

A collage of musical instruments and a singer's silhouette. The background is dark blue with a white silhouette of a person singing into a vintage microphone. The collage includes: a close-up of hands playing a guitar, a violin being played, a trumpet, a person's hands on a piano keyboard, and a cello. The text is centered in white.

10

DICAS PARA
O MÚSICO
DE SUCESSO

2016. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae
Todos os direitos reservados A reprodução não autorizada desta publicação,
no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais
(Lei nº. 9.610/1998).

Informações e contatos

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae
Unidade de Atendimento Coletivo Serviços
SGAS 605 - Conjunto A - CEP: 70200-904 - Brasília/DF
Telefone: (61) 3348-7718
www.sebrae.com.br

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional
Robson Braga de Andrade

Diretor-Presidente
Guilherme Afif Domingos

Diretora Técnica
Heloisa Regina Guimarães de Menezes

Diretor de Administração e Finanças
Vinicius Lages

Unidade de Atendimento Coletivo Serviços

Gerente
André Spínola

Responsável técnica e Coautora
Denise Marques - Sebrae

Autores
Iuri Max Silva, Rosane Amaral e
Déborah Trevizan - Avante Brasil

Equipe Técnica
Tajla Medeiros - Sebrae NA

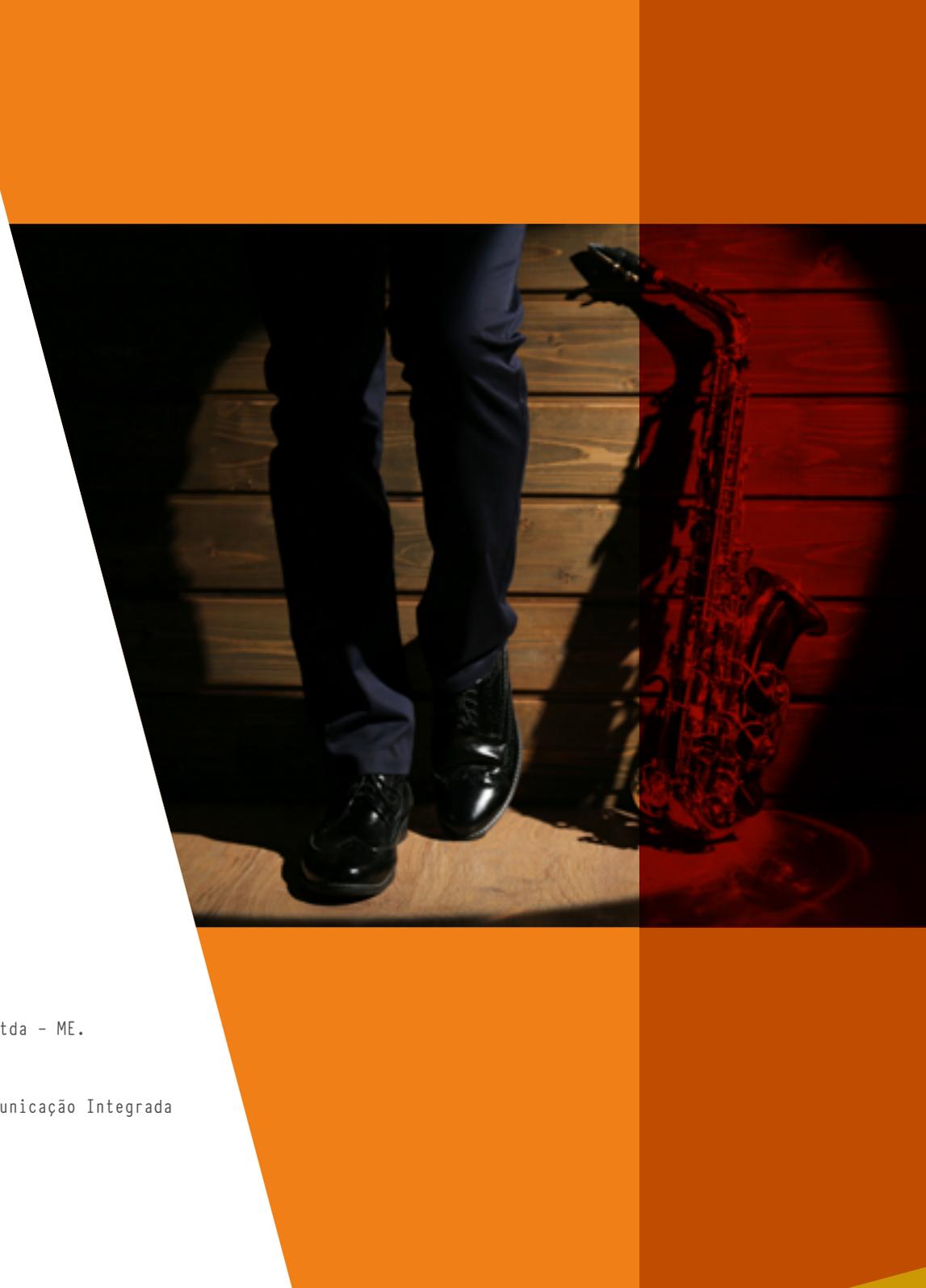
Unidade de Comunicação

Gerente
Maria Cândida Bittencourt

Editoração
Paula Stefanini
Rosana Carla de Figueiredo

Revisão Ortográfica
Discovery - Formação Profissional Ltda - ME.

