

A COMERCIALIZAÇÃO GLOBALIZADA NO AGRONEGÓCIO, UM ESTUDO DE CASO DA FAZENDA ITAMBÉ II¹

Danilo Schlatter Pavesi²
Samuel Gomes³

RESUMO

Até hoje, a maioria das pessoas ainda pensam que a agricultura se restringe apenas a arar o solo, plantar sementes, fazer colheita, ordenhar vacas ou alimentar animais. Porém, o agronegócio hoje não é considerado mais um negócio estante da economia, deixou de ser visto como um modelo fornecedor de matéria prima, e passou a ser visto como agroindústria no cenário ditado pela competição, hoje o produtor rural tem de conhecer e saber pra quem está produzindo, velhos paradigmas começam a desaparecer. Atualmente o agronegócio é uma das fontes mais rentáveis da economia mundial e está crescendo a cada ano, e para acompanhar esse crescimento é necessária a compreensão do agronegócio, em todos os seus componentes e inter-relações, que é uma ferramenta indispensável a todos os administradores nas tomadas de decisões. Hoje se faz necessário compreender o agronegócio sob uma visão sistêmica que engloba os setores denominados “antes da porteira”, “dentro da porteira” e “depois da porteira”, e que eventuais perturbações em qualquer um dos elos do sistema trarão consequências para os demais, por isso, esta compreensão é ferramenta indispensável aos gestores, públicos ou privados. Este trabalho visa demonstrar o agronegócio em sua visão sistêmica, as formas de comercialização dos produtos agrícolas, as formas e os canais de comercialização, para posterior realização do estudo de caso da safra produzida pela Fazenda Itambé II, seus lucros ou eventuais prejuízos, as forças dos mercados externos na formação de preços, e como as despesas diretas e a força de trabalho oneram a produção. Conhecer e administrar a produção agrícola faz-se necessário o uso de ferramentas, e não se ater apenas a produção, pois o agronegócio hoje engloba um conjunto de operações de produção, comercialização e distribuição de matérias-primas, insumos, produtos e serviços, se não forem bem administrados e controlados o objetivo lucro não existirá. O objetivo geral deste trabalho é demonstrar que a produção agrícola engloba várias operações, inter-relacionadas, que o desvio de qualquer uma dessas operações pode significar prejuízos, diante disso, a gestão de custos tem fins gerenciais, e influencia ao tomar decisões, fornecendo informações mais precisas, possibilitando uma melhor decisão e uma vantagem frente aos concorrentes. Com a realização do estudo de caso veio a demonstração de que cada produto aplicado na produção tem peso no lucro da venda, constatou-se que plantar depende de fatores de riscos que podem ser calculados com antecedência.

1. Introdução

O crescimento do agronegócio brasileiro desempenha um grande papel social, produzindo os mais diversos alimentos, tendo a responsabilidade do abastecimento alimentar

¹ Artigo desenvolvido a partir da monografia aprovada no Centro de Ensino Superior de Catalão (CESUC) em Dezembro de 2010.

² Graduado em Administração de Empresa pelo Centro de Ensino Superior de Catalão (CESUC). E-mail: danilo_pavesi@hotmail.com

³ Graduado em Administração de Empresa pela Universidade Federal de Uberlândia / MG, Pós Graduado em Comércio Exterior pela mesma Universidade e mestrando em Planejamento Urbano por esta mesma instituição. Professor do CESUC e de outras instituições em Uberlândia / MG. E-mail: sago_adm@yahoo.com.br

da população, tendo assim que acompanhar as constantes e intensas transformações ocorridas, a globalização, as crises externas, a demanda e oferta de outros mercados, exige uma nova forma de administração rural, pois é através dela que permanecerão no mercado competitivo e exigente. A inserção no mercado e no processo de desenvolvimento depende de inúmeros fatores, entre eles a tecnologia, acesso a crédito, informações organizadas, comercialização de seus produtos, no mundo globalizado essa inserção é mais difícil ainda.

Hoje a fazenda não pode mais ser encarada como um modelo fornecedor de matéria prima, desconectada de outros setores de transformação, é imperativo adquirir uma nova visão do agronegócio, buscar eficácia, de forma a favorecer a relação entre custo e benefício, para se manter no mercado competitivo.

A escolha do tema se justifica por essas mudanças de paradigmas, para melhor compreensão e aplicação prática na produção agrícola, por ser um ramo de atividade desenvolvido por muitos. A contabilidade de custos aplicada no agronegócio permite uma visualização do preço a ser ofertado, apesar de o produtor rural individual não ter poder de gerência sobre o preço de comercialização.

O objetivo geral deste trabalho é demonstrar que o agronegócio é um negócio rentável, mas para que isso ocorra faz-se necessário conhecer e compreender cada processo de comercialização, suas formas, qual mercado, o que produzir e para quem produzir. O objetivo específico é fazer um estudo de caso da Fazenda Itambé II, para demonstrar a importância da gestão agrícola, as suas formas, e sua aplicabilidade prática para aferir possíveis lucros ou prejuízos com a produção agrícola.

