



Bem-vindo ao Radar COP30, o boletim mensal do Grupo Burson no Brasil sobre a conferência climática da ONU programada para novembro de 2025 em Belém (Estado do Pará), Brasil.

As expectativas para a COP30 são altas e as apostas globais são ainda maiores. Países, empresas e ONGs buscam progresso significativo e posicionamento positivo enquanto enfrentam volatilidade em frentes climáticas, econômicas, sociais e políticas.

A cada mês, nossa publicação oferecerá informações e análises sobre as principais tendências e discussões em torno da próxima conferência COP30 em Belém. Também incluiremos opiniões de vários especialistas com o objetivo de preparar as empresas para ação antes, durante e após a COP30. Estamos ansiosos para acompanhá-lo em sua jornada de impacto social e sustentabilidade!

Rosa Vanzella
CEO, Grupo Burson Brasil

O que você precisa saber?

COP29. Aprendizados



Crescente papel do setor privado no financiamento climático



Necessidade de eliminar barreiras que impedem a mobilização de capital climático nos mercados emergentes



Financiamento climático: o valor total solicitado pelos países em desenvolvimento continua sendo uma perspectiva distante



Base de contribuintes e mecanismos de transferência para financiamento climático são questões em andamento



COP30. Importância

- 10 anos desde a adoção do Acordo de Paris
- **2025:**
- Os países devem apresentar suas novas metas de redução de emissões
- Marco de meio de década definido como decisiva para a ação climática
- Primeira COP no bioma Amazônia
- 50.000 pessoas esperadas
- Maior ambição climática e proeminência internacional
- Tensões políticas moldando as discussões
- Potencial do Brasil para desbloquear negociações, já que tem boas relações com a maioria dos países



Declaração de especialista

Proteção contra Greenwashing

Com autoridades de quase 200 países e ampla cobertura da mídia, de acordos que podem influenciar vários setores da economia, as conferências climáticas da ONU tornaram-se quase obrigatórias para empresas que desejam ratificar sua contribuição para o desenvolvimento sustentável do planeta. A questão é: **minha marca precisa estar na COP30?**

Como a descarbonização e a luta contra as mudanças climáticas dependem da transformação da maneira como produzimos e consumimos, é legítimo que o setor privado influencie as discussões. Três pontos preliminares devem ser analisados para definir uma estratégia consistente: (1) quais compromissos a empresa assumiu; (2) se os objetivos são consistentes com o impacto causado por suas operações;

e (3) quais ações efetivas estão em andamento para cumpri-las.

Ao construir uma narrativa e posicionamento corporativo, considere que eliminar o impacto ambiental deve ser o objetivo principal; reduzir é melhor do que mitigar, e mitigar é o mínimo necessário. A compensação é um caminho natural, aceito e possível, pois é amplamente acordado que os resultados não serão alcançados rapidamente, mas não deve ser a única estratégia. **Aquelas organizações que estão inovando e transformando seus modelos de negócios para operar com menos impacto, e até mesmo gerando impacto positivo, terão uma vantagem na COP30.** A maior proteção contra uma possível acusação de greenwashing é cumprir os compromissos, identificando e comunicando claramente o propósito e o legado da marca.



Michele Izawa
Diretora de Sustentabilidade e Impacto Social

Acompanhando a COP30

Destaques Mensais



COP30. Tendências

Número recorde de incêndios no Brasil

Em 2024, o número de incêndios, que foi o mais alto desde 2010, aumentou 46% em comparação com 2023, segundo o INPE. O bioma mais afetado foi a Amazônia, com um aumento de 42% em relação ao ano anterior. O site **Um Só Planeta** (Globo) relacionou os recordes à seca histórica de 2024, intensificada pelo El Niño e pelas mudanças climáticas.