Projeto gráfico e diagramação
Chica Magalhães - Grupo Informe Comunicação Integrada





APRESENTAÇÃO.....	4
1. PLANEJAR E CONTROLAR OS RESULTADOS DA SUA ARTE	6
2. CONSOLIDE SUA CARREIRA MUSICAL	10
3. FIQUE POR DENTRO DO ISRC	18
4. PROTEJA SUA OBRA MUSICAL.....	22
5. VENÇA A PIRATARIA.....	26
6. CRIE NOVOS MODELOS DE NEGÓCIOS E PRÁTICAS PARA SEU MERCADO ...	30
7. PARTICIPE DOS EVENTOS QUE O MERCADO OFERECE	34
8. SAIBA COMO BUSCAR PATROCÍNIOS .	40
9. APRENDA A PRESTAR CONTAS DE PROJETOS CULTURAIS	45
10.FIQUE ATENTO ÀS NOVIDADES DO SETOR	50



APRESENTAÇÃO

APRESENTAÇÃO

Até pouco tempo, empreender no segmento da música não fazia parte da agenda dos artistas. Hoje, essa perspectiva mudou. Começa a ficar distante o tempo em que ser músico limitava-se a saber tocar um instrumento. Quem é músico e quer sobreviver, ser reconhecido e crescer nessa arte, já percebeu a importância de garantir algo mais, ou seja, ser o gestor da própria carreira musical.

Esse é um mercado amplo, diversificado e em constante transformação. Nos últimos anos, surgiram novas oportunidades e políticas públicas que apoiam e estimulam os profissionais da música no Brasil. Há muitas escolas dedicadas à formação desse segmento, porém, o empreendedorismo ainda é um desafio para a maioria dos artistas.

Atento à evolução desse ambiente e às perspectivas da economia criativa, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) preparou dez dicas para apoiar você, músico, que deseja conquistar o público e ganhar os aplausos da plateia.





1. PLANEJAR E CONTROLAR OS RESULTADOS DA SUA ARTE



1. PLANEJAR E CONTROLAR OS RESULTADOS DA SUA ARTE

CONHECER OS PROCESSOS É ESSENCIAL PARA O SUCESSO DE QUEM DESEJA EMPREENDER NA CARREIRA MUSICAL.

Se você é músico e pretende administrar sua atividade artística, saiba que para um empreendimento ser bem-sucedido é necessário definir metas e objetivos. Por exemplo, aonde você deseja chegar, quanto quer do mercado e o que espera dele.

Em primeiro lugar, é preciso entender a equação carreira musical = talento + gestão, pois talento sem gestão é só um entretenimento.

Por isso, o músico que quer se profissionalizar deve ficar por dentro do assunto.

Confira, a seguir, informações e dicas sobre planejamento, controle dos resultados e outras orientações que vão ajudar você nesse processo.

PLANEJAMENTO

Para o planejamento de negócios inovadores, a ferramenta mais utilizada é o Canvas. Ela possibilita que empreendedores desenvolvam suas ideias ou repensem um modelo de negócio já existente.



Além disso, o Canvas define que um modelo de negócio pode ser melhor descrito por nove elementos básicos que cobrem as quatro principais áreas de um empreendimento: clientes, oferta, infraestrutura e viabilidade financeira.

Os nove componentes são:

- ✓ Segmentos de clientes: quem você ajuda e quem aprecia o que você faz;
- ✓ Proposta de valor: como você os ajuda, o que eles apreciam;
- ✓ Canais: como chegam até você e como você se entrega;
- ✓ Relacionamento com clientes: como vocês interagem;
- ✓ Fontes de receita: o que você ganha;
- ✓ Recursos principais: quem é você e o que você possui;
- ✓ Atividades-chave: o que você faz;
- ✓ Parcerias principais: quem ajuda você;
- ✓ Estrutura de custo: o que você oferece.

A partir dessas definições, é possível preencher os quadros propostos no Canvas. O Sebrae disponibiliza essa ferramenta em: <https://www.sebraecanvas.com/#/>.

Um músico precisa de suporte às suas ações, para que possa executar o que sabe fazer de melhor: cantar, compor, realizar *shows*. Para isso, alguns profissionais são imprescindíveis: contador, advogado, agente/produtor e assessor de imprensa. Cada um, em sua especialidade, é essencial para o sucesso do negócio musical.

CONTROLE

Após a definição das metas, do planejamento pelo Canvas e o desenvolvimento do trabalho, é hora de checar os resultados. O controle financeiro é a primeira coisa que precisa ser feita. Sem isso, nenhuma empresa pode prosperar.

Sobre essa etapa, você deve registrar quanto recebeu e o que gastou com cada item, anotando o que se refere às finanças. Ao longo ou no final de um período preestabelecido, você saberá o que ganhou, o que gastou e o que sobrou.

SAIBA MAIS!

Confira nossa publicação "Música Tocando Negócios", um guia para empreender no setor.



Para isso, não existe ferramenta específica; podem ser até mesmo papel e caneta. Uma planilha em Excel também tem grande efeito ou, ainda, anotações no celular. Cada um deve encontrar o que mais adapta-se ao seu estilo. Se for um músico mais "conectado", existem aplicativos com essa função.

RESULTADOS

Por meio desse controle, você pode observar se as metas foram cumpridas e se os recursos foram suficientes, assim como se o que foi planejado foi executado.

Se sim, é hora de colher resultados. Se não, é preciso reavaliar o processo e fazer ajustes, que devem dar início a um novo planejamento, dando origem a outro ciclo, que tende a ser melhor estruturado e com mais êxito, com base nas observações sobre erros e acertos anteriores.