2 - Evoluções Históricas do Agronegócio Brasileiro

No início das civilizações os homens viviam em bandos, nômades de acordo com a disponibilidade de alimentos que a natureza espontaneamente lhes oferecia. Dependiam da caça e da pesca, não cultivavam seu próprio alimento, assim passavam por períodos de farturas ou carestia.

No Brasil com a chegada dos portugueses, e os interesses de colonização, foram concedidas às soberanas áreas de terras denominadas capitânicas hereditárias. O plano, em síntese, constituía em dividir a costa brasileira em 12 setores lineares até a linha de Tordesilhas, com extensões variáveis entre 180 e 600 quilômetros de costa, tinha por motivação econômica principal a exploração da cana-de-açúcar, além do pau-brasil, do algodão, também exploração de ouro e diamantes. Seria o açúcar, no entanto, o responsável

principal pela fixação dos povoadores, desenvolvendo-se, amplamente, durante o período colonial.

O período da industrialização brasileira foi marcado pelo governo de Juscelino Kubitschek, com a criação do plano de Metas (1956-1960), mas isto graças à excepcional prosperidade advinda do café. Segundo Grenaud et al. (1999, p. 238), “O principal objetivo do plano era estabelecer as bases de uma economia industrial madura no país, introduzindo de ímpeto o setor produtor de bens de consumo duráveis.”

No início dos anos 70, o sucesso das medidas de resolução da questão agrícola brasileira e os reflexos políticos da ditadura militar em vigor (1964-1985) propiciaram o escasseamento do debate em torno da questão agrária, mas a realidade do campo continuou desenvolvendo-se. Durante a década de 1980, com o grande processo de globalização econômica, operaram-se profundas mudanças nos processos de modernização agrícolas, havendo intervenção do Estado e formação de grandes complexos industriais, bem como a produção direcionada para o mercado externo, com fins de facilitar a integração dos setores mais competitivos à nova dinâmica da economia internacional.

Pelas Diretrizes Estratégicas do Fundo Setorial de Agronegócio (2002, p. 22) do Ministério da Ciência e Tecnologia, houve grandes inovações na área do agronegócio na década de 70, contrário do que era previsto para a época, a agricultura não perdeu importância econômica e social.

As transformações nos últimos 20 anos prenunciam a constituição de um padrão produtivo e tecnológico extremamente dinâmico para a agricultura que deixa de ser vista como setor primário e ganha o conceito de agronegócio, com enfoque sistêmico e inserida na cadeia produtiva.

O agronegócio brasileiro avançou, profundamente, para satisfazer às demandas e necessidades de consumidores mais exigentes, que passaram a demandar, cada vez mais, produtos de qualidade, respeitando a segurança e proteção à saúde, e com preços baixos, fazendo surgir nos espaços rurais, uma produção destinada à exportação, e a grandes redes de supermercados.

O termo *agribusiness* atravessou praticamente toda a década de 1980 sem tradução para o português. Não eram raras as discussões sobre a utilização do termo em inglês sem a tradução literal para o português do termo agronegócio.

Dessa forma, o conceito de agronegócio engloba os fornecedores de bens e serviços para a agricultura, os produtos rurais, os processadores, os transformadores e distribuidores e todos os envolvidos na geração e no fluxo dos produtos de origem agrícola até chegarem ao consumidor final. Participam também desse complexo os agentes que afetam e coordenam o fluxo dos produtos, como o governo, os

mercados, as entidades comerciais, financeiras e de serviços. (MENDES e PADILHA JUNIOR, 2007, p. 48).

Por agronegócio “deve-se entender a soma total das operações de produção e distribuição de suprimentos agrícolas, das operações de produção nas unidades agrícolas, do armazenamento, do processamento e da distribuição dos produtos agrícolas e itens produzidos com base neles.”

Segundo Batalha (2008, p. 10), “a literatura que trata da problemática agroindustrial no Brasil tem feito muita confusão entre as expressões *Sistema Agroindustrial*, *Complexo Agroindustrial*, *Cadeia de Produção Agroindustrial e Agronegócios*.”

Sistema Agroindustrial “pode ser considerado o conjunto de atividades que concorrem para a produção dos insumos (sementes, adubos máquinas agrícolas etc.) até a chegada do produto final (queijo, biscoito, massas etc.) ao consumidor.

O *Complexo Agroindustrial* surgiu na década de 1950 exatamente no período de mais intensa industrialização, onde a agricultura passava do método tradicional para os métodos industriais de produção, um elemento cada vez mais vinculado a um conjunto produtivo, em relação ao qual aumentava a sua dependência.

Cadeia de Produção Agroindustrial segundo Britto (2004, p. 21), “ao contrário do complexo industrial uma cadeia de produção é definida a partir da identificação de determinado produto final. Após esta identificação, cabe ir encadeando, de montante a montante, as várias operações técnicas, comerciais e logísticas, necessárias à produção.

O agronegócio só não exporta mais atualmente em função de barreiras tarifárias e não-tarifárias que ainda entravam a livre circulação dos bens agrícolas no comércio agrícola mundial.

