ATADOS + HEINEKEN

COP30

e o Grupo HEINEKEN

Juntos por um futuro sustentável











Sumário

1
Mensagem da liderança

2
Por que falar da COP 30?

3
Por que a COP 30 é importante para o Grupo HEINEKEN?

4
Cases de Sucesso do Grupo HEINEKEN

5
Como cada colaborador pode se engajar

6
Olhando para o futuro

7
Referências

Clique nos capítulos para acessá-los rapidamente

Prezados colaboradores,

É com grande satisfação que apresentamos este conteúdo, um guia essencial para compreendermos a relevância da COP 30 e o papel fundamental do Grupo HEINEKEN na construção de um futuro mais sustentável. Acreditamos que a sustentabilidade é um pilar inegociável de nossa estratégia de negócio e que o engajamento de cada um de vocês é a chave para alcançarmos nossos ambiciosos objetivos.

A COP 30, realizada em Belém, no coração da Amazônia, representou uma oportunidade ímpar para o Brasil e para o mundo. Para o Grupo HEINEKEN, é um convite para reafirmar nosso compromisso com a proteção ambiental, a transição energética, a circularidade e a justiça social.

Nossas ações e iniciativas, detalhadas neste documento, refletem nossa dedicação em gerar impacto positivo nas comunidades onde atuamos e em toda a nossa cadeia de valor.

Convidamos você a explorar este conteúdo, a se inspirar em nossos cases de sucesso e a se engajar ativamente em nossos programas de voluntariado. Juntos, podemos amplificar nossa voz e nossas ações, contribuindo para um legado duradouro de prosperidade e equilíbrio para as futuras gerações.

Com gratidão e otimismo,
A Liderança do Grupo HEINEKEN.

2. Por que falar da COP 30?

A COP 30, ou 30ª Conferência das Partes da Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas, é um dos mais importantes encontros internacionais dedicados à discussão e implementação de soluções para os desafios climáticos globais. Este evento anual reúne chefes de Estado, representantes governamentais, cientistas, empresas e organizações da sociedade civil de todo o mundo [1].

Local e data

Em 2025, a COP 30 foi realizada em Belém, no estado do Pará, Brasil. A escolha do local foi estratégica, pois o Brasil abriga uma parte significativa da Amazônia, um bioma vital para o equilíbrio climático global e a conservação da biodiversidade. A realização da conferência em solo brasileiro destacou a importância do país na agenda climática internacional e ofereceu uma oportunidade única para o Brasil demonstrar seu protagonismo e compromisso com a sustentabilidade [1].

Importância global

A conferência aborda uma série de temas interconectados que impactam diretamente o futuro do planeta e da sociedade:

Clima

Definição de metas ambiciosas para a redução das emissões de gases de efeito estufa, visando limitar o aquecimento global e mitigar seus impactos mais severos [1].

Biodiversidade

Desenvolvimento de estratégias para a proteção e preservação de ecossistemas, florestas, rios e espécies, essenciais para a saúde do planeta e manutenção dos serviços ecossistêmicos [1].

Transicao Energética

Incentivo à adoção de fontes de energia limpas e renováveis, como solar e eólica, e a descarbonização da economia global, reduzindo a dependência de combustíveis fósseis [1].

Justica social

Promoção de políticas que garantam a igualdade de oportunidades e a proteção das comunidades mais vulneráveis aos impactos das mudanças climáticas, assegurando que a transição para uma economia verde seja justa e inclusiva [1].

O papel do Brasil e as pautas dos Movimentos Sociais

O Brasil desempenha um papel central na agenda climática global, não apenas por sua vasta biodiversidade e a presença da Amazônia, mas também por sua capacidade de influenciar políticas e soluções em nível internacional. A COP 30 em Belém foi uma plataforma para o Brasil reafirmar seu compromisso com a sustentabilidade, compartilhar experiências e inspirar ações em favor do planeta, gerando impacto positivo tanto local quanto globalmente [1].

Os movimentos sociais brasileiros, especialmente aqueles ligados à Amazônia e aos povos tradicionais, têm levantado pautas cruciais para a COP 30 que se conectam diretamente com os desafios de sustentabilidade do setor empresarial. Essas pautas incluem a defesa dos direitos territoriais, a promoção de uma transição energética justa que não exclua comunidades, a valorização do conhecimento tradicional na conservação da biodiversidade e a exigência de justiça climática para as populações mais vulneráveis. A participação ativa e o diálogo com esses movimentos são essenciais para construir soluções verdadeiramente inclusivas e eficazes [2, 3].



