

Eixo Temático: Inovação e Sustentabilidade em Diferentes Setores

**SELO COMBUSTÍVEL SOCIAL: UM ESTUDO NA INDÚSTRIA DE BIODIESEL
DO RIO GRANDE DO SUL**

Rozali Araújo dos Santos, Gilnei Luiz de Moura, Andressa Hennig Silva, Tatiane de Andrade Neves
Horbe, Kristina Kieling Figueira e Daniele Estivaleta Cunha

RESUMO

Em virtude da crescente preocupação com o meio ambiente e a possível escassez do petróleo, a temática dos biocombustíveis vem ganhando corpo a nível mundial. No Brasil, visando estimular a produção dos biocombustíveis, o governo criou o Programa Nacional de Produção de Biodiesel- PNPB e o Selo Combustível Social- SCS, que abrange a dimensão social do desenvolvimento sustentável, promovendo a inclusão social de agricultores familiares ligados a atividades de produção de oleaginosas para industrialização de biodiesel. Diante dessa realidade, o presente estudo tem a questão norteadora: *Como a indústria gaúcha percebe o selo combustível social?* Como estratégia de pesquisa foi eleita a metodologia de estudo de caso, de abordagem qualitativa e caráter descritivo. Os dados foram coletados por meio de entrevistas semi-estruturadas, com profissionais com conhecimento sobre o selo combustível social da organização em questão. Os resultados obtidos evidenciaram que o selo traz consigo mudanças para as empresas, sendo vislumbrado como uma oportunidade para inserção das mesmas no mercado e engajamento a questões sociais.

Palavras-chave: Biodiesel, Selo Combustível Social, Desenvolvimento Sustentável.

ABSTRACT

Given the growing concern for the environment and the possible shortage of oil, the issue of biofuels is arising worldwide. In Brazil, aiming to stimulate the production of biofuels, the government created the National Program for Biodiesel Production-PNPB and Social Fuel Seal-SCS, which covers the social dimension of sustainable development, promoting social inclusion of family farmers linked to production activities oilseeds for biodiesel industrialization. Given this reality, the present study has a question: *How the industry of the state perceives the Social Fuel Seal?* Research strategy was chosen methodology case study, qualitative approach and descriptive. Data were collected through semi-structured interviews with professionals with knowledge of the Social Fuel Seal of the organization in question. The results showed that the seal brings changes for companies and it is envisioned as an opportunity to insert them in the market and engagement social issues.

Keywords: Biodiesel, Social Fuel Seal, Sustainable Development.

1 INTRODUÇÃO

Em virtude da crescente preocupação com o meio ambiente e a possível escassez do petróleo, a questão ligada aos biocombustíveis vem ganhando força, a nível mundial. O Brasil, nos últimos anos, assumiu um papel decisivo na produção de combustíveis alternativos, já consagrado na utilização do etanol, em sua matriz energética de combustíveis, agora, tem a oportunidade de ser referência, também, na utilização do biodiesel para substituir o diesel (SACHS, 2005).

O biodiesel pode ser produzido a partir de diversas matérias-primas, tais como óleos vegetais, gorduras animais, óleos e gorduras residuais, por meio de diversos processos e, nesse sentido, o Brasil apresenta uma grande possibilidade de produção agrícola dessa variadas matérias-primas necessárias à obtenção do biodiesel, o que se torna uma vantagem comparativa do país em relação a todos os outros países produtores de oleaginosas (LADETEL, 2005).

Considerando-se o nível nacional de cooperação para o desenvolvimento sustentável (DS) e o biodiesel, o Estado, com o intuito de estimular a produção dos biocombustíveis criou o Programa Nacional de Produção de Biodiesel (PNPB) com a publicação da lei 11.097/2005 - a Lei do Biodiesel - no Diário Oficial da União do dia 14 de janeiro de 2005, que determinou a introdução do biodiesel na matriz energética brasileira a partir da mistura de 2% óleo diesel-biodiesel (B2).

O PNPB contempla, como estratégia para estimular a sustentabilidade nas três dimensões, econômica, ambiental e social, o Selo Combustível Social (SCS), que visa oferecer incentivos fiscais concedidos às empresas que adquirirem matéria-prima oriunda da agricultura familiar, promovendo a inclusão social de agricultores familiares, ligados a atividades de produção de oleaginosas para industrialização de biodiesel. Assim, neste contexto, as empresas aparecem como *players* primordiais dentro desta estratégia do PNPB voltada a alavancar o desenvolvimento sustentável no Brasil.

Nos cinco anos que se passaram desde a criação do PNPB, o Brasil deu um grande salto na produção de biodiesel sendo que entre os anos de 2005 e 2010, foi investido cerca de R\$ 4 bilhões na indústria do biodiesel e criado 1,3 milhão de empregos (FGV PROJETOS e UBRABIO, 2010).

Neste contexto, o Rio Grande do Sul tem se destacado no surgimento das agroindústrias produtoras de biodiesel, por possuir fatores favoráveis para a formação desta nova cadeia produtiva no Estado, que são as condições edafoclimáticas para o cultivo da soja e a possibilidade de implantação de novas culturas oleaginosas, além da histórica capacidade de organização da agricultura familiar (NEUTZLING; PEDROZO; SANTOS, 2009), destacando que o óleo de soja é a principal matéria prima para a produção de biodiesel. Como principal insumo de produção, o óleo de soja desempenha papel relevante no mercado de biodiesel, sendo que diferença entre a cotação desse insumo e o preço do biodiesel nos leilões da Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP) é fundamental para determinar a viabilidade econômica do atual modelo de produção e comercialização do biocombustível.

Considerando, portanto, o contexto supramencionado, a importância da indústria de biodiesel no Brasil e no Rio Grande do Sul é visível e crescente, justificando a escolha de tal setor para realização da pesquisa sobre o impacto das políticas públicas para o desenvolvimento sustentável dentro das empresas portadoras de biodiesel.

A partir do entendimento da importância do biodiesel e do Programa Nacional de Produção e Uso de Biodiesel como uma política pública para o desenvolvimento sustentável

na atual conjuntura em que se encontra o país e as organizações; que o selo combustível social é essencial para que as empresas possam participar dos leilões da ANP e; verificando-se que há escassez de trabalhos que demonstrem a percepção da indústria quanto a essas políticas global e ainda considerando a crescente relevância da indústria de biodiesel para o país, questiona-se: *Como a indústria gaúcha percebe o selo combustível social?*

O objetivo geral do presente estudo consiste em identificar o impacto do selo combustível social na ação, no desenvolvimento sustentável de uma empresa gaúcha portadoras do selo combustível.