Estima-se que o valor agregado do agronegócio brasileiro, em 2005, em dólares norte-americanos, ficou em torno de 222 bilhões, o que representa cerca de 30% do Produto Interno Bruto do país, avaliado em US\$ 800 bilhões. Os negócios do agronegócio do Brasil (US\$ 222 bilhões) absorvem 45,1% do consumo total das famílias brasileiras. Ele também merece destaque pela sua importância na geração de empregos, uma vez que ocupa em torno de 34,3 milhões de pessoas, ou seja, 37% da população economicamente ativa do país. (MENDES e PADILHA JUNIOR 2007, P.54).

Acreditam que o grande desenvolvimento do agronegócio brasileiro está relacionado com a “urbanização e renda”, em conjunto, foram fundamentais para que assumisse a

importância que tem agora em razão das mudanças radicais na cadeia de alimentos e fibras, tanto antes da porteira como depois da porteira da fazenda.

O segmento antes da porteira é dividido em “insumos necessários à produção agropecuária em geral, tais como: máquinas, implementos, equipamentos e complementos, água energia, corretivos de solos, fertilizantes, agroquímicos, compostos orgânicos, materiais genéticos, hormônios, inoculantes, rações, sais minerais e produtos veterinários.” (ARAÚJO, 2009, p. 33-48)

Segundo Callado (2009, p. 6), “O segmento dentro da porteira abrange todas as atividades produtivas propriamente ditas, representando distintas formas de exploração econômica dos fatores disponíveis para os diferentes sistemas agroindustriais”, sendo subdivididos em diversos subsetores como: “atividades agrícolas, atividades pecuárias, atividades de transformação, serviços e atividades complementares.”

Segundo Araújo (2009, p. 79), o segmento “depois da porteira” “são constituídos basicamente pelas etapas de processamento e distribuição dos produtos agropecuários até atingir os consumidores, envolvendo diferentes tipos de agentes econômicos, como comércio, agroindústrias, prestadores de serviços, governo e outros.”

O Brasil sempre exportou produtos agrícolas dos mais diversificados, e para diversos países, representado por produtos competitivos, e graças às safras recordes, atraiu grandes empresas internacionais que contribuíram na melhoria da qualidade produtiva da agroindústria, até aos padrões internacionais.

Agregamos certamente valor aos nossos produtos e, além disso, tornamo-nos um dos maiores e mais competitivos fornecedores de produtos como: carne bovina, carne de frango, carne suína, açúcar refinado, álcool etílico, soja em grão, farelo de soja, óleo de soja, algodão, café em grãos, café solúvel, suco de laranja, couros, mel, celulose, madeira, papéis, sucos de frutos, etc. Dentre os trinta principais países que adquirem produtos do agronegócio brasileiro, visualizamos a Rússia, a China e a Índia como parceiros com grande propensão a aumentar o comércio com o Brasil. Somente para exemplificar, a Rússia, no ano de 2005, aumentou as compras de produtos brasileiros em mais de US\$1,1 bilhão. (RODRIGUES, 2006).

O aumento da atividade externa do agronegócio brasileiro pode também ser analisado pelo seu grau de abertura, medido pela relação entre exportações do agronegócio e o Produto Interno Bruto.

A visão de desenvolvimento econômico tem mudado nas últimas décadas, que ao conceito de desenvolvimento sustentável deve-se levar em consideração que o crescimento

econômico deve ocorrer em harmonia com o meio ambiente, buscando o bem-estar da atual e das futuras gerações.

A Constituição Federal de 1988 em seu artigo 225 prevê tratamento especial para os problemas ambientais: “Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-la e preservá-lo para os presentes e futuras gerações.”

O princípio de precaução representa uma posição que pode ser tomada com respeito à aplicação do conhecimento tecnocientífico, e em comentários a esse princípio assim manifestam:

Quando atividades podem conduzir a dano moralmente inaceitável, que seja cientificamente plausível, ainda que incerto, devem ser empreendidas ações para evitar ou diminuir aquele dano. “Dano moralmente inaceitável” refere-se a dano para os seres humanos ou para o ambiente, que seja uma ameaça à vida ou à saúde humanas, ou que seja sério e efetivamente irreversível, ou injusto com as gerações presentes e futuras, ou impostas sem a adequada consideração dos direitos humanos daqueles afetados. (LACEY, 2006 apud COMEST, 2005, p. 14).

A relutância dos produtores agrícolas em adotar qualquer inovação no sentido de preservar o meio ambiente, está ligada ao fato de não serem economicamente vantajosas para o produtor individual, envolvem gastos com recursos de capital, são particularmente arriscadas, e muitas vezes não apresentam bons resultados em curto prazo.

3 - Comercializações no Agronegócio

A comercialização no agronegócio tem trazido grandes desafios administrativos para os empresários do agronegócio, que tem de resolvê-los adequadamente afim de que seus empreendimentos mantenham-se competitivos e lucrativos. Para se chegar a comercialização dos produtos agrícolas faz-se necessário o entendimento de vários atributos que influenciam no preço final do produto, tais como: *a especificidades dos produtos agrícolas; as especificidades da produção agrícola; e a especificidade do mercado agrícola.*

A *percebibilidade* é a qualidade do produto agrícola não industrializado, em geral não podem ser estocados por muito tempo. E, isso às vezes impede, em algumas circunstâncias o aproveitamento de oportunidades, reais e potenciais, de mercados localizados distantes das áreas de produção.