3. Por que a COP 30 é importante para o Grupo HEINEKEN?

A COP 30 representou um marco significativo para o Grupo HEINEKEN, pois os temas debatidos na conferência – mudanças climáticas, biodiversidade, transição energética e justiça social – impactaram diretamente os negócios, as cadeias de valor, as cidades onde o Grupo opera e as comunidades que o acolheram. Compreender e agir sobre esses desafios foi fundamental para a sustentabilidade de longo prazo da empresa.



Sustentabilidade no DNA do Grupo HEINEKEN

No Grupo HEINEKEN, a sustentabilidade e a responsabilidade social não são apenas iniciativas isoladas; elas estão intrinsecamente ligadas ao propósito e à estratégia de negócio da empresa. As marcas e o Instituto HEINEKEN são veículos poderosos para transformar compromissos globais em impacto local, por meio de ações concretas e programas inovadores. O Grupo reconhece que o sucesso do negócio está diretamente ligado à saúde do planeta e ao bem-estar das pessoas.

Nossas marcas em ação

Cada uma das marcas do Grupo HEINEKEN contribui de forma única para a agenda de sustentabilidade, abordando diferentes pilares e causas:

Heineken® – Green Your City

Focada em promover cidades mais verdes, consumo responsável de bebidas alcoólicas e o uso de energia renovável nas operações e na sociedade.

Amstel

Engajada na inclusão e visibilidade para a comunidade LGBTQIAP+, defendendo a diversidade e o respeito em todas as suas formas.

Baden Baden

Dedicada à preservação ambiental e à regeneração de biomas locais, com projetos que visam restaurar ecossistemas e proteger a biodiversidade.

Lagunitas

Apoia a proteção animal com ações que visam o bem-estar e a conservação de espécies.

Devassa

Comprometida com a promoção da equidade racial e a valorização da cultura negra, por meio de iniciativas que apoiam a diversidade e a inclusão.

O **Instituto HEINEKEN** atua como um catalisador de projetos sociais em educação, empregabilidade e inclusão produtiva, gerando impacto positivo nas comunidades onde o Grupo está presente. Em três anos de atuação, o Instituto já impactou mais de 25 mil pessoas, com um investimento anual de cerca de R$10 milhões em iniciativas de desenvolvimento pessoal e profissional, focando em públicos como catadores, vendedores ambulantes e jovens [4].



Participação do Grupo HEINEKEN na COP 30

O Grupo HEINEKEN tem demonstrado um compromisso ativo com a agenda da COP 30, não apenas através de suas iniciativas de sustentabilidade contínuas, mas também por meio de participações em eventos e projetos que antecedem e se conectam à conferência. O ecossistema HEINEKEN Spin, por exemplo, realizou roadshows e eventos focados na jornada de impacto da COP 30, destacando seus pilares de agricultura regenerativa, circularidade, marcas de impacto e transição energética [5, 6]. Além disso, a empresa foi mencionada em discussões sobre o papel do setor privado na transição climática e na construção de soluções para os desafios ambientais no Brasil, com projetos específicos de restauração ecológica e redução de captação hídrica que foram apresentados na COP 30 [7, 8]. A participação da HEINEKEN na conferência indicou uma presença estratégica e focada em contribuir com as discussões e soluções propostas.

4. Cases de sucesso do Grupo HEINEKEN

O Grupo HEINEKEN possui um histórico robusto de iniciativas e projetos que demonstram seu compromisso com a sustentabilidade e o impacto positivo. A seguir, são destacados alguns dos cases de sucesso, que ilustram como o Grupo transforma seus valores em ações concretas e resultados tangíveis.

Gestão da Água: Investimento em Tratamento Hídrico e o Projeto Mamba Water

A água é um recurso essencial para o negócio e para a vida. Por isso, o Grupo HEINEKEN investe continuamente em tecnologias e processos que garantam o uso responsável e a preservação desse recurso vital. Um exemplo notável é o investimento de R$ 130 milhões em seis das cervejarias brasileiras. Este aporte financeiro permitiu a expansão e modernização das estações de tratamento de efluentes, resultando em uma significativa redução do consumo de água nas operações. Além de otimizar o uso interno, essas ações contribuem para a preservação dos recursos hídricos locais e garantem a segurança hídrica para as comunidades vizinhas.

