

## **Demonstração de resultado por segmentos: uma proposta para empresas do agronegócio brasileiro**

Recebimento dos originais: 19/03/2018  
Aceitação para publicação: 29/06/2019

### **Tiago Gonçalves**

Bacharel em Ciências Contábeis – UNIOESTE  
Instituição: Universidade Estadual do Oeste do Paraná - UNIOESTE  
Endereço: Rua Universitária, 2069, Cascavel/ PR  
E-mail: [goncalves.tiago@live.com](mailto:goncalves.tiago@live.com)

### **Marlowa Zachow**

Doutoranda em Desenvolvimento Rural Sustentável - UNIOESTE  
Instituição: Universidade Estadual do Oeste do Paraná - UNIOESTE  
Endereço: Rua Universitária, 2069, Cascavel/ PR  
E-mail: [marlowaz@hotmail.com](mailto:marlowaz@hotmail.com)

### **Jessica Mariana Tochedo**

Bacharel em Ciências Contábeis – UNIOESTE  
Instituição: Universidade Estadual do Oeste do Paraná - UNIOESTE  
Endereço: Rua Universitária, 2069, Cascavel/ PR  
E-mail: [jessica\\_tochedo@hotmail.com](mailto:jessica_tochedo@hotmail.com)

## **Resumo**

O agronegócio brasileiro exerce grande representatividade dentro da economia brasileira e possui vários segmentos. Pensando nisso este estudo se propôs a elaborar um modelo de demonstração de resultado por segmento para empresas do agronegócio brasileiro por meio de uma pesquisa descritivo-exploratória que adotou o estudo multicaso como procedimento. Para isso, foram selecionadas quatro empresas de diferentes Estados do Brasil nas quais o modelo proposto foi aplicado e, após a aplicação, os resultados foram apresentados para contadores e *controllers* das empresas com intuito de validar a aplicabilidade e utilidade do modelo. A identificação dos segmentos foi embasada na divisão proposta por Araújo (2007) e adotou-se a seguinte divisão: segmentos antes, dentro e depois da porteira e a escolha dos segmentos divulgáveis seguiu os critérios de mensuração do CPC 22. Com os resultados da pesquisa, foi perceptível a possibilidade de aplicar o modelo proposto em empresas do agronegócio de vários segmentos e sua adoção foi importante para a agilidade da tomada de decisão.

**Palavras-chave:** Segmentos. Agronegócio. Demonstração de resultado. CPC 22.

## **1. Introdução**

Nos últimos anos, um dos mercados que mais se destacou na economia brasileira foi o Agronegócio; de acordo com o Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada da Universidade de São Paulo (CEPEA, 2014).

Há grandes expectativas com relação ao crescimento e desenvolvimento do agronegócio brasileiro nesta década, são dados da projeção feita pela Assessoria de Gestão Estratégica do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento do Brasil (MAPA), para os anos de 2012 a 2022 (MAPA, 2013). Levando-se em conta o relevante crescimento pelo qual passa o agronegócio brasileiro, é muito comum que as empresas desse ramo busquem explorar diversos nichos do mercado e, para atingir este objetivo, frequentemente as empresas têm recorrido à segmentação de mercado (AZEVEDO, 2000). Com o crescimento e a segmentação do mercado, os gestores e investidores vêm aumentando sua exigência quanto à qualidade das informações e buscam aperfeiçoar a capacidade de seus negócios.

As empresas precisam utilizar de ferramentas de contabilidade gerencial como fonte de informações para formulação de estratégias gerais, inclusive de longo prazo. Porém essas informações não são utilizadas somente pela administração interna, mas cada vez mais são compartilhadas com clientes e fornecedores (HORNGREN; FASTER; DATAR, 2000). Nesse contexto Padoveze (2010) explica que a contabilidade gerencial tem como objetivo facilitar o planejamento, controle, avaliação de desempenho e tomada de decisão, fazendo isso através de artefatos diversos, incluindo relatórios não obrigatórios.

Conforme Atkinson et al (2000) o contador não pode esperar que um conjunto padronizado de relatórios irá atender todas as necessidades gerenciais. Com foco na segmentação de mercado do agronegócio e levando em conta que não há um modelo de demonstração de resultado por segmento que atenda este mercado, o presente estudo justifica-se pela necessidade de proporcionar a visão da situação de cada área da empresa por meio da proposta de um relatório de resultado por segmentos. Isso poderá contribuir facilitando e aumentando o nível de acerto no processo decisório, pois de acordo com Vasconcelos e Szuster (2003, p.2) “a informação por segmentos de negócios assume crescente importância na análise econômico-financeira das empresas nacionais e internacionais aprimorando sua evidenciação, e do ponto de vista gerencial é de grande ajuda na tomada de decisão”.

Com vistas a responder a seguinte problemática: Quais as informações relevantes devem ser evidenciadas em um relatório de resultados por segmentos e como divulgá-las para atender empresas do agronegócio? E voltado para o contexto de que a gestão do resultado de uma entidade é importante para seu desenvolvimento o presente estudo tem como objetivo de propor um modelo de demonstração de resultado por segmentos de negócio que atenda empresas do agronegócio brasileiro e validar sua aplicabilidade.

## 2. Referencial Teórico

### 2.1. Segmentos no agronegócio

O agronegócio nem sempre existiu, como discorre Mendonça (2013) o termo foi empregado pela primeira vez em 1955 como definição de conjunto de operações que envolvem os produtos agropecuários, desde distribuição de suprimentos, manufaturas em fazendas e armazenamento até o processamento dos produtos.

