



Contribuição de uma “foodtech” brasileira para os ODS

Contribution of a brazilian foodtech to the SDGs

Alexandre Mariano¹

¹Escola Superior de Agricultura "Luiz de Queiroz" - USP
alexandre.mariano@posgrad.ufsc.br

Resumo - Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU são fundamentais para orientar Iniciativas globais em direção à sustentabilidade, à erradicação da pobreza e à promoção de um crescimento econômico sustentável até 2030. Dado o papel de vanguarda das "foodtechs" na inovação tecnológica e no crescimento do mercado, este estudo teve como objetivo verificar como uma empresa brasileira do setor de bebidas contribuiu para o cumprimento dos ODS. Especificamente, o estudo examinou como a empresa gerencia suas práticas ambientais e divulga essas informações ao público interessado em sustentabilidade. Utilizando o relatório de sustentabilidade de 2021 como base para a pesquisa realizada no estudo de caso, foram analisadas as estratégias adotadas pela empresa para comunicar seu compromisso com a sustentabilidade. Principais iniciativas avaliadas incluíram a redução das emissões de carbono, promoção da diversidade e inclusão no ambiente corporativo, inovação em produtos voltados à sustentabilidade, além da preservação da biodiversidade. A análise ressaltou a importância de estabelecer metas mais mensuráveis e indicadores de desempenho claros para avaliar o impacto das estratégias adotadas. Embora tenham sido realizadas várias iniciativas em conformidade com os ODS pela empresa, o estudo apontou que é necessário fazer melhorias significativas na definição de prazos e na transparência dos resultados obtidos. A conclusão foi que mesmo com as estratégias implementadas ainda há margem para melhorar tanto na avaliação do impactos quanto na divulgação dessas iniciativas.

Palavras-chave: inovação; pegada de carbono; logística reversa; conscientização ambiental; práticas empresariais.

Abstract - The United Nations Sustainable Development Goals (SDGs) are fundamental to guiding global initiatives towards sustainability, poverty eradication and the promotion of sustainable economic growth by 2030. Given the leading role of foodtechs in technological innovation and market growth, this study aimed to assess how a Brazilian beverage company contributed to achieving the SDGs. Specifically, the study examined how the company manages its environmental practices and discloses this information to the public interested in sustainability. Using the 2021 sustainability report as the basis for the research conducted in the case study, the strategies adopted by the company to communicate its commitment to sustainability were analyzed. Key initiatives evaluated included reducing carbon emissions, promoting diversity and inclusion in the corporate environment, innovation in products focused on sustainability, and preserving biodiversity. The analysis highlighted the



importance of establishing more measurable goals and clear performance indicators to assess the impact of the strategies adopted. Although the company has implemented several initiatives in line with the SDGs, the study indicated that significant improvements are needed in defining deadlines and in the transparency of the results obtained. The conclusion was that even with the strategies implemented, there is still room for improvement in both the assessment of impacts and the dissemination of these initiatives.

Keywords: innovation; carbon footprint; reverse logistics; environmental awareness; business practices.

Introdução

Uma 'foodtech' é uma empresa que atua na intersecção entre a indústria alimentar e a tecnologia. Essas empresas aplicam inovações para mudar a maneira como os alimentos são produzidos, distribuídos e consumidos. As 'foodtechs' estão na vanguarda da adoção de tecnologias que se aproximam de desafios globais críticos, como a sustentabilidade da cadeia alimentar e a transparência na produção, os quais são essenciais para atingir os ODS¹ da ONU. Essas práticas se tornaram fundamentais para a competitividade das empresas, que se ajustam de acordo com as metas ESG, como redução do impacto ambiental e objetivos de sustentabilidade (Irigaray e Stocker, 2022; Numa et al., 2023).

Além de promover a eficiência operacional, as 'foodtechs' impulsionam a competitividade ao adotar práticas sustentáveis e transparentes, e que, não apenas melhoram o desempenho financeiro, mas também demonstram um compromisso com a sustentabilidade (Numa et al., 2023; Neder et al., 2019). A gestão ambiental, quando bem comunicada, fortalece a reputação das empresas, construindo confiança com consumidores e investidores (Costa e Ferezin, 2021).

Neste contexto, a comunicação de práticas ambientais por meio de relatórios de sustentabilidade, como os baseados nas diretrizes da GRI, é uma ferramenta essencial para posicionar as empresas de forma estratégica, além de contribuir para o alinhamento com os ODS (GRI, 2022). A integração de critérios ESG nas decisões estratégicas se tornou fundamental, pois molda tanto o desempenho financeiro das empresas quanto suas responsabilidades ambientais e sociais, colocando a sustentabilidade no centro de suas operações (Irigaray e Stocker, 2022).

As 'foodtechs' desempenham um papel transformador no setor alimentício, sendo protagonistas na transição para práticas empresariais sustentáveis e economicamente viáveis. O modelo de certificação B Corp, como destacado por Costa e Ferezin (2021), exemplifica o compromisso dessas empresas com elevados padrões de desempenho social e ambiental,

¹ Os ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável), estabelecidos pela ONU em 2015, consistem em 17 metas globais projetadas para enfrentar os desafios sociais, econômicos e ambientais que o mundo enfrenta até 2030. As empresas são encorajadas a alinhar suas operações e estratégias com os ODS, contribuindo diretamente para o desenvolvimento sustentável global, abordando questões como a erradicação da pobreza, a redução das desigualdades e a mitigação das mudanças climáticas (ONU, 2015).



destacando o potencial das 'foodtechs' brasileiras na liderança de práticas de sustentabilidade no setor de alimentos e bebidas

Considerando a importância das "foodtechs" na adoção de práticas inovadoras e sustentáveis, o objetivo geral deste estudo é verificar de que forma uma empresa brasileira do setor de bebidas contribui para o cumprimento dos ODS. Especificamente, o estudo buscou verificar como a empresa realiza a gestão e a divulgação de suas práticas ambientais, investigando as estratégias adotadas para comunicar seu compromisso com a sustentabilidade e sua integração com os ODS.