Complementando esses esforços, o projeto Mamba Water, parte do ecossistema de negócios de impacto HEINEKEN Spin, leva acesso à água potável a comunidades vulneráveis. Recentemente, o Mamba Water expandiu suas ações para Belém e Benevides, no Pará, beneficiando mais de 500 pessoas com a instalação de Estações de Tratamento de Água (ETA). Esta iniciativa reforçou o compromisso do Grupo com a doação de um litro de água potável para cada lata de água vendida, e fez parte da jornada de impacto da COP 30 [9].





Reflorestamento e biodiversidade: parceria com a SOS Mata Atlântica

A parceria com a SOS Mata Atlântica é um pilar fundamental do compromisso do Grupo HEINEKEN com a biodiversidade e a restauração de ecossistemas. Desde 2007, já foram produzidas e plantadas mais de 7 milhões de mudas nativas, contribuindo ativamente para a recuperação de áreas degradadas. Um exemplo concreto é a dedicação de 526 hectares à restauração em Itu, São Paulo, uma iniciativa que não apenas recupera a flora local, mas também impacta positivamente a fauna e os recursos hídricos. Como resultado, o Grupo observou um aumento no número de nascentes ativas (de 17 para 19) e impactou mais de 52 mil pessoas com programas de educação ambiental, promovendo a conscientização sobre a importância da conservação.

Circularidade e inclusão social: Política dos Catadores – Ecossistema Spin

O Grupo HEINEKEN está na vanguarda da economia circular, com foco na valorização de resíduos e na inclusão social. Por meio da Política dos Catadores e do Ecossistema Spin, o Grupo investe R$150 milhões em negócios de impacto que promovem a circularidade e geram renda para comunidades vulneráveis. Um marco importante é a criação do primeiro centro de circularidade do vidro em Pernambuco, um investimento de R$8 milhões que transforma o vidro descartado em nova matéria-prima, reduzindo a necessidade de recursos virgens e minimizando o impacto ambiental. Atualmente, 10 cooperativas estão integradas a essa iniciativa, beneficiando diretamente 300 catadores e fortalecendo a cadeia de reciclagem no Brasil.



HEINEKEN Spin: Negócios girando a favor do mundo

O HEINEKEN Spin é o ecossistema de negócios de impacto do Grupo HEINEKEN, lançado com um investimento inicial de mais de R$150 milhões. Ele foi criado para ir além da produção de cerveja, contribuindo para a transformação e descarbonização da cadeia de valor. O Spin é fundamentado em quatro pilares estratégicos [10, 11]:

Circularidade de Embalagens

Visa reciclar mais garrafas de vidro do que as colocadas no mercado, desenvolvendo um novo sistema de logística reversa e centros de recebimento, triagem e beneficiamento do vidro. Em seu primeiro ano, o Spin inaugurou três hubs de reciclagem e processou o equivalente a 9,13 milhões de long necks.

Transição Energética

Amplia o alcance do programa Heineken® Energia Verde, facilitando o acesso à energia limpa para bares, restaurantes e consumidores, e gerando economia. O parque eólico da companhia no Ceará, agora sob gestão do Spin, já evitou a emissão de aproximadamente 40 mil toneladas de carbono.

Agricultura Regenerativa

Em parceria com a Rizoma Agro, o projeto em Itu (SP) planta limão orgânico em sistema agroflorestal, regenerando o solo, aumentando a resiliência hídrica e gerando novas posições de trabalho. A iniciativa prevê evitar um gasto estimado de R$53 milhões em 20 anos com a redução de emissões de carbono.

