

Informe de Impactos 2025



positive co.

1. Acerca de este informe 04

2. Mensaje de los fundadores 05

3. Quiénes somos 06

3.1 NUESTRA ESENCIA 06

3.2 CONSTRUYENDO NUESTRO LEGADO 07

4. Reconocimientos y certificaciones 10

5. Productos 12

5.1 NUESTROS PILARES 12

5.2 INNOVACIÓN 13

5.3 COMPROMISO CON LA CALIDAD Y LA SOSTENIBILIDAD 14

5.4 ENFOQUE EN LA ALIMENTACIÓN SEGURA E INCLUSIVA 15

6. Ciclo de vida del producto 16

6.1 FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA 16

6.2 PRODUCCIÓN ORGÁNICA 17

6.3 APOYO A LOS AGRICULTORES 18

6.4 SUMINISTRO DE INSUMOS 18

6.5 EMBALAJE 19

6.6 CO-EMBALAJE 20

6.7 LOGÍSTICA 21

6.8 ESTADO DE EVALUACIÓN DEL CICLO DE VIDA 22

7. Materialidad 25

8. Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS) 27

9. Personas y Comunidad 28

9.1 CULTURA ORGANIZACIONAL	28
9.2 DESARROLLO PROFESIONAL	30
9.3 DIVERSIDAD, IGUALDAD E INCLUSIÓN	30
9.4 SALUD, SEGURIDAD Y BIENESTAR	31
9.5 COMPROMISO SOCIAL Y DONACIONES	31
9.6 RELACIÓN CON LOS ACCIONISTAS	33

10. Gobernanza 35

10.1 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	35
10.2 COMITÉ DE IMPACTOS	36
10.3 ÉTICA Y TRANSPARENCIA	37

11. Mirando hacia el futuro 38

1. Acerca de este informe

Este es el primer Informe de Impactos de Positive Company. En él se presenta la historia de la empresa, los resultados, los logros y los retos de 2024, así como las perspectivas futuras de la empresa. A lo largo del informe se detalla quién es Positive Company, sus productos y su desempeño socioambiental.

Para enviar contribuciones, información, sugerencias y críticas sobre el contenido de este informe, póngase en contacto con nosotros a través del correo electrónico:

qualidade@positiveco.com.br ↗

Este informe es interactivo y puede contener códigos QR para sitios web externos o referencias a terceros. No se puede garantizar que no se produzcan cambios en el dominio de alguno de estos sitios web a partir de la fecha de publicación de este informe. Siempre que haya un enlace externo, irá acompañado de un código QR que dirigirá al contenido correspondiente.





2. Mensaje de los fundadores

Antes de crear nuestra primera marca, ya teníamos un propósito muy claro: construir una empresa capaz de unir impacto y resultados, responsabilidad y crecimiento, propósito y coherencia.

Con este ideal, en 2015 nació A Tal da Castanha, la primera marca de Positive Company. **No se creó solo para lanzar un producto, sino para dar forma a un sueño mayor:** demostrar que los negocios pueden ser innovadores, éticos y sostenibles, sin renunciar a la solidez y la generación de valor.

Desde entonces, hemos crecido, madurado y consolidado nuestra propia forma de hacer las cosas. Una forma guiada por valores que no negociamos:

**verdad, ética,
transparencia, autenticidad
e innovación.**

Queremos ser recordados no solo por lo que ofrecemos al mercado, sino también por la forma en que lo ofrecemos,

con **consistencia, profundidad, respeto y un fuerte compromiso y responsabilidad con nuestros consumidores.**

Este Informe de Impactos muestra cómo ponemos en práctica nuestro propósito. Aquí están nuestros logros, cifras e historias que reflejan un trabajo colectivo: de colaboradores, socios y consumidores que creen con nosotros que es posible sembrar el bien y cosechar futuros mejores.

Seguimos firmes en nuestro compromiso de **no ser la mejor empresa del mundo, sino una de las mejores empresas para el mundo.** Una empresa que crece con responsabilidad, genera valor y construye, cada día, un legado positivo para las personas y para el planeta.

**Felipe Carvalho
& Rodrigo Carvalho**

Fundadores de Positive Company

3. Quiénes Somos

Positive Company es una plataforma de marcas brasileñas cuyo objetivo es promover el bienestar de las personas y del planeta. Sus marcas **A Tal da Castanha**, **PlantCo**, **Plant Power**, **Possible**, **Jungle** y **Zaya**, ofrecen productos naturales, de origen vegetal y, siempre que es posible, elaborados con ingredientes orgánicos.

Más que una productora de alimentos y suplementos, Positive Company forma parte de un movimiento global por la sostenibilidad y el bienestar que busca asociar los resultados financieros con la generación de un impacto socioambiental positivo.

3.1 Nuestra esencia

Destacamos la esencia de Positive Company a través de su identidad organizacional: propósito, misión, visión y valores.

PROPÓSITO:

Llevar salud a las personas y construir un legado positivo.

MISIÓN

Hacer la vida más ligera y equilibrada, promoviendo el bienestar de las personas y del medio en el que vivimos.

VISÃO

Para 2030, ser una de las principales plataformas de alimentación saludable e impacto positivo del país.

VALORES

→ Responsabilidad
→ Transparencia
→ Autenticidad
→ Verdad

→ Emprendimiento
→ Innovación
→ Impacto positivo

3.2 Construyendo nuestro legado

Antes de la fundación de Positive Company, se desarrolló una *startup* incubada dentro de la empresa **Amêndoas do Brasil**, aún en fase embrionaria, en **2013**. Al año siguiente, se publicó la primera entrada de **A Tal da Castanha** en Instagram, con tres polaroids y una hoja de anacardo pegadas en la pared, simbolizando la idea de llevar al mundo los beneficios de las nueces, una porción a la vez.



2015

Lanzamiento de **A Tal da Castanha**, la primera marca nacional de bebidas a base de castaña de caju.

Lanzamiento de **Original**, la primera bebida vegetal a base de castaña de caju de Brasil.

Primera participación en la feria nacional Naturaltech.

Se pone en marcha la primera tienda online de A Tal da Castanha.

Participación en la feria internacional ANUGA.

Primera vez que A Tal da Castanha aparece en una revista (Boa Forma).

A Tal da Castanha fue seleccionada como una *Scale-up Endeavor*.

Participación en un programa de aceleración en Nueva York.

Lanzamiento de las bebidas **Choconuts**, **Caju+Coco** e **Caju+Pará**.

2016



2017

Lanzamiento da bebida **Mixed Nuts**.

2018

Certificación B Corp para Amêndoas do Brasil, con enfoque en los productos de A Tal da Castanha.

Lanzamiento de la bebida **Amêndoa**.

A Tal da Castanha fue elegida como la marca oficial de bebidas vegetales de Starbucks en Brasil.

Inicio de la exportación de bebidas vegetales a Portugal en la cadena *El Corte Inglés*.

Primera participación en la feria internacional Natural Expo West.

Lanzamiento de la marca **Plant Power**.



Anuncio de Positive Brands, que busca transformarse en una empresa independiente.
Lanzamiento de la bebida **Barista** y del suplemento **Jungle**.

2019

Joint venture entre **3corações** y Família Carvalho, en la empresa Positive Brands.
Lanzamiento de la bebida **Avena**.

2020

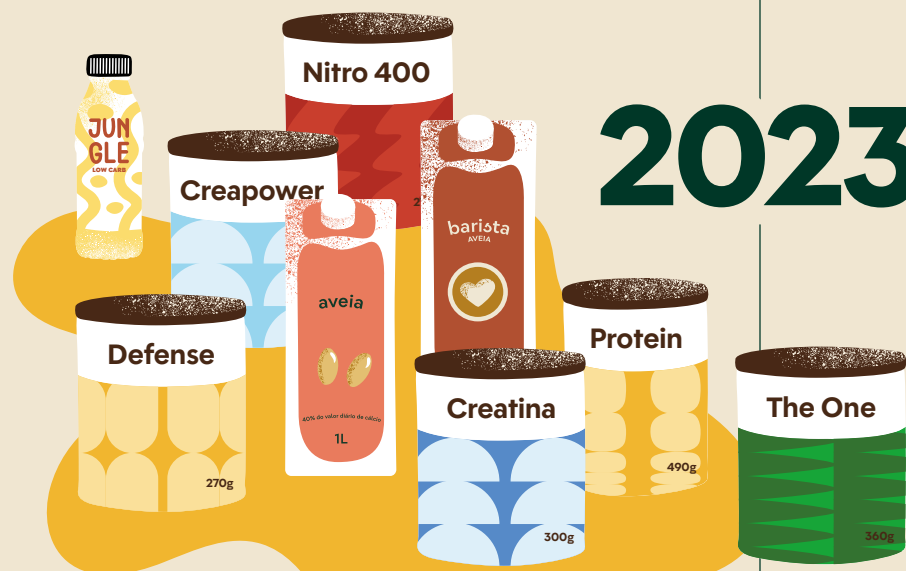


2021

Recertificación como Empresa B.
Cambio de marca y transformación de Positive Brands a Positive Company.
Cambio de marca de **Plant Power**.
Lanzamiento de la marca internacional **PlantCo**.
Lanzamiento de la bebida **Choconuts Zero**.
Lanzamiento de la colaboración entre A Tal da Castanha e Grupo **3corações: Café Latte e Cappuccino**.
Lanzamiento de la línea **Cremeria**.

