

RELATÓRIO DE GESTÃO

2 0 1 8





MENSAGEM COMISSÃO EXECUTIVA

MENSAGEM DA COMISSÃO EXECUTIVA	04
--------------------------------------	----

ORGANIZAÇÃO

1. MISSÃO	06
2. VISÃO	06
3. VALORES	06
4. CARTA CULTURA AUTÊNTICA	06
5. ESTRUTURA	07
6. MODELO DE GOVERNO	07
7. GESTÃO DE RISCO	07
8. CORPOS SOCIAIS	08
9. DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA DO GRUPO	08

MARCAS

1. SUPER BOCK	10
2. SUPER BOCK SELECÇÃO 1927	10
3. CORUJA	10
4. CARLSBERG	10
5. PEDRAS	11
6. VITALIS	11
7. SOMERSBY	11

MERCADOS

1. MERCADO INTERNO	13
2. MERCADO EXTERNO	13

INVESTIMENTOS, DESENVOLVIMENTOS E CONQUISTAS

1. INOVAÇÃO	15
2. TURISMO	15
3. MALTIBÉRICA	15
4. CASA DA CERVEJA	15

SUSTENTABILIDADE

1. VISÃO ESTRATÉGICA	17
2. <i>STAKEHOLDERS</i>	20
3. CADEIA DE VALOR	21
4. COMPROMISSO COM INICIATIVAS EXTERNAS	21
5. DESEMPENHO ECONÓMICO	22
6. DESEMPENHO AMBIENTAL	23
7. DESEMPENHO SOCIAL	29

INDICADORES E RESULTADOS

1. RESULTADOS CONSOLIDADOS	33
2. INDICADORES RELEVANTES	33
3. RELATÓRIO INDEPENDENTE DE GARANTIA LIMITADA DE FIABILIDADE	40
4. SOBRE O RELATÓRIO	42



◀

**MENSAGEM
DA COMISSÃO
EXECUTIVA**



 Nuno Ramiro da Fonte Fernandes Salgado Bernardo
Administrador Executivo Marketing



Carlos César de Moraes Teixeira
Administrador Executivo Supply Chain



Rui Manuel Rego Lopes Ferreira
Presidente da Comissão Executiva



Luís César Bernardes da Costa Moreira
Administrador Executivo Comercial



Cláudio Rodrigues Mateus
Administrador Executivo Financeiro

▶



1. MENSAGEM DA COMISSÃO EXECUTIVA

UMA HISTÓRIA, UM FUTURO.

2018 foi o nosso primeiro ano como Super Bock Group, um nome novo com a experiência de muitas décadas. Todos os grandes projetos de vida são movimento e ação; mostram pelo contínuo de realizações que o expoente da maturidade é o poder de renovação. É esta a nossa história, feita de ciclos que sempre nos tornam melhores, mais fortes. Tratou-se de uma mudança natural, fiel à nossa essência, e quase expectável, por refletir a nossa expressão e ambição no mundo. Foi, por isso, uma aposta ganhadora: o mercado e os diferentes *stakeholders* entenderam a necessidade de transformação, reconheceram-lhe honestidade e coerência. Como Super Bock Group, em 2018 mantivemo-nos na trajetória do bom desempenho e continuámos a criar o futuro com fortes investimentos em termos de inovação e do aumento da capacidade dos nossos centros de produção.

Graças ao empenho das nossas pessoas, tivemos resultados notáveis no mercado interno. A aposta na gestão eficiente de canais e a força da distribuição numérica das nossas principais marcas, aliada a fatores por que somos reconhecidos, como a força de comunicação das nossas marcas, a excelência nos pontos de venda e uma ativação no terreno que marca pela diferença - traduziu-se no crescimento de quotas de mercado de Super Bock, Pedras e Vitalis. Ato contínuo, reforçámos lideranças e vencemos em ambientes tornados concorrencialmente mais agressivos, como aquele que envolveu a nossa sidra Somersby.

Uma vez mais, demos provas de Excelência no modo como imprimimos novidade quer no portefólio da empresa, quer nos vários processos da vida dos produtos. Note-se o exemplo Coruja: de uma nova forma de produção surgiu uma gama de cervejas especiais lançada de forma disruptiva. E Portugal gostou! Gostou tanto que no seu primeiro ano Coruja superou as nossas melhores expectativas de vendas.

A impressionante performance de Pedras - fruto da constante reinvenção de uma marca que é intocável na essência, uma água com gás 100% natural - é outro bom exemplo. Nesta categoria

tivemos índices de crescimento notáveis em oferta regular e Pedras Sabores, que se apresentou com uma nova imagem.

Super Bock, que tem sempre a inovação plasmada na sua diversidade de gamas; Somersby, com novo sabor; ou Vitalis, que lançou um Manifesto pela vida saudável e uma garrafa de tara retornável pela vida sustentável, são mais paradigmas de crescimento e reforço de lideranças de categoria.

Além-fronteiras, o abrandamento da economia mundial e o clima de incerteza no comércio influenciaram os nossos resultados. Ainda assim, aumentámos o volume de vendas de Super Bock e Pedras na Europa, com particular destaque para o exemplar desempenho de ambas as marcas na Galiza.

Na China, as circunstâncias conjunturais e a forte pressão concorrencial criaram um ambiente menos positivo para as marcas importadas, pelo que não atingimos tudo o que ambicionávamos. Apesar das condições adversas, Super Bock fez o seu caminho e alicerçou a sua presença. Obviamente, prosseguir este trabalho e transformá-lo em crescimento mantém-se como objetivo.

Em África, as economias de Moçambique e Angola continuaram desfavoráveis. Mas também neste continente fomos e continuaremos a ser ativos, a gerar laços fortes. De tal modo que em 2018 crescemos nos canais on e off-trade nos vários países africanos onde estamos presentes.

Resiliência faz parte do nosso vocabulário.

Mais, querer sempre melhor está na nossa natureza!

Num ano em que mostrámos preparação e determinação, tivemos um desempenho global em linha com 2017. De igual modo, reforçámos a nossa autonomia financeira, isto apesar de termos aumentado investimento em projetos que deixaram as nossas instalações preparadas para servir

cabalmente os mercados: atribuímos maior capacidade quer ao Centro de Produção de Leça do Balio, onde foi criada uma "super-linha" de enchimento, versátil e completa, quer ao centro de Pedras Salgadas.

Em tudo o que realizámos demos provas de uma Cultura Autêntica, fundamentada em valores da organização que moldam os dias, o ambiente de trabalho e o espírito de toda a equipa: superar com Ambição, fazer sempre com Excelência e confiar nas Pessoas, colocando em tudo o princípio da Integridade, nortearam as nossas ações.

A identificação com um propósito comum reflete também o investimento permanente na valorização do nosso património humano. A formação e o desenvolvimento de competências, a priorização da segurança nos seus vários itens ou o incentivo à interação e ao encontro entre colegas são exemplos de áreas de intervenção que, sendo ininterruptas, atravessaram o ano.

2018 ficou ainda marcado por alterações na estrutura acionista da empresa. É uma mudança que patenteia, obviamente, a relevância do Super Bock Group e a confiança na sua estratégia - e que da nossa parte merece a reafirmação de um compromisso: continuar a agir com Paixão Local, Ambição Global.

Esta é a história de mais um ano. É também a certeza do futuro, para o qual caminhamos com Integridade, Inovação, Segurança e Talento, qualidades estruturantes numa Organização sólida.

Nas conquistas, nos objetivos traçados e na prossecução de uma estratégia de crescimento com sustentabilidade não estamos sozinhos: é importante reconhecer o apoio e a confiança que merecemos dos nossos Acionistas, o empenho de todos os colaboradores, a segurança que encontramos nos vários parceiros de negócio. A todos, muito obrigado.



ORGANIZAÇÃO





1. MISSÃO

Sermos uma empresa com credenciais cervejeiras que se dedica, com paixão, à produção de bebidas e ao desenvolvimento de marcas, excelentes e apreciadas por todos.

- Inovarmos continuamente para cativar e surpreender clientes e consumidores.
- Apostar no crescimento e valorização das nossas pessoas e das nossas marcas, os maiores ativos da empresa.
- Gerar impacto positivo, a médio e longo prazo, na sociedade, contribuindo para o desenvolvimento sustentável, obtendo o reconhecimento e a valorização adequados por parte da comunidade e dos acionistas.

2. VISÃO



**Paixão
Local
Ambição
Global**

4. CARTA DE CULTURA AUTÊNTICA

Temos uma paixão inesgotável. Sentimos orgulho pelo nosso legado, pelas nossas marcas e pelo que edificamos todos os dias. Superamo-nos. Mobilizamos mundos e fundos para fazer acontecer o impossível. Somos resilientes. Resistimos e melhoramos. Aprendemos com os erros e as crises. Somos ambiciosos. Sabemos onde queremos estar. Somos aguerridos – a frustração não nos trava. Somos verticais. Somos vertebrados por valores e princípios inquebráveis. Comprometemo-nos.

Empenhamo-nos na nossa Missão e não abandonamos o barco. Perseguimos a excelência. Somos responsáveis e fazemos sempre o melhor. Superamo-nos diariamente para exceder as expectativas dos nossos clientes e consumidores. Somos parceiros. Juntamo-nos a quem acrescenta valor para irmos mais longe. Ancoramos na confiança. Construimos equipas fortes que trabalham juntas, promovendo sinergias. Somos alegres. Dá-nos gozo trabalhar nesta casa.

Celebramos quem somos e o que fazemos. Inspiramos. Crescemos e aprende-mos com a comunidade que desafiamos e apoiamos. Desejamos ousar. Vamos arriscar por oceanos desconhecidos e assumir as rédeas do nosso futuro.

3. VALORES



**SUPERAMOS COM
AMBIÇÃO**



**CONFIAMOS NAS
PESSOAS**



**FAZEMOS COM
EXCELÊNCIA**



5. ESTRUTURA



(1) A Direção de Auditoria e Gestão de Risco é um órgão independente que reporta funcionalmente ao Comité de Auditoria do Conselho de Administração do Super Bock Group.

Em fevereiro de 2018 a VIOLAS – Sociedade Gestora de Participações Sociais S.A. acordou comprar ao Banco BPI, S.A., e ao Fundo de Pensões do Banco BPI quotas correspondentes a um total de 25% do capital social e direitos de voto da VIACER – Sociedade Gestora de Participações Sociais Lda., sociedade que detém 56% do capital social da Super Bock Group, SGPS, S.A..

Como consequência desta operação, o grupo português encabeçado pela Violas SGPS aumentou a sua participação na Viacer de 46,5%, para 71,5%.

Em dezembro de 2018 o grupo Carlsberg adquiriu à empresa portuguesa ARSOPI os 28,5% das quotas que esta detinha na VIACER – Sociedade Gestora de Participações Sociatais, Lda.. A Viacer é a acionista maioritária do Super Bock Group, com 56% das ações da empresa. Os restantes 44% pertencem ao Grupo Carlsberg.



6. MODELO DE GOVERNO

O Conselho de Administração do Super Bock Group, SGPS, S.A. considera que os negócios do grupo são conduzidos de acordo com padrões apropriados ao bom governo das sociedades.

A sua gestão compete ao Conselho de Administração, composto por 11 membros: 5 executivos, que formam a Comissão Executiva; 6 não-executivos. O Conselho de Administração delega na Comissão Executiva a gestão corrente da sociedade.

Em 2006, o Super Bock Group introduziu um novo modelo de governação, obedecendo às melhores práticas internacionais, que se mantém até hoje, assente na divisão de funções entre o Presidente do Conselho de Administração, a quem compete a liderança e coordenação do Conselho e a quem reporta um Comité de Auditoria Interna independente, e o Presidente da Comissão Executiva, a quem compete a liderança da Comissão Executiva.

Com o objetivo de promover o envolvimento da gestão no desenvolvimento do Grupo, o Conselho reúne, pelo menos, uma vez por trimestre e a Comissão Executiva, por considerar mais ajustado ao acompanhamento dos negócios, reúne uma vez por semana. Anualmente, promove um encontro com todos os Quadros Superiores e Chefias, para apresentação e discussão dos resultados, acompanhamento de projetos em curso, estabelecimento de orientações de gestão e divulgação de assuntos do interesse da sociedade.

7. GESTÃO DE RISCO

A monitorização exaustiva e preventiva do ambiente de negócio, por forma a se antecipar, reagir e mitigar eventuais ocorrências hostis, é garantida pelo modelo de Gestão de Risco desenvolvido pelo Grupo Carlsberg e adotado, desde 2009, pelo Super Bock Group.

Definindo as etapas e as responsabilidades de cada interveniente no processo, este modelo compreende a identificação, a avaliação e a gestão dos riscos que poderão comprometer os objetivos da empresa. Para o efeito, realizam-se sessões periódicas envolvendo os elementos responsáveis pela gestão – de identificação, análise e discussão de ameaças e oportunidades, no intuito de se desencadear ações que minimizem o nível de exposição aos riscos de negócio.

Os riscos são enquadrados em quatro categorias:

- Riscos Estratégicos** (Mercado, Concorrência, Risco Político, etc.);
- Financeiros** (*Reporting*, Estrutura de Capital, Custo do Capital, Risco Cambial, etc.);
- Operacionais** (Tecnologia, Processos, Pessoas, Infraestruturas e Informação);
- Compliance** (Legal, Fiscal, Regulamentar, etc.).

As ações estabelecidas para a redução do nível de exposição ao risco são acompanhadas ao longo do ano pela área responsável pela dinamização do modelo de Gestão de Risco.

8. CORPOS SOCIAIS

MESA DA ASSEMBLEIA-GERAL

José Luís Arnaut

Presidente

Luís António Costa Reis Cerquinho da Fonseca

Vice-presidente

Jorge Manuel Almeida Leite de Pinho

Secretário

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Manuel Soares de Oliveira Violas

Presidente do Conselho de Administração

Armando Costa Leite de Pinho, vogal

Pedro Américo Violas de Oliveira Sá, vogal

Anna Cecilia Gunnarsson Lundgren, vogal

Christopher John Warmoth, vogal

Andreas Bernhard Kirk, vogal

Rui Manuel Rego Lopes Ferreira

Presidente Executivo

Carlos César de Moraes Teixeira

Executivo

Luís César Bernardes da Costa Moreira

Executivo

Cláudio Rodrigues Mateus

Executivo

Nuno Ramiro da Fonte Fernandes

Salgado Bernardo

Executivo

CONSELHO FISCAL

Alberto João Coraceiro de Castro

Presidente

Cristina Maria da Costa Pinto

Vogal efetivo

Álvaro José Barrigas do Nascimento

Vogal Efetivo

Amadeu José de Melo Morais

Vogal Suplente

COMISSÃO PREVISTA NA ALÍNEA D) DO ARTIGO 9.º DOS ESTATUTOS

Carlsberg Breweries, A/S

Arsopi – Indústrias Metalúrgicas Arlindo

S. Pinho, S.A.

Banco BPI, S.A.