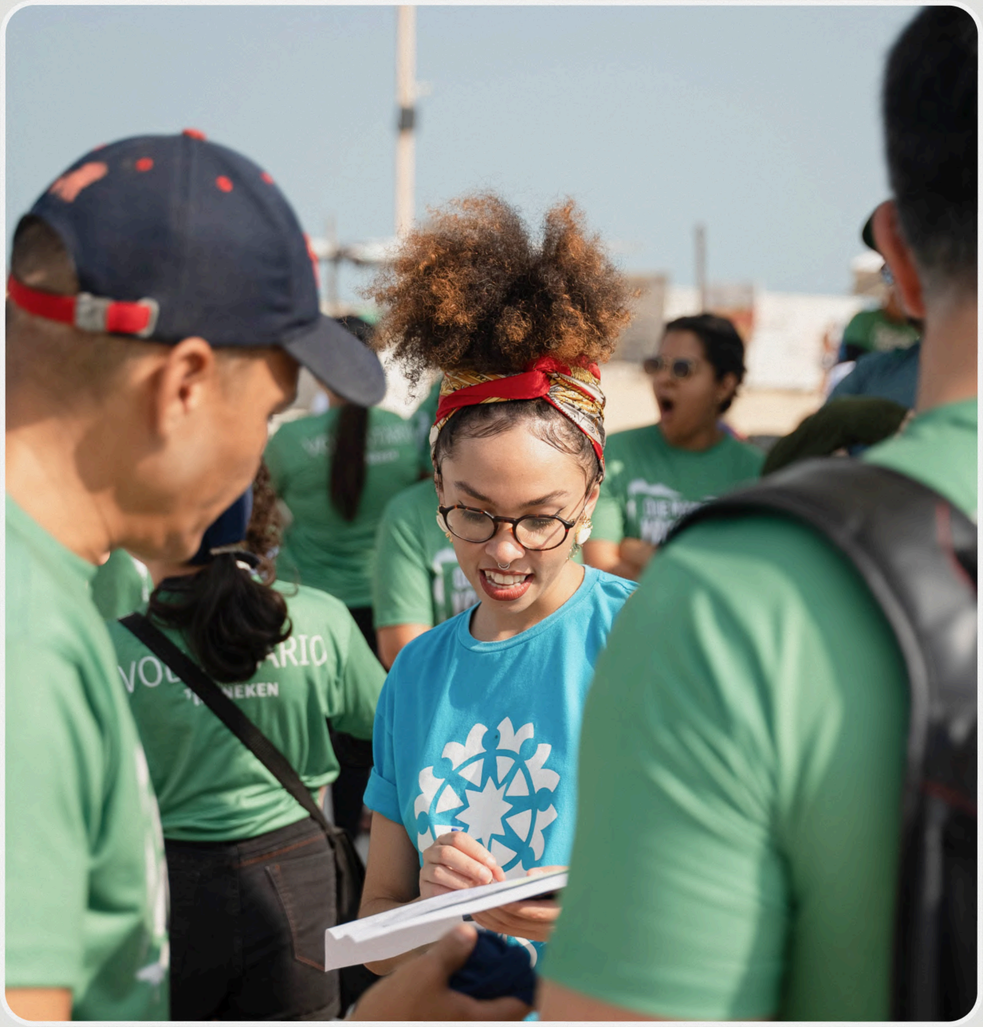
Marcas de Impacto

Reflete a ambição de aproximar a agenda socioambiental dos consumidores, com parcerias como a Better Drinks e a Escola de Negócios das Favelas da CUFA. Marcas como Praya, Mamba Water e Baer-Mate tiveram seu volume de produção quadruplicado e a distribuição comercial saltou de 10 mil para mais de 60 mil pontos de venda em um ano, acumulando um faturamento de mais de R$256 milhões [12].

5. Como cada colaborador pode se engajar?

O engajamento individual de cada colaborador é um diferencial para o avanço da agenda de sustentabilidade e impacto positivo do Grupo HEINEKEN. Pequenas atitudes no dia a dia, somadas, geram um impacto coletivo significativo.





O Grupo convida você a fazer parte dessa transformação de diversas formas:

Dicas práticas do dia a dia:

Consumo consciente

Faça escolhas inteligentes no uso de recursos como água e energia. Desligue luzes ao sair de ambientes, evite o desperdício de água e utilize eletrodomésticos de forma eficiente.

Reciclagem e descarte correto

Separe o lixo reciclável (plástico, papel, vidro, metal) e descarte-o nos locais apropriados. Contribua para a redução de resíduos e o aumento da taxa de reciclagem.

Transporte sustentável

Priorize meios de transporte que emitem menos carbono, como bicicleta, transporte público ou caronas. Se possível, considere a caminhada para distâncias curtas.