Este artigo está assim estruturado: após a introdução, aborda-se o referencial teórico abrangendo i) O Programa Nacional de Produção e Uso de Biodiesel- PNPB e ii) Selo Combustível Social (SCS). Posteriormente o método de trabalho, que compreende a unidade de análise, a coleta de dados e sua análise. A quarta sessão compreende a apresentação e análise dos dados. Por fim, a parte cinco apresenta as considerações sobre a pesquisa e o referencial.

2.1 O Programa Nacional de Produção e Uso de Biodiesel- PNPB

O Programa Nacional de Produção e Uso do Biodiesel (PNPB) é um programa criado a partir de estudos sobre a viabilidade da utilização do biodiesel, realizados por uma comissão interministerial do Governo Federal - o Grupo de Trabalho Interministerial (GTI) - criado em 02 de julho de 2003, com o objetivo de implementar tanto a produção quanto o uso de biodiesel no Brasil, o PNPB têm como proposta extrapolar o âmbito econômico, abrangendo ações de inclusão social e redução da degradação ambiental.¹

As principais diretrizes deste programa estão baseadas em três dimensões: ambiental, social e mercadológica e visam: i) Implantar um programa sustentável, promovendo inclusão social; ii) Garantir preços competitivos, qualidade e suprimento; e iii) Produzir o biodiesel a partir de diferentes fontes oleaginosas e em regiões diversas, sendo que tais diretrizes estão alicerçadas na base tecnológica.

A forma de implantação do PNPB foi estabelecida por meio do Decreto de 23 de dezembro de 2003, sendo que a estrutura gestora do Programa ficou definida com a instituição da Comissão Executiva Interministerial (CEIB). No entanto, o lançamento oficial ocorreu apenas um ano depois, em 06 de dezembro de 2004.

O lançamento do marco regulatório ocorreu no dia 13 de janeiro de 2005, com a Lei 11.097/2005, a qual determinou, no seu segundo artigo, a introdução do biodiesel na matriz energética brasileira, sendo fixado em 5% (cinco por cento) em volume, o percentual mínimo obrigatório de adição de biodiesel ao óleo diesel disponibilizado ao consumidor final, em qualquer parte do território nacional e fixou o prazo de aplicação do disposto em tal artigo em de 8 (oito) anos após a publicação da Lei. Ainda, previa-se, em tal dispositivo legal, prazo de 3 (três) anos, após essa publicação legal, para se utilizar um percentual mínimo obrigatório intermediário de 2% (dois por cento), em volume. Tal percentual, 5% de biodiesel, foi alcançado em setembro de 2009, tornando-se o seu consumo obrigatório para o início de 2010.

O PNPB dispõe, ainda, de regras tributárias do biodiesel referentes às contribuições federais, que foram estabelecidas pela Lei nº. 11116, de 18 de maio de 2005, e os Decretos nº. 5297, de 6 de dezembro de 2004, e nº. 5457, de 6 de junho de 2005, com o objetivo de

¹ Disponível em: www.bnb.gov.br/projwebren/exec/artigoRenPDF.aspx?cd_artigo. Acesso em: Agosto 2011.

garantir o desenvolvimento regional e sócio-econômico, contando com a participação de vários agentes, conforme apresentado na Figura 6.

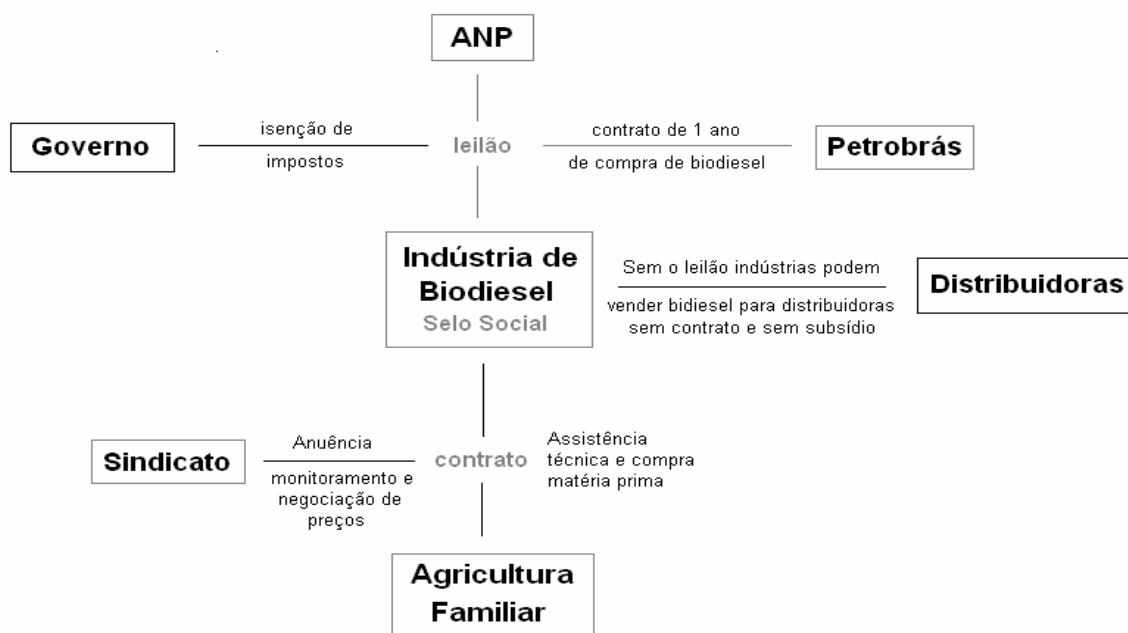


Figura 6- Agentes envolvidos no Programa Nacional de Produção de Biodiesel.

Fonte: Abramovay e Magalhães (2007)

Considerando que o Estado deve intervir no mercado quando o sistema de transações, mediado pelo equilíbrio entre oferta e demanda, falha em proporcionar uma alocação eficiente de recursos, o PNPB é uma política pública que promove a intervenção governamental em um mercado que se inicia, estimulando a participação de agricultores familiares em sua matriz produtiva e usando a indústria como ator fundamental para o sucesso de tal proposta (ABRAMOVAY; MAGALHÃES 2007).

Portanto, o biodiesel aparece como um produto com potencial para o desenvolvimento sustentável, pois além das vantagens econômicas e ambientais que proporciona, o governo tem demonstrado interesse em alavancar o aspecto social deste bem de consumo.

Esse interesse é respaldado com Selo Combustível Social, anunciado através da Instrução Normativa no. 01, de 05 de julho de 2005, que é um conjunto de medidas específicas visando estimular a inclusão social da agricultura na cadeia produtiva do biocombustível. O Selo Combustível Social, portanto, é um componente de identificação concedido pelo Ministério de Desenvolvimento Agrário às empresas produtoras de biodiesel que promovam a inclusão social e o desenvolvimento regional por meio de geração de emprego e renda para os agricultores familiares enquadrados nos critérios do PRONAF (MDA, 2011).