OUTRAS ORIENTAÇÕES

- ✓ Faça o registro de suas músicas, criando o seu Código Internacional de Normalização de Gravações (em inglês *International Standard Recording Code - ISRC*), que é sua identidade em direitos autorais;
- ✓ Distribua as suas músicas no mundo digital, o que faz com que você tenha visibilidade nacional e internacional;
- ✓ "Pense global", pois é preciso saber como alcançar o mundo com a sua música;
- ✓ Pense na estrutura e nos parceiros que vão ajudá-lo a divulgar seu trabalho e a fazer você alavancar a sua carreira: assessorias de imprensa, agências digitais e pessoas que cuidam do qualitativo, a exemplo do estudo da sua base de fãs.

Clique na imagem para
acessar o conteúdo





2. CONSOLIDE SUA CARREIRA MUSICAL



2. CONSOLIDE SUA CARREIRA MUSICAL

MÚSICOS QUE QUEREM TRANSFORMAR SEU TALENTO EM NEGÓCIO PRECISAM ESTAR ATENTOS ÀS DEMANDAS DE MERCADO E À NECESSIDADE DE FORMALIZAÇÃO DO SERVIÇO.

Compreender que a carreira musical é o seu negócio constitui o primeiro passo para que o artista tenha condições de alcançar seus objetivos. Para isso, ele precisa administrá-la, o que exige planejamento e equipe de pessoas que vão auxiliá-lo, dentro e fora do palco.

Confira, a seguir, informações e orientações do Sebrae que ajudam você a entender que a profissionalização é o caminho certo para a gestão do seu empreendimento. Além disso, siga o passo a passo sobre o que é preciso para formalizar-se.

O QUE É

A direção artística, por exemplo, é a responsável pela parte mais criativa das apresentações musicais e por tudo aquilo relacionado aos *shows*, como repertório, composições, arranjos e iluminação.

Já a produção executiva torna viável o que foi pensado pela direção artística, como gravações, turnês, ensaios e viagens.



O objetivo desse setor é garantir que as ideias saiam do papel.

Com a comunicação é possível divulgar as informações do artista entre os membros da banda e externamente. Esse departamento inclui, por exemplo, a produção de informes e o acompanhamento das redes sociais.

O comercial é o responsável por "vender" o artista e tudo relacionado ao seu trabalho: copos personalizados, participação em publicidade, camisas, agendamento de *shows* etc.

A administração coordena todas essas atividades e toma conta de toda a parte burocrática, como o pagamento de impostos. As áreas jurídicas e contábeis também são essenciais para a gestão da sua carreira musical.

Para a contratação de pessoas, a participação em licitações e a emissão de nota fiscal, primeiramente, o artista precisa formalizar o seu negócio, que deve ser considerado um empreendimento.

FORMALIZAÇÃO

É importante que o empreendedor defina corretamente o porte da sua empresa para o registro, que deverá ser feito antes de começar suas atividades, assim como para a escolha da tributação mais adequada ao seu negócio.

○ Microempreendedor Individual (MEI)

Essa opção é uma forma simples e barata de formalização. Com ela, você poderá possuir Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), emitir nota fiscal, participar de licitações e ter acesso a crédito (e a outros serviços bancários).

Para enquadrar-se nessa categoria, o MEI não pode contratar mais de um empregado ou participar de outra empresa como sócio ou administrador. Além disso, a renda bruta total do ano anterior não pode ter ultrapassado o valor de R\$ 60 mil.

○ Microempresa (ME)

Neste porte, enquadram-se empresas de sociedade simples, sociedade limitada e empresa individual de responsabilidade limitada que, em cada ano-calendário, possuam receita bruta igual ou inferior a R\$ 360 mil.

○ Empresa de Pequeno Porte (EPP)

Aqui inclui negócios de sociedade limitada ou simples, empresa individual de responsabilidade limitada e empresários que recebem - no total de cada ano-calendário - receita bruta superior a R\$ 360 mil e igual ou inferior a R\$ 3,6 milhões.

PASSO A PASSO

Após definir o porte de sua empresa, você pode providenciar a formalização. Geralmente, esses são os passos a serem seguidos:

- ✓ Preenchimento do Contrato Social, impressão do Certificado de Condição de MEI ou do Requerimento de Empresário;
- ✓ Registro na Junta Comercial;
- ✓ Registro na Receita Federal do Brasil (RFB) - CNPJ;
- ✓ Acesso à Caixa Econômica Federal (CEF) - Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS);
- ✓ Inscrição estadual na Secretaria de Fazenda do estado; Inscrição municipal e alvará de funcionamento, que podem ser obtidos na Secretaria de Finanças da prefeitura.

Além dessas questões legais, empreendedores culturais precisam estar atentos a outras regulamentações. Para a realização de eventos em áreas públicas, por exemplo, são necessárias autorizações diversas, assim como para a ocupação temporária de determinados espaços.

Verifique junto aos órgãos públicos responsáveis, geralmente a prefeitura, quais são os documentos necessários nessas ocasiões. Existe, ainda, a taxa do Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (Ecad), no caso de reproduções de músicas de autorias diversas.

SAIBA MAIS!

Confira nossa publicação
"Música Tocando Negócios",
um guia para empreender no setor.