Material e Métodos

Este estudo foi conduzido por meio de uma abordagem descritiva e qualitativa, estruturada pelo método de estudo de caso. A empresa em foco foi uma "foodtech" brasileira do setor de bebidas, dedicada à produção de alternativas vegetais. Reconhecida por suas práticas sustentáveis e inovação no mercado de bebidas, a empresa empregava atualmente menos de 50 funcionários, mas com valor de mercado superando R\$ 100 milhões. Além disso, é importante ressaltar que ela possuía certificação no sistema B e alcançou destaque significativo recentemente.

Os dados para este estudo foram coletados por meio de pesquisa documental dos relatórios de sustentabilidade da empresa referentes ao ano de 2023. Esses dados foram então categorizados e analisados conforme as diretrizes da GRI ("Global Reporting Initiative")² e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Os resultados foram apresentados após a leitura e organização dos dados em tabelas, assim como a elaboração de gráficos para melhor visualizar e interpretar os resultados obtidos.

No contexto deste estudo, tanto o GRI quanto os ODS serviram como estruturas fundamentais para a análise das práticas de gestão ambiental da empresa em questão. Por meio dessas diretrizes, foi possível avaliar como a empresa comunicou seu desempenho em sustentabilidade e como suas iniciativas se alinharam aos objetivos globais de desenvolvimento sustentável.

Resultados e Discussão

Nesta seção pretende-se apresentar os resultados obtidos após aplicação da metodologia.

A empresa analisada adota diversas iniciativas voltadas para a sustentabilidade, destacando-se pela implementação de medidas para reduzir sua pegada de carbono, promoção da diversidade e inclusão, inovação em produtos sustentáveis e conservação da biodiversidade.

² A GRI é uma organização independente que fornece um padrão global para relatórios de sustentabilidade. Suas diretrizes permitem que empresas e outras organizações relatem seus impactos em áreas críticas da sustentabilidade, como mudanças climáticas, direitos humanos, governança e bem-estar social. Ao seguir esses padrões, as empresas podem comunicar seu desempenho de forma transparente e comparável ao longo do tempo e em relação a outras organizações, o que contribui para a confiança dos stakeholders (GRI, 2022).



Essas iniciativas estão diretamente alinhadas aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), como o ODS 12 (Consumo e Produção Responsáveis), ODS 13 (Ação Climática), ODS 5 (Igualdade de Gênero), ODS 9 (Indústria, Inovação e Infraestrutura) e ODS 15 (Vida Terrestre).

Visões estratégicas da empresa

Em suas iniciativas de longo prazo (Tabela 1), a redução da pegada de carbono por meio da otimização logística e do uso de embalagens sustentáveis é uma das ações mais relevantes da empresa para mitigar as mudanças climáticas, em conformidade com o ODS 13. Esse processo está alinhado com as melhores práticas de ESG, que promovem maior transparência e competitividade no mercado globalizado (Costa e Ferezin, 2021). A avaliação da pegada de carbono ao longo de toda a cadeia de fornecimento, desde a produção até a distribuição, permite uma compreensão detalhada do impacto ambiental de cada produto, facilitando a tomada de decisões mais sustentáveis.

Além de suas práticas ambientais, a empresa também promove ativamente a diversidade e inclusão no ambiente de trabalho, contribuindo para a redução das desigualdades de gênero, conforme o ODS 5. Esses esforços são um reflexo do compromisso com a responsabilidade social, alinhando-se com os princípios ESG. Segundo Barbosa et al. (2020), a adoção de modelos de gestão que integram práticas ESG em pequenas empresas fortalece tanto a eficiência operacional quanto a reputação da empresa no mercado. A implementação de estratégias que incorporam diversidade e inclusão pode gerar benefícios significativos, como um ambiente de trabalho mais colaborativo e maior inovação, fatores essenciais para a competitividade a longo prazo.

Essas iniciativas são detalhadas na Tabela 1, que apresenta as ações e os objetivos estratégicos relacionados aos ODS e às diretrizes GRI.

Tabela 1 - Visão de longo prazo da empresa.

Iniciativas	Descrição	Identificação no Relatório	ODS Relacionado	GRI Relacionado
Redução da Pegada de Carbono	Implementa medidas para reduzir sua pegada de carbono, incluindo otimização logística e uso de embalagens sustentáveis.	Discussões sobre iniciativas sustentáveis e alinhamento ao GRI 305.	ODS 12, ODS 13	GRI 305 (Emissões)
Diversidade e Inclusão	Promoção da diversidade no ambiente de trabalho, refletindo compromisso com igualdade de gênero e redução de desigualdades.	Programas de integração e treinamento reportados segundo o GRI 405.	ODS 5	GRI 405 (Diversidade e Igualdade de Oportunidades)
Inovação em Produtos Sustentáveis	Desenvolvimento de produtos com ingredientes sustentáveis e processos que reduzem impactos ambientais.	Descrições dos produtos e práticas de produção mapeadas sob os GRIs 301 e 302.	ODS 9, ODS 12	GRI 301 (Materiais), GRI 302 (Energia)



Conservação da Biodiversidade	Engajamento em programas de reflorestamento e conservação da biodiversidade em áreas afetadas pelas atividades da empresa.	Participação em projetos de conservação e biodiversidade, incluindo o reflorestamento de áreas degradadas.	ODS 12, ODS 15	GRI 304 (Biodiversidade)
-------------------------------	--	--	----------------	--------------------------

Fonte: Resultados originais da pesquisa

A análise das práticas de gestão ambiental da empresa revela um alinhamento significativo com as metas globais de sustentabilidade, abrangendo aspectos como ação climática, inovação sustentável, consumo responsável e conservação da biodiversidade. A redução da pegada de carbono, por exemplo, está diretamente relacionada à mitigação das mudanças climáticas (ODS 13), além de contribuir para o consumo e a produção responsáveis (ODS 12), por meio da otimização logística e do uso de embalagens sustentáveis.