Em pleno crescimento, o mercado do agronegócio está cada vez mais competitivo e enfrenta mais desafios. Azevedo, Zylbersztajn e Neves (2000, p.69) corroboram com essa ideia ao afirmarem que “concorrer é, em primeiro plano, a arte de sobreviver, em segundo plano, o crescimento sustentado, o que coloca desafios ainda maiores à formulação de estratégias”. Ainda, segundo esses autores, algumas estratégias de mercado alteram sua estrutura e outras buscam uma melhor posição da empresa na disputa pelos clientes.

Uma estratégia adotada por empresas do agronegócio para concorrer é, segundo Azevedo, Zylbersztajn e Neves (2000), a segmentação de mercado. Verifica-se que no cenário atual poucas são as empresas do agronegócio que trabalham com um único segmento.

São vários os segmentos existentes no agronegócio; Araújo (2007) divide em três grupos macros e, dentro destes, existem oito subdivisões em segmentos menores:

- a) segmentos antes da porteira: se subdivide em serviços agropecuários, insumos agropecuários e inter-relações de insumos com agropecuaristas;
- b) segmentos dentro da porteira: se subdivide em dois segmentos menores, produção agrícola e produção pecuária;
- c) segmentos depois da porteira: está dividido em agroindústrias, logística em agronegócio e instituições de apoio à comercialização.

Todos os segmentos evidenciados trabalham em sinergia, isto é, possuem relação e equilíbrio entre si. Como comenta Araújo (2007), a concepção de sistemas agroindustriais vê o agronegócio integrado entre os diversos agentes que o compõem. Dessa forma, os segmentos dentro da porteira dependem daqueles antes da porteira para fornecer-lhe insumos, mas também aqueles antes da porteira dependem dos de dentro da porteira para alavancar suas vendas e assim sucessivamente.

Nos segmentos antes da porteira estão os insumos e os serviços que amparam e embasam toda a produção no que diz respeito às etapas antes do plantio (no caso da produção

agrícola) ou do nascimento (no caso da produção pecuária). Conforme defendido por Araújo (2007), essa divisão de antes da porteira engloba os preparativos para a produção e seria como um planejamento de tudo que será necessário para produzir uma certa quantidade de produto.

Dentro da porteira é onde a produção realmente acontece. Nessa parte, existem dois segmentos, um de produção agrícola e outro de produção pecuária. Entende-se o “dentro da porteira” como todas as fases desde o preparo do solo (agricultura) ou dos recintos (pecuária) até a obtenção do produto propriamente dito (ARAÚJO, 2007).

Os segmentos depois da porteira são voltados ao processamento e à venda do produto agropecuário, para Araújo (2007) estão envolvidos nesse segmento agentes econômicos como comércio, agroindústrias, prestadores de serviços, empresas de logística, governo e outros.

## **2.2. CPC 22 e demonstração por segmentos**

Estudos mostram que mesmo antes do Comitê de Pronunciamentos Contábeis publicar o Pronunciamento Técnico CPC 22 em 2009 algumas empresas já publicavam em seus conjuntos de demonstrações contábeis os demonstrativos por segmentos. Exemplo disso é o estudo elaborado por Vasconcelos e Szuster (2003), o qual evidencia que a Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL) já havia regulamentado em seu setor que as demonstrações deveriam ser segmentadas.

No que se refere à aderência das empresas brasileiras à segmentação das demonstrações contábeis, Mapuranga, Ponte e Holanda (2014, p.66) evidenciam que “de maneira geral, as empresas apresentaram baixo cumprimento às orientações de divulgação do normativo”, ou seja, quatro anos após a publicação do CPC 22, as empresas brasileiras ainda não estão totalmente adequadas à divulgação das demonstrações segmentadas.

Tendo em vista que o CPC 22 não é de cumprimento obrigatório, ressalta-se que o mesmo apenas auxilia no tocante à identificação de segmentos e informações a serem divulgadas, atuando como um roteiro de como segmentar as demonstrações contábeis. Logo após a publicação do CPC 22, houve uma caracterização no Brasil sobre o que são os segmentos operacionais em uma empresa e como divulgá-los.

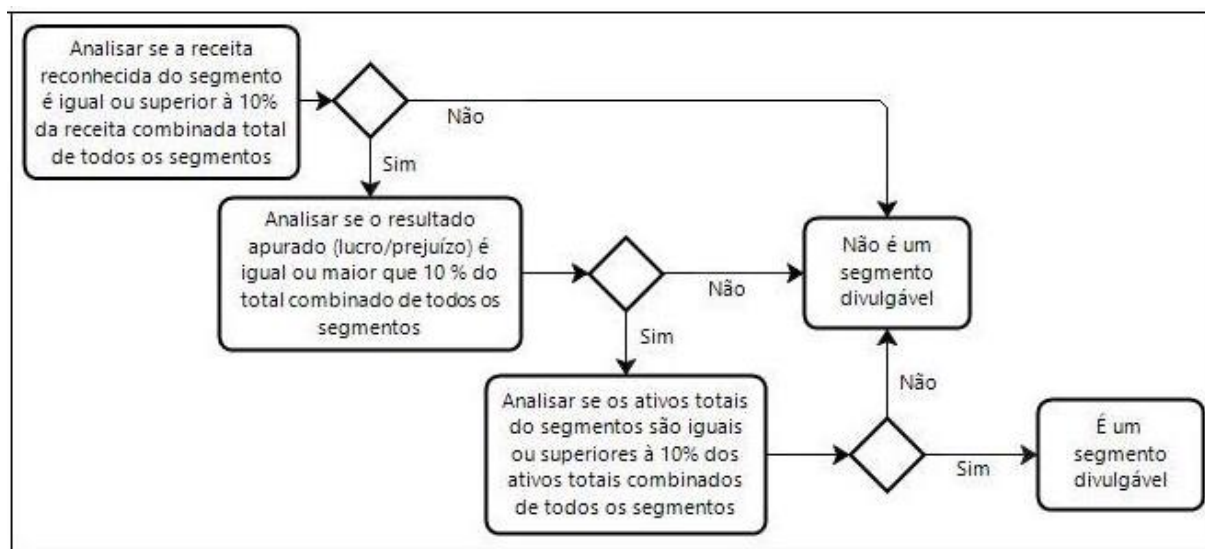
Boscoy (2009, p. 40) define um segmento operacional como “componente de uma companhia que trabalha em atividades financeiras de onde obtém receitas e incorre em despesas”, nessa linha o CPC 22 converge com a afirmação de Boscoy, dessa maneira, os

resultados operacionais de um segmento operacional precisam servir para a gestão na tomada de decisão e é necessário que haja informação financeira individualizada disponível da área.

