



UPL lanza la campaña mundial ‘#AFarmerCan’ antes de la COP30, destacando el papel de los agricultores en la acción climática.

Posted on Noviembre 9, 2025

(Mumbai) UPL ha anunciado el lanzamiento de su campaña global, **#AFarmerCan**, en vísperas de la 30.ª Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP30), que se celebrará del 10 al 21 de noviembre de 2025 en Belém, Brasil. La campaña se centra en los agricultores y su contribución a la resiliencia climática, e insta a los líderes mundiales a reconocer su papel en la mitigación del cambio climático.

Con presencia en más de 140 países, UPL colabora con pequeños agricultores y productores comerciales, ofreciendo soluciones agrícolas alineadas con las prioridades climáticas y de seguridad alimentaria. A partir de este trabajo, UPL ha elaborado 20 historias de agricultores de todo el mundo, que ilustran ejemplos de iniciativas agrícolas que apoyan la reducción de gases de efecto invernadero, la seguridad energética, la conservación del agua, la recuperación de la salud del suelo y la protección de la biodiversidad. Estos temas constituyen la base de la participación de UPL en la COP30.

La campaña insta a los legisladores a apoyar a los agricultores mediante políticas e incentivos. También busca crear conciencia entre los consumidores sobre las contribuciones de los agricultores a los sistemas alimentarios y las soluciones climáticas.

Como parte de su labor de divulgación política en la COP30, UPL ha propuesto un marco de cuatro partes para apoyar la resiliencia de los agricultores:

- **Remuneración:** Incentivos para la adopción de prácticas climáticamente inteligentes
- **Protección:** Subvenciones y seguros para reducir el riesgo
- **Adquisición:** Mayor acceso a los mercados públicos para productos certificados respetuosos con el clima
- **Promover:** La expansión de las herramientas digitales, el acceso a los datos del suelo y los sistemas de conocimiento para los agricultores.

UPL impulsará la campaña a través de canales presenciales y digitales en Brasil y sus principales mercados. La campaña incluirá publicidad en aeropuertos, transporte público con la marca en Belém y códigos QR con historias de agricultores. También se prevé comunicación digital y un vídeo que presente el tema de la campaña.

Durante la COP30, UPL estará presente en la Zona Azul, el área designada para las negociaciones oficiales y los pabellones nacionales. UPL servirá café de la marca brasileña Mió, un ejemplo del potencial de la agricultura para reducir las emisiones de CO₂. UPL también participará en la AgriZone de Embrapa, donde organizará mesas redondas basadas en sus cinco pilares de compromiso climático y presentará estudios de caso, incluyendo una iniciativa de arroz con bajas emisiones de metano de la India.