

Relatório de Impactos 2025



positive co.

1. Sobre este relatório 04

2. Mensagem dos fundadores 05

3. Quem somos 06

3.1 NOSSA ESSÊNCIA 06

3.2 CONSTRUINDO O NOSSO LEGADO 07

4. Reconhecimentos e certificações 10

5. Produtos 12

5.1 NOSSOS PILARES 12

5.2 INOVAÇÃO 13

5.3 COMPROMISSO COM A QUALIDADE E SUSTENTABILIDADE 14

5.4 FOCO EM ALIMENTAÇÃO SEGURA E INCLUSIVA 15

6. Ciclo de vida do produto 16

6.1 FORTALECENDO A CAJUCULTURA 16

6.2 PRODUÇÃO ORGÂNICA 17

6.3 APOIO AOS AGRICULTORES 18

6.4 FORNECIMENTO DE INSUMOS 18

6.5 EMBALAGENS 19

6.6 CO-PACKERS 20

6.7 LOGÍSTICA 21

6.8 ESTUDO DE AVALIAÇÃO DO CICLO DE VIDA 22

7. Materialidade 25

8. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 27

9. Pessoas e Comunidade 28

9.1 CULTURA ORGANIZACIONAL	28
9.2 DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL	30
9.3 DIVERSIDADE, EQUIDADE E INCLUSÃO	30
9.4 SAÚDE, SEGURANÇA E BEM-ESTAR	31
9.5 ENGAJAMENTO SOCIAL E DOAÇÕES	31
9.6 RELACIONAMENTO COM OS STAKEHOLDERS	33

10. Governança 35

10.1 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL	35
10.2 COMITÊ DE IMPACTOS	36
10.3 ÉTICA E TRANSPARÊNCIA	37

11. Olhando para o futuro 38

1. Sobre este relatório

Este é o primeiro Relatório de Impactos da Positive Company. Nele, será apresentado a história da companhia, os resultados, as conquistas e os desafios de 2024, além de perspectivas futuras da empresa. Ao longo do relatório, será detalhado quem é a Positive Company, seus produtos e seu desempenho socioambiental.

Para contribuições, informações, sugestões e críticas sobre o conteúdo deste relatório, entre em contato através do e-mail: qualidade@positiveco.com.br.

Este relatório é interativo e pode conter **QR-Codes** para sites externos ou referências a terceiros. Não há como garantir se terá alguma alteração de domínio em algum desses sites, a partir da data de publicação deste relatório. Sempre que houver um link externo, será acompanhado de um QR-Code e ele direcionará ao conteúdo correspondente.





2. Mensagem dos fundadores

Antes de criarmos nossa primeira marca, já tínhamos um propósito muito claro: construir uma empresa capaz de unir impacto e resultados, responsabilidade e crescimento, propósito e coerência.

Foi com esse ideal que, em 2015, nasceu a A Tal da Castanha, a primeira marca da Positive Company. **Ela não foi criada apenas para lançar um produto, mas para dar forma a um sonho maior**, o de provar que negócios podem ser inovadores, éticos e sustentáveis, sem abrir mão da solidez e da geração de valor.

De lá para cá, crescemos, amadurecemos e consolidamos um jeito próprio de fazer as coisas. Um jeito guiado por valores que não negociamos:

verdade, ética, transparência, autenticidade e inovação.

Queremos ser lembrados não apenas pelo que entregamos ao mercado, mas também pela forma como

entregamos, com **consistência, profundidade, respeito e um forte compromisso e responsabilidade com nossos consumidores.**

Este Relatório de Impactos mostra como transformamos o propósito em prática. Aqui estão nossas conquistas, números e histórias que refletem um trabalho coletivo: de colaboradores, parceiros e consumidores que acreditam conosco que é possível plantar o bem e colher futuros melhores.

Seguimos firmes no compromisso de ser **não a melhor empresa do mundo, mas uma das melhores empresas para o mundo.** Uma empresa que cresce com responsabilidade, gera valor e constrói, todos os dias, um legado positivo para as pessoas e para o planeta.

**Felipe Carvalho
& Rodrigo Carvalho**

Fundadores da Positive Company

3. Quem Somos

A Positive Company é uma plataforma de marcas brasileiras com o propósito de promover o bem-estar das pessoas e do planeta. Suas marcas **A Tal da Castanha**, **PlantCo**, **Plant Power**, **Possible**, **Jungle** e **Zaya**, oferecem produtos naturais, de origem vegetal e, sempre que possível, feitos com ingredientes orgânicos.

Mais do que uma produtora de alimentos e suplementos, a Positive Company faz parte de um movimento global pela sustentabilidade e bem-estar que busca associar resultados financeiros à geração de impacto socioambiental positivo.

3.1 Nossa Essência

Destacamos a essência da Positive Company, por meio da sua identidade organizacional: propósito, missão, visão e valores.

PROPÓSITO:

Levar saúde para as pessoas e construir um legado positivo.

MISSÃO

Tornar a vida mais leve e equilibrada, promovendo o bem-estar das pessoas e do meio em que vivemos.

VISÃO

Até 2030, ser uma das principais plataformas de alimentação saudável e impacto positivo do país.

VALORES

- Responsabilidade
- Transparência
- Autenticidade
- Verdade
- Empreendedorismo
- Inovação
- Impacto Positivo

3.2 Construindo o nosso legado

Antes da fundação da Positive Company, teve o desenvolvimento de uma *startup* incubada dentro da empresa **Amêndoas do Brasil**, ainda de forma embrionária, em **2013**. No ano seguinte, foi publicada a primeira postagem da **A Tal da Castanha** no Instagram, com três polaroids e uma folha de cajueiro adesivadas na parede, simbolizando a ideia de levar ao mundo os benefícios das castanhas, uma porção por vez.



2015

Lançamento da **A Tal da Castanha**, a primeira marca nacional de bebidas à base de castanha-de-caju.

Lançamento do **Original**, a primeira bebida vegetal à base de castanha-de-caju do Brasil.

Primeira participação na feira nacional Naturaltech.

Entra no ar o primeiro e-commerce da A Tal da Castanha.

Participação na feira internacional ANUGA.

Primeira vez que A Tal da Castanha saiu em revista (Boa Forma).

A Tal da Castanha foi selecionada como uma *Scale-up Endeavor*.

Participação em um programa de aceleração em Nova Iorque.

Lançamento das bebidas **Choconuts**, **Caju+Coco** e **Caju+Pará**.

2016



2017

Lançamento da bebida **Mixed Nuts**.

Certificação de Empresa B para a Amêndoas do Brasil com foco nos produtos da A Tal da Castanha.

Lançamento da bebida **Amêndoa**.

A Tal da Castanha foi escolhida como a marca de bebidas vegetais oficial do Starbucks no Brasil.

Início da exportação das bebidas vegetais para Portugal na rede *El Corte Inglés*.

Primeira participação na feira internacional Natural Expo West.

Lançamento da marca **Plant Power**.

2018



Anúncio da Positive Brands, buscando a transformação em uma empresa independente.

Lançamento da bebida **Barista** e do suplemento **Jungle**.

2019

Joint venture entre **3corações** e Família Carvalho, na empresa Positive Brands.

Lançamento da bebida **Aveia**.

2020



2021

Liderança do mercado de bebidas vegetais no Brasil.

Lançamento da linha **Mini** de bebidas vegetais.

Lançamento do suplemento **Ultracoffee**.

Lançamento da **Possible**, segunda marca de bebidas vegetais.

Aumento da capilaridade, de 6.000 para 20.000 pontos de venda.

Filiação da Positive Brands à Associação Brasileira de Nozes, Castanhas e Frutas Secas (ABNC).

Recertificação como Empresa B.

Rebranding e transformação de Positive Brands para Positive Company.

Rebranding de **Plant Power**.

Lançamento da marca internacional **PlantCo**.

Lançamento da bebida **Choconuts Zero**.

Lançamento de *collab* entre A Tal da Castanha e Grupo **3corações**: **Café Latte** e **Cappuccino**.

Lançamento da linha **Cremeria**.

2022



2023

Inauguração da nova sede da Positive Company em Fortaleza.

Lançamento da linha **Aveia da A Tal da Castanha**.

Filiação da Positive Company à Associação Brasileira de Alimentos Alternativos (ABAA) ou "Base Planta".

Rebranding de **Jungle**.

Expansão do portfólio de produtos da **Plant Power** com: **Creatine**, **Creapower**, **Nitro 400**, **Defense**, **The One** e **Protein**.