Em 30 de Setembro de 2005, o MDA publicou a Instrução Normativa nº. 02 – I.N. 02, que prevê a adequação de projetos de biodiesel com fins de se consolidarem como empreendimentos aptos a receberem o Selo Combustível Social.

2.2 Selo Combustível Social (SCS)

O acesso ao Selo Combustível Social traz, como vantagem, o acesso a melhores condições de financiamento junto ao BNDES e outras instituições financeiras e, ainda, dá direito de concorrência em leilões de compra de biodiesel a desonera o produtor de alguns tributos.

Quanto ao financiamento, o Programa de Apoio Financeiro a Investimentos em Biodiesel prevê financiamento de até 90% dos itens passíveis de apoio para projetos com o Selo Combustível Social e de até 80% para os demais projetos. A produção de matéria-prima para o biodiesel pela agricultura familiar também conta com linhas de financiamento do Pronaf, com as taxas de juros do Pronaf variam de 1% a 4%.

Já a desoneração de tributos ocorre da seguinte maneira: para o biodiesel fabricado a partir de mamona ou a palma produzida nas regiões Norte, Nordeste e no Semi-Árido pela agricultura familiar, a desoneração de PIS/PASEP e COFINS é total, ou seja, a alíquota efetiva é nula (100% de redução em relação à alíquota geral de R\$ 217,96 / m³); para o biodiesel fabricado a partir de qualquer matéria-prima que seja produzida pela agricultura familiar, independentemente da região, a alíquota efetiva é R\$ 70,02 / m³ (67,9% de redução em relação à alíquota geral); e para o biodiesel fabricado a partir de mamona ou a palma produzida nas regiões Norte, Nordeste e no Semi-Árido pelo agronegócio, a alíquota efetiva é R\$ 151,50/m³ (31,5% de redução em relação à alíquota geral). Em relação à Contribuição de Intervenção no Domínio Econômico (CIDE), não há incidência para qualquer região produtora de biodiesel, enquanto o diesel mineral tem um valor de R\$ 0,07/lit.

Para ter acesso ao selo, as empresas devem garantir a compra da matéria-prima e preços pré-estabelecidos de agricultores familiares e fornecer assistência técnica aos agricultores. Dessa forma, de acordo com MDA, como condições para concessão do Selo Combustível Social as empresas produtoras de biodiesel devem realizar:

- compra de matéria-prima da agricultura familiar em percentual mínimo de 50% nas regiões Nordeste e Semi-árido, 10% nas regiões Norte e Centro Oeste e 30% para as regiões Sudeste e Sul; alterados para em 2009 para 15% nas regiões Norte e Centro Oeste e 30% nas regiões Sul, Sudeste, Nordeste e Semi-árido. Esse percentual é computado apenas para aquisições de matérias-primas de agricultores familiares com DAP e de cooperativas da agricultura familiar habilitadas de acordo com a Instrução Normativa do MDA nº 01, de 20 de junho de 2011.

- estabelecimento de contratos negociados com os agricultores familiares, constando, pelo menos, o prazo contratual, o valor de compra e critérios de reajuste do preço contratado, as condições de entrega da matéria-prima, as salvaguardas de cada parte, a identificação e concordância de uma representação dos agricultores que participou das negociações; e,

- garantia de assistência e capacitação técnica aos agricultores familiares.

Leonardi *et al.* (2011), ressaltam que, no Brasil, as empresas produtoras não podem vender o biodiesel diretamente para os revendedores, sendo a comercialização realizada através de leilões regulamentados pela ANP. Deve-se destacar que tais leilões são realizados, desde 2005, com o objetivo inicial de gerar mercado e, desse modo, estimular a produção do combustível em quantidade suficiente para que possa compor as misturas determinadas por lei, assim, inicialmente, a Petrobras garantiu a compra de biodiesel até a quantidade necessária para garantir o B2² para produtores que possuem o Selo Combustível Social.

Os leilões são realizados por meio de pregão eletrônico e têm como objetivo atender a demanda da Petrobras para cumprir a resolução do Conselho Nacional de Política Energética (CNPE), que fixa um percentual de 5% obrigatório de adição de biodiesel ao óleo diesel

² B2- 2% de biodiesel puro.

vendido no país, nos leilões, as refinarias compram o biodiesel para misturá-lo ao diesel derivado do petróleo, eles asseguraram que todo o óleo diesel comercializado no país contenha o percentual de biodiesel determinado em lei. O volume adquirido pelas refinarias é ofertado às distribuidoras também em leilões, os chamados “releilões”, sendo que os volumes são oferecidos às distribuidoras por regiões de acordo com a localização dos produtores e a demanda das distribuidoras. Adicionalmente e em casos de necessidade é permitido as refinarias a realização de leilões para manutenção de seus estoques de emergência.

Para a agricultura familiar e as empresas o PNPB, juntamente com o selo disponibiliza uma forma de negociação diferente, que é a venda por meio de um contrato, o que garante uma reserva de mercado e amplia a competitividade da agricultura familiar, alterando as rotinas empresariais também. Assim o modelo de desenvolvimento do Programa Nacional Produção e Uso de Biodiesel – PNPB, 2004, tem seu contexto histórico no desenvolvimento sustentável (SACHS, 2004).

3 MÉTODO

3.1 Método da pesquisa

A presente pesquisa caracteriza-se como exploratória, descritiva, qualitativa, com amostra intencional (PATTON, 1990). Deste modo, partir-se-á de um amplo questionamento que terá como objetivo a compreensão do fenômeno pesquisado (TRIVIÑÓS, 1987; MINAYO, 2001). A pesquisa qualitativa possui as seguintes características essenciais: tem o ambiente natural como fonte direta de dados; o pesquisador como instrumento fundamental de coleta de dados; utilização de procedimentos descritivos da realidade estudada; busca do significado das situações para as pessoas e os efeitos sobre as suas vidas; preocupação com o processo e não simplesmente com os resultados e o produto, e privilégio ao enfoque indutivo na análise dos dados (TRIVIÑÓS, 1987; BOGDAN; BIKLEN, 1994).

Além disso, esta pesquisa também se configura como um estudo de levantamento com características de um estudo de caso. Eisenhardt (1989) descreve o estudo de caso, como uma estratégia de pesquisa que se concentra na compreensão das dinâmicas presentes dentro de cenários únicos, combinando métodos de coleta de dados como documentos, entrevistas, questionários e observações, podendo a evidência ser qualitativa. Godoy (1995) e Yin (2005) definem o estudo de caso como uma estratégia de pesquisa para o estudo de fenômenos sociais complexos, permitindo obter suas características e alcançar o objetivo da pesquisa, mas deve estar aberto a descobertas, mantendo-se alerta ao surgimento de novos elementos que poderão surgir no desenvolvimento da pesquisa.