2022

Liderazgo en el mercado de bebidas vegetales en Brasil.
Lanzamiento de la línea **Mini** de bebidas vegetales.
Lanzamiento del suplemento **Ultracoffee**.
Lanzamiento de **Possible**, segunda marca de bebidas vegetales.
Aumento de la capilaridad, de 6000 a 20000 puntos de venta.
Afiliación de Positive Brands a la Asociación Brasileña de Nueces, Castañas y Frutos Secos (ABNC).



2023

Inauguración de la nueva sede de Positive Company en Fortaleza.
Lanzamiento de la línea **Avena da A Tal da Castanha**.
Afiliación de Positive Company Creapower a la Asociación 300 g Defense 270 g Creatina Protein The One Brasileira de Alimentos Alternativos (ABAA) o "Base Planta".
Cambio de marca de **Jungle**.
Ampliación de la gama de productos de **Plant Power** con: **Creatine, Creapower, Nitro 400, Defense, The One y Protein**.
Lanzamiento de la tienda virtual de Positive Company.

2024

Liderazgo y reconocimiento de A Tal da Castanha

A **Tal da Castanha** llegó en 2015 con toda una revolución para cambiar la forma en que las personas se relacionan con los alimentos, permitiendo una rutina más saludable y sabrosa. A lo largo de los años, se ha construido una sólida cartera de productos sabrosos, saludables y sostenibles.



Crecimiento Significativo

A Tal da Castanha obtuvo un crecimiento del 25 % en facturación, superando la expansión del 15 % del mercado de bebidas vegetales, en el que **mantuvo** el liderazgo.

Joint Venture

En 2024, Positive Company y Marcelo Achcar firmaron una alianza estratégica en Zaya (Unnix Indústria e Comércio S.A.), una unión que combina la fuerza emprendedora de la marca con el ecosistema de innovación de Positive.

Esta *empresa conjunta* reúne competencias complementarias para acelerar el crecimiento y ampliar el alcance de los snacks saludables de **Zaya**, preservando su identidad, propósito y gestión independiente.

Reconocimiento Internacional

Tal da Castanha fue elegida la bebida vegetal preferida de los consumidores brasileños en una encuesta realizada por **Time**.



🔗 Código QR del Sitio Web de Zaya



🔗 Código QR de búsqueda Time

4. Reconocimientos y certificaciones

En 2024, Positive Company reafirmó su compromiso con la excelencia al recibir/mantener las siguientes certificaciones.

Sostenibilidad

Empresa



CERTIFICACIÓN B

El primer certificado llegó en 2018, cuando A Tal da Castanha era una *startup* incubada aún en Amêndoas do Brasil. En 2022, ya consolidada como organización independiente, Positive Company obtuvo la certificación B, reforzando el compromiso de la empresa con la sostenibilidad e involucrando a los empleados en el Movimiento B.



Pessoas



SELLO GPTW

Por segundo año consecutivo (2023 y 2024), Positive Company fue reconocida por GPTW Brasil, lo que demuestra el alto nivel de satisfacción de los empleados con la cultura y el ambiente de trabajo.

Medio Ambiente



SELLO EMPRESA AMIGA DEL MEDIO AMBIENTE

Reconocimiento de la Secretaría de Urbanismo y Medio Ambiente de Fortaleza (Ceará) por las acciones sostenibles de las empresas locales.



SELLO SVB

Garantía de que los productos no contienen ingredientes de origen animal y que los procesos de producción están libres de pruebas en animales, desde el origen hasta el producto final.

SELLOS ORGÁNICOS

Certifica que los productos cumplen con las normas y prácticas de la agricultura orgánica, de acuerdo con las certificaciones BR, NOP y UE.



BR-BIO-154
Agricultura de Brasil



eureciclo®
100%

SELLO POLEN Y SELLO EURECICLO

Desde 2017 se compensa el 100 % de los envases de los productos vendidos, superando el requisito mínimo del 32 % de la Política Nacional de Residuos Sólidos.

Salud



SELLO FODMAP FRIENDLY

Certificación que acredita el bajo contenido de FODMAP (carbohidratos fermentables que pueden causar malestar intestinal) en los alimentos.



SELLO KOSHER

Certificación que garantiza la conformidad de los ingredientes y los procesos de producción con las leyes alimentarias judías, desde la materia prima hasta el servicio de alimentación.



5. Productos

5.1 Nuestros pilares

Para ofrecer productos lo más naturales posible, con la seguridad de la salubridad que los consumidores merecen, cinco pilares fundamentales guían las marcas de Positive Company:

1

Valorización de la materia prima brasileña

Priorización de ingredientes autóctonos, celebrando la riqueza de Brasil. En 2024, el porcentaje de ingredientes nacionales comprados por A Tal da Castanha fue del 90,83 %.

2

Nutrición Genuina

Combinación de ingredientes naturales con alta densidad nutricional intrínseca.

3

Clean Label

Las recetas y formulaciones de los productos priorizan los alimentos en su esencia, sin el uso de aditivos artificiales

4

Responsabilidad Socioambiental

Optar por ingredientes locales y orgánicos siempre que sea posible, con un manejo consciente de los materiales y envases, y respeto por toda la cadena de producción.

5

Formulaciones y comunicación responsables

Colaboración de un equipo multidisciplinar (científicos, nutricionistas, médicos, químicos, ingenieros alimentarios y medioambientales) para garantizar formulaciones y comunicaciones transparentes, basadas en la ciencia y la ética.

5.2 Innovación

Positive Company fue pionera con el lanzamiento de **A Tal da Castanha** en 2015, la primera marca nacional de bebidas a base de castaña de caju. En 2019, lanzó **Jungle**, el primer suplemento hidratante natural de Brasil.

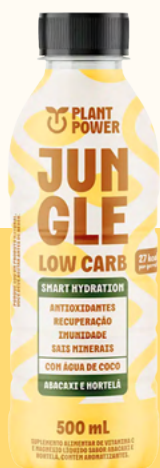
La innovación ha sido fundamental en la creación de productos que combinan inclusión alimentaria, sostenibilidad y salud. En 2024, la cartera de Positive Company alcanzó la marca de **103 productos**, impulsada por lanzamientos estratégicos:

2 nuevos sabores de la línea Jungle
piña y menta y sandía y limón

2 nuevos sabores de Ultracoffee
doble shot y crema de vainilla en versiones en lata y *en sticks*

Relanzamiento de la marca Possible
con nuevas fórmulas y sabores

Lanzamiento de las versiones en barra de los productos Nitro400 y Creapower



5.3 Compromisso com la calidad y la sostenibilidad



Con el objetivo de desarrollar productos nutritivos y de bajo impacto ambiental, el equipo de I+D (Investigación y Desarrollo) guía cada nuevo lanzamiento. El diseño de un nuevo producto se estructura en torno a procesos rigurosos. En 2024, el compromiso con la calidad y la satisfacción del consumidor se materializó en:

708 rigurosas versiones de prueba para nuevos productos

70 análisis sensoriales detallados

2.500 consumidores involucrados en un proceso de escucha activa

Positive Company invierte en iniciativas estratégicas para estrechar lazos con los consumidores y socios valiosos. Así nacieron las iniciativas **Perception** e **Inside**:



Perception

Un programa dinámico de investigaciones y análisis sensoriales directamente con los consumidores, que ofrece información valiosa y de primera mano sobre la experiencia que proporcionan los productos.



Inside

Una iniciativa proactiva que cultiva una relación más estrecha y colaborativa con los socios estratégicos, centrada en identificar oportunidades de mejora continua y catalizar nuevas ideas que impulsen la innovación en el sector alimentario.

5.4 Enfoque en una alimentación segura e inclusiva

Compromiso con la seguridad alimentaria

Todos los co-packers de Positive Company cuentan con la certificación **FSSC 22.000**, lo que eleva el estándar de calidad y seguridad de alimentos a nivel internacional.

Priorización de la salud y la inclusión alimentaria de los consumidores

Se realizan pruebas analíticas, mapeo de riesgos y un control riguroso de la contaminación cruzada, con especial atención a los alérgenos.

La transparencia en las etiquetas es innegociable

Se realizan auditorías minuciosas a nuestros socios y análisis de productos en laboratorios independientes y acreditados por la **ISO 17025**, lo que garantiza la máxima seguridad para los consumidores.

Demostrando el compromiso de Positive Company con la calidad y la total transparencia de sus productos. En 2024 se realizaron.



440

análisis de productos y

107

informes de validación en laboratorios independientes y acreditados.

6. Ciclo de vida del producto

Positive Company cree que para llevar una vida más saludable es necesario respetar el medio ambiente y su equilibrio. El compromiso de la empresa con la generación de impactos positivos se extiende a todas las etapas de la cadena de producción, desde el campo hasta la logística inversa posconsumo.