REVISOR OFICIAL DE CONTAS

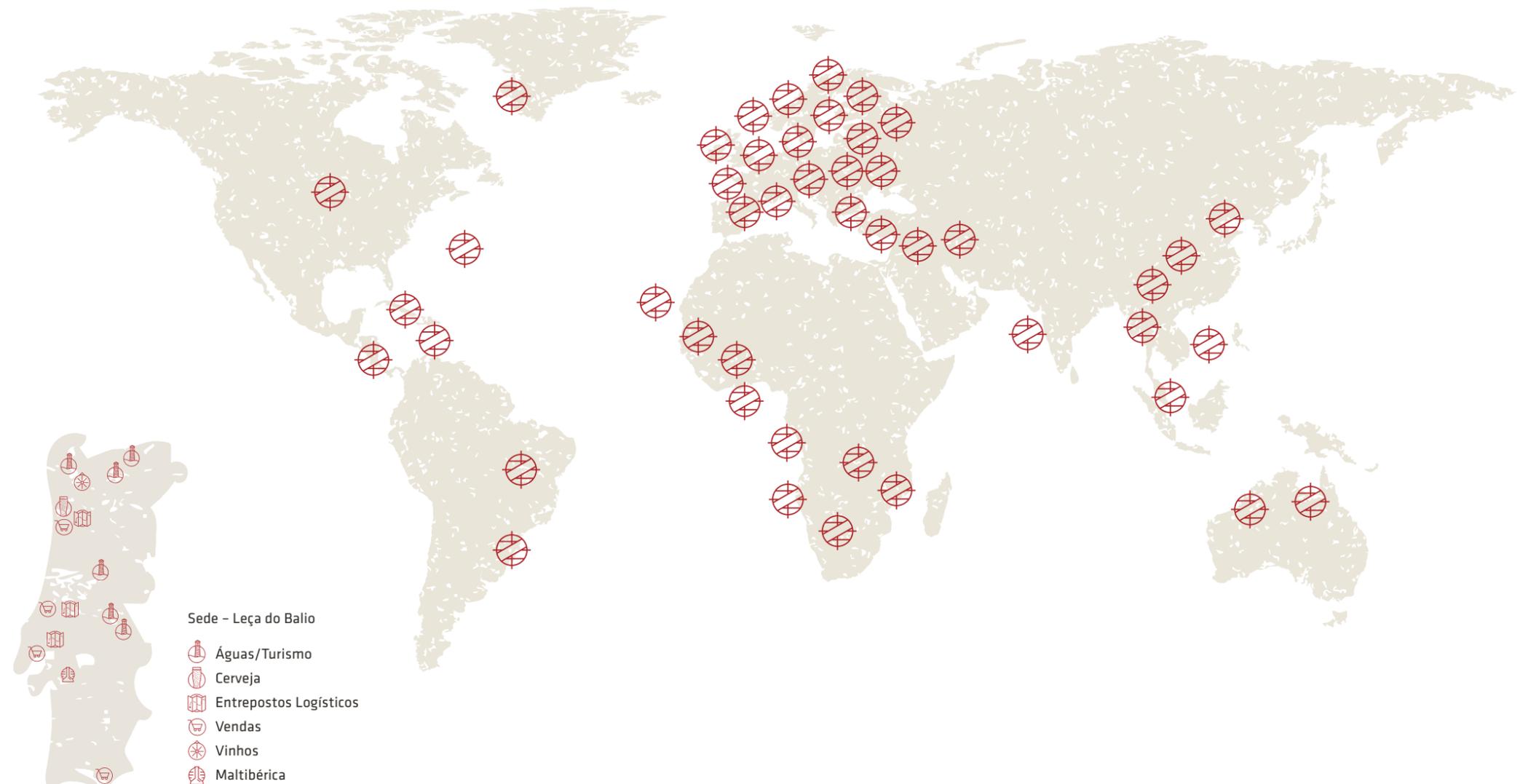
PricewaterhouseCoopers & Associados –

Sociedade de Revisores de Contas, Lda.

Representada por Joaquim Miguel

de Azevedo Barroso, R.O.C.

9. DISTRIBUIÇÃO DO GRUPO



MARCAS



1. SUPER BOCK

CAMPANHA “DEFEITOS DOS AMIGOS”

- **Filme:** Um retrato visual atual que se foca nas características e defeitos únicos de cada amigo;
- **Conceito:** São os nossos defeitos que tornam as amizades autênticas;
- **Packging:** Transposição dos defeitos dos amigos para as garrafas, criando uma série de rótulos “defeituosos”.

CAMPANHA “MANDA UM AMIGO PARA UM CERTO SÍTIO”

- **Filme:** Um convite e homenagem aos defeitos dos amigos onde os mandamos de férias juntos;
- **Conceito:** São os nossos defeitos que tornam os verões perfeitos;
- **Online:** Mecânica digital onde os amigos podiam efetivamente enviar os seus amigos para algum sítio.

CAMPANHA “JUNTAR DE NATAL”

- **Conceito:** Facilitar os encontros de amigos na época natalícia substituindo a tão difícil marcação do “jantar de natal” por um juntar de natal com oferta de Super Bock;
- **Online e offline:** Mecânica digital integrada com ação nos pontos de venda.



2. SELECÇÃO 1927

PORTUGUESE BLOND ALE – EDIÇÃO LIMITADA

Inspiração: estilo Belga Blond Ale, ingredientes 100% de origem portuguesa, malte produzido na Mini-malteria de Leça do Balio.

Filme: centrado no processo produtivo e na origem das matérias-primas.

Características:

- 7% de teor alcoólico.
- Cor dourada e com aromas a banana, ananás e cravinho.
- Ideal para acompanhar peixes gordos, queijos e sobremesas à base de queijo.

3. CORUJA

LANÇAMENTO DE PRODUTO

Lançamento da nova gama de cervejas especiais: Coruja com uma imagem marcante e tom de voz irreverente.

Online e offline: campanha com estratégia disruptiva em torno do território da marca – a arte urbana.

Destaques:

- 3.ª marca de cervejas em *Top Of Mind* publicitário em 2018.
- Superação dos volumes previstos em 26%.
- Patrocínio do Festival Iminente.

THAMES PORTER – EDIÇÃO LIMITADA

Novo formato: garrafa 33cl disponível nos canais *On* e *Off-trade*.

Parceria: com Arcádia em pack especial de Natal com chocolate feito com malte utilizado na receita desta cerveja, inspirada no estilo originário de Londres (séc. XVIII).

Características:

- Malte fumado.
- Sabor doce e torrado.
- Notas de chocolate e café.
- Ideal para acompanhar carnes vermelhas grelhadas e sobremesas de chocolate.

4. CARLSBERG

THE DANISH WAY

Campanha: convidou os consumidores a descobrirem e experimentarem o estilo de vida Dinamarquês.

Destaques:

- Ativação *Follow the Bike* com a primeira bicicleta autónoma a circular na ciclovia do coração de Lisboa.
- *Outdoor* dinâmico com uma bicicleta real em permanente movimento em Lisboa.

FRANCESINHA NA BAIXA

Evento gastronómico: em torno do principal prato portuense e do *pairing* com as melhores cervejas – a gama de Selecção 1927.

Destaques:

- *Showcase* de diversidade cervejeira e harmonização com um prato típico português.

TERRITÓRIOS DA MARCA

Música e Padel

Destaques:

- Lisb-on;
- 2.ª edição do Open Carlsberg (eleito melhor torneio de Padel pela FPP – Federação Portuguesa de Padel).



5. PEDRAS

Reforço da liderança da marca Pedras em quota de mercado (aumenta a sua experimentação, assim como o consumo regular e a preferência).

Destaques:

- Aumento da notoriedade da marca no universo das águas.
- Reforço da associação de Pedras à sua naturalidade (“100% natural”), em resultado da comunicação consistente efetuada ao longo dos últimos anos.
- Abertura do museu “Pedras Experience”, no Pedras Salgadas Spa & Nature Park, que nos leva a viajar pela história da marca, desde o nascimento até aos dias de hoje.

PEDRAS SABORES

Lançamento de nova imagem, que reforça a sua naturalidade e a sua atitude “cool”.
Campanha de comunicação: deu a conhecer a nova imagem da marca e reforçou o conceito “Descobre as outras cores da Natureza”.

Destaques:

- Presença de Pedras Sabores em festivais de música de norte a sul do país: Rock in Rio, NOS Primavera Sound, Super Bock Super Rock e Zambujeira do Mar.
- Aumento superior a 35% em volume e valor para Pedras Sabores .
- Reforço da liderança no *Off Trade* (com quota de mercado superior a 50%) e crescimento no *On Trade* (+8pp).
- Lançamento de um novo sabor “Maçã” e reforço da gama através de Frutos Vermelhos PET 1L.



6. VITALIS

DESPORTO, VIDA SAUDÁVEL E ATIVA

Destaques:

- Promoção do desporto e hábitos de vida saudáveis.
- *Sponsoring* a federações e comités desportivos.
- Lançamento da Campanha “Movimento Vitalis”.
- Aposta em nova imagem, mais moderna e cosmopolita, que reflete o dinamismo de Vitalis e a associação a este novo movimento.
- Nova garrafa de tara retornável (37,5cl e 75cl).
- Crescimento da marca no digital vs. 2017.
- Lançamento de edição limitada de Vitalis (75cl) com ilustração, por decalque, do artista André da Loba.
- Aumento de cerca de 6% em volume vs. 2017.



7. SOMERSBY

“Um ano de outro Mundo”
Reforço de Liderança

Destaques:

- Reforço dos principais indicadores da marca, entre os quais Recordação *Top-of-Mind*, Experimentação. e Marca Preferida, com um *Brand Equity* de 7,9 / 10.
- Lançamento de Campanha de televisão em animação 3D.
- Parceria inédita com o canal de *Youtube* Porta dos Fundos, resultou num *sketch* com mais de 3 milhões de visualizações.
- Realização de ativações em Festivais: Somersby *Out Jazz* ou as Somersby *Pool Parties* no *Rock in Rio*.
- Lançamento de Somersby Watermelon.

MERCADOS



1. MERCADO INTERNO

- Liderança em Quota de Mercado volume e Valor em Total de Cervejas e na Marca Super Bock.
- Crescimento do volume nas categorias de Cerveja, Sidra, Vinho Pressão e Águas (Lisa e com Gás).
- Forte crescimento e conquista de Quota de Mercado em águas com gás com sabor.
- Desenvolvimento da cultura cervejeira, promovendo a diversidade (lançamento de Coruja & 1927 Portuguese Blond Ale) e ações de divulgação da categoria em colaboração com os nossos parceiros.
- *Best in Class* em visibilidade e ativação, promovendo o consumo e criando valor para a categoria.

OVERALL EUROPA

- + 3% vs. 2017 de crescimento volume.
- + 11% vs. 2017 de crescimento volume em Pedras.
- Reforço de 7 p.p. de quota nas exportações (excluindo Espanha e Suíça).

OVERALL PAÍSES

França: patrocínios a grandes eventos da comunidade portuguesa.

Suíça: conquista e ativação de pontos de venda em Lausanne e Genebra em alinhamento com a território da Música.

Espanha (Galiza): crescimento de clientes vs. 2017 (+ 23%) e reforço das nossas credenciais cervejeiras com conquista de clientes *Beer Drive* e 1927 (modular 20).

2. MERCADO EXTERNO

ÁFRICA

Cabo Verde

- Reforço da comunicação através da campanha “NOIVA”.
- Associação ao Carnaval.
- Relançamento de Malta+.

Guiné Bissau

- Patrocínio do Carnaval de Bissau e de diversos eventos de música.
- Super Bock marca oficial das partidas do Aeroporto de Bissau.

África do Sul

- Reforço da presença de Super Bock em clientes do *Off Trade*.
- Patrocínio de diversos eventos de música.
- Promoção de ação *World Cup 2018* no *On* e *Off Trade*.

Angola

- Decoração de vários pontos de venda do *On Trade*.
- Presença nas principais insígnias de *Off Trade*.

Moçambique

- Aposta em novo parceiro de Distribuição.
- Realização de Programa *Cash Van Sales*.
- Ativações Horeca relacionadas com o futebol.

EUROPA

Espanha

- Investimento em comunicação *above the line*.
- Presença em vários eventos de música, entre os quais eventos próprios (Super Bock Under Session, Super Bock Under Fest).
- Super Bock Negra Sin ocupa um lugar de referência no mercado galego.

Suíça

- Investimento na comunicação da marca.
- Presença em vários eventos de música (Super Bock Under Session).

ORIENTE

- Desenvolvimento do posicionamento de marca premium importada, reforçando o seu carácter inovador e de credenciais cervejeiras.

Campanhas:

- Lançamento de Super Bock Gold, cerveja com características especiais e com cápsula *pull-off*.
- Plataformas sociais: para comunicação e interação com os consumidores com crescimento acentuado na base de seguidores.
- Plataformas *e-commerce*: para construção de marca, venda e promoção nas diversas lojas.
- Realização de ação integrada *online* e *offline* para Ano Novo Chinês.



INVESTIMENTOS,
DESENVOLVIMENTOS
E CONQUISTAS



INVESTIMENTOS, DESENVOLVIMENTOS E CONQUISTAS

1. INOVAÇÃO

- Promoção de uma cultura de inovação: criação de uma sala de inovação - *Ideas Factory House*.
- Renovação do vasilhame Vitalis em colaboração com a BA Glass.
- Pedras Sabores ganhou uma nova imagem com a nova variante Maçã em edição comemorativa.
- Lançamento de garrafa de maior capacidade para o mercado Inglês: 66cl.
- Aumento de capacidade nas linhas de enchimento dos centros de produção de Leça do Balio e Pedras Salgadas.
- Transferência, para Leça do Balio, da operação de enchimento dos barris de Vini.
- Colaboração com diferentes universidades e *stakeholders*.
- Relançamento de Malta+, em nova embalagem com abertura *pull-off* - projeto desenvolvido com o apoio da Nova Medical School.

2. TURISMO

2018 foi um ano de consolidação e superação dos resultados obtidos em 2017 no Turismo, setor em que participamos com duas unidades hoteleiras de referência, Vidago Palace e Pedras Salgadas Spa & Nature Park. Apesar do mercado mostrar sinais de abrandamento, a boa gestão do nosso negócio traduziu-se em:

- Melhoria EBITDA (Earnings before interest, tax, depreciation and amortization): 10% (vs. 2017).
- Diminuição dos Gastos: na ordem dos 5%.

Prêmios Internacionais: Golf - Prémio de sustentabilidade entregue na IGTM (*International Golf Travel Market*), em outubro de 2018.

Vidago | Pedras Salgadas SPA & Nature Park

% Volume de negócio

Alojamento: 49%

Restauração (*Food & Beverage*): 35%

Golf: 6%

Spa: 8%

Outros negócios: 2%

Redes Mundiais Virtuoso

Vidago Palace Hotel pertence à *Leading Hotels of The World*. Pedras Salgadas Spa & Nature Park pertence à Design Hotels. As redes sociais permitiram a divulgação além-fronteiras junto de operadores turísticos internacionais, o que levou a um aumento significativo de estadias.

Golf

O crescimento do mercado estrangeiro, como efeito na aposta da internacionalização resultou numa melhoria de resultados na ordem dos 9% vs. 2017.

Spa

Excelente desempenho com crescimento na ordem dos 5%.

Novidades

Vidago Palace: inauguração do novo espaço Kids Clube.

Parque de Pedras: inauguração do Museu Interativo "Pedras Experience", que convida a uma viagem no tempo da marca Pedras associada ao *resort*.

3. MALTIBÉRICA

- +5% volume de vendas (vs.2017).
- Crescimento da base de clientes fora do universo do Super Bock Group.
- Continuidade do trabalho de incentivo ao cultivo da cevada dística cervejeira em Portugal, em particular no Alentejo e Ribatejo, o que resultou no maior volume de cevada nacional da década.
- Incremento à produção local privilegiou a realização de projetos com entidades científico-tecnológicas e organizações de produtores e agricultores.

4. CASA DA CERVEJA

- Realização de *workshops* abertos ao público: harmonização entre a cervejas e as pizzas napolitanas.
- Promoção de um evento de colheita de lúpulo nas plantações de Bragança.
- Estabelecimento de parceria com a Casa da Música, que se concretizou num concerto realizado na Sala de Cobre pelo artista Luca Argel.
- Estabelecimento de parceria com a Casa da Arquitetura, tendo a Casa da Cerveja participado no fim de semana aberto promovido por esta entidade (que contou com mais de 31.000 visitantes em todos os espaços).