A evidenciação do resultado, de acordo com o CPC 22 (2009), pode ser de forma agregada, isto é, unir um ou mais segmentos. Para isso, é necessário que os segmentos que forem agregados tenham alguns aspectos em comum:

- a) natureza dos produtos ou serviços;
- b) natureza dos processos de produção;
- c) tipo ou categoria dos clientes dos seus produtos ou serviços;
- d) métodos usados para distribuir seus produtos ou serviços;
- e) se aplicável, a natureza do ambiente regulatório, por exemplo, bancos, seguros ou serviços de utilidade pública.

Ademais, o CPC 22 (2009) também esclarece sobre os parâmetros quantitativos de um segmento. De acordo com a Figura 2, é possível entender como identificar se o segmento é divulgável ou não.



**Figura 2: Árvore de decisão dos segmentos divulgáveis**

Fonte: Adaptado de CPC 22 (2009)

De acordo com a Figura 2, é perceptível que existem três exigências do CPC 22 para o segmento ser considerado divulgável. Caso não atenda a essas exigências, deve ser feita a agregação com outros segmentos. Por outro lado, caso a administração julgue que o segmento tenha caráter muito representativo nas demonstrações, mesmo não atendendo às exigências do aspecto normativo, pode divulgá-lo mesmo assim.

### 3. Metodologia

Esta pesquisa se caracteriza, quanto aos objetivos, como descritivo-exploratória. A pesquisa descritiva, de acordo com Silva (2008), é aquela em que o pesquisador descreve e correlaciona as variáveis por meio de técnicas padronizadas sem interferir nas suas causas. Já a pesquisa exploratória, segundo Raupp e Beuren (2010, p.80), é o “aprofundamento de conceitos preliminares sobre determinada temática não contemplada de modo satisfatório anteriormente”.

No que tange aos procedimentos, a pesquisa será enquadrada como estudo de caso. Gil (2010, p. 37) o descreve como “estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento”. Para Yin (2005), o estudo de caso pode incluir um único caso ou casos múltiplos. Tratando-se da presente pesquisa, será realizado um estudo multicaso com quatro empresas.

A escolha das unidades-caso, conforme relata Gil (2010), é um dos desafios que o estudo de caso proporciona ao pesquisador. Ainda, deve ser considerado que na pesquisa qualitativa a escolha das unidades-caso é intencional por parte do pesquisador que deve levar em conta condições como: facilidade no acesso aos dados, padrão estabelecido entre os casos entre outros. Assim, levando-se em conta a liberdade atribuída ao pesquisador na escolha das unidades-caso, foram selecionadas quatro empresas do ramo do agronegócio que atuam em segmentos diferenciados e que estão localizadas em diferentes regiões do Brasil. Os principais critérios que foram considerados pelo pesquisador são a facilidade de acesso aos dados e a diversidade de segmentos em que as empresas operam, sendo que em nenhum dos casos a empresa opera em um único segmento.

Para conseguir definir o modelo e validar a aplicabilidade foram seguidos os seguintes passos:

a) o acesso às informações necessárias foi conseguido junto a cada uma das empresas por conexão remota ao servidor que armazenava os dados (acesso via internet). Essas informações foram extraídas do sistema de gestão da empresa, sendo dados referentes a Balanços Patrimoniais, Demonstrativos de Resultado de Exercício e outros relatórios que demonstram faturamento e gastos por produtos e linhas de produtos.

b) a agenda para coleta de dados compreendeu tempo para acesso às empresas para a coleta de dados e pesquisa on-line de materiais para desenvolvimento da base teórica;

c) os dados coletados foram extraídos do balancete de verificação de cada empresa, com saldos em 30 de junho de 2015 e relatórios de faturamento para que fosse possível informações de quantidades de cada produto envolvidas nas movimentações;

d) os dados foram tabulados e tratados com ajuda de planilhas do software Microsoft Excel. Esses dados estavam em formatos variados (texto, pdf) e precisaram ser transformados em formato excel para trabalhar com números;

e) com os dados tabulados foram identificados os segmentos das empresas conforme divisão proposta por Araújo (2007), que trata do “antes da porteira”, “dentro da porteira” e “depois da porteira”. Foram verificadas as atividades que a empresa trabalha e como se encaixam nessa divisão, depois foram selecionados os segmentos divulgáveis de acordo com as diretrizes do CPC 22 (2009). Conforme o CPC 22, a primeira decisão para divulgar um segmento é a análise da receita, que deve ser de 10% ou mais do faturamento total;

f) foi proposto modelo de demonstração de resultado, já com os valores obtidos em cada um dos segmentos;

g) o modelo elaborado foi apresentado para os *controllers* e contadores de cada empresa e por meio de entrevista foram coletadas as opiniões e sugestões de cada um.

## **4. Análise dos Resultados**

### **4.1. Caracterização das unidades-caso**

Para este estudo foram selecionadas quatro entidades cujos dados serão preservados e serão tratadas como empresa 1, empresa 2, empresa 3 e empresa 4.