A coleta de dados primários realizou-se por meio de entrevistas semi-estruturadas gravadas por meio de um gravador de voz digital *in loco*, realizadas oralmente, com executivos responsáveis pela gestão do selo combustível social. Para essa pesquisa, elaborou-se um instrumento de coleta de dados, pautado, sobretudo no referencial teórico apresentado, dentro deste contexto. Coletaram-se também dados secundários obtidos com análise documental, pela leitura e cadastramento da documentação disponíveis nos sites das empresas e ANP.

O tratamento e análise de dados deram-se, preponderantemente, de forma qualitativa, pela análise documental e análise de conteúdo. Para a interpretação dos dados das entrevistas, tendo em vista o contorno assumido pela pesquisa, foi realizada a análise de conteúdo, que pode ser definida como: “Um conjunto de técnicas de análise de comunicação visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo mensagens, indicadores

(quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens” (BARDIN, 1979, p. 42).

Os temas recorrentes foram agrupados segundo suas semelhanças e significados, dando-se, assim, ênfase a própria fala dos entrevistados. Deste modo, buscou-se interpretar a problemática da pesquisa à luz da teoria revisada.

3.1 Unidade de análise: Camera

A empresa Camera, sediada na cidade de Santa Rosa, noroeste do Rio Grande do Sul, a empresa Camera completou, em 2011, seus 40 anos de fundação, formada por uma empresa familiar e tendo a participação do grupo CRP - Companhia Riograndense de Participações, que é composta por sete fundos e participa da Camera com 17% do capital.

A empresa trabalha com originação³ de soja, produz óleo vegetal, trabalha com originação de arroz e com biodiesel que foram incluídos em períodos distintos na empresa.

Como missão, a Camera coloca “Estar efetivamente presente em toda a cadeia da agricultura, orientada para a criação de valor econômico e social através de atitude empreendedora, governança corporativa, melhoria contínua e foco em relacionamento de longo prazo” pretendendo ser referencia no agronegócio brasileiro pela geração de sustentabilidade, não só para a companhia, mas para as pessoas e suas comunidades, valorizando, tendo em vista essa proposta, tradição e modernidade, evolução e responsabilidade, respeito e ética.

Buscando cumprir com sua missão, a Camera busca a diversificação e verticalização em toda a cadeia da agricultura, com Unidades Estratégicas de Negócios nos diversos segmentos de mercado que formam o agronegócio e para tanto conta com 1.600 pessoas em toda sua estrutura.

No ramo de biodiesel, a empresa Camera possui duas unidades de produção no estado, uma em Ijuí, e outra em Rosário do Sul, adquirida da Brasil Ecodiesel, agora Vanguarda.

A ideia do desenvolvimento de biodiesel na empresa surgiu através da busca especificada de opção de venda, de agregação de valor e devido ao fortalecimento do PNPB e ao exemplo de outras empresas.

A planta produtora de Biodiesel, localizada em Ijuí, junto a um dos portos secos da Companhia, foi inaugurada em 11 de novembro de 2010, tendo uma área construída de 2.780 m², em um terreno de 122.000 m² sendo que foram investidos R\$ 40 milhões diretamente. A capacidade autorizada de produção é de 650 mil litros de biodiesel por dia, sendo que a capacidade de produção da empresa é de 114 milhões de litros por ano, ocupada plenamente com alguns períodos de pausa para manutenção. Essa capacidade levou à empresa a produzir, em 2011, mais de 106 milhões de litros, conforme disposto no Quadro 7, gerando 50 empregos diretos e 120 indiretos e beneficia 3900 agricultores familiares e alcançando um faturamento bruto anual R\$ 250 milhões.

As matérias primas utilizadas para o biodiesel são: soja, canola, girassol e gordura animal, principalmente adquiridas junto aos produtores rurais da região noroeste do RS, sendo que, em 2012, a empresa contara com 70% da matéria prima proveniente de agricultores familiares diretos e 30% de cooperativos, devido a um trabalho de desenvolvimento de mercado da agricultura familiar e um trabalho de assistência técnica. Em face a esta necessidade, a empresa conta com mais de 70 técnicos e engenheiros agrônomos, que trabalham atuando direto no campo e, além disso, a empresa também trabalha com o

³ Compra de grãos

fornecimento de insumos, fomento, recebimento do grão, auxilia no momento de seca refinanciando o produtor.

4. Apresentação e análise dos dados

4.1 Conhecimento da empresa sobre o PNPB e o selo combustível social e busca de informações

Tendo, este componente, suas análises e considerações fundamentadas nos tópicos do PNPB e Selo Combustível Social, dispostos no referencial teórico, a empresa foi questionada sobre o conhecimento do PNPB e o selo, conforme relato a seguir:

Camera –sim conhecemos porque exige que ao longo do tempo você tem que diversificar as matérias primas, você tem que atender a um percentual mínimo da agricultura familiar, que até então com a instrução normativa publicada, a instrução normativa numero 1 de 19 de fevereiro de 2009, são necessários 30% de matéria prima em valor, da agricultura familiar, para você ter o selo combustível social, tendo o selo social você pode participar de 100% dos leilões porque os leilões são divididos em duas parte, isso tudo tem de regulamento. O leilão é dividido em duas partes sendo que a primeira, os 80% então participam as usinas que tem o selo combustível social, consequentemente tem que ter documentado a área da agricultura familiar, a quantidade, e a Camera já faz a 40 anos, só que não tinha registrado, certo, e os outros 20% do leilão em cima das demais empresas que não possuem selo, então você entre nos 80% num mercado mais estável, você consegue um melhor preço de venda de acordo com o nosso diretor financeiro, isso é melhor e a avaliação inclusive dos processos de biodiesel e os 20% do mercado é mais competitivo o que diminui a margem e o valor de venda do biodiesel.

Sendo assim, a empresa afirma conhecer o PNPB e o Selo Combustível social, tanto através da legislação quanto tendo em vista a participação e o contato com o MDA, a empresa tem o conhecimento em virtude de estar ligada ao programa e ao selo e de estar atenta a qualquer adequação que venha a existir.