A *variabilidade* na qualidade dos produtos é determinada por fatores como: coloração, tamanho das folhas e dos frutos, aroma e sabores decorrentes do processo de crescimento e maturação.

Valor, volume e peso, também são fatores determinantes nos preços de mercado, um produto com muito peso e volume, ocupam muito espaço, geralmente possuem pouco valor.

A produção agrícola depende do clima e das condições naturais do ambiente onde estão sendo produzidos. O resultado das variações climáticas que afetam a produção pode ser bom ou ruim para os negócios. A tecnologia é um fator determinante da produção agrícola. Tecnologia inadequada ou mal utilizada pode levar a uma produção menor do que a esperada, tanto em quantidade como em qualidade, a exemplo disso é uso errado de fertilizantes ou insumos agrícolas.

A oferta e demanda dos produtos agrícolas tem características inelásticas a preços, e isto faz com que os preços e as quantidades dificilmente se ajustem um ao outro, gerando instabilidade no mercado.

A mídia é outro fator determinante nas mudanças de consumo, influencia o desinteresse da população em consumir um alimento, como por exemplo, produtos da cesta básica, acabam perdendo espaço, e a retratação da oferta acarretará um substancial decréscimo do preço.

As mudanças nos gostos e preferências do consumidor moderno tendem a preferir produtos processados e de fácil consumo, como sanduíches, pizzas, alimentos light e isentos de gordura, são outros exemplos de fatores determinantes no preço dos produtos. A propaganda também altera gostos e preferências dos consumidores, e, assim provocar deslocamento (via de regra, para a direita) da curva de demanda de um produto objeto de marketing.

Os aspectos sociais culturais ligados principalmente à noção de que “nós somos o que comemos” fazem com que a produção esteja fortemente sujeita à realidade e às mudanças culturais da sociedade. Assim essas mudanças culturais afetam sobremaneira o consumo de alimentos, causando impactos na comercialização de certos alimentos, como exemplo pode citar o consumo de carne vermelha, classes mais baixas são as que mais consomem esse produto alimentar. Os consumidores com maior nível de informação e renda consomem mais carne branca (peixes e frangos).

As políticas públicas podem intervir de diversas formas no mercado agrícola, e efetivamente o fazem, tanto nos países ricos quanto nos países menos desenvolvidos e em desenvolvimento, isto é o que afirma Callado (2009, p. 67-68), “através de subsídios diretos, indiretos ou disfarçados, programa de estímulo à demanda e à comercialização, programas de capacitação e desenvolvimento de novas tecnologias, sistema de quotas, políticas de preços mínimos etc.”

No sistema de preço mínimo o governo se compromete a adquirir os excedentes. Já no sistema de quotas visa à restrição da oferta de forma a manter os preços altos. Cada produtor recebe deliberadamente uma quota, de forma a elevar a sua renda.

A palavra *spot* – ponto em inglês – é empregada em economia para qualificar um tipo de mercado cujas transações se resolvem em um único instante do tempo. “Uma grande parte das transações que realizamos enquanto consumidores finais são dessa espécie.” (BATALHA, 2008, p. 70).

Evoluído a partir do mercado a termo, o mercado futuro foi desenvolvido para minimizar os riscos causados pelas variações de preços e padronizar a comercialização dos principais produtos agropecuários.

Opções são contratos que asseguram o direito do exercício de uma compra ou uma venda de algum ativo. Este pode ser um ativo físico ou outro contrato.

O mercado de opções se caracteriza por negociar direitos e obrigações para uma data futura. “Para adquirir um direito, o comprador da opção paga um prêmio ao vendedor que passa a ter uma obrigação.” (SAVOIA, 2009, p.141).

O mercado de opções é comparado ao seguro de carros, que você paga o prêmio, normalmente um percentual do valor do carro – por um direito. Caso ocorra um sinistro, ele terá o direito de receber um valor em dinheiro, e o vendedor (a seguradora) a obrigação de pagá-lo.

Na medida em que há a separação de direito e obrigação de compra e venda, há dois tipos de opções: as opções de compra, denominadas *Calls* (direito de compra), e as opções de vendas, denominadas *puts* (direito de venda). No primeiro caso, o comprador da opção tem o direito de compra de um determinado contrato futuro a um preço preestabelecido, enquanto o vendedor tem a obrigação da venda, se for este o desejo do comprador. O inverso ocorre no caso de uma opção de venda e o vendedor a obrigação de compra. (BATALHA, 2008, p. 105).

O mercado de opções tem a vantagem de garantir o preço antecipadamente pelo pagamento de um prêmio. Em opções não há ajustes nas contas-correntes, pois o preço futuro já foi garantido. Obviamente, sempre a opção dependerá da oscilação da cotação no mercado futuro a que está vinculado. Mas, ao comprar a opção, o agente pagará um prêmio que lhe garante o direito de negociação, garantindo o recebimento do valor negociado, se favorável.