A empresa 1 é caracterizada como sociedade limitada, atua principalmente como produtora de grãos e indústria de insumos, possui também atividades de pequeno vulto na área de apoio à comercialização de grãos como armazenagem e secagem. A sede administrativa fica na cidade de Balneário Camboriú no Estado de Santa Catarina. As principais operações desta empresa estão nos Estados de Santa Catarina e Paraná, porém, há uma unidade na cidade de Cristalina no Estado de Goiás. A empresa possui hoje 12 unidades divididas entre os três Estados citados.

A empresa 2 também é constituída em forma de sociedade limitada, possui duas unidades no Estado do Mato Grosso. A sede administrativa está anexa à unidade produtiva na

[Custos e @gronegócio on line](http://www.custoseagronegocioonline.com.br) - v. 15, n. 2, Abr/Jun - 2019. [www.custoseagronegocioonline.com.br](http://www.custoseagronegocioonline.com.br)

cidade de Nova Mutum e seu escritório de vendas, na cidade de Cuiabá. As principais atividades da empresa são a criação e a industrialização de suínos, mas possui atividades de menor vulto como produção de madeira de reflorestamento, produção de ração para suínos e serviços de apoio à comercialização como armazenagem.

A empresa 3 possui a sede administrativa na cidade de São Gabriel do Oeste no Estado do Mato Grosso do Sul e outras cinco unidades produtivas na região rural do mesmo município. Suas principais atividades são a comercialização de insumos e a produção e comercialização de suínos vivos. Esta empresa está caracterizada como sociedade cooperativa.

A empresa 4, assim como a empresa 3 também caracterizada como sociedade cooperativa, atua na região dos campos gerais, no Estado do Paraná. Sua sede administrativa e sua maior unidade estão localizadas na cidade de Ponta Grossa, sendo que a empresa possui outras unidades nas cidades de Ipiranga, Palmeira e Ivaí. As principais atividades da empresa 4 são a produção e comercialização de grãos e insumos; possui também atividade de pequeno vulto em serviços de apoio à comercialização como armazenagem e secagem.

Caracterizadas as quatro empresas, percebe-se que todas possuem mais de um segmento, cada uma possui atuação em um estado brasileiro e, entre as quatro companhias, há duas formas distintas de sociedade, sendo duas sociedades limitadas e duas sociedades cooperativas.

## **4.2. Descrição e discussão dos resultados**

Na elaboração do modelo de demonstração de resultado por segmentos houve a necessidade da realização de quatro procedimentos, são eles:

- a) identificação dos segmentos em que cada empresa atua;
- b) apuração da demonstração de resultado para cada segmento;
- c) identificação dos segmentos divulgáveis;
- d) elaboração do modelo final de demonstração de resultado por segmento.

Para cumprimento do primeiro procedimento, foram analisados relatórios operacionais de compras e vendas de cada uma das quatro empresas. O intuito da análise destes relatórios foi identificar as linhas de produto que cada empresa compra e vende para classificá-los nos segmentos conforme divisão proposta por Araújo (2007).



A partir da classificação das linhas de produto em cada segmento obteve-se como resultado o Quadro 1.

**Quadro 1: Segmentos por empresa**

	Antes da Porteira	Dentro da Porteira		Depois da Porteira	
	Insumos Agropecuários	Produção Agrícola	Produção Pecuária	Agroindústria	Serviços de apoio à comercialização
<b>Empresa 1</b>	Sementes	Milho			Armazenagem
	Aubos	Soja			Secagem
	Herbicidas	Sorgo			
	Inseticidas	Tomate			
	Fungicidas				
<b>Empresa 2</b>	Rações	Lenha de Reflorestamento	Suínos p/ Abate	Cortes Suínos Resfriados	Armazenagem
				Cortes Suínos Congelados	Secagem
				Cortes Suínos Temperados	
<b>Empresa 3</b>	Farelos		Suínos p/ Abate		
	Combustíveis		Leitões		
	Resíduos		Reprodutores		
	Aubos e Fertilizantes				
	Fungicidas/Herbicidas/ Inseticidas				
	Rações				
<b>Empresa 4</b>	Defensivos	Soja			Armazenagem
	Fertilizantes	Milho			
	Corretivos de Solo	Trigo			
	Sementes	Feijão			

Fonte: Dados da pesquisa

O Quadro 1 possui três divisões, uma por empresa, outra por segmentos macro (antes, dentro e depois da porteira) e a última por segmentos diretos (insumos, produção agrícola, produção pecuária, agroindústria e serviços de apoio à comercialização). De acordo com a divisão de Araújo (2007), as unidades-caso não possuem atividades em três segmentos sendo dois antes de porteira que são os serviços agropecuários e inter-relações de insumos com agropecuaristas e um segmento depois da porteira que é a logística em agronegócio.

As atividades classificadas no segmento de serviços de apoio à comercialização (secagem e armazenagem) são prestados para terceiros, isso devido às empresas possuírem estrutura e não a utilizarem totalmente para estocagem da produção própria.

Das atividades de produção agrícola, apenas a empresa 3 possui particularidades, pois, como é constituída em forma de sociedade cooperativa, não é a própria empresa que

produz, são seus cooperados, porém a empresa armazena e comercializa os grãos para os produtores.

No quadro é possível ver o grande número de atividades das empresas estudadas, validando o que a literatura aponta sobre a diversificação nas empresas do agronegócio (AZEVEDO, 2000). Após o entendimento dessas atividades, foi possível validar a proposta de Araújo (2007), sendo que todas as atividades conseguiram ser segmentadas de acordo com essa metodologia.

Para cumprimento do segundo procedimento (apuração da demonstração de resultado para cada segmento) foram utilizados quatro relatórios: balancete de verificação, faturamento de vendas, devoluções de venda e custo por produto. O relatório de faturamento de vendas demonstrou o valor de venda e impostos de cada linha de produto além da quantidade vendida; o relatório de devoluções demonstrou o total em valor e quantidade devolvido de vendas e, por fim, o relatório de custos demonstrou o custo médio dos produtos.