O desenvolvimento de produtos sustentáveis reforça a capacidade da empresa de inovar em direção a processos produtivos que minimizam impactos ambientais (ODS 9 e ODS 12), promovendo o uso eficiente de recursos e a redução de resíduos. As iniciativas voltadas à conservação da biodiversidade também desempenham um papel essencial, garantindo a preservação de ecossistemas e serviços ecossistêmicos, aspectos fundamentais para a produção sustentável de alimentos e alinhados tanto ao ODS 15 (Vida Terrestre) quanto ao ODS 12.

Essas práticas não apenas reforçam a responsabilidade da empresa perante seus stakeholders, mas também posicionam a empresa como uma participante ativa no cumprimento dos ODS, demonstrando o impacto positivo de suas operações na sustentabilidade global.

A gestão das práticas de sustentabilidade pela empresa, conforme analisado, está alinhada com a evolução dos conceitos de responsabilidade social corporativa e ESG (*Environmental, Social, and Governance*). De acordo com Irigaray e Stocker (2022), o conceito de ESG é uma extensão moderna da responsabilidade social empresarial, envolvendo uma ampla gama de questões que vão desde a pegada de carbono até as práticas de governança e inclusão social. A adoção dessas práticas pela empresa evidencia um compromisso não apenas com o cumprimento das obrigações legais, mas com a criação de valor a longo prazo para todos os seus stakeholders. Esta abordagem é consistente com a visão de que "o desenvolvimento sustentável combina desenvolvimento econômico, conservação da natureza e redução da desigualdade global como objetivos éticos comuns".

Além disso, a comunicação transparente dessas práticas, especialmente por meio de relatórios de sustentabilidade, é essencial para o fortalecimento da imagem corporativa da empresa. Segundo Costa e Ferezin (2021), a comunicação eficaz do tripé da sustentabilidade (ambiental, social e governança) dentro das organizações globalizadas não apenas aprimora a percepção da marca, mas também é crucial para a competitividade em um mercado cada vez mais orientado por valores sustentáveis. A integração das práticas de sustentabilidade nos relatórios e nas estratégias de comunicação, conforme discutido, exemplifica como a empresa utiliza essas ferramentas para solidificar sua posição no mercado e atender às expectativas crescentes dos consumidores por transparência e responsabilidade social.



A análise das iniciativas de médio prazo da empresa (Tabela 2) sugere que há uma estrutura bem definida para a continuidade das práticas de sustentabilidade. As ações descritas demonstram um compromisso com a sustentabilidade em áreas-chave, como energia e recursos hídricos. Para pequenas empresas, como destacado por Barbosa et al. (2020), integrar a sustentabilidade ao planejamento estratégico é fundamental para garantir sua competitividade e contribuir para uma economia sustentável. As estratégias de comunicação sobre essas práticas podem ser integradas de maneira que fortaleçam a imagem da empresa, especialmente diante de investidores e consumidores cada vez mais conscientes e que valorizam empresas com práticas sustentáveis, como discutido na análise da coerência entre o discurso e as práticas sustentáveis das empresas (Santi et al., 2021). A transparência na divulgação dessas informações, por meio de relatórios de sustentabilidade, contribui para a credibilidade da empresa.

Tabela 2 - Visão de médio prazo da empresa.

Iniciativas	Descrição	Identificação no Relatório	ODS Relacionados	GRI Relacionado
Otimização de Processos	Consolidação das bases para objetivos de longo prazo, focando em processos e tecnologias eficientes em energia.	Planejamentos e metas para os próximos cinco anos alinhados ao GRI 204.	ODS 7 (Energia Acessível e Limpa), ODS 9 (Indústria, Inovação e Infraestrutura)	GRI 204 (Compras Sustentáveis)
Eficiência Energética	Adoção de tecnologias e práticas de eficiência energética em todas as operações da empresa.	Metas de eficiência energética integradas nas operações conforme descrito no relatório.	ODS 7 (Energia Acessível e Limpa)	GRI 302 (Energia)
Gestão Sustentável de Recursos Hídricos	Implementação de práticas que garantam a gestão sustentável dos recursos hídricos nos processos de produção.	Meta 6.3 do ODS 6 impactada nessa etapa: "Gestão eficiente do uso da água e tratamento de efluentes."	ODS 6 (Água Potável e Saneamento)	GRI 303 (Água)

Fonte: Resultados originais da pesquisa

As iniciativas de médio prazo descritas na Tabela 2 incluem a otimização de processos e a eficiência energética, que são cruciais para alcançar a sustentabilidade na indústria alimentícia, conforme discutido por Bigliardi e Galanakis (2020). A inovação em processos é frequentemente um motor para a ecoeficiência, permitindo a redução do consumo de recursos e do impacto ambiental (Bigliardi e Galanakis, 2020). Essas práticas não só respondem às exigências operacionais internas e refletem o alinhamento da empresa com ODS 7 (Energia Acessível e Limpa) e ODS 9 (Indústria, Inovação e Infraestrutura), em um contexto global de crescente preocupação com as mudanças climáticas onde a redução da emissão de carbono torna-se uma prioridade (Bigliardi e Galanakis, 2020). A busca por ecoeficiência, através de processos de produção mais eficientes e sustentáveis, passa necessariamente por um contexto



de inovação, uma relação direta entre inovação e sustentabilidade que é analisada por Neder et al. (2019).

A gestão sustentável de recursos hídricos é também uma prática essencial para assegurar a continuidade das operações da empresa, especialmente em um cenário de crescente escassez. A empresa adota medidas que buscam a utilização eficiente da água e o tratamento adequado dos efluentes, em conformidade com as diretrizes de referenciais como o *Global Reporting Initiative* (GRI), que busca estabelecer padrões para a evidenciação das áreas social, ambiental e econômica. Em um contexto mais amplo do sistema alimentar, as empresas também precisam considerar as mudanças nas formas de consumo e comercialização, como a expansão das Foodtechs no Brasil durante a pandemia de COVID-19, conforme apontado por Costa e Bezerra (2022). Embora o foco principal da empresa possa não ser tecnologia de entrega, a transformação digital no setor alimentício e a crescente demanda por sustentabilidade podem influenciar suas estratégias a longo prazo. Enquanto as estratégias de comunicação sobre essas práticas podem ser integradas de maneira que fortaleçam a imagem da empresa, especialmente diante de investidores e consumidores cada vez mais conscientes e que valorizam empresas com práticas sustentáveis (Madalena et al., 2016; Santi et al., 2021).

