

A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO FINANCEIRO: UM ESTUDO SOBRE AS CASAS DE SHOWS DE JUIZ DE FORA/MG¹

REIS, Gabriel Chianello²

Centro Universitário Academia – UniAcademia

ZUCHI, André³

Centro Universitário Academia – UniAcademia

Linha de Pesquisa: Administração Financeira e Orçamentária

RESUMO

Este artigo evidencia que com relação ao planejamento financeiro, importante se faz ressaltar que o mesmo está relacionado ao sucesso que a empresa almeja, onde se faz necessário traçar metas a curto e a longo prazo para que os objetivos sejam atingidos. O planejamento financeiro é a fonte da continuidade da organização, pois sem ele é difícil tomar decisões corretas. O presente estudo tem como principal objetivo mostrar o papel do planejamento financeiro das casas de shows na cidade de Juiz de Fora - MG, ressaltando a sua utilidade de forma significativa para fomentar empreendedorismo, apresentando uma proporção comparativa da relevância do planejamento financeiro. Temos que casa de show são denominações dadas a qualquer local utilizado para a realização de concertos ou apresentações musicais, onde, tipicamente, diferentes tipos de casas hospedam diferentes gêneros musicais. A metodologia desta pesquisa é, a pesquisa bibliográfica em autores de administração financeira além da pesquisa de campo para obtenção dos dados na aplicação de questionários realizados em onze casas de shows no município de Juiz de Fora - MG, com posterior análise quantitativa. Como resultado geral observa-se que os locais de evento se interessam e realizam o planejamento financeiro, porém de maneira simples, se tornando improdutivo, falta aprimoramento e atenção nesse setor da administração.

Palavras-chave: Planejamento Financeiro. Casas de Shows. Ferramentas Financeiras

1 INTRODUÇÃO

Neste artigo é possível compreender que mesmo com o atual cenário da pandemia diante do novo coronavírus (COVID-19), o Brasil ainda é o segundo maior mercado de música ao vivo na América Latina, depois do México. A receita total deste segmento (incluindo as vendas de ingressos e patrocínios) aumentou de U\$ 165

¹ Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro Universitário Academia – UniAcademia, como requisito parcial para a conclusão do Curso de Graduação em Administração.

² Graduando (a) em Administração pelo Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora.

³ Professor do curso de Administração do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora.

milhões em 2010, para U\$ 205 milhões em 2014 e atingiu U\$ 280 milhões em 2019, com um crescimento médio de 6,4% ao longo do período, sendo o setor que movimenta a economia no Brasil, representando 4,3% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional.⁴

Nesse sentido, o processo de planejamento para a organização destes shows, de acordo com o artigo por certo, é a ferramenta ideal para administrar as relações com o futuro. Então, para se ter sucesso empresarial, o administrador deve ter consciência das mudanças existentes no mercado e estar alerta a tudo o que acontece ao seu redor, para que dessa forma se torne competitivo e não cometa erros.

As casas de shows, de acordo com o artigo, devem estar sempre preparadas com um planejamento financeiro preciso, onde mensurar e perceber o que acontece dentro de uma empresa é primordial para sua sobrevivência.

Conforme o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2019) as casas de shows podem ser identificadas como um local utilizado para apresentações musicais e artísticas, podendo conter vários tipos de gêneros melódicos. Os estabelecimentos comerciais são voltados para diversão e entretenimento, contendo sistemas de iluminação e som próprios, espaço para dança, socialização e venda de alimentos e bebidas. Essas casas noturnas se diferenciam pelo seu público-alvo, localização, decoração e investimento. Além disso tem também como característica processual as vendas de ingresso, programação artística, cenografia, sonorização, luz e projeção, mídia e promoção (SEBRAE, 2019).

Este trabalho tem como objetivo demonstrar, sem a intenção de se esgotar o tema, o papel do planejamento financeiro das casas de shows na cidade de Juiz de Fora - MG, ressaltando a sua utilidade de forma significativa para fomentar empreendedorismo e vem destacar em uma escala comparativa, a importância quanto a preparação da especialidade financeira.

A finalidade do planejamento financeiro pode ser entendida como uma forma de se assessorar o cliente na tomada de decisão e propiciar uma gestão mais eficaz, que consiste na análise do desenvolvimento financeiro de projetos e empresas, concluindo o detalhamento da estrutura de receitas, custos e despesas.