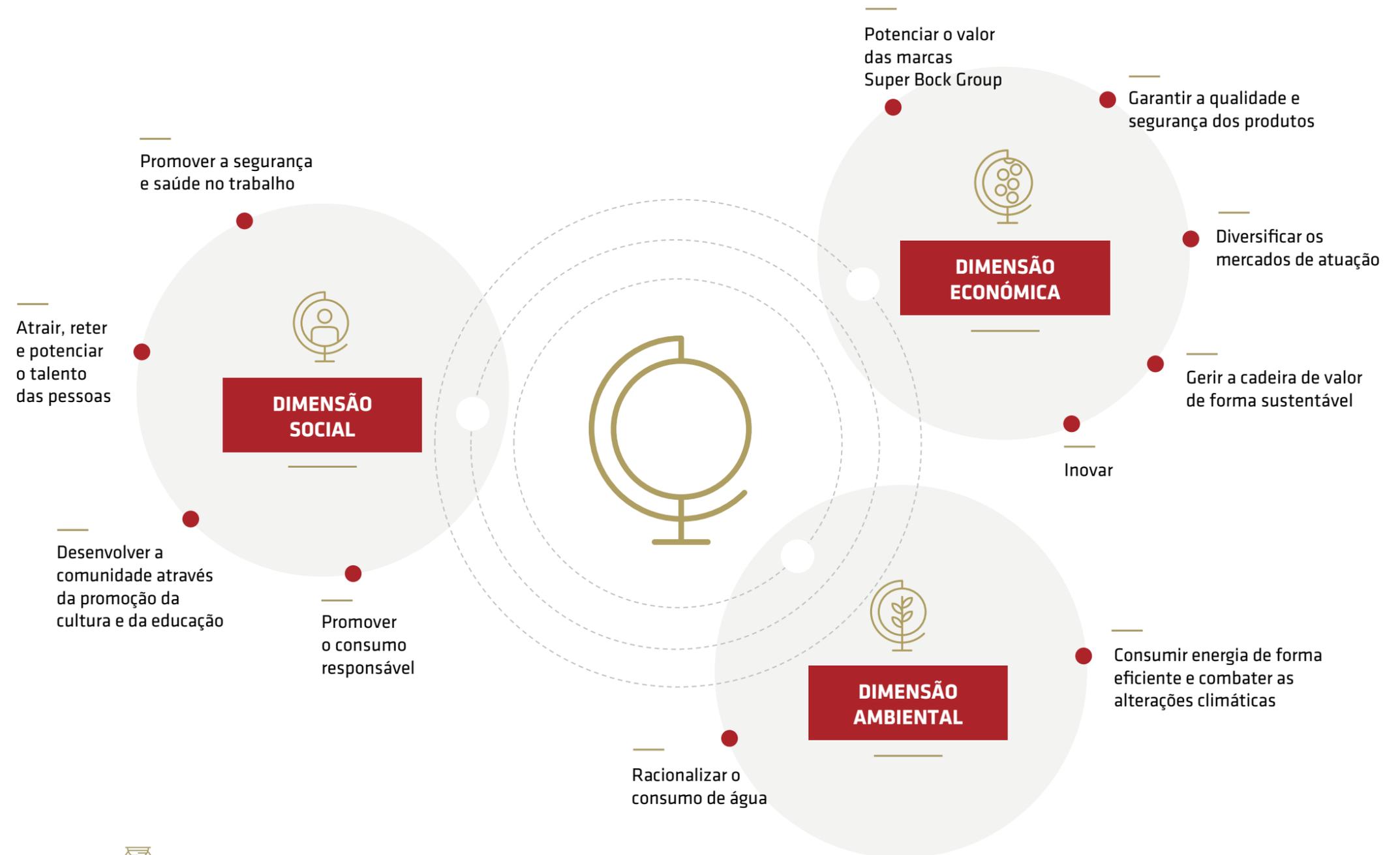
SUSTENTABILIDADE



1. VISÃO ESTRATÉGICA

A Estratégia de Sustentabilidade do Super Bock Group obedece a um plano integral definido para o triénio 2017-2019. Foi definida após recolha de *inputs* externos (estudo de auscultação *stakeholders*, análise de *benchmark* a referências do setor), *inputs* internos e assenta nos eixos das dimensões económica, social e ambiental, por forma a responder às necessidades do negócio, mas também ao papel que a empresa deve assumir no mundo e nas comunidades alargadas.

Mais do que uma ou outra iniciativa isolada, esta Estratégia indica processos continuados.





1. VISÃO ESTRATÉGICA

Prioridade estratégica		ODS	KPI	Meta	Prazo	DESEMPENHO EM 2018
DIMENSÃO ECONÓMICA	Garantir a qualidade e segurança dos produtos	2; 12	Número de reclamações de produto por milhão de unidades produzidas	≤0,10	2018	0,08
			Tempo de resposta máximo a reclamações	15 dias	2018	11 dias
			Implementação da IFS (International Food Standard)	Site de Leça do Balio certificado pela IFS	2017-2019	2017 - Certificação pela IFS 2018 - Classificação <i>High level</i> 95,39%
	Potenciar o valor das marcas	8	Quota de mercado em valor SBG (cerveja) total mercado/Ano Quota de mercado em valor SBG Águas com Gás total mercado/Ano Quota de mercado em valor SBG Cidras (<i>Off Trade</i>)	≥ 49,6 (dados Nielsen) ≥ 53 (dados Nielsen) ≥ 76,2 (dados Nielsen - Hiper e Super)	2018	49,8 54,6 78,7
	Diversificar os mercados de atuação	8	Percentagem do volume de negócios Super Bock Group nos mercados externos (% do valor)	≥ 53 (dados Nielsen)	2020	Aumento de FTE's. (<i>Full-time equivalent</i>). Reforço de campanhas de comunicação e visibilidade.
	Inovar	9; 12	Percentagem do crescimento acima do crescimento do mercado, gerado pela inovação (vendas de 2016 para 2023 - Mercado Interno)	≥ 76,2 (dados Nielsen - Hiper e Super)	2023	Redefinição dos processos, ambição e pilares estratégicos por cada categoria, bem como o pipeline de Inovação para os próximos 5 anos.
	Gerir a Cadeia de Valor de forma sustentável	8; 9; 12; 13	Número de principais fornecedores incluídos no modelo de reuniões trimestrais (SRM)	90% de fornecedores no nível A (>85%) (Matérias e Embalagens)	2018	92% nível A
			Número de auditorias a fornecedores, incluindo a avaliação ao cumprimento do Código de Conduta a Fornecedores	20	2018	25
			Redução do peso das principais garrafas de plástico	6%	2019	Redução de gramagem das pré-formas utilizadas nas águas Vitalis e Caramulo: 2017 - 33cl (-11%); 50cl (-4%); 1,5L (-6%); 2018 - Garrafão 6L (-3%)
			Redução do peso das principais garrafas de vidro	3%	2019	Projeto em desenvolvimento, realizados estudos para a redução das garrafas de vidro.
Avaliação do inquérito de sustentabilidade a fornecedores [1-5]	≥ 4,2	2019	A implementar: revisão do inquérito de sustentabilidade a fornecedores			
DIMENSÃO AMBIENTAL	Racionalizar o consumo de água	6; 12; 13	Consumo específico de água (hl/hl) no Grupo	2,8 hl/hl	2018	2,8
	Consumir energia de forma eficiente e combater as alterações climáticas	7; 12; 13	Consumo específico de energia	22,7 kWh/hl	2018	22,8
			Emissões específicas de gases de efeitos de estufa	6,3 Kg/hl	2018	5,1

1. VISÃO ESTRATÉGICA

Prioridade estratégica		ODS	KPI	Meta	Prazo	DESEMPENHO EM 2018
DIMENSÃO SOCIAL	Atrair, reter e potenciar o talento das Pessoas	4; 5; 8	Taxa de saída de quadros superiores	< 3%	Anual	3%
			Atratividade e retenção no recrutamento de talento jovem (Programa <i>Trainees</i>)	Avaliação ≥ 3,5 ([1-5]) Inquérito de Satisfação às Direções abrangidas Taxa de retenção ≥ 60%	Anual	3,16 75%
			Taxa de mobilidade interna	≥ 7% (quadros superiores)	Anual	22%
			Formação e desenvolvimento de equipa	Avaliação ≥ 3,0 ([1-4]) Inquérito formação Profissional (item "relevância para a função")	Anual	3,71
			Nível de comprometimento (<i>My Voice</i>)	≥ ano anterior	Bianual	O estudo de satisfação <i>My Voice</i> é realizado em parceria com o Grupo Carlsberg que, em 2018, decidiu realizar o estudo com uma periodicidade bienal, pelo que o mesmo só decorrerá em 2019.
	Promover a saúde, segurança e higiene no trabalho	8	Número de acidentes com baixa	2017 - 15 acidentes 2018 - 10 acidentes 2019 - 7 acidentes	2017-2019	24
	Promover o consumo responsável	3	Programa de Consumo Responsável interno	Ações desenvolvidas no âmbito do programa Consumo Responsável	2018	Revisão do Regulamento Interno do Álcool e Drogas.
			Programa de Consumo Responsável externo			Implementação do projeto <i>Boost Camp</i> , que visa a sensibilização de jovens e adultos para a temática do Consumo Inteligente: participação de 40 alunos; 8 projetos de ativação para implementação em momentos de grande consumo.
	Desenvolver a comunidade através da promoção da cultura e da educação	4; 6; 8; 16	Desenvolvimento de projetos que levam à promoção da cultura e do empreendedorismo na educação e criatividade	Avaliação do impacto dos projetos na área da Educação e Indústrias Criativas	2018	Inquérito aos finalistas do Prémio Nacional das Indústrias Criativas 2017: Taxa de Resposta: 40% Avaliação Global do Prémio: 3,19 (escala de 1 a 5, sendo 5 o melhor resultado). Comunidades <i>Go On</i> : ano letivo 2018/2019 implementado nas escolas secundárias do Porto, Matosinhos, Chaves e Vila Pouca de Aguiar. Avaliação do Impacto a realizar no final do programa (junho 2019).



2. STAKEHOLDERS

Acionistas e investidores

CRIAÇÃO DE VALOR

- Estratégia de negócio
- Reuniões periódicas

Colaboradores

DESENVOLVIMENTO DE COLABORADORES; EQUILÍBRIO TRABALHO-FAMÍLIA; PROPORCIONAR CONDIÇÕES DE TRABALHO ADEQUADAS

- Clarificação de funções e papéis
- Inquérito Cultura e Clima
- Implementação de ações de melhoria decorrentes do inquérito de satisfação aos colaboradores
- Melhoria das plataformas de comunicação
- Formação
- Desenvolvimento de carreira
- Modelo RUMD de gestão de desempenho
- Projetos de Voluntariado
- Projeto de Natal

Entidades Oficiais

RELACIONAMENTO BASEADO NA CONFIANÇA E TRANSPARÊNCIA

- Cumprimento rigoroso da lei
- Disponibilizar informação

Clientes

SATISFAÇÃO COM PRODUTOS SERVIÇOS; RELAÇÃO DE CONFIANÇA

Pontos de Venda Horeca

- Linha comunicação consumidor
- Servida a rigor
- Serviço + AT
- Avaliação do nível de serviço ao cliente
- Auditorias a clientes
- SBC Direto
- Revista Autêntico Mag

Pontos de venda Take Home

- Serviço de atendimento e *Backoffice*
- Avaliação nível serviço ao cliente
- Estudos de satisfação clientes
- Super Bock Casa da Cerveja
- Revista Autêntico Mag

Distribuidores

- Programa excelência
- Serviço de atendimento e *Backoffice*
- Avaliação do nível de serviço ao cliente
- Estudos de satisfação cliente
- Super Bock Casa da Cerveja
- Revista Autêntico Mag

Comunidade Local

PRESERVAÇÃO AMBIENTAL; CONTRIBUTO PARA O SEU SUCESSO E DESENVOLVIMENTO

- Projeto de Apoio às Indústrias Criativas
- Concessão de patrocínios/apoios
- Mecenato
- Projeto Natal
- Projetos com as comunidades locais
- Projetos de apoio à educação
- Super Bock Casa da Cerveja

Consumidores

CONFIANÇA E SATISFAÇÃO COM OS PRODUTOS/AGILIZAÇÃO DE VIAS DE COMUNICAÇÃO EFICAZES

- Estudos de Mercado
- Linha Comunicação Consumidor
- Site Super Bock Group
- Sites marcas
- Novos produtos/Inovação
- Super Bock Casa da Cerveja
- Comunicação comercial

Organizações

OTIMIZAÇÃO DOS INTERESSES MÚTUOS NUM CONTEXTO DE INTERDEPENDÊNCIA

- Reuniões periódicas

Fornecedores

IMPLEMENTAÇÃO DE SOLUÇÕES GERADORAS DE COMPETITIVIDADE E SUSTENTABILIDADE PARA OS NEGÓCIOS DE AMBAS AS PARTES

- Reforço das parcerias com os principais fornecedores
- Monitorização de processos

Órgãos de Comunicação Social

RELACIONAMENTO TRANSPARENTE E PROFÍCUO; PARTILHA DO DESEMPENHO DA EMPRESA

- Encontros com jornalistas
- Respostas a pedidos de informação
- Facilitação do acesso à informação
- Media Center/Site Institucional

Universidades; Instituições Científicas; Associações Setoriais

INCENTIVAR DIÁLOGO À CRIAÇÃO DE RELAÇÕES DE PARCERIA

- Protocolos de colaboração
- Resposta a pedidos de informação de estudantes
- Visitas
- Participação ativa nas associações relacionadas com a atividade da empresa

3. CADEIA DE VALOR

O Super Bock Group preocupa-se com a sua cadeia de valor, envolvendo colaboradores e parceiros de negócio na otimização de recursos, na valorização da matéria-prima, na qualidade e na segurança do produto e no acompanhamento do ciclo de vida das embalagens.



4. COMPROMISSOS COM INICIATIVAS EXTERNAS

O Super Bock Group considera fundamental interagir com associações ligadas à sua atividade ou que trabalhem em áreas prioritárias para a empresa, como a educação, inovação, sustentabilidade, inclusão e promoção da cidadania. Com cooperação e responsabilidade, juntos participamos no desenvolvimento global. Das diversas alianças que mantemos, destacamos as seguintes:



5. DESEMPENHO ECONÓMICO

MACROECONOMIA

2018

Economia mundial: desaceleração vs. 2017. **Causas:** políticas de alguns bancos centrais menos acomodáticas, volatilidade financeira em algumas bolsas, vaga protecionista dos EUA afetou fluxos do comércio internacional e incerteza geopolítica.

Zona Euro: desaceleração face a 2017 (1,9% vs. 2,5%). **Causas:** procura doméstica, impactos do *Brexit*, conflito orçamental entre Itália e União Europeia e redução da produção automóvel.

Portugal: ano de crescimento. **Causas:** dinamismo da procura interna, redução da taxa de desemprego (cerca de 7%) e efeito do turismo beneficia exportações de serviços, contudo com ritmo inferior a 2017 (2% vs. 2,8%). **Causas:** queda do preço do petróleo, desvalorização do EURO e condições acomodáticas.

Portugal: taxa de inflação de cerca de 13%. Dinâmica alimentada pela aceleração do preço dos bens energéticos e dinamismo do turismo.

2019

Economia Mundial: perspetivas de crescimento económico, contudo prevê-se uma ligeira desaceleração de 3,5%.

Zona Euro: perspetivas de crescimento em cerca de 1,8%.

Riscos: desaceleração da economia mundial, *Brexit* e tensões sociais em alguns países europeus.

Portugal: perspetivas favoráveis; evolução económica em cerca de 2%.

SUPER BOCK GROUP

2018

Vendas: 458 Milhões Eur* (-1,4% vs. 2017 proforma**).

Destaques Mercado Interno

Super Bock: líder em quota de mercado.

Somersby: líder em quota de mercado.

Águas com gás regular: manutenção e reforço da liderança.

Águas com gás sabores: reforço significativo de quota.

Geral: consolidação da ambição global do Grupo; gestão eficiente dos canais de venda; desempenho das quotas de mercado; evolução favorável em volumes de cervejas e águas lisas e com gás.

Principais Investimentos

Total: 42 Milhões Eur. (+12 Milhões Eur. vs. 2017).

Destaques:

- Aumento da capacidade no centro de produção de Leça do Balio e Pedras Salgadas.
- Ativos de suporte à operação comercial.
- Investimentos em Colunas de extração.
- Renovação parque de vasilhame.
- Tanques de *Beer Drive*.
- Material para eventos.

Esta conjuntura conduziu à redução do valor económico direto gerado para cerca de 424 Milhões de Euros, o que representa uma redução de 2% face a 2017 proforma*.

O valor económico direto distribuído apresentou um aumento de cerca de 1 Milhão de Euros.