6.1 Fortaleciendo el cultivo del Anacardo

Tal da Castanha se enorgullece de fortalecer el cultivo del anacardo en Brasil, apoyando directamente el trabajo de sus proveedores de castaña de caju.

Cultivada en propiedades rurales de pequeños y medianos productores, la nuez de caju es la base de las bebidas vegetales de la marca y, sobre todo, una fuente vital de alimento, empleo e ingresos para muchas familias. En 2024, A Tal da Castanha benefició a

91

agricultores familiares en los estados do Ceará, Bahia, Maranhão y Piauí, com um total de

7.940

hectáres de superficie productiva.



6.2 Producción orgánica

El proceso de producción de la nuez de cajú es de tipo **orgánico**, en el que **100% do cultivo** está certificado por ECOCERT Brasil. De esta forma, no se utilizan pesticidas ni fertilizantes químicos, sino recursos naturales a lo largo del proceso productivo, como los desechos animales para el abono.

Destacan **5 prácticas conservacionistas del suelo** que lleva a cabo la red de productores de caju de A Tal da Castanha:



01

Lucha contra la erosión

02

No utilizar el fuego como forma de limpiar la tierra

03

Uso de métodos físicos de limpieza del suelo, como el uso de arado

04

Protección de los cuerpos de agua mediante la preservación del bosque ribereño

05

Plantación del propio árbol de cajú, que es un árbol autóctono



6.3 Apoyo a los agricultores

Como iniciativa para cuidar a los agricultores, A Tal da Castanha garantiza la compra de lotes orgánicos, promoviendo el desarrollo del cultivo del cajú y contribuyendo a mejorar las condiciones socioeconómicas de los productores. Además, la compra de lotes orgánicos garantiza una recompensa al final de cada cosecha, que sería la remuneración por la representatividad del proyecto de certificación de productores orgánicos.

6.4 Suministro de Insumos

Positive Company desarrolla sus productos predominantemente con **insumos naturales de origen vegetal**, dando prioridad a los ingredientes que ofrecen **beneficios funcionales** para la salud de los consumidores.

La selección de cada ingrediente es un pilar esencial en el enfoque de seguridad alimentaria y la inclusión de restricciones alimentarias. El riguroso proceso de Positive Company va más allá del cumplimiento de las normas, buscando **calidad, pureza, garantía de origen, perfil nutricional y ausencia de contaminantes** (metales pesados, pesticidas, microbiológicos).

Positive Company garantiza que sus productos no contienen sustancias químicas perjudiciales para la salud o el medio ambiente. Además, la creciente demanda de insumos más naturales impulsa la innovación y la sostenibilidad en el segmento de la alimentación saludable al que pertenece la empresa.

Los proveedores son seleccionados y homologados de forma rigurosa para garantizar la mejor calidad de los ingredientes. Y los procesos internos de gestión del suministro establecen directrices claras para la evaluación, aprobación y supervisión continua de los proveedores y los insumos.

El proceso de validación de productos seguros de Positive Company se lleva a cabo de la siguiente manera:



6.5 Embalajes

Todos los envases que Positive Company comercializa se compensan: esto significa que se envía a reciclar una cantidad equivalente de envases del mismo tipo de material, lo que contribuye a reducir la huella medioambiental de la empresa.

Compensación medioambiental de los envases

En colaboración con las empresas eureciclo y Polen, Positive Company ha logrado importantes resultados socioambientales, acumulados entre 2017 y 2024:

3.123,011

toneladas de envases reciclables compensadas, el equivalente al peso medio de 31.000 motocicletas populares;

1.813,38

toneladas de CO_{2eq} dejaron de emitirse, lo que equivale a las emisiones de 9.046 viajes en avión de Fortaleza a São Paulo;

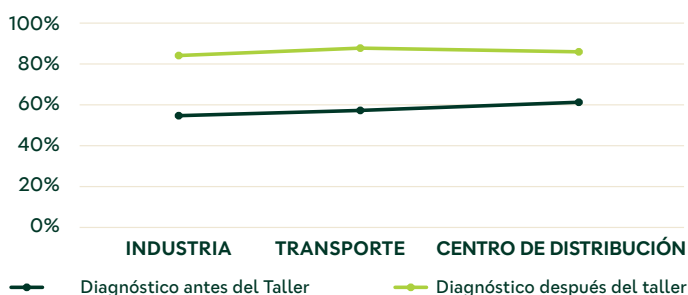
203

operadores y recicladores repartidos por todo Brasil, a los que **la empresa ha contribuido** financieramente, siendo 68 cooperativas de recolectores.

Programa Desperdicio Cero

Una parte significativa de los daños en los envases ocurre durante la distribución de los productos, lo que genera costos operativos innecesarios y pérdidas de mercancía. Con el objetivo de reducir costos y pérdidas en el mercado, en 2024 se implementó el **Programa Desperdicio Cero**, una iniciativa de Tetra Pak enfocada en la optimización de la cadena productiva. Como resultado,

la empresa obtuvo una mejora del 20% en la reducción de desperdicios en los tres segmentos evaluados: industria, transporte y centros de distribución.



Envases responsables

Todos los envases de los productos de Positive Company están identificados con los símbolos de reciclaje adecuados, y todos los envases de cartón (Tetra Pak) utilizados por la empresa cuentan con una certificación que acredita que el **papel utilizado** en los envases proceden de bosques bien gestionados y otras fuentes controladas, lo que refuerza el compromiso de la empresa con la sostenibilidad.

Para facilitar el reciclaje por parte de los consumidores, Positive Company incentiva el uso del portal **Ruta del reciclaje**, una iniciativa de la empresa Tetra Pak que mapea puntos de entrega voluntaria, comercios y cooperativas que reciben envases de cartón para reciclar. La mayoría de los lugares mapeados también reciben otros materiales reciclables, como plástico y aluminio. De esta forma, se difunde entre los consumidores una forma responsable de desechar adecuadamente los envases.



QR Code Desperdicio Zero



QR Code Papel Utilizado



QR Code Ruta de reciclaje

6.8 Estudio de evaluación del ciclo de vida

Para ser cada vez más realista, Positive Company contrató a la consultora ACV Brasil para realizar un estudio de evaluación del ciclo de vida de 24 productos de las marcas A Tal da Castanha y Possible.

El estudio de evaluación del ciclo de vida calculó las emisiones de carbono y el consumo de agua de la producción de 2024, desde el origen de los ingredientes hasta el final de la vida útil de los envases postconsumo.

Los resultados indicaron una **huella de carbono media de 0,40 kg CO₂eq por kilo producido** y una **huella hídrica media de 39 litros de agua por kilo producido**.

En la práctica, cuanto menores sean estas cifras, menor será el impacto medioambiental.



Impacto Medioambiental por kg de Producto



HUELLA DE CARBONO
EN KG DE CO_{2eq}/KG DE PRODUCTO



HUELLA HÍDRICA
EN LITROS DE AGUA/KG DE PRODUCTO



ORIGINAL (1L)

0,35 // // // // 9,87

ORIGINAL (200mL)

0,42 // // // // 13,27



ALMENDRA (1L)

0,33 // // // // 119,82

**CASTAÑA DE CAJU+
COCO (1L)**

0,35 // // // // 13,98

**CASTAÑA DE CAJU+
PARÁ (1L)**

0,32 // // // // 8,96

MIXED NUTS (1L)

0,34 // // // // 36,43



CHOCONUTS (1L)

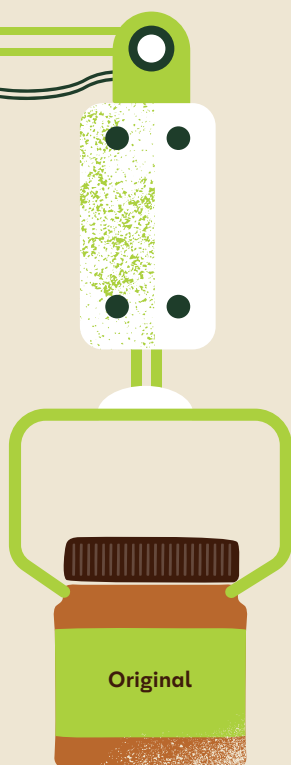
0,48 // // // // 19,97

CHOCONUTS (200mL)

0,56 // // // // 22,27

CHOCONUTS ZERO (1L)

0,46 // // // // 17,26



PASTA ORIGINAL (120g)

0,77 // // // // 31,95

PASTA CHOCONUTS (120g)

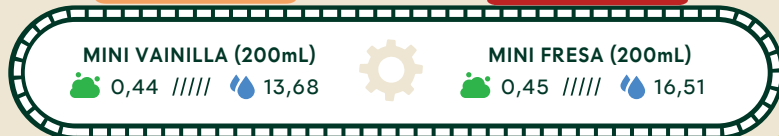
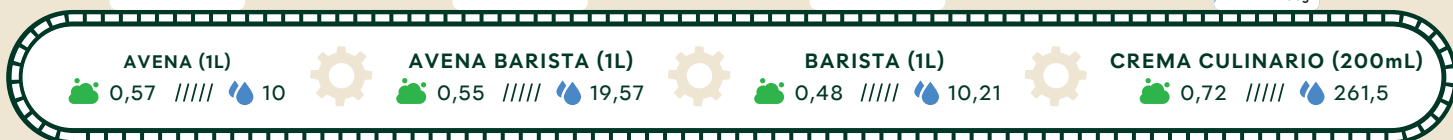
1,54 // // // // 80,25

CAPPUCCINO (200mL)

0,63 // // // // 31,98

CAFÉ LATTE (200mL)

0,58 // // // // 29,94



Porcentajes de contribución media de cada etapa do ciclo de vida

*Para elaborar los gráficos se calculó la media ponderada de las contribuciones de cada etapa a la huella de carbono total y a la huella hídrica total por el volumen de producción de los 24 productos evaluados.