Clique na imagem para
acessar o conteúdo



O QUE VOCÊ PRECISA SABER PARA SER UM MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL

O QUE É

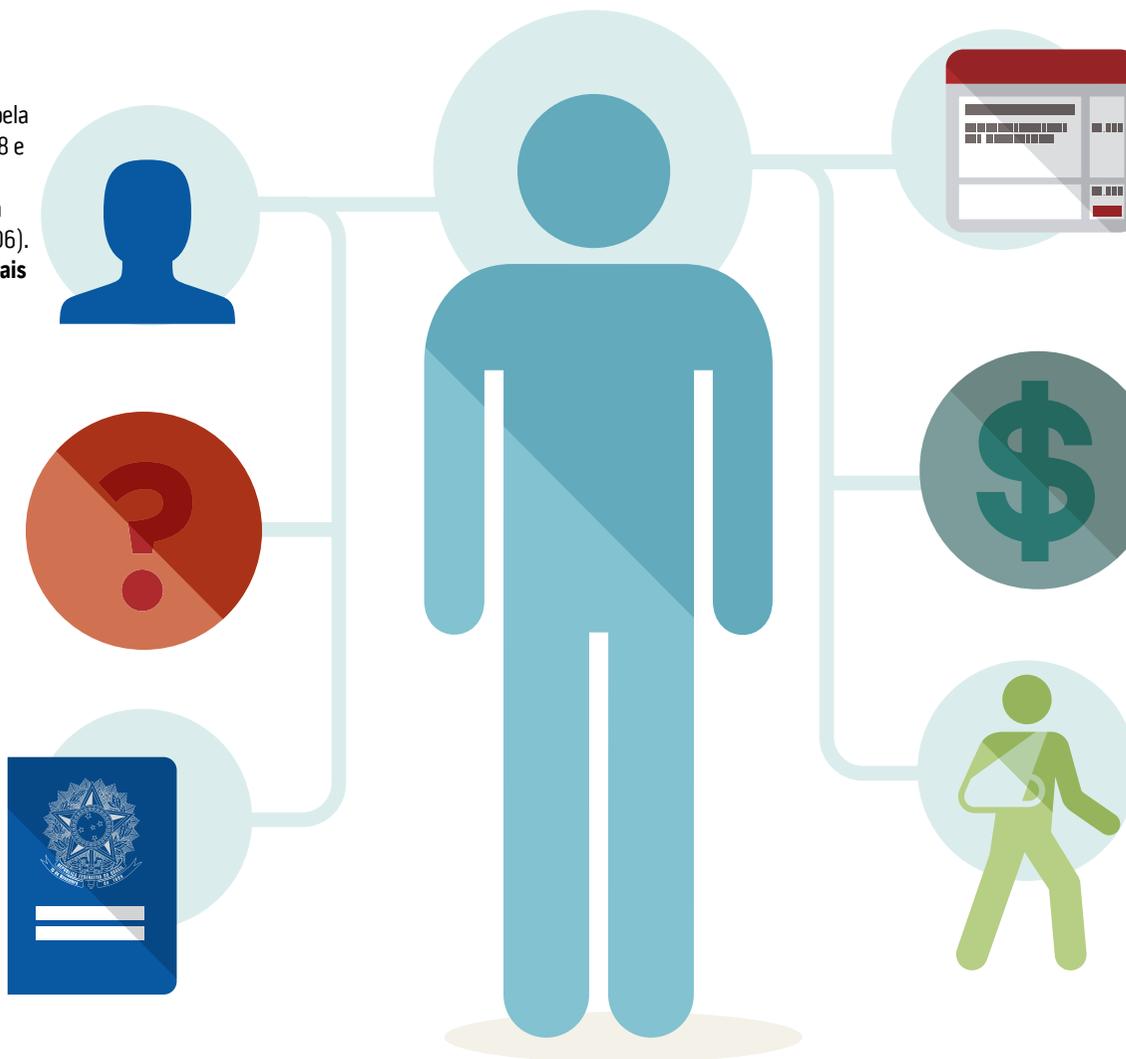
É a figura jurídica criada pela Lei Complementar 128/08 e inserida na Lei Geral da Micro e Pequena Empresa (Lei Complementar 123/06). Ela cria **condições especiais para a formalização de empreendedores** por conta própria

QUEM PODE

Empreendedores com **faturamento anual de até R\$ 60 mil**. São cerca de 470 ocupações econômicas. Eles não podem participar de outra empresa, nem ter filial

EMPREGADO

O MEI pode ter ou contratar **um empregado** que receba até um salário mínimo ou o piso da categoria



BONS NEGÓCIOS

Entre os benefícios, estão o **CNPJ** e a **emissão de nota fiscal**, que possibilita a venda para grandes empresas e para governos

QUANTO CUSTA

O MEI paga **uma taxa fixa mensal** de até: 5% do salário mínimo de INSS, mais R\$ 1,00 de ICMS se for indústria ou comércio, e/ou R\$ 5,00 de ISS se for do setor de serviços.

PREVIDÊNCIA

MEI tem direito a **aposentadoria por idade e por invalidez, auxílio-doença e salário-maternidade**. A família tem direito a pensão por morte do segurado e auxílio-reclusão. O período de carência para acesso aos benefícios previdenciários tem início a partir do efetivo pagamento da primeira contribuição sem atraso.
Mais informações: 135

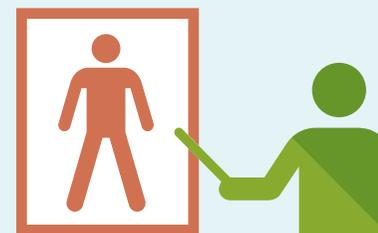
O QUE VOCÊ PRECISA
SABER PARA SER UM
MICROEMPREENDEDOR
INDIVIDUAL

SAIBA
MAIS



OBRIGAÇÕES

A contribuição deve ser paga mensalmente, até o dia 20 (após esta data de vencimento, são cobrados juros e multa). A guia de pagamento - DAS – vai ser enviado para cada MEI através do Carnê da Cidadania, mas caso não receba, deve ser impressa diretamente no Portal do Empreendedor. É preciso fazer a declaração de faturamento uma vez por ano para a Receita Federal, por meio da DASN-SIMEI. Quem tem empregado deve cumprir as obrigações trabalhistas