Didaticamente e de modo simplificado, pode se afirmar que todo o processo de comercialização está dividido em níveis:

Nível 1: Produtores rurais; **Nível 2:** intermediário (primários, secundários e terciários); **Nível 3:** agroindústrias, mercados dos produtores e concentradores; **Nível 4:** representantes, distribuidores e vendedores; **Nível 5:** atacadistas, centrais de abastecimento, bolsas de mercadorias e outros, como Cédula de Produto Rural, Governo, internet e outros; **Nível 6:** supermercados, pontos-de-venda, feiras livres e

outros, inclusive exportação; **Nível 7:** consumidores; **Nível 8:** Importação. (ARAÚJO, 2009, p. 80).

O *produtor rural* é o tomador de preço. O produtor individual pode vender tudo o que produz (ou mesmo nada), sua decisão não terá nenhuma influência sobre o preço. No Brasil, os produtores rurais são numerosos, predominantemente pequenos, desinformados e pouco organizados, ofertando produtos não classificados e não selecionados.

Os *intermediários* para Mendes e Padilha Junior (2007, p. 218), “Os intermediários são indivíduos ou organismos comerciais que se especializam na execução de diversas funções de comercialização, relacionadas com as atividades de compra e venda, na medida em que suas mercadorias se deslocam dos produtores até os consumidores.”

Agroindústrias podem beneficiar, processar ou transformar os produtos adquiridos diretamente do produtor ou de intermediários.

Os *mercados de produtores* oferecem infra-estrutura (silos), com o objetivo de ofertá-los aos produtores, de modo a concentrá-los, e informá-los sobre a situação de mercado e oferecer-lhes outros serviços (classificação, beneficiamento e embalagem dos produtos) a fim de diminuir a força dos intermediários. Os *representantes, distribuidores e vendedores*, “Os intermediários agentes, tal como são designados, agem somente como representantes de seus clientes. Eles não têm o título e, portanto não são os donos das mercadorias que vendem. Sua renda é representada pelas taxas de comissões sobre o volume de venda que realizam.” (MENDES e PADILHA JUNIOR, 2007, p. 219).

Os *atacadistas, Centrais de Abastecimento Regionais, Bolsas de Mercadorias, Cédula de Produtor Rural, Governo, internet e outros*. Nesse grupo estão inseridos as bolsas de mercadorias, as associações comerciais, os bancos, as companhias de seguros, órgãos responsáveis pelos serviços de informação e pesquisa de mercado.

Supermercados, pontos-de-venda, feiras livres e outros, inclusive exportação, Possuem o título da mercadoria, são donos do produto, e fazem comércio para seu próprio lucro, garantindo sua renda da margem entre preços de compra e de venda dos bens que comercializam.

Consumidores são as pessoas mais importantes em todo o processo comercial, eles determinam todo o processo de produção.

A *Importação* interfere diretamente em toda a comercialização interna, percorrem caminhos similares aos produtos nacionais (nível 3), inclusive na formação de preços, o comportamento também é bastante semelhante, porém, em sentido inverso.

Existem dois tipos de comercialização agrícola a chamada *venda direta* e a *venda indireta*. Na *venda direta* o produtor manufatura (beneficia) o produto nas chamadas agroindústrias, e depende de uma estratégia de comercialização baseada primeiro em selecionar o mercado-alvo (grupo de consumidores) para o qual deseja vender os seus produtos, e segundo, vem o desenvolvimento da estratégia de comercializando que determina o produto, local, promoção e preço. Na *venda indireta* o produtor não manufatura o produto agrícola, é vendida utilizando intermediários, porém, sua remuneração será menor em relação à venda direta, mas, por outro lado, haverá redução nos gastos e serviços.

Portanto Mendes e Padilha Junior (2007, p.41), fazem um paralelo dos canais de comercialização dos produtos da agricultura tradicional:

De um lado o canal típico é em que o pequeno produtor destina parte de sua produção para o consumo de sua família e vende o restante (excedente) aos pequenos comerciantes do interior, operam com pequenos lotes, com elevadas perdas no transporte, resultando em preços baixos para os produtores e preços altos para os consumidores. Entretanto os médios e grandes produtores vendem o mesmo produto aos grandes comerciantes localizados em centros comerciais, esses produtos são encaminhados as indústrias ou empacotados e vendidos aos consumidores de renda média e alta.

Alguns fatores afetam a decisão (estratégias) da administração pelo canal de comercialização, tanto na venda direta como na indireta.

O agronegócio atual passou a ser encarado como um sistema de elos interdependentes, o produtor rural seja ele pequeno ou grande, conhecendo o seu lugar dentro da cadeia produtiva, saberá ser capaz de tomar decisões importantes, mas o que se faz de mais importante é levar em consideração o custo/benefício para viabilização do seu negócio.

Assim, Araújo (2010, p. 3) afirma que, “as áreas empresariais (produção, marketing, recursos humanos e finanças) e as funções administrativas (planejamento, organização, direção e controle) deverão ser igualmente consideradas e analisadas como um todo sistêmico em uma propriedade rural.”

