níveis hierárquicos da empresa. A empresa valoriza a participação dos colaboradores em processos decisórios, incentivando a troca de ideias e a colaboração em equipe. Além disso, a empresa possui uma equipe dedicada à gestão de riscos, que trabalha continuamente na identificação, análise e avaliação dos riscos relevantes a que a empresa está exposta, garantindo uma tomada de decisão mais segura e eficiente. A empresa também busca incentivar a motivação e o engajamento dos colaboradores, valorizando a participação dos mesmos em processos decisórios e promovendo um ambiente de trabalho saudável e colaborativo.

Estrutura organizacional (organigrama), evolução da estrutura, estrutura actual

A estrutura organizacional da Sumol+Compal é fundamental para a eficiência e eficácia das operações da empresa. A evolução da estrutura organizacional reflete a capacidade da empresa de se adaptar às mudanças do mercado e às necessidades internas, buscando sempre aprimorar a sua capacidade de resposta e a eficiência operacional. A estrutura atual da empresa reflete a sua abordagem moderna e orientada para o futuro, com uma ênfase na colaboração, inovação e sustentabilidade.

A estrutura organizacional da Sumol+Compal é representada por um organograma que reflete a hierarquia e a distribuição de responsabilidades dentro da empresa. A empresa é liderada por um Conselho de Administração e um Fiscal Único, que garantem a supervisão e a orientação estratégica da empresa. Além disso, a empresa conta com uma Comissão Executiva que gerencia as operações diárias, com foco nos pilares de Negócio, Operações e Suportes.

A evolução da estrutura organizacional da Sumol+Compal tem sido marcada por uma transição de uma abordagem mais tradicional para uma estrutura mais ágil e orientada para o cliente. A empresa tem buscado simplificar a sua estrutura, promovendo a descentralização e a autonomia das unidades de negócio, o que permite uma resposta mais rápida às necessidades do mercado e dos clientes. Além disso, a empresa tem investido em tecnologia e inovação para otimizar os processos internos e promover a colaboração entre as diferentes áreas da empresa.

A estrutura atual da Sumol+Compal reflete uma abordagem integrada e orientada para a sustentabilidade. A empresa possui uma equipe dedicada de Sustentabilidade e Comunicação Externa, que reporta diretamente ao Presidente da Comissão Executiva. Além disso, a empresa possui uma Comissão de Sustentabilidade composta por um conjunto de Administradores e Diretores, que se reúne periodicamente para discutir, definir e acompanhar a Agenda de Sustentabilidade e os seus objetivos, metas e projetos. Essa estrutura demonstra o compromisso da empresa com a responsabilidade social e ambiental, integrando esses princípios na sua estratégia e operações.

Práticas Motivacionais

Esta organização é uma empresa que valoriza a motivação e o engajamento dos seus colaboradores, reconhecendo que a satisfação e o bem-estar dos mesmos são fundamentais para o sucesso da empresa. A empresa adota diversas práticas motivacionais para incentivar o desenvolvimento profissional e pessoal dos seus colaboradores, promovendo um ambiente de trabalho saudável e colaborativo.

Uma das práticas motivacionais adotadas pela Sumol+Compal é a oferta de benefícios e programas de desenvolvimento profissional. A empresa oferece um pacote de benefícios que inclui assistência médica e odontológica, seguro de vida, vale-refeição, vale-transporte, entre outros. Além disso, a empresa possui um

programa de desenvolvimento profissional que inclui treinamentos, workshops e cursos de capacitação, visando o aprimoramento das habilidades e competências dos colaboradores.

Outra prática motivacional adotada pela Sumol+Compal é a promoção de um ambiente de trabalho saudável e colaborativo. A empresa valoriza a diversidade e a inclusão, promovendo a igualdade de oportunidades e o respeito às diferenças. Além disso, a empresa incentiva a participação dos colaboradores em processos decisórios, valorizando a troca de ideias e a colaboração em equipe.

A empresa também adota práticas motivacionais que visam o reconhecimento e a valorização dos colaboradores. A Sumol+Compal possui um programa de reconhecimento que premia os colaboradores que se destacam em suas atividades, incentivando a excelência e o comprometimento. Além disso, a empresa promove eventos e atividades que visam o fortalecimento do sentimento de pertencimento e compromisso dos colaboradores com a empresa.