No curto prazo (Tabela 3), a empresa busca implementar práticas que visam a redução imediata dos impactos ambientais. Entre as principais ações, destacam-se a redução de resíduos, a educação e conscientização ambiental, e o uso de produtos orgânicos. Essas iniciativas representam passos importantes para gerar impactos ambientais positivos de forma imediata. A redução de resíduos é abordada por meio de uma gestão aprimorada e de práticas sustentáveis, contribuindo diretamente para o ODS 12.

A educação e conscientização ambiental entre consumidores e colaboradores é uma estratégia fundamental para promover práticas sustentáveis e aumentar a compreensão sobre a importância da sustentabilidade. Isso está alinhado aos ODS 4 (Educação de Qualidade), 12 e 13 (Ação Contra a Mudança Global do Clima), com a empresa utilizando campanhas educativas para engajar esses grupos nas questões ambientais. Segundo De Moraes et al. (2023), a inovação em práticas sustentáveis, como a utilização de produtos orgânicos, embora confrontada por problemas regulatórios, apresenta imensas oportunidades para um futuro mais sustentável do setor alimentício brasileiro.

Tabela 3 - Visão de curto prazo da empresa.

Iniciativas	Descrição	Identificação no Relatório	ODS Relacionados	GRI Relacionado
Redução de Resíduos	Iniciativas para minimizar a geração de resíduos através de gestão aprimorada e práticas sustentáveis.	Ações relatadas nas páginas 19-21, alinhadas ao ODS 12 e GRI 306.	ODS 12	GRI 306 (Resíduos)



Educação e Conscientização Ambiental	Campanhas educativas sobre sustentabilidade para conscientização ambiental entre consumidores e colaboradores.	Detalhes de programas de educação apoiando o ODS 4 e descritos conforme o GRI 307.	ODS 4 (Educação de Qualidade), ODS 13 (Ação Contra a Mudança Global do Clima)	GRI 307 (Emissões Ambientais)
Uso de Produtos Orgânicos	Utilização de produtos orgânicos e livres de transgênicos na produção de aveia, contribuindo para a redução de substâncias químicas perigosas no ambiente.	Meta 3.9 do ODS impactada nessa etapa: Produtos orgânicos, livres de transgênicos.	ODS 3 (Saúde e Bem-estar)	GRI 301 (Materiais), GRI 306 (Resíduos)
Engajamento e Educação dos Consumidores	A empresa promove o engajamento dos consumidores através de eventos, reportagens e artigos, além de discussões sobre sustentabilidade em encontros semanais.	"Consumidores da Empresa: Participação em eventos e discussões sobre desenvolvimento sustentável."	ODS 12.8 e 13.3 (Educação para a Sustentabilidade e Adaptação às Mudanças Climáticas)	GRI 413 (Engajamento Comunitário)
Iniciativas Comunitárias e Sociais	Estratégias para gestão sustentável de resíduos e redução da pegada ambiental nas comunidades locais onde a empresa opera.	Iniciativas para engajamento comunitário e impacto social descritas no contexto das ações locais da empresa.	ODS 11 (Cidades e Comunidades Sustentáveis)	GRI 203 (Impacto Econômico Indireto)

Fonte: Resultados originais da pesquisa

As iniciativas de curto prazo detalhadas na Tabela 3 evidenciam um foco imediato em ações que podem gerar impactos ambientais positivos. A redução de resíduos é uma das estratégias-chave, abordada através de uma gestão eficiente que visa minimizar a geração de resíduos, alinhando-se aos ODS 12. A educação e conscientização ambiental é outro aspecto crucial, com a empresa promovendo campanhas que buscam engajar tanto colaboradores quanto consumidores, refletindo seu compromisso com a sustentabilidade e o cumprimento dos ODS 4 e 13.

O uso de produtos orgânicos e livres de transgênicos na produção também é enfatizado como parte de uma estratégia para reduzir o uso de substâncias químicas perigosas, em conformidade com os ODS 3 (Saúde e Bem-estar). Além disso, a empresa se empenha em engajar os consumidores através de eventos e discussões sobre sustentabilidade, o que contribui para a conscientização pública e o fortalecimento das práticas sustentáveis, conforme os ODS 12.8 e 13.3.

As iniciativas comunitárias e sociais concentram-se na gestão sustentável de resíduos e na redução da pegada ambiental nas comunidades onde a empresa atua, em consonância com o ODS 11 (Cidades e Comunidades Sustentáveis) e o GRI 203, evidenciando o compromisso da empresa com a sustentabilidade nos âmbitos corporativo e comunitário. As estratégias de curto prazo, que priorizam a educação e conscientização ambiental, a adoção de produtos sustentáveis e o engajamento comunitário, podem contribuir para a formação de ativos intangíveis relevantes, como capital social, reputação e capital organizacional (Cantele e