⁴ Disponível em: <https://www.investmentosenoticias.com.br/dolar/mercado-de-shows-no-brasil-chegara-a-u-280-milhoes-em-2019>.

A metodologia é pautada por meio de pesquisa bibliográfica em autores de administração financeira e de estudiosos do assunto, além da pesquisa de campo para obtenção dos dados na aplicação de questionários realizados em onze casas de shows no município de Juiz de Fora - MG, com posterior análise quantitativa.

Visa também explicar quais as principais ferramentas que as residências de festa do município de Juiz de Fora devem utilizar no seu planejamento financeiro, objetivando destacar a importância do planejamento financeiro para os locais de evento.

Como resultado geral observa-se que os locais de evento se interessam e realizam o planejamento financeiro, porém de maneira bem simplificada, como consequência tornando-se ineficiente pela falta de aprimoramento e atenção nesse setor da administração.

Importante ressaltar que de acordo com o artigo, sem um bom planejamento financeiro, diminuem-se as chances de a empresa apresentar sucesso ou ser competitiva, pois ao não conhecer bem suas finanças não saberá utilizá-las de maneira estratégica.

2 PLANEJAMENTO FINANCEIRO

O significado dos termos planejamento e financeiro. Segundo o dicionário Michaelis (2009), planejamento é a determinação dos objetivos ou metas de um empreendimento, como também da coordenação de meios e recursos para atingi-los; também é entendido como a planificação de serviços e dos recursos para alcançá-los. Enquanto o termo financeiro é definido como o que trata de finanças, ou seja, relativo à circulação e gestão de dinheiro e de outros recursos líquidos.

No meio corporativo, o planejamento se torna indispensável em um controle financeiro competente, pois são aptos a enxergarem as possibilidades encontrando as ações mais eficientes num curto e longo prazo. Seja ela prevendo as ameaças ou solucionando riscos que podem vir a manifestar (BARADEL, 2010).

Nas definições do autor Gitman (2013),

O planejamento financeiro é um aspecto importante das atividades da empresa, porque oferece orientação para a direção, a coordenação e o controle das providências tomadas pela organização para que atinja seus objetivos (GITMAN, 2013, p.92).

Neste contexto, para tomar decisões corretas é necessário que exista um planejamento bem elaborado, pois de acordo com Maximiano (2007), o processo de planejamento é a ferramenta para administrar as relações com o futuro. Então, para ter sucesso empresarial, o administrador deve ter consciência das mudanças existentes no mercado e estar alerta a tudo o que acontece ao seu redor, para que dessa forma se torne competitivo e não cometa enganos.

Em se tratando do segmento de casa de show, por certo, seu principal objetivo é a lucratividade, porém existem outros objetivos importantes como a taxa desejável de retorno de capital, a participação de mercado e a obtenção de recursos financeiros. Se houver um bom planejamento, os gestores ficam motivados a alcançar os resultados traçados, contribuindo para o crescimento do segmento de uma forma geral.

O planejamento de curto prazo apoia a previsão de vendas, custos com a matéria prima, mão de obra. Todas previstas no orçamento, onde estão as metas de receitas operacionais, produção, despesas, custos, investimentos, financiamentos que proporcionam o fluxo de caixa da empresa. Ele tem de ser trabalhado e completado diariamente para mostrar as condições do investimento. É primordial que tais funções sejam realizadas, pois sem elas não temos os dados que utilizamos para fazer uma análise completa (GITMAN, 2013).

Nesta linha de raciocínio, Lemes Júnior (2010) destaca que,

As funções financeiras de curto prazo envolvem as operações do dia a dia, como administração do caixa, do crédito e contas a receber e a pagar, dos estoques e dos financiamentos de curto prazo. A empresa precisa dispor de recursos suficientes para saldar os compromissos com fornecedores, salários, tributos e demais contas (LEMES JÚNIOR, 2010, p.15).

