



sumol+compal
É da nossa natureza.

Sumol + Compal

[Organização e Gestão de Empresas]

INFORMÁTICA-2023/2024

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



UNIVERSIDADE
DA MAIA



Introdução

Ao escolher a Sumol Compal para este projeto, fundamentamos nossa decisão na longa trajetória de excelência e inovação que esta marca tem construído ao longo dos anos. A Sumol Compal destaca-se como uma referência no universo das bebidas, unindo tradição e modernidade de maneira única. Este trabalho visa não apenas enaltecer a marca, mas também estabelecer uma conexão emocional entre Sumol Compal e seu público, através da criação de conteúdo relevante e autêntico

Justificativa da Escolha

escolha da Sumol Compal para este projeto não foi aleatória. A empresa destaca-se não apenas pela qualidade dos seus produtos, mas também pela sua postura sustentável e compromisso com a inovação.

Acreditamos que estas características não apenas refletem os valores que queremos transmitir, mas também oferecem um terreno fértil para a criação de narrativas que ressoarão positivamente junto ao público-alvo.



Índice

- 01** História da Organização
- 02** Gestores Chave e Feitos Alcançados
- 03** Forma Jurídica
- 04** Produtos/Serviços e Mercados
- 05** Missão, Ambição, Visão e Valores
- 06** Variáveis internas e externas



- 07** Análise PEST
- 08** Análise das variáveis internas
- 09** Análise SWOT
- 10** Estratégias
- 11** Tomada de decisões
- 12** Estrutura organizacional



Índice

13 Práticas Motivacionais

14 Os Líderes

15 Cultura e ambiente
organizacional

16 Indicadores de
chave

17 Ferramentas de
comunicação

18 Barreiras de
comunicação



19 Éticas e responsabilidades
sociais e empresariais

20 Webgrafia e Referencias
consultadas



01

História

da

Organização



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 foi o equivalente 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" ("Sumo" + "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.

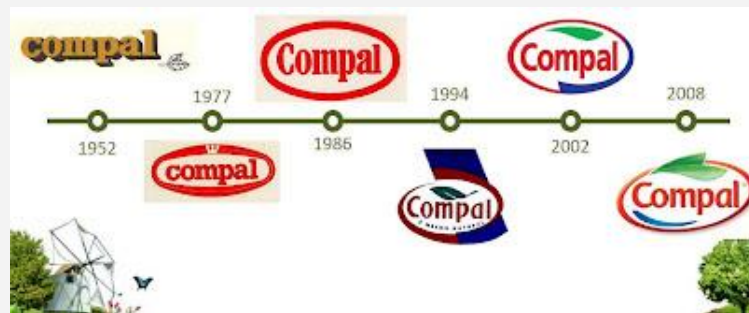
- Em 1968, a Refrigor criou empresas de enchimento e três anos mais tarde, em 1971, fundou a Sumolis, em Carnaxide.
- Em 2006, a Sumolis adquiriu 20% da Compal através da sociedade Inbepor e em 2008 comprou os restantes 80% à CGD, passando a deter 100% da Compal.



Compal

- A Compal foi fundada em 1952, Inicialmente, com o foco 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 “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,
- 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.
- 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.

- No ano 1993, Jorge de Mello regressou aos comandos da Compal, adquirindo 51% da Nutrinveste a partir da privatização.
- 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 novos
- Em 2006, lança a gama de produtos “Compal Essencial”
- 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 não alcoólicas, 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 quatros 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.
- 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).



02

Gestores Chave



e



Feitos Alcançados

Gestores Chave

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..

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



Liderança no Mercado Nacional

A empresa alcançou e manteve a sua posição como o maior grupo económico de bebidas não alcoólicas em Portugal.



Prémio "Zenith International

Lançamento da Gama "Compal Essencial" (2006)



Compromisso com a Sustentabilidade

We focus on providing a high level of customer service so that the experience is positive



Expansão internacional

Ao expandir sua presença além das fronteiras nacionais, a SUMOL+COMPAL ampliou seu alcance global.