Lançamento da loja virtual da Positive Company.



2024

Liderança e reconhecimento de A Tal da Castanha

A **Tal da Castanha** chegou em 2015 com toda a revolução para mudar como as pessoas lidam com os alimentos, permitindo uma rotina com mais saúde e sabor. Ao longo dos anos, foi construído um portfólio sólido, proporcionando produtos saborosos, saudáveis e sustentáveis.



Joint Venture

Em 2024, a Positive Company e Marcelo Achcar firmaram uma parceria estratégica na Zaya (Unnix Indústria e Comércio S.A.), união que combina a força empreendedora da marca com o ecossistema de inovação da Positive.

Essa *joint venture* reúne competências complementares para acelerar o crescimento e ampliar o alcance dos snacks saudáveis da **Zaya**, preservando sua identidade, propósito e gestão independente.



Crescimento Significativo

A Tal da Castanha obteve um crescimento de 25% no faturamento, superando a expansão de 15% do mercado de bebidas vegetais, no qual **mantve** a liderança.

Reconhecimento Internacional

A Tal da Castanha foi eleita a bebida vegetal preferida dos consumidores brasileiros em pesquisa promovida pela **Time**.



➔ QR Code do Site da Zaya



➔ QR Code pesquisa Time

4. Reconhecimentos e certificações

Em 2024, a Positive Company reafirmou seu compromisso com a excelência ao receber/manter as seguintes certificações.

Sustentabilidade

Empresa



CERTIFICAÇÃO B

O primeiro certificado veio em 2018, quando A Tal da Castanha era uma *startup* incubada ainda na Amêndoas do Brasil. Em 2022, já consolidada como organização independente, a Positive Company obteve a certificação B, reforçando o compromisso da empresa com a sustentabilidade e engajando os colaboradores no Movimento B.



Pessoas



SELO GPTW

Pelo segundo ano consecutivo (2023 e 2024), a Positive Company foi reconhecida pelo GPTW Brasil, demonstrando o alto nível de satisfação dos colaboradores com a cultura e ambiente de trabalho.

Meio Ambiente



SELO EMPRESA AMIGA DO MEIO AMBIENTE

Reconhecimento da Secretaria de Urbanismo e Meio Ambiente de Fortaleza - Ceará por ações sustentáveis de empresas locais.



SELO SVB

Garantia de que os produtos não possuem ingredientes de origem animal e processos produtivos livres de testes em animais, desde a origem até o produto final.

SELOS ORGÂNICOS

Certifica que os produtos seguem as normas e práticas da agricultura orgânica, conforme as certificações BR, NOP e UE.



BR-BIO-154
Brazil Agriculture



eureciclo®
100%

SELO POLEN E SELO EURECICLO

Desde 2017 é realizada a compensação de 100% das embalagens dos produtos vendidos, superando a exigência mínima de 32% da Política Nacional de Resíduos Sólidos.



Saúde



SELO FODMAP FRIENDLY

Certificação que atesta o baixo teor de FODMAP (carboidratos fermentáveis que podem causar desconforto intestinal) nos alimentos.



SELO KOSHER

Certificação que garante a conformidade de ingredientes e processos produtivos com as leis alimentares judaicas, abrangendo desde a matéria-prima até o food service.

5. Produtos

5.1 Nossos pilares

Para oferecer produtos o mais natural possível, com a segurança da saudabilidade que os consumidores merecem, cinco pilares fundamentais guiam as marcas da Positive Company:

1 Valorização da matéria-prima brasileira

Priorização de ingredientes nativos, celebrando a riqueza do Brasil. Em 2024, o percentual de ingredientes nacionais comprados pela A Tal da Castanha foi de 90,83%.

2 Nutrição Genuína

Combinação de ingredientes naturais com alta densidade nutricional intrínseca.

3 Clean Label

As receitas e formulações dos produtos priorizam os alimentos em sua essência, sem o uso de aditivos artificiais.

4 Responsabilidade Socioambiental

Optar por ingredientes locais e orgânicos sempre que possível, com manejo consciente de materiais e embalagens, e respeito por toda a cadeia de produção.

5 Formulações e comunicação responsáveis

Colaboração de uma equipe multidisciplinar (cientistas, nutricionistas, médicos, químicos, engenheiros de alimentos e ambientais) para garantir formulações e comunicação transparentes, pautadas na ciência e na ética.

5.2 Inovação

A Positive Company foi pioneira com o lançamento de **A Tal da Castanha** em 2015, a primeira marca nacional de bebidas à base de castanha-de-caju. Já em 2019, teve o lançamento do **Jungle**, o primeiro suplemento de hidratação natural do Brasil.

A inovação tem sido central na criação de produtos que unem inclusão alimentar, sustentabilidade e saudabilidade. Em 2024, o portfólio da Positive Company alcançou a marca de **103 produtos**, impulsionado por lançamentos estratégicos:

2 novos sabores da linha Jungle
abacaxi e hortelã e melancia e limão

2 novos sabores de Ultracoffee
double shot e vanilla cream nas versões latas e sticks

Relançamento da marca Possible
com novas fórmulas e sabores

Lançamento das versões stick dos produtos Nitro400 e Creapower



5.3 Compromisso com a qualidade e sustentabilidade



Com o objetivo de desenvolver produtos nutritivos e de baixo impacto ambiental, o time de P&D (Pesquisa e Desenvolvimento) guia cada novo lançamento. A concepção de um novo produto é estruturada em torno de processos rigorosos. Em 2024, o compromisso com a qualidade e a satisfação do consumidor se materializou em:

708 rigorosas versões testes para novos produtos

70 detalhadas análises sensoriais

2.500 consumidores envolvidos em um processo de escuta ativa

A Positive Company investe em iniciativas estratégicas para estreitar laços com os consumidores e valiosos parceiros. Assim nasceram as iniciativas **Perception** e **Inside**:



Perception

Um programa dinâmico de pesquisas e análises sensoriais diretamente com os consumidores, oferecendo *insights* valiosos e em primeira mão sobre a experiência que os produtos proporcionam.



Inside

Uma iniciativa proativa que cultiva uma relação mais próxima e colaborativa com os parceiros estratégicos, com o foco em identificar oportunidades de aprimoramento contínuo e catalisar novas ideias que impulsionam a inovação no setor de alimentos.

5.4 Foco em alimentação segura e inclusiva

Compromisso com a segurança do alimento

Todos os co-packers da Positive Company possuem a certificação **FSSC 22.000**, o que eleva o padrão de qualidade e segurança dos alimentos a nível internacional.

Priorização da saúde e inclusão alimentar dos consumidores

São realizados testes analíticos, mapeamento de riscos e um controle rigoroso de contaminação cruzada, com especial atenção aos alergênicos.

A transparência nos rótulos é inegociável

São realizadas auditorias criteriosas em nossos parceiros e análises de produtos em laboratórios independentes e acreditados pela **ISO 17025**, garantindo a máxima segurança para os consumidores.

Demonstrando o compromisso da Positive Company com a qualidade e a total transparência de seus produtos. Em 2024 foram realizados

440

análises de produtos e

107

laudos de validação em laboratórios independentes e acreditados.



6. Ciclo de vida do produto

A Positive Company acredita que para viver uma vida mais saudável, é necessário respeitar o meio ambiente e seu equilíbrio. O compromisso da companhia com a geração de impactos positivos perpassa por todas as etapas da cadeia produtiva, do campo até a logística reversa pós-consumo.

6.1 Fortalecendo a Cajucultura

A Tal da Castanha tem orgulho de fortalecer a cajucultura brasileira, apoiando diretamente o trabalho de seus fornecedores de castanha-de-caju.

Cultivada em propriedades rurais de médios e pequenos produtores, a castanha-de-caju é a base das bebidas vegetais da marca e, principalmente, uma fonte vital de alimento, emprego e renda para diversas famílias. Em 2024, A Tal da Castanha beneficiou

91

agricultores familiares nos estados do Ceará, Bahia, Maranhão e Piauí, totalizando

7.940

hectares de área produtiva.



6.2 Produção orgânica

O processo de produção da castanha-de-caju é do tipo **orgânico**, no qual **100% do cultivo** é certificado pela ECOCERT Brasil. Dessa forma, não são utilizados defensivos agrícolas ou fertilizantes químicos, e sim recursos naturais ao longo do processo produtivo, como os dejetos de animais para adubação.