Voluntariado corporativo

O Programa de Voluntariado HEINEKEN oferece a oportunidade de dedicar até 3 horas mensais em iniciativas alinhadas às causas das marcas do Grupo. Você pode escolher projetos que promovem a educação ambiental, a inclusão social, a proteção animal ou outras causas que ressoem com seus valores. Sua participação é fundamental para ampliarmos nosso impacto nas comunidades. Você pode começar conhecendo mais o Comitê de Cidades Sustentáveis e Consumo Responsável do Programa Voluntariado, envolvendo-se e propondo ações. Lá, diferentes pessoas estão engajadas em fazer a diferença.

Participacao em campanhas internas

Fique atento e engaje-se nas campanhas internas, programas de conscientização e projetos conduzidos pela companhia. Sua participação ativa em eventos e ações promove a cultura de sustentabilidade e fortalece o compromisso coletivo com um futuro mais verde e justo. A soma dessas atitudes individuais fortalece o compromisso coletivo e conecta o Grupo HEINEKEN às agendas globais discutidas na COP 30.

6. Olhando para o futuro

O Grupo HEINEKEN demonstrou seu compromisso em ampliar sua contribuição para um futuro mais sustentável, alinhando suas metas e estratégias aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU e às discussões globais que foram aprofundadas na COP 30. A visão de futuro do Grupo é ambiciosa e pautada em ações concretas que geram impacto positivo em todas as esferas.



Nossos compromissos futuros

Redução contínua da pegada de carbono

O Grupo continuará investindo em eficiência energética e na transição para fontes de energia 100% renovável em suas operações, visando a descarbonização completa da cadeia de valor.

Avanço na circularidade de embalagens e resíduos

O Grupo fortalecerá as cadeias produtivas circulares, promovendo a reutilização, a reciclagem e a valorização de resíduos, com o objetivo de eliminar o descarte e maximizar o uso de materiais reciclados.

Promoção da diversidade e inclusao social

O Grupo ampliará suas iniciativas de diversidade, equidade e inclusão, reconhecendo que a justiça social é intrínseca à sustentabilidade ambiental. Os programas buscarão empoderar comunidades e garantir oportunidades para todos.

Parcerias institucionais e investimento social

Por meio do Instituto HEINEKEN, o Grupo fortalecerá parcerias estratégicas com organizações e investirá em projetos sociais que ampliem o alcance e o impacto de suas ações, contribuindo para o desenvolvimento sustentável das comunidades.





Legado da COP 30 no Brasil: O Compromisso do Grupo HEINEKEN com o Futuro

A realização da COP 30 no Brasil representou um marco para o debate climático global e para o papel do setor privado na transição para uma economia de baixo carbono. O Grupo HEINEKEN, por meio do seu ecossistema de negócios de impacto HEINEKEN Spin, investiu R$11 milhões em legados sociais, ambientais e culturais conectados ao Estado do Pará, reforçando sua ambição de gerar impacto positivo de ponta a ponta.

Mais do que participar da conferência, a companhia está focada em deixar um legado concreto para Belém e para o Brasil, demonstrando que é possível conciliar o sucesso do negócio com a regeneração ambiental, a inclusão social e o desenvolvimento local.

Iniciativas e legados Concretos em Belém e no Pará

As iniciativas do Grupo HEINEKEN para a COP 30 estão ancoradas em projetos que visam a transformação e o impacto duradouro.

Essas ações demonstram o compromisso do Grupo HEINEKEN em ser parte ativa do mutirão de soluções para o clima e para o futuro do planeta, deixando um legado que vai além da conferência.

Microflorestas Urbanas

Em parceria com a Prefeitura de Belém e o paisagista Ricardo Cardim, foi plantada uma microfloresta urbana com mil mudas de 35 espécies nativas. O projeto utiliza a metodologia “Floresta de Bolso”, regenerando espaços urbanos e simbolizando a conexão entre a natureza amazônica e a cidade.

Inclusão Social e Desenvolvimento de Talentos

- **Cri.Ativos da Favela:** Projeto de formação em audiovisual e inteligência artificial que une juventudes, talentos e novas narrativas das periferias do Brasil.
- **Expansão para Belém:** Após formar mais de 240 jovens em São Paulo, Rio de Janeiro e Salvador, o programa chega a Belém, na região amazônica, transformando comunidades por meio da arte e da tecnologia e mostrando que o futuro criativo nasce nas favelas.