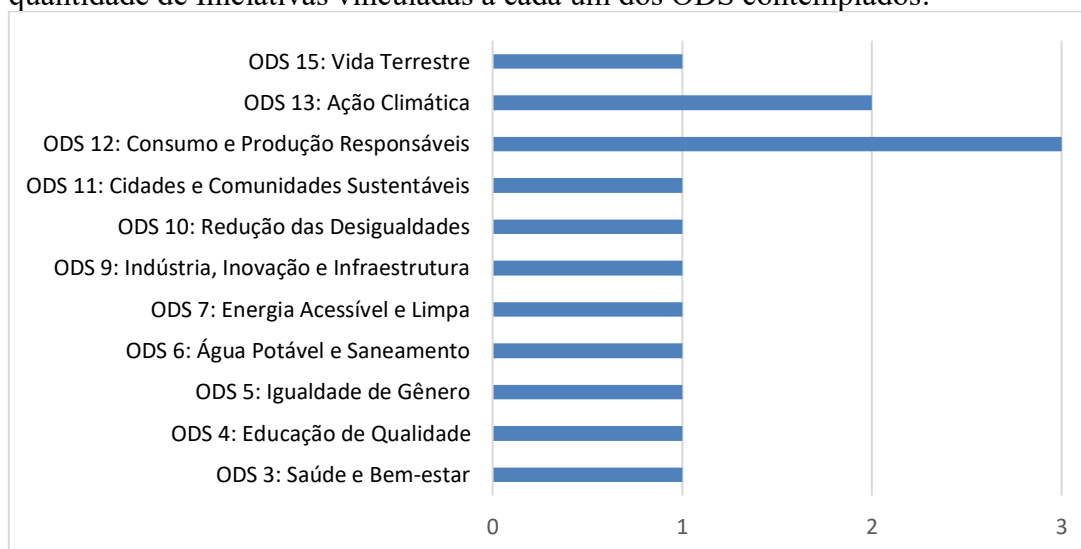


Zardini, 2018). Essa perspectiva sugere que as ações de sustentabilidade podem gerar valor para a empresa a longo prazo, fortalecendo esses ativos identificados como mediadores importantes na relação entre sustentabilidade e desempenho financeiro.

Iniciativas de Sustentabilidade da Empresa

A visualização gráfica a seguir (Figura 1) detalha a distribuição das iniciativas da empresa, permitindo uma análise das áreas onde os esforços estão concentrados, especialmente em relação à gestão de recursos e à mitigação das mudanças climáticas. A Figura 1 facilita a observação da quantidade de iniciativas associadas a cada ODS, oferecendo uma visão geral das prioridades estratégicas da empresa em sustentabilidade.

Figura 1. Lista de ODS contemplados pelas iniciativas da empresa e as barras representam a quantidade de Iniciativas vinculadas a cada um dos ODS contemplados.



Fonte: Resultados originais da pesquisa

Conforme demonstrado nos tópicos anteriores, a empresa tem dedicado esforços em diversas áreas da sustentabilidade, com atenção especial ao consumo e produção responsáveis (ODS 12) e à ação climática (ODS 13). A concentração de iniciativas nesses dois ODS – três para o ODS 12 e duas para o ODS 13 – sinaliza uma priorização da gestão de recursos e do enfrentamento das mudanças climáticas pela empresa. Essa ênfase em aspectos ambientais pode ser vista como relevante, considerando a crescente urgência das questões ambientais no cenário global (Costa e Ferezin, 2021).

O aspecto de como implementar a gestão da sustentabilidade corporativa está relacionado ao processo de identificação de metas de sustentabilidade e à determinação de sua implementação organizacional (Baumgartner e Rauter, 2017). A análise das iniciativas sustentáveis da empresa revela um foco estratégico em consumo e produção responsáveis



(ODS 12) e ação climática (ODS 13), com três ações vinculadas ao ODS 12 e duas ao ODS 13. No entanto, ao analisar a distribuição dessas iniciativas ao longo do planejamento empresarial, observa-se que o ODS 12 não possui uma presença contínua entre o curto, médio e longo prazo, o que pode indicar uma oportunidade para fortalecer a progressão das ações de consumo e produção responsáveis da empresa ao longo do tempo. A ausência de metas quantificáveis para essas iniciativas também dificulta o monitoramento e a demonstração do progresso em direção a um consumo e produção mais responsáveis (Madalena et al., 2016). Para garantir a coerência entre o discurso e a prática (Santi et al., 2021), é crucial que a empresa estabeleça metas claras e mensuráveis para suas iniciativas nos ODS 12 e 13 e que divulgue de forma transparente os resultados de seu monitoramento (Madalena et al., 2016, Santi et al., 2021).

A priorização das iniciativas voltadas para o ODS 12 está alinhada com as demandas globais por práticas de consumo e produção mais responsáveis. Segundo Costa e Ferezin (2021), a incorporação de práticas sustentáveis no núcleo das operações empresariais responde às pressões regulatórias e de mercado, fortalecendo o papel das empresas no contexto da sustentabilidade global. Nesse contexto, o foco no ODS 12 reflete a importância da gestão eficiente de recursos e da minimização de resíduos (Cantele e Zardini, 2018). No entanto, a ausência desse ODS no médio prazo pode comprometer a continuidade das estratégias de consumo e produção responsáveis, sugerindo que a empresa pode aprimorar a integração dessas iniciativas ao longo do tempo, estabelecendo metas progressivas e contínuas

No que se refere ao ODS 13, a ênfase em iniciativas relacionadas à ação climática está em consonância com a necessidade de mitigar os impactos das mudanças climáticas. Irigaray e Stocker (2022) apontam que a mudança climática exige uma adaptação eficaz das operações empresariais para minimizar os impactos ambientais adversos. A estratégia da empresa de abordar o ODS 13 sugere uma abordagem direcionada para integrar soluções climáticas em suas operações.

Além desses, a empresa também desenvolve iniciativas que abrangem saúde e bem-estar (ODS 3), educação de qualidade (ODS 4), igualdade de gênero (ODS 5), gestão sustentável da água (ODS 6), energia limpa (ODS 7), inovação em infraestrutura (ODS 9), redução das desigualdades (ODS 10), e a criação de cidades e comunidades sustentáveis (ODS 11), cada um representado por uma iniciativa. No entanto, essas ações estão distribuídas de forma não linear entre os diferentes horizontes temporais. Por exemplo, a gestão sustentável da água (ODS 6) é priorizada no médio prazo, enquanto a inovação sustentável (ODS 9) e a igualdade de gênero (ODS 5) aparecem apenas no longo prazo, sem uma abordagem progressiva entre os períodos.

A visualização dos dados (Figura 1) permite observar como as iniciativas estão distribuídas entre os ODS, indicando o comprometimento da empresa com diversas áreas do desenvolvimento sustentável. Embora a distribuição seja relativamente uniforme, o destaque dado ao ODS 12 e ODS 13 sugere uma ênfase nessas áreas específicas. Essa abordagem está em consonância com a literatura, que destaca a importância de um compromisso integrado com os ODS para garantir práticas empresariais sustentáveis, conforme observado por Neder et al. (2018) em sua análise sobre a integração de práticas ESG em operações corporativas.