No tocante à gestão financeira o jornal contábil explica que nas pequenas e médias empresas, cabe aqui destacar que, por possuírem um capital limitado, as empresas de pequeno porte não contam com muito acesso a créditos, tais como empréstimos e financiamentos. Dessa forma, a restrição se agrava quando

consideramos as altas taxas de juros praticadas no mercado, ou seja, elas devem redobrar a atenção em relação aos seus recursos financeiros e controlá-los de forma rigorosa.⁵

Como regra básica tem-se que separar rigorosamente as contas e despesas da empresa daquelas dos sócios. Entretanto, não será possível apurar os resultados obtidos nos negócios e nem implantar um controle sem esse procedimento. Se um sócio realiza um gasto pessoal, por exemplo, com combustível para seu veículo, ele não poderá ser pago com dinheiro da firma, muito menos lançado em sua contabilidade. Enquanto isso, evitam o risco de encerramento de suas atividades por não terem como honrar com seus compromissos. Para o sucesso do planejamento financeiro de uma empresa, importante que se tenha uma excelente ferramenta financeira para o controle e administração da empresa.⁶

O autor Luft (2002) afirma que, “Ferramenta financeira deve ser entendida como um instrumento ou utensílio. E financeiro como algo relativo a finanças. Logo definimos que ferramentas financeiras é um instrumento ou utensílio relativo a finanças.” (LUFT 2002, p. 57).

Planejamento financeiro consiste no uso de técnicas e ferramentas que auxiliam tanto uma pessoa física quanto jurídica a alcançarem objetivos estabelecidos. Além de conhecerem a saúde financeira de seu empreendimento, importante também o conhecimento de elementos de utensílio tais como, o fluxo de caixa, que evidencia tanto o controle financeiro quanto o planejamento financeiro formando conjuntos para a tomada de decisão da empresa (LEMES JÚNIOR, 2010).

Como definição de Fluxo de Caixa, cabe destacar as palavras de Marques (2004),

O fluxo de caixa deve traduzir três elementos: liquidez, solvência e flexibilidade financeira. Quanto o que tange a liquidez, significa que a aptidão da empresa de possuir ativo circulante (AC) tem que ser maior que o passivo circulante (PC). A solvência vem da capacidade de quitar os compromissos e flexibilidade vem da competência de conseguir passivos de terceiros (MARQUES 2004, p. 76),

5 Gestão Financeira: Veja como funciona para pequenas e médias empresas. Disponível em: <https://www.jornalcontabil.com.br/gestao-financeira-para-pequenas-e-medias-empresas>. Acesso em: 14 nov. 2020.

⁶ Op. Cit.

O Demonstrativo de fluxo de caixa (DFC), consiste em um relatório composto de todas as informações de entradas e saídas de um caixa. Evidenciando a variação do saldo e seus afins por um determinado período, onde as casas de shows terão estruturação de dados suficiente para analisar as viabilidades de investimentos e se programar temporalmente (LACERDA, 2006).

O orçamento de caixa, ou também nomeado previsões de caixa é responsável por demonstrar o planejamento das entradas e saídas de caixa da empresa. Sendo utilizada para projetar as necessidades financeiras num curto espaço de tempo, geralmente um ano (GITMAN, 2013).

Quanto ao orçamento empresarial, o mesmo é formado dentre os orçamentos usados pela empresa, que são eles: os orçamentos de produção, mão-de-obra, material, de capital e de vendas. O último se trata de um cálculo inicial que estima quantos produtos em forma de unidade serão vendidos. Podendo calcular o preço, o tempo e medir o lucro empresarial. Todo esse orçamento integra o material ideal para um planejamento de longo prazo (PADOVEZE, 2010).

3 METODOLOGIA

A classificação desta pesquisa pode ser definida como exploratória, pois pretende-se obter uma finalidade de campo que ainda necessita de estudo, de modo que possa formar hipóteses.

Vergara (1998) cita que a classificação quanto aos fins do trabalho pode ser definida como descritiva, pois a investigação se insere entre variáveis a serem correlacionadas.

O estudo que tem o cunho interrogativo direto ao público desejado, procedendo do grupo as informações que detenha significado vem do meio quantitativo (GIL, 2017).

Em se tratando da pesquisa de campo, ressalta-se que a classificação da pesquisa pode ser definida como exploratória, pois pretende-se obter uma finalidade de campo que ainda necessita de estudo, de modo que possa formar hipóteses (GIL, 2017).

Para Vergara (1998) os meios da investigação são bibliográficos e pesquisa de campo, pois são realizados com base em material publicado em livros, revistas e artigos que fornecem um material analítico. É caracterizado como uma investigação local onde estuda os elementos incluindo a aplicação do questionário.