Destacam-se **5 práticas conservacionistas do solo** que a rede de cajucultores da A Tal da Castanha executa:



01

Combate à erosão

02

Não utilização do fogo como forma de limpeza da terra

03

Utilização de métodos físicos de limpeza do solo, como uso de arado

04

Proteção dos corpos hídricos com a preservação da mata ciliar

05

Plantio do próprio cajueiro que é uma árvore nativa



6.3 Apoio aos agricultores

Como uma iniciativa de cuidado com os agricultores, A Tal da Castanha garante a compra dos lotes orgânicos, promovendo o desenvolvimento da cajucultura e contribuindo para melhorar as condições socioeconômicas dos cajucultores. Além disso, a compra dos lotes orgânicos garante a premiação ao final de cada safra, que seria a remuneração pela representatividade do projeto de certificação de produtores orgânicos.

6.4 Fornecimento de Insumos

A Positive Company desenvolve seus produtos predominantemente com **insumos naturais de origem vegetal**, priorizando ingredientes que ofereçam **benefícios funcionais** à saúde dos consumidores.

A seleção de cada ingrediente é um pilar essencial na abordagem de segurança do alimento e inclusão às restrições alimentares. O processo rigoroso da Positive Company vai além da conformidade com as normas, buscando **qualidade, pureza, garantia de origem, perfil nutricional e ausência de contaminantes** (metais pesados, pesticidas, microbiológicos).

A Positive Company garante que seus produtos não contêm substâncias químicas prejudiciais à saúde ou ao meio ambiente. Além disso, a crescente demanda por insumos mais naturais impulsiona a inovação e a sustentabilidade no segmento de alimentação saudável que a empresa pertence.

Os fornecedores são selecionados e homologados de forma criteriosa para assegurar a melhor qualidade dos ingredientes. E os processos internos de gestão de fornecimento estabelecem diretrizes claras para a avaliação, aprovação e monitoramento contínuo de fornecedores e insumos.

O processo de validação de produto seguro da Positive Company ocorre da seguinte maneira:



6.5 Embalagens

Todas as embalagens que a Positive Company coloca no mercado são compensadas: isso significa que uma quantidade equivalente de embalagens, do mesmo tipo de material, é encaminhada para a reciclagem, ajudando a reduzir a pegada ambiental da empresa.

Compensação ambiental de embalagens

Em parceria com as empresas eureciclo e Polen, a Positive Company alcançou resultados socioambientais significativos, acumulados de 2017 a 2024:

3.123,011

toneladas de embalagens recicláveis compensadas, o equivalente ao peso médio de 31 mil motocicletas populares;

1.813,38

toneladas de CO_{2eq} deixaram de ser emitidas, o equivalente às emissões de 9.046 viagens de avião de Fortaleza à São Paulo;

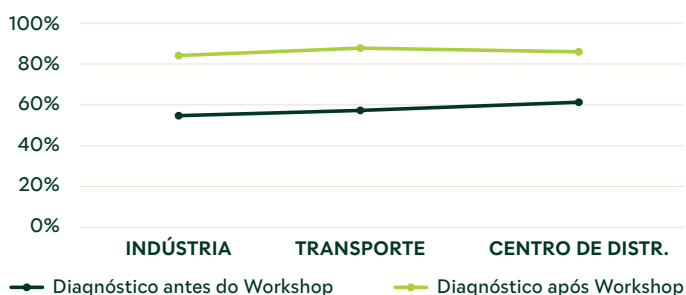
203

operadores e recicladores espalhados pelo Brasil, aos quais **a empresa contribuiu** financeiramente, sendo 68 cooperativas de catadores.

Programa Desperdício Zero

Uma parcela significativa das avarias em embalagens ocorre durante a distribuição dos produtos, gerando custos operacionais desnecessários e perdas de mercadoria. Com foco em reduzir custos e perdas de mercado, em 2024, o **Programa Desperdício Zero** foi implementado, uma iniciativa da Tetra Pak focada na otimização da cadeia produtiva. Como resultado,

A empresa obteve uma melhora de 20% com relação à redução de desperdícios nos três segmentos avaliados: indústria, transporte e centros de distribuição.



Embalagens responsáveis

Todas as embalagens de produtos da Positive Company são identificadas com os símbolos de reciclagem adequados, e todas as embalagens cartonadas (Tetra Pak) utilizadas pela empresa contam com uma certificação que comprova que o **papel utilizado** nessas embalagens provém de florestas bem manejadas e outras fontes controladas, reforçando o compromisso da companhia com a sustentabilidade.

Para facilitar a reciclagem por parte dos consumidores, a Positive Company incentiva o uso do portal **Rota da Reciclagem**, uma iniciativa da empresa Tetra Pak que mapeia pontos de entrega voluntária, comércios e cooperativas que recebem embalagens cartonadas para reciclagem. A maioria dos locais mapeados também recebem outros materiais recicláveis, como plástico e alumínio. Dessa forma, é divulgado aos consumidores um caminho responsável para o descarte adequado das embalagens.



QR Code Desperdício Zero



QR Code Papel Utilizado



QR Code Rota de Reciclagem

6.8 Estudo de avaliação do ciclo de vida

Para ser cada vez mais real, a Positive Company contratou a consultoria ACV Brasil para realizar um estudo de Avaliação de Ciclo de Vida de 24 produtos das marcas A Tal da Castanha e Possible.

O estudo de Avaliação do Ciclo de Vida calculou as emissões de carbono e o consumo de água da produção de 2024, desde a origem dos ingredientes até o fim de vida das embalagens pós-consumo.

Os resultados indicaram uma **pegada de carbono média de 0,40 kg CO₂eq** por quilo produzido e uma **pegada hídrica média de 39 litros de água** por quilo produzido.

Na prática, quanto menor esses números, menor o impacto ambiental.



Impacto Ambiental por kg de Produto



PEGADA DE CARBONO
EM KG DE CO₂eq/KG DE PRODUTO



PEGADA HÍDRICA
EM LITRO DE ÁGUA/KG DE PRODUTO



ORIGINAL (1L)

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

ORIGINAL (200mL)

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



AMÊNDOA (1L)

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

CAJU+COCO (1L)

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

CAJU+PARÁ (1L)

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

MIXED NUTS (1L)

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



CHOCONUTS (1L)

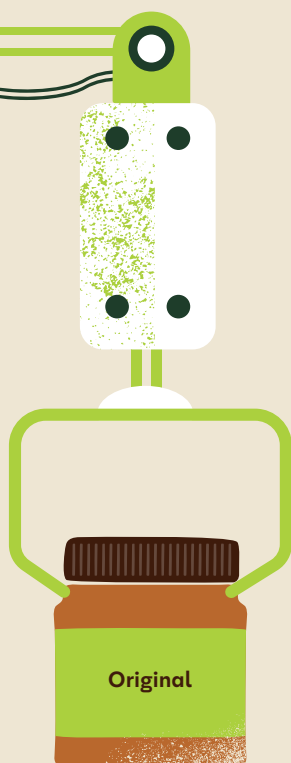
0,48 // // // // 19,97

CHOCONUTS (200mL)

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

CHOCONUTS ZERO (1L)

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



PASTA ORIGINAL (120g)

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

PASTA CHOCONUTS (120g)

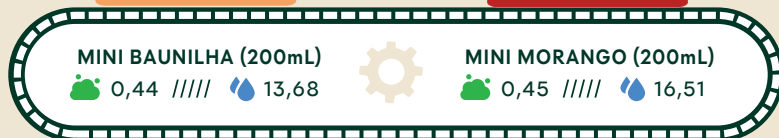
1,54 // // // // 80,25

CAPPUCCINO (200mL)

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

CAFÉ LATTE (200mL)

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



Percentuais de contribuição média de cada etapa do ciclo de vida

*Para a elaboração dos gráficos foi calculada a média ponderada das contribuições de cada etapa para a pegada de carbono total e pegada hídrica total pelo volume de produção dos 24 produtos avaliados.



PEGADA DE CARBONO 🌳

Cultivo e Beneficiamento de Insumos	33%
Co-packer e Envase	5%
Transporte e Distribuição	35%
Consumo	6%
Embalagem + Fim de vida	21%

PEGADA DE HÍDRICA 💧

Cultivo e Beneficiamento de Insumos	66%
Co-packer e Envase	9%
Transporte e Distribuição	2%
Consumo	15%
Embalagem + Fim de vida	8%



É importante ressaltar que os resultados da Avaliação do Ciclo de Vida são influenciados por diversas condicionantes, como as premissas estabelecidas, os dados escolhidos, os processos empregados e as limitações do estudo. Portanto, a comparação com outros estudos que apresentem diferenças nesses aspectos pode ser inadequada ou gerar conclusões equivocadas.