Questionou-se, também, sobre o repasse de informações e averiguou-se que ele se dá, geralmente, a nível de governo federal, através dos ministério envolvidos no Programa Nacional de Produção e Uso do Biodiesel: o Ministério da Agricultura, Ministério de Minas e Energia, Casa Civil, Ministério do Meio Ambiente, o Ministério de Ciência e Tecnologia, sendo que o Ministério do Desenvolvimento Agrário é o que repassa maiores informações sobre selo combustível social, e de acordo com as entrevistas percebe-se que alguns órgãos auxiliam e se envolvem na busca e repasse de informações como a Aprobio- Associação de Produtores de Biodiesel do Brasil, consultorias, Fetag, Fetapre, a UAPA, Fecoagro.

Outra locação constante no discurso da empresa é a questão da participação de leilões da ANP, visto que o leilão é dividido em duas partes sendo que a primeira, 80% é reservado as empresas portadoras do Selo Combustível Social e os outros 20% do leilão aberto as empresas que não possuem selo (ANP, 2012).

Em virtude do programa, as empresas buscam uma maior aproximação de órgãos que estão ligados ao plano de trabalho do PNPB, o Ministério da Agricultura, Ministério de Minas e Energia, Casa Civil, Ministério do Meio Ambiente, o Ministério de Ciência e Tecnologia, sendo que o Ministério do Desenvolvimento Agrário é o que repassa maiores informações sobre selo combustível social, também a ANP, e os sindicatos e federações uma vez que são atores envolvidos no programa (ABRAMOVAY E MAGALHÃES, 2007).

Diante de tais fatos, a empresa busca cumprir o que está disposto na legislação, adquirindo, no mínimo, o percentual disposto na lei para que o selo seja conquistado,

pretendendo, ainda, ir além de tal percentual, que hoje são os 30% na região sul (MDA, 2011) e fornecendo a assistência técnica.

As informações, conforme previsto na lei, são repassadas ao governo via sistema informatizado e conferidas, anualmente, via auditoria. Para que a gestão do selo ocorra, a empresa conta com equipes que são responsáveis pela compra e pelo gerenciamento das informações, pois a perda do selo acarreta em menor participação no mercado, que é regulamentado e em consequência redução no faturamento da empresa, e, por isso, a manutenção de tal certificação vem ao encontro dos interesses das empresas.

Dentro do processo de aquisição e manutenção do selo, um dos principais percalços apontado pela empresa, é a classificação da agricultura familiar e a questão da DAP jurídica para as cooperativas, pois no momento em que aumenta a renda o agricultor pode cair fora do enquadramento do PRONAF e não ser mais contado como originação da agricultura familiar, e outro ponto a ser considerado é que no estado, existe uma cultura de cooperativismo e nem todas as cooperativas estão aptas a conquistar a DAP jurídica.

Com relação à diversificação de culturas constante na instrução normativa, a empresa apresenta como principal alternativa a canola e em segundo plano o girassol que podem também ser utilizadas como matéria prima, vindo por outro ponto de vista a empresa aponta que pode ocorrer uma diversificação de atividades que vão além da matéria prima destinada a matéria prima familiar, nesse quesito um entrave existente é a resistência dos agricultores quanto a diversificação.

Ainda, considerando o contexto em que o selo esta inserido, criou-se uma prática de bonificação para os agricultores, de modo a incentivá-los a fechar o contrato de forma antecipada, prática não usual no mercado de um modo geral. Assim, os entrevistados admitem que, na inexistência do selo, tal prática seria suprimida, mantendo-se a assistência técnica que promove uma maior aproximação e fideliza o fornecedor.

De modo geral, a empresa têm um elevado conhecimento sobre o PNPB e sobre o selo, visto que, apesar do programa ter sido colocado no mercado de forma compulsória, atualmente conta com a participação ativa dos atores envolvidos.

4.2 Implantação do selo na empresa e percepção sobre o selo

Almejando saber o que levou a empresa a procurar implementar o selo combustível social, percebeu-se, que a busca pelo selo se deu em virtude de vantagens vislumbradas pela empresa: como uma maior participação no mercado e uma para a redução de impostos, conforme exposto na entrevista.

Camera- a minha percepção pelo selo é a seguinte, que ao longo do tempo, agora o agricultor familiar, por mais que tenha este programa, vai ter que ser moldado o conceito de agricultor familiar de acordo com a própria lei do MDA, o conceito do agricultor familiar que tenha 80 hectares que tenha renda 100% oriunda da agricultura familiar ela, não é que ela esta distorcida, mas ela já não atende todos os agricultores familiares, os agricultores familiares tem suas esposas que trabalham no banco, tem professoras, são professoras também estão no meio rural, um perfil também da agricultura familiar, dependo da região já não é mais de 80 hectares é produtor de 100, 150 hectares, porque ele esta tocando com família ainda, e existe naturalmente um seleção natural, existe de produtores pequenos que estão se aposentando, que estão deixando o campo que estão indo para vilas de cidades pequenas, então isso tem concentrado as áreas, também. Ao longo do tempo eu acredito que tem que ser revisto novamente o conceito de agricultor familiar, quantidade, volume a renda dele, mas voltando para a tua pergunta o selo social ele é

muito importante, importante não só para a empresa como para a sociedade, você da legitimidade a um trabalho, não que você forçaria ainda mais os demais produtores, mas você mantém aquele produtor que quer ficar lá no campo com mais algum incentivo. O selo combustível social nada mais é hoje do que uma transferência de tributos, que onde o governo se isenta de dizer que não recebe determinado valor de impostos e as empresas repassam praticamente 100% deste valor ao produtor, sendo através de um prêmio de bônus sobre a produção dele da matéria prima ou sendo pela assistência técnica.

Contudo, além de ser visualizado como uma oportunidade de entrar no mercado, percebe-se na fala do entrevistado que, no começo, existiram algumas dificuldades e que algumas adaptações e melhorias ainda podem ser feitas para melhorar as funcionalidades do selo.

Nesse mesmo sentido, tendo como base uma citação feita pelo Sr. Miguel Rossetto, figura importante no cenário de biodiesel, buscou-se verificar qual a percepção sobre o selo considerando um possível fracasso (VEDANA, 2009), e como resposta obteve-se que o selo não fracassou, que é apenas uma questão de ponto de vista ou de avaliação equivocada, a afirmação é que o selo vem evoluindo e se firmando dentro do mercado de biodiesel brasileiro. De acordo com os entrevistados, a implementação do selo é burocrática e morosa em um primeiro momento, até que ocorra a adaptação da empresa e as modificações necessárias, mas tal implantação é apontada como necessária, como já referido, em virtude dos benefícios trazidos, principalmente a maior participação de mercado.

De modo geral, a percepção sobre o selo é positiva, de modo que ele é visto como uma oportunidade e, mesmo trazendo uma maior responsabilidade em virtude da obrigação junto aos agricultores familiares, o selo traz mais vantagens do que barreiras, como a vantagem de participar de um mercado em ascensão, por exemplo.