Os dados amostrais da pesquisa de campo foram obtidos do site da empresa Zine Cultural⁷. As informações foram coletadas através de questionários elaborados no *Google Forms* e aplicado nas casas de shows, no período de 28 de outubro a 06 de novembro de 2020, sendo enviadas 20 (vinte) perguntas para as casas noturnas que possuíssem atividades promocionais e comerciais até o dia 01 de dezembro de 2019, três meses retroativos ao início da paralisação na cidade citada por conta da pandemia do COVID-19. E a partir desta seleção foram constatados 21 (vinte e um) estabelecimentos classificados como casa de show no município de Juiz de Fora, onde destes, 11 (onze) responderam à pesquisa, 5 (cinco) comunicaram o fechamento e 5 (cinco) não tiveram contato por conta da pandemia.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Pretende-se nessa seção fazer uma análise dos resultados apresentados pela pesquisa elaborada no questionário junto as casas de show de Juiz de Fora/MG e trazer algumas conclusões e ponderações no que tange o tema da importância do planejamento financeiro proposto no trabalho. Se encontram 5 (cinco) subtítulos dentro desse estudo, divididos na caracterização dos eventos, do perfil das casas de shows pesquisadas, das ferramentas utilizadas por elas, do planejamento de curto e longo prazo, e da importância do planejamento financeiro.

4.1 Dos Eventos nas Casas De Shows

Evento pode ser entendido como um acontecimento que tem como foco reunir um público determinado. Para isso, existe um grupo de colaboradores de capacidades variadas que utilizasse de um processo ordenado para completar a meta (NOGUEIRA,

⁷ Disponível em: <https://www.zinecultural.com/>

2019).

O autor Carvalho (2019) define eventos da seguinte forma,

Um acontecimento, mas previamente controlado e que ocorre em um espaço e por um período de tempo. O objetivo do evento é concentrar pessoas, entidades e atividades que tenham em comum algum interesse de caráter cultural, comercial, filosófico, social, esportivo ou científico. (CARVALHO, 2019 p.79).

Devido as variedades de eventos, ele pode ser compreendido em quatro segmentos específicos: eventos artísticos, científicos e educacionais, de lazer e turístico, eventos desportivos, sociais, empresariais e de terceiro setor (NOGUEIRA, 2019).

O evento é o princípio do meio comercial para uma casa show, por isso deve entender os princípios atribuídos a eles para fomentar suas atividades e afins, deve se utilizar de todo os processos e variedades para determinar seu foco e público-alvo específico.

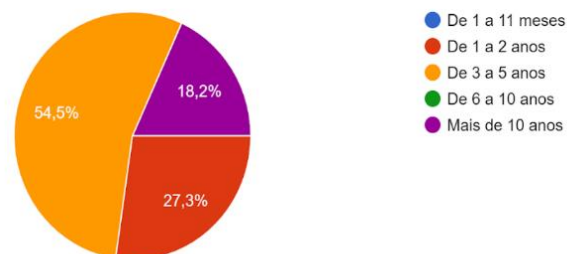
4. 2 Das Características Das Casas De Shows

Nota-se que 18,2% tem muita experiência e realizam as atividades há mais de 10 anos no mercado. As casas de shows atuais com 54,5 % estão entre 3 a 5 anos no mercado. E 27,3% em fase de maturação completando de 1 a 2 anos. Não existem casas noturnas na faixa de 1 a 11 meses e nem de 6 a 10 anos.

GRÁFICO 1 - Tempo de Atuação no Mercado

Quantos anos atuante no mercado ?

11 respostas

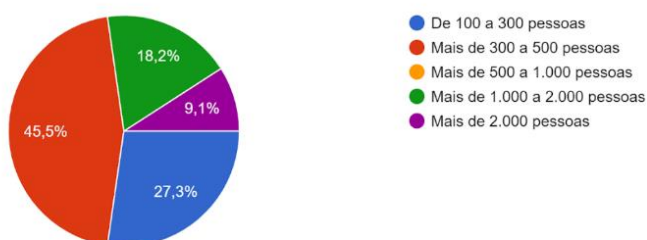


FONTE: O Autor 2020

Podemos averiguar que 81,8% dos locais de evento, ou seja, a grande maioria estão no mercado até 5 anos. E não existem estabelecimentos entre 6 a 10 anos. O que nos leva a perceber que conforme (SEBRA,2019) as casas de shows têm idade de mercado até os 5 primeiros anos. Também se nota um desequilíbrio no mercado durante o período pandêmico, desde dezembro de 2019 não são abertas casas de shows.