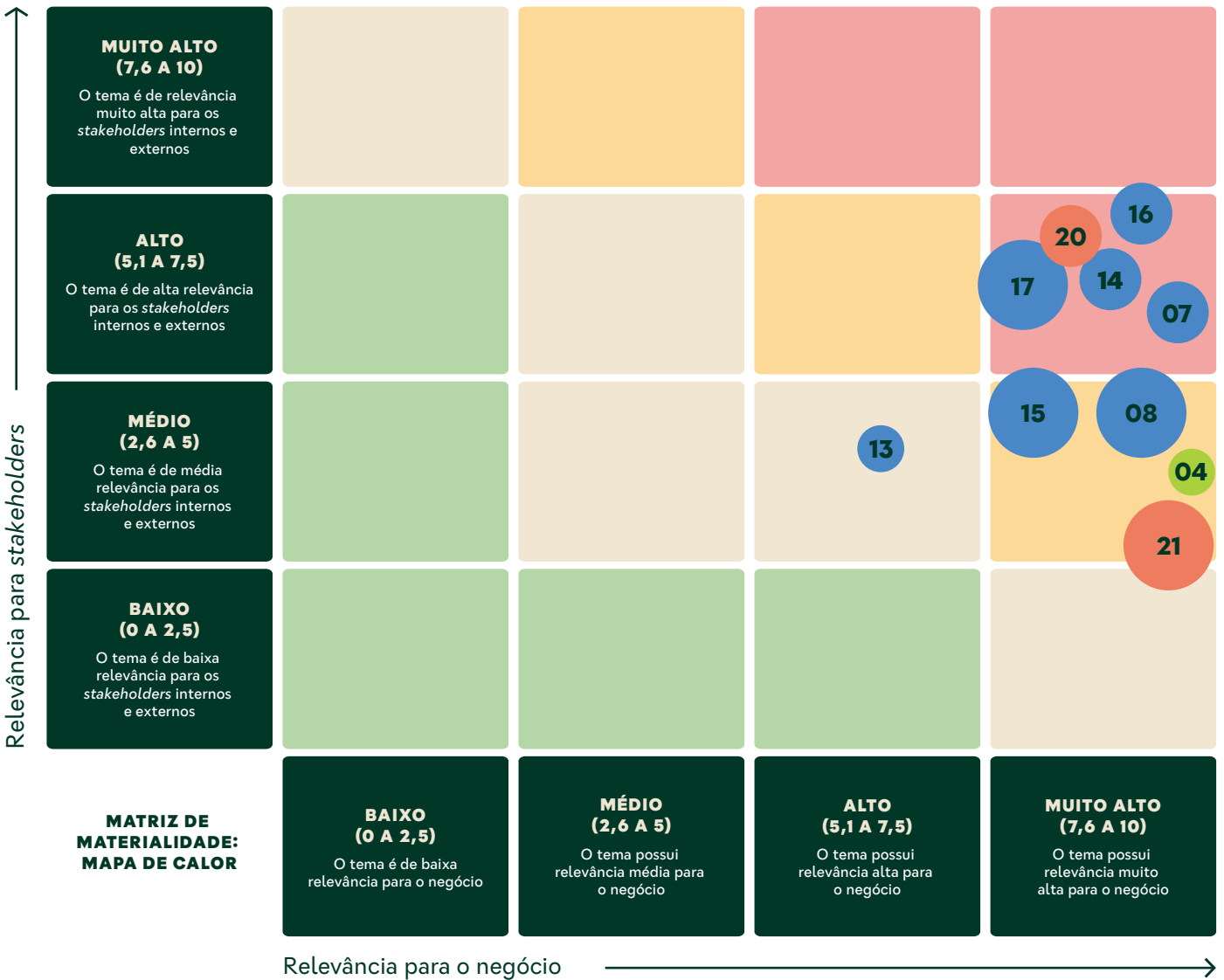
Ter uma noção real e quantificada dos impactos ambientais gerados no ciclo de vida dos produtos da empresa proporciona clareza e segurança. Esse conhecimento é essencial para que as decisões presentes e futuras possam ser direcionadas de modo a reduzir os impactos negativos. Assim, a Positive Company consegue fazer melhores escolhas, construindo a cada dia uma empresa melhor para o mundo.

7. Materialidade

Em 2024, a Positive Company realizou seu primeiro estudo de materialidade para alinhar suas práticas com as expectativas das partes interessadas e promover a sustentabilidade sob o ponto de vista da companhia e da sociedade. O estudo identificou e priorizou os tópicos mais relevantes para a empresa e seus stakeholders, resultando em uma matriz de materialidade.

A metodologia aplicada seguiu o conceito de dupla materialidade, no qual são considerados tanto impactos socio-ambientais como a relevância para a estratégia da empresa. O processo de construção da matriz foi realizado em três etapas: **(1) Benchmarking;** **(2) Pesquisa com Stakeholders** e **(3) Compilação e validação dos resultados.**

O cruzamento de informações das três etapas anteriores levou à indicação de **10 temas materiais** para compor a matriz de materialidade da companhia.



LEGENDA

Grau de controle e/ou influência da Positive Company sobre o tema:

BAIXO (0 A 2,5)

A Positive Company não tem controle ou influência significativa sobre o tema. O resultado depende da ação de outros.

MÉDIO (2,6 A 5)

A Positive Company não controla o tema, mas pode influenciar as partes interessadas. O resultado depende mais de outros do que da Positive Company.

ALTO (5,1 A 7,5)

A Positive Company controla o tema nas suas operações e/ou influencia significativamente as partes interessadas. O resultado depende da atuação do conjunto das partes.

MUITO ALTO (7,6 A 10)

A Positive Company tem controle total sobre o tema e é a principal responsável pelo resultado.

Os resultados obtidos com a análise de materialidade ESG embasam as decisões estratégicas sobre onde a Positive Company irá concentrar os esforços e recursos. Portanto, os **10 temas ESG** materiais que foram priorizados na agenda de impactos positivos da companhia são:

Ambiental



04. CICLO DE VIDA DO PRODUTO:

analisar os impactos ambientais dos produtos da Positive Company em todas as etapas de seu ciclo de vida, desde a extração de matérias-primas até o descarte das embalagens pós-consumo.

Social



07. SAÚDE, SEGURANÇA E BEM-ESTAR:

implementar políticas e práticas que garantam a segurança, bem-estar e saúde física e mental dos trabalhadores da Positive Company.

08. CULTURA ORGANIZACIONAL:

promover um ambiente de trabalho positivo e alinhado com a missão e os valores da Positive Company.

13. ENGAJAMENTO SOCIAL E DOAÇÕES:

participar ativamente de iniciativas sociais e comunitárias, incluindo doações e ações de responsabilidade social.

14. RELACIONAMENTO COM CONSUMIDORES E CLIENTES:

construir e manter relações positivas com consumidores e clientes da Positive Company, focando em transparência, comunicação eficaz e atendimento às necessidades e expectativas dos consumidores de forma ética e responsável.

15. INOVAÇÃO DE PRODUTOS:

antecipar tendências e desenvolver novos produtos ou melhorias significativas em produtos existentes da Positive Company para atender as demandas do mercado.

16. ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL E INCLUSIVA:

promover uma alimentação saudável aos consumidores dos produtos da Positive Company, ao mesmo tempo em que garante que os produtos sejam inclusivos para diferentes necessidades alimentares.

17. QUALIDADE E SEGURANÇA DO ALIMENTO:

garantir que os produtos alimentícios atendam aos padrões de qualidade e segurança, protegendo a saúde dos consumidores.

Governança



20. ÉTICA E TRANSPARÊNCIA:

praticar o negócio de forma ética e transparente, adotando padrões de integridade e responsabilidade, garantindo que as ações da Positive Company sejam abertas e honestas para todas as partes interessadas.

