

Custos e formação de preços para eventos musicais: um estudo de caso

Noridyones Lidoni Bossardi

Graduado em Ciências Contábeis pela Universidade de Caxias do Sul - UCS
nlbossardi@ucs.br

Professora Cleusa Marli Gollo Bitencourt

Mestra em Economia com ênfase em Controladora pela Universidade Federal do Rio Grande
do Sul - UFRGS
cmgbiten@ucs.br

Resumo

Este trabalho faz uma abordagem sobre o setor dos serviços em eventos musicais e seus custos. Ao longo do tempo, organizações que controlam e conhecem seus custos de forma efetiva se mostram mais consistentes no mercado, por esse motivo este estudo foi realizado visando ajudar o leitor a entender um pouco mais sobre o assunto neste segmento de serviços. O objetivo principal foi identificar os custos da prestação de serviços em eventos musicais e com base nessa identificação poder formar preço para a contratação do serviço. O objeto do estudo foi um grupo musical da serra gaúcha que forneceu os dados necessários para a realização da estruturação dos custos e simulação do cálculo de custos de um evento.

Levantou-se o patrimônio do grupo, os custos fixos com pessoal, variáveis em função do desgaste e consumo de combustível para a locomoção dos integrantes e seus equipamentos. Ao final da pesquisa, foi possível efetuar o cálculo do preço de venda mínimo para um evento musical em Caxias Do Sul/RS, com a utilização de um mark-up, pré-estabelecido pelo próprio grupo em 30%. A partir daí, contrapondo os custos com receita bruta simulada por evento, encontrou-se a lucratividade e a rentabilidade por evento.

Palavras-chave: custo, preço de venda, grupo musical.

1 INTRODUÇÃO

Atualmente o mercado de eventos musicais está passando por turbulências devido à pandemia que se alastrou por todo o globo, tais turbulências estão relacionadas ao fato de que todos os eventos do ano de 2020 foram cancelados, o que está levando bandas, grupos musicais, locadoras de som, donos de casas noturnas e outras empresas que estão relacionadas com a realização de promoções e eventos a fechar as portas.

Este trabalho de pesquisa realizará o estudo da estrutura de custos de um grupo musical da cidade de Vacaria/RS com o propósito de entender melhor como se comporta toda a cadeia de custos e despesas para a prestação deste tipo de serviço.

O ramo de eventos musicais (bailes, shows e barzinhos) é constituído por muitas variáveis quando se trata dos custos e preço de venda, inúmeras vezes os grupos musicais

celebram contratos sem conhecer de fato seus custos e seus ganhos com o serviço que será prestado. Assim, este estudo teve a pretensão de responder a seguinte questão: como identificar custos para formar preço de venda de eventos de um grupo musical da serra gaúcha?

Para percorrer esse caminho o objetivo geral determinado foi o de identificar os custos da prestação de serviços em eventos musicais, a fim de formar preços que remunerem os gastos e contenham a margem de lucro desejada.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A CONTABILIDADE

Desde o surgimento da humanidade os indivíduos tiveram que aprender a lidar com números, mesmo que de uma forma indireta. Os primeiros humanos que se organizaram em grupos já tinham a necessidade de fazer a sua contabilidade de alguma forma, seja para registrar e controlar quantas ovelhas havia no rebanho, número de armas de caça que possuíam ou até mesmo valores de mercadorias na época em que o escambo era a moeda de troca

Para Müller (2007, p.14), “A contabilidade é, por definição, a ciência que estuda o desenvolvimento do patrimônio de uma pessoa, seus resultados e seus reflexos, sua evolução, sua gerência e seu futuro”. O autor ainda deixa claro que esse é um conceito que deve ser entendido amplamente, ou seja, como uma definição geral que engloba todas as áreas da contabilidade, e não de forma restrita.

Roberto (2014), traz no primeiro capítulo de sua obra o seguinte conceito:

A contabilidade surgiu com a necessidade de registrar as variações ocorridas no patrimônio das pessoas e, futuramente das empresas. Com a sua evolução, a contabilidade transforma-se em uma fonte de informações capaz de medir, a qualquer momento, o conhecimento da situação da entidade e o andamento das transações comerciais. (ROBERTO, 2014, p. 03)

2.2 A CONTABILIDADE DE CUSTOS

Com a revolução industrial no início do século XVII, houve uma necessidade crescente de se ter uma maneira de apuração mais precisa e específica para os custos, pensando nisso foi criada essa ramificação da contabilidade chamada Contabilidade de Custos. Para Corrêa

(2019, p.19), “ela possibilitou, por exemplo, a apuração do custo dos produtos vendidos para as indústrias, das mercadorias vendidas para as empresas comerciais e dos serviços realizados para as prestadoras de serviços.”

2.2.1 Terminologia em custos

2.2.1.1 Gasto

Segundo Corrêa (2019, p.23), os gastos são sacrifícios financeiros realizados pelas entidades com o intuito de obter um produto ou um serviço. Ainda segundo o autor, esses sacrifícios estão relacionados com a geração de receita, portanto pode-se afirmar que gasto pode ser classificado de tal forma sempre que estiver relacionado com a geração de receita.

Para Megliorini (2007), os gastos correspondem aos compromissos financeiros assumidos por uma empresa no tocante a aquisição de: recursos que serão consumidos no ambiente fabril para a fabricação do produto, mercadorias para revenda, recursos para a realização de serviços, recursos a serem consumidos no ambiente de administração e recursos a serem consumidos no ambiente comercial.

2.2.1.2 Desembolso

Athar (2005, p.16), conceitua em seu estudo que o desembolso “é uma diminuição do ativo para aquisição de um bem ou serviço com pagamento no ato ou no futuro”. Ele ainda deixa claro a seguir que o desembolso nunca deve ser confundido com despesa. Já conforme descreve Corrêa (2019), o desembolso é representado pelo pagamento propriamente dito, ou seja, nem sempre quando ocorre o gasto tem um desembolso, inúmeras vezes os gastos ocorrem antes dos desembolsos.