HUELLA DE CARBONO 🌳

Cultivo y Procesamiento de Insumos	33%
Co-packer y Envasado	5%
Transporte e Distribución	35%
Consumo	6%
Envasado + Fin de vida	21%

HUELLA HÍDRICA 💧

Cultivo e Procesamiento de Insumos	66%
Co-packer y Envasado	9%
Transporte y Distribución	2%
Consumo	15%
Envasado + Fin de vida	8%



Es importante destacar que los resultados de la evaluación del ciclo de vida están influenciados por diversas condiciones, como las premisas establecidas, los datos seleccionados, los procesos empleados y las limitaciones del estudio. Por lo tanto, la comparación con otros estudios que presenten diferencias en estos aspectos puede ser inadecuada o generar conclusiones erróneas.

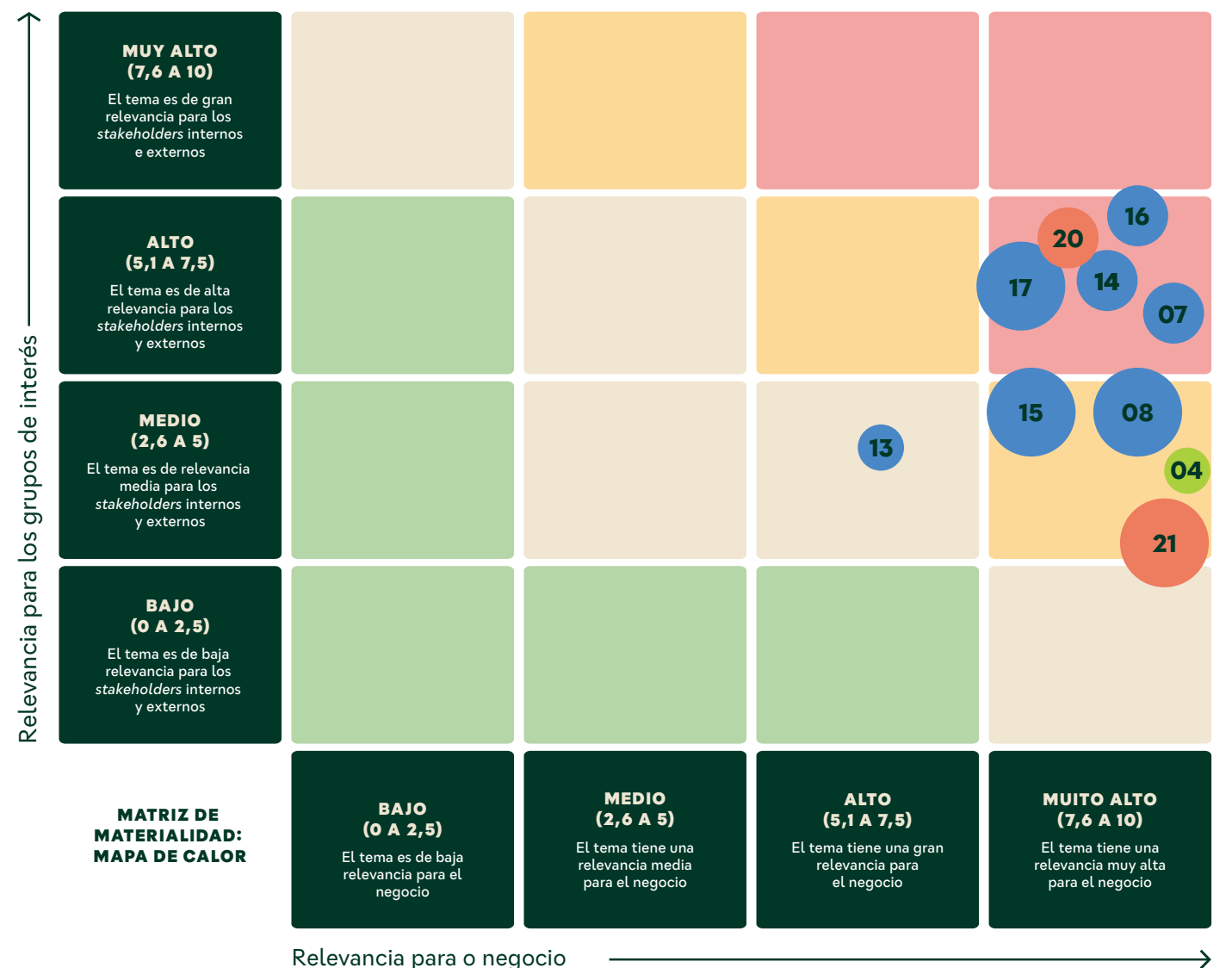
Tener una noción real y cuantificada de los impactos ambientales generados en el ciclo de vida de los productos de la empresa proporciona claridad y seguridad. Este conocimiento es esencial para que las decisiones presentes y futuras puedan orientarse de manera que se reduzcan los impactos negativos. De este modo, Positive Company puede tomar mejores decisiones, construyendo cada día una empresa mejor para el mundo.

7. Materialidad

En 2024, Positive Company realizó su primer estudio de materialidad para alinear sus prácticas con las expectativas de las partes interesadas y promover la sostenibilidad desde el punto de vista de la empresa y la sociedad. El estudio identificó y priorizó los temas más relevantes para la empresa y sus partes interesadas, lo que dio como resultado una matriz de materialidad.

La metodología aplicada siguió el concepto de doble materialidad, en el que se tienen en cuenta tanto los impactos socioambientales como la relevancia para la estrategia de la empresa. El proceso de construcción de la matriz se llevó a cabo en tres etapas: **(1) Benchmarking;** **(2) Encuesta a las partes interesadas** y **(3) Compilación y validación de los resultados.**

El cruce de información de las tres etapas anteriores condujo a la indicación de 10 temas materiales para componer la matriz de materialidad de la empresa.



LEYENDA

Grado de control y/o influencia de Positive Company sobre el tema:

BAJO (0 A 2,5)

Positive Company no tiene control ni influencia significativa sobre el tema. El resultado depende de la acción de otros.

MEDIO (2,6 A 5)

Positive Company no controla el tema, pero puede influir en las partes interesadas. El resultado depende más de otros que de Positive Company.

ALTO (5,1 A 7,5)

Positive Company controla el tema en sus operaciones y/o influye significativamente en las partes interesadas. El resultado depende de la actuación del conjunto de las partes.

MUY ALTO (7,6 A 10)

Positive Company tiene control total sobre el tema y es la principal responsable del resultado.

Los resultados obtenidos con el análisis de materialidad ESG respaldan las decisiones estratégicas sobre dónde Positive Company concentrará sus esfuerzos y recursos. Por lo tanto, los **10 temas ESG** materiales que se priorizaron en la agenda de impactos positivos de la empresa son:

Ambiental



04. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO:

analizar los impactos ambientales de los productos de Positive Company en todas las etapas de su ciclo de vida, desde la extracción de materias primas hasta el desecho de los envases posconsumo.

Social



07. SALUD, SEGURIDAD Y BIENESTAR:

implementar políticas y prácticas que garanticen la seguridad, el bienestar y la salud física y mental de los trabajadores de Positive Company.

08. CULTURA ORGANIZACIONAL:

promover un ambiente de trabajo positivo y alineado con la misión y los valores de Positive Company.

13. COMPROMISO SOCIAL Y DONACIONES:

participar activamente en iniciativas sociales y comunitarias, incluyendo donaciones y acciones de responsabilidad social.

14. RELACIÓN CON LOS CONSUMIDORES Y CLIENTES:

construir y mantener relaciones positivas con los consumidores y clientes de Positive Company, centrándose en la transparencia, la comunicación eficaz y la satisfacción de las necesidades y expectativas de los consumidores de forma ética y responsable.

15. INNOVACIÓN DE PRODUCTOS:

anticiparse a las tendencias y desarrollar nuevos productos o mejoras significativas en los productos existentes de Positive Company para satisfacer las demandas del mercado.

16. ALIMENTACIÓN SALUDABLE E INCLUSIVA:

promover una alimentación saludable entre los consumidores de los productos de Positive Company, al tiempo que se garantiza que los productos sean inclusivos para diferentes necesidades alimentarias.

17. CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA:

garantizar que los productos alimenticios cumplan con los estándares de calidad y seguridad, protegiendo la salud de los consumidores.

Gobernanza



20. ÉTICA Y TRANSPARENCIA:

practicar el negocio de forma ética y transparente, adoptando estándares de integridad y responsabilidad, garantizando que las acciones de Positive Company sean abiertas y honestas para todas las partes interesadas.

21. PROPÓSITO Y ESTRATEGIA EN RELACIÓN CON LA SOSTENIBILIDAD:

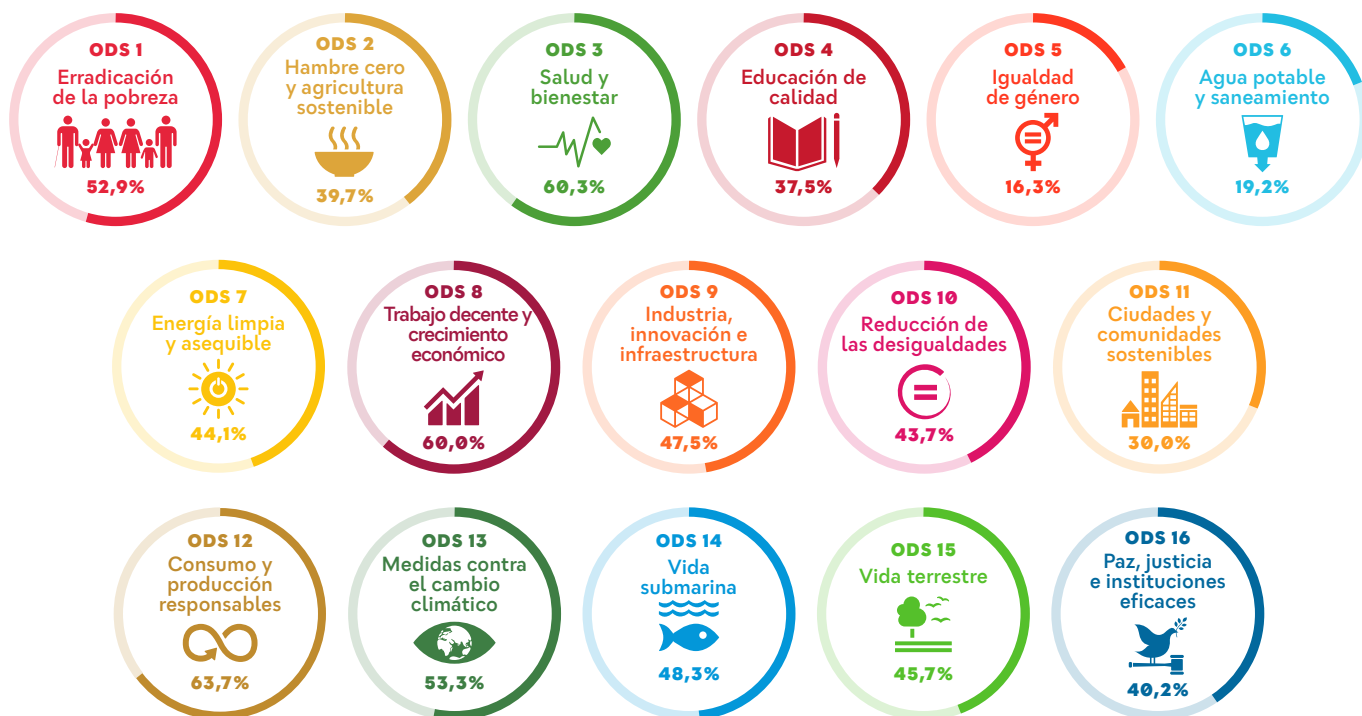
integrar la sostenibilidad en la visión y la estrategia general de crecimiento de Positive Company.

8. Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

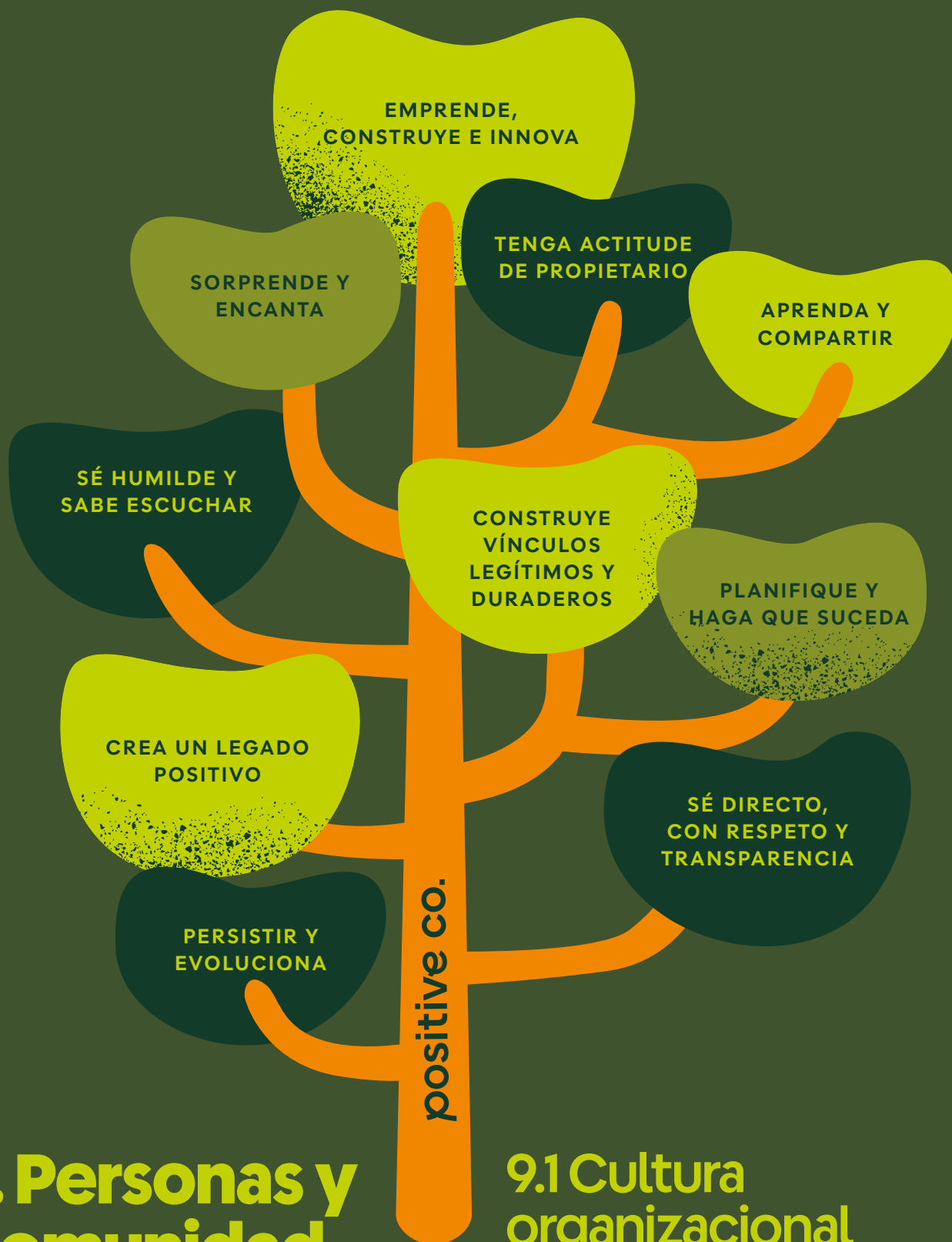


En 2024, Positive Company evaluó su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) mediante la herramienta *SDG Action Manager* del Sistema B. Esta herramienta incorpora los **Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas** y los **ODS** para ayudar a la empresa a identificar sus áreas de riesgo, realizar un seguimiento de su progreso, acceder a recursos y gestionar su impacto sobre los ODS en sus operaciones, cadena de suministro, modelo de negocio y acción colectiva.

SDG Baseline



ODS 17 Debido a su naturaleza transversal, las acciones relacionadas con el "ODS 17 - Alianzas y medios de implementación" que sean relevantes para cada empresa se incorporan por el *SDG Action Manager* en diferentes partes de la evaluación, tanto en el módulo básico como en los módulos específicos por ODS.



9. Personas y Comunidad

Positive Company tiene una propuesta de valor clara para las personas y el medio ambiente al apoyar acciones que marcan la diferencia en la vida de los empleados de la empresa y en las comunidades en las que opera.

9.1 Cultura organizacional

Positive Company tiene diez principios de liderazgo que actúan como directrices para la forma de trabajar y tomar decisiones en la empresa. Estos principios constituyen una importante herramienta cultural para el protagonismo de cada colaborador, permitiéndoles alcanzar grandes logros.