03



Forma Jurídica



Forma Juridica

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

04

Produtos/Serviços



e



Mercados

Sumos e Néctares

Compal



Um Bongo



Sumol



Bi!



Sumos e Néctares

Guaraná Antartica



Pepsi



7UP



Lipton



Sumos e Néctares

GUD



Gatorade



Águas

Serra da Estrela



Frize



Bebidas Alcoólicas

Estrella Damm



Tagus

TAGUS



Enlatados

Compal da Horta



05

Missão e Ambição

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.



06

Variáveis internas e externas





Variável Interna

As variáveis internas, como inovação, produção, organização, gestão, marketing e finanças, são cruciais para o funcionamento da organização. A inovação reflete a capacidade de adotar novas ideias, a produção assegura eficiência, a organização coordena recursos, a gestão lidera e decide estrategicamente, o marketing promove produtos, e as finanças gerenciam recursos monetários. Essas variáveis interagem dinamicamente, moldando o desempenho global da organização no contexto português.

Variável Externa

As variáveis externas, como político-legais, econômicas, socioculturais e tecnológicas (PESTEL), desempenham um papel vital nas organizações, moldando o ambiente externo. Refletem leis, regulamentações, estratégias financeiras, preferências de consumidores e inovações. A adaptação a essas variáveis é crucial para o sucesso e sustentabilidade das organizações.



07



Análise PEST



POLÍTICO-LEGAIS

Prioriza segurança, promove ;marcas e adota práticas ambientais. Na gestão, segue normativas, apesar da falta de uma política formal de diversidade. Compal encara desafios políticos e econômicos em Angola e Moçambique, demandando adaptações constantes para operar eficientemente.

SOCIO-CULTURAL

É impactada com o crescimento da classe média e a preocupação crescente com saúde e bem-estar. A evolução dos gastos e a busca por escolhas conscientes criam desafios e oportunidades, exigindo adaptação no portfólio para atender às demandas emergentes do mercado.

ECONÓMICAS

Influenciada pelos rendimentos em Portugal e a exploração de novos mercados. Apesar do declínio nas taxas de desemprego, a empresa enfrenta desafios, incluindo o aumento dos custos de energia e das matérias-primas. Para prosperar, a Compal precisa adotar estratégias flexíveis e eficientes para manter sua competitividade.

TECNOLOGIAS

Impactada pela constante evolução tecnológica, sendo fundamental na era digital. O marketing digital, com foco em publicações e redes sociais, desempenha um papel essencial na promoção e construção da marca, exigindo adaptação ágil para atender às expectativas dos consumidores.



08



Análise das variáveis internas



Inovação

A SUMOL+COMPAL inova com sucesso, lançando produtos como o COMPAL Summo em Portugal e o COMPAL Kissangua da Banda em Angola, fortalecendo a confiança no Road Map de Inovação desde 2017. A plataforma digital www.saborista.pt aproxima as marcas dos consumidores, impulsionando a transformação digital alinhada às opções estratégicas da empresa.



Produção

Modernização das instalações processando mais de 120 mil toneladas de frutas, adotando práticas sustentáveis de zero desperdício. Utilizamos todas as partes da fruta para compostagem, alimentos e cosméticos, refletindo nosso compromisso com a sustentabilidade.