Obtendo-se os valores de receita, devoluções, impostos sobre vendas e custo, foi possível apurar o lucro bruto por linha de produto. Na sequência, os valores por linha de produto foram agrupados por segmentos, conforme o Quadro 1 acima. As demais receitas e despesas do balancete foram rateadas com base no lucro bruto apurado, esse critério foi utilizado por não haver informações suficientes para adotar outras formas, porém, a empresa pode utilizar outros métodos, inclusive a criação de centros de custo direcionados para cada segmento. Na sequência, o Quadro 2 representa o percentual de participação de cada segmento na receita, lucro bruto e resultado total da empresa para cada uma das quatro empresas.

**Quadro 2: Participação dos segmentos no total da empresa**

Empresa	Segmento	Receita (%)	Lucro Bruto (%)	Resultado Total (%)
1	Insumos Agropecuários	72,98	70,6	69,46
	Produção Agrícola	26,74	28,84	29,99
	Serviços de apoio à comercialização	0,28	0,54	0,53
2	Insumos Agropecuários	0,008	0,02	0,02
	Produção Agrícola	0,017	0,106	0,106
	Produção Pecuária	12,21	17,8	17,8
	Agroindústria	82,99	75,35	75,34
	Serviços de apoio à comercialização	4,77	6,76	6,72
3	Insumos Agropecuários	58,19	84,92	84,92
	Produção Pecuária	41,81	15,08	15,08
4	Insumos Agropecuários	18,25	4,24	4,25

	Produção Agrícola	75,48	92,88	92,87
	Serviços de apoio à comercialização	6,27	2,86	2,88

Fonte: dados da pesquisa

A partir do Quadro 2 foi realizado o quarto procedimento, identificação dos segmentos divulgáveis, para isso foram analisados dois requisitos do CPC 22 (2009) que indicam que o total da receita deve representar 10% ou mais da receita total e que a mesma regra se aplica ao resultado. Tendo em vista esses parâmetros aliados aos percentuais apurados no Quadro 3, elaborou-se o Quadro 3 demonstrando os segmentos divulgáveis por empresa.

### Quadro 3: Segmentos divulgáveis por empresa

Empresa	Segmento divulgável	Receita (%)	Resultado Total (%)
1	Insumos	72,98	70,61
	Produção Agrícola	26,74	28,84
	Outros Segmentos Não Divulgáveis	0,28	0,55
2	Produção Pecuária	12,21	17,8
	Agroindústria	82,99	75,34
	Outros Segmentos Não Divulgáveis	4,80	6,86
3	Insumos	58,19	84,92
	Produção Pecuária	41,81	15,08
	Outros Segmentos Não Divulgáveis	0	0
4	Insumos	18,25	14,27
	Produção Agrícola	75,48	82,87
	Outros Segmentos Não Divulgáveis	6,27	2,86

Fonte: Dados da pesquisa

Os segmentos que não atingiram os parâmetros necessários para divulgação foram agrupados e receberam a nomenclatura de Outros Segmentos não Divulgáveis.

Para determinar o modelo da demonstração de resultado por segmento de modo que fosse possível utilizar a mesma estrutura para as quatro empresas foi necessária uma análise comparativa do plano de contas contábeis das empresas para identificar quais eram os grupos semelhantes em todos os planos. Assim foram obtidos os seguintes grupos:

- a) receitas de vendas e da prestação de serviços;
- b) deduções diretas sobre vendas e sobre prestação de serviços;
- c) impostos sobre vendas e sobre serviços;
- d) custo das vendas e dos serviços prestados;
- e) despesas operacionais;
- f) outros resultados operacionais;

- g) resultado financeiro líquido;
- h) outros resultados não operacionais;
- i) provisão para tributos incidentes sobre o lucro.

Na sequência o Quadro 4 demonstra aplicação da demonstração de resultado por segmentos na empresa 1.

**Quadro 4: Demonstração de resultado por segmentos da empresa 1**

Conta	Antes da Porteira	Dentro da Porteira	Outros Segmentos Não Divulgáveis	Resultado Total da Empresa
	Insumos	Produção Agrícola		
Receitas vendas e da prestação de serviços	61.005.593,30	22.347.898,89	233.005,15	83.586.497,34
Deduções diretas sobre vendas e sobre prestação de serviços	-466.626,55	-1.749.659,30	0,00	-2.216.285,85
Impostos sobre vendas e sobre serviços	0,00	0,00	-30.203,25	-30.203,25
(=) Receita líquida	60.538.966,75	20.598.239,59	202.801,90	81.340.008,24
Custo das vendas e dos serviços prestados	-50.948.038,57	-16.680.844,80	-129.677,91	-67.758.561,28
(=) Resultado bruto	9.590.928,18	3.917.394,79	73.123,99	13.581.446,96
Despesas operacionais	-5.691.115,16	-2.324.524,22	-43.390,70	-8.059.030,08
Outros resultados operacionais	23.128,97	9.446,98	176,34	32.752,29
(=) Resultado operacional	3.922.942,00	1.602.317,55	29.909,64	5.555.169,18
Resultado financeiro líquido	-2.440.836,595	-996.937,08	-186.66,6444	-3.456.786,00
Outras receitas e despesas não operacionais	646,95	264,25	4,93	916,13
(=) Resultado antes dos impostos sobre o lucro	1.482.752,36	605.644,72	11.247,93	2.099.645,00
Provisão para tributos incidentes sobre o lucro	-5792,173605	-2.365,76	-44,29647	-8.203,05
(=) Resultado	1.476.960,18	603.278,96	11.203,63	2.091.442,77

Fonte: Dados da pesquisa

Abaixo, o Quadro 5 demonstra os dados da empresa 2 depois de aplicado o modelo de demonstração de resultado por segmentos. Assim como da empresa 1, os saldos foram acumulados até junho de 2015.