Valor Económico Direto Acumulado*

Dimensões	(Milhares de Euros)		
	2018	2017 Proforma	2017
Receitas	424 461	433 805	485 540
Valor económico direto gerado	424 461	433 805	485 540
Custos Operacionais	276 482	278 939	330 674
Salários e Benefícios de Empregados	52 502	51 520	51 520
Pagamentos a Fornecedores de Capital	36 311	31 211	31 211
Pagamentos ao Estado	17 774	20 423	20 423
Investimentos na comunidade	685	346	346
Valor económico direto distribuído	383 754	382 440	434 175
Valor económico direto acumulado	40 708	51 365	51 365

* valor significativamente influenciado pela aplicação da norma internacional de contabilidade IFRS15 'Rédito de contratos com clientes', cuja aplicação se iniciou em 2018.

** quadro indicadores financeiros consolidados



5. DESEMPENHO ECONÓMICO

Perspetivas 2019

Sob a regência da Integridade, qualidade que sustenta os valores do Super Bock Group, em 2019 prosseguir-se-á com uma estratégia que impõe a excelência nas várias vertentes do negócio. De modo consistente, pretende-se assegurar um exercício francamente positivo, porque bem preparado – neste âmbito, é de assinalar o potencial de crescimento decorrente de investimentos realizados em 2018, nomeadamente, o aumento da capacidade das linhas de Leça do Balio e Pedras Salgadas, que nos permitirão dar uma resposta mais eficiente às necessidades do mercado global.

Para manter o elevado desempenho da empresa, e como é prática comum, serão introduzidas as melhorias adequadas para garantir a Qualidade e a Segurança em todos os processos e reflexos da nossa atividade.

Em linha com o crescimento sustentado que se preconiza, 2019 será mais um ano de atenção à capacitação, valorização e bem-estar das nossas Pessoas; ao investimento constante em Investigação & Desenvolvimento; à eficiência máxima na produção, na distribuição e na comunicação; à salvaguarda dos recursos naturais e à adoção de soluções ambientalmente positivas; e a dinâmicas sociais e educacionais que acrescentem valor às comunidades em que nos inserimos.

Em termos financeiros, manter-se-á o foco na gestão de resultados e na continuação do plano de redução do valor do endividamento bancário do Super Bock Group. Com antecipação e resiliência, considerando todos os fatores externos, as ameaças e as oportunidades, pretende-se reforçar posições de liderança no mercado nacional e acentuar o caráter global da empresa.

6. DESEMPENHO AMBIENTAL

INDICADORES RELEVANTES

A Sustentabilidade em Números

Ambientais	Unidade	2017	2018
Consumo Total de Energia	GJ	487.376	481.246
	MJ/hl	85,0	82,2
Consumo de Água	m ³	1.650.037	1.652.972
	hl/hl	2,9	2,8
Gases com Efeito de Estufa	t	37.478	29.824
	Kg/hl	6,5	5,1
Águas Residuais (CQO) – antes de tratamento	t	2.641	2.987
	Kg/hl	0,46	0,51
Águas Residuais (CQO) – após tratamento	t	49	42
Eficiência de Tratamento	%	98	99
Resíduos	t	10.632	10.330
Taxa de Valorização	%	95	93
Subprodutos	t	45.151	42.719
Taxa de Valorização	%	100	100

Nota: estes indicadores referem-se às atividades diretamente relacionadas com a produção de bebidas em instalações próprias, incluindo atividades auxiliares (logística interna, produção de energia, tratamento de águas, tratamento de águas residuais e atividades administrativas e sociais).



GESTÃO AMBIENTAL

Para reduzir a pegada ecológica, a nossa Política Integrada da Qualidade, Ambiente e Segurança estabeleceu, no que toca à dimensão ambiental das nossas atividades, três objetivos estratégicos:

- Racionalizar o consumo de água;
- Consumir energia de forma eficiente;
- Combater as alterações climáticas.

O compromisso permanente do Super Bock Group para com o seu sistema de Gestão de Qualidade, Segurança Alimentar, Ambiente, Segurança e Saúde no Trabalho e Energia está fundamentado em diversos princípios de atuação, dos quais se destaca a Proteção do Meio Ambiente e Melhoria do Desempenho Energético:

- Promover a proteção do meio ambiente, prevenindo a poluição, através de medidas de mitigação dos impactes ambientais das atividades da empresa;
- Fomentar a ecoeficiência de processos/produtos e a aquisição de materiais e serviços energeticamente eficientes;
- Promover o uso racional do consumo de água e energia e a integração de critérios ambientais e energéticos na seleção de fornecedores.

Com estas medidas pretende-se melhorar o desempenho ambiental e energético da empresa e, assim, minimizar os efeitos das alterações climáticas.

É nossa prioridade garantir níveis de consumos, de emissões e produção de resíduos em linha com as melhores práticas da indústria de bebidas.

6. DESEMPENHO AMBIENTAL

Assim, como ponto de partida procedemos à identificação e caracterização dos aspetos ambientais que decorrem das atividades, produtos e serviços que desenvolvemos. Feito esse reconhecimento exaustivo, compete ao Grupo assegurar que o impacto sobre o ambiente é minimizado e controlado.

Sistema de gestão com certificação da norma NP EN ISO 14001.

Programa de Gestão Ambiental 2016/2018

Princípios da Política Ambiental	Objetivos	Meta	Objetivo 2018	Real 2018
Ecoeficiência	Reduzir o consumo de água	Consumo específico consolidado 2018 – 2,7 hl/hl	2,7 hl/hl	2,8 hl/hl
	Reduzir o consumo total de energia (térmica + elétrica)	Consumo específico consolidado 2018 – 22,7 kWh/hl	22,7 hl/hl	22,8 hl/hl
	Redução da emissão de gases com efeito de estufa	Emissão de gases com efeito de estufa 2018 – 6,3 kg CO ₂ /hl	6,3 kg CO ₂ /hl	5,1 kg CO ₂ /hl
Minimizar impactes ambientais	Reduzir o impacte ambiental de derrame e de perturbações no tratamento de águas residuais	Zero acidentes com impacte no solo ou águas	0	0
	Melhorar a separação de resíduos	Taxa de valorização de resíduos (%)	(objetivo qualitativo sem meta quantificada)	93%
		Produção específica de resíduos (kg/hl)		1,8
	Reduzir a carga poluente das águas residuais	CQO (Carência Química de Oxigénio) Águas residuais (kg/hl)	(objetivo qualitativo sem meta quantificada)	0,51
Eficiência do tratamento (%)			99%	

CONSUMO DE MATERIAIS

Otimização das matérias-primas

A produção de bebidas envolve uma grande variedade de matérias-primas de origem vegetal – sobretudo cereais (malte de cevada, griz de milho e cevada), concentrados de fruta, uvas, lúpulo, açúcares, outros extratos e aromas naturais.

A sua utilização obedece a requisitos exigentes de boas práticas em matéria de qualidade, segurança alimentar e gestão de existências. Deseja-se uma utilização otimizada, com um mínimo de perdas.

2018

Comprámos mais de 49.409 toneladas de cereais dos quais 33.306 toneladas de diferentes tipos de malte, 13.090 toneladas de Gritz e 3.013 toneladas de cevada. Foram adquiridas mais de 141 toneladas de “açúcares”.

Atentos às embalagens

O Grupo empenha-se em tornar as suas embalagens mais ecológicas e acompanhar todo o seu circuito de vida, dado ser responsável pela colocação de garrafas de vidro e PET, latas ou barris no mercado.

Setor das cervejas: o vidro é o maior grupo – destaque para a fração de garrafas de vidro TP (tara perdida), que tem crescido, com tendência para aumentar via exportação.

Setor das águas: embalagens PET têm o maior peso. No caso das embalagens TP, em Portugal a responsabilidade pela gestão dos resíduos de embalagem, gerados após o consumo, é transferida do sistema Ponto Verde para a Sociedade Ponto Verde (SPV).



6. DESEMPENHO AMBIENTAL

CONSUMO DE MATERIAIS

Os valores transacionados não se encontram disponíveis na sua totalidade, dado que o acerto da faturação ainda não está regularizado pela Sociedade Ponto Verde, à data da publicação do relatório, devido aos acertos de contas a regularizar entre as várias entidades de gestão de resíduos de embalados a operar no mercado. Em 2018, o total de embalagens TP colocadas no mercado nacional corresponderam a cerca de 86.017 toneladas quanto a materiais de embalagem.

No caso do mercado espanhol, esta responsabilidade é transferida para a Ecovidrio e foram colocados no mercado 2.165 toneladas de materiais de embalagem.

O circuito das embalagens TR (tara retornável) é integralmente gerido pelo Super Bock Group. A ecoeficiência dos produtos é promovida através do desenvolvimento de diversos projetos de simplificação e redução da gramagem.

Exemplos de projetos de redução de materiais de embalagens realizados em 2018:

Área de Negócio	Medidas implementadas
Águas	- Redução de gramagem das pré-formas utilizadas nas águas PET Caramulo e Vitalis garrafão 6 L, redução de 3%

Responsabilidade pelo produto

Em abril de 2018, o Super Bock Group Leça do Balio, certificou-se pela norma *IFS Food* com uma pontuação de *Hight Level*, por forma a dar resposta a requisitos de clientes do mercado externo. Foi também renovada a certificação do Super Bock Group pelas normas EN ISO 9001, EN ISO 14001, EN ISO 22000 e OSHAS 18001.

Segurança alimentar

Em 2018, foram realizadas duas sessões de trabalho de equipas por estabelecimento, para avaliar a evolução dos indicadores de segurança alimentar. São analisados os pré-requisitos de segurança alimentar, a validação das medidas de controlo, projetos e novos produtos, o resultado das auditorias e exercícios de rastreabilidade efetuados.

Consequências: definidas ações de melhoria a serem implementadas.

Rotulagem de produtos

Transmitir de forma simples e clara diversas informações e esclarecimentos ao consumidor, cumprindo sempre a legislação em vigor, é uma preocupação assumida no processo de rotulagem dos produtos do Super Bock Group. Deste modo, a aprovação das inscrições legais e alegações dos materiais de embalagem é efetuada centralmente pela Direção da Qualidade, Ambiente e Segurança. Este processo é cada vez mais exigente face aos novos mercados de exportação.

Conformidade

Avaliamos, com regularidade, o nosso desempenho de acordo com indicadores específicos, disponibilizando-os a todos os interessados.

- Todos os indicadores de Gestão da Qualidade tiveram uma evolução positiva face a 2017 - Índice de Qualidade do Produto Acabado, Reclamações de Produto e *Market Survey*.
- Participação no *Market Survey* do grupo Carlsberg, avaliação sensorial das cervejas nos pontos de venda, a nível mundial, com resultados satisfatórios.
- 1.159 auditorias de ponto de venda e 45 auditorias ao sistema de gestão.
- Qualidade e Segurança Alimentar: realizada formação específica dos requisitos da norma *IFS Food* a várias áreas do Grupo.
- Participação em estudos de satisfação de cliente de que resultam ações de melhoria que o Grupo se compromete a implementar.
- Participação no estudo da GS1, centrado em atividades de supply chain, que tem como objetivo conhecer o nível de eficiência dos fabricantes do grande consumo no fluxo *Order to Cash*.





6. DESEMPENHO AMBIENTAL

CONSUMO DE ENERGIA

Consumo de energia elétrica	145.685 GJ (-1% vs. 2017)
Consumo de combustíveis	335.561 GJ (-1% vs. 2017)
Consumo de energia térmica	252.963 GJ (-1% vs. 2017)
Consumo de combustíveis - cogeração	81.920 GJ (-3% vs. 2017)
Consumo de outros combustíveis	679 GJ (+2% vs. 2017)
Consumo total de energia	481.246 GJ (-1 % vs. 2017)
Consumo específico de eletricidade	6,9 kWh/hl (-3 % vs. 2017)
Consumo específico de energia térmica	43,2 MJ/hl (-3% vs. 2017)
Consumo específico de energia	82,2 MJ/hl (-3% vs. 2017)

ENERGIA E CLIMA

Uso direto da energia primária

Está relacionado com as necessidades de calor da produção de cervejas e dos processos auxiliares (pasteurização, detergentes e higienização). A produção de eletricidade por cogeração utiliza quantidades importantes de combustíveis. Existem, ainda, outros pequenos consumos em atividades auxiliares (empilhadores, aquecimento de águas para os balneários e cozinhas dos refeitórios).

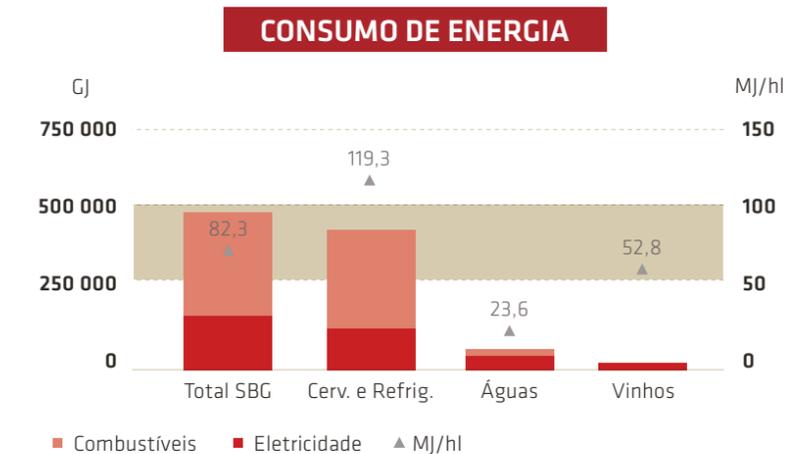
Uso de combustíveis sustentáveis: redução da recuperação de biogás com 863.391 m³ de biogás gerado na fase de tratamento anaeróbio na Estação de Tratamento de Águas Residuais (ETAR) do Centro de Produção de Leça do Balio, para ser utilizado como fonte de energia limpa e renovável na produção de energia térmica nas caldeiras de vapor como combustível complementar ao Gás Natural. Este volume corresponde a uma redução de cerca de 11% vs. 2017.

Uso indireto da energia

Refere-se à utilização da eletricidade comprada. As operações de enchimento de bebidas e os sistemas de refrigeração são as atividades com maior peso no uso de energia elétrica. Em segundo plano surgem os consumos no tratamento de águas residuais e sistemas de iluminação das instalações e carregamento das baterias dos empilhadores.

O consumo específico de energia registou uma redução de 3%, em 2018 vs. 2017. Os centros de produção de Leça do Balio, Pedras Salgadas e Castelo de Vide estão sujeitos periodicamente a procedimentos de auditoria energética, para identificar oportunidades de melhoria, traduzidas nos planos de racionalização Energética em curso.

Adicionalmente as Instalações de Envidos e Caramulo estão abrangidas pelo L68A/2015, que prevê auditorias periódicas para potenciar a implementação de medidas de conservação de energia.



6. DESEMPENHO AMBIENTAL

Emissões de gases com efeito de estufa (GEE)

Nas atividades associadas à produção de bebidas, as emissões de GEE estão essencialmente relacionadas com a utilização de energia elétrica (emissões indiretas) e com a utilização de combustíveis fósseis para produção de energia (emissões diretas). São também consideradas as emissões de gases fluorados com efeito de estufa provenientes de fugas dos sistemas de frio usados nas instalações.

Não são consideradas as emissões resultantes do uso de combustíveis fósseis nos transportes, ou outras viaturas de serviço.

Resultados

- A Central de Cogeração de Leça do Balio está abrangida pelo Programa Europeu de Comércio de Licenças de Emissão (CELE) e emitiu 16.228 toneladas CO₂, em 2018, menos 2% do que em 2017. As licenças de emissão atribuídas por sua vez diminuíram face a 2017 (-15%), passando de 7.579 toneladas, para 6.405 toneladas.
- A utilização do biogás gerado no tratamento anaeróbio da Estação de Tratamento de Águas Residuais (ETAR) permitiu evitar o uso de gás natural nas caldeiras de produção de vapor e consequentemente a emissão de cerca de 1.408 toneladas de CO₂, (-10,6% de emissões vs. 2017).