Emprende, construye e innova

Emprender no es solo crear algo nuevo, es cuestionar lo que ya existe y buscar mejores formas de hacer las cosas. Para ello, es esencial tomar decisiones basadas en datos concretos y comprender bien el mercado. Innovar requiere una combinación de curiosidad y estrategia, además de utilizar las herramientas adecuadas para obtener la información que sustenta cada nuevo proyecto. Al seguir las tendencias e identificar oportunidades, nos aseguramos de que nuestras acciones estén siempre alineadas con las necesidades del futuro, lo que hace que nuestros proyectos sean más sólidos y eficaces.

Aprenda y comparta

Sé un lector del mundo. Busca, pregunta y profundiza en los detalles. Recopila información para que otras personas puedan beber de la misma fuente. Cultiva la cultura del "deep dive", donde el aprendizaje se profundiza y el intercambio multiplica el conocimiento.

Planifica y haz que suceda

No seas superficial. Un buen plan es la base del éxito y la ejecución transforma las ideas en resultados. Establece metas claras, desarrolla estrategias bien detalladas y, lo más importante, actúa con determinación, no esperes el momento perfecto. Aquí, la superficialidad no tiene cabida; es la profundidad en la planificación y la ejecución lo que nos lleva a la excelencia.

Ten una actitud de dueño

Trata el negocio como si fuera tuyo, respetando los presupuestos y los recursos. Asume la responsabilidad de los resultados, toma decisiones como un emprendedor y busca siempre lo mejor para la empresa. La actitud de propietario significa estar atento a los detalles, comprometido con las entregas y dispuesto a hacer lo que sea necesario para garantizar el éxito de todos.

Construya vínculos legítimos y duraderos

Las relaciones verdaderas son la base de una empresa sólida. Construya conexiones basadas en la confianza, el respeto y la transparencia, tanto con los clientes como con los compañeros de equipo. Los vínculos legítimos resisten el paso del tiempo y generan valor a largo plazo.

Sea directo, con respeto y transparencia

La comunicación madura equilibra la claridad y el respeto. Ser directo, con empatía, promueve el entendimiento y la confianza. La transparencia evita malentendidos y fortalece las relaciones, garantizando un ambiente saludable y alineado.

Sea humilde y sepa escuchar

La humildad abre las puertas al aprendizaje y al crecimiento. Esté dispuesto a escuchar, comprender diferentes perspectivas y aceptar comentarios. Un buen oyente es aquel que deja a un lado el ego para centrarse en soluciones y mejoras. Cada voz importa, y cada aprendizaje nos hace evolucionar.

Sorprende y encanta

Ponte en el lugar del consumidor para comprender y satisfacer sus necesidades, dándole prioridad en todas las decisiones. Trabaja constantemente para superar las expectativas, generando experiencias que vayan más allá de lo esperado. Este mismo enfoque se aplica a nuestro equipo comercial, que es una parte esencial de esta misión. Al encantarlos con el apoyo, las herramientas y el reconocimiento necesarios, construimos un equipo motivado y alineado, listo para llevar el encanto al cliente final.

Persevera y evoluciona

Los obstáculos forman parte del camino, pero la perseverancia es lo que nos permite superarlos. No te rindas ante las dificultades. En lugar de eso, considera cada reto como una oportunidad para evolucionar. Sigue reinventándote y adaptándote, siempre en busca de la mejor versión de ti mismo y de la empresa.

Crea un legado positivo

El impacto que dejamos se extiende a toda la cadena de producción, desde el principio hasta el consumidor final. Trabaja a diario para construir algo que genere valor no solo en el presente, sino que marque la diferencia a largo plazo. Un verdadero legado es aquel que beneficia a todos los involucrados, desde proveedores y colaboradores hasta clientes, promoviendo prácticas sostenibles que impactan positivamente en el planeta. Sea parte de algo más grande, contribuyendo a un futuro mejor, más responsable y equilibrado para las próximas generaciones.



9.2 Desarrollo profesional

Los empleados de Positive Company, culturalmente identificados como Positivers, son personas que llevan en su corazón el legado de la empresa. Al reconocer el trabajo de cada uno, la empresa demuestra su compromiso con el bienestar y el desarrollo profesional, inspirando a las personas a seguir dando lo mejor de sí mismas.

En el año 2024, se realizaron

15 méritos & 5 promociones,



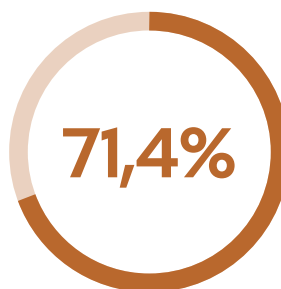
lo que representa **el 35 % de los Positivers**. También se realizaron **18 evaluaciones de rendimiento** y se ofrecieron **13 cursos de formación**, con una media de **4 horas por empleado**.

9.3 Diversidad, Equidad e Inclusión

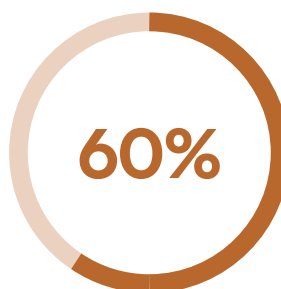
Positive Company valora un entorno de trabajo diverso, equitativo e inclusivo, ya que reconoce que todos tienen un legado para el mundo. Por eso, valora las diferencias personales, como las experiencias de vida, la formación educativa y la diversidad de pensamiento.

Los materiales de comunicación reflejan la forma de ser de la empresa y lo que cree: un mundo justo y diverso. Además, anima a los empleados a evolucionar no solo profesionalmente, sino también personalmente.

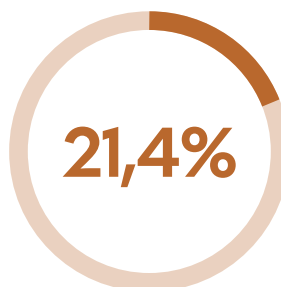
En 2024 se realizó el primer Censo Interno y de Diversidad, en el que participó **el 83,67 % de los empleados**. Los resultados obtuvieron que:



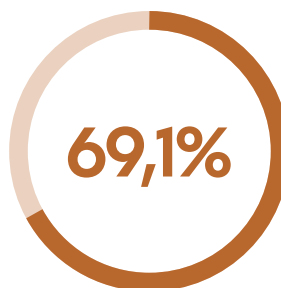
de nuestro equipo está formado por **mujeres**



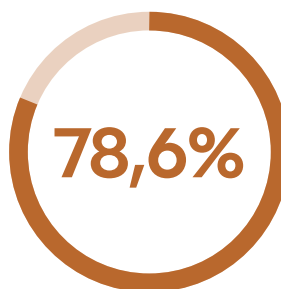
de los **puestos directivos** están ocupados por **mujeres**



de los Positivers se identifican como **LGBTQIAPN+**



de nuestra plantilla se **declaram no blancos**



de nuestros empleados tienen **estudios superiores completo**



9.4 Salud, Seguridad y Bienestar

En Positive Company, se valora la salud, la seguridad y el bienestar de los empleados. Cada año se celebran eventos internos como la Semana Interna de Prevención de Accidentes Laborales (SIPAT) y campañas de apoyo a la salud.

La empresa ofrece un entorno de trabajo atractivo para los profesionales, incluyendo un paquete de beneficios que brinda tranquilidad a los empleados. Se ofrecen:



Plan de salud compartido



Plan dental



Bono Transporte



Bono Comida



Paquete mensual de productos de la empresa



Seguro de vida



Descuento en productos de la empresa



Plataforma de actividades de salud y bienestar



Plataforma de soluciones de salud mental



Crédito consignado



Telemedicina

(beneficio que ofrece atención médica personalizada)

En junio de 2024, Positive Company formalizó una asociación con una plataforma de beneficios para organizar acciones de salud y bienestar para los empleados. Además, se inició el ritual **InJoy**: una competición interna que valora la práctica de ejercicio físico, con entrega de obsequios a los Positivers más comprometidos con la competición.

INJOY

En 2024, se realizaron **2282 actividades individuales de salud y bienestar** y **5 actividades colectivas**, registradas a lo largo de **215 días** por **33 Positivers**.

9.5 Compromiso Social y Donaciones

Positive Company apoya a diversas instituciones y proyectos sociales alineados con el propósito de la empresa, mediante donaciones de productos, asociaciones y leyes de incentivo. En 2024, fueron:

8

iniciativas sociales apoyadas;

4.457 kg

de productos donados;

R\$ 265 mil

invertidos en proyectos sociales.





Conozca algunas iniciativas apoyadas • por Positive Company •

Deporte



Desde 2022, Positive Company apoya a **Seed Surf Escola**, que tiene un impacto en niños y adolescentes en situación de vulnerabilidad social en dos comunidades de Praia do Futuro, Fortaleza/CE. La escuela promueve el surf, el acompañamiento familiar y la mentoría. En 2024, Positive Company donó 570 kg de productos a 12 familias y 20 voluntarios de la institución.