2.2.1.3 Investimento

O termo investimento que é tratado na contabilidade não é o mesmo que somos familiarizados como poupança, aplicações e demais formas que se obtém rendimentos. Na contabilidade, para uma boa determinação o investimento pode ser associado a palavra aquisição, pois esse termo está relacionado a ativação de um item no patrimônio da empresa Corrêa (2019). E para Athar (2005), investimentos representam aquisição de novos bens que

provocarão benefícios para organização tanto no presente como no futuro, permanecerão ativadas.

2.2.1.4 Custo

Para Müller (2007, p.37), custo “é o preço pelo qual se obtém um bem, direito ou serviço. Por extensão, é também o montante do preço da matéria prima, da mão-de-obra e de outros encargos incorridos para a produção de bens ou serviços”. O custo pode ser conceituado como sendo o preço pago para se obter determinado bem ou serviço Athar (2005), é importante salientar também que para que seja classificado como custo, esse bem ou serviço deve estar relacionado com a produção de um bem ou serviço, caso contrário deverá ser classificado de outras formas.

2.2.1.5 Despesa

De maneira geral, despesas correspondem a decréscimos nos ativos ou acréscimo nos passivos, devem ser medidos conforme as normativas da contabilidade e podem ser classificados de diversas formas Müller (2007). Complementando essa ideia, Athar (2005) diz que despesas se tratam de qualquer desembolso efetuado, ou ainda a ser efetuado, que reduz o ativo ou aumenta o passivo exigível e, em qualquer caso, reduz o patrimônio líquido.

2.2.1.6 Perda

As perdas são gastos que ocorrem sem que haja gerência, ou seja, perdas acontecem de maneira involuntária no processo produtivo ou nas demais áreas da empresa, como administração e comercial. Como afirma Corrêa (2019, p.29), “A perda ocorre de maneira involuntária, sem o poder de gerência da entidade que a sofre”. Müller (2007) classifica perda como um evento econômico diminutivo do patrimônio líquido que não está relacionado a atividades operacionais, ele ainda destaca que nesse grupo se enquadram as perdas por obsolescência de estoque.

2.2.2 Classificação dos Custos e Despesas

2.2.2.1 Custos diretos

Para Athar (2005), os custos diretos são custos diretamente apropriados no cálculo dos produtos acabados. Por esse ponto de vista pode-se dizer que custos diretos são aqueles que podem ser identificados e relacionados diretamente com a fabricação de determinado produto ou prestação de serviço, os exemplos mais comuns são matéria prima e mão de obra.

A identificação do custo direto fica mais evidente em empresas que produzem um único tipo de produto ou prestam um único tipo de serviço, como por exemplo, uma usina que produz cimento de um único tipo, mas também é possível identificar custos diretos em indústrias que possuem uma grande variedade de produtos através dos sistemas de rateios de custos, continua Athar (2005).

2.2.2.2 Custos indiretos

Os custos indiretos são todos aqueles não classificados como diretos, um bom exemplo disso é a energia elétrica. Para Megliorini (2007), os custos indiretos são os custos apropriados aos produtos em função de uma base de rateio ou outro critério de apropriação. Usando o exemplo que foi dado no início deste parágrafo, o rateio da energia elétrica pode ser feito pelo número de horas que cada produto necessita na fabricação.

Complementando o que já foi exposto sobre os custos indiretos, Cruz (2011, p.33), ensina em seu trabalho que os custos indiretos “são os gastos voltados à produção de um bem ou serviço que não podem ser observados e mensurados diretamente no produto ou no serviço”. Ele destaca ainda, que alguns custos que em um primeiro momento são considerados diretos, podem se tornar indiretos dependendo de como são utilizados.

2.2.2.3 Custos fixos

Os custos fixos podem ser definidos como aqueles que não sofrem alteração em relação com a quantidade produzida, ou seja, independentemente do número de itens que uma fábrica produzir, esse custo não vai ser alterado, como é o exemplo clássico da mão de obra. Cabe ressaltar que o custo não se altera partindo de um ponto de vista macro da produção

ou prestação de serviço, quando se fala em custo por unidade ou serviço prestado, esse custo sofre alterações muito significativas como destaca Athar (2005).

Usando o exemplo foi supracitado, pode-se dizer que se o custo da mão de obra de determinada empresa é R\$ 10.000,00 por mês, o custo para a empresa sempre será o mesmo, porém se a empresa fabricar 10 unidades do seu produto, cada unidade será responsável em absorver R\$ 1.000,00 deste montante, já se forem fabricados 20 unidades, cada uma será responsável por R\$ 500,00 do total.

2.2.2.4 Custo variável

Os custos variáveis são aqueles que sofrem mutação em virtude do volume produzido, Megliorini (2007), usa como exemplo em seu estudo, a matéria prima, pois quanto mais se produz, maior a necessidade de matéria prima. Outro exemplo de custo variável que pode ser observado em empresas de serviços são os deslocamentos, o valor gasto com o deslocamento até o local do serviço será sempre variável, isso pode ocorrer em virtude da distância, do preço do combustível, do tipo de equipamento necessário e vários outros fatores.

2.2.2.5 Despesas fixas e variáveis

Cruz (2011) conceitua despesas fixas e variáveis as colocando da mesma maneira que são classificados os custos fixos e variáveis, porém esses gastos não estão relacionados com a atividade principal da organização, portanto podem ser gastos administrativos, comerciais, financeiros e outras despesas não enquadradas nessas classificações.