Os entrevistados acreditam no crescente sucesso do selo, tanto no benefício levado aos agricultores familiares aptos a participarem do programa, quanto na interferência do faturamento para as empresas. Acredita-se na solidez do programa em virtude do caráter democrático que vem adotando.

4.3 O selo combustível social e desenvolvimento sustentável na empresa

O desenvolvimento sustentável é o resultado da interação social em um determinado espaço, com bases culturais cultivadas no decorrer do tempo, com finalidades econômicas, obedecendo às instituições reconhecidas naquela sociedade e considerando a manutenção do estoque ambiental existente (SILVA, 2006). Considerando tal colocação, buscou-se na proposta da Declaração de Política de 2002 da Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável e à luz de Placet *et al.* (2005) e Ribeiro (2007) as dimensões do desenvolvimento sustentável: a dimensão econômica, social e a ambiental, uma vez que desenvolvimento sustentável é alvo do programa selo combustível social.

Buscando saber qual o impacto dentro da empresa, os entrevistados foram questionados considerando os três pilares, o social, o ambiental e o econômico.

Um dos entrevistados destacou que o selo impacta na dimensão ambiental em virtude da assistência técnica efetiva que serve também para orientar o produtor, para fazer uma melhor aplicação dos produtos na lavoura, no momento adequado, sem exageros, evitando desperdícios de produtos químicos que são aplicados na lavoura que ele poderia estar aplicando de forma errada se não tivesse uma assistência técnica correta. Já na questão social, o selo é colocado como determinante em virtude da inclusão via aquisição do percentual

mínimo de 30%, e a dimensão econômica impacta é devido a agregação de valor a matéria prima e ao maior faturamento que proporciona.

A empresa considera que, tanto a dimensão social como a dimensão econômica, são afetadas de maneira igual, mas o fato da dimensão social estar em foco é mencionada pela empresa de maneira geral, aumentando a preocupação social:

Camera- a dimensão mais afetada pelo selo, eu acho que são as duas, (*social e econômica*) não tem uma dimensão 30,50, 50,30 as duas porque você não só por fazer a agricultura familiar com agricultores mas você tem um faturamento, você tem um cliente, um produtor lá garantido e como a participação no leilão você usa os dois, o útil ao agradável.

O selo combustível social, como o próprio nome induz a pensar, apresenta como objetivo contemplar a dimensão social dentro da indústria de biodiesel e a percepção da empresa sobre tal objetivo é positiva. Os entrevistados mencionam que o selo impacta na dimensão social, considerando o lado da empresa. O selo estimula as empresas a promoverem a inclusão social de uma parcela da população pouco considerada dentro do contexto político e econômico, os agricultores familiares, trazendo tal parcela da população para dentro do sistema, estimulando o aumento de renda, e promovendo a melhoria por meio de assistência técnica, palestras e treinamentos, outro ponto salientado é a possibilidade de geração de renda para o município e maior número de empregos oferecidos. Os entrevistados salientam que o selo estimula o envolvimento com as comunidades.

A dimensão ambiental, apesar de muito afetada pelo produto, aparece como pouco impactante dentro da empresa. O produto causa um impacto que ainda esta sendo mensurado a nível de sociedade, uma vez que, reduz a emissão de gases poluentes, e, em virtude do selo, pode levar orientação ao produtor, em relação a melhor aplicação dos produtos químicos, por exemplo, evitando desperdícios e danos ao meio ambiente. Mas é um impacto secundário.

A dimensão econômica também é afetada diretamente, afirmam os entrevistados, uma vez que gera renda para o agricultor familiar, para o município, para os funcionários e para a empresa, gerando lucratividade para a empresa e agregando valor a matéria prima, beneficiando a empresa, e a sociedade como um todo.

Assim, na fala dos entrevistados fica possível verificar a existência do impacto do selo combustível social nas dimensões social e econômica e com menor ênfase na dimensão ambiental, visto que todos afirmam o impacto nas dimensões social e econômica.

4.4 Cumprimento das exigências do selo

O selo combustível social prevê a inclusão da agricultura familiar, a diversificação de culturas e o repasse de informações aos órgãos competentes, a fim de possibilitar a implantação e manutenção do selo nas empresas portadoras. Para tal arguição, recebeu-se a seguinte resposta:

Camera- assim, o que eu ouço falar assim é que se tivesse um mercado aberto seria talvez totalmente diferente, o mercado hoje é 100% fechado, leilões. Então se o mercado fosse aberto talvez fosse diferente o trabalho, claro que as empresas querem que seja aberto, possibilidades de exportar, de comercializar varias demandas, onde tivesse demanda a empresa gostaria de comercializar.

Camera- hoje a gente tem vários programas de inclusão social, no âmbito não só de selo social, a gente tem planejado cronogramas de treinamentos com produtores em geral, isso é proporcionado por companhias que vendem químicos, fertilizantes de sementes, aonde que é feito reuniões periódicas, cada mês, cada local, por regional, que é feito uma reciclagem de informações, a âmbito de comunidade, a empresa

busca trabalhar muito as comunidades locais que a empresa esta atuando, patrocínios, participação de eventos, bem atuante, eventos com centros comunitários também, a empresa tem vários projetos que eu não consigo te citar assim, agora, São vários projetos sociais que a empresa trabalha.

De acordo com o MDA (2012), para que a empresa mantenha o selo, elas devem cumprir o previsto na instrução normativa e, levando em conta o mencionado pelos indivíduos que responderam a pesquisa, constata-se que a operacionalização do Selo Combustível Social tem sido subserviente aos padrões estabelecidos e a grupos de interesses organizados.

Cumprem-se os critérios de contratação, da apresentação de documentos e repasse de informações, o oferecimento de assistência técnica, ou repasse de valor para este fim às cooperativas, pois não se faz interessante para as empresas a perda do selo em virtude da redução de mercado imposta pela ausência do selo.

Nota-se que a empresa utiliza o cumprimento das exigências como um trunfo frente ao agricultor, procurando usar como uma estratégia para fidelizá-lo à empresa, contudo admite-se que não havendo o selo alguns privilégios, como a bonificação, não seriam repassados aos agricultores.

O discurso utilizado pelos entrevistados permite averiguar que, em algumas situações, vai-se além da subserviência e procura-se aumentar o benefício as comunidades atendidas, estimulando a comunicação e interação entre os agricultores e repassando conhecimentos técnicos não só para aqueles que a lei exige, e para tanto contam com equipes específicas e especializadas detentora de conhecimento do que o selo regulamenta e que os agricultores necessitam, buscando promover também a diversificação dentro desta parcela integrada ao programa.

4.5 Críticas ao selo combustível social

As críticas ao selo se concentram principalmente na questão da adequação, ou da falta de adequação do selo a região sul.