GRÁFICO 2 - Capacidade de Público nos Estabelecimentos

Qual a capacidade de público do seu estabelecimento ?
 11 respostas

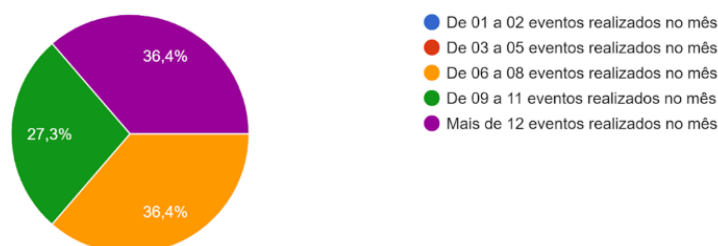


FONTE: O Autor 2020

No gráfico 2, é possível enxergar que 27,3% tem a capacidade máxima de 100 a 300 pessoas, 45,5% têm limite entre 301 pessoas a 500. Não se encontram casas com limite de 500 a 1.000 pessoas, entre 1.001 e 2.000 pessoas. Encontramos a faixa de 18,2% em casas maiores que suportam mais de 2.000 pessoas e se configuram nos 9,1%. Pode-se enxergar que 72,8% das casas noturnas são menores comportando até 500 pessoas.

GRÁFICO 3 – Média mensal de eventos

Qual a média mensal de eventos realizados antes da pandemia?
 11 respostas

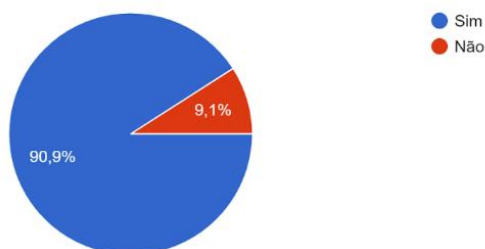


FONTE: O Autor 2020

Aqui cabe ressaltar que, antes da COVID-19 nota-se que nenhuma casa de eventos realizava atividades de uma até cinco vezes ao mês, 36,4% seis a oito festas, (podendo ser de uma a duas vezes por semana), 27,3% realizam os shows de nove a onze vezes ao mês. E 36,4% realizavam eventos superiores a doze vezes durante o mês, ou seja, mais de três eventos por semana.

GRÁFICO 4 – Uso do Controle Financeiro

O estabelecimento faz uso de algum controle financeiro?
 11 respostas



FONTE: O Autor 2020

Tem-se que apenas 9,1% dos estabelecimentos não usam nenhum tipo de gerência financeira. A porcentagem apresentada está relacionada a uma casa de show, as outras dez representam os 90,9%.

Com a porcentagem de 90,9% da questão acima respondida pelas casas de shows que utilizam do controle financeiro, identifica-se o fator preponderante da preocupação das residências com esse tipo de enfoque administrativo dentro do mercado ressaltando que este questionário foi realizado somente com os estabelecimentos que ainda estão ativos. E aguardam a liberação para a volta dos eventos. Por tanto pode-se constatar que os citados locais que “sobrevivem” a pandemia são os que têm alguma precaução com relação à gestão.

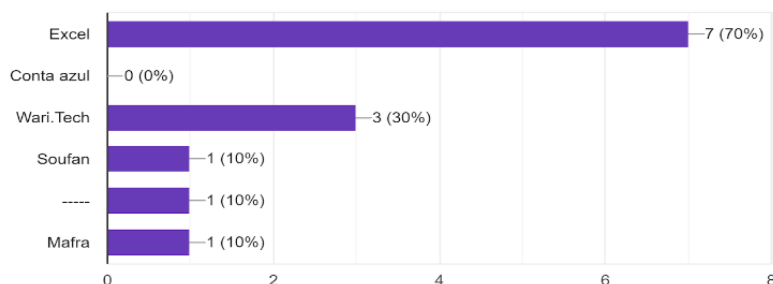
4.3 Da Utilização das Ferramentas Financeiras

Das 10 casas de shows que empregam alguma forma de controle financeiro, 70% utilizam o *Excel*, 0% operam a Conta Azul, 30% manuseia Wari.Tech. Os outros 30% são divididos igualmente, 10% com a Soufan, 10% Mafra. E 10% optaram por

não responder.