A prática da contabilidade de custos contempla a identificação, o registro, a acumulação a organização dos diversos elementos relativos às atividades operacionais de um negócio e auxilia a administração no processo de tomada de decisões e de planejamento. (CALLADO, 2009, p.83).

Todas as empresas necessitam de registros das suas operações, a informação que se acumula durante um ano é demasiada complexa para que se possam analisar os resultados sem ter anotações adequadas.

A contabilidade de custos é uma ciência que registra, estuda e analisa os fatos financeiros e econômicos que afetam a situação patrimonial das pessoas físicas e jurídicas, públicas ou privadas.

O balanço patrimonial é a demonstração contábil destinada a evidenciar, quantitativa e qualitativamente, numa determinada data a posição patrimonial e financeira da entidade. “É imprescindível que as empresas rurais implantem uma organização contábil definida para facilitar o acompanhamento das alterações patrimoniais ocorridas. (CALLADO, 2009, p. 28).

Ao representar o balanço patrimonial (**quadro 1**), costuma-se colocar os bens e direitos (ativos) à esquerda, e às obrigações (passivos) à direita. Por definição as somas dos dois lados devem ser sempre iguais.

Ativo	Passivo
Ativo Circulante	Passivo Circulante
Ativo realizável a Longo Prazo	Passivo Exigível a Longo Prazo
Ativo Permanente	Resultados de Exercícios Futuros
Investimentos	Patrimônio Líquido
Imobilizado	Capital
Diferido	Reservas de Capital
	Reservas de Avaliação
	Reservas de Lucros
	Lucros ou Prejuízos Acumulados

Quadro 1: Estrutura Geral de um Balanço Patrimonial

Fonte: Assaf Neto (2008, p.91).

A Demonstração do Resultado do Exercício é elaborada para apurar o lucro e prejuízo da empresa rural, esse resultado é transferido para o balanço patrimonial sendo representado como lucros ou prejuízos acumulados. A elaboração da Demonstração do Resultado do Exercício (**quadro 2**) engloba as receitas, as despesas, os ganhos e perdas do exercício, apurados por apropriação das receitas quando efetivamente “ganhas” e não necessariamente recebidas em dinheiro. (ASSAF NETO, 2008, p.101).

Receita Bruta de Venda de Bens e serviços
 (-) Impostos Sobre Vendas
 (-) Devoluções, Descontos, Comerciais e Abatimentos
 Receita Líquida
 (-) Custos dos Produtos e Serviços Vendidos
 Lucro bruto
 (-) Despesas de Vendas
 (-) Despesas Administrativas
 (-) Despesas Financeiras Líquidas
 (-) Outras Despesas Operacionais
 (+) Outras Receitas Operacionais
 Lucro Operacional
 (+) Receitas não Operacionais
 (-) Despesas não Operacionais

Lucro Antes do Imposto de Renda
(-) Provisão para o Imposto de Renda
(-) Participações de Debêntures, Empregos, Administradores e Partes Beneficiárias
Lucro Líquido do Exercício

Quadro 2: Demonstração do Resultado do Exercício

Fonte: Assaf Neto (2008, p.101)

4 . Estudo de Caso da Fazenda Itambé II

O objetivo geral deste capítulo é apresentar o estudo de caso realizado na Fazenda Itambé II, localizada no Município de Paracatu – Minas Gerais, a partir dos documentos fornecidos pela própria empresa, o que possibilitará um maior conhecimento sobre a mesma, e com propósito de análise dos lucros ou prejuízos auferidos nos períodos analisados.

O Senhor Mauro José Pavesi, nascido no Estado do Paraná, trabalhador do campo desde pequeno com seus pais, viveu durante muitos anos ali, posteriormente, em busca de novas fronteiras veio para o Estado de Goiás, descobrindo que havia terras muito férteis, e um futuro promissor, aqui permaneceu. No ano de 1984 foi adquirida a Fazenda Itambé II, com recursos próprios, suor e muita luta. A área da gleba de terras equivale a 1.211.00 (um mil duzentos e onze) hectares, ou seja, 250.020.66 alqueires (popular alqueire mineiro), sendo, 1.010.00 (um mil e dez) hectares destinados ao cultivo de soja, e 201.00 (duzentos e um) hectares são áreas de reserva ambiental e preservação permanente exigidas pela Lei.

A Fazenda Itambé II, hoje trabalha apenas com o cultivo de soja (produção agropecuária), não trabalha com processos industriais, de beneficiamento (classificação, seleção, lavagem e outros) ou comerciais alternativos. Portanto, participa apenas dos processos de produção da matéria-prima, por isso, analisada pela visão sistêmica do agronegócio, enquadra-se apenas nos segmentos “antes da porteira” e “dentro da porteira”.

O segmento “antes da parteira” faz parte da Fazenda Itambé II, por ser consumidor de insumos, máquinas, equipamentos, fertilizantes, componentes químicos, vacinas compostos orgânicos, sementes rações e implementos, e “dentro da porteira”, por abranger todas as atividades agrícolas, como preparo de solo, tarefas de manejo, podas e colheitas, até a realização das atividades pós-colheita, transporte interno e armazenagem.

