

Trazendo a COP30 para a sala da diretoria¹

Sherry Mader²

Remuneração de executivos, precificação de carbono, planos de transição climática e engajamento de fornecedores foram identificados por um estudo do CDP como as principais alavancas de negócios aplicadas por empresas que se destacam no uso de dados para alcançar transformações positivas para a Terra.

O caminho para a ação ambiental corporativa passa diretamente pelas decisões de gastos com o alto escalão executivo das organizações. Esse é um dos principais destaques de um novo relatório sobre como as empresas estão se envolvendo com a natureza e a ação climática. De acordo com o CDP Corporate Health Check inaugural, produzido pelo CDP em parceria com o Fórum Econômico Mundial e a Oliver Wyman, as empresas com metas climáticas ambiciosas compartilham uma semelhança impressionante. Quase 80% delas no mundo vinculam o salário de seus executivos ao cumprimento dessas metas ambientais. Na América Latina, esse número representa 89%.

À medida que nos aproximamos da crucial COP30 no final deste ano, esses dados revelam uma verdade fundamental sobre a mudança organizacional: o que é medido - e recompensado -, é gerenciado. O Corporate Health Check é um estudo abrangente de corporações que representam 67% da capitalização de mercado global e faz um panorama global de como as empresas estão respondendo às mudanças climáticas e à perda de biodiversidade. O relatório revela ações-chave que impulsionam resultados positivos para a Terra.

Lançado juntamente com o cientista de renome internacional Johan Rockström na Reunião Anual do Fórum Econômico Mundial deste ano em Davos, o estudo também ressalta a importância crítica de se trazer o planeta para a sala de reuniões do alto escalão de executivos das organizações. De acordo com os resultados do estudo, as empresas que demonstram o maior progresso em relação às suas metas ambientais são aquelas que integraram de forma estratégica e eficaz os dados climáticos e naturais em suas decisões de negócios. No Brasil, a tendência é esmagadora: 94% das empresas que estão no caminho certo para cumprir suas metas climáticas vinculam a remuneração de seus executivos ao cumprimento de metas sustentáveis.

Globalmente, líderes climáticos que avançam em direção a metas ambientais têm 20% mais probabilidade de ter incentivos vinculados para realizá-las. Alcançar metas ambiciosas exige estratégia coordenada, investimentos precisos e, muitas vezes, uma mudança cultural de toda a empresa. Portanto, remunerar executivos por desempenho ambiental, embora importante, não é a única solução para alcançar um negócio sustentável.

As empresas mais bem-sucedidas do mundo não estão apenas fazendo promessas; elas

¹ Artigo publicado em Valor Econômico. Disponível em:

<https://valor.globo.com/opiniaocoluna/trazendo-a-cop30-para-a-sala-da-diretoria.ghtml> Acessado em 02.05.2025

² CEO do CDP.

estão fundamentalmente reconectando suas operações de negócios em torno das prioridades ambientais. Para essa finalidade, estão implantando quatro alavancas críticas: vincular a remuneração dos executivos às metas climáticas; implementar a precificação interna de carbono; desenvolver planos robustos de transição climática e envolver ativamente suas cadeias de suprimentos nos esforços de sustentabilidade. Globalmente, 41% das empresas têm metas majoritárias em vigor, contra 60% na América Latina e 58% no Brasil.

Além disso, a grande maioria das empresas líderes (87%) tem envolvimento contínuo com fornecedores e clientes para promover soluções climáticas em toda a cadeia de valor. Esses esforços não apenas impulsionam a redução de emissões, mas também aumentam a resiliência e a competitividade de longo prazo em um cenário regulatório e de mercado em rápida evolução. Não se trata apenas de ética e ambientalismo - trata-se de economia.

Embora o progresso seja evidente, permanece uma desconexão crítica entre as empresas que apenas atendem aos requisitos mínimos de divulgação e aquelas que aplicam estrategicamente os dados ambientais. Quase 50% das empresas globais pesquisadas cumprem apenas ações básicas, como avaliações de risco climático e divulgações de emissões, sem tomar medidas significativas para reduzir o impacto ambiental. Essa falta de compromisso mais profundo impede o progresso substancial na sustentabilidade.

Muitas empresas preferem se concentrar em um progresso climático significativo nos bastidores a arriscar críticas que as promessas públicas podem provocar. Dados mostram que 37% das empresas aumentaram suas metas climáticas em 2024 globalmente, enquanto apenas 16% as reduziram, desafiando a narrativa predominante de retrocesso corporativo em compromissos climáticos.

Ainda assim, apenas 10% das empresas globalmente atingiram um nível avançado de engajamento, divulgando emissões completas da cadeia de valor e estabelecendo metas ambientais. Ainda mais preocupante, apenas 1% alcançou o nível mais alto avaliado no CDP Corporate Health Check, implementando simultaneamente todas as quatro principais alavancas de mudança. Esses dados mostram que as quatro alavancas de mudança precisam ser usadas em conjunto, e não ser usadas isoladamente. Essas estatísticas baixas mostram a necessidade de uma maior responsabilidade corporativa. As empresas que não vão além da conformidade correm o risco de ficar para trás em uma economia cada vez mais consciente do clima e podem enfrentar consequências regulatórias, financeiras e de reputação.

Esses insights do estudo representam um chamado à ação para empresas no Brasil e em todo o mundo, especialmente considerando as próximas discussões da COP30 em torno do Objetivo Global de Adaptação. À medida que as consequências da crise climática se tornam cada vez mais evidentes, o papel do setor privado é fundamental na busca de soluções. O caminho para uma mudança real começa com a divulgação de dados ambientais - mas esse é apenas o primeiro passo. É necessário que as corporações integrem as questões climáticas em sua governança, sua estratégia de negócios e seus planos de transição. Adaptar-se aos desafios ambientais não deve ser apenas uma responsabilidade, mas uma oportunidade para as empresas também liderarem um futuro mais sustentável para as pessoas e positivo para a Terra.

A urgência é grande e a ação precisa ser mais decisiva. O tempo de planejar já passou. Agora, é hora de agir para construir um mundo onde as pessoas, o planeta e o lucro sejam verdadeiramente equilibrados.