GRÁFICO 5 – Utilização Ferramentas Financeiras

Se sim, qual software são utilizados ?
 10 respostas



FONTE: O Autor 2020

Destaca-se que nesta análise, a grande maioria manuseia o *Excel*, sendo que este programa de controle comparado aos outros acima citados é mais simples, pois o mesmo não enfoca só a ferramenta financeira e pode atrapalhar a administração na hora da realização de planejamento.

4.4 Do Planejamento de Curto e Longo Prazo

No tocante ao planejamento de curto e longo prazo, temos que, na TABELA 01, percebe-se que 73% das casas de shows executam o planejamento financeiro de curto prazo. E os outros 27% não fazem uso deste método.

Tabela 1 - Total do Planejamento Financeiro de Curto Prazo

O estabelecimento utiliza Planejamento Financeiro de curto prazo (Planejamento de até 1 ano)?	RESPOSTAS	PORCENTAGEM
Sim	8	73%
Não	3	27%
Total	11	100%

FONTE: O Autor 2020

Na TABELA 2 repare-se que 45% das casas de shows desempenham o planejamento financeiro de longo prazo. E os outros 55% não fazem uso deste procedimento.

Ressalta-se que os estabelecimentos estão atentos a este tipo de movimentação, contudo não se pode discernir quanto ao uso deste recurso de curto prazo. Indagando se é apenas da vontade de ter um controle ou um planejamento.

Tabela 2 - Total do Planejamento Financeiro de Longo Prazo

Existe algum Planejamento Financeiro de Longo prazo (Planejamento de 2 anos a 10 anos) sendo utilizado dentro da empresa ?	RESPOSTAS	PORCENTAGEM
Sim	5	45%
Não	6	55%
Total	11	100%

FONTE: O Autor 2020

Observando a TABELA 3 - Profissional Especializado, se constata que 45% dos locais de show contam com esse tipo de servidor qualificado, e 55% não contam.

Tabela 3 – Profissional Especializado

Você tem profissional especializado auxiliando nas questões financeiras	RESPOSTAS	PORCENTAGEM
Sim	5	45%
Não	6	55%
Total	11	100%

FONTE: O Autor 2020

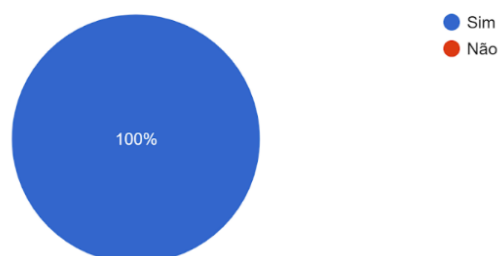
4.5 Da Importância do Planejamento Financeiro

Observando-se o GRÁFICO 6 diante do COVID-19, averigua-se que 100% das casas de shows concordam que o processo pandêmico provocou a paralisação das mesmas. Ressaltando que o planejamento financeiro é fundamental para amenizar os problemas ocasionados.

GRÁFICO 6 - Importância do Planejamento Financeiro

Diante das dificuldades ocasionadas pela pandemia de COVID-19, você entende que o Planejamento Financeiro é importante para a empresa enfrentar as adversidades?