Consumo de Água

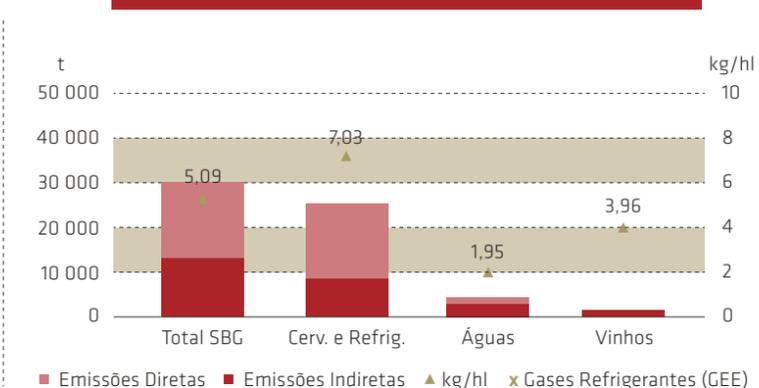
A gestão de água de captações próprias gera menores perdas que a dos sistemas de abastecimento público, pelo que em 2018, mantiveram-se trabalhos para aumentar o uso da água das captações próprias.

Resultados: Recuperação de água: 422.776 m³

Objetivos das áreas produtoras: redução do consumo de água e otimização da utilização, implementação de sistemas de recuperação de água, envolvendo todos os colaboradores na implementação de ações aos mais diversos níveis – formação, investimentos em novas tecnologias, alteração de procedimentos, etc.

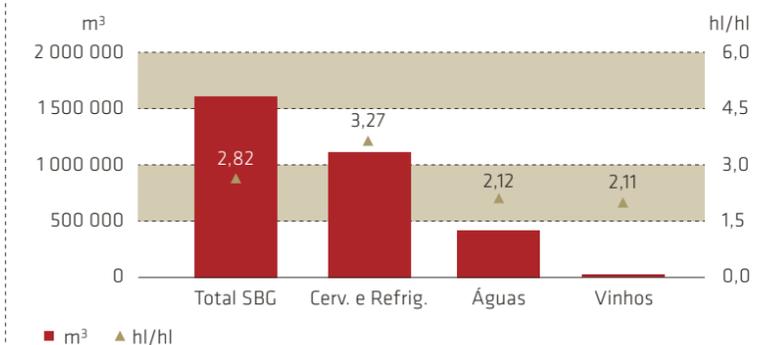
17.638 t CO₂ -0,3% vs. 2017	Emissões diretas de CO ₂ (uso de combustíveis fósseis)
12.143 t CO_{2e} -38% vs. 2017	Emissões indiretas de CO ₂ (consumo de eletricidade)
29.824 t CO₂ -20% vs. 2017	Emissões totais de CO ₂
43 t -74 vs. 2017	Fugas de gases refrigerantes
5,1 kg CO_{2e}/hl -22% vs. 2017	Emissões específicas de CO ₂

GASES COM EFEITO DE ESTUFA POR NEGÓCIO



1.652.972 m³ +0,2% vs. 2017	Consumo total de água
950.922 m³ -6% vs. 2017	Água de captação subterrânea
0 m³ -100% vs. 2017	Água de captação superficial
814.286 m³ -1% vs. 2017	Água da rede pública
13.426 m³ -8% vs. 2017	Outras fontes de captação
2,8 hl/hl -1,8% vs. 2017	Consumo específico de água

CONSUMO DE ÁGUA POR NEGÓCIO





6. DESEMPENHO AMBIENTAL

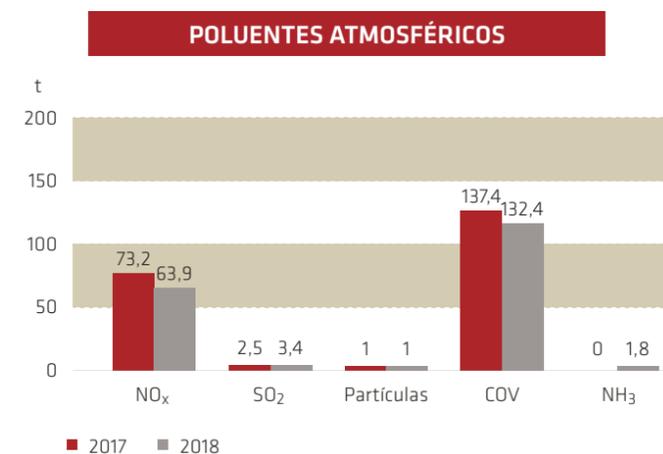
EMISSIONES, EFLUENTES E RESÍDUOS

Controlo das emissões para o ar

As atividades desenvolvidas, especialmente a produção de vapor e de eletricidade a partir da queima de combustíveis fósseis, geram algumas emissões de poluentes atmosféricos – como emissões totais de partículas, óxidos de azoto (NO_x), óxidos de enxofre (SO₂), compostos orgânicos voláteis (COV) e amoníaco (NH₃) – que, apesar de terem uma reduzida expressão, são regularmente monitorizadas de modo a assegurar que a sua libertação não representa riscos para a saúde pública e para o ambiente.

O uso de substâncias destruidoras da camada de ozono é muito limitado (apenas em alguns sistemas de ar condicionado e equipamentos industriais mais antigos).

Fugas de gases: 7,3 kg de R22.



Emissões para a água

Águas residuais geradas nos processos de produção de bebidas são um dos aspetos ambientais mais relevantes do setor. Tipicamente, estes efluentes líquidos apresentam uma contaminação orgânica elevada, associada a perdas de matérias-primas, de produtos de limpeza, dos próprios produtos produzidos e/ou de subprodutos que, sendo rejeitados juntamente com as águas de lavagens, contribuem para agravar a sua carga poluente. Assim, a quantidade total de matéria orgânica rejeitada com as águas residuais constitui um referencial da ecoeficiência do processo produtivo, dado estar diretamente indexado às perdas ocorridas nas diferentes etapas.

Este aspeto assume particular importância na produção de cervejas, sidras e vinhos.

Tratamento destes efluentes líquidos: assegurado em instalações próprias (exceto na Quinta do Minho e Águas de Melgaço, onde é assegurado pelos sistemas públicos).

Plataformas logísticas de Santarém ligadas aos sistemas públicos.

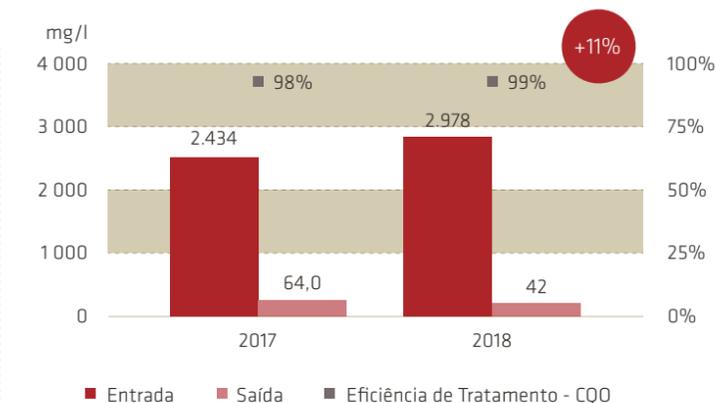
Águas residuais: +13% da carga poluente.

As atividades de produção e distribuição de bebidas originam uma grande diversidade de resíduos dentro das nossas instalações.

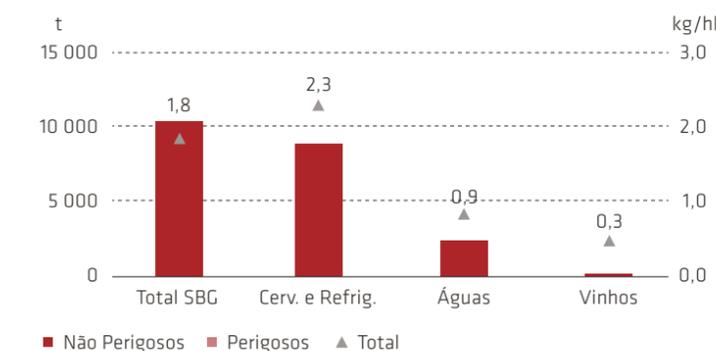
- 1.º grupo: resíduos de embalagem de vidro (5.998 toneladas).
- 2.º grupo: lamas excedentárias do tratamento biológico de águas residuais (1.990 toneladas).
- Restantes resíduos: 23% do total de resíduos. **Destaque:** categorias de embalagens de papel e cartão (704 toneladas), Resíduos Sólidos Urbanos (RSU's) (596 toneladas) e embalagens de plástico (468 toneladas).

1.103.182 m ³ +2% vs. 2017	Águas residuais
2.987 t +13% vs. 2017	CQO - carga tratada
99%	Eficiência dos sistemas de remoção do CQO
0,5 kg/hl +11% vs. 2017	Emissões específicas de CQO
1,9 hl/hl -0,4% vs. 2017	Emissões específicas de águas residuais

ÁGUAS RESIDUAIS - EFICIÊNCIA DE TRATAMENTO (REMOÇÃO DE CQO)



RESÍDUOS POR NEGÓCIO



Resíduos produzidos	10.330 t (-3% vs. 2017)
Resíduos perigosos	154 t (+31% vs. 2017)
Resíduos não perigosos	10.176 t (-3% vs. 2017)
Resíduos valorizados	9.656 t (-5% vs. 2017)
Resíduos eliminados	674 t (+24% vs. 2017)
Taxa de valorização	93 %
Produção específica de resíduos	1,8 kg/hl (-5% vs. 2017)

Em todas as instalações é promovida a recolha seletiva de materiais, atendendo às opções de valorização e/ou à perigosidade, para se assegurar o apropriado acondicionamento e encaminhamento para o destino mais adequado.

6. DESEMPENHO AMBIENTAL

EMISSÕES, EFLUENTES E RESÍDUOS

Economia Circular

Subprodutos com segunda vida

As atividades de produção de cervejas e vinhos geram uma quantidade de subprodutos sujeitos a regulamentação específica.

Subprodutos do processo cervejeiro: o destino é a alimentação para animais.

Subprodutos da atividade vinícola: valorização em processos de destilação alcoólica.

Subprodutos (2018)	Destino	Quantidade (t)
Produção de Cervejas	Dreche	36.379
	Leveduras	6.293
Super Bock Group Vinhos	Bagaço	29,8
	Borras e Lamas	17
Total		42.719

7. DESEMPENHO SOCIAL

OS NOSSOS COLABORADORES

- 1.310 Colaboradores (mais 3% vs. 2017)
- 1.060 Efetivos
- 99% a Tempo total
- 99% em Portugal
- 22% Sindicalizados
- 31% do sexo Feminino
- 69% do sexo Masculino
- 62% entre os 30 aos 50 anos (média etária: 41 anos)

- 11% taxa de Saída (excluído o turismo por ter uma rotatividade sazonal elevada): 47% das saídas com idade entre os 30 e os 50 anos; 19% com idade igual ou superior a 50 anos; 34% com idade inferior aos 30 anos.
- 14% taxa de Novas contratações (excluindo o setor do Turismo por ter uma rotatividade sazonal elevada).

Formação

O ano de 2018 caracterizou-se por um acréscimo de 4% no volume global de formação do Super Bock Group, com aumento das participações, de forma transversal em todos os grupos funcionais.

Contratados: 19% dos Colaboradores (= a 2017).

Os colaboradores do Super Bock Group* distribuem-se da seguinte forma:

	Diretor	Manager	Gestor	Técnico Superior	Técnico	
Gênero	Masculino	18	30	72	155	627
	Feminino	4	16	47	96	245
Faixa Etária	<30	0	0	3	56	151
	30-50	16	36	99	163	495
	>50	6	10	17	32	226
TOTAL	22	46	119	251	872	

* Considera os colaboradores da área de Bebidas e da Maltibérica.

	2018
Volume de Formação (horas x formandos)	32.604
Média de Horas de Formação (N.º horas/colaborador)	28
Diretor	68
Manager	44
Gestor	56
Técnico Superior	31
Técnico	20
Gênero	
Masculino	27
Feminino	31
Investimento (Euros)	900.960€

7. DESEMPENHO SOCIAL

PROMOVER A SAÚDE, SEGURANÇA E HIGIENE NO TRABALHO

Zero Acidentes, Porque um Acidente é um Acidente a mais

Reduzir a sinistralidade laboral é uma prioridade para o Super Boack Group, pelo que continuamos a investir na prevenção de acidentes de trabalho e de doenças profissionais, tendo por base a Política de Segurança e Saúde no Trabalho que se rege pelos seguintes princípios orientadores:

- Fazer da segurança e saúde uma prioridade.
- Promover uma cultura de antecipação e prevenção dos acidentes e doenças profissionais.
- Garantir a existência de locais, sistemas e métodos de trabalho seguros que minimizem a ocorrência e gravidade de acidentes de trabalho e doenças profissionais.

Indicadores de sinistralidade laboral:

+5% de acidentes totais, +20% de acidentes com baixa e +26% de dias perdidos (vs. 2017).

Supply Chain: -25% de acidentes com baixa; +1% de dias perdidos.

Área Comercial: +114% em acidentes com baixa; +47% em dias perdidos.

Safety Walks Supply Chain: +66% (1.772)

Projeto YOUSAFE

O Projeto YOUSAFE tem como objetivo melhorar o desempenho do Grupo ao nível da Segurança e Saúde no Trabalho (SST). 2018 foi dedicado à consolidação de procedimentos implementados em 2017 e ao arranque de novos grupos de trabalho que se dedicaram, com o apoio da Dupont, a temas como: Plano de circulação interno, Ergonomia no posto de trabalho e Regras de utilização de Equipamento de Proteção Individual (EPIs).

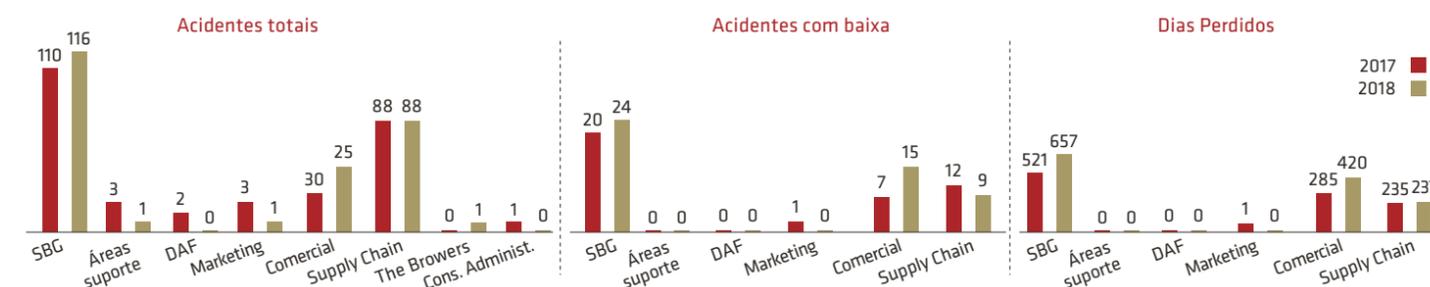
Formação Contínua em Segurança e Saúde no Trabalho (SST)

Em 2018 foram abordados temas mais relevantes relacionados com a SST a colaboradores internos, temporários e prestadores de serviços.

Programa de Gestão SST 2016-2018

Princípios da Política SST	Objetivos	Meta	Objetivo 2018	Real 2018
Prevenção de acidentes e doenças profissionais	Reduzir os Índices de Sinistralidade	Redução progressiva de 40% na frequência e gravidade dos acidentes nos 3 anos	s/ baixa não definido c/ baixa 10	116 24
	Promover uma cultura de antecipação	Registo e análise de Quase-acidentes (*)	Não definido	120
Níveis elevados de segurança dos equipamentos	Assegurar a conformidade com os requisitos de segurança dos equipamentos de trabalho			
Sistemas e métodos de trabalho seguros	Implementar <i>Safety Walks</i>	Redução do número de atos inseguros observados	1300	1772
Minimizar impactes ambientais	Aumentar a presença da Medicina do Trabalho nos locais de trabalho			

(*) Consolidado Ambiente e Segurança e Saúde no Trabalho



7. DESEMPENHO SOCIAL

DESENVOLVIMENTO DA COMUNIDADE

Responsabilidade Social

Agir com o Melhor de Nós

Inspirar as comunidades que nos são próximas, gerando um impacto efetivo, faz parte da nossa cultura de empresa. Porque a Educação é a base do desenvolvimento, procuramos acrescentar valor à sociedade com intervenções legitimadas pelo nosso *know-how*. Fazemo-lo com iniciativas que educam para o Empreendedorismo, para o Consumo Inteligente e para a expressão da Criatividade e do Talento.