21. PROPÓSITO E ESTRATÉGIA EM RELAÇÃO À SUSTENTABILIDADE:

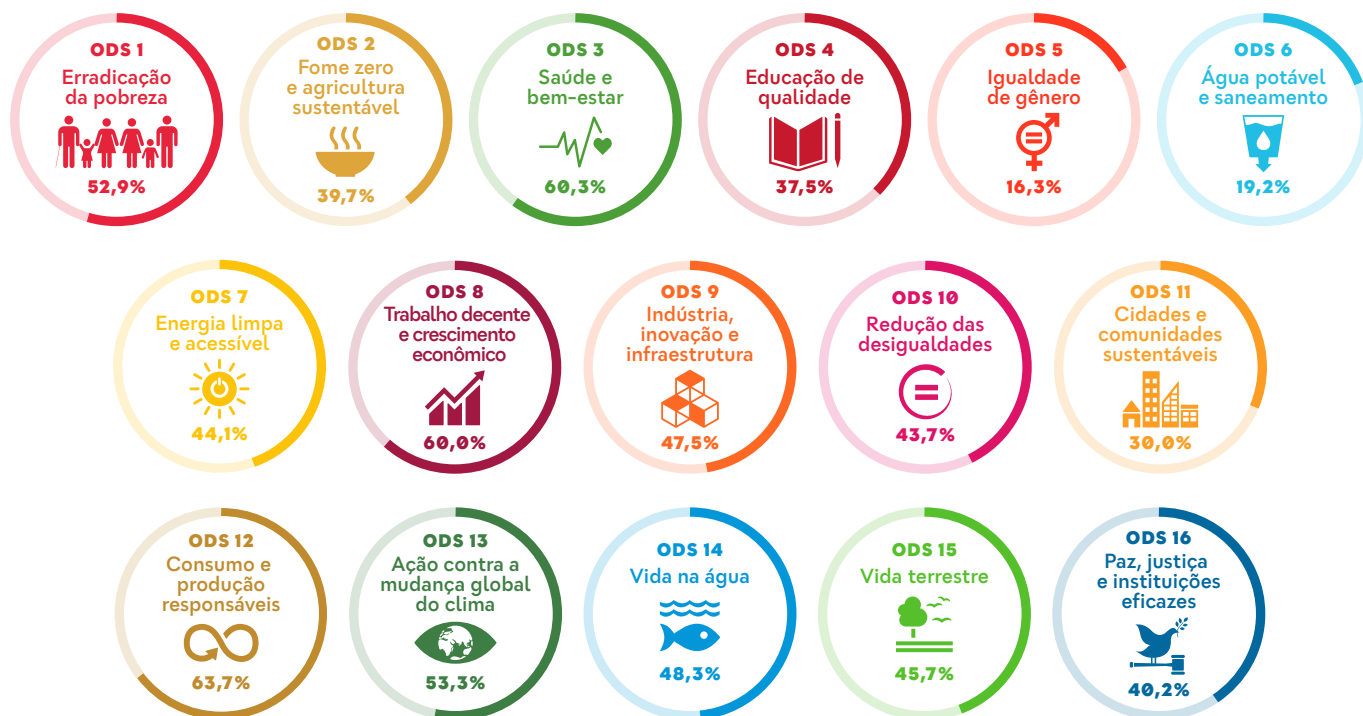
integrar a sustentabilidade na visão e estratégia geral de crescimento da Positive Company.

8. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)

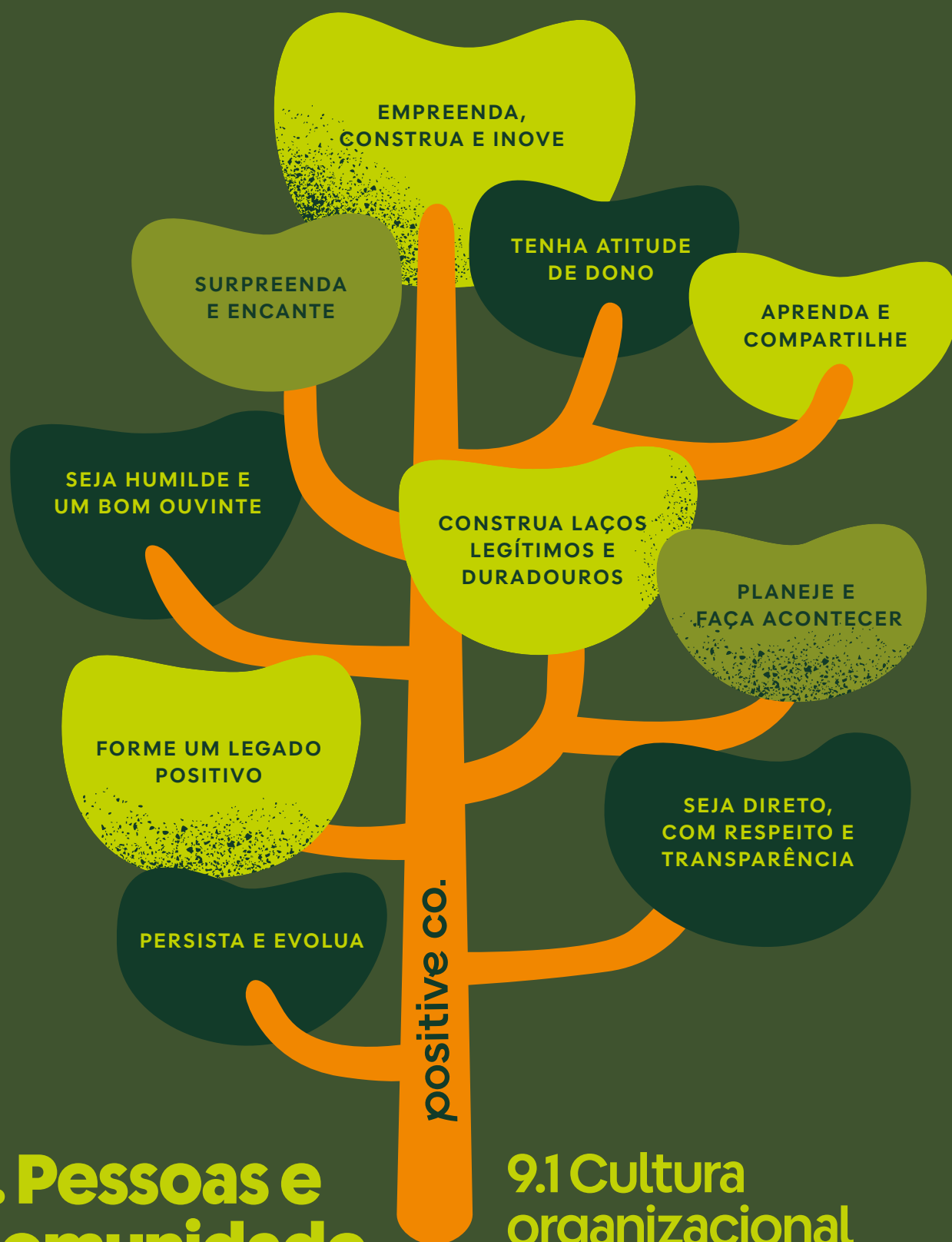
Em 2024, a Positive Company avaliou sua contribuição com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), por meio da ferramenta *SDG Action Manager* do Sistema B. Essa ferramenta incorpora os **Dez Princípios do Pacto Global da ONU** e os **ODS** para ajudar a empresa a identificar suas áreas de risco, acompanhar seu progresso, acessar recursos e gerenciar seu impacto sobre os ODS em suas operações, cadeia de abastecimento, modelo de negócios e ação coletiva.



SDG Baseline



ODS 17 Devido a sua natureza transversal, as ações relativas ao “ODS 17 – Parcerias e Meios de Implementação” que forem relevantes para cada empresa são incorporadas pelo *SDG Action Manager* em diferentes partes da avaliação, tanto no módulo básico como nos módulos específicos por ODS.



9. Pessoas e Comunidade

A Positive Company tem uma proposta de valor clara para as pessoas e para o meio ambiente ao apoiar ações que fazem a diferença na vida dos colaboradores da empresa e nas comunidades em que atua.

9.1 Cultura organizacional

A Positive Company possui dez princípios de liderança que atuam como direcionadores da forma de trabalhar e tomar decisões na companhia. Esses princípios constituem uma importante ferramenta cultural para o protagonismo de cada colaborador, permitindo-lhes alcançar grandes feitos.

Empreenda, construa e inove

Empreender não é apenas criar algo novo, é questionar o que já existe e buscar maneiras melhores de fazer as coisas. Para isso, é essencial tomar decisões baseadas em dados concretos e entender bem o mercado. Inovar exige uma combinação de curiosidade e estratégia, além de usar as ferramentas certas para obter as informações que embasam cada novo projeto. Ao acompanhar as tendências e identificar oportunidades, garantimos que nossas ações estejam sempre alinhadas com as necessidades do futuro, tornando nossos empreendimentos mais sólidos e eficazes.