Consequências da retirada dos EUA do Acordo de Paris

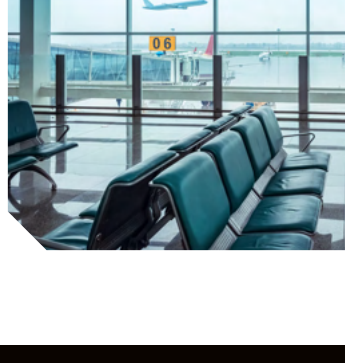
A retirada anunciada pelo presidente Donald Trump já era esperada, dadas promessas de campanha. No entanto, ainda é cedo para avaliar o impacto real da decisão. Embora esta decisão enfraqueça a Cúpula, o último Fórum Econômico Mundial em Davos destacou que o clima extremo é o principal risco global de longo prazo. Desde 2020, os riscos ambientais ocupam as posições de topo nas previsões anuais de longo prazo do Fórum, mas desta vez lideram como as principais ameaças para a próxima década.

COP30. Empresas



Setor hoteleiro

A cidade anfitriã da COP30, Belém, precisa mais do que dobrar a capacidade hoteleira, hoje de 18.000 pessoas, para as 50.000 esperadas. Este é um dos principais desafios para a organização do evento e mobilizou empresas do setor de hotelaria/acomodação como Airbnb e Booking. O **Valor Econômico** chamou a atenção para a especulação imobiliária em Belém meses antes da cúpula.



Setor aéreo

O setor aéreo está avaliando a necessidade de "distribuir" melhor os voos que trarão participantes do evento de outros locais para evitar a superlotação na infraestrutura turística local. Segundo uma reportagem do **Valor Econômico**, essa prática é comum durante grandes eventos internacionais e pode incluir mais rotas de ida e volta (com partidas antecipadas e retorno no final do dia) para cidades próximas.

COP30. Mídias Sociais*



*Entre 15/12/24 a 15/01/25 para perfis brasileiros no Instagram, Facebook, Bluesky, X e YouTube

Análise

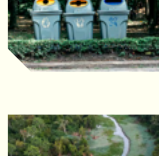
O gráfico mostra como as principais entidades políticas são atualmente o foco dentro da conversa online da COP30. Entre os termos mais citados (além de **COP30 e Belém**) estão os nomes do **Presidente Lula e referências ao governo federal** (Lula Oficial, Lula, Governo Federal, Governo), bem como o **governador do Pará** (Helder Barbalho).

As postagens sobre a COP30 nas redes sociais, até agora, têm se concentrado em perfis oficiais de autoridades públicas/governamentais, o que explica a falta de tópicos abordados pela imprensa, como **financiamento climático e redução das emissões de gases**. Como resultado, as principais postagens são mais genéricas.

Oportunidade

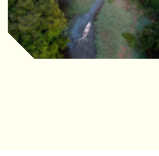
Dada a prevalência da comunicação de perfis do setor público e governamental, empresas e marcas com interesses no Brasil ou na COP30 devem avaliar a adesão às conversas. Há uma clara oportunidade para discussão conjunta, incluindo a apresentação de conceitos e mensagens-chave que não virão naturalmente de perfis políticos e entidades do setor público. Em meio a uma onda anti-ESG em alguns segmentos da sociedade global, é importante que as marcas liderem narrativas sobre tópicos estratégicos.

Aprofunde-se



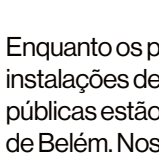
Demanda global por 'talento verde'

Um **relatório do LinkedIn** revela tendências globais na interseção entre ação climática e força de trabalho e identifica quais políticas de alto impacto podem ajudar a aumentar o pool de talentos verdes.



Jornal Nacional – Descarte inteligente de resíduos

Série de reportagens do jornalista André Trigueiro (TV Globo) sobre reciclagem no Brasil.



Documentário - Expedição Amazônia

Produzido pela **National Geographic** e disponível na Disney+.

Enquanto os principais meios de comunicação do país começam sua cobertura especial e anunciam suas instalações de transmissão para fins comerciais que operarão durante o evento, empresas e entidades públicas estão cada vez mais se mobilizando para aproveitar as oportunidades oferecidas pela edição de Belém. Nos próximos meses, as discussões preliminares entre os países também devem aumentar, com base em questões que não foram resolvidas na COP de 2024.

Fique atento para as próximas edições mensais do Radar COP30!

Para mais informações, entre em contato com: contato@bursonglobal.com

Burson

JeffreyGroup

MÁQUINA



bursonglobal.com