2.2.2.7 Valor Justo

Conforme CPC 46, o valor justo é uma mensuração baseada em mercado e não uma mensuração específica da entidade. Para essa mensuração poderão ser usadas informações de mercado, sempre levando em conta o máximo de características do bem que está sendo mensurado. O Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC), ainda define o conceito de valor justo como o preço que seria recebido pela venda de um ativo ou que seria pago pela transferência de um passivo em uma transação não forçada entre participantes do mercado na data de mensuração. Neste estudo o valor justo é usado para mensurar o ativo imobilizado

da empresa objeto da pesquisa, desta forma não haverá despesa com depreciação, uma vez que, o valor justo já está de acordo com valor que seria recebido pela venda dos bens.

2.2.3 Método de Custeio

2.2.3.2 Custeio por Absorção

Athar (2005), em seu estudo relata que o custeio por absorção significa a apropriação aos produtos fabricados pela empresa, de todos os custos incorridos no processo de fabricação, quer sejam fixos ou variáveis. O autor ainda descreve que o custeio por absorção atende à legislação contábil por respeitar os princípios fundamentais da contabilidade, mas, mais adiante ele mesmo destaca que esse método de custeio não é adequado quando se fala em tomadas de decisão por atribuir arbitrariamente os custos e despesas, e que até mesmo as informações deste tipo de método podem ser enganosas do ponto de vista gerencial.

Cruz (2011), em seu livro, diz que no custeio por absorção os custos diretos são alocados diretamente ao produto, já os custos indiretos são alocados por meio de rateios, formando assim, o valor dos estoques da empresa. Ele ainda ressalta que neste método, apenas os custos são alocados aos produtos e serviços, as despesas são consideradas gastos da administração.

2.3 Formação do Preço de Venda

Dentro das organizações, para a produção de um produto ou para realizar um serviço, deve ser feito o processo de formação do preço de venda com a finalidade de contemplar todos os custos e remunerar o capital investido pelos sócios. Existem algumas formas de formar esse preço, neste estudo serão adotados dois tipos de estratégias, o *Mark-up* e a formação de preços com base no mercado.

2.3.1 Técnica Orientada Pelo Custo - *Mark-up*

Para Hoji (2004, p.347), “o *Mark-up* é uma taxa predeterminada que se adiciona sobre a base, que pode ser o custo total, custo variável, custos e despesas variáveis, custo da matéria prima etc”. Então, para determinar o preço de venda pelo método do *Mark-up*, devem ser

somados todos os custos incorridos para fabricação de determinado produto ou realização de serviço, e esse valor será a base para aplicação do percentual encontrado, onde está incluído o desejado de lucratividade e todas as variáveis que terão como base de cálculo o preço de venda. Ainda segundo o autor, o método de *Mark-up* mais utilizado é o multiplicador, mas também pode ser utilizado o *Mark-up* divisor.

Para o presente estudo, adotar-se-á o *mark-up* multiplicador. Hoji (2010), dá um exemplo da equação que pode ser usada neste tipo de formação de preço de venda:

$\text{Preço de Venda Bruto} = \frac{\text{Custos e Despesas Totais}}{1 - (\text{Alíquota Média dos Tributos\%} + \text{Percentual de Lucro Desejado\%})}$
--

2.3.2 Formação de Preço Com Base no Mercado

Hoji (2004), em seu estudo apresenta um conceito muito objetivo sobre a formação de preços com base no mercado,

“Em um mercado globalizado, existem muitos produtos com qualidades semelhantes, e a competitividade se dá pelo preço. O enfoque moderno utiliza a equação do preço de venda na seguinte ordem: **lucro = preço de venda – custos – despesas**, considerando-se que o preço é dado pelo mercado. De acordo com o enfoque moderno, para maximizar o lucro, as empresas precisam reduzir os custos e despesas, mantendo ou melhorando a qualidade dos produtos, para não comprometer sua parcela de participação no mercado”. (HOJI, 2004, p. 348).

Segundo o que foi exposto acima, a melhor forma de se manter no mercado é a redução de custos e despesas sem comprometer qualidade do produto ou serviço prestado. Para isso, diversos fatores de mercado devem ser observados como: preço corrente, preço do concorrente, preços agressivos e preços promocionais.

2.4 Ferramentas de Análise de Desempenho

Após o processo de produção, prestação de serviço, venda, e pós-venda, é muito importante que a organização faça uma avaliação do seu desempenho. Neste tópico abordam-se algumas ferramentas que podem ser utilizadas para essa análise, são elas: índice de rentabilidade e índice de lucratividade.

Hoji (2010), fornece algumas equações em seu livro que serão utilizadas neste estudo, para calcular os índices de lucratividade e rentabilidade.

2.4.1 Índice de Lucratividade

O índice de lucratividade é o que mostra se a empresa tem a capacidade de gerar lucro (LIMA, 2018). Ainda segundo a autora, esse índice é responsável por apontar, percentualmente, a eficiência operacional de uma empresa, ou setor, que está sendo analisado. O cálculo da lucratividade pode ser feito de forma mensal, semestral, anual, ou algum outro período que a organização necessite.

Conforme mostra Lima (2018), para obter o índice de lucratividade deve ser dividido o valor do Lucro líquido pela Receita total como é exposto na fórmula abaixo:

$$\text{INDICE DE LUCRATIVIDADE} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Receita Total}}$$

O resultado dessa equação será um número decimal, portanto, é comum multiplica-lo por 100 para obter o valor em porcentagem.

2.4.1.1 Margem Bruta (MB)

Margem bruta ou Lucro Bruto é, de acordo com Reis (2019), a razão entre o lucro bruto e a receita líquida, e é calculada pela seguinte fórmula:

$$\text{MB} = \frac{\text{Lucro Bruto}}{\text{Receita Líquida}}$$

Esse índice indica quanto a empresa obtém de Lucro bruto para cada R\$ 1,00 de Receita Líquida.