Aprenda e compartilhe

Seja um leitor do mundo. Busque, questione e aprofunde-se nos detalhes. Reúna informações para que outras pessoas possam beber da mesma fonte. Cultive a cultura do “deep dive”, onde o aprendizado se aprofunda e o compartilhamento multiplica o conhecimento.

Planeje e faça acontecer

Não seja raso. Um bom plano é a base do sucesso e a execução transforma ideias em resultados. Estabeleça metas claras, desenvolva estratégias bem detalhadas e, mais importante, aja com propósito, não espere pelo momento perfeito. Aqui, a superficialidade não tem vez; é a profundidade no planejamento e execução que nos leva à excelência.

Tenha atitude de dono

Trate o negócio como se fosse seu, respeitando orçamentos e recursos. Assuma a responsabilidade pelos resultados, tome decisões como um empreendedor e busque sempre o melhor para a empresa. Atitude de dono significa estar atento aos detalhes, comprometido com as entregas e disposto a fazer o que for necessário para garantir o sucesso de todos.

Construa laços legítimos e duradouros

Relações verdadeiras são o alicerce de uma empresa sólida. Construa conexões baseadas na confiança, respeito e na transparência, tanto com clientes quanto com colegas de equipe. Laços legítimos resistem ao tempo e geram valor a longo prazo.

Seja direto, com respeito e transparência

A comunicação madura equilibra clareza e respeito. Ser direto, com empatia, promove entendimento e confiança. Transparência evita mal-entendidos e fortalece as relações, garantindo um ambiente saudável e alinhado.

Seja humilde e bom ouvinte

A humildade abre portas para o aprendizado e o crescimento. Esteja disposto a ouvir, entender diferentes perspectivas e aceitar feedback. O bom ouvinte é aquele que coloca o ego de lado para focar em soluções e melhorias. Cada voz importa, e cada aprendizado nos faz evoluir.

Surpreenda e encante

Coloque-se no lugar do consumidor para entender e atender suas necessidades, priorizando-o em todas as decisões. Trabalhe constantemente para superar expectativas, gerando experiências que vão além do esperado. Essa mesma abordagem se aplica ao nosso time comercial, eles são parte essencial dessa missão. Ao encantá-los com o suporte, ferramentas e reconhecimento necessários, construímos uma equipe motivada e alinhada, pronta para levar o encantamento ao cliente final.

Persista e evolua

Obstáculos fazem parte da jornada, mas a persistência é o que nos permite superá-los. Não desista diante das dificuldades. Em vez disso, veja cada desafio como uma oportunidade de evolução. Continue se reinventando e adaptando, sempre em busca da melhor versão de si mesmo e da empresa.

Forme um legado positivo

O impacto que deixamos se estende por toda a cadeia produtiva, do início ao consumidor final. Trabalhe diariamente para construir algo que gere valor não só no presente, mas que faça a diferença a longo prazo. Um verdadeiro legado é aquele que beneficia todos os envolvidos, desde fornecedores e colaboradores até os clientes, promovendo práticas sustentáveis que impactam positivamente o planeta. Seja parte de algo maior, contribuindo para um futuro melhor, mais responsável e equilibrado para as próximas gerações.



9.2 Desenvolvimento profissional

Os colaboradores da Positive Company, culturalmente identificados como Positivers, são pessoas que carregam no peito o legado da companhia. Ao reconhecer o trabalho de cada um, a empresa demonstra o seu compromisso com o bem-estar e o desenvolvimento profissional, inspirando as pessoas a continuarem entregando o seu melhor.

No ano de 2024, foram realizados

15 méritos & 5 promoções,



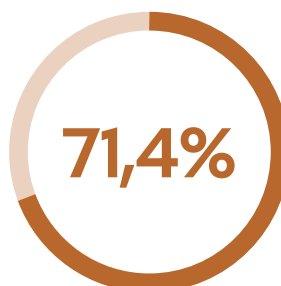
o que representa **35% dos Positivers**. Também foram realizadas **18 avaliações de desempenho** e ofertados **13 treinamentos**, com média de **4 horas por colaborador**.

9.3 Diversidade, Equidade e Inclusão

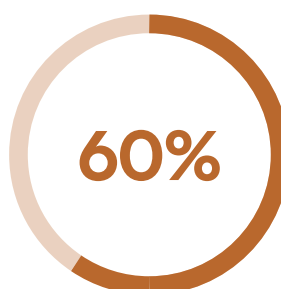
A Positive Company preza por um ambiente de trabalho diverso, equitativo e inclusivo, pois reconhece que todos têm um legado para o mundo. Por isso, valoriza as diferenças pessoais, como experiências de vida, formação educacional e diversidade de pensamento.

Os materiais de comunicação refletem o jeito de ser da companhia e aquilo que ela acredita: um mundo justo e diverso. Assim como incentiva que os colaboradores possam evoluir não apenas profissionalmente, mas também pessoalmente.

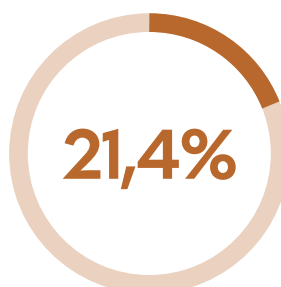
Em 2024, foi realizado o primeiro Censo Interno e de Diversidade, obtendo a participação de **83,67% dos colaboradores**. Com os resultados obtidos, foi visto que:



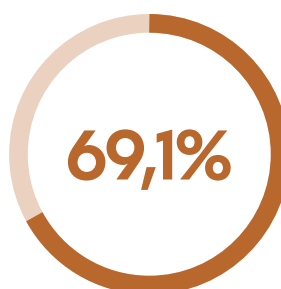
do nosso time é formado por **mulheres**



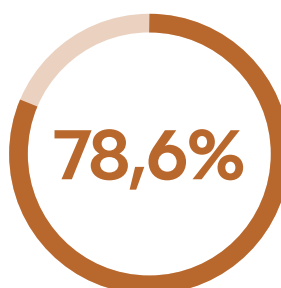
dos **cargos de gerência** são ocupados por **mulheres**



dos Positivers se identificam como **LGBTQIAPN+**



do nosso quadro de colaboradores são **autodeclarados não brancos**



dos nossos colaboradores possuem **ensino superior completo**



9.4 Saúde, Segurança e Bem-estar

Na Positive Company, a saúde, a segurança e o bem-estar dos colaboradores são valorizados. Anualmente, são realizados eventos internos como a Semana Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho (SIPAT) e as campanhas de apoio à saúde.

A companhia disponibiliza um ambiente de trabalho atraente para os profissionais, incluindo um pacote de benefícios que dá tranquilidade aos colaboradores. São ofertados:



Plano de Saúde compartilhado



Plano odontológico



Vale Transporte



Vale Refeição



Pack mensal de produtos da empresa



Seguro de vida



Desconto em produtos da empresa



Plataforma de atividade de saúde e bem-estar



Plataforma de solução de saúde mental



Crédito consignado



Telemedicina

(benefício que oferece um cuidado de saúde personalizado)

Em junho de 2024, a Positive Company formalizou uma parceria com uma plataforma de benefícios para organizar ações de saúde e bem-estar para os colaboradores. Além disso, foi iniciado o ritual **InJoy**: uma competição interna que valoriza a prática de exercícios físicos, com entrega de brindes para os Positivvers mais engajados na competição.

INJOY

Em 2024, foram realizadas **2.282 atividades de saúde e bem-estar individuais** e **5 atividades coletivas**, registradas ao longo de **215 dias** por **33 Positivvers**.

9.5 Engajamento Social e Doações

A Positive Company apoia diversas instituições e projetos sociais alinhados com o propósito da companhia, por meio de doações de produtos, parcerias e leis de incentivo. Em 2024, foram:

8

iniciativas sociais apoiadas;

4.457 kg

de produtos doados;

R\$ 265 mil

investidos em projetos sociais.





Conheça algumas iniciativas apoiadas · pela Positive Company ·

Esporte



Desde 2022, a Positive Company apoia a **Seed Surf Escola** , que impacta crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social em duas comunidades da Praia do Futuro, Fortaleza/CE. A escola promove o surf, acompanhamento familiar e mentoria. Em 2024, a Positive Company doou 570 kg de produtos para 12 famílias e 20 voluntários da instituição.



Em 2024, a Positive Company lançou a iniciativa **Hora do Recreio** com a linha Mini da marca **A Tal da Castanha**, cujo objetivo é incentivar a prática esportiva e promover bons hábitos alimentares nas escolas, alcançando um total de **1.161 pessoas impactadas** no ano do lançamento. As atividades esportivas e lúdicas do evento Hora do Recreio são realizadas em parceria com a empresa **CRIA Brincar de Treinar** , que atua como facilitadora de movimento, vivências esportivas e diversão para as crianças.