A comercialização agrícola é feita a intermediários (nível 2), justamente por se encontrar distante de pólos agroindustriais, com venda na época da colheita, mas nem por isso significa prejuízos ao produtor, não leva em consideração a perecibilidade do produto, pois não trabalha com produto perecível, em alguns casos utiliza sistema de armazenagem. Levam

em consideração as especificidades da produção agrícola, afetando assim a quantidade ofertada, ou seja, o trabalho de plantio é executado na dependência de fatores de risco (clima, estacionalidade, e influência de fatores como doenças e pragas). As especificidades do mercado agrícola interferem de maneira direta e indireta nos preços da venda, mas como a Fazenda Itambé II, produz soja, que beneficiado se torna várias outras opções, acaba se enquadrando em novas demandas.

Da análise dos dados fornecidos através dos demonstrativos, constatou-se que o custo total da produção apresentou pouca variação nas três safras analisadas, e as despesas com pessoal e as despesas operacionais (despesas diretas) do plantio foram as maiores responsáveis pelos gastos com a produção na safra 2007, 2008 e 2009 (**Gráfico 1**).

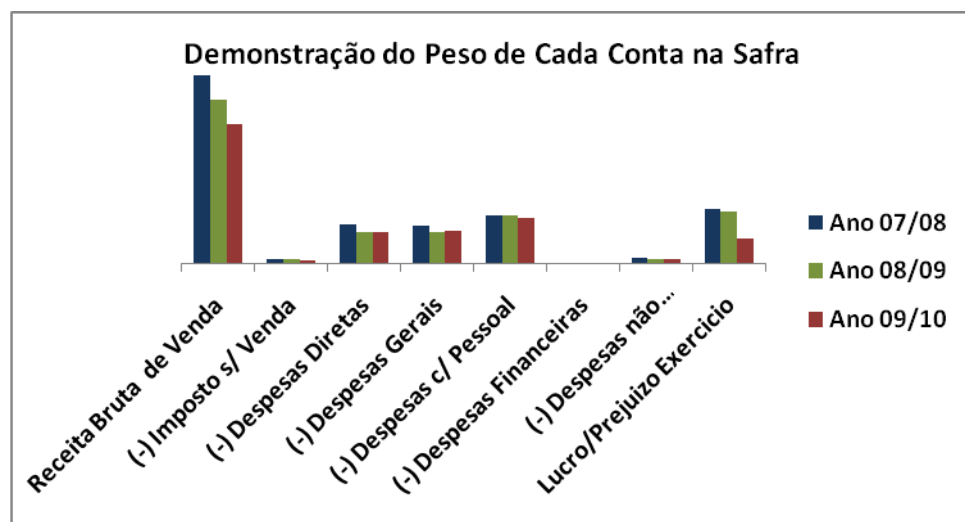


Gráfico 1: Peso de cada conta no processo de produção
Fonte: Elaborado pelo autor Danilo Schlatter Pavesi

A variação no valor total da receita e do lucro bruto (**Gráfico 2**), refere-se à queda de preço da soja na época da colheita e comercialização da safra 2009/2010, conforme análise feita na época da colheita a armazenagem do produto não compensaria, pois, haviam compromissos financeiros, e necessidade de capital para investir no plantio de uma nova temporada.

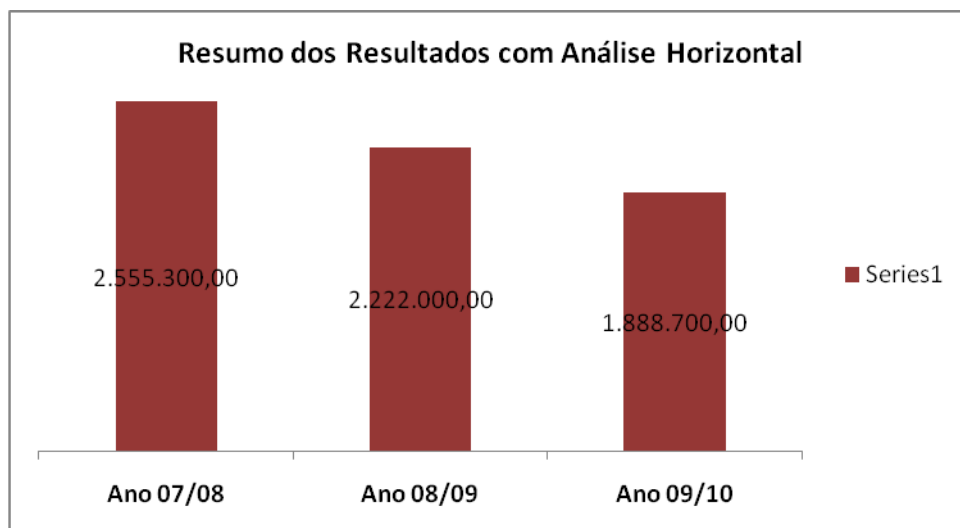


Gráfico 2: Queda da receita em função da baixa cotação da soja

Fonte: Elaborado pelo autor Danilo Schlatter Pavesi

Normalmente a venda à vista, realizada na época da colheita, os produtos são cotados abaixo do preço de mercado devido ao aumento da demanda e excesso de oferta, sendo assim, perde a possibilidade de obter um preço mais alto no mercado. O pressuposto é que tenha condições próprias de estocagem, ou seja, silos, armazéns, ou ser sócio de alguma cooperativa.

