

Sumário

Prefácio	13
Introdução	15
PARTE I – ETANOL	21
CAPÍTULO 1 – O SISTEMA AGROINDUSTRIAL DO ETANOL: MERCADO, AGENTES E SUSTENTABILIDADE	23
1.1. MERCADO NACIONAL	23
1.2. O MERCADO INTERNACIONAL	26
1.2.1. UNIÃO EUROPÉIA	27
1.2.2. EUA	29
1.2.3. CONTINENTE AFRICANO	31
1.3. O SISTEMA DO ETANOL CARBURANTE	32
1.3.1. OS INSUMOS DA PRODUÇÃO AGRÍCOLA (T_0)	33
1.3.2. A PRODUÇÃO AGRÍCOLA (T_1)	34
1.3.3. A PRODUÇÃO INDUSTRIAL	37
1.3.4. DISTRIBUIÇÃO: ATACADO E VAREJO	40
1.3.5. EXPORTAÇÃO	45
1.4. O NOVO ENFOQUE DA PRODUÇÃO DE ETANOL: O TRIPÉ DA SUSTENTABILIDADE	46
1.4.1. A DESREGULAMENTAÇÃO DO SETOR	47
1.4.2. O ESTADO E O DELINEAMENTO DOS MERCADOS	48
1.4.3. ASPECTOS ECONÔMICOS DA SUSTENTABILIDADE	49
1.4.4. OS ASPECTOS SOCIAIS E AMBIENTAIS DA SUSTENTABILIDADE	54

~



CAPÍTULO 2 – ANÁLISE DOS CONTRATOS DA TRANSAÇÃO ENTRE PRODUTOR E USINA – T₁	69
2.1. AS TIPOLOGIAS CONTRATUAIS DA TRANSAÇÃO T ₁ DO SAG DO ETANOL	70
2.2. AS RECENTES ALTERAÇÕES INSTITUCIONAIS VOLTADAS À SUSTENTABILIDADE E O SEU IMPACTO NOS CONTRATOS DA TRANSAÇÃO T ₁	72
2.3. ANÁLISE DOS CONTRATOS DE FORNECIMENTO COM CCT SOB A ÓTICA DOS DIREITOS DE PROPRIEDADE E DA SUSTENTABILIDADE DA ESTRUTURA DE GOVERNANÇA	76
2.4. CONCLUSÃO: OS EFEITOS DA SUSTENTABILIDADE NAS TRANSAÇÕES ENTRE PRODUTOR E PROCESSADOR	79
CAPÍTULO 3 – ANÁLISE DOS CONTRATOS DE COMERCIALIZAÇÃO E DE EXPORTAÇÃO DE ETANOL	81
3.1. A ESTRUTURA DE GOVERNANÇA DO SETOR	81
3.2. O CONTRATO ADOTADO NO CENTRO-SUL	82
3.3. A ESTRATÉGIA DAS USINAS	86
3.3.1. A POLÍTICA DE VENDAS DAS USINAS	86
3.3.2. A OPÇÃO DE GOVERNANÇA DAS USINAS	89
3.4. A ESTRATÉGIA DAS DISTRIBUIDORAS	92
3.4.1. A POLÍTICA DE COMPRAS DE ETANOL DAS GRANDES DISTRIBUIDORAS	93
3.4.2. A OPÇÃO DE GOVERNANÇA DAS DISTRIBUIDORAS	96
3.5. CONCLUSÃO: ASPECTOS SUSTENTÁVEIS NOS CONTRATOS DE COMERCIALIZAÇÃO DE ETANOL	97
3.6. OS CONTRATOS DE EXPORTAÇÃO DE ETANOL	97
3.6.1. TIPOS DE CONTRATOS DE EXPORTAÇÃO	98
3.6.2. A VERIFICAÇÃO COMO INSTRUMENTO CONTRATUAL	99
3.6.3. O CASO COPERSUCAR E JBSL	99
3.6.4. O CASO DA SCA E SEKAB	100
3.6.5. O CASO DA COSAN E MITSUBISHI	100
3.6.6. CONCLUSÃO: A SUSTENTABILIDADE NOS CONTRATOS DE EXPORTAÇÃO	101
PARTE II – BIODIESEL	103
CAPÍTULO 1 – MERCADO DO BIODIESEL	107
1.1. A ORIGEM DA INDÚSTRIA	107

1.2. MERCADO MUNDIAL DE BIODIESEL NO SÉCULO XXI	108
1.3. AS POLÍTICAS DE INCENTIVO À PRODUÇÃO DE BIODIESEL EM PAÍSES SELECIONADOS	112
1.3.1. UNIÃO EUROPÉIA	113
1.3.2. ESTADOS UNIDOS	116
1.3.3. ARGENTINA	118
CAPÍTULO 2 – BRASIL E O PROGRAMA NACIONAL DE PRODUÇÃO E USO DO BIODIESEL (PNPB)	121
2.1. CONCEITO E OBJETIVOS DO PNPB	121
2.2. SELO COMBUSTÍVEL SOCIAL	122
2.3. COMERCIALIZAÇÃO	124
2.4. AGRICULTURA FAMILIAR X EMPRESAS (T2)	125
2.5. EMPRESAS PRODUTORAS DE BIODIESEL X DISTRIBUIÇÃO (T3)	127
2.6. RELEILÃO (T4)	129
2.7. TRIBUTAÇÃO	129
CAPÍTULO 3 – O SISTEMA AGROINDUSTRIAL (SAG) DO BIODIESEL NO BRASIL	133
3.1. POLO CEARÁ	136
3.2. POLO CENTRAL DO RIO GRANDE DO SUL	137
3.3. POLO MOJU PARÁ	138
3.4. POLO NORTE DE MINAS GERAIS	140
3.5. POLO SUDESTE MATOGROSSENSE	142
CAPÍTULO 4 – AGRICULTURA FAMILIAR	143
4.1. PERFIL DOS AGRICULTORES FAMILIARES	145
4.1.1. POLO MATO GROSSO	145
4.1.2. POLO CEARÁ	146
4.1.3. POLO RIO GRANDE DO SUL	147
4.1.4. POLO PARÁ	147
4.2. ESMAGADORAS	148
4.3. AS USINAS	148
CAPÍTULO 5 – SUSTENTABILIDADE E O PNPB: A PERCEPÇÃO DOS PRODUTORES	153
5.1. ASPECTOS GERAIS	153
5.2. SUSTENTABILIDADE ECONÔMICA	158

5.3. SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL	165
5.4. SUSTENTABILIDADE SOCIAL	172
REFERÊNCIAS	179
Sobre os autores	189