2.4.1.2 Margem Líquida (ML)

Para Reis (20170), a margem líquida ou lucro líquido é o resultado da divisão do lucro líquido da companhia pela receita líquida após todos os impostos e tributos serem devidamente deduzidos, obtida pela fórmula:

$$\text{ML} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Receita Líquida}}$$

Esse índice indica qual foi o Lucro líquido em relação à Receita operacional líquida.

2.4.1.3 Índice de Rentabilidade

Para Izidoro (2015), o indicador de rentabilidade determina qual o retorno que uma empresa teve sobre um capital investido, esse capital pode ser dela própria ou de terceiros. Ainda segundo ele, para o cálculo são necessários alguns índices: ativo total, lucro líquido, e patrimônio líquido. Tendo em vista o que o autor trouxe em seu livro, pode-se afirmar que a rentabilidade corresponde ao quanto de retorno teve o investimento da empresa em determinado período, essa informação é crucial na tomada de decisões por parte dos investidores que sempre almejam um maior retorno sobre suas participações.

A rentabilidade do capital próprio (RCP) é dada pela seguinte fórmula:

$$\text{RCP} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Saldo Médio do Patrimônio Líquido}}$$

Esse índice informa quanto rende o capital aplicado na empresa pelos proprietários.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

3.1 Delineamento da Pesquisa

Quanto aos procedimentos a metodologia utilizada neste trabalho foi a pesquisa bibliográfica, feita através de material gráfico, sonoro e informatizado e aplicada em estudo de caso, no grupo musical objeto deste estudo.

Segundo Barros e Lehfel'd (1996),

Essa tipologia de pesquisa pode atender aos objetivos do aluno na sua formação acadêmica como pode gerar a formação de trabalhos inéditos daqueles que pretendem rever, reanalisar, interpretar e criticar considerações teóricas, paradigmas e mesmo criar novas proposições da explicação de compreensão dos fenômenos das mais diferentes áreas do conhecimento. (BARROS; LEHFEL'D, 1996, p.85).

Por outro lado, quanto aos objetivos, se faz necessária a pesquisa exploratória em conjunto com a pesquisa bibliográfica, Gil (2002) descreve que “Estas pesquisas têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torna-lo mais explícito ou a construir hipóteses”.

Para a abordagem do problema destacam-se duas tipologias, a qualitativa e a quantitativa. Na pesquisa qualitativa são analisados fatores que necessariamente não se envolvem diretamente com números, mas sim com os fatos que levam a ocorrência de algum fenômeno, é muito usada para pesquisas em áreas sociais em que a contabilidade atua. Em

contrapartida, a pesquisa quantitativa se dá através de dados numéricos e modelos estatísticos, sempre buscando a máxima precisão de fatores em contar com o ambiente externo aos números que atuam no problema, conforme GIL (2002). Por se tratar de um trabalho que busca a maior precisão possível e falando em custos que são mensuráveis, essa pesquisa tratará seus dados de forma quantitativa para proporcionar uma margem de segurança maior ao usuário da mesma.

4 RESULTADO DA PESQUISA

4.1 A EMPRESA OBJETO DO ESTUDO

A empresa objeto deste estudo foi um grupo musical da serra gaúcha. Fundado em 1978, o grupo completou em 12/10/2020 quarenta e dois anos de atividades, sem interrupções, isso garantiu consolidação da marca na região serrana do Rio Grande do Sul e arredores. Atualmente o mercado de atuação do grupo é focado na serra gaúcha e território catarinense podendo ser expandido conforme demanda dos contratantes. O grupo é formado por oito integrantes, sendo um cantor, dois gaiteiros, um contrabaixista, um guitarrista, um baterista, um motorista e um auxiliar técnico. Todos os integrantes contam com boa experiência no ramo o que proporciona grande diversidade no repertório musical, que é constituído em 70% por músicas tradicionais gaúchas e o restante dividido entre os estilos de “bandinha”, sertanejo, sertanejo universitário, rock e demais estilos que o público deseje escutar e dançar.

4.2 O LEVANTAMENTO DOS DADOS E CUSTOS PARA O ESTUDO

4.2.1 O Patrimônio e seu preço de mercado

Os dados apresentados no Quadro 1 especificam o ano de aquisição de cada equipamento, porém seu valor foi trazido a valor justo, de acordo com informações de mercado, coletadas em setembro de 2020 através de *sites* populares de vendas do Brasil.

O grupo possui um ônibus para deslocamento dos integrantes até os eventos e transporte dos equipamentos, sendo que, constantemente os equipamentos são substituídos por seus sucessores em tecnologia e viabilidade de acordo com a necessidade e condições para aquisição.

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL - UCS
CAMPOS UNIVERSITÁRIO DE VACARIA – CAMVA
TRABALHO DE CONCLUSÃO SE CURSO EM 2020/04

Quadro 1 – Bens Patrimoniais a valor Justo

Item	Descrição	Ano de Aquisição	Quantidade	Valor Justo (R\$)
1	Ônibus MB Marcopolo Viaggio G4 1988	2014	1	45.000,00
2	Estrutura para iluminação	2012	1	2.000,00
3	Caixas de som Taigar S2G2 SubGrave	2016	4	6.000,00
4	Caixas de som Line Array Taigar	2017	4	7.000,00
5	Caixa de som para monitor de palco Datrel	2019	6	6.000,00
6	Microfones de voz Sennheiser E835	2019	4	2.800,00
7	Kit de microfone de bateria Shure	2008	1	1.500,00
8	Microfone sem fio Napoli	2008	1	1.000,00
9	Pedestal para microfone	2019	5	600,00
10	Cabos	2009	50	2.500,00
11	Mesa de som Yamaha 01v96 VCM	2018	1	7.500,00
12	Processador de áudio DCX2496 Behringer	2019	1	2.000,00
13	Equalizador Gráfico de áudio Golden	2018	1	1.200,00
14	Canhões de Luz Led slim	2018	10	1.200,00
15	Mesa de iluminação DMX512	2020	1	200,00
16	Bateria RMV Concept	2012	1	3.500,00
17	Rack para amplificadores de áudio	2020	1	1.200,00
18	Rack para mesa de som	2020	1	900,00
19	Amplificador para contabaixo Staner	2007	1	1.300,00
18	Amplificador para guitarra	2017	1	500,00
19	Amplificador de potência Taigar TX12K	2020	1	6.900,00
20	Amplificador de potência Taigar TX3400	2000	2	6.000,00
21	Amplificador de potência Staner 1200T	2015	1	1.500,00
Total				108.300,00

Fonte: Elaborado pelo autor com dados fornecidos pelo Grupo e valores ajustados em 2020.