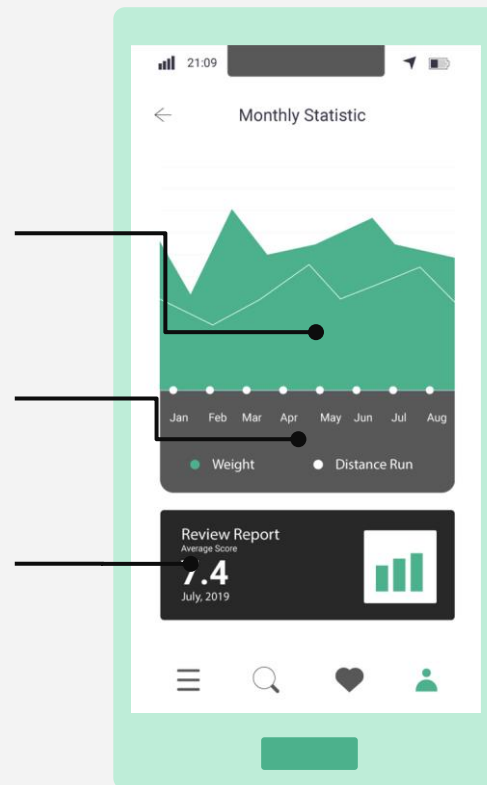
Organização

<u>Fruticultores e Agricultores</u>	Abordagem de agricultura sustentável e com a produção de frutas de alta qualidade.
<u>Desenvolvimento de Receitas e Área de Nutrição</u>	No processo de criar sumos e néctares, é crucial ter um bom paladar e uma imaginação aguçada além de se importarem com bem-estar, nutrição e saúde,
<u>Laboratório</u>	Uma equipa dedicada no laboratório trabalha diariamente segundo os mais altos padrões de qualidade, garantindo a excelência dos produtos Compal.
<u>Embalagem</u>	Responsável por embalar sumos e néctares de fruta deliciosos com diferentes texturas, esta equipa leva orgulhosamente a marca Compal aos consumidores
<u>Equipe de planeamento</u>	O planeamento logístico coordena esforços para assegurar uma harmonia entre o querer ter e o fazer acontecer.
<u>Distribuição e vendas</u>	A equipa de distribuição acompanha a jornada dos produtos ao longo da cadeia de abastecimento, desde o planeamento até o serviço pós-venda. 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, em 2018, focou na coordenação das certificações e na consolidação de boas práticas. Destacam-se projetos relevantes.

1. Desenvolvimento do diagnóstico e plano de ação para a certificação BRC nas fábricas de Vila Flor e Gouveia, com formação das equipas.
2. Preparação e implementação de alterações conforme a versão 8 da certificação BRC em segurança alimentar pela equipa da SUMOL+COMPAL.
3. Desenvolvimento de um questionário para avaliação do sistema de gestão, visando identificar oportunidades de melhoria na SUMOL+COMPAL.





Finanças

A área financeira passou por uma reorganização, adotando um modelo integrado. Com ênfase na gestão da dívida e risco cambial, os resultados financeiros indicam uma redução de 4,7% no volume de negócios para 299,7 milhões de euros, com vendas de 292,6 milhões de euros e margem bruta de 53,1%, beneficiando da redução de preços de algumas matérias-primas.



Marketing

A marca Compal adota uma estratégia de comunicação específica, evitando campanhas institucionais amplas. Ao focar em produtos e públicos específicos, direciona suas mensagens para donas de casa e jovens, adaptando-se de forma precisa aos interesses de cada segmento de público. Essa abordagem permite à Compal manter uma presença eficaz no mercado.



09



Análise SWOT





Pontos fortes e fracos



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.



Strengths

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





Oportunidades e ameaças

Oportunities

- 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.

Treaths

- 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.



10



Estratégias



Objetivos Propostos

- Explorar mercados emergentes em África.
- Reduzir custos de transporte através de investimento 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.



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 Sumol+Compal mantém uma forte posição competitiva, especialmente diante do crescimento das Marcas de Distribuição como o Pingo Doce. Em uma indústria madura, a estratégia essencial deve focar na Redução de Custos, Diferenciação e Focalização para otimizar eficiências, destacar-se por características distintivas e concentrar esforços em segmentos estratégicos.