Esses dados sugerem que a empresa busca abordar diversas frentes de sustentabilidade, com uma concentração de esforços em consumo e produção responsáveis, bem como ações climáticas. Segundo o relatório de sustentabilidade da empresa, essas práticas são parte de



uma estratégia de engajamento com as comunidades locais e com a sociedade em geral, visando criar impactos positivos nas esferas econômica, social e ambiental.

A análise demonstra que a empresa adota uma estratégia com ênfase em práticas que impactam diretamente as mudanças climáticas e promovem padrões de consumo sustentável. Conforme destacado por Sehnem et al. (2022), a integração das práticas ESG ao longo da cadeia de valor é importante para a construção de uma economia circular, especialmente em países emergentes, onde as pressões para o desenvolvimento sustentável estão crescendo. A priorização do ODS 12 e ODS 13 pode ser vista como uma resposta a essas necessidades, preparando a empresa para um cenário onde a resiliência e a adaptação às mudanças climáticas são cada vez mais relevantes para as operações corporativas.

Integração de práticas sustentáveis e tecnológicas para atender às metas globais de sustentabilidade

A empresa adota práticas voltadas à redução do impacto ambiental e à promoção da eficiência operacional, alinhando suas operações com os ODS. As práticas descritas abrangem etapas distintas da produção e distribuição, conforme demonstrado na Tabela 4, que resume as principais iniciativas sustentáveis e tecnológicas implementadas.

Tabela 4 - Principais práticas sustentáveis e tecnológicas adotadas pela empresa.

Prática	Descrição
Pegada de Carbono	Cálculo da pegada de carbono de seus produtos, desde a produção até a chegada nas prateleiras dos mercados, com análise detalhada das emissões em cada etapa.
Centro de Distribuição Certificado LEED	Escolha de um centro de distribuição com certificação LEED, que comprova a adoção de iniciativas de eficiência energética e sustentabilidade.
Neutralização de Carbono	Medir todo o impacto gerado durante a produção e compensar essas emissões através de projetos certificados de neutralização de carbono.
Pesquisa e Desenvolvimento	Investimento em pesquisa para melhorar o processo enzimático de transformação da aveia em leite, aumentando a eficiência e a sustentabilidade do processo.

Fonte: Resultados originais da pesquisa

As práticas apresentadas na Tabela 4 demonstram o esforço da empresa em integrar sustentabilidade ao longo de suas operações. O cálculo da pegada de carbono visa quantificar as emissões ao longo da cadeia produtiva, permitindo a identificação de oportunidades para redução de impactos ambientais. A literatura destaca que o uso de métricas ambientais robustas é essencial para implementar ações efetivas de mitigação de impactos e aprimorar a transparência das operações empresariais (Moro Visconti, 2020; Sehnem et al., 2022).

A certificação LEED do centro de distribuição visa garantir o uso eficiente de recursos e a adoção de práticas sustentáveis. Certificações ambientais, como a LEED, são reconhecidas por promover a eficiência energética e a gestão sustentável dos recursos, o que pode ser relevante para os objetivos de sustentabilidade da empresa. Conforme Appolloni et al. (2022), padrões e certificações fomentam a transparência em diferentes cadeias de valor e setores industriais, assegurando o desenvolvimento consistente de produtos e ofertas alinhados com metas de sustentabilidade e circularidade



A prática de neutralização de carbono envolve a compensação das emissões geradas durante a produção, por meio de projetos certificados de compensação. Embora a compensação de carbono seja uma prática reconhecida em políticas ambientais, a literatura destaca a importância de se associar essa prática à medição precisa das emissões para que se possa avaliar o impacto real das iniciativas de neutralização (Moro-Visconti, 2022). Baumgartner e Rauter (2016) reforçam que essas ações devem ser parte de uma estratégia mais ampla de redução de impactos e alinhadas com os objetivos de longo prazo da empresa para desenvolver uma organização

O investimento em pesquisa e desenvolvimento (P&D) focado na eficiência produtiva também reflete a busca da empresa por inovação sustentável. Sehnem et al. (2022) enfatizam a relevância do P&D para promover práticas de economia circular e melhorar os processos produtivos, reduzindo o impacto ambiental a longo prazo. Para atingir a sustentabilidade na indústria alimentícia, são necessárias atividades de pesquisa e desenvolvimento (P&D) baseadas na criação de novas tecnologias (Bigliardi e Galanakis, 2021).

As metas estabelecidas pela empresa (Tabela 5) refletem um alinhamento estratégico com os ODS, demonstrando um compromisso com práticas mais sustentáveis em diversas áreas operacionais. As ações incluem a redução do uso de produtos químicos perigosos, a implementação da logística reversa, a divulgação de informações sobre sustentabilidade e a promoção de discussões internas sobre mudanças climáticas.

Tabela 5 - Metas estabelecidas pela empresa, alinhadas aos ODS.

Meta	Descrição	Status Atual
ODS 3.9	Reduzir o impacto ambiental decorrente do uso de produtos químicos perigosos e a poluição do ar, água e solo.	Produtos orgânicos e livres de transgênicos, minimizando riscos à saúde.
ODS 12.5	Implementar a logística reversa para embalagens, visando reduzir a contaminação do solo e promover o reaproveitamento dos materiais.	A empresa já recolhe 22% das embalagens colocadas no mercado e busca aumentar esse percentual nos próximos anos.
ODS 12.8	Divulgar informações relevantes para a conscientização sobre o desenvolvimento sustentável, participando de eventos, reportagens e artigos.	Participação ativa em eventos setoriais, publicações em mídias especializadas e engajamento com stakeholders.
ODS 13.3	Promover discussões internas regulares sobre sustentabilidade e mudanças climáticas para aumentar o engajamento dos colaboradores.	Reuniões periódicas sobre sustentabilidade dentro da empresa, incluindo treinamentos e debates sobre impactos ambientais.