Em 2024, a Positive Company apoiou o projeto esportivo **Circuito das Estações** , que teve como objetivo promover a saúde, o esporte e a união de **20 mil participantes**.

Assistência social



Ainda em 2024, a Positive Company apoiou o **Lar Torres de Melo** , em Fortaleza/CE, uma instituição de assistência social e de promoção humana, voltada para proporcionar qualidade de vida às **200 pessoas idosas** residentes na instituição.

Educação e primeira infância



Em 2024, a Positive Company apoiou o projeto cultural **Reciclarte** , que visa promover conhecimento sobre a importância da reciclagem, por meio de ações baseadas nos pilares de economia circular, empreendedorismo e geração de renda, sustentabilidade e legado.



O **Instituto da Primeira Infância (IPREDE)** , atua há 38 anos na nutrição e desenvolvimento da

primeira infância e neurodivergência, fortalecendo famílias (especialmente mulheres) e promovendo inclusão social. No Mês das Empresas B de 2024, o evento Plant Power Move arrecadou **172 kg de alimentos não perecíveis** para o banco de alimentos do IPREDE, reforçando seu compromisso social.



A Positive Company também apoiou o Projeto Aprendendo com Arte, da **Fundação Raimundo Fagner** , que usa a arte educação para a socialização e desenvolvimento da cidadania de **400 crianças** e adolescentes.

Alimentação



A **Escola de Gastronomia Social Ivens Dias Branco (EGSIDB)** , é a primeira instituição pública de gastronomia social do Brasil, com o objetivo de oferecer formações gratuitas que estimulam o protagonismo cultural e social de jovens, homens e mulheres por meio da gastronomia. Em 2024, a Positive Company doou produtos para cursos de gastronomia e rodas de conversa promovidas pela EGSIDB no formato de cozinha-show, impactando **31**

 **Seed Surf Escola:** www.instagram.com/seedsurfescola.official

 **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 Relacionamento com os Stakeholders

A Positive Company está em constante comunicação com os seus stakeholders, pois a empresa sabe que envolvê-los é fundamental para a geração de valor a longo prazo.

Clientes

A Positive Company busca ser um parceiro estratégico para os clientes de atacado e varejo, bem como restaurantes e serviços de alimentação (Food), comunicando regularmente com eles sobre os produtos e as prioridades mútuas. A empresa busca ir além das transações comerciais e criar conexões verdadeiras com seus clientes. Em 2024, a base de clientes da companhia nos canais Food e Varejo aumentou **46%** com relação ao ano anterior.

Comunidade

A Positive Company fortaleceu sua conexão com as comunidades por meio de um engajamento estratégico que inclui:

mais de 100

prescritores que compartilham os benefícios de produtos da empresa com seus públicos.

Uma rede crescente com

mais de 200

afiliados que experimentam e recomendam os produtos da empresa, ampliando o alcance de forma autêntica.



➤ QR Code Reclame Aqui

Consumidores

A satisfação dos consumidores é monitorada constantemente via acompanhamento de reclamações e pesquisas de satisfação (NPS).

Em 2024, foi obtido um resultado de reclamação por unidade vendida de

0,00327%

e, além disso, a Positive Company foi finalista no **Prêmio Reclame Aqui** na categoria de Alimentos Multimarcas, no mesmo ano.



Fornecedores e Co-packers

A confiança e a transparência são os pilares que sustentam as relações da Positive Company com seus fornecedores e co-packers, garantindo a qualidade, a segurança dos consumidores e a fidelização do público.

A Positive Company sabe que em um mercado cada vez mais competitivo, a construção de relações sólidas e duradouras é fundamental para o sucesso da companhia.

Em média, a duração do relacionamento da Positive Company com seus fornecedores e co-packers é superior a

60 meses.

Associações e Conselhos



Em 2024, a Positive Company passou a integrar o Conselho da **Coalizão pelo Impacto** de Fortaleza, uma aliança estratégica que tem como missão o fomento ao empreendedorismo de impacto. A Coalizão trabalha pelo fortalecimento do ecossistema de apoio a empreendedores que criam negócios para resolver problemas socioambientais, colaborando assim para impulsionar uma transformação social e econômica no estado do Ceará.

Enquanto conselheira, a Positive Company:



Participa das discussões, priorizações e decisões referentes à implementação do plano de ação local



Apoia ações de relacionamento e engajamento de atores-chave com informações de contatos, conexões e eventuais participações em reuniões



Apoia a implementação de ações locais, conforme interesse e disponibilidade



Identifica oportunidades de sinergia com organizações locais, falando sobre a Coalizão em diferentes oportunidades, conectando com atores estratégicos relevantes, entre outros

A Positive Company é uma das empresas associadas à **Associação Brasileira de Alimentos Alternativos (ABAA)** ou "**Base Planta**", associação que visa fomentar o desenvolvimento do setor de alimentos feitos à base de plantas e trabalhar nos aspectos regulatórios e tributários dos produtos desse setor.



ABNC

Associação Brasileira de Nozes, Castanhas e Frutas Secas

A Positive Company também faz parte da **Associação Brasileira de Nozes, Castanhas e Frutas Secas (ABNC)**, cuja missão é estimular e facilitar o crescimento da produção sustentável com responsabilidade social envolvendo toda a cadeia produtiva, e fomentar o consumo das nozes, castanhas e frutas secas.



QR Code Coalizão pelo Impacto



QR Code Base Planta



QR Code ABNC



10. Governança

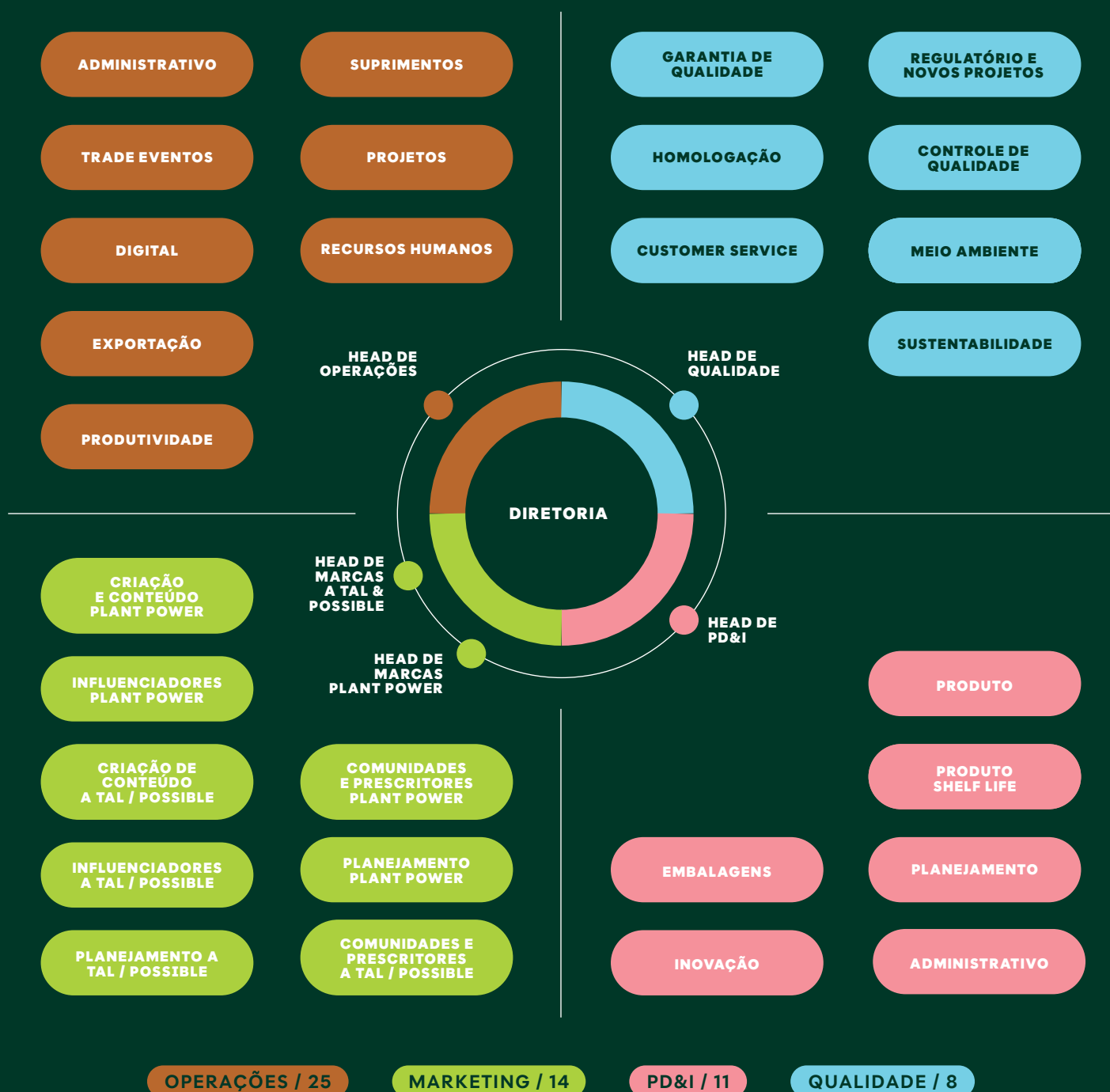
Para a Positive Company, não basta ser economicamente viável e rentável aos sócios e acionistas. A empresa não mede esforços para operar de forma honesta, socialmente responsável e ambientalmente sustentável.