		Estado de maturidade da indústria			
		Embrionário	Crescimento	Maturidade	Declínio
Posição competitiva	Dominante	Crescimento Rápido Criar barreiras Agir ofensivamente	Crescimento Rápido Liderança em custos Defender posição	Defender posição Aumentar a importância dos custos Agir ofensivamente	Defender posição Focalizar Considerar retirar
	Forte	Crescimento Rápido Diferenciar	Baixar custo Diferenciar Atacar os pequenos	Baixar Custos Diferenciar Focalizar	Fazer esforço
	Favorável	Crescimento Rápido Diferenciar	Focalizar Diferenciar Defender	Focalizar Diferenciar Ferir pequenas	Fazer esforço
	Ténue	Crescer com a indústria Focalizar	Aguentar ou retirar Apostar em nicho Procurar crescimento	Aguentar ou retirar Nicho	Retirar
	Fraca	Procurar um nicho Tentar apanhar outros	Nicho ou retirar	Retirar	Retirar

11

A tomada de decisões



A Sumol+Compal adota um modelo de gestão participativo, compartilhando decisões entre os níveis hierárquicos e incentivando a colaboração dos colaboradores.

- Possui uma equipe dedicada à gestão de riscos para decisões mais seguras;**
- Com um Conselho de Administração e um Fiscal Único, busca alinhar-se aos interesses das partes interessadas;**
- Tem líderes comprometidos buscam motivar e engajar os colaboradores, criando um ambiente de trabalho saudável.**

Em resumo, a empresa promove gestão participativa, eficiência na gestão de riscos e valoriza o engajamento dos colaboradores.



12

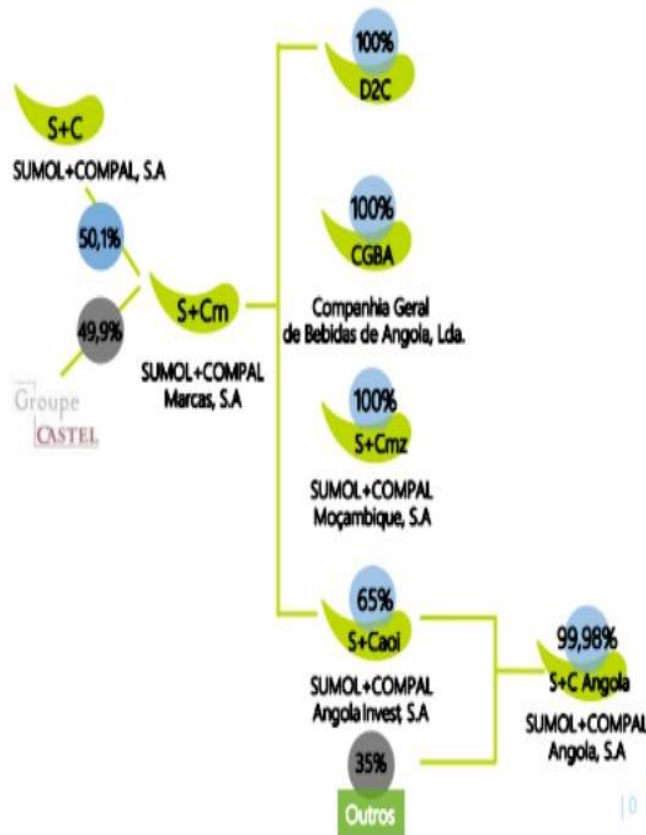
Estrutura organizacional



Organograma

A estrutura organizacional da Sumol+Compal é crucial para a eficiência operacional, adaptando-se continuamente às mudanças de mercado. O atual organograma reflete uma abordagem moderna e focada em colaboração, inovação e sustentabilidade. Liderada por um Conselho de Administração e um Fiscal Único, a empresa conta com uma Comissão Executiva que gerencia operações diárias nos pilares de Negócio, Operações e Suportes.





Evolução da estrutura

A evolução organizacional destaca a transição para uma estrutura ágil e centrada no cliente, promovendo descentralização e autonomia nas unidades de negócio. Investimentos em tecnologia e inovação otimizam processos internos e fomentam a colaboração entre áreas.



Estrutura actual

A estrutura atual enfatiza uma abordagem integrada e sustentável. Uma equipe de Sustentabilidade e Comunicação Externa, diretamente vinculada ao Presidente da Comissão Executiva, e uma Comissão de Sustentabilidade demonstram o compromisso da empresa com responsabilidade social e ambiental, integrando esses princípios em sua estratégia e operações.