PROJETOS:

Prémio Nacional das Indústrias Criativas Super Bock/Serralves

Instituído para reconhecer novos projetos de negócio com potencial global, cumpriu em 2018 a 10.ª edição e anunciou os projetos vencedores no 13.º Super Bock CLAB – Laboratório Criativo – encontro que anualmente reúne empreendedores, artistas, criadores e parceiros – que decorreu na Casa de Serralves e contou com a intervenção de Mirko Whitfield (SXSW music, film and interactive festivals) num debate sobre as indústrias criativas e um concerto pela artista SURMA.

VENCEDORES:

1.º Lugar: Um cadeirão com sistema de som incorporado e elegância no design, da Horizon 47, foi o grande vencedor, que representou Portugal na maior competição internacional na área das Indústrias Criativas – Creative Business Cup, em Copenhaga.

2.º Lugar: Guava Shoes, que junta manufatura, impressão 3D e geometria em saltos altos.

3.º Lugar: Quarteto Contratempus (ópera “As sete mulheres de Jeremias Epicentro”), que em palco usa tecnologia multimédia interativa.

Destaques:

Uma década de um Prémio pioneiro: 2320 candidaturas, 95 projetos finalistas, responsáveis pela criação de mais de 350 postos de trabalho.

Mas celebrar as indústrias criativas quer dizer sempre mais.

Destaques:

- Apoio a instituições culturais como a Fundação de Serralves e a Casa da Música.
- Envolvimento em festivais de música ou de caráter multidisciplinar, como é o caso de Serralves em Festa!; ou a ligação à cultura urbana.
- Super Bock há muito que promove a “*street art*” e Coruja reforça esta ligação através da criação de uma plataforma de apoio à arte pública e urbana em Portugal.

COMUNIDADES GO ON - O EMPREENDEDORISMO COMEÇA NA ESCOLA

Educar para o empreendedorismo é o propósito do projeto Comunidades GO ON. Competição entre equipas, que visa a promoção do empreendedorismo nos alunos do Ensino Secundário junto das comunidades onde o Super Bock Group opera. **Parcerias:** autarquias e escolas secundárias do Porto, Matosinhos, Vila Pouca de Aguiar e Chaves.

Destaques:

- Sustenta-se no modelo “*Learning by Doing*”.
- Explora competências interpessoais e empreendedoras.
- Promove o trabalho em equipa, onde os alunos são incitados a desenvolver, em imersão, projetos viáveis em contexto real e local.
- Vencedores do ano letivo 2017-18 – viagem à Finlândia: networking e partilha de experiências: Universidade Aalto, Helsinquia Design Factory e Think Company.

UM BOOST CAMP PARA O CONSUMO INTELIGENTE

Porque a educação para o Consumo Inteligente deve começar nas e com as gerações de futuro, em 2018 adotámos o modelo do *boost camp* numa iniciativa que reuniu 40 alunos de diferentes universidades do Porto e Lisboa.

Objetivo: conceber projetos de comunicação e sensibilização para o consumo moderado, adotando comportamentos responsáveis e de autocontrolo.

Resultado: em ambiente imersivo resultaram projetos de multimédia, de expressão no terreno ou digital. Um deles selecionado e desenvolvido em estreita colaboração com os autores, será apresentado nas principais festas académicas do país: uma ativação de sensibilização para o consumo responsável que coloca uma estrutura móvel com um jogo de lasers dentro de uma dinâmica comunicacional impactante, criativa e adaptada aos ambientes locais.

OUTROS APOIOS:

Ao longo do ano, a nossa equipa também se move por outras causas que respondem a necessidades de comunidades específicas ou da sociedade.

Destaques:

- Iniciativas de ação social, desportiva e de promoção ao associativismo.
- Recriação medieval Hospitalários a Caminho de Santiago, em Leça do Balio.
- Apoio a várias instituições de Vidago e Pedras Salgadas.
- Resposta a 752 pedidos de auxílio, de todo o país.
- Projeto de Natal: “Super Arte” – Vamos tornar o Natal no melhor Amigo do Ambiente, um projeto próprio que contou com o envolvimento das nossas pessoas na recolha e transformação de garrafas de plástico, em estreita colaboração com o artista Robert Panda na conceção da obra escultórica “Os Estúpidos”.

Resultado: Este trabalho, mais a disponibilização da Cerveja Solidária de Natal, permitiu apoiar a Câmara Municipal de Matosinhos (incentivo à criação de negócios da economia circular, com foco no plástico) e a Associação Bioesfera1 (transformação de embalagens PET em placas de azulejos para construção de 20 abrigos para uma comunidade piscatória residente, na reserva marinha de Santa Luzia, Cabo Verde).

RESULTADOS E INDICADORES



1. RESULTADOS CONSOLIDADOS

Indicadores Financeiros Consolidados

Unid: 10³ Euros

Estrutura da Conta de Resultados	2014	2015	2016	2017	2017 Proforma ⁸	2018
Vendas ¹	476 774	453 618	451 254	520 865	469 130	458 041
Margem Bruta ²	197 138	203 758	208 396	242 112	190 377	189 273
Ebitda ³	83 736	83 618	85 833	102 461	102 461	102 338
Resultado Operacional ⁴	58 022	56 707	59 744	74 369	74 369	73 237
Resultados Líquidos Excluindo Inter. Minor.	33 048	26 330	38 397	51 279	51 279	51 396
Dívida Líquida ⁵	139 840	129 681	97 943	59 627	59 627	65 102
Cash Flow (Fluxo Líquido Tesouraria) ⁶	45 639	35 800	57 318	69 559	69 559	30 500

Rácios	2014	2015	2016	2017	2017 Proforma ⁸	2018
Vendas ¹	18%	18%	19%	20%	22%	22%
Resultados Líquidos Excluindo Inter. Minor.	167%	155%	114%	58%	58%	64%

Recursos Humanos	2014	2015	2016	2017	2017 Proforma ⁸	2018
Número Médio de Empregados ⁷	1 424	1 419	1 332	1 351	1 351	1 413

1) Inclui I.E.C.

2) Vendas Líquidas - Custos das Vendas e prestação de serviços, na Demonstração dos Resultados por Funções

3) Resultado Operacional + Depreciações, amortizações e imparidades

4) Resultado Operacional antes de itens especiais

5) Empréstimos bancários - Caixa e equivalentes

6) Variação líquida de caixa e equivalentes de caixa + Pagamento de dividendos - Variação Empréstimos Bancários (nota 22)

7) Inclui Efetivos, Contratados, Estagiários e Temporários.

8) Devido à adoção da norma internacional de contabilidade IFRS 15 "Rédito de contratos com clientes", cuja aplicação se iniciou em 2018, apresentamos os principais indicadores de 2017 como se a empresa já aplicasse a norma. O impacto da adoção teve impacto significativo ao nível das Vendas, dos Fornecimentos e Serviços Externos e da rubrica de Publicidade. Em síntese os valores relacionados com descontos que até 2017 estavam relevados em Fornecimentos e Serviços Externos e Publicidade passam agora, com a IFRS 15, a figurar na rubrica de Vendas e Prestação de Serviços.

2. INDICADORES RELEVANTES

Super Bock Group 2018 em Números:

26 MARCAS	52 DIVERSIDADE DE MARCAS	14 INOVAÇÕES DE PRODUTO
Perspetiva Ambiental		
Intensidade Energética (MJ/hl)	Intensidade de Emissões de Gases de Efeito Estufa (kg CO2e/hl)	Intensidade de água (hl/hl)
82,2	5,1	2,8
Perspetiva Social		
Colaboradores (N.º)	Volume de Formação (horas x formandos)	Voluntariado(N.º)
1.310	32.604	105 Colaboradores 581 Horas 11 Iniciativas 241 Beneficiários
Rácio entre salário mínimo no Super Bock Group e nacional (%)	Investimento (€)	
121	900.960	
Perspetiva Económica		
Litros produzidos (Milhões de litros)	Resultado líquido (Milhões de €)	Vendas (Milhões de €)
585	51	458*

* O valor desta rubrica foi influenciado significativamente pela aplicação da norma internacional de contabilidade IFRS15 "Rédito de Contas com Clientes", cuja aplicação se iniciou em 2018.



3. ÍNDICE GRI

TABELA GRI PARA A OPÇÃO “ESSENCIAL”

GRI 102 - CONTEÚDOS GERAIS					
DIVULGAÇÕES		LOCALIZAÇÃO/OMISSÃO	VERIFICAÇÃO	PRINCÍPIOS UNGC	ODS
PERFIL ORGANIZACIONAL					
102-1	Nome da organização	Resultados e Indicadores 5. Sobre o Relatório	V		
102-2	Atividades, marcas, produtos e serviços	Marcas; www.superbockgroup.com	V		
102-3	Localização da sede	Organização 9. Distribuição Geográfica do Grupo	V		
102-4	Localização das operações	Organização 9. Distribuição Geográfica do Grupo	V		
102-5	Propriedade e natureza legal	Resultados e Indicadores 5. Sobre o Relatório	V		
102-6	Mercados servidos	Organização 9. Distribuição Geográfica do Grupo	V		
102-7	Dimensão da organização	Resultados e Indicadores 1. Resultados Consolidados 2018; Resultados e Indicadores 2. Indicadores Relevantes	V		
102-8	Informação sobre colaboradores e outros trabalhadores	Sustentabilidade 7. Desempenho Social – Os nossos colaboradores em 2018	V	6	8
102-9	Cadeia de fornecedores	Sustentabilidade 3. Cadeia de Valor	V		
102-10	Alterações significativas na organização e na cadeia de fornecedores	1. Mensagem da Comissão Executiva; Sustentabilidade 1. Visão Estratégica 2017-19	V		
102-11	Abordagem ao princípio de precaução	Organização 6. Modelo de Governo; 7. Gestão de Risco	V		
102-12	Iniciativas externas	Sustentabilidade 4. Compromissos com Iniciativas Externas	V		
102-13	Membro de associações	Sustentabilidade 4. Compromissos com Iniciativas Externas	V		
ESTRATÉGIA					
102-14	Mensagem do Presidente	1. Mensagem da Comissão Executiva	V		
ÉTICA E INTEGRIDADE					
102-16	Valores, princípios, standards e normas de conduta	Organização 1. Missão; 2. Visão; 3. Valores	V		
GOVERNANCE					
102-18	Estrutura de <i>governance</i>	Organização 5. Organigrama; 6. Modelo de Governo; 8. Corpos Sociais	V		

GRI 102 - CONTEÚDOS GERAIS					
DIVULGAÇÕES		LOCALIZAÇÃO/OMISSÃO	VERIFICAÇÃO	PRINCÍPIOS UNGC	ODS
ENVOLVIMENTO COM STAKEHOLDERS					
102-40	Lista dos grupos de <i>Stakeholders</i>	Sustentabilidade 2. <i>Stakeholders</i>	V		
102-41	Acordos coletivos de trabalho	Sustentabilidade 6. Desempenho Ambiental	V	3	8
102-42	Identificação e seleção de <i>Stakeholders</i>	Sustentabilidade 2. <i>Stakeholders</i>	V		
102-43	Abordagem de envolvimento com <i>Stakeholders</i>	Sustentabilidade 6. Desempenho Ambiental. Em 2018, foi efetuado um estudo de satisfação a clientes, referente ao ano e 2017.	V		
102-44	Principais questões e preocupações levantadas pelos <i>Stakeholders</i>	Sustentabilidade 2. <i>Stakeholders</i> ; Resultados e Indicadores 5. Sobre o Relatório	V		
PRÁTICA DE REPORTE					
102-45	Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	Organização 5. Estrutura; Resultados e Indicadores 5. Sobre o Relatório	V		
102-46	Definição do conteúdo do relatório e dos limites dos tópicos	Resultados e Indicadores 5. Sobre o Relatório	V		
102-47	Lista dos tópicos materiais	Resultados e Indicadores 5. Sobre o Relatório	V		
102-48	Reformulação de informação	Resultados e Indicadores 5. Sobre o Relatório	V		
102-49	Alterações no relatório	Resultados e Indicadores 5. Sobre o Relatório	V		
102-50	Período de reporte	Resultados e Indicadores 5. Sobre o Relatório	V		
102-51	Data do relatório mais recente	2018	V		
102-52	Ciclo de relatórios	Resultados e Indicadores 5. Sobre o Relatório	V		
102-53	Contacto para questões sobre o relatório	Resultados e Indicadores 5. Sobre o Relatório	V		
102-54	Opção “de acordo” com os GRI <i>Standards</i>	Resultados e Indicadores 5. Sobre o Relatório	V		
102-55	Índice de conteúdo GRI	Resultados e Indicadores 3. Índice GRI	V		
102-56	Verificação externa	Resultados e Indicadores 4. Relatório Independente de Garantia Limitada de Fiabilidade	V		



3. ÍNDICE GRI

TABELA GRI PARA A OPÇÃO “ESSENCIAL”

CONTEÚDOS PADRÃO ESPECÍFICOS																	
DIVULGAÇÕES E FORMAS DE GESTÃO	LOCALIZAÇÃO/OMISSÃO	VERIFICAÇÃO	PRINCÍPIOS UNGC	ODS													
GRI 200 - DIVULGAÇÕES ECONÓMICAS																	
GRI 201 - DESEMPENHO ECONÓMICO																	
201-1	Valor económico direto gerado e distribuído	Sustentabilidade 5. Desempenho Económico Criação e distribuição de valor	V		2 5 7 8 9												
201-2	Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades para a organização devido às alterações climáticas	Organização 6. Modelo de Governo; 7. Gestão de Risco; Sustentabilidade 6. Desempenho Ambiental – Energia e Clima	V		13												
201-3	Obrigações dos planos de benefícios definidos e outros planos de reforma	<p style="text-align: right;">2018</p> <table border="1"> <tr><td>Patrimónios a 31.12.2017</td><td>6.825.367</td></tr> <tr><td>Pensões e Resgates</td><td>-783.885</td></tr> <tr><td>Transferências</td><td>-580.000</td></tr> <tr><td>Rendimentos dos Planos</td><td>-227.363</td></tr> <tr><td>Contribuições para o fundo</td><td>580.000</td></tr> <tr><td>Situação a 31.12.2018</td><td>5.814.119</td></tr> </table>	Patrimónios a 31.12.2017	6.825.367	Pensões e Resgates	-783.885	Transferências	-580.000	Rendimentos dos Planos	-227.363	Contribuições para o fundo	580.000	Situação a 31.12.2018	5.814.119	V		
Patrimónios a 31.12.2017	6.825.367																
Pensões e Resgates	-783.885																
Transferências	-580.000																
Rendimentos dos Planos	-227.363																
Contribuições para o fundo	580.000																
Situação a 31.12.2018	5.814.119																
201-4	Benefícios financeiros significativos recebidos pelo governo	<p style="text-align: right;">DIMENSÕES 2018</p> <table border="1"> <tr><td>SIFIDE</td><td>590.686</td></tr> <tr><td>SI_Inovação (Prémio de Realização)</td><td>-</td></tr> <tr><td>ADI (Fundo Perdido)</td><td>-</td></tr> <tr><td>SI I&D (Fundo Perdido)</td><td>-</td></tr> <tr><td>Outros</td><td>1.022</td></tr> <tr><td>TOTAL</td><td>591.707</td></tr> </table>	SIFIDE	590.686	SI_Inovação (Prémio de Realização)	-	ADI (Fundo Perdido)	-	SI I&D (Fundo Perdido)	-	Outros	1.022	TOTAL	591.707	V		
SIFIDE	590.686																
SI_Inovação (Prémio de Realização)	-																
ADI (Fundo Perdido)	-																
SI I&D (Fundo Perdido)	-																
Outros	1.022																
TOTAL	591.707																
GRI 202 - PRESENÇA NO MERCADO																	
202-1	Rácio entre o salário mais baixo e o salário mínimo local, por género	Resultados e Indicadores 1. Resultados Consolidados 2018	V	6	1 5 8												

