

A FORMAÇÃO DE PROJETOS PARA VENDA DE CRÉDITOS DE CARBONO: ESTUDO DE CASO - NOVAGERAR.

**Indira Hansen Ferreira¹; Wislaene Pereira Torres²; Prof. Dr. Francisco Claudio
Tavares⁴**

Estudante do Curso de Administração de Empresas; e-mail: hansen_dih@hotmail.com¹

Estudante do Curso de Administração de Empresas; e-mail: wislz@hotmail.com²

Professor da Universidade de Mogi das Cruzes; e-mail: ftclaudio@umc.br³

Área do Conhecimento: Administração

Palavras-chaves: Créditos de Carbono, Mercado, Projetos.

INTRODUÇÃO

A utilização de combustíveis de origem fóssil como base da matriz energética das nações desenvolvidas, vem desestabilizando um processo que ocorre naturalmente em nosso planeta: o efeito estufa. Este consiste na formação, por gases como o dióxido de carbono, de uma camada que retém o calor oriundo do sol, mantendo uma temperatura média na Terra.

Em Kyoto, Japão (2007), foi formalizado o Protocolo de Kyoto, documento ratificado até abril de 2009 por 174 países que se comprometeram a reduzir as emissões de carbono que são responsáveis pela maior parte dos danos ao meio ambiente. A ratificação do Protocolo cria obrigações legais aos países signatários, podendo também ocorrer sanções caso as determinações não sejam cumpridas. Aos países considerados desenvolvidos e que ratificaram o tratado, o Protocolo estipulou uma meta de redução dos gases do efeito estufa (GEE) da ordem de 5,2% em comparação com os níveis estabelecidos em 1990, a ser atingida entre 2008 e 2012.

Para que estas metas sejam alcançadas, criou-se o Mecanismo Desenvolvimento Limpo (MDL), que pode ser adotado por empresas brasileiras, “tem por finalidade propiciar o desenvolvimento sustentável dos países que não fazem parte do Anexo I, entre os quais estão países em desenvolvimento, como o Brasil” (Silva, 2008, p. 32).

Assim, este tema justifica-se por tratar de um assunto relevante que é de extrema importância na gestão das empresas, para as empresas e para o País, - financeira e economicamente - uma vez que segundo Botelho (2009, p. B12) “o mercado global de carbono movimentou, em 2008, US\$ 116 bilhões” e “em 2007 o Brasil gerou US\$ 64 bilhões em créditos”. Cabe, portanto, o problema de pesquisa: como as empresas brasileiras aproveitam as oportunidades do mercado de créditos de carbono?

OBJETIVOS

Estudar, no eixo teórico da Gestão Ambiental Empresarial, a temática Créditos de Carbono. Relatar o processo de criação de projetos para geração de Créditos de Carbono. Demonstrar o funcionamento do mercado de crédito de carbono. Apresentar o estudo de caso da empresa Novagerar.

METODOLOGIA

Para a pesquisa teórica, serão utilizadas várias fontes de conhecimento, como livros, revistas e sites especializados, material de organizações especializadas em assuntos

ambientais, filmes e documentários que apresentam problemas ambientais e suas possíveis soluções.

Na parte prática da pesquisa foi realizado um estudo de caso na empresa Novagerar, de Nova Iguaçu, Rio de Janeiro, especializada na implantação de projetos de Créditos de Carbono.

Nos sites obteve-se dados qualitativos e quantitativos do projeto Novagerar, especificamente, do Centro de Tratamento de Resíduos de Nova Iguaçu.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A experiência bem-sucedida do Projeto Novagerar tornou-se um projeto de referência no mundo por apresentar resultados para o mais grave problema ambiental do planeta – as mudanças climáticas ocorridas em função do aquecimento global. A estimativa é que 12 milhões de toneladas de “CO₂ equivalente” deixarão de ser emitidas em um período de 21 anos, e os créditos provenientes deste projeto serão comprados pelo governo da Holanda, até 2012, por um valor total de 13,25 milhões de euros. O projeto é composto de um sistema de coleta de gás, sistema de drenagem de chorume e uma usina de geração de eletricidade modular com capacidade total esperada de 12 megawatts. Do ponto de vista social, foram criadas cerca de 100 vagas de trabalhos formais, ocupadas por ex-coletores de resíduos.

CONCLUSÕES

A partir da experiência da Novagerar é possível observar que o mercado de Créditos de Carbono é, além de viável, vantajoso para empresas brasileiras, que podem aproveitar as várias oportunidades existentes para geração e venda de Créditos. Adiciona-se que, além da mitigação de impactos ambientais negativos é possível sua interface com ações socioambientais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

SEIFFERT, Mari Elizabete Bernardini. **Mercado de Carbono e o Protocolo de Quioto: oportunidades de negócio na busca de sustentabilidade.** São Paulo: Atlas, 2009.

ARAUJO, Antonio C. Porto. **Como Comercializar Créditos de Carbono.** 6. ed. São Paulo: Trevisan, 2008.

SABBAG, Bruno Kerlakian. **O Protocolo de Quioto e seus Créditos de Carbono.** 1. ed. São Paulo: LTR, 2008.

NOVAGERAR: 2010. Disponível em <http://www.novagerar.com.br>. Acesso em 01 de Junho de 2010, 19h45.

CTRNOVAIGUAÇU: 2010. Disponível em <http://www.ctnovaiguacu.com.br>. Acesso em 09 de Junho de 2010, 14h30.

Indira Hansen Ferreira - bolsista

Prof. Dr. Francisco Claudio Tavares - orientador