APOIO

O Sebrae oferece capacitação específica para auxiliar o MEI na gestão do seu negócio. São oficinas presenciais e a distância, cartilhas, audiolivros e mensagens por celular. Acesse www.sebrae.com.br/mei e conheça



ATENÇÃO

O MEI deve pagar mensalmente apenas o DAS, que passa a ser entregue por correio. Qualquer outra cobrança, feita por instituições privadas de apoio ao empreendedor, será de pagamento opcional. Dúvidas sobre o MEI ou o preenchimento de formulários: **ligue 0800 570 0800**. Dúvidas sobre os benefícios previdenciários: **ligue 135**



COMO SE FORMALIZAR

O registro é feito pelo Portal do Empreendedor
www.portaldoempreendedor.gov.br

CONHECIMENTO PARA CRESCER

Conheça as capacitações do SEI – Sebrae para Microempreendedor Individual:

SEI Unir Forças para Melhorar

Mostra as vantagens de empreender ações de forma coletiva, para aumentar a competitividade no mercado e superar desafios comuns



SEI Administrar

Ensina como planejar um negócio, melhorar os resultados, contornar e evitar problemas



SEI Vender

Trabalha os conceitos de mercado e os elementos do *marketing*, de forma integrada



SEI Empreender

Compreende os princípios, fundamentos e práticas do empreendedorismo e reflete sobre o potencial empreendedor



SEI Planejar

Contribui para a adoção de um processo de trabalho mais planejado e organizado, para aumentar desempenho e competitividade sustentável

SEI Controlar meu Dinheiro

Apresenta estratégias para o empresário fazer a análise financeira do negócio e mostra a importância do uso racional de recursos



SEI Comprar

Aborda elementos essenciais da compra e estratégias para adquirir insumos, com foco em qualidade, preços e prazos



Infográfico: Heyboo Design Studio/Anderson Araújo

SEI Crescer

Conhecer os direitos e deveres do MEI e da Microempresa; Identificar as diferenças entre o Microempreendedor Individual e a Microempresa; Avaliar a relevância das próprias competências como Empresário do seu Negócio, de modo a rever posições e predispor-se a elaborar novas ideias e atitudes para o seu crescimento; Buscar o autoconhecimento para desenvolver suas competências empreendedoras; Refletir sobre as vantagens e benefícios do MEI e da ME, bem como seus deveres legais; Aplicar as ferramentas que apoiam a tomada de decisão para crescer; Estabelecer metas para a tomada de decisão.

SEI Administrar - Kit Educativo Aprender a Empreender Serviços

Informar-se sobre aspectos básicos de empreendedorismo, mercado e finanças para planejar o próprio negócio. Refletir sobre as características essenciais aos empreendedores e predispor-se a desenvolvê-las e utilizar cada novo conhecimento como base para a tomada de decisão sobre seu empreendimento.

SEI Formar preços

Entender a maneira adequada de calcular gastos, margem de lucro e o ponto de equilíbrio operacional do negócio, para a formação de preço.

SEI Clicar

Conhecer as ferramentas fundamentais que a internet disponibiliza para a expansão do negócio, identificando entre elas a(s) mais apropriada(s) para alcançar o maior número de pessoas; Reconhecer a importância e utilizar a plataforma da internet para ampliar a comercialização de produtos e a lucratividade do negócio.



3. FIQUE POR DENTRO DO ISRC



3. FIQUE POR DENTRO DO ISRC

O REGISTRO DO CÓDIGO INTERNACIONAL FACILITA O PROCESSO DE REMUNERAÇÃO DOS PROPRIETÁRIOS DAS GRAVAÇÕES PELAS REPRODUÇÕES PÚBLICAS OU CÓPIAS PRIVADAS.

- ✓ O ISRC, ou Código Internacional de Normatização de Gravações, é um mecanismo que possibilita aos proprietários de gravações musicais fixarem um registro de identificação eletrônico em todas as suas obras. É um código alfanumérico formado por 12 caracteres. Dividido em quatro partes, o ISRC traz informações como o país de origem, o primeiro proprietário da gravação

e o ano em que ela aconteceu. Contém, ainda, um sequencial para distinguir as diferentes gravações musicais de um mesmo produtor.

Exemplo:

- BR ou BX - sigla do país em que foi gerado o registro;
- XXX - sigla de três dígitos correspondente ao código do produtor fonográfico responsável pelo ISRC;
- 10 - ano em que o ISRC foi gerado;
- 00001 - sequencial, o primeiro gerado no sistema sairá com o final 00001, os seguintes seguem a ordem 00002, 00003, e assim por diante.
- ✓ Considerado uma espécie de Cadastro de Pessoa Física (CPF) da obra, o ISRC é fundamental para que os meios de veiculação e distribuição musical reconheçam os titulares da música.

- 
- ✓ Tem como propósito permitir que os veículos de comunicação, como TVs, rádios e, inclusive, as plataformas digitais, como o YouTube e serviços de *streaming*, localizem os dados da gravação.

COMO É FEITO

O registro do IRSC é feito por meio de um *software* chamado SISRC.

Os envolvidos precisam ser filiados a uma das nove sociedades de gestão coletiva de música ligadas ao Ecad, responsável pelo controle das execuções e distribuição dos rendimentos aos autores dos fonogramas.

No *site* do Ecad¹ você tem acesso á lista com todas elas e pode escolher a mais adequada para os seus interesses.