13

Práticas Motivacionais



A Sumol+Compal valoriza a motivação e engajamento dos colaboradores para garantir o sucesso da empresa. Adota práticas motivacionais, como benefícios abrangentes e programas de desenvolvimento profissional.

A empresa promove um ambiente saudável e colaborativo, valorizando a diversidade e incentivando a participação dos colaboradores em decisões.

Práticas motivacionais incluem reconhecimento, premiando destaques, e eventos para fortalecer o compromisso dos colaboradores.

Há também preocupação com o equilíbrio entre vida pessoal e profissional, com horários flexíveis e programas de qualidade de vida



14



Os líderes





Os líderes

Com base no Relatório Único Integrado da SUMOL+COMPAL, a empresa demonstra comprometimento com liderança responsável, inovadora e orientada para o futuro. Destaca a importância da governança de sustentabilidade, com uma equipa dedicada que se reporta diretamente ao Presidente da Comissão Executiva.



Estilos de liderança

A criação de uma Comissão de Sustentabilidade, composta por Administradores e Diretores, reflete um estilo de liderança participativo e orientado para resultados, envolvendo os líderes na definição e implementação da estratégia de sustentabilidade.

Carismáticos ou disruptivos

Embora o relatório não forneça detalhes sobre líderes carismáticos ou disruptivos, a ênfase da empresa em inovação, sustentabilidade e responsabilidade social sugere que os líderes possam adotar abordagens carismáticas e disruptivas para impulsionar a mudança e alcançar a visão de longo prazo.



15

Cultura e ambiente organizacional



Sua cultura organizacional reflete um firme compromisso com sustentabilidade, inovação e desenvolvimento humano. A empresa integra preocupações ambientais e sociais em sua estratégia, promovendo crescimento sustentável a curto, médio e longo prazo, destacando a importância da colaboração e responsabilidade social.

- No desenvolvimento de colaboradores, a SUMOL+COMPAL busca um ambiente de trabalho inclusivo, seguro e feliz, promovendo o crescimento da equipe. Isso contribui para um ambiente organizacional saudável e motivador.
- Quanto ao ambiente organizacional, a empresa equilibra crescimento econômico com responsabilidade ambiental, estabelecendo metas ambiciosas para gestão eficiente de recursos naturais e promoção de uma economia circular e colaborativa. Isso reflete um ambiente voltado para inovação e sustentabilidade.