Fonte: Resultados originais da pesquisa

A Tabela 5 apresenta as metas da empresa alinhadas aos ODS, que buscam minimizar o impacto ambiental de suas operações e promover práticas de sustentabilidade. A meta relativa ao ODS 3.9, que envolve a redução do uso de produtos químicos perigosos, é implementada por meio da adoção de produtos orgânicos. Moro-Visconti (2020) observa que a escolha por produtos orgânicos tem se tornado mais valorizada por consumidores e investidores, o que reflete uma tendência crescente no mercado. Essas ações são positivas e demonstram alinhamento com os objetivos globais de sustentabilidade. No entanto, é



importante que essas iniciativas sejam acompanhadas por indicadores adequados que permitam uma avaliação contínua de sua eficácia.

A implementação da logística reversa contribui significativamente para a mitigação da poluição, promovendo a reutilização de materiais e a redução do descarte inadequado (Santi et al., 2021). A transparência na divulgação das ações ambientais é fundamental para que as empresas construam confiança junto aos seus *stakeholders* (Santi et al., 2021). Nesse sentido, além de ampliar o escopo da logística reversa, é importante que as empresas estabeleçam metas progressivas para o aumento do percentual de embalagens recolhidas e que divulguem esses resultados de forma transparente através de seus relatórios de sustentabilidade (Costa e Ferezin, 2021; Madalena et al., 2016; Santi et al., 2021).

A comunicação e o engajamento com os *stakeholders* são aspectos essenciais na estratégia de sustentabilidade de uma empresa (Irigaray e Stocker, 2022; Santi et al., 2021). A divulgação ativa de informações sobre práticas sustentáveis em eventos e relatórios fortalece a imagem da empresa e contribui para a conscientização do público (Costa e Ferezin, 2021; Santi et al., 2021). Conforme Santi et al. (2021) demonstram, a coerência entre o discurso e as práticas empresariais é um fator crítico para a credibilidade no mercado. Empresas que divulgam ações sustentáveis precisam garantir que essas iniciativas sejam efetivamente implementadas e monitoradas, e a transparência na divulgação dessas informações, incluindo os resultados do monitoramento, é crucial para demonstrar essa coerência aos *stakeholders*. A evidenciação socioambiental é uma ferramenta que supre as demandas de informações dos usuários, que estão cada vez mais exigentes em relação às informações divulgadas (Santi et al., 2021).

Além da divulgação externa, fomentar discussões internas regulares sobre temas de sustentabilidade, incluindo as mudanças climáticas, é crucial para consolidar uma cultura organizacional comprometida com a sustentabilidade e estimular o engajamento dos colaboradores com as metas ambientais da empresa. Segundo Costa e Ferezin (2021), uma comunicação organizacional bem estruturada, que estabeleça as inter-relações necessárias com diversos setores da empresa, é fundamental para alcançar os objetivos das ações comunicacionais voltadas à sustentabilidade. Para assegurar o comprometimento dos colaboradores, pode ser relevante integrar aspectos de sustentabilidade nas práticas de gestão de desempenho e reconhecimento, conforme sugerido pela análise do critério II do questionário do ISE B3 realizada por Santi et al. (2021).

Em suma, o texto apresenta iniciativas importantes alinhadas aos ODS. Contudo, para seu aprimoramento e maior fundamentação, é essencial enfatizar a relevância de metas quantificáveis e da divulgação transparente dos resultados (Madalena et al., 2016, Santi et al., 2021). A conexão explícita entre as ações implementadas e o progresso em direção às metas estabelecidas, embasada em dados monitorados, é fundamental para demonstrar um compromisso real e estratégico com a sustentabilidade (Madalena et al., 2016, Santi et al., 2021). A transparência na divulgação dessas informações permite que os *stakeholders* avaliem a coerência entre o discurso e as práticas da empresa, conforme apontado por Santi et al. (2021).



Desafios na Integração dos ODS ao Planejamento Estratégico da Empresa

A análise das diferentes etapas do planejamento sustentável da empresa evidencia uma fragmentação na integração dos ODS, o que sugere a ausência de um planejamento estratégico estruturado e progressivo. Embora a organização tenha adotado diversas iniciativas alinhadas aos ODS, observa-se uma descontinuidade na abordagem desses objetivos entre as fases estratégica, operacional e de metas estabelecidas. O ODS 12, por exemplo, recebe destaque em algumas etapas, mas não apresenta uma continuidade clara ao longo do planejamento, o que, conforme apontam Costa e Ferezin (2021), pode comprometer a consolidação dos impactos ambientais positivos e dificultar o monitoramento dos resultados. Situação semelhante ocorre com o ODS 13 (Ação Climática), que está associado a iniciativas relevantes, como a neutralização de carbono, mas carece de metas bem definidas para garantir sua implementação efetiva.

Adicionalmente, a integração incompleta entre as práticas tecnológicas implementadas e as metas ambientais estabelecidas pela empresa dificulta uma avaliação precisa dos impactos gerados. Embora tecnologias como o cálculo da pegada de carbono e a certificação LEED sejam adotadas com o objetivo de promover a eficiência e a mitigação de impactos ambientais, essas iniciativas carecem de uma articulação explícita com metas quantificáveis e integradas ao planejamento estratégico da organização. De forma similar, os ODS 6 (Água Potável e Saneamento) e 7 (Energia Acessível e Limpa), apesar de figurarem entre as iniciativas sustentáveis da empresa, não possuem metas específicas e mensuráveis associadas, o que limita a capacidade da empresa de monitorar e avaliar seus progressos nessas áreas cruciais. Esse desalinhamento entre os ODS que são objeto de iniciativas e sua incorporação em todas as fases do planejamento estratégico sugere que, apesar dos esforços pontuais, a ausência de um plano de sustentabilidade verdadeiramente holístico e integrado pode comprometer a eficácia e a sustentabilidade dessas ações a longo prazo. Conforme ressaltado por Santi et al. (2021), a coerência entre o discurso e as atitudes sustentáveis da empresa é fundamental para manter a credibilidade perante seus diversos stakeholders. A falta de metas claras e a evidência incompleta da integração entre tecnologia e ambiente podem gerar dúvidas sobre o real comprometimento da organização com a sustentabilidade e com os objetivos que declara perseguir.