Além dos fonogramas, a exemplos dos CDs e álbuns, o registro serve também para videofonogramas, incluindo formatos como o DVD, e deve ser único.

¹ Disponível em: <http://www.ecad.org.br/pt/Paginas/default.aspx>.

Entretanto, quando acontece de uma mesma obra possuir dois ou mais registros com datas diferentes, a que possui a data mais antiga receberá os direitos.

VANTAGENS

Com o registro no ISRC, por cada cópia privada ou reprodução pública, serão destinados os percentuais devidos pelos direitos de propriedade.

Assim, todas as pessoas com participação no fonograma são financeiramente recompensadas. Mas, é necessário inserir no sistema o nome do fonograma, além da identificação e do CPF de todos os envolvidos - autores, intérpretes, músicos e produtores fonográficos.



MAIS SOBRE O ISRC

- ✓ A leitura do código permite reconhecer os titulares e os percentuais dos direitos. A leitura é feita por equipamentos de *hardware*;
- ✓ O ISRC ajuda no combate á pirataria;
- ✓ Baixo custo e fácil implementação são duas características do ISRC, sem necessidade de investimentos extras.

SAIBA MAIS!

Mais informações sobre o ISRC e como solicitar o registro estão disponíveis no portal do Ecad:

 www.ecad.org.br/pt/Paginas/default.aspx

Para conhecer melhor a legislação, as normas para registros de direitos autorais, os valores e outras informações, acesse o *site* da Biblioteca Nacional:

 www.bn.br

O *site* da Escola Nacional de Música é outro espaço que traz informações a respeito do registro de obras musicais:

 www.musica.ufrj.br



4. PROTEJA SUA OBRA MUSICAL



4. PROTEJA SUA OBRA MUSICAL

TODO ARTISTA TEM O DIREITO SOBRE A SUA CRIAÇÃO E O USO QUE É FEITO DELA. ALÉM DO REGISTRO DOS DIREITOS AUTORAIS, É POSSÍVEL OBTER LUCRO COM AS REPRODUÇÕES.

Direitos autorais é o conjunto de normas que rege as criações artística, científica e literária, garantindo ao criador tanto os benefícios morais quanto patrimoniais de exploração da sua obra. Sobretudo no mercado musical, essa legislação é um importante instrumento para que os artistas resguardem suas produções.

Enquanto o benefício moral trata da certificação de autoria, os benefícios patrimoniais referem-se ao uso da obra em um modelo econômico.

A autoria é irrefutável e intransferível, já a utilização da obra pode ser permitida a terceiros, a exemplo de gravadoras, produtoras ou empresas de representação, mediante a cessão dos direitos.

DIREITOS

As atribuições da criação não podem ser transferidas, pois o direito autoral é exclusivo aos titulares da obra. Mas é possível realizar contratos de participação financeira. O autor pode vender, licenciar ou transferir os direitos patrimoniais de exploração comercial de sua música.



Ele também tem a liberdade de definir em quais condições o uso comercial se dará, e o desrespeito é passível de processo.

Caso seja desejo do autor, a suspensão da veiculação daquela música em meios comerciais está entre as possibilidades existentes na justiça. Além disso, o uso não autorizado pode resultar em pagamento de indenização.

REGISTRO

Registrar uma obra não é obrigatório, mas é uma maneira de assegurar o reconhecimento da autoria. Letras de músicas e partituras podem ser registradas no Escritório de Direito Autoral (EDA) da Fundação Biblioteca Nacional (FBN).

A Escola Nacional de Música também funciona como órgão de registro das obras musicais.

Outro procedimento importante é o cadastro junto ao Ecad, feito por meio de uma das nove associações de gestão coletiva musical que administram a instituição.

Todos os titulares de obras musicais e fonogramas devem se filiar a uma dessas associações, que passam a ser responsáveis pela defesa de seus direitos autorais.

COMO FAZER

Ao Ecad cabe garantir que os rendimentos de execução pública sejam devidamente destinados aos autores da obra.

A instituição existe para suprir a demanda dos profissionais e das empresas do setor musical que, em um país com as dimensões do Brasil, não têm condições de acompanhar todas as reproduções públicas das suas músicas.

O cadastro pode ser feito tanto para obras não editadas, de artistas amadores ou independentes, quanto para aquelas que são administradas por uma editora musical.

Após realizar a captação e a identificação das músicas executadas, o Ecad efetua a distribuição dos valores arrecadados.



A instituição retém 13,11% para cobrir suas despesas administrativas e, com o repasse de outros 6,89%, as associações arcam com seus custos operacionais. Os 80% restantes são destinados aos titulares das obras filiados às sociedades.

Sempre que houver parceria em determinada música, além dos títulos, devem ser previamente estabelecidos os percentuais que cada autor terá direito em cima do rendimento das execuções.

Para o caso de obras editadas, valem os percentuais acordados em contrato com a editora musical.

TRABALHO EM EQUIPE

Normalmente, a gravação de uma música exige a participação de uma extensa equipe artística. Além do cantor, há músicos, intérpretes e instrumentistas. Por isso, são essenciais os contratos formalizando como acontecerá a remuneração de cada um, que pode ser um valor específico ou a participação nos direitos autorais e de execução.

É importante observar que os rendimentos recebidos por pessoas físicas, inclusive os que decorrem de direitos autorais, como os recebidos pela execução de músicas, pela realização de *shows* e de concertos ou outras atividades artísticas semelhantes, estão sujeitos à incidência do Imposto de Renda (IR).