O Conselho Administrativo da Positive Company é formado por executivos do Grupo 3corações e executivos da Família Carvalho. Os membros deste Conselho

se reúnem trimestralmente para discutir sobre decisões estratégicas do negócio.

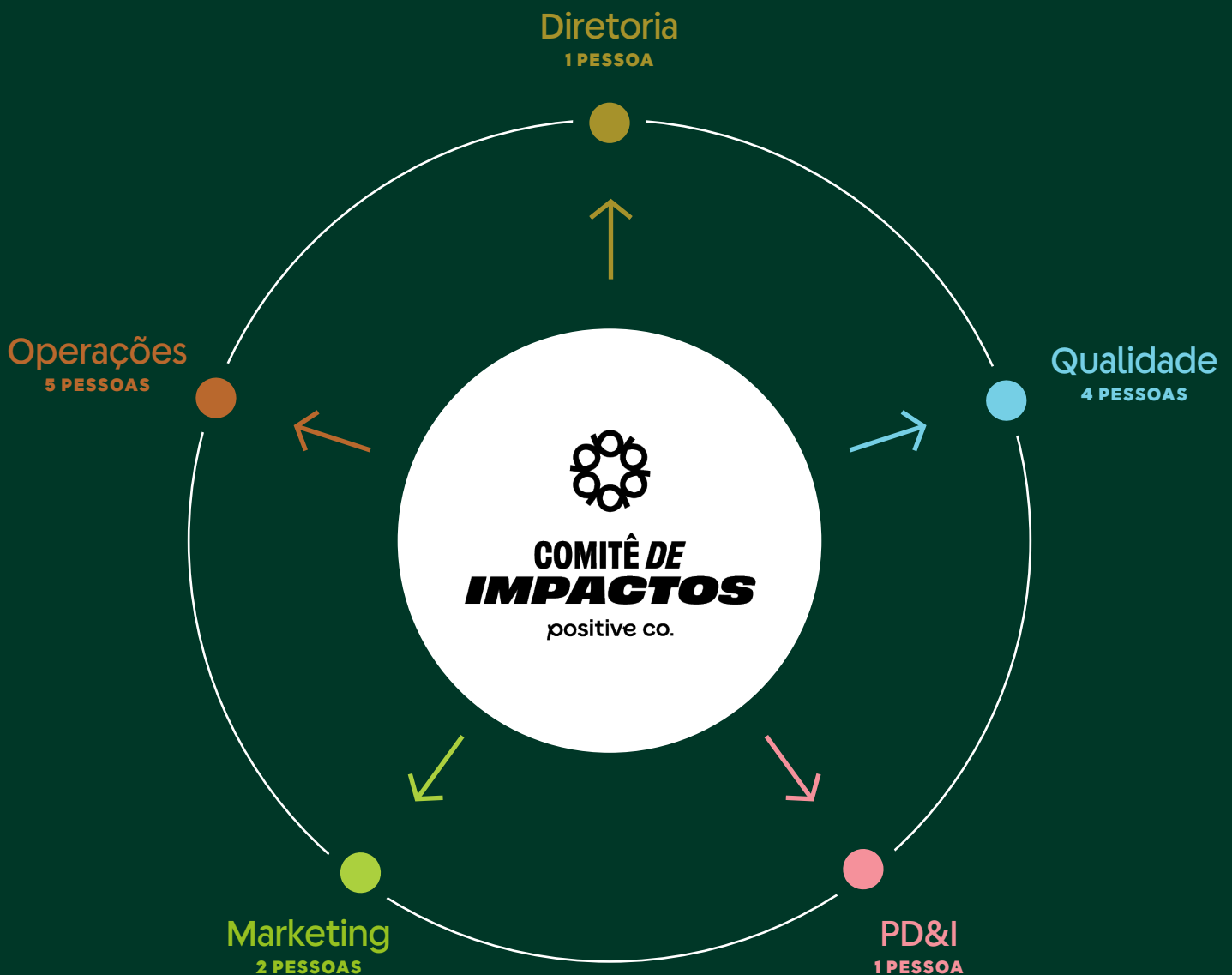
10.1 Estrutura Organizacional

A estrutura organizacional da Positive Company é composta por 8 frentes de operações, 7 frentes de qualidade, 8 frentes de marketing e 6 frentes de PD&I.



10.2 Comitê de Impactos

A Positive Company possui também um Comitê de Impactos. Trata-se de um grupo interno e multidisciplinar formado por colaboradores próprios, com o intuito de assessorar a Diretoria Executiva da companhia no desenvolvimento de diretrizes relacionadas à sustentabilidade, gerando e agregando valor para a sociedade. Essa iniciativa é voluntária e aberta a todos os Positivvers.



Por meio da criação do Comitê de Impactos, os colaboradores podem articular objetivos e resultados, tanto individuais como de toda a equipe, relacionados às métricas socioambientais da empresa.



10.3 Ética e Transparência

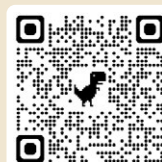
A Positive Company preza pela livre concorrência, operando com integridade, ética e transparência. Anualmente, as demonstrações financeiras da empresa são auditadas por empresas especializadas e independentes, confirmando o alto padrão ético da organização.

Visando reforçar a conduta ética para os seus stakeholders, a empresa dispõe de:

- Manifesto Positive Co.;
- Política Anticorrupção;
- Regras Gerais de Contratação;
- Política de Conflito de Interesses;
- Processo de Sanções Disciplinares;
- Processo de Privacidade;
- Processo de Ouvidoria;
- Política de Relacionamento e Comunicação com Partes Interessadas.

A Positive Company respeita a privacidade das pessoas e não divulga dados pessoais ou sigilosos. Anualmente, a empresa realiza internamente a Semana de Segurança e Privacidade para conscientizar sobre a importância da proteção de dados.

Em conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), o **Processo de Privacidade** é aplicado aos websites, formulários de registro, interações com anúncios, mensagens eletrônicas e/ou aplicativos móveis pertencentes à empresa. O titular dos dados pode requisitar detalhes sobre seus dados ou cancelar sua inscrição a qualquer momento através do site **Positive Market**.



QR Code Privacidade



QR Code Positive Market

11. Olhando para o futuro

Nos próximos anos, a Positive Company seguirá avançando com profundidade e consistência, consolidando as bases para alcançar os objetivos de longo prazo da companhia.

Construindo o Caminho das Metas

O foco da Positive Company estará na análise aprofundada dos temas materiais já definidos e, a partir disso, estabelecer metas claras e planos de ação consistentes para cada um deles.

Fortalecendo a Transparência

A Positive Company seguirá aprimorando seus processos de coleta e análise de dados, com o objetivo de refinar indicadores e fortalecer a transparência na comunicação dos resultados obtidos.

Rumo à Recertificação B

A Positive Company vai manter o compromisso com a recertificação como Empresa B a cada três anos, reafirmando sua dedicação a altos padrões de desempenho social, ambiental e de governança.

Celebração dos 10 anos da marca A Tal da Castanha

Em 2025, é celebrada uma década de história da A Tal da Castanha. A comemoração dos 10 anos será marcada por iniciativas que conectam a trajetória da marca às pessoas que caminharam junto, reforçando o vínculo com seus consumidores, parceiros e comunidades.





positive co.

R. Dr. Gilberto Studart, 155 - loja 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