4.2.2 Levantamento dos custos e despesas por evento

4.2.2.1 Custo com o pessoal integrante do Grupo

O principal custo do grupo é, a remuneração de todos os integrantes que são contratados pelo regime de trabalho intermitente¹. Por evento que participa, o músico recebe o valor de R\$ 130,00, (cento e trinta reais), o motorista e o auxiliar técnico por sua vez, recebem o valor de R\$ 65,00, acrescido a esse valor soma-se o valor correspondente ao descanso semanal remunerado na razão de 25 dias trabalhados para 5 dias de descanso por mês, décimo terceiro salário, férias, adicional de férias e FGTS proporcionais conforme especificado em Quadro 2.

¹ O regime de trabalho denominado de intermitente é o contrato de trabalho no qual a prestação de serviços, com subordinação, não é contínua, ocorrendo com alternância de períodos de prestação de serviços e de inatividade, determinados em horas, dias ou meses, independentemente do tipo de atividade do empregado e do empregador, exceto para os aeronautas, regidos por legislação própria. Estabelecido pela Lei Nº 13.467/2017.

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL - UCS
CAMPOS UNIVERSITÁRIO DE VACARIA – CAMVA
TRABALHO DE CONCLUSÃO SE CURSO EM 2020/04

Quadro 2 – Custo com a remuneração do pessoal, por evento

Músico		Motorista/Auxiliar Técnico	
Salário	R\$ 130,00	Salário	R\$ 65,00
DSR	R\$ 26,00	DSR	R\$ 13,00
Férias Proporcionais	R\$ 13,00	Férias Proporcionais	R\$ 6,50
1/3 Férias	R\$ 4,33	1/3 Férias	R\$ 2,17
13º Proporcional	R\$ 13,00	13º Proporcional	R\$ 6,50
Total de Proventos	R\$ 186,33	Total de Proventos	R\$ 93,17
FGTS Músico		FGTS Motorista/Auxiliar Técnico	
FGTS Salário 8%	R\$ 13,87	FGTS Salário 8%	R\$ 6,93
FGTS 13º 8%	R\$ 1,04	FGTS 13º 8%	R\$ 0,52
Total a Recolher	R\$ 14,91	Total a Recolher	R\$ 7,45
Custo total p/Evento	R\$ 201,24	Custo total p/Evento	R\$ 100,62

Fonte: Elaborado pelo autor com dados fornecidos pelo Grupo em estudo em 2020.

O quadro 3 apresenta um resumo do custo total com pessoal por evento para facilitar a visualização do valor que efetivamente é desembolsado pelo grupo para atender a um único evento.

Quadro 3 – Custo total do pessoal por evento

Descrição	Quantidade	Valor	Total
Gaiteiro	2	R\$ 201,24	R\$ 402,48
Guitarrista	1	R\$ 201,24	R\$ 201,24
Baterista	1	R\$ 201,24	R\$ 201,24
Cantor	1	R\$ 201,24	R\$ 201,24
Baixista	1	R\$ 201,24	R\$ 201,24
Motorista	1	R\$ 100,62	R\$ 100,62
Auxiliar Técnico	1	R\$ 100,62	R\$ 100,62
Total			R\$ 1.408,68

Fonte: Elaborado pelo autor com dados fornecidos pelo Grupo em estudo em 2020.

O Grupo não tem gastos com alimentação, vestuário e hospedagem, uma vez que todos os contratos são feitos com alimentação fornecida pelo contratante em separado. Cada músico é responsável pelo próprio vestuário.

O ônibus utilizado para o deslocamento até o local do evento, possui estrutura como camas e banheiro para acomodar os integrantes durante a viagem, não incorrendo, em custos de hospedagem.

4.2.2.2 Despesas de deslocamento e manutenção

Para o cálculo do consumo de combustível realizou-se um experimento. Foi totalmente abastecido o tanque de combustível do ônibus com capacidade para 400 litros e percorrida uma distância de 150 quilômetros em terreno misto com retas, curvas e serra. Após percorridos os 150 quilômetros foi reabastecido o tanque até novamente atingir a capacidade máxima. Neste reabastecimento foram necessários 60 litros de óleo diesel para completar o tanque, concluiu-se então que o veículo consome em média 1,0 litro de combustível para cada 2,5 quilômetros rodados.

Quadro 4 – Consumo de combustível

Cálculo Combustível	
Fórmula	$VC = Po * (D/2,5)$
VC = Valor total do combustível consumido	
Po = Preço do óleo diesel no dia da contratação do evento	
D = Distância total de deslocamento em quilômetros	

Fonte: Elaborado pelo autor com dados fornecidos pelo Grupo em estudo em 2020.

Os demais custos de deslocamento foram apurados com base na experiência dos proprietários e dados históricos de gastos com pneus e manutenção do ônibus, visto que não existe um cálculo padrão contemplando todas as variáveis necessárias, pois se tratando deste tipo de veículo até a mudança na forma de dirigir interfere no custo que incorrerá durante um ano. Cabe ressaltar que este veículo já é usado pelo grupo há mais de seis anos, o que gerou dados passados consistentes para elaboração dos cálculos que serão apresentados a seguir.