Acesso à Água Potável e Circularidade

- **Mamba Water Project:** A Mamba Water, a primeira água em lata da história da COP, será doada na Zona Azul (espaço de acordos climáticos), com 1,5 milhão de latas que serão recicladas e reinseridas na cadeia do alumínio, reforçando a circularidade.
- **Compromisso Hídrico:** A cada lata vendida, um litro de água potável é doado. No Pará, o projeto levará mais de 20 milhões de litros de água a comunidades de Belém e Benevides, beneficiando mais de 500 pessoas.
- **Estações de Tratamento de Água (ETA):** Serão instaladas ETAs nas comunidades de Piriquitaquara (Ilha do Combu) e Taiassuí (Benevides). Juntas, as estações garantirão acesso à água potável por até 20 anos, promovendo saúde, dignidade e desenvolvimento local.

ATADOS + HEINEKEN

A COP 30 representou um marco histórico para o Brasil e para o mundo, simbolizando um momento crucial para a ação climática global. Para o Grupo HEINEKEN, foi também um convite irrecusável para fortalecer seu compromisso inabalável com a sustentabilidade, a inovação e a responsabilidade social.

O Grupo convida você, colaborador do Grupo HEINEKEN, a ir além da leitura deste guia. Explore mais conteúdos, histórias inspiradoras e oportunidades de engajamento na plataforma de voluntariado. Sua participação é a chave para amplificarmos nosso impacto e construirmos um futuro mais verde e justo.

Acesse a plataforma de voluntariado e descubra como fazer parte dessa transformação!

www.voluntariadohnk.com.br

7. Referências

[1] COP 30 Brasil. O que é a COP 30? Disponível em: https://cop30.br/pt-br/sobre-a-cop30/o-que-e-a-cop

[2] Amazônia Real. Movimentos sociais querem pautar justiça climática na COP30. Disponível em: https://amazoniareal.com.br/cop30/

[3] Cúpula dos Povos COP 30. Movimentos sociais rumo a Cúpula dos Povos da COP 30! Disponível em: https://cupuladospovoscop30.org/movimentos-sociais-rumo-a-cupula-dos-povos-da-cop-30/

[4] Grupo HEINEKEN. Instituto HEINEKEN impacta mais de 25 mil pessoas em três anos de atuação. Disponível em: https://www.heinekenbrasil.com.br/noticias/instituto-heineken-impacta-mais-de-25-mil-pessoas-em-tres-anos-de-atuacao/

[5] Sympla. Heineken SPIN Roadshow Jornada até a COP 30. Disponível em: https://www.sympla.com.br/evento/heineken-spin-roadshow-jornada-ate-a-cop30-edicao-marcas-de-impacto/3067215

[6] Neo Mondo. Transição climática se faz em rede: colaboração como motor da mudança. Disponível em: https://neomondo.org.br/slider/transicao-climatica-se-faz-em-rede-colaboracao-como-motor-da-mudanca

[7] SP Rio Mais. Heineken investe para ser 'mais verde' na cervejaria de Jacareí. Disponível em: https://spriomais.com.br/2025/04/28/heineken-investe-para-ser-mais-verde-na-cervejaria-de-jacarei/

[8] Times Brasil. Heineken aposta em projetos sustentáveis e dá apoio à COP 30. Disponível em: https://timesbrasil.com.br/empresas-e-negocios/heineken-projetos-sustentabilidade-agua-hidrica-bebidas-planeta-cop30/

[9] Grupo HEINEKEN. Mamba Water leva acesso à água potável a duas comunidades no Pará como parte de sua jornada de impacto rumo à COP 30. Disponível em: https://www.heinekenbrasil.com.br/noticias/mamba-water-leva-acesso-a-agua-potavel-a-duas-comunidades-no-para-como-parte-de-sua-jornada-de-impacto-rumo-a-cop30/

[10] Grupo HEINEKEN. Grupo HEINEKEN anuncia ecossistema de negócios de impacto. Disponível em: https://www.heinekenbrasil.com.br/noticias/grupo-heineken-anuncia-ecossistema-de-negocios-de-impacto/

[11] Grupo HEINEKEN. Heineken Spin. Disponível em: https://www.heinekenbrasil.com.br/heineken-spin/

[12] Grupo HEINEKEN. Heineken Spin completa um ano, acumulando um faturamento de mais de R$256 milhões para a companhia. Disponível em: https://www.heinekenbrasil.com.br/noticias/heineken-spin-completa-um-ano-acumulando-um-faturamento-de-mais-de-r-256-milhoes-para-a-companhia/