11 respostas



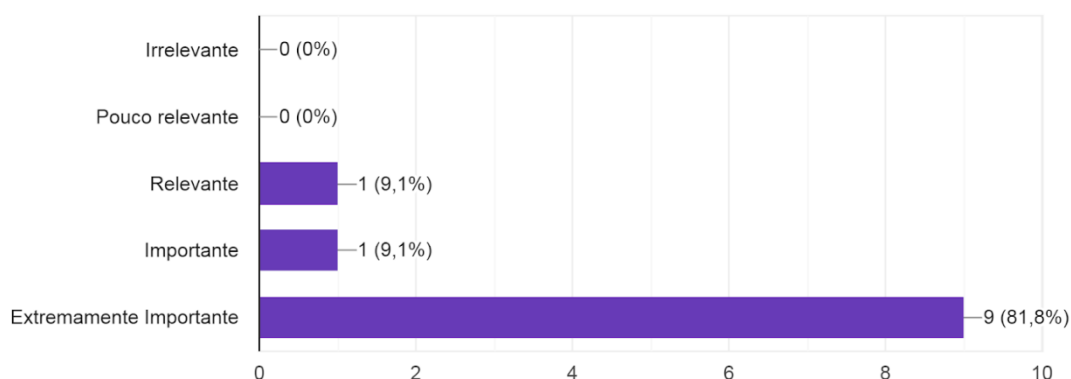
FONTE: O Autor 2020

No GRÁFICO 7, diante da atual Pandemia - COVID-19, pode-se mensurar a importância do planejamento financeiro em relação a paralisação no período de pandemia. Os 9,1% dos questionados consideram a ideia relevante, outros 9,1% compreendem como importante e 81,8% extremamente importante.

GRÁFICO 7 - Medição da Importância do Planejamento

Indique a importância do Planejamento Financeiro para a sua empresa enfrentar as adversidades ocasionada pela pandemia da COVID-19.?

11 respostas



FONTE: O Autor 2020

Analisando o GRÁFICO 6, atenta-se que é unânime as dificuldades enfrentadas na pandemia no mercado. E o quanto as estratégias financeiras devem estar inseridas dentro da crise.

Em comparativo com o GRÁFICO 7, evidencia-se o quanto o planejamento financeiro está sendo importante. As 81,8% das casas de shows colocaram a estratégia financeira como extremamente importante para sua “sobrevivência”, demonstrando de fato que as casas de shows permanentes no mercado valorizam o planejamento financeiro. Porém indo de contra partida com a TABELA 02, que mostra que mais da metade das casas de shows não utilizam o planejamento financeiro.

Diante de toda a análise e considerações destacadas, fica nítido a importância de se ter um planejamento financeiro, apesar das constantes mudanças no mercado, à vista disso, do atual cenário de pandemia que estamos vivendo.

Nota-se que 18,2% tem muita experiência e realizam as atividades há mais de 10 anos no mercado. Das 10 casas de shows que empregam alguma forma de controle financeiro, 70% utilizam o *Excel*, 0% operam a Conta Azul, 30% manuseia Wari.Tech. Os outros 30% são divididos igualmente, 10% com a Soufan, 10% Mafra.

Ressalta-se ainda que 73% das casas de shows executam o planejamento financeiro de curto prazo.

E, não menos importante, 81,8% das casas de shows colocaram a estratégia financeira como extremamente importante para sua “sobrevivência”, demonstrando de fato que as casas de shows de Juiz de Fora – MG que ainda permanecem no mercado, valorizam o planejamento financeiro.

Um plano eficiente propicia à empresa a amortização ou até mesmo previne que os fatores externos influenciem significativamente suas atividades. Muito embora, seja importante realizar verificações periódicas nos planos, para constatar a necessidade ou não de mudanças nas metas e objetivos.

Sendo um dos objetivos das empresas o lucro, um planejamento financeiro bem elaborado oferece à empresa controle do seu ativo, propiciando uma visão estratégica sobre as decisões que devem ser tomadas, de forma a evitar prejuízos e contribuir para o sucesso empresarial.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do que foi exposto, tem-se que o desempenho de uma empresa de eventos, aqui denominada casa de show, depende muito do seu planejamento financeiro, pois o maior problema encontrado é exatamente no setor de finanças que, muitas vezes, não possui colaboradores qualificados para gerenciar o departamento como apresentado na TABELA 03. As decisões a serem tomadas devem ser avaliadas com certa antecedência, pois não são simples nem fáceis de serem implantadas.

Neste contexto, o planejamento financeiro deve fazer parte da rotina da administração destes estabelecimentos, principalmente diante desta pandemia que pegou a todos de surpresa. Quem em 2019 imaginaria que em 2020 praticamente não haveria Show no país?

Importante aqui ressaltar que parte daquelas empresas que sobreviveram diante da paralisação ocasionada pelo COVID-19, possuem por certo um planejamento, de acordo com o GRÁFICO 04. Mesmo que não calculado para esta pandemia, mas mesmo assim, possuem forma de arcar com suas responsabilidades financeiras de uma forma em geral.

O presente estudo buscou, sem a intenção de se esgotar o tema, transcorrer sobre a importância do planejamento financeiro nas casas de shows de Juiz De Fora/MG, ressaltando que a utilização de software mais especializados, aliado à administração de ferramentas financeiras além do fluxo de caixa e utilização de profissionais especializados no assunto, são fatores determinantes para medir a qualidade de um planejamento, a sobrevivência e o sucesso de uma empresa.