O custo com desgaste de pneus foi calculado a partir da capacidade de rolagem de um pneu novo e adicionada mais uma recapagem que prolonga a vida útil deste componente. O valor de um pneu para ônibus novo, de acordo com a revendedora autorizada de Vacaria/RS, é de R\$ 1.500,00, este pneu tem capacidade média de rolagem com sua bandagem original de 30.000 quilômetros. Após atingida essa rolagem se faz necessário realizar uma recapagem no pneu, que consiste no ato de trocar a parte externa e manter a estrutura principal, esse processo tem um custo de R\$ 500,00, conforme pesquisa de preço em Vacaria/RS, e pode prolongar a vida útil em mais 15.000 quilômetros. Conclui-se que, um pneu pode rodar até 45.000 quilômetros com o custo de R\$ 2.000,00.

Os custos com manutenção do veículo foram apurados com base nas notas fiscais dos últimos três anos. Todas as notas fiscais deste período, que foram fornecidas pelas oficinas

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL - UCS
CAMPOS UNIVERSITÁRIO DE VACARIA – CAMVA
TRABALHO DE CONCLUSÃO SE CURSO EM 2020/04

mecânicas, somadas, perfazem o valor de R\$ 5.850,00 e correspondem a gastos com serviços mecânicos e de manutenção. Para facilitar o cálculo esse valor foi arredondado para R\$ 6.000,00. Feita a média do período, conclui-se que a manutenção representa um custo de R\$ 2.000,00 por ano.

Também considerando os últimos três anos, e conforme agenda de eventos, foi encontrada uma média de 1.000 quilômetros rodados por mês, esse número será usado para calcular o custo com manutenção por quilômetro rodado. Esses custos estão elencados em Quadro 5.

Quadro 5 – Desgaste com pneus e manutenção

Pneus	
Para o cálculo de desgaste dos pneus será considerado 45 mil quilômetros como a vida útil de rodagem de um pneu novo mais uma recapagem.	
Quantidade de pneus do veículo	8
Preço médio de um pneu novo	R\$ 1.500,00
Preço médio de uma recapagem	R\$ 500,00
Desgaste por KM	$De = 8 * (2.000 / 45.000) = R\$ 0,355/KM$
Considerar-se-á o custo de R\$ 0,355 por quilômetro rodado para o desgaste de pneus.	
Manutenção	
Será considerada a média de gasto anual de R\$ 2.000,00 com a manutenção do ônibus, e também a média de 1.000 quilômetros rodados por mês, totalizando 12.000 quilômetros ao ano.	
Manutenção por KM	$M = 2.000 / 12.000 = R\$ 0,166/KM$
O custo de R\$ 0,166 por quilômetro rodado para manutenção é o que será utilizado nesse estudo.	
Desgaste total/KM	$Desgaste\ total/KM = R\$ 0,355 + R\$ 0,166 = R\$ 0,521/KM$
R\$ 0,52 por quilômetro rodado corresponde ao custo com o desgaste do ônibus.	

Fonte: Elaborado pelo autor com dados fornecidos pelo Grupo em estudo em 2020.

Conforme descrito em Quadro 5, para contemplar o desgaste com pneus e manutenção do ônibus, deve ser considerado um custo no valor de R\$ 0,52 por quilômetro rodado.

4.2.2.3 O regime de tributação da receita

Quanto aos tributos, a empresa é optante do Simples Nacional, e de acordo com o ramo de atividade fica obrigada ao Anexo 3, (serviços). Para empresas em que o faturamento anual atinja até R\$ 180.000,00, a alíquota para o recolhimento do Simples Nacional é de 6% sobre a receita bruta do mês correspondente a apuração, logo, esse percentual deve ser considerado no momento de se fazer cotações para a contratação de eventos.

4.2.2.4 Valor *mark-up*

No capítulo do referencial teórico foram apresentadas duas formas de formar um preço de venda, o *mark-up* e a formação de preço com base no mercado. Para uma formação de preço mais assertiva, as duas técnicas podem ser usadas, uma vez que, através do *mark-up* vamos estabelecer um preço mínimo de venda, e pela formação de preço com base no mercado vamos poder analisar se o valor mínimo está dentro do praticado no mercado. Em casos que o preço apontado pelo *mark-up* estiver abaixo do mercado, o grupo poderá estabelecer um preço maior para a prestação do serviço pois terá essa margem, em casos em que o preço de mercado seja menor que o apontado como mínimo, o grupo deverá analisar se deve reduzir o preço para o evento específico ou não efetivar o contrato.

Neste segmento de mercado, por vezes é prestado um serviço não só pelo ganho monetário que será obtido com o evento em si, mas também deve ser analisado o valor agregado de cada evento como divulgação, abrangência de mercado, parcerias e algumas outras variáveis que são específicas para cada lugar. Dependendo de qual será o valor agregado no evento a ser contratado, pode ser feito um valor abaixo do mínimo pensando em negócios futuros.

Para o cálculo do preço mínimo de venda será considerado um *mark-up* de 30% sobre os custos totais, deste valor, 10% serão destinados a uma reserva para manutenção de equipamento e investimento, sobrando 20% de lucro líquido para ser distribuídos. O método de custeio utilizado é o custeio por absorção, onde todos os valores desembolsados para prestação do serviço são considerados como custo. O quadro 6 apresenta o resumo de todos os custos de um evento que foram vistos até este momento incluindo o *mark-up*.

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL - UCS
CAMPOS UNIVERSITÁRIO DE VACARIA – CAMVA
TRABALHO DE CONCLUSÃO SE CURSO EM 2020/04

Quadro 6 – Resumo dos custos por evento

Descrição	Valor
Combustível	Cálculo Quadro 4
Desgaste do ônibus	R\$ 0,52/KM
<i>Mark-up</i>	30% da receita bruta
Simplex Nacional	6% da receita bruta
Custo com pessoal	R\$ 1.408,68

Fonte: Elaborado pelo autor com dados fornecidos pelo Grupo em estudo em 2020.