Para as empresas, além do IR, em muitas situações é necessário o pagamento do Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS), além de contribuições sociais, como a Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL), a Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins) e a Contribuição para o Programa de Integração Social (PIS).

As ME ou as EPP podem optar pelo Simples Nacional, regime tributário que unifica e simplifica o pagamento de uma série de tributos.



5. VENÇA A PIRATARIA



5. VENÇA A PIRATARIA

EXISTEM DIVERSOS SERVIÇOS QUE PERMITEM ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (MPE) A DISTRIBUIÇÃO E A COMERCIALIZAÇÃO DE SUAS PRODUÇÕES NA INTERNET.

No Brasil, o desrespeito aos direitos autorais ainda é recorrente em segmentos da sociedade, e a pirataria musical é um desses hábitos ilícitos de consumo. Uma mudança importante é que, a partir de agora, Grandes e Pequenas Empresas têm, na internet, meios para a distribuição das suas produções artísticas de forma igualitária.

Com os meios digitais, o acesso às produções nessa área torna-se cada vez mais amplo e fácil. Apesar de gerar novas oportunidades de negócio, essa conjuntura também favorece a pirataria *on-line*.

Qualquer pessoa com acesso á rede consegue, hoje, reproduzir e baixar gratuitamente, ou mesmo distribuir, obras artísticas protegidas por direitos autorais, tudo isso sem autorização.

Para muitos artistas em início de carreira e para os independentes, que ainda não se profissionalizaram, disponibilizar suas produções para *download* ou *streaming* aparenta ser uma boa maneira de promover seus trabalhos, conquistar o público e até buscar patrocinadores para a sua carreira.

DESAFIOS E ALTERNATIVAS

A mesma internet que cria os meios para a disseminação da pirataria também oferece modelos e ferramentas de



comercialização de músicas, os quais protegem você desse tipo de falsificação.

Já existem hoje, no Brasil, inúmeras opções de consumo musical que pagam aos proprietários das obras fonográficas e são viabilizadas pela *web*. Por exemplo, estão disponíveis serviços de venda de música por *download*, como iTunes Store e Google Play.

Há, ainda, serviços de *streaming*, como Spotify, Apple Music, Deezer, Napster, Tidal e Rdio, que funcionam em um modelo de distribuição de mídia em rede, permitindo aos usuários ouvir as produções no catálogo, sem necessidade de baixá-las.

Nessas iniciativas legais, tanto o *download* quanto a reprodução em *streaming* geram dividendos. No entanto, quem faz a entrega das músicas para esses serviços são as distribuidoras digitais. Entre elas no país estão Believe Digital, CD Baby, iMusica, ONErpm, Tratore e The Orchard.

Algumas estão voltadas para as grandes gravadoras, outras atendem, prioritariamente, aos selos e artistas independentes.

Pesquise para saber qual é a mais adequada para você. Elas cobram diferentes percentuais de administração sobre as receitas; por isso, conheça a proposta de cada uma delas para optar pela melhor.

FORMAS DE PROTEÇÃO

Outra forma de proteger-se da pirataria é criar estrutura própria para a venda das músicas, o que exige análise minuciosa.

Muitas vezes, os custos para criar e manter uma loja virtual são inviáveis para os selos de pequeno porte, no caso, o MEI, as ME e as EPP.

Essa venda direta possibilita à gravadora preservar integralmente os pagamentos feitos pelos clientes, já que não precisará pagar taxas cobradas pelas distribuidoras e pelos serviços de venda por *download*.



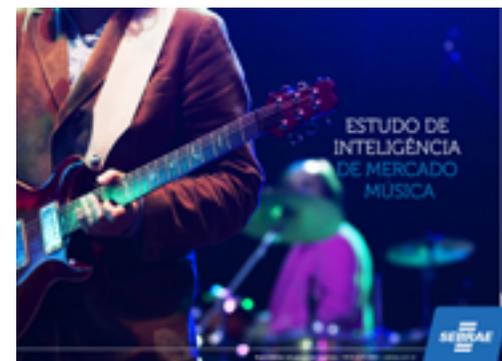
Isso também dá liberdade de definir seus preços, reajustá-los sempre que necessário ou realizar promoções.

DICAS

- ✓ Sempre que possível, informe aos consumidores sobre todos os meios para aquisição ou reprodução legal dos seus produtos fonográficos. As mídias sociais são ferramentas importantes nesse processo;
- ✓ Mesmo que possua estrutura própria, utilize também as grandes plataformas *on-line* de venda de música. Elas retêm uma porcentagem do valor, mas possibilitam o acesso ao seu conteúdo para um grande número de usuários;
- ✓ Não abra mão do *streaming*. Somente em 2014, seu crescimento no Brasil foi de mais de 50%. Quanto maior for o número de serviços em que suas músicas estão disponíveis, maior será seu potencial de retorno financeiro;
- ✓ Compartilhe suas produções musicais também no YouTube. Além de ser hoje uma das mais principais formas de divulgação artística, o *site* também paga aos proprietários por cada execução de conteúdo protegido por direito autoral.

SAIBA MAIS!

Confira o "Estudo de Inteligência de Mercado - Música", produzido pelo Sebrae, e fique por dentro do assunto



Clique na imagem para
acessar o conteúdo





6. CRIE NOVOS MODELOS DE NEGÓCIOS E PRÁTICAS PARA SEU MERCADO



6. CRIE NOVOS MODELOS DE NEGÓCIOS E PRÁTICAS PARA SEU MERCADO

COM O CRESCIMENTO DO USO DA INTERNET E DE FERRAMENTAS *ON-LINE*, O ARTISTA DEVE FICAR ATENTO A NOVOS MEIOS DE DISTRIBUIÇÃO MUSICAL.