Camera- não são críticas, eram criticas até o ano passado, a crítica maior que a gente tinha era a forma como o MDA gerenciava isso, mas ele ta mudando, inclusive o novo sistema deles, o SABIDO, que não era tão sabido assim mas ta mais sabido agora, e eu acho que eles estão no caminho certo, eles tão seguindo o exemplo da receita federal com relação a imposto, ICMS, a imposto, que é hoje você ter sistemas integrados, como a Camera tem hoje um programa legal, um programa bem trabalhado, bem elaborado na parte da agricultura familiar, onde você pode quantificar quantidades e mensurar o volume da agricultura familiar e o grão da agricultura familiar, a gente tem real números que comprovam que realmente a situação atuante da Camera na agricultura familiar e fazendo a integração de sistemas, eu não teria criticas, porque o trabalho ele se torna muito simples, a simplicidade do sistema vai ficar muito legal, vai gerar um sucesso enorme. Pegando o que o Darci Klein falou em varias palestras, o que o nosso diretor financeiro falou, o que o próprio de diretor de operações e industria, o Roberto, sócio da empresa, o selo social e o PNPB foi legislado em cima da mamona, do nordeste, mas se a soja não tivesse pego o programa ele não teria se desenvolvido, não teria biodiesel não teria B3, B5, B7 daqui uns dias, não teria, porque não ia ter matéria prima suficiente para fazer biodiesel e as usinas não teriam capacidade produtiva para ter produto disponível no mercado. Com certeza quando a soja pegou o PNPB ele deu uma mudada e ate o SABIDO, sistema do MDA não estava preparado para receber informações de soja, acho que isso é impactante direto. A soja mudou o PNPB sim, a soja já participou de quase 100% hoje ele ta com 89 % do fornecimento de matéria prima porque entrou bastante sebo e girassol. Eu acho que o caminho é girassol

numa diversidade bem grande, o pinha manso vai entrar muito forte, o óleo de dendê vai entrar muito forte ao longo do tempo também.

Pautando-se pela resposta dos entrevistados, percebe-se que existem críticas, mas que existe também uma confiança na evolução, aprendizado e adequação do selo combustível social à realidade presente no mercado nacional e riograndense.

Uma crítica importante que consta entre os entrevistados é em relação ao processo de aquisição da agricultura familiar e quanto estímulo ao desenvolvimento regional que deixa de existir quando empresas de fora apenas adquirem o produto, sem realizar a contrapartida, no caso a prestação de assistência técnica.

De forma geral, as críticas existem, mas, ao mesmo tempo, existe a afirmação de que o governo tem ciência e vem trabalhando para reduzir as irregularidades existentes nas instruções para a concessão do selo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo que teve como questão de pesquisa norteador: *Como a indústria gaúcha percebe o selo combustível social?* Como questionamento, buscando resolver o problema de pesquisa, indagou-se quais as expectativas e anseios da empresa, quando da adoção pelo selo combustível social, pode-se notar no discurso dos entrevistados, as principais expectativa e anseios giram em torno do mercado, da maior participação do leilões da ANP e a maior proximidade com os agricultores familiares, visto que o selo possibilita um acesso uma maior parcela do mercado e exige a compra de matéria prima originados pela agricultura familiar.

Na sequência da pesquisa pretendia-se descrever as ações empresariais frente às exigências impostas pelo selo. Neste quesito foi possível notar que a empresa procuram cumprir o que a instrução normativa determina, ou seja, a compra da matéria prima, os 30%, da agricultura familiar, cumprindo os quesitos de contratação e oferecendo a assistência técnica.

Identificou-se que a empresa conta com um apoio muito forte dos órgãos como o MDA, que ajuda no repasse de informações e nas dúvidas que surgem na operacionalização do selo, pois mesmo que no começo o selo tenha sido colocado no mercado de maneira compulsória, atualmente existe um contato mais aberto com os atores envolvidos na operacionalização do selo.

Ainda, buscou-se verificar o impacto do selo na empresa, considerando o desenvolvimento sustentável, uma vez que, o selo se apresenta como uma imposição para a participação significativa num mercado em evidente ascendência. Considerando o desenvolvimento sustentável, os entrevistados confirmam a existência do impacto na dimensão social e econômica, e numa menor intensidade na dimensão ambiental, vindo confirmar a pretensão do governo que era verdadeiramente a promoção da dimensão social do desenvolvimento sustentável através da integração do agricultor familiar na cadeia produtiva do biodiesel, promovida diretamente pelas usinas produtoras de biodiesel.

O impacto na dimensão econômica se dá pelo fato de proporcionar um maior faturamento para a empresa, aumentando a possibilidade de investimentos e gerando empregos e renda para o município e o estado, além de trazer um benefício para o país que antes exportava a soja *in natura* e atualmente possui um produto com valor agregado.

De acordo com a fala dos entrevistados, no âmbito ambiental, o selo em si, impacta de maneira menos efetiva, já que pode impactar no momento que orienta o produtor na aplicação correta dos produtos químicos evitando o desperdício e a erosão da terra. Também, como uma consequência o pensamento voltado ao desenvolvimento sustentável proporcionado pelo selo.

Desta forma, a pesquisa permitiu verificar que o selo social permite a aproximação e a fidelização do agricultor antes marginalizado pelo sistema, gera mais renda e impacta na economia local, regional e nacional e que permite o desenvolvimento de uma consciência da necessidade do desenvolvimento sustentável.

Neste momento se faz conveniente ressaltar que durante a pesquisa surgiu a questão da produção de biodiesel em oposição, ou melhor, como um entrave para a produção de alimentos, assim os biocombustíveis, incluindo a produção de biodiesel, em destaque no atual cenário brasileiro, trazem consigo algumas controvérsias, a citar: i) a polêmica sobre a verdadeira sustentabilidade ambiental dos mesmos; ii) aquela em torno da eficiência do novo mercado engendrado pela sua produção; e iii) a dúvida sobre a real inclusão de atores e nações mais pobres na cadeia produtiva e distributiva dos biocombustíveis, fator que é visto como o principal propulsor de ganhos sociais associados ao tema (Favareto, Kawamura & Diniz 2008).

Existe um pressuposto como colocado nos estudos de Hill (2006), que não há como substituir o petróleo por outro biocombustível sem que tal fato impacte sobre o abastecimento de alimentos, no entanto existem perspectivas contrárias por parte de alguns autores como Sachs (2007), que defende que a produção de biocombustíveis apresenta possibilidades de gerar renda e desenvolvimento para o setor agrícola e Jank e Nappo (2009) que colocam que o dilema existente entre a produção de alimentos e de biocombustíveis é falsa.