En 2024, Positive Company lanzó la iniciativa **Hora do Recreio (Hora del recreo)** con la línea Mini de la marca **A Tal da Castanha**, cuyo objetivo es fomentar la práctica deportiva y promover buenos hábitos alimenticios en las escuelas, llegando a un total de **1161 personas impactadas** en el año de su lanzamiento. Las actividades deportivas y lúdicas del evento Hora do Recreio se llevan a cabo en colaboración con la empresa **CRIA Brincar de Treinar**, que actúa como facilitadora de movimiento, experiencias deportivas y diversión para los niños.



En 2024, Positive Company apoyó el proyecto deportivo **Circuito das Estações**, cuyo objetivo era promover la salud, el deporte y la unión de **20 000 participantes**.

Asistencia social



También en 2024, Positive Company prestó su apoyo al **Lar Torres de Melo** en Fortaleza/CE, una institución de asistencia social y promoción humana dedicada a proporcionar calidad de vida a las **200 personas mayores** que residen en la institución.

Educación y primera infancia



En 2024, Positive Company apoyó el proyecto cultural **Reciclarte**, cuyo objetivo es promover el conocimiento sobre la importancia del reciclaje, a través de acciones basadas en los pilares de la economía circular, el emprendimiento y la generación de ingresos, la sostenibilidad y el legado.



El **Instituto de la Primeira Infancia (IPREDE)** lleva 38 años trabajando en la nutrición y el desarrollo

de la primera infancia y la neurodiversidad, fortaleciendo a las familias (especialmente a las mujeres) y promoviendo la inclusión social. En el Mes de las Empresas B de 2024, el evento Plant Power Move recaudó **172 kg de alimentos no perecederos** para el banco de alimentos del IPREDE, reforzando su compromiso social.



Positive Company también apoyó el Proyecto Aprendiendo con Arte, de la **Fundação Raimundo Fagner**, que utiliza la educación artística para la socialización y el desarrollo de la ciudadanía de **400 niños y adolescentes**.

Alimentación



La **Escuela de Gastronomía Social Ivens Dias Branco (EGSIDB)** es la primera institución pública de gastronomía social de Brasil, cuyo objetivo es ofrecer formación gratuita que estimule el protagonismo cultural y social de jóvenes, hombres y mujeres a través de la gastronomía. En 2024, Positive Company donó productos para cursos de gastronomía y tertulias promovidas por la EGSIDB en formato de cocinaspectáculo, lo que tuvo un impacto en **31 personas directamente**.

➤ Seed Surf Escola: www.instagram.com/seedsurfescola.oficial

➤ CRIA Brincar de Treinar: www.criabrincardetreinar.com.br

➤ Circuito das Estações: www.circuitodasestacoes.com.br

➤ Lar Torres de Melo: www.lartorresdemelo.org.br/parceiros

➤ Reciclarte: www.projetoreciclarte.com.br/rio-de-janeiro

➤ IPREDE: www.iprede.org.br

➤ Fundação Raimundo Fagner: www.instagram.com/frfagner/

➤ Escola de Gastronomia: www.gastronomiasocial.org.br

9.6 Relación con los Grupos de Interés

Positive Company está en constante comunicación con sus partes interesadas, ya que la empresa sabe que involucrarlas es fundamental para generar valor a largo plazo.

Cientes

Positive Company busca ser un socio estratégico para los clientes mayoristas y minoristas, así como para restaurantes y servicios de alimentación (Food), comunicándose regularmente con ellos sobre los productos y las prioridades mutuas. La empresa busca ir más allá de las transacciones comerciales y crear conexiones verdaderas con sus clientes. En 2024, la base de clientes de la empresa en los canales de alimentación y minoristas aumentó **46%** ccon respecto al año anterior.

Comunidad

Positive Company ha fortalecido su conexión con las comunidades mediante un compromiso estratégico que incluye:

más de 100

prescriptores que comparten los beneficios de los productos de la empresa con sus públicos.

Una red en crecimiento con

más de 200

afiliados que prueban y recomiendan los productos de la empresa, ampliando su alcance de forma auténtica.



➤ QR Code Reclame Aqui

Consumidores

La satisfacción de los consumidores se supervisa constantemente mediante el seguimiento de las reclamaciones y las encuestas de satisfacción (NPS).

En 2024, se obtuvo un resultado de reclamaciones por unidad vendida de

0,00327%

Además, Positive Company fue finalista en **Premio Reclame Aqui** ➤ en la categoría de Alimentos Multimarcas, ese mismo año.



Proveedores y Co-packers

La confianza y la transparencia son los pilares que sustentan las relaciones de Positive Company con sus proveedores y co-packers, garantizando la calidad, la seguridad de los consumidores y la fidelidad del público.

Positive Company sabe que, en un mercado cada vez más competitivo, la construcción de relaciones sólidas y duraderas es fundamental para el éxito de la empresa.

En promedio, la duración de la relación de Positive Company con sus proveedores y co-packers es superior a

60 meses.

Asociaciones y Consejos



En 2024, Positive Company pasó a formar parte del Consejo de **Coalición por el Impacto** de Fortaleza, una alianza estratégica cuya misión es fomentar el emprendimiento de impacto. La Coalición trabaja para fortalecer el ecosistema de apoyo a los emprendedores que crean negocios para resolver problemas socioambientales, colaborando así para impulsar una transformación social y económica en el estado de Ceará.

Como asesora, Positive Company:



Participa en las discusiones, priorizaciones y decisiones relacionadas con la implementación del plan de acción local.



Apoya las acciones de relación y compromiso de los actores clave con información de contactos, conexiones y posibles participaciones en reuniones



Apoya la implementación de acciones locales, según el interés y la disponibilidad



Identifica oportunidades de sinergia con organizaciones locales, hablando sobre la Coalición en diferentes ocasiones, conectando con actores estratégicos relevantes, entre otros

Positive Company es una de las empresas asociadas a **Asociación Brasileña de Alimentos Alternativos (ABAA)** o **"Base Planta"**, asociación que tiene como objetivo fomentar o desarrollo del sector alimentario fabricados a base de plantas y trabajar en los aspectos regulatorios e tributarios de los productos de este sector.



ABNC

Associação Brasileira de Nozes, Castanhas e Frutas Secas

Positive Company también forma parte de la **Asociación Brasileña de Nueces, Castañas y Frutos Secos (ABNC)**, cuya misión es estimular y facilitar el crecimiento de la producción sostenible con responsabilidad social, involucrando a toda la cadena productiva, y fomentar el consumo de nueces, castañas y frutos secos.



QR Code Coalición por el Impacto



QR Code Base Planta



QR Code ABNC



10. Gobernanza

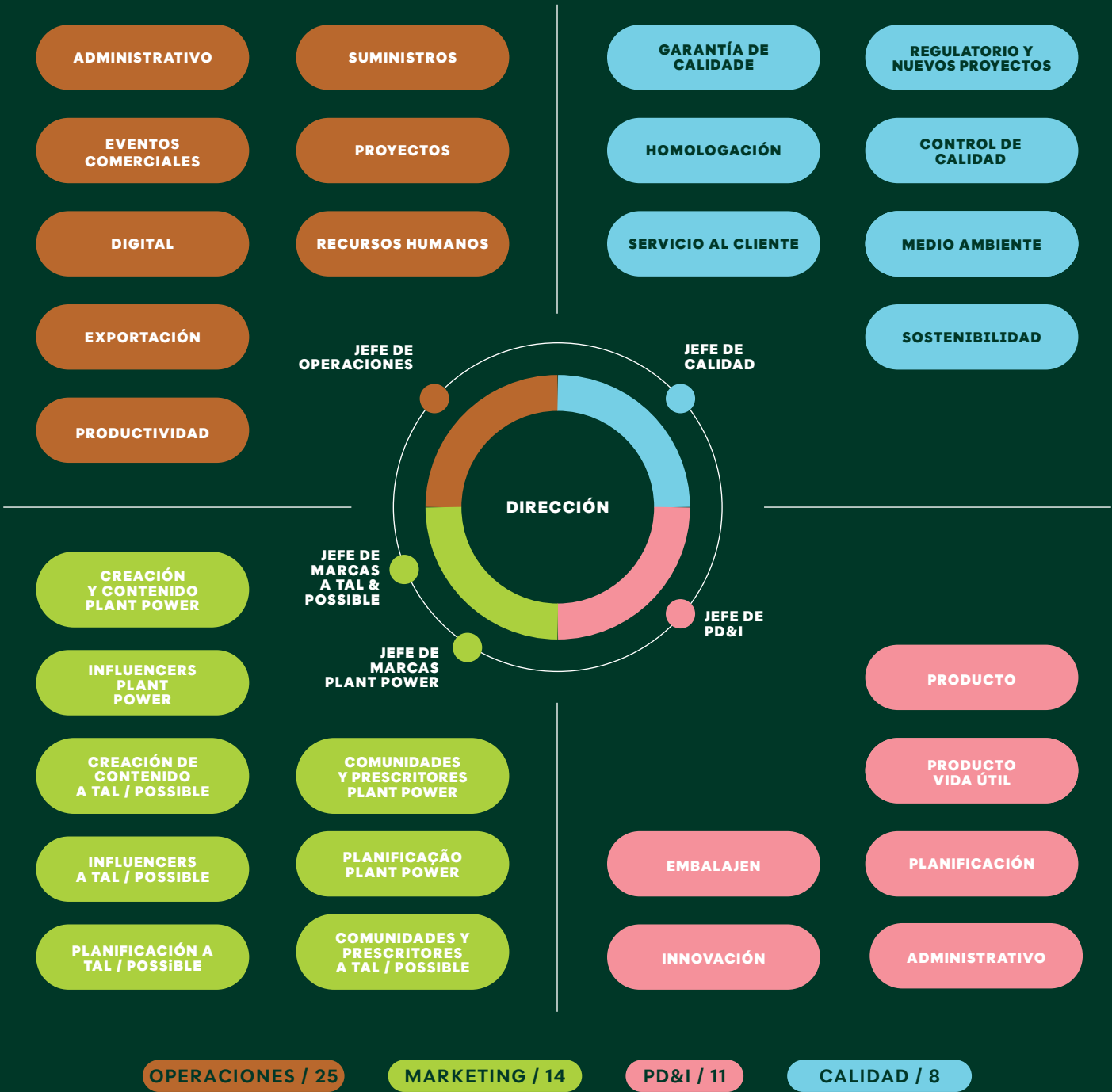
Para Positive Company, no basta con ser económicamente viable y rentable para los socios y accionistas. La empresa no escatima esfuerzos para operar de manera honesta, socialmente responsable y ambientalmente sostenible.