Temos que as casas de shows, através de seus empresários e administradores que possuem consciência da importância de um bom planejamento financeiro, seja ele a curto ou longo prazo, possuem por certo, uma maior probabilidade de se manterem no mercado. Porém, como demonstrado nos GRÁFICOS 05, 07 e TABELA 03, ainda há de se evoluir neste setor para que as residências estabeleçam uma excelência no que tange ao assunto e aperfeiçoem o uso de ferramentas financeiras.

Observa-se que existem limitações que se associam a este estudo. O mercado de eventos é vasto e o número de casas de shows no município de Juiz de

Fora é maior do que o analisado. Diante do exposto, vale uma pesquisa mais apurada do setor investigado. O ideal seria a aplicação de novas pesquisas que possam medir, indicadores e fatores não abordados.

ABSTRACT

With regard to financial planning, it is important to emphasize that it is related to the success that the company aims for, where it is necessary to set goals in the short and long term for the objectives to be achieved. Financial planning is the source of the organization's continuity, because without it is difficult to make correct decisions. The present study has as main objective to show the financial planning role of casas de shows in the city of Juiz de Fora -MG, emphasizing its usefulness in a significant way to foster entrepreneurship, presenting a comparative proportion of the relevance of the accounting plan. We have that houses of concerts are denominations given to any place used for the realization of concerts or musical presentations, where, typically, different types of houses host different musical genres. The methodology will be guided by bibliographic research on financial administration authors and scholars of the subject, in addition to field research to obtain data on the application of questionnaires carried out in eleven venues in the city of Juiz de Fora, with subsequent quantitative analysis. As a general result, it is observed that the event venues are interested and carry out financial planning, but in a simple way, becoming unproductive, there is a lack of improvement and attention in this sector of administration.

Keywords: *Financial Planning. Concert Halls. Accounting Tools.*

REFERÊNCIAS

- BARADEL, Ellen Cristina; MARTINS, Simone; OLIVEIRA, Adriel Rodrigues. **Planejamento e controle financeiro: pesquisa-ação em uma microempresa varejista.** In: Revista de Negócios, ISSN 1980-4431, Blumenau, v.15, n.4, p.78-96, 2010.
- GIL, Carlos, A. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**, 6ª edição. São Paulo, Atlas, 2017.
- GITMAN, Lawrence J. **Princípios da administração financeira.** 10.ed São Paulo: Pearson, 2013.
- LACERDA, Joabe Barbosa: A Contabilidade como ferramenta gerencial na gestão financeira dos micros, pequenas e médias empresas (MPMES): necessidade e aplicabilidade. **Revista Brasileira de Contabilidade (RBC).** Ano XXXV, no 160, julho/agosto 2006, p.46.

LEMES JÚNIOR, Antônio Barbosa; RIGO, Cláudio Miessa; CHEROBIM, Ana Paula MussiSzabo. **Administração financeira: princípios, fundamentos e práticas Brasileiras**. 3 eds. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

LUFT, Celso Pedro. **Minidicionário Luft**. 20^a ed. São Paulo: Ática, 2002.

MAXIMIANO, Antônio César Amaru. **Introdução à administração**. 6 ed s. São Paulo: Atlas, 2007.

MICHAELIS moderno dicionário da língua portuguesa. 2009. Disponível em: <[http://michaelis .uol.com.br/moderno/portugues/index.php](http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php)>. Acesso em: 12 Nov 2020.

NOGUEIRA, Camila Gomes, **Estética em Eventos**, Sagah: Porto Alegre, 2019

PADOVEZE, C. L. **Planejamento orçamentário**. 2. ed. São Paulo: Thomson, 2010.

SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas). **Como montar uma Casa de Shows e espetáculos**. Brasil: SEBRAE, 2019.

Zine Cultural - Disponível em: < <https://www.zinecultural.com/locais/> >, 2020

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MARQUES, José Augusto Veiga da Costa. **Análise financeira das empresas: liquidez, retorno e criação de valor**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

CARVALHO, Agatha Muller, RODRIGUES, Amanda Guimarães, **Stand e Eventos** / [revisão técnica: Cristiano da Cunha Pereira]. – Porto Alegre: SAGAH, 2019.