**Quadro 5: Demonstração de resultado por segmentos da empresa 2**

Conta	Dentro da Porteira	Depois da Porteira	Outros Segmentos Não Divulgáveis	Resultado Total da Empresa
	Produção Pecuária	Agroindústria		
Receitas vendas e da prestação	24.090.949,45	163.816.755,52	9.469.730,98	197.377.435,95

de serviços				
Deduções diretas sobre vendas e sobre prestação de serviços	-1.076,40	-2.732.600,54	0,00	-2.733.676,94
Impostos sobre vendas e sobre serviços	-158.894,35	-10.148.144,10	-3.061,77	-10.310.100,22
(=) Receita líquida	23.930.978,70	150.936.010,88	9.466.669,21	184.333.658,79
Custo das vendas e dos serviços prestados	-18.879.061,72	-129.550.761,34	-7.522.481,77	-155.952.304,83
(=) Resultado bruto	5.051.916,98	21.385.249,54	1.944.187,44	28.381.353,96
Despesas operacionais	-1.109.996,47	-4.699.900,56	-427.172,73	-6.237.069,76
Outros resultados operacionais	43.982,23	186.227,73	16.926,19	247.136,16
(=) Resultado operacional	3.985.902,75	16.871.576,72	1.533.940,90	22.391.420,36
Resultado financeiro líquido	-1.646.488,71	-6.971.493,54	-633.637,23	-9.251.619,47
Outras receitas e despesas não operacionais	130.668,61	553.271,58	50.286,71	734.226,90
(=) Resultado antes dos impostos sobre o lucro	2.470.082,65	10.453.354,76	950.590,38	13.874.027,79
Provisão para tributos incidentes sobre o lucro	-150.903,52	-638.949,37	-58.073,94	-847.926,83
(=) Resultado	2.319.179,13	9.814.405,39	892.516,44	13.026.100,96

Fonte: Dados da pesquisa

De acordo com os dados da empresa 2, do total de cinco segmentos, apenas o de produção pecuária e o de agroindústria foram considerados divulgáveis, conforme demonstrado no Quadro 3. Dessa forma, os segmentos de insumos, de produção agrícola e dos serviços de apoio à comercialização foram agrupados na coluna Outros segmentos não divulgáveis e juntos totalizaram um resultado que representa 6,86% do resultado total da empresa e 4,80% da receita total, como já apresentado na Tabela 1. Em contrapartida, conforme exibido no Quadro 3, os segmentos de produção pecuária e agroindústria representam, respectivamente, 17,80% e 75,34% do resultado total e 12,21% e 82,99% da receita total da empresa.

O Quadro 6, apresentado na sequência, exhibe os dados da empresa 3 aplicados ao modelo elaborado.

### Quadro 6: Demonstração de resultado por segmentos da empresa 3

Conta	Antes da	Dentro da	Outros	Resultado
	Porteira	Porteira		
	Insumos	Produção Pecuária	Segmentos Não Divulgáveis	Total da Empresa
Receitas vendas e da prestação de serviços	104.634.244,61	75.194.131,91	0,00	179.828.376,52
Deduções diretas sobre vendas e sobre prestação de serviços	-322.435,39	-8.643,16	0,00	-331.078,55
Impostos sobre vendas e sobre serviços	-20.325,37	-3.364.936,95	0,00	-3.385.262,32

(=) Receita líquida	104.291.483,85	71.820.551,80	0,00	176.112.035,65
Custo das vendas e dos serviços prestados	-86.659.343,77	-68.689.654,49	0,00	-155.348.998,26
(=) Resultado bruto	17.632.140,08	3.130.897,31	0,00	20.763.037,39
Despesas operacionais	-13.893.612,56	-2.467.055,84	0,00	-16.360.668,40
Outros resultados operacionais	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Resultado operacional	3.738.527,52	663.841,47	0,00	4.402.368,99
Resultado financeiro líquido	-1.941.840,71	-344.829,93	0,00	-2.286.670,65
Outras receitas e despesas não operacionais	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Resultado antes dos impostos sobre o lucro	1.796.686,81	319.011,54		2.115.698,35
Provisão para tributos incidentes sobre o lucro	-31.440,63	-5.582,84	0,00	-37.023,47
(=) Resultado	1.765.246,18	313.428,70	0,00	2.078.674,88

Fonte: Dados da pesquisa

Conforme relatado anteriormente, na empresa 4 existiam apenas dois segmentos - insumos e produção pecuária. O primeiro representa, de acordo com Quadro 3, 58,19% da receita total da empresa e 84,92% do resultado total, enquanto que o segundo é responsável por 41,81% da receita total e 15,08% do resultado da empresa.

O Quadro 8, abaixo, exhibe os dados da empresa 4 aplicados no modelo proposto de demonstração de resultado por segmentos. Os saldos foram acumulados até junho de 2015. Para a empresa em questão, foram identificados, com auxílio do CPC 22, três segmentos operacionais: insumos, produção agrícola e serviços de apoio à comercialização, destes, apenas os dois primeiros foram considerados divulgáveis, conforme demonstrado pelo Quadro 3. O motivo de serem segmentos divulgáveis consiste nos percentuais de participação na receita total e resultado total da empresa que superam 10%, sendo 18,25% e 75,48% respectivamente para a receita e 14,27% e 82,87% para o resultado total. Todavia, o que levou o segmento de serviços de apoio à comercialização ser caracterizado não divulgável foi sua baixa participação na receita total e resultado total da empresa, sendo 6,27% e 2,86% respectivamente.