Tal controvérsia, que foi levantada, também, durante a pesquisa, sendo que os entrevistados manifestaram sua percepção sobre tal assunto, embora não fizesse parte, diretamente, da presente pesquisa.

Todos os entrevistados afirmam que a produção de biodiesel, no Brasil, não interfere de sobremaneira na produção de alimentos, mesmo considerando que a fronteira de cultivo de soja vem se expandindo, pois a expansão ocorre num processo natural existem áreas a serem exploradas no Brasil sem que haja a necessidade de culturas que sejam importante para segurança alimentar tenham sua área diminuída. Acredita-se na existência de um benefício em virtude da diversificação de culturas, e do estímulo de áreas que geralmente estariam improdutivas no período de inverno e na existência de áreas degradadas, áreas que foram desmatadas e que teriam condições de serem recuperadas.

Os entrevistados defendem, também, que o subproduto da produção de biodiesel, especificamente o farelo, pode ser revertido em mais alimento considerando a produção de carnes e leite, uma vez que, a produção de biodiesel estimula a produção de farelo e barateia o preço. Percebe-se a defesa quanto à agregação de valor que existe a soja em virtude da transformação em biodiesel e ao menor volume de exportação do produto *in natura*.

Outra colocação feita pelas empresas é que o produtor que trabalha com outras culturas, como o feijão, por exemplo, dificilmente deixa de produzi-lo para produzir soja, que pode existir a diversificação e não a troca. E que o programa e o selo não aumentaram o número de produtores de soja no estado ou aumentou a área plantada, mas sim buscou incluir aqueles que estavam a margem.

Conforme colocado por um dos entrevistados, este receio em relação à produção de alimentos ocorreu num momento de euforia e grande consumismo e que se achava que toda a produção agrícola ia se voltar para os biocombustíveis.

De um modo geral, existe a afirmação que a produção de óleo vem aumentando em virtude do aumento da tecnologia, gerando uma compensação, e que no cenário atual não pode ser vislumbrando um abandono ou redução da produção de alimentos para que ocorra a produção de biodiesel.

Assim, considerando o contexto no qual as empresas de biodiesel estão inseridas e seu posicionamento, foi possível verificar que o selo causa impactos, mas que são bem assimilados, trazendo para as empresas detentoras do selo uma vantagem competitiva em um mercado ainda em desenvolvimento, com boas perspectivas de evolução e crescimento. Sendo assim, acredita-se que a grande contribuição desse trabalho foi o esforço feito no sentido de buscar perceber a política pública para o desenvolvimento sustentável, ou seja, o selo combustível social, sob o olhar da indústria, incluindo as dimensões do desenvolvimento sustentável, da inovação e da estratégia. Contudo, este estudo possui algumas limitações, uma delas centra-se na escolha da estratégia de pesquisa eleita, a do estudo de caso.

Tendo em vista que o assunto não se esgota, podendo ser analisado sob diversas perspectivas, sugerem-se futuras pesquisas neste campo de estudo: i) aplicar a pesquisa aos demais *players* envolvidos no PNPB, com vistas a comparar as diferentes percepções entre empresas e agricultores; ii) aplicar este estudo à empresas localizadas em outras unidades da federação, a fim de confirmar ou encontrar outros impactos oriundos do PNPB e SCS; iii) aplicar este estudo, em um número maior de empresas, tendo em vista possibilitar uma análise estatística dos resultados coletados, a fim de apresentar novas conclusões sobre este assunto.

REFERÊNCIAS

- ABRAMOVAY, R.; MAGALHÃES, R. O acesso dos agricultores familiares aos mercados de biodiesel: parcerias entre grandes empresas e movimentos sociais. In: Conferência da Associação Internacional de Economia Alimentar e Agroindustrial, AIEA2, 2007, Londrina. Assistência técnica e extensão rural no Brasil: desafios para os próximos anos. Londrina: **Anais da AIEA 2**, 2007. p.1 -19.
- AGÊNCIA NACIONAL DO PETRÓLEO, GÁS NATURAL E BIOCMBUSTÍVEIS (ANP). **Dados estatísticos**. Disponível em: < <http://www.anp.gov.br> > Acessado em: Fevereiro de 2012.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE ÓLEOS VEGETAIS (ABIOVE). Seminário Biodiesel no Rio Grande do Sul. In: **Seminário Biodiesel no Rio Grande do Sul**, Canoas: Refap, 2005 p. 1-12.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: 1979.
- BRUNDTLAND, G.H. **Nosso futuro comum**: em busca do desenvolvimento sustentável. Comissão Mundial Sobre Meio Ambiente E Desenvolvimento. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1988.
- LABORATÓRIO DE DESENVOLVIMENTO DE TECNOLOGIAS LIMPAS (LADETEL / USP-RP). Palestra. In: **Biodiesel**: estratégias para produção e uso no Brasil. Unicorp, São Paulo, 2005.
- MINAYO, M.C.S. **Pesquisa social**: Teoria, método e criatividade. 19 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.
- MINISTÉRIO DE MINAS E ENERGIA (MME). **Programa nacional de produção e uso de biodiesel**. Disponível em: <<http://www.mme.gov.br/programas/biodiesel>>. Acesso em: set. 2011.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO (MDA). **Biodiesel**. Disponível em:
<www.mda.gov.br/portal/saf/arquivos/view/biodiesel/arquivos-2011/Biodiesel_Book_final_Low_Completo.pdf> Acessado em: Novembro 2011

MOURA, G. L. **Integração entre P&D e planejamento estratégico**. 2008. Tese (Doutorado em Administração) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

PROGRAMA NACIONAL PARA PRODUÇÃO E USO DO BIODIESEL NO BRASIL (PNPB): Trajetória, Situação Atual e Desafios. Documentos Técnico-Científicos, Lauro Mattei, Disponível em:

http://www.bnb.gov.br/projwebren/exec/artigoRenPDF.aspx?cd_artigo_ren=1218. Acessado em: Dezembro de 2011.

SACHS, I. **Desenvolvimento sustentável, bio-industrialização descentralizada e novas configurações rural-urbana**. Os casos da Índia e do Brasil. In: VIEIRA, P.F. & WEBER, J. (orgs.). *Gestão de Recursos Naturais Renováveis e Desenvolvimento: Novos Desafios para a Pesquisa Ambiental*. São Paulo: Cortez, 1997.

TEIXEIRA, E. C. O. **Papel das Políticas Públicas no Desenvolvimento Local e na Transformação da Realidade**. Bahia, 2002. Disponível em

<http://www.aatr.org.br/papelpp.pdf>. Acesso em 13 ago. 2011.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

YIN, R. K. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos**. 2ªed. Porto Alegre: Bookman, 2005.