CONTEÚDOS PADRÃO ESPECÍFICOS					
DIVULGAÇÕES E FORMAS DE GESTÃO	LOCALIZAÇÃO/OMISSÃO	VERIFICAÇÃO	PRINCÍPIOS UNGC	ODS	
GRI 203 - IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRETOS					
203-1	Investimentos em infraestruturas e serviços apoiados	Sustentabilidade 7. Desempenho Social – Desenvolvimento da Comunidade Foi dado apoio em produto a escolas, associações e instituições de cariz social. Na impossibilidade de responder a todas as solicitações, com critério, demos resposta positiva a 304 pedidos de ajuda, dentre 752 que chegaram de todo o país. No Natal 2018, promovemos internamente a campanha “Vamos transformar o Natal no melhor Amigo do Ambiente”, onde foi lançado o desafio aos colaboradores para recolherem e transformarem garrafas de plástico, em colaboração com o artista Robert Panda na conceção da obra escultórica “Os Estúpidos”. Este trabalho, mais a disponibilização da Cerveja Solidária de Natal, permitiu apoiar a Câmara Municipal de Matosinhos no incentivo à criação de novos modelos de negócio assentes na economia circular com o foco no plástico e associação Biosfera na transformação de embalagens de plástico em azulejos para a construção de 20 abrigos para uma comunidade piscatória residente na Ilha de Santa Luzia, em Cabo Verde.	V	6	2 5 7 9 11
203-2	Impactos económicos indiretos significativos	Sustentabilidade 7. Desempenho Social - Desenvolvimento da Comunidade	V	1	1 2 3 8 10 17
GRI 204 - PRÁTICAS DE COMPRA					
Formas de Gestão	103-1	Explicação do tema material e dos seus limites	Os temas materiais do Super Bock Group tiveram como base o cruzamento dos resultados da auscultação de <i>stakeholders</i> com a perspetiva interna da organização. Com relação direta com as Práticas de Compra, o tema “Gestão e Controlo da Cadeia de Valor” foi considerado um tema de materialidade elevada (ver capítulo: Resultados e Indicadores 5. Sobre o Relatório - Materialidade)	V	
	103-2	A forma de gestão e os seus componentes	O Super Bock Group tem promovido ao longo dos anos diversas iniciativas relacionadas com práticas de compra (ver capítulo: Sustentabilidade 3. Cadeia de Valor)		
	103-3	Evolução da forma de gestão	O Super Bock Group realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspeto e reporta-os neste relatório (ver capítulo: Sustentabilidade 3. Cadeia de Valor)		
204-1	Proporção de despesas com fornecedores locais	Percentagem fornecedores nacionais: 81% Percentagem fornecedores EU: 18% Percentagem fornecedores internacionais: 1%	V		12
GRI 205 - ANTICORRUPÇÃO					
205-2	Comunicação e formação sobre políticas e procedimentos anticorrupção	0%	V	10	16



3. ÍNDICE GRI

TABELA GRI PARA A OPÇÃO “ESSENCIAL”

CONTEÚDOS PADRÃO ESPECÍFICOS					
DIVULGAÇÕES E FORMAS DE GESTÃO	LOCALIZAÇÃO/OMISSÃO	VERIFICAÇÃO	PRINCÍPIOS UNGC	ODS	
GRI 300 - DIVULGAÇÕES AMBIENTAIS					
GRI 301 - MATERIAIS					
301-1	Consumo de materiais por peso ou volume	Sustentabilidade 6. Desempenho Ambiental – Consumo de materiais	V	7 e 8	8 12
301-2	Produtos recuperados e respetivos materiais das embalagens	Sustentabilidade 6. Desempenho Ambiental – Subprodutos com segunda vida	V		
GRI 302 - ENERGIA					
302-1	Consumo de energia dentro da organização	Sustentabilidade 6. Desempenho Ambiental – Energia e Clima - Uso direto de energia primária, Uso indireto de energia; Consumo de Energia	V	7 e 8	7 8 12 13
302-3	Intensidade energética	Sustentabilidade 6. Desempenho Ambiental – Energia e Clima - Consumo de Energia	V	8	
302-4	Redução do consumo de energia	Sustentabilidade 6. Desempenho Ambiental – Energia e Clima - Uso direto de energia primária, Uso indireto de energia; Consumo de Energia	V	8 e 9	
GRI 303 - ÁGUA					
303-1	Captação de água por fonte	Sustentabilidade 6. Desempenho Ambiental – Consumo de Água	V	7 e 8	6
303-3	Percentagem e volume total de água reciclada e reutilizada	Sustentabilidade 6. Desempenho Ambiental – Consumo de Água	V	7 e 8	6
GRI 305 - EMISSÕES					
305-1	Emissões diretas de Gases de Efeito de Estufa - GEE (Âmbito 1)	Sustentabilidade 6. Desempenho Ambiental – Energia e Clima - Emissões de gases com efeito de estufa	V	7 e 8	3 12 13 14 15
305-2	Emissões indiretas de GEE (Âmbito 2)	Sustentabilidade 6. Desempenho Ambiental – Energia e Clima - Emissões de gases com efeito de estufa	V	7 e 8	3 12 13 14 15

CONTEÚDOS PADRÃO ESPECÍFICOS																													
DIVULGAÇÕES E FORMAS DE GESTÃO	LOCALIZAÇÃO/OMISSÃO	VERIFICAÇÃO	PRINCÍPIOS UNGC	ODS																									
305-4	Intensidade das emissões de GEE	Sustentabilidade 6. Desempenho Ambiental – Energia e Clima - Emissões de gases com efeito de estufa	V	8	13 14 15																								
305-5	Redução de emissões de GEE	Sustentabilidade 6. Desempenho Ambiental – Energia e Clima - Emissões de gases com efeito de estufa	V	8 e 9	13 14 15																								
305-6	Emissões de substâncias que destroem a camada do ozono	Em 2018 foi registada uma quantidade de 7,3 kg de R22 decorrente de fugas.	V	7 e 8	3 12 13																								
305-7	Óxidos de azoto (NO _x), óxidos de enxofre (SO _x) e outras emissões significativas	Sustentabilidade 6. Desempenho Ambiental – Emissões, Efluente e Resíduos - Controlo das emissões para o ar	V	7 e 8	3 12 14 15																								
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Emissões (t)</th> <th>2016</th> <th>2017</th> <th>2018</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>NO_x</td> <td>69</td> <td>73</td> <td>63</td> </tr> <tr> <td>SO₂</td> <td>5</td> <td>3</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Partículas</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>COV</td> <td>119</td> <td>137</td> <td>132</td> </tr> <tr> <td>NH₃</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>2</td> </tr> </tbody> </table>						Emissões (t)	2016	2017	2018	NO _x	69	73	63	SO ₂	5	3	3	Partículas	1	1	1	COV	119	137	132	NH ₃	0	0	2
Emissões (t)	2016	2017	2018																										
NO _x	69	73	63																										
SO ₂	5	3	3																										
Partículas	1	1	1																										
COV	119	137	132																										
NH ₃	0	0	2																										
GRI 306 - RESÍDUOS E EFLUENTES																													
306-1	Descargas de água por qualidade e por destino	Sustentabilidade 6. Desempenho Ambiental – Emissões, Efluente e Resíduos - Emissões para a água	V	8	3 6 12 14																								
306-2	Resíduos por tipo e por destino	Sustentabilidade 6. Desempenho Ambiental – Emissões, Efluente e Resíduos – Recolha Seletiva dos Resíduos	V	8	3 6 12																								
306-3	Derrames significativos	Em 2018 não ocorreram derrames significativos. Contudo, registaram-se cinco pequenos incidentes no Centro de Produção de Leça do Balio, dois devido a derrames de produtos químicos e três devido a derrame de óleos de hidráulico. Nenhum teve impacto no solo ou na água. Foram prontamente absorvidos ou encaminhados para a rede de águas industriais e tratados na ETAR	V	8	3 6 12 14 15																								
GRI 307 - COMPLIANCE AMBIENTAL																													
307-1	Não conformidade com as leis e regulamentos ambientais	Em 2018 o Super Bock Group não teve não conformidades com as leis e regulamentos ambientais.	V	8	16																								

3. ÍNDICE GRI

TABELA GRI PARA A OPÇÃO “ESSENCIAL”

CONTEÚDOS PADRÃO ESPECÍFICOS						
DIVULGAÇÕES E FORMAS DE GESTÃO		LOCALIZAÇÃO/OMISSÃO		VERIFICAÇÃO	PRINCÍPIOS UNGC	ODS
GRI 308 - AVALIAÇÃO AMBIENTAL DE FORNECEDORES						
Formas de Gestão	103-1	Explicação do tema material e dos seus limites	Os temas materiais do Super Bock Group tiveram como base o cruzamento dos resultados da auscultação de <i>stakeholders</i> com a perspetiva interna da organização. Com relação direta com as Práticas de Compra, o tema “Gestão e Controlo da Cadeia de Valor” foi considerado um tema de materialidade elevada (ver capítulo: Resultados e Indicadores 5 . Sobre o Relatório - Materialidade)	V		
	103-2	A forma de gestão e os seus componentes	O Super Bock Group tem promovido ao longo dos anos diversas iniciativas relacionadas com práticas de compra (ver capítulo: Sustentabilidade 3 . Cadeia de Valor)			
	103-3	Evolução da forma de gestão	O Super Bock Group realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspeto e reporta-os neste relatório (ver capítulo: Sustentabilidade 3 . Cadeia de Valor)			
	308-1	Novos fornecedores que foram seleccionados com base em critérios ambientais	No ano de 2018 o Super Bock Group utilizou no processo de seleção de fornecedores os princípios expressos no código de conduta de fornecedores, que garante um alinhamento com a estratégia da empresa do ano de 2018.	V	8	
	308-2	Impactes ambientais negativos na cadeia de abastecimento e ações tomadas	No ano de 2018 o Super Bock Group não identificou nenhum fornecedor com impactes ambientais significativos negativos de acordo com os critérios definidos no código de conduta de fornecedores, que está alinhado estratégia da empresa do ano de 2018.	V	8	
GRI 400 - DIVULGAÇÕES SOCIAIS						
GRI 401 - EMPREGO						
Formas de Gestão	103-1	Explicação do tema material e dos seus limites	Os temas materiais do Super Bock Group tiveram como base o cruzamento dos resultados da auscultação de <i>stakeholders</i> com a perspetiva interna da organização. Com relação direta com os colaboradores, o tema “Gestão Interna de Recursos Humanos” foi considerado um tema de materialidade elevada (ver capítulo: Resultados e Indicadores 5 . Sobre o Relatório - Materialidade)	V		
	103-2	A forma de gestão e os seus componentes	O Super Bock Group tem promovido ao longo dos anos diversas iniciativas relacionadas com os colaboradores (ver capítulo: Sustentabilidade 7 . Desempenho Social)			
	103-3	Evolução da forma de gestão	O Super Bock Group realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspeto e reporta-os neste relatório (ver capítulo: Sustentabilidade 7 . Desempenho Social)			

CONTEÚDOS PADRÃO ESPECÍFICOS							
DIVULGAÇÕES E FORMAS DE GESTÃO		LOCALIZAÇÃO/OMISSÃO		VERIFICAÇÃO	PRINCÍPIOS UNGC	ODS	
401-1	Novas contratações e rotatividade de colaboradores	Sustentabilidade 7. Desempenho Social – Os nossos Colaboradores em 2018		V		5 8	
		2018					
		Entradas	Total				158
			Portugal				155
			Moçambique				-
		Entradas por localização (n.º)	França				-
			Espanha				1
			Macau + Alemanha				2
			<30				83
		Entradas por faixa etária (n.º)	30 a 50				70
			>50				5
			Homens				98
		Entradas por género (n.º)	Mulheres				60
			Total				14%
		Taxa de novas contratações (%)	Homens				8%
			Mulheres				5%
			<30				7%
			30 a 50				6%
			>50				0,4%
			Saídas				Total
Saídas por localização (n.º)	Portugal	81					
	Moçambique	39					
	França	-					
	Espanha	-					
	Macau + Alemanha	1					
	<30	41					
	30 a 50	57					
Saídas por faixa etária (n.º)	>50	23					
	Homens	75					
Saídas por género (n.º)	Mulheres	46					
	Total	10%					
Taxa saídas (%)	Homens	6%					
	Mulheres	4%					
	<30	3%					
	30 a 50	5%					
	>50	2%					



3. ÍNDICE GRI

TABELA GRI PARA A OPÇÃO “ESSENCIAL”

CONTEÚDOS PADRÃO ESPECÍFICOS										
DIVULGAÇÕES E FORMAS DE GESTÃO		LOCALIZAÇÃO/OMISSÃO			VERIFICAÇÃO	PRINCÍPIOS UNGC	ODS			
GRI 403 - SAÚDE E SEGURANÇA OCUPACIONAL										
Formas de Gestão	103-1	Explicação do tema material e dos seus limites	Os temas materiais do Super Bock Group tiveram como base o cruzamento dos resultados da auscultação de <i>stakeholders</i> com a perspetiva interna da organização. Com relação direta com a saúde e segurança, o tema “Saúde, Segurança e Higiene no Trabalho” foi considerado um tema de materialidade elevada (ver capítulo: Resultados e Indicadores 5 . Sobre o Relatório - Materialidade)			V				
	103-2	A forma de gestão e os seus componentes	O Super Bock Group tem promovido ao longo dos anos diversas iniciativas relacionadas com a saúde e segurança (ver capítulo: Sustentabilidade 7 . Desempenho Social)							
	103-3	Evolução da forma de gestão	O Super Bock Group realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspeto e reporta-os neste relatório (ver capítulo: Sustentabilidade 7 . Desempenho Social)							
403-2	Tipos e taxas de acidentes, doenças ocupacionais, dias perdidos, absentismo e número de mortes relacionadas com o trabalho		Indicador	2016	2017	2018	V	3 8		
				Total	M	F				
			Acidentes (N.º)	129	110	116			98	18
			Dias perdidos por acidente de trabalho (N.º)	1114	521	657			530	127
			Óbitos relacionados com trabalho (N.º)	1	-	-			-	-
			LTAR	39	17	19			-	-
			Taxa de absentismo (%) (total de dias perdidos por absentismo/n.º total de dias potenciais)	4,8	4,0	4,4			3,6	6,3
GRI 404 - FORMAÇÃO E EDUCAÇÃO										
Formas de Gestão	103-1	Explicação do tema material e dos seus limites	Os temas materiais do Super Bock Group tiveram como base o cruzamento dos resultados da auscultação de <i>stakeholders</i> com a perspetiva interna da organização. Com relação direta com os colaboradores, o tema “Gestão Interna de Recursos Humanos” foi considerado um tema de materialidade elevada (ver capítulo: Resultados e Indicadores 5 . Sobre o Relatório - Materialidade)			V				
	103-2	A forma de gestão e os seus componentes	O Super Bock Group tem promovido ao longo dos anos diversas iniciativas relacionadas com os colaboradores (ver capítulo: Sustentabilidade 7 . Desempenho Social)							
	103-3	Evolução da forma de gestão	O Super Bock Group realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspeto e reporta-os neste relatório (ver capítulo: Sustentabilidade 7 . Desempenho Social)							
404-1	Médias de horas de formação por ano e por colaborador	Sustentabilidade 7 . Desempenho Social - Formação			V	6	4 5 8			