#### Quadro 7: Demonstração de resultado por segmentos da empresa 4

Conta	Antes da Porteira	Dentro da Porteira	Outros Segmentos Não Divulgáveis	Resultado Total da Empresa
	Insumos	Produção Agrícola		
Receitas vendas e da prestação de serviços	15.254.535,76	63.091.088,19	5.240.873,38	83.586.497,34
Deduções diretas sobre vendas e	-466.626,55	-1.749.659,30	0,00	-2.216.285,85

sobre prestação de serviços				
Impostos sobre vendas e sobre serviços	0,00	0,00	-30.203,25	-30.203,25
(=) Receita líquida	14.787.909,21	61.341.428,89	5.210.670,13	81.340.008,24
Custo das vendas e dos serviços prestados	-12.849.836,73	-50.086.483,80	-4.822.240,75	-67.758.561,28
(=) Resultado bruto	1.938.072,48	11.254.945,10	388.429,38	13.581.446,96
Despesas operacionais	-1.150.023,59	-6.678.518,23	-230.488,26	-8.059.030,08
Outros resultados operacionais	20.026,30	116.298,50	4.013,68	140.338,48
(=) Resultado operacional	792.722,64	4.603.568,70	158.877,84	5.555.169,18
Resultado financeiro líquido	1.600.797,83	9.296.294,07	320.832,64	11.217.924,54
Outras receitas e despesas não operacionais	130,73	759,20	26,20	916,13
(=) Resultado antes dos impostos sobre o lucro	1.600.928,56	9.297.053,26	320.858,84	11.218.840,67
Provisão para tributos incidentes sobre o lucro	-1.170,58	-6.797,87	-234,61	-8.203,05
(=) Resultado	1.599.757,99	9.290.255,40	320.624,24	11.210.637,62

Fonte: Dados da pesquisa

É possível através do modelo proposto e aplicado analisar o resultado de cada segmento divulgado. Com essa demonstração de resultado é possível que todos os stakeholders percebam quais as atividades estão sendo lucrativas para a empresa.

Com os quatro quadros apresentados, puderam ser concluídas as quatro etapas de elaboração do modelo de demonstração de resultado por segmento para empresas do agronegócio. A partir disso, com o modelo elaborado e aplicado às quatro unidades foi possível a conclusão do objetivo final deste estudo, isto é, a apresentação do resultado para controllers e contadores das unidades caso e a coleta da opinião destes sobre o modelo elaborado.

O resultado das empresas 1 e 3 foram apresentados para os respectivos contadores e controllers das entidades. Na Empresa 2, somente o contador foi entrevistado e na empresa 4 somente o controller. A entrevista aplicada foi semiestruturada por meio de vídeo conferência e realizada de forma individual com os representantes de cada empresa.

Quando questionados se o modelo apresentado era válido para o agronegócio e se refletia a realidade do mercado, todos os entrevistados responderam que sim, apenas o controller da empresa 4 ponderou que, mesmo não sendo caracterizado pelo CPC como divulgável, o segmento de Serviços de Apoio à Comercialização deveria ser divulgado como Outros Segmentos não Divulgáveis, pois assim, refletiria melhor as atividades daquela empresa.

Outra pergunta realizada durante a entrevista tinha o intuito de saber se na opinião dos entrevistados o modelo proposto era fácil de ser aplicado em diferentes empresas do agronegócio sem modificações significativas. Para todos os contadores (empresas 1, 2 e 3), a resposta foi muito semelhante, sendo possível aplicar com a ressalva de que existe a necessidade de deixar o modelo mais analítico, principalmente no que diz respeito às despesas operacionais e impostos sobre vendas, ou seja, seria importante detalhar melhor os valores por contas. Ainda, na opinião dos três controllers, o modelo não precisa de modificações para ser aplicado em qualquer empresa do agronegócio, exceto a sugestão apontada pelo controller da empresa 4 na primeira pergunta.

Pode-se perceber através da opinião coletada dos controllers que o modelo proposto é um caminho para se obter um relatório mais adequado às particularidades das empresas do agronegócio, onde a tendência é a diversificação de atividades. Pode-se utilizar o modelo proposto como base, podendo ser feito de maneira mais analítica ou sintética de acordo com a necessidade da decisão ou análise a ser feita pelo gestor.

## **5. Conclusões e Recomendações**

Com o crescimento pelo qual o agronegócio vem passando é comum que as empresas optem pela segmentação de mercado, dessa forma um volume de informações maior dificulta a tomada de decisões para a gestão das companhias. Para isso, é necessário reformular as formas de apresentar as demonstrações.

Desde a publicação do CPC 22 em 2009 as empresas no Brasil começaram a divulgar informações por segmentos pois foi com este pronunciamento técnico que surgiram as diretrizes de segmentação, mas, ainda, há muitas empresas que não adotam esta prática

Para identificação dos segmentos do agronegócio, foi utilizada a bibliografia de Araújo (2007) que contribuiu para a classificação dos segmentos em três grupos macros: antes da porteira, dentro da porteira e depois da porteira, esses, por sua vez, são subdivididos em segmentos menores de acordo com as linhas de produtos ou serviços de cada área.

Após identificar os segmentos do agronegócio, foi necessário classificar os segmentos divulgáveis para orientar essa classificação. Para isso, utilizaram-se como base os critérios do CPC 22, assim como para direcionar a decisão de quais informações divulgar. Dessa forma, concluiu-se que somente os segmentos que representassem mais de 10% da



receita e do resultado total da empresa poderiam ser divulgados separadamente, os demais, deveriam ser agrupados como segmentos não divulgáveis.

Com a definição de segmentos do agronegócio pronta e a diretriz de como classificar os segmentos divulgáveis, foi elaborado um modelo de demonstração de resultado por segmentos para empresas do agronegócio.

Por meio da aplicação deste modelo em quatro diferentes empresas, mostrou-se possível e viável a segmentação dessas informações. Na opinião dos contadores e controllers das empresas estudadas, o modelo é útil, pois suas informações ajudam a agilizar o processo de decisão e é possível de ser aplicado em empresas de diferentes segmentos do agronegócio sem modificações significativas.