A Sumol+Compal também adota práticas motivacionais que visam o equilíbrio entre a vida pessoal e profissional dos colaboradores. A empresa oferece horários flexíveis e programas de qualidade de vida, como ginástica laboral e massagem, visando o bem-estar e a saúde dos colaboradores.

Os líderes, estilos de liderança, líderes carismáticos ou disruptivos

Com base no Relatório Único Integrado da SUMOL+COMPAL, a empresa demonstra um compromisso com a liderança responsável, inovadora e orientada para o futuro. A SUMOL+COMPAL destaca a importância da governança de sustentabilidade, com uma equipe dedicada de Sustentabilidade e Comunicação Externa, reportando diretamente ao Presidente da Comissão Executiva. Isso sugere um estilo de liderança que valoriza a sustentabilidade e a responsabilidade corporativa como elementos-chave da estratégia da empresa.

Além disso, a empresa estabeleceu uma Comissão de Sustentabilidade composta por um conjunto de Administradores e Diretores, que se reúne periodicamente para discutir, definir e acompanhar a Agenda de Sustentabilidade e seus objetivos. Essa abordagem reflete um estilo de liderança participativo e orientado para resultados, no qual os líderes estão envolvidos ativamente na definição e implementação da estratégia de sustentabilidade da empresa.

No que diz respeito a líderes carismáticos ou disruptivos, o relatório não fornece informações específicas sobre líderes individuais dentro da SUMOL+COMPAL. No entanto, a ênfase da empresa na inovação, sustentabilidade e responsabilidade social sugere que os líderes da organização podem adotar abordagens carismáticas e disruptivas para impulsionar a mudança e promover a visão de longo prazo da empresa.

A SUMOL+COMPAL parece valorizar líderes que demonstrem compromisso com a sustentabilidade, inovação e responsabilidade social, adotando estilos de liderança participativos e orientados para resultados. Esses líderes podem desempenhar um papel fundamental na promoção de uma cultura organizacional positiva e na condução da empresa em direção a um futuro sustentável e bem-sucedido.

Cultura e ambiente organizacional

Com base no Relatório Único Integrado da SUMOL+COMPAL, a cultura e o ambiente organizacional desta empresa refletem um forte compromisso com a sustentabilidade, a inovação e o desenvolvimento das pessoas. A empresa enfatiza a importância de uma cultura organizacional que promova a integração de preocupações ambientais e sociais em sua estratégia, buscando inovar e fazer crescer suas marcas de forma sustentável a curto, médio e longo

prazo . Isso demonstra um foco na colaboração e na responsabilidade social, elementos essenciais para a construção de uma cultura organizacional positiva.

Além disso, a SUMOL+COMPAL destaca o compromisso com o desenvolvimento e retenção de seus colaboradores, buscando garantir um ambiente de trabalho inclusivo, seguro, colaborativo e feliz, e promovendo o desenvolvimento do talento e crescimento de sua equipe . Essa abordagem evidencia a importância atribuída ao bem-estar e ao desenvolvimento pessoal dentro da empresa, contribuindo para a construção de um ambiente organizacional saudável e motivador.

No que diz respeito ao ambiente organizacional, a SUMOL+COMPAL demonstra um compromisso com a gestão responsável e equilibrada a nível ambiental e social, buscando conciliar o crescimento econômico com a responsabilidade ambiental . Além disso, a empresa estabeleceu fortes e ambiciosos compromissos ambientais, visando uma gestão mais eficiente de recursos naturais e a promoção de uma economia mais circular e colaborativa . Essas iniciativas refletem um ambiente organizacional voltado para a inovação e a sustentabilidade, alinhado com as melhores práticas de responsabilidade corporativa.

Portanto, a cultura e o ambiente organizacional da SUMOL+COMPAL estão fundamentados em valores de sustentabilidade, responsabilidade social, inovação e desenvolvimento humano. Esses elementos são essenciais para promover um ambiente de trabalho positivo, colaborativo e orientado para o futuro, refletindo o compromisso da empresa com a excelência e a responsabilidade em todas as suas operações.

Indicadores de chave:

Para a Compal, uma empresa de bebidas e alimentos, alguns indicadores-chave relevantes são:

Vendas Totais: A receita total gerada pela venda de produtos da Compal.

Margem de Lucro: A porcentagem de lucro líquido em relação à receita total.

Participação de Mercado: A fatia do mercado que a Compal detém em comparação com seus concorrentes.

Satisfação do Cliente: Medida através de pesquisas de satisfação para avaliar a qualidade dos produtos e serviços oferecidos.