Conclusão

Este estudo evidenciou que, embora a empresa analisada apresente iniciativas relevantes no campo da sustentabilidade, especialmente no que tange à redução de impactos ambientais e à adoção de práticas alinhadas aos ODS, ainda há desafios significativos na estruturação de um planejamento estratégico integrado. A fragmentação das ações ao longo dos diferentes horizontes temporais e a ausência de metas quantificáveis dificultam o monitoramento e a avaliação efetiva do progresso em direção às metas globais.



Assim, reforça-se a importância de um alinhamento mais claro entre as práticas sustentáveis adotadas e os objetivos estratégicos da organização. A definição de indicadores precisos, combinada com uma comunicação transparente dos resultados, é essencial para fortalecer a credibilidade das iniciativas e consolidar o papel da empresa como agente de transformação socioambiental no setor alimentício.

Conflito de interesse

Os autores não declararam conflito de interesse neste trabalho.

Referências

- BARBOSA, Marileide; -AYARZA, Juan Arturo Castañeda; FERREIRA, Denise Helena Lombardo. Sustainable Strategic Management (GES): sustainability in small business. **Journal Of Cleaner Production**, [S.L.], v. 258, p. 120880, jun. 2020. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120880>.
- BAUMGARTNER, Rupert J.; RAUTER, Romana. Strategic perspectives of corporate sustainability management to develop a sustainable organization. **Journal Of Cleaner Production**, [S.L.], v. 140, p. 81-92, jan. 2017. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.04.146>.
- BIGLIARDI, Barbara; GALANAKIS, Charis. Innovation management and sustainability in the food industry. **The Interaction Of Food Industry And Environment**, [S.L.], p. 315-340, 2020. Elsevier. <http://dx.doi.org/10.1016/b978-0-12-816449-5.00010-2>.
- CANTELE, Silvia; ZARDINI, Alessandro. Is sustainability a competitive advantage for small businesses? An empirical analysis of possible mediators in the sustainability–financial performance relationship. **Journal Of Cleaner Production**, [S.L.], v. 182, p. 166-176, maio 2018. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.02.016>.
- COSTA, Andrey de Miranda Lago; BEZERRA, Juscelino Eudâmidas. EXPANSÃO TERRITORIAL DAS FOODTECHS NO BRASIL NO CONTEXTO DA PANDEMIA DE COVID-19. **Caderno Prudentino de Geografia**, Presidente Prudente, v. 4, n. 44, p. 9-33, dez. 2022. Semestral. Disponível em: <https://revista.fct.unesp.br/index.php/cpg/issue/view/501>. Acesso em: 13 set. 2025.
- COSTA, Edwaldo; FERREZIN, Nataly Bueno. ESG (Environmental, Social and Corporate Governance) e a comunicação: o tripé da sustentabilidade aplicado às organizações globalizadas. **Revista Alterjor**, [S.L.], v. 24, n. 2, p. 79-95, 2 ago. 2021. Universidade de São Paulo. Agência de Bibliotecas e Coleções Digitais. <http://dx.doi.org/10.11606/issn.2176-1507.v24i2p79-95>.
- GLOBAL REPORTING INITIATIVE. GRI Brazil. 2022. Disponível em: <https://www.globalreporting.org/about-gri/gri-in-brazil/>. Acesso em: 7 set. 2025.
- IRIGARAY, Hélio Arthur Reis; STOCKER, Fabricio. ESG: novo conceito para velhos problemas. **Cadernos Ebape.Br**, [S.L.], v. 20, n. 4, p. 1-4, ago. 2022. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/1679-395186096>.



LLORET, Antonio. Modeling corporate sustainability strategy. **Journal Of Business Research**, [S.L.], v. 69, n. 2, p. 418-425, fev. 2016. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.06.047>.

MORAES, Camila Colombo de; CLARO, Priscila Borin; RODRIGUES, Vinicius Picanço. Why can't the alternative become mainstream? Unpacking the barriers and enablers of sustainable protein innovation in Brazil. **Sustainable Production And Consumption**, [S.L.], v. 35, p. 313-324, jan. 2023. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.spc.2022.11.008>.

MORO-VISCONTI, Roberto. FoodTech and AgriTech Startup Valuation. **Startup Valuation**, [S.L.], p. 363-390, 2021. Springer International Publishing. http://dx.doi.org/10.1007/978-3-030-71608-0_15.

MORO-VISCONTI, R. *The valuation of FoodTech and AgriTech startups*. London: Elsevier, 2020.

MORO-VISCONTI, R. From farm to table: Sustainable AgriFoodTech and ESG compliance. **Journal of Environmental Economics**, v. 30, n. 2, p. 55-72, 2022.

NEDER, R. et al. Relações entre inovação e sustentabilidade: termos e tendências na produção científica mundial. **Gestão & Regionalidade**, v. 35, n. 104, p. 182-196, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.13037/gr.vol35n104.5304>. Acesso em: 7 set. 2025.

NUMA, I. A. N. et al. FoodTech startups: Technological solutions to achieve SDGs. **Food and Humanity**, v. 1, p. 358-369, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.foohum.2023.06.011>. Acesso em: 7 set. 2025.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Transformando nosso mundo: a agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável. 2015. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/wp-content/uploads/2015/10/agenda2030-pt-br.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2024.

SANTI, T.; FERREIRA, D. D. M.; SILVA FERREIRA, J. Mercado interno (nacional) e externo (exportador): As empresas têm coerência no discurso em suas atitudes “ditas sustentáveis”? **Estudo & Debate**, v. 28, n. 4, p. 64-85, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.22410/issn.1983-036X.v28i4a2021.2834>. Acesso em: 7 set. 2025.

SEHNEM, S. et al. Upscaling circular economy in foodtechs businesses in emergent countries: Towards sustainable development through natural resource-based view. **Sustainable Development**, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1002/sd.2311>. Acesso em: 7 set. 2025.