5. Considerações Finais

Conclui-se com o presente trabalho que o agronegócio brasileiro, apesar de ficar a mercê de cotações de moedas estrangeiras e sofrer grande impacto diante das crises sofridas pelos outros países, ainda é um negócio rentável.

O agronegócio no Brasil teve crescimento, não resta dúvida, mas os mecanismos tradicionais de coordenar as cadeias produtivas são insuficientes para atender às exigências atuais, os métodos de contratos são elaborados à mercê de grandes empresas, o mercado é comandado por grandes multinacionais, e o Estado não aprimora as normas de controle de qualidade de seus produtos, não há organização entre os setores privados e públicos para auxílio aos agricultores, no sentido de ampliação de novos mercados.

6. Referencias Bibliográficas

ARAÚJO, Luiz Carlos de. **O Administrador Rural nas Suas Tomadas de Decisões**. Disponível em: <http://www.agronline.com.br>. Acesso em 10 set. 2010.

ARAÚJO, Massilon J. **Fundamentos de Agronegócio**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

ASSAF NETO, A. **Finanças corporativas e valor**. São Paulo: Atlas, 2008.

BARROS, Alexandre Lahóz Mendonça de. **O Agronegócio Brasileiro: Características e desafios**. Disponível em: <<http://www.geraembryo.com.br>>. Acesso em: 23 ago. 2010.

BATALHA, Mário Otávio. **Gestão Agroindustrial**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

BERALDO, Antonio Donizeti. **As Negociações Agrícolas e a Evolução do Comércio Agrícola Mundial**. Revista de política agrícola, out/nov/dez. 2000. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br>>. Acesso em: 23 ago. 2010.

BRASIL. Ministério da Ciência e Tecnologia – MCT. **Diretrizes Estratégicas do Fundo Setorial de Agronegócio**. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br>>. Acesso em: 10 ago. 2010.

BRASIL. [Leis, etc.] **Constituição Federal, Código civil (2002/1916), Código de processo civil, Código penal, Código de processo penal: legislação complementar fundamental**. 3. ed. Barueri, SP: Manole, 2004.

BRITTO, Waldenir Sousa Fernandes. **Gestão e Controle do Agronegócio**. Disponível em: <<http://www.facape.com.br>>. Acesso em 28 set. 2010.

CALLADO, Antonio André Cunha. **Agronegócio**. 2. ed. 2. Reimpr. – São Paulo: Atlas, 2009.

CAVALCANTI, Gervário. **Instituto Campineiro de Ensino Agrícola**. 1. ed. São Paulo: República Federativa do Brasil, 1972.

COELHO, Carlos Nayro. **A Instabilidade de Preços e a Renda na Agricultura**. Revista de política agrícola. Ano II nº 1. Publicação Bimestral. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br>>. Acesso em: 23 ago. 2010.

CONTINI, Elisio; GASQUES, José Garcia; LEONARDI, Renato Barros de Aguiar; BASTOS, Eliana Teles. **Evolução Recente e Tendências do Agronegócio**. Revista de política agrícola, Jan./Fev./Mar. 2006. Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br>. Acesso em: 15 ago. 2010.

CUNHA, Gilberto Rodrigues. **Uma Breve História da Precaução**. Disponível em: <<http://www.portaldogronegocio.com.br>>. Acesso em: 23 ago. 2010.

GRAZIANO DA SILVA, José. **A Nova Dinâmica da Agricultura Brasileira**. 2. ed. São Paulo: UNICAP, 1998

GRENAUD, Amauri Patrick; VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de; TONETO JR., Rudinei. **Economia Brasileira Contemporânea**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GUIMARÃES, Alberto Passos. **A Crise Agrária**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

LACEY, Hugh. **O princípio de Precaução e a Autonomia da Ciência**. Disponível em: <<http://www.uca.edu.sv>>. Acesso em: 23 ago. 2010.

MENDES, Judas Tadeu Grassi; PADILHA JUNIOR, João Batista. **Agronegócio: Uma Abordagem Econômica**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

RODRIGUES, Roberto. **O Agronegócio Brasileiro é um Caso de Sucesso**. Revista de política agrícola. Jan./Fev./Mar. 2006. Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br> Acesso em: 15 ago. 2010.

SAVOIA, José Roberto Ferreira. **Agronegócio no Brasil: Uma perspectiva financeira**. 1. ed. São Paulo: Saint Paul, 2009.

STEELE, Howard L.; VERA FILHO, Francisco; WELSH, Robert S. **Comercialização Agrícola**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 1971.

ZAMBERLAN, Carlos Otávio; ZAMBERLAN, João Fernando. **Sistemas de custos em agronegócios: um estudo na região da Quarta Colônia Italiana**. Disponível em: <http://www.custoseagronegocioonline.com.br> Acesso em 20 nov. 2010.