Esse modelo de demonstração de resultado é uma evolução de demonstrativos contábeis com objetivo de tomada de decisão ou análise pelas partes interessadas. Apesar de haver a premissa de divulgação de informações dos segmentos, não há na literatura nenhum modelo que seja focado no agronegócio, e mesmo em outras áreas ainda não é comumente abordado pela literatura e muito menos aplicado pelas empresas.

Como sugestões para estudos futuros, indica-se que sejam acrescentadas no modelo proposto colunas com índices de análise vertical do resultado para cada segmento com o intuito de tornar mais eficaz a tomada de decisão, bem como a informação de representatividade de cada segmento dentro do resultado total da empresa. Outra sugestão é divulgar dentro do seu agrupamento macro os segmentos não divulgáveis que forem agrupados, isto é, segmentos não divulgáveis antes da porteira, dentro da porteira e depois da porteira para facilitar a identificação dos segmentos que não foram divulgáveis sem alterar o resultado dos três agrupamentos macros.

## 6. Referências

ARAÚJO, Massilon J. *Fundamentos de agronegócio*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

ATKINSON, Anthony A.; BANKER, Rajiv D.; KAPLAN, Robert S.; YOUNG, S. Mark. *Contabilidade Gerencial*. Tradução de André Olímpio Mosselman Du Chenoy Castro. Revisão técnica de Rubens Famá. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2000.

AZEVEDO, Paulo Furquim de. Concorrência no *Agribusiness* In: ZYLBERSZTAJN, Decio; NEVES, Marcos Fava (org.). *Economia e gestão de negócios agroalimentares: indústria de alimentos, indústria de insumos, produção agropecuária, distribuição*. São Paulo: Pioneira, 2000. p. 61-77.

BOSCOV, Camila Pereira. *O enfoque gerencial na divulgação de informações por segmento*. 199 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) - Faculdade de economia, administração e contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12136/tde-06052009-114957/pt-br.php>>. Acesso em: 13/04/2015.

CENTRO DE ESTUDOS AVANÇADOS EM ECONOMIA APLICADA (CEPEA). *Perspectivas para o agronegócio em 2015*. Disponível em: <[http://www.cepea.esalq.usp.br/comunicacao/Cepea\\_Perspectivas%20Agroneg2015\\_relatorio.pdf](http://www.cepea.esalq.usp.br/comunicacao/Cepea_Perspectivas%20Agroneg2015_relatorio.pdf)> Acesso em: 14/04/2015.

\_\_\_\_\_, *Relatório Pibagro-Brasil*. 2014. Disponível em: <[http://www.cepea.esalq.usp.br/comunicacao/Cepea\\_PIB\\_BR\\_dez14.pdf](http://www.cepea.esalq.usp.br/comunicacao/Cepea_PIB_BR_dez14.pdf)> Acesso em: 14/04/2015.

COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS. *Pronunciamento Técnico (CPC 22) Informações por segmento*. Disponível em: <[http://static.cpc.mediagroup.com.br/Documentos/292\\_CPC\\_22\\_rev%2006.pdf](http://static.cpc.mediagroup.com.br/Documentos/292_CPC_22_rev%2006.pdf)>. Acesso em: 13/04/2015.

FLICK, Uwe. *Introdução à pesquisa qualitativa*. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009. Tradução de: Joice Elias Costa.

GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

HORNGREN, C. T.; FOSTER, G.; DATAR, S. M. *Contabilidade de custos*. 9.ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO (MAPA). *Projeções do Agronegócio: Brasil 2012/2013 a 2022/2023*. 4. ed. Brasília Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Assessoria de Gestão Estratégica, 2013. Disponível em: <[http://www.agricultura.gov.br/arq\\_editor/projecoes%20-%20versao%20atualizada.pdf](http://www.agricultura.gov.br/arq_editor/projecoes%20-%20versao%20atualizada.pdf)> Acesso em: 02/05/2014.

MAPURANGA, Patrícia Vasconcelos Rocha; PONTE, Vera Maria Rodrigues; HOLANDA, Allan Pinheiro. Fatores explicativos da aderência das firmas brasileiras ao *disclosure* relativo às informações por segmento. *Enfoque: Reflexão Contábil*. Maringá v.33 n.1 p. 53-69. jan/abr 2014. Disponível em: <<http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/Enfoque/article/view/20743/13121>> Acesso em: 14/04/2015.

MENDONÇA, Maria Luisa Rocha Ferreira de. *Modo capitalista de produção e agricultura: a construção do conceito de agronegócio*. 214 f. Tese (Doutorado em Geografia Humana) - Faculdade de filosofia, letras e ciências humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8136/tde-26062013-114407/pt-br.php>>. Acesso em: 03/12/2015.

PADOVEZE, C. L. *Contabilidade gerencial: um enfoque em sistema de informação contábil*. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

RAUPP, Fabiano Maury; BEUREN, Ilse Mari. Metodologia da pesquisa aplicável às ciências sociais. In: BEUREN, Ilse Maria (org.). *Como elaborar trabalhos monográficos em Contabilidade: teoria e prática*. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2006. p.76-96.

SILVA, Antonio Carlos Ribeiro da. *Metodologia da Pesquisa aplicada à Contabilidade: orientações de estudos, projetos, artigos, relatórios, monografias, dissertações, teses*. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

VASCONSELOS, Madson de Gusmão; SZUSTER, Natan. Informações contábeis por segmentos de negócios. *Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ* Rio de Janeiro v.8 n.2 p. 71-88, 2003. Disponível em: < <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/rcmccuerj/article/view/5602/4082>> Acesso em: 14/04/2015.

YIN, Robert K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.