El Consejo Administrativo de Positive Company está formado por ejecutivos del Grupo 3corações y ejecutivos de la Familia Carvalho. Los miembros de este Con-

sejo se reúnen trimestralmente para debatir las decisiones estratégicas del negocio.

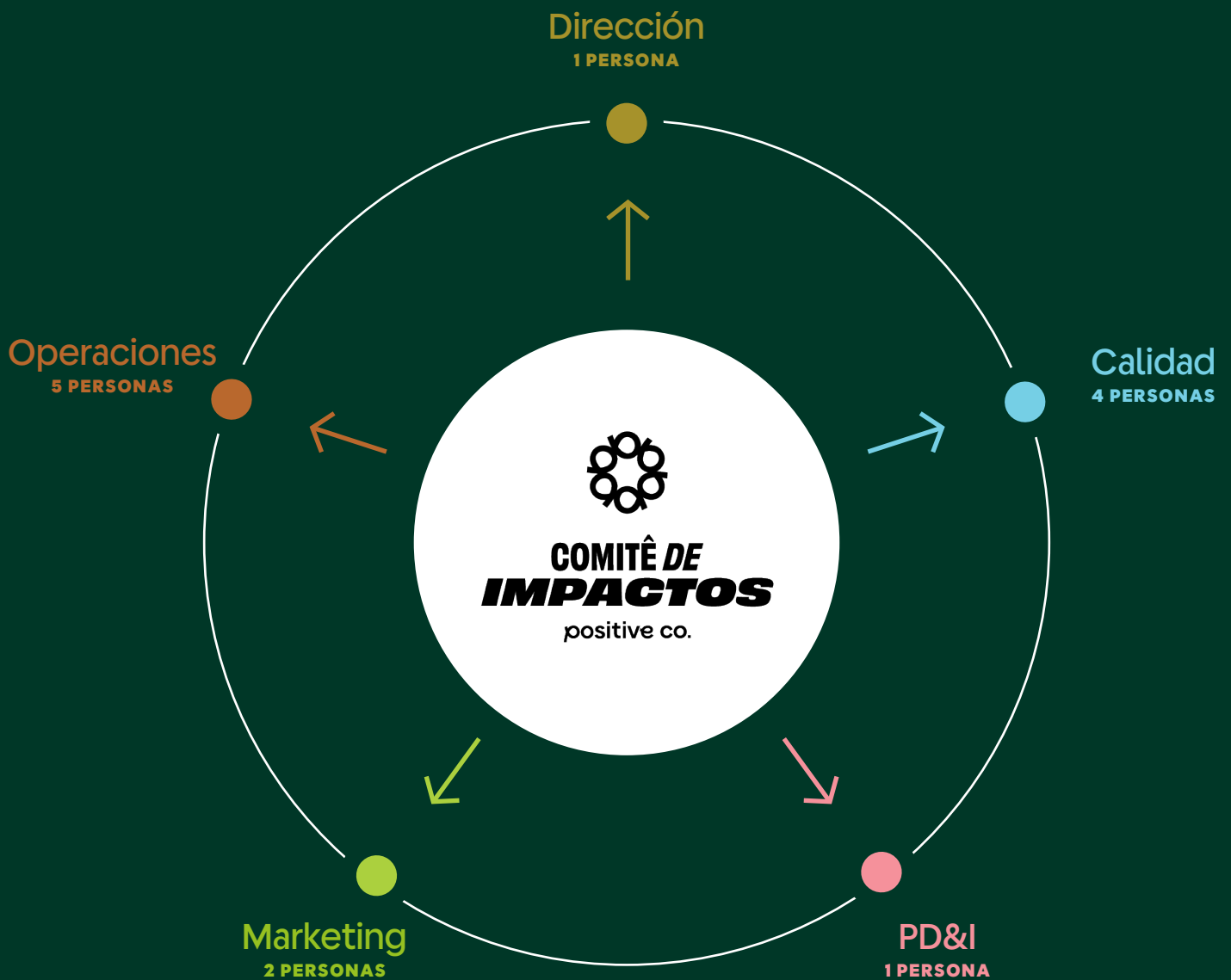
10.1 Estructura Organizativa

La estructura organizativa de Positive Company se compone de 8 frentes de operaciones, 7 frentes de calidad, 8 frentes de marketing y 6 frentes de PD&I.



10.2 Comité de Impactos

Positive Company también cuenta con un Comité de Impactos. Se trata de un grupo interno y multidisciplinar formado por empleados de la propia empresa, cuyo objetivo es asesorar al Consejo de Administración en el desarrollo de directrices relacionadas con la sostenibilidad, generando y aportando valor a la sociedad. Esta iniciativa es voluntaria y está abierta a todos Los Positivvers.



Mediante la creación del Comité de Impactos, los colaboradores pueden articular objetivos y resultados, tanto individuales como de todo el equipo, relacionados con las métricas socioambientales de la empresa.



10.3 Ética y Transparencia

Positive Company valora la libre competencia y opera con integridad, ética y transparencia. Cada año, las cuentas anuales de la empresa son auditadas por empresas especializadas e independientes, lo que confirma el alto nivel ético de la organización.

Con el fin de reforzar la conducta ética ante sus partes interesadas, la empresa dispone de:

- Manifiesto Positive Co.;
- Política Anticorrupción;
- Normas Generales de Contratación;
- Política de Conflicto de Intereses;
- Proceso de Sanciones Disciplinarias;
- Proceso de Privacidad;
- Proceso de Defensoría;
- Política de Relación y Comunicación con las Partes Interesadas.

Positive Company respeta la privacidad de las personas y no divulga datos personales o confidenciales. Cada año, la empresa celebra internamente la Semana de la Seguridad y la Privacidad para concienciar sobre la importancia de la protección de datos.

De conformidad con la Ley General de Protección de Datos (LGPD), el **Proceso de Privacidad** se aplica a los sitios web, formularios de registro, interacciones con anuncios, mensajes electrónicos y/o aplicaciones móviles pertenecientes a la empresa. El titular de los datos puede solicitar detalles sobre sus datos o cancelar su suscripción en cualquier momento a través del sitio web **Positive Market**.



QR Code Privacidad



QR Code Positive Market

11. Mirando hacia el futuro

En los próximos años, Positive Company seguirá avanzando con profundidad y consistencia, consolidando las bases para alcanzar los objetivos a largo plazo de la empresa.

Construyendo el Camino hacia los Objetivos

Positive Company se centrará en el análisis en profundidad de los temas materiales ya definidos y, a partir de ahí, establecerá objetivos claros y planes de acción coherentes para cada uno de ellos.

Fortaleciendo la Transparencia

Positive Company seguirá mejorando sus procesos de recopilación y análisis de datos, con el objetivo de perfeccionar los indicadores y fortalecer la transparencia en la comunicación de los resultados obtenidos.

Hacia la Recertificación B

Positive Company mantendrá su compromiso con la recertificación como Empresa B cada tres años, reafirmando su dedicación a los altos estándares de desempeño social, ambiental y de gobernanza.

Celebración del Décimo Aniversario de la marca A Tal da Castanha

En 2025, se celebra una década de historia de A Tal da Castanha. La conmemoración de los 10 años estará marcada por iniciativas que conectan la trayectoria de la marca con las personas que la han acompañado, reforzando el vínculo con sus consumidores, socios y comunidades.





positive co.

R. Dr. Gilberto Studart, 155 - Tinda 31
Cocó, Fortaleza / CE
atendimento@positiveco.com.br
0800 031 3033

🌐 www.positivemarket.com.br


**a tal da
castanha**

POSSIBLE

**JUN
GLE**


PlantCo

 **PLANT
POWER**


zaya