Eficiência de Produção: Medida de quão eficientemente os produtos são fabricados.

Estes são os indicadores de chave que podem variar dependendo da estratégia específica da empresa. O objetivo dos indicadores-chave é fornecer uma visão rápida e significativa do desempenho, permitindo que os gestores tomem decisões informadas para melhorar a eficácia e eficiência da organização.

Controle-chave: Controles-chave em uma empresa como a Compal abrangem várias áreas, incluindo controle de qualidade na produção, gestão de cadeia de suprimentos, conformidade regulatória, gestão de máquinas e trabalhadores. Esses detalhes normalmente são tratados internamente e podem não ser divulgados publicamente por razões estratégicas e competitivas.

Ferramentas de comunicação utilizadas

E-mail: Uma ferramenta de comunicação por escrito amplamente utilizada para comunicações formais e informais.

Mensagens Instantâneas: Plataformas de mensagens instantâneas para comunicação rápida e em tempo real entre membros da equipe.

Videoconferência: Ferramentas para reuniões virtuais e videoconferências, permitindo comunicação face a face, mesmo à distância.

Intranet: Uma rede interna de comunicação online que pode incluir informações, recursos e colaboração entre funcionários.

Plataformas Colaborativas: Ferramentas que permitem a colaboração em tempo real em documentos e projetos.

Redes Sociais Corporativas: Algumas empresas utilizam plataformas semelhantes a redes sociais internas para promover a comunicação e colaboração.

Ferramentas de Gerenciamento de Projetos: Para coordenar atividades e tarefas entre membros da equipe.

Sistemas de Comunicação Unificada: Integrando várias formas de comunicação, como voz, vídeo e mensagens.

Barreiras de comunicação

Hierarquia Organizacional: Uma hierarquia rígida pode criar barreiras para a comunicação eficaz, especialmente se os funcionários sentirem que não têm liberdade para expressar suas opiniões ou ideias.

Barreiras Tecnológicas: Problemas com as ferramentas de comunicação ou falta de acesso a tecnologias apropriadas podem dificultar a comunicação eficiente, especialmente em empresas grandes ou distribuídas geograficamente.

Barreiras Físicas: Se os funcionários estão localizados em diferentes locais geográficos, isso pode criar barreiras físicas à comunicação. Isso é especialmente relevante em empresas com filiais globais. (Compal Portugal)

Falta de Canais Adequados: Se os canais de comunicação disponíveis não são adequados para transmitir determinadas mensagens, pode haver uma falha na comunicação.

Éticas e responsabilidades sociais e empresariais

Sustentabilidade Ambiental: Muitas empresas, especialmente aquelas na indústria de alimentos e bebidas, concentram-se em práticas sustentáveis. Isso pode incluir esforços para reduzir a pegada de carbono, gestão responsável dos recursos naturais e minimização de resíduos.

Ética nos Negócios: As empresas geralmente são orientadas por padrões éticos em suas práticas de negócios. Isso inclui transparência nas transações, honestidade nas relações comerciais e conformidade com leis e regulamentações.

Responsabilidade Social: Muitas empresas têm programas de responsabilidade social corporativa (RSC) que incluem iniciativas voltadas para o bem-estar da comunidade. Isso pode envolver doações para organizações de caridade, apoio a causas sociais e programas educacionais.

Condições de Trabalho Justas: A ética empresarial inclui a garantia de condições de trabalho justas e seguras para os funcionários. Isso pode envolver o cumprimento de normas trabalhistas, promoção de diversidade e inclusão, e fornecimento de oportunidades de desenvolvimento para os funcionários.

Transparência e Comunicação Aberta: Empresas éticas geralmente promovem uma cultura de comunicação aberta e transparente. Isso significa fornecer informações claras aos stakeholders, incluindo clientes, funcionários, fornecedores e a comunidade em geral.

Conformidade Legal e Ética: As empresas são esperadas para cumprir as leis e regulamentações locais e internacionais. Além disso, adotar padrões éticos que vão além das exigências legais é uma prática comum para empresas socialmente responsáveis.

Saúde e Segurança do Consumidor: Na indústria de alimentos e bebidas, garantir a segurança e a qualidade dos produtos é uma responsabilidade crítica. Isso envolve práticas rigorosas de controle de qualidade, conformidade com regulamentos alimentares e informações transparentes sobre ingredientes e processos de produção.