CONTEÚDOS PADRÃO ESPECÍFICOS							
DIVULGAÇÕES E FORMAS DE GESTÃO		LOCALIZAÇÃO/OMISSÃO			VERIFICAÇÃO	PRINCÍPIOS UNGC	ODS
GRI 405 - DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES							
Formas de Gestão	103-1	Explicação do tema material e dos seus limites	Os temas materiais do Super Bock Group tiveram como base o cruzamento dos resultados da auscultação de <i>stakeholders</i> com a perspetiva interna da organização. Com relação direta com a diversidade e igualdade de oportunidades dos colaboradores, o tema “Gestão Interna de Recursos Humanos” foi considerado um tema de materialidade elevada (ver capítulo: Resultados e Indicadores 5 . Sobre o Relatório - Materialidade)			V	
	103-2	A forma de gestão e os seus componentes	O Super Bock Group tem promovido ao longo dos anos diversas iniciativas relacionadas com a diversidade e igualdade de oportunidades dos colaboradores (ver capítulo: Sustentabilidade 7 . Desempenho Social)				
	103-3	Evolução da forma de gestão	O Super Bock Group realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspeto e reporta-os neste relatório (ver capítulo: Sustentabilidade 7 . Desempenho Social)				
405-1	Diversidade dos órgãos de <i>governance</i> e dos colaboradores	Sustentabilidade 7 . Desempenho Social - Os colaboradores do Super Bock Group distribuem-se da seguinte forma			V	6	5 8
407 - LIBERDADE DE ASSOCIAÇÃO E NEGOCIAÇÃO COLETIVA							
Formas de Gestão	103-1	Explicação do tema material e dos seus limites	Os temas materiais do Super Bock Group tiveram como base o cruzamento dos resultados da auscultação de <i>stakeholders</i> com a perspetiva interna da organização. Com relação direta com a liberdade de associação e negociação coletiva, o tema “Gestão Interna de Recursos Humanos” foi considerado um tema de materialidade elevada (ver capítulo: Resultados e Indicadores 5 . Sobre o Relatório - Materialidade)			V	
	103-2	A forma de gestão e os seus componentes	O Super Bock Group tem promovido ao longo dos anos diversas iniciativas relacionadas com a liberdade de associação e negociação coletiva (ver capítulo: Sustentabilidade 7 . Desempenho Social)				
	103-3	Evolução da forma de gestão	O Super Bock Group realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspeto e reporta-os neste relatório (ver capítulo: Sustentabilidade 7 . Desempenho Social)				
407-1	Operações e fornecedores em que o direito à liberdade de associação e negociação coletiva pode estar em risco	O Super Bock Group declara no seu Código de Conduta de Fornecedores rejeitar toda e qualquer forma de violação do direito de liberdade de associação e negociação.			V	3	8
408 - TRABALHO INFANTIL (ASPETO MATERIAL)							
Formas de Gestão	103-1	Explicação do tema material e dos seus limites	Os temas materiais do Super Bock Group tiveram como base o cruzamento dos resultados da auscultação de <i>stakeholders</i> com a perspetiva interna da organização. Com relação direta com o trabalho infantil, o tema “Gestão Interna de Recursos Humanos” foi considerado um tema de materialidade elevada (ver capítulo: Resultados e Indicadores 5 . Sobre o Relatório - Materialidade)			V	
	103-2	A forma de gestão e os seus componentes	O Super Bock Group tem promovido ao longo dos anos diversas iniciativas relacionadas com o trabalho infantil (ver capítulo: Sustentabilidade 7 . Desempenho Social)				
	103-3	Evolução da forma de gestão	O Super Bock Group realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspeto e reporta-os neste relatório (ver capítulo: Sustentabilidade 7 . Desempenho Social)				



3. ÍNDICE GRI

TABELA GRI PARA A OPÇÃO “ESSENCIAL”

CONTEÚDOS PADRÃO ESPECÍFICOS					
DIVULGAÇÕES E FORMAS DE GESTÃO		LOCALIZAÇÃO/OMISSÃO	VERIFICAÇÃO	PRINCÍPIOS UNGC	ODS
408-1	Operações e fornecedores com risco significativo de incidentes de trabalho infantil	O Super Bock Group declara no seu Código de Conduta de Fornecedores rejeitar toda e qualquer forma de trabalho infantil.	V	5	8 16
GRI 413 - COMUNIDADES LOCAIS					
413-1	Operações com envolvimento da comunidade local, avaliação de impactos e desenvolvimento de programas	Sustentabilidade 7. Desempenho Social - Desenvolvimento da Comunidade	V	1	
GRI 414 - AVALIAÇÃO SOCIAL DE FORNECEDORES					
Formas de Gestão	103-1	Explicação do tema material e dos seus limites	V		
	103-2	A forma de gestão e os seus componentes			
	103-3	Evolução da forma de gestão			
414-1	Novos fornecedores que foram selecionados com base em critérios sociais	No ano de 2018 o Super Bock Group utilizou no processo de seleção de fornecedores os princípios expressos no código de conduta de fornecedores, que garante um alinhamento com a estratégia da empresa do ano de 2018.	V	8	
414-2	Impactos sociais negativos na cadeia de abastecimento e medidas tomadas	No ano de 2018 o Super Bock Group não identificou nenhum fornecedor com impactos sociais significativos negativos de acordo com os critérios definidos no código de conduta de fornecedores, que está alinhado estratégia da empresa do ano de 2018.	V		5 8 16
GRI 416 - SAÚDE E SEGURANÇA DO CLIENTE					
Formas de Gestão	103-1	Explicação do tema material e dos seus limites	V		
	103-2	A forma de gestão e os seus componentes			
	103-3	Evolução da forma de gestão			

CONTEÚDOS PADRÃO ESPECÍFICOS					
DIVULGAÇÕES E FORMAS DE GESTÃO		LOCALIZAÇÃO/OMISSÃO	VERIFICAÇÃO	PRINCÍPIOS UNGC	ODS
416-1	Avaliação dos impactos na saúde e segurança das categorias de produtos e serviços	Sustentabilidade 7. Desempenho Social - Conformidade As auditorias de SST são realizadas por uma entidade externa - Interprev, por forma a dar resposta ao requisito legal relativo ao serviço de segurança e saúde no trabalho (DL3/2014). Em 2018, foi reforçado este acompanhamento no âmbito do projeto das auditorias efetuadas internamente (20), a fornecedores (25) e pontos de venda (1159).	V		
416-2	Não-conformidades relativas aos impactos na saúde e segurança das categorias de produtos e serviços	Em 2018, o SBG não teve não conformidades com regulamentos e códigos voluntários por parte das entidades oficiais.	V		16
GRI 417 - MARKETING E ROTULAGEM					
Formas de Gestão	103-1	Explicação do tema material e dos seus limites	V		
	103-2	A forma de gestão e os seus componentes			
	103-3	Evolução da forma de gestão			
417-1	Requisitos de informação e rotulagem para produtos e serviços	Na rotulagem, para além da informação de carácter legal (a lista de ingredientes, por exemplo), disponibilizamos um conjunto de informações, quantitativas e qualitativas, de interesse para os consumidores, como sejam os avisos para grávidas nas bebidas com álcool ou a referência ao modo de conservação do produto. A elaboração da rotulagem dos produtos, realizada pela Direção da Qualidade, Ambiente e Segurança, contempla ações de controlo da conformidade legal do produto desenvolvido, desde as matérias-primas ao produto final, com base nos requisitos de qualidade e segurança alimentar. Nos rótulos dos nossos produtos fazemos ainda questão de indicar a Linha do Consumidor e o endereço do site SBG. Estabelecemos, também deste modo, canais de comunicação contínua, prestando a informação adicional que nos for solicitada.	V		12 16
417-2	Não-conformidades relativas à informação e rotulagem de produtos e serviços	Em 2018, o Super Bock Group não teve não conformidades com regulamentos e códigos voluntários por parte das entidades oficiais.	V		16
417-3	Não-conformidades relativas a comunicações de marketing	Em 2018 o Super Bock Group registou uma não conformidade.	V		

LEGENDA:

V - Verificado

Princípios UNGC - United Nations Global Compact

ODS - Objectivos de Desenvolvimento Sustentável



RELATÓRIO INDEPENDENTE DE GARANTIA LIMITADA DE FIABILIDADE



Relatório Independente de Garantia Limitada de Fiabilidade

Ex.mo. Conselho de Administração

Introdução

1 Fomos contratados pela Administração do Super Bock Group, S.G.P.S., S.A. (“Super Bock Group” ou “Empresa”) para a realização de um trabalho de garantia limitada de fiabilidade sobre os indicadores GRI, versão GRI Standards, que integram a informação de sustentabilidade, incluídos no Relatório de Gestão 2018, relativos ao ano findo em 31 de dezembro de 2018, preparados pela Empresa para efeitos de divulgação do seu desempenho anual em matéria de sustentabilidade.

Responsabilidades

2 É da responsabilidade do Conselho de Administração a preparação dos indicadores GRI, incluídos no Relatório de Gestão 2018, de acordo com as diretrizes para reporte de Sustentabilidade “Global Reporting Initiative” (GRI), versão GRI Standards, e com as instruções e critérios divulgados no Relatório de Gestão 2018, bem como a manutenção de um sistema de controlo interno apropriado, que permita uma adequada preparação da informação mencionada.

3 A nossa responsabilidade consiste em emitir um relatório de garantia limitada de fiabilidade, profissional e independente, baseado nos procedimentos realizados e especificados no parágrafo abaixo.

Âmbito

4 O trabalho que realizámos foi efetuado de acordo com a Norma Internacional sobre Trabalhos de Garantia de Fiabilidade (ISAE) 3000 (Revista) “Trabalhos de Garantia de Fiabilidade que Não Sejam Auditorias ou Revisões de Informação Financeira Histórica”, emitida pelo International Auditing and

Assurance Standards Board da International Federation of Accountants. Esta Norma exige que planeemos e executemos o trabalho de garantia limitada de fiabilidade com o objetivo de obter um grau de segurança limitado sobre se os indicadores GRI Standards estão isentos de distorções materialmente relevantes.

5 O nosso trabalho de garantia de fiabilidade limitada consistiu ainda na realização de procedimentos com o objetivo de obter um grau de segurança limitado sobre se a Empresa aplicou, na informação de sustentabilidade incluída no Relatório de Gestão 2018, as diretrizes GRI Standards, para a opção “De acordo – Essencial”.

6 Para tanto o referido trabalho consistiu em:

- (i) Indagar a gestão e principais responsáveis das áreas em análise para compreender o modo como está estruturado o sistema de informação e a sensibilidade dos intervenientes às matérias incluídas no relato;
- (ii) Identificar a existência de processos de gestão internos conducentes à implementação de políticas económicas, ambientais e de responsabilidade social;
- (iii) Verificar, numa base de amostragem, a eficácia dos sistemas e processos de recolha, agregação, validação e relato que suportam a informação de desempenho supracitada, através de cálculos e validação de dados reportados;

Price waterhouseCoopers & Associados - Sociedade de Revisores Oficiais de Contas, Lda.

Sede: Palácio Sottomayor, Rua Sousa Martins, 1 - 3º, 1069-316 Lisboa, Portugal

Receção: Palácio Sottomayor, Avenida Fontes Pereira de Melo, nº16, 1050-121 Lisboa, Portugal

Tel +351 213 599 000, Fax +351 213 599 999, www.pwc.pt

Matriculada na CRC sob o NUPC 506 628 752, Capital Social Euros 314.000

Inscrita na lista das Sociedades de Revisores Oficiais de Contas sob o nº 183 e na CMVM sob o nº 20161485

PricewaterhouseCoopers & Associados - Sociedade de Revisores Oficiais de Contas, Lda. pertence à rede de entidades que são membros da PricewaterhouseCoopers International Limited, cada uma das quais é uma entidade legal autónoma e independente.

RELATÓRIO INDEPENDENTE DE GARANTIA LIMITADA DE FIABILIDADE

- (iv) Confirmar a observância de determinadas unidades operacionais às instruções de recolha, agregação, validação e relato de informação de desempenho;
- (v) Executar, numa base de amostragem, alguns procedimentos de substanciação da informação, através de obtenção de evidência sobre informação reportada;
- (vi) Comparar os dados financeiros e económicos incluídos na informação de sustentabilidade com os auditados pela PwC SROC, no âmbito da revisão legal das demonstrações financeiras do Super Bock Group do exercício findo em 31 de dezembro de 2018;
- (vii) Analisar o processo de definição da materialidade dos temas de sustentabilidade, com base no princípio da materialidade previsto nas diretrizes GRI Standards, de acordo com a metodologia descrita pela Empresa no Relatório;
- (viii) Verificar que a informação de sustentabilidade a incluir no Relatório cumpre com os requisitos das diretrizes da GRI Standards, para a opção “De acordo – Essencial”.

7 Os procedimentos efetuados foram mais limitados do que seriam num trabalho de garantia razoável de fiabilidade, por conseguinte, foi obtida menos segurança do que num trabalho de garantia razoável de fiabilidade.

8 Entendemos que os procedimentos efetuados proporcionam uma base aceitável para a nossa conclusão.

Qualidade e independência

9 Aplicamos a Norma Internacional de Controlo de Qualidade 1 (ISQC1) e, como tal, mantemos um sistema de controlo de qualidade, incluindo políticas e procedimentos documentados relativos ao cumprimento dos requisitos éticos, normas profissionais e requisitos legais e regulatórios aplicáveis.

10 Cumprimos com os requisitos de independência e ética do código de ética do International Ethics Standards Board for Accountants (IESBA) e do código de ética da Ordem dos Revisores Oficiais de Contas (OROC).

Conclusão

11 Com base no trabalho efetuado, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a concluir que os indicadores GRI Standards que integram a informação de sustentabilidade incluída no Relatório de Gestão 2018, relativos ao ano findo em 31 de dezembro de 2018, não tenham sido preparados, em todos os aspetos materialmente relevantes, de acordo com os requisitos das diretrizes GRI Standards e com as instruções e critérios divulgados no mesmo e que o Super Bock Group não tenha aplicado, na informação de sustentabilidade incluída no Relatório de Gestão 2018, as diretrizes GRI Standards.

Restrições de uso

12 Este relatório é emitido unicamente para informação e uso do Conselho de Administração da Empresa, para efeitos da divulgação do Relatório de Gestão 2018, pelo que não deverá ser utilizado para quaisquer outras finalidades. Não assumiremos quaisquer responsabilidades perante terceiros, para além do Super Bock Group, pelo nosso trabalho e pela conclusão expressa neste relatório, o qual será disponibilizado, juntamente com o Relatório de Gestão 2018, no *website* da Empresa.

23 de julho de 2019

PricewaterhouseCoopers & Associados
- Sociedade de Revisores Oficiais de Contas, Lda.
representada por:



António Brochado Correia, R.O.C.



SOBRE O RELATÓRIO

O Super Bock Group dá continuidade à sua prática de reporte anual de informação de sustentabilidade e publica o Relatório de Gestão 2018, com informação integrada sobre o nosso desempenho a nível económico, social e ambiental.

PERÍODO DE REPORTE E ÂMBITO

O período de reporte incide sobre a atividade do Super Bock Group durante o ano de 2018 – 1 de janeiro a 31 de dezembro – e inclui, sempre que apropriado, a evolução dos principais indicadores, tendo em vista uma melhor compreensão do progresso alcançado nos últimos anos.

No que respeita a indicadores operacionais, resumimos esta análise a partir dos indicadores específicos, em função do volume de produção, de modo a melhor refletir a eficiência de gestão dos recursos associados.

No caso dos indicadores de recursos humanos incluímos informação da operação comercial em Moçambique.

Global Reporting Initiative (GRI), Princípios UNGC (United Nations Global Compact) e ODS (Objetivos Do Desenvolvimento Sustentável)

Este relatório foi elaborado de acordo com os GRI *Standards* para a opção “De acordo” Essencial. O reporte da atividade evidencia a nossa atuação ao nível dos Princípios UNGC e dos ODS.

VERIFICAÇÃO EXTERNA

Este relatório foi verificado pela PricewaterhouseCoopers & Associados - Sociedade de Revisores Oficiais de Contas, Lda.

CONTACTOS

Se necessitar de mais informações ou esclarecimentos suplementares, sobre todos os Relatórios de Gestão, ou desejar fazer comentários e sugestões, por favor não hesite em contactar-nos:
Super Bock Bebidas, S.A. - Comunicação, Tel: 00 351 229052100
email: sbg.direto@superbock-group.com;
Morada: Apartado 1044 - 4466-955 São Mamede de Infesta.

MATERIALIDADE

A estrutura e conteúdos do presente relatório encontram-se alinhados com a matriz de materialidade que identifica os temas mais relevantes para o Super Bock Group e seus *stakeholders*.