16

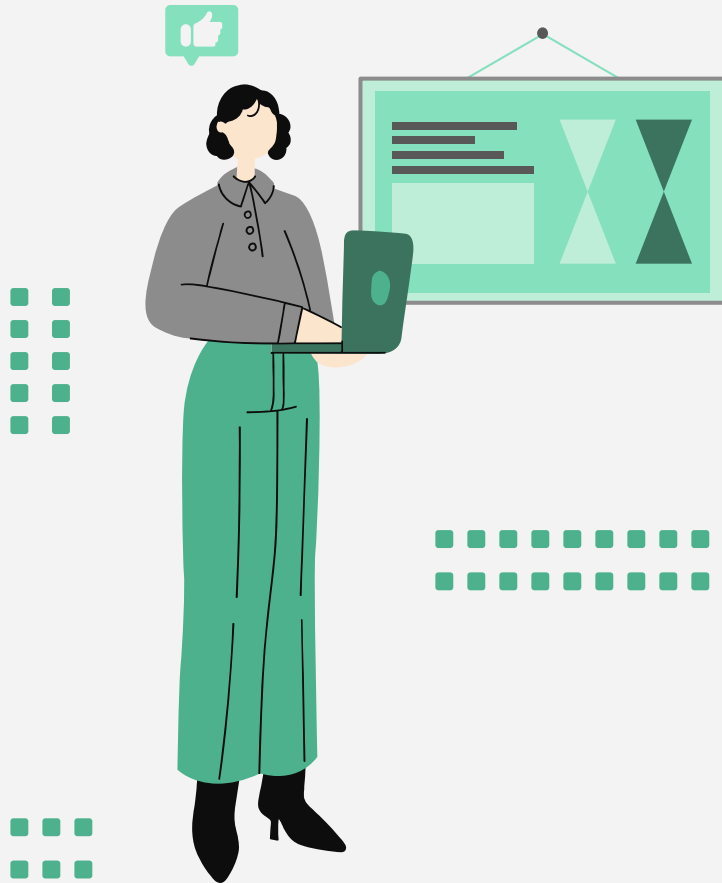


Controlo e indicadores, chave



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.

Vendas Totais	A receita total gerada pela venda de produtos da Compal.
Margem de Lucro	A percentagem 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.



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.

17

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.



18

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.



19

**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.

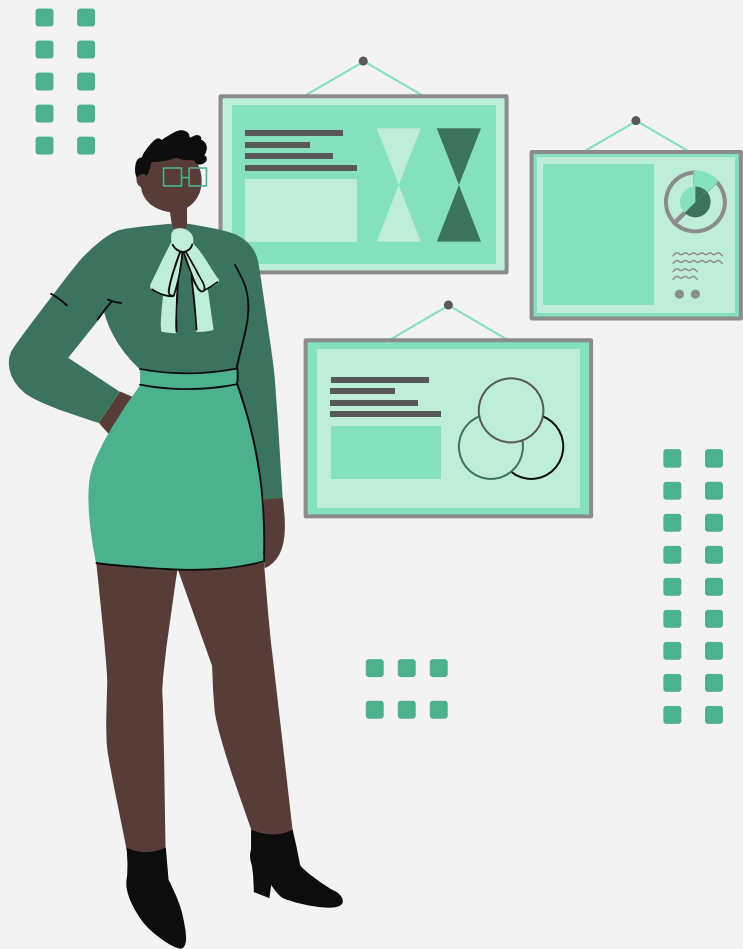




Webgrafia e Referencias Consultadas

- <https://sumolcompal.pt/>
- https://sumolcompal.pt/sites/default/files/2023-07/RUI%202022_0.pdf
- <https://repositorio.ipl.pt/bitstream/10400.21/6946/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20Compal%20-%20Joana%20Oliveira>
- <https://www.studocu.com/pt/document/instituto-universitario-de-lisboa/gestao-de-marketing/trabalho-da-compal-relatorio-pdf/76908835>
- https://prezi.com/1hx5l_b-lmjn/sumolcompal/
- <https://issuu.com/soniaamouraa/docs/compalpdf>
- <https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/1946/1/Caso%20Sumol%20Compal%20Vers%c3%a3o%20final.pdf>
- <https://xxiicongreso.aeca.es/wp-content/uploads/2023/09/122a-estudiante.pdf>





Obrigado!

Dúvidas?