4.2.2.5 Análise de Desempenho

Para calcular o preço mínimo de venda por este método, vamos usar de exemplo um evento a ser animado na cidade de Caxias do Sul/RS, lugar onde o grupo faz o maior número de apresentações durante o ano conforme dados históricos dos últimos três anos. No Quadro 7 são efetuados os levantamentos dos custos para atender o evento.

Quadro 7 – Cálculo do preço de venda para Caxias Do Sul/RS

Consumo de combustível	
Distância total ida x volta em KM	230,00
Preço médio do Diesel em out/2020	R\$ 3,40
Cálculo (conforme quadro 4)	
$VC = 3,40 * (230,00 / 2,5) =$	R\$ 312,80
Desgaste de pneus e manutenção	
Distância total ida x volta em KM	230,00
Cálculo (conforme quadro 5)	
Desgaste Total = $230,00 \times 0,52 =$	R\$ 119,60
Custo total com pessoal (Quadro 3)	R\$ 1.408,68
Alíquota Impostos	6%
Mark-up a ser aplicado	30%
Cálculo Mark-up (Referencial Teórico 2.3.1)	
Preço Bruto de Venda =	R\$ 1.841,08
	$1 - (6\% + 30\%)$
Preço de Venda =	R\$ 2.876,69

Fonte: Elaborado pelo autor em 2020.

Ao final do Quadro 7 chegou-se à conclusão de que para um evento em Caxias do Sul/RS o preço de venda mínimo para respeitar o *mark-up* estipulado, isso não quer dizer que esse valor de venda seja absoluto e não pode sofrer alterações, pois conforme análise mercado os valores podem variar para mais ou para menos de acordo com os preços praticados

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL - UCS
CAMPOS UNIVERSITÁRIO DE VACARIA – CAMVA
TRABALHO DE CONCLUSÃO SE CURSO EM 2020/04

na região ou valor agregado do evento para o grupo, porém, um valor de venda abaixo do que foi encontrado representa em parte um prejuízo. Abaixo apresenta-se o Quadro 8 consta o DRE do evento.

Quadro 8 – DRE do evento

Receita Bruta	R\$ 2.876,69
(-) Impostos	R\$ 172,60
(=) Receita Líquida	R\$ 2.704,09
(-) Total Custos	R\$ 1.841,08
Custo com Pessoal	R\$ 1.408,68
Custo Combustível	R\$ 312,80
Custo Desgaste	R\$ 119,60
(=) Lucro Bruto	R\$ 863,01
(-) Reservas 10% da RB	R\$ 287,67
(=) Lucro Líquido	R\$ 575,34

Fonte: Elaborado pelo autor em 2020.

Conforme demonstrado no DRE do evento, obteve-se um lucro líquido de R\$ 575,34 com os dados utilizados. No Quadro 9 abaixo, é apresentada uma análise do DRE do evento, pelo índice de lucratividade onde encontramos a representatividade de cada item sobre a receita bruta. Como esperado a lucratividade obtida após a constituição da reserva foi de 20%, cabe destacar que os custos com pessoal, combustível, desgaste com pneus e manutenção do ônibus representam juntos 64% do total.

Quadro 9 – DRE analisado pelo índice de lucratividade

Receita Bruta	R\$ 2.876,69	100%
(-) Impostos	R\$ 172,60	6%
(=) Receita Líquida	R\$ 2.704,09	94%
(-) Total Custos	R\$ 1.841,08	64%
Custo com Pessoal	R\$ 1.408,68	49%
Custo Combustível	R\$ 312,80	11%
Custo Desgaste	R\$ 119,60	4%
(=) Lucro Bruto	R\$ 863,01	30%
(-) Reservas 10% da RB	R\$ 287,67	10%
(=) Lucro Líquido	R\$ 575,34	20%

Fonte: Elaborado pelo autor em 2020.

Como esperado a lucratividade obtida após a constituição da reserva foi de 20%, o custo com pessoal é a maior representatividade com 49% sobre a receita bruta e a menor representatividade está no custo com o desgaste do ônibus.

A rentabilidade sobre o patrimônio líquido é demonstrada no Quadro 10 abaixo. Como patrimônio líquido foi considerado o que está exposto no Quadro 1, para realizar o cálculo também foi considerado o lucro após a constituição da reserva de 10%.

Quadro 10 – Índice de rentabilidade

Patrimônio Líquido	R\$ 108.300,00	100%
Lucro Líquido	R\$ 575,34	0,53%

Fonte: Elaborado pelo autor em 2020.

Conforme apresentado acima, a rentabilidade do evento foi de 0,53% sobre o valor do Patrimônio Líquido, se considerarmos a média de quatro eventos por mês em um ano o grupo irá obter a rentabilidade total de 25,44% utilizando apenas a forma simples apuração. Este percentual repõe o custo do valor investido no tempo e ainda agrega valor quando comparado aos indicadores básicos da economia como o IGP-M, IPCA e a taxa SELIC.

Os dados fornecidos pelo grupo foram dos últimos três anos, nesse período muita coisa mudou, a taxa de juros do país caiu significativamente, o valor do combustível aumentou e os demais custos também acompanharam as altas dos preços do mercado no período. Essa mudança de preços e juros em parte ajudou a tornar o estudo mais sólido, uma vez que, pode ser feita uma média entre os valores mais altos com os mais baixos, algo que não aconteceria se tudo se mantivesse no mesmo patamar.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

5.1 CONCLUSÃO

Ao se observar o atual cenário mundial, com a pandemia do COVID-19 que se alastrou por todo o planeta, as organizações que conseguiram driblar a crise em geral foram aquelas que tinham uma gestão consistente dos seus custos. Neste trabalho abordou-se um estudo de custos de um grupo musical da cidade de Vacaria/RS que faz parte do setor mais afetado pelo distanciamento social, que é o setor de eventos.

Foi realizada revisão teórica, onde foram abordados os conceitos que fizeram parte do estudo, entre eles destacam-se alguns como custos, despesas, preço de venda, análise de desempenho, entre outros. Entender esses temas foi imprescindível para o desenvolvimento da pesquisa, pois sem essa revisão, alguns conceitos poderiam ser entendidos de forma errônea no momento da realização dos cálculos.

Além da metodologia na forma de pesquisa bibliográfica, utilizou-se informações passadas pelo próprio grupo, que de fato é quem melhor conhece seus números e também possui um bom histórico passado para poder dizer com firmeza as informações que não são encontradas na bibliografia disponível ou através de pesquisa em meios eletrônicos, mas que são necessárias para o estudo.

Quanto ao objetivo geral de identificar os custos da prestação de serviços em eventos musicais, pode-se dizer que dentro da realidade do grupo objeto da pesquisa, foi alcançado com grande assertividade o que era proposto, não deixando fora dos cálculos nenhum custo extra que se possa incorrer em uma prestação de serviço comum neste ramo. Também foram atingidos os objetivos específicos conforme elencados na introdução deste trabalho, os custos foram estruturados, identificado o método de formação de preço de venda considerado o mais indicado: *Markup*. Foi feito o levantamento do patrimônio do grupo refletindo a realidade, a Valor Justo, e realizada a análise de desempenho

De maneira geral, ficou evidenciado que os custos representam em média 64% da receita bruta quando o evento for contratado para a cidade de Caxias do Sul/RS, local onde o grupo costuma trabalhar a maior parte do ano, considerando um *mark-up* total de 30%.

5.2 LIMITAÇÃO DE ESTUDO

A limitação deste estudo deu-se principalmente pela falta de dados atualizados do ano de 2020, isso se deve ao fato de que desde o mês de março de 2020 praticamente todos os grupos tiveram seus eventos cancelados em razão da pandemia do novo corona vírus, portanto, precisou-se desenvolver o estudo apenas com dados atualizados até dezembro de 2019.

5.3 TRABALHOS FUTUROS

Identificar custos para formar o preço de venda de eventos de um grupo musical, foi a questão proposta neste estudo.

Nesta pesquisa foram encontradas formas de calcular o desgaste de pneus e manutenção do veículo utilizado pelo grupo, este tipo de informação poderá ser mais explorada conforme forem surgindo novos estudos sobre o tema, visto que há uma deficiência de material disponível neste ramo de atividade, outra característica que pode ser mais

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL - UCS
CAMPOS UNIVERSITÁRIO DE VACARIA – CAMVA
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM 2020/04

estimulada é a de compartilhamento de dados entre os grupos para formar um mapa de custos cada vez mais consistente abrangendo mais particularidades de cada empresa.

Auxiliar as demais empresas do ramo de eventos a estruturar e organizar seus custos é a maior contribuição esperada com este artigo.

REFERÊNCIAS

ATHAR, Raimundo Aben. **Introdução à contabilidade**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

BARROS, Aidil Jesus da Silveira; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. **FUNDAMENTOS DE METODOLOGIA CIENTÍFICA**. 3. ed. São Paulo: Pearson Education, 1996.

COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS, PRONUNCIAMENTO TÉCNICO CPC

46,2012.

Disponível

em:

http://static.cpc.aatb.com.br/Documentos/395_CPC_46_rev%2006.pdf.

Acesso

em

25/10/2020

CORRÊA, Michael Dias. **Contabilidade de Custos**. São Paulo: Intersaberes, 2019.

CRUZ, June Alisson Westarb. **GESTÃO DE CUSTOS: perspectivas e funcionalidades**. Curitiba: Intersaberes, 2011.

DANTAS, Inácio. **Depreciação, Amortização, e Exaustão do Ativo Imobilizado/Intangível: contabilidade societária e fiscal**. Rio de Janeiro: Freitas Bastos Editora, 2016.

GIL, Antonio Carlos. **COMO ELABORAR PROJETOS DE PESQUISA**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

HOJI, Masakazu. **ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA: uma abordagem prática**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

HOJI, Masakazu. **ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA E ORÇAMENTÁRIA**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

IZIDORO, Cleyton. **AValiação de desempenho de empresas**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.

IZIDORO, Cleyton. **Contabilidade de custos**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2016.

LIMA, Natalia. **Índice de lucratividade**: aprenda hoje o que é e como calcular. aprenda hoje o que é e como calcular. 2018. Disponível em: <https://blog.keruak.com.br/indice-de-lucratividade/>. Acesso em: 21 jun. 2020.

MEGLIORINI, Evandir. **CUSTOS**: análise e gestão. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

MÜLLER, Aderbal Nicolas. **Contabilidade básica**: fundamentos essenciais. São Paulo: Pearson Education, 2007.

RAUPP, Fabiano Maury; BEUREN, Ilse Maria. **METODOLOGIA APLICÁVEL AS CIÊNCIAS SOCIAIS**. Tucumã: Desc., 2012.

REIS, Tiago. **Margem Bruta: entenda sua importância**. 2019. Disponível em: <https://www.sunoresearch.com.br/artigos/margem-bruta-entenda-sua-importancia/#:~:text=Margem%20bruta%20%C3%A9%20a%20raz%C3%A3o,produtos%20vendidos%20da%20receita%20%C3%ADquida.> . Acesso em: 15 ago. 2020.

REIS, Tiago. **Margem líquida: entenda como analisar esse indicador de lucratividade**. 2017. Disponível em: <https://www.sunoresearch.com.br/artigos/margem-liquida/>. Acesso em: 15 ago. 2020.

ROBERTO, Marcos. **Contabilidade**: descomplicada. 2. ed. São Paulo: Rideel, 2014.