Para quem está começando a carreira, a primeira dica é distribuir suas músicas digitalmente para as principais plataformas de vendas de *download* e *streaming*. Esses serviços impulsionam o mercado musical, ao monetizar o consumo e a reprodução *on-line*.

Além de divulgar, o artista vai receber pagamento, como no iTunes e no Google Play (pelos *downloads*) ou no Spotify, no

Napster, no Deezer e no Rdio (*streaming*). É necessário entregar as músicas a uma distribuidora digital, que será responsável pelo repasse delas a esses serviços.

Quando um trabalho é inserido na rede de *streaming*, o autor é remunerado sempre que a música for baixada ou reproduzida. Deduz-se, do total, a porcentagem cobrada pelo serviço. Podem ser acrescentadas possíveis taxas e comissões da distribuidora digital escolhida.

NO BRASIL

No país, as principais empresas voltadas para produtores e artistas independentes são: iMusica, Tratore, ONErpm, CD Baby, Believe Digital e The Orchard.

Antes de escolher uma delas, é essencial que você pesquise sobre os serviços dos quais elas são parceiras e analise os percentuais de



administração cobrados sobre as receitas de comercialização, adequando a sua expectativa de alcance e faturamento. O artista pode receber até 91% do valor pago pelas execuções.

VANTAGENS

Os grandes empreendimentos do setor musical já adaptam-se às mudanças no mercado. Mas os que mais ganham nesse novo modelo são as MPE, os selos independentes e os artistas que produzem e distribuem por conta própria.

A quebra da intermediação entre artista e público liberou o acesso do consumidor a obras que não fazem parte do acervo das gravadoras de peso e o dotou de maior poder de escolha.

Por esse motivo, é recomendável disponibilizar seu trabalho em todos os meios digitais possíveis e, também, usar as redes sociais para a comunicação com o público.

A democratização da internet possibilita ao artista não estar, necessariamente, atrelado a uma gravadora. No entanto, é importante estar ciente de que a monetização nas plataformas gratuitas, normalmente, demanda alta audiência para que se torne lucrativa.

Ainda assim, para o aumento da exposição do artista e do seu trabalho musical, as gravadoras ainda são imprescindíveis.

POSSIBILIDADES

No mundo, estima-se que cerca de metade das músicas sejam descobertas no YouTube. O artista pode aproveitar o serviço e divulgar seus vídeos, imagens de *show* e novidades sobre sua carreira.

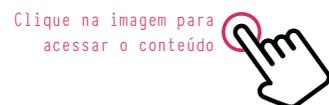
O artista precisa criar uma estratégia para o seu nicho, considerando vários fatores, que vão do gênero musical até a própria *performance*. Exemplo disso é um artista que tem um apelo visual muito grande. Nesse caso, ele deve utilizar o Instagram como plataforma para publicar seu trabalho, e não o Twitter.



Muitos artistas desconhecidos da grande mídia são sucesso em seu nicho, devido à divulgação em espaços digitais. Essa é uma das novas regras do jogo.

MAIS DICAS

- ✓ Ao associar-se a uma distribuidora, esteja atento ao formato no qual sua música deve estar. As gravações devem ser de alta qualidade e cada serviço de *streaming* tem uma exigência;
- ✓ Use as redes sociais para conhecer o seu público e entender quem é seu fã e por que ele gosta da sua música. As pessoas que ouvem música em plataformas digitais estão conectadas praticamente todo o tempo nas redes sociais.



SAIBA MAIS!

Conheça nosso boletim sobre "Os Canais de Distribuição *On-line* de Produções Artísticas".





7. PARTICIPE DOS EVENTOS QUE O MERCADO OFERECE



7. PARTICIPE DOS EVENTOS QUE O MERCADO OFERECE

PARTICIPAÇÃO EM FEIRAS NACIONAIS E INTERNACIONAIS É UM ÓTIMO MOMENTO PARA ENCONTRAR PARCEIROS E DESENVOLVER ECONOMIA CRIATIVA EM MÚSICA.

Para aproveitar ao máximo as diversas oportunidades que os eventos no setor musical apresentam, identifique qual deles está adequado ao seu perfil e prepare-se para as programações.

Feiras internacionais de negócios, por exemplo, fortalecem a área e capacitam quem deseja atuar ou já está nesse ramo, seja aquele em busca de profissionalização, seja o empresário que possui empreendimento no mercado da música.

Enquanto os artistas podem divulgar seu trabalho diretamente para os profissionais do setor, vindos de várias partes do mundo e dispostos a investir, os empreendedores têm a chance de encontrar novos parceiros para sua empresa.

Confira, a seguir, informações de participação em eventos nacionais e internacionais, lembrando que algumas feiras focam gêneros específicos.

FEIRAS DE NEGÓCIOS

As feiras de negócios costumam ser divididas em três etapas:

- ✓ *Trade show*: espaço com *stands* em que os participantes reúnem-se para discutir oportunidades de negócios;

- ✓ Conferências: nelas são debatidos temas de relevância para o setor;
- ✓ *Showcase*: local em que bandas podem fazer pequenas apresentações. É muito importante para divulgação, já que o artista mostra seu trabalho para os fãs e também para profissionais.

FEIRAS NACIONAIS

Para ficar por dentro do assunto, acompanhe agora quais são os principais eventos do setor musical no Brasil.

FESTA NACIONAL DA MÚSICA



Na cidade de Canela, no Rio Grande do Sul, a festa promove debates, apresentações musicais, rodas de som, trocas de ideias e projetos.

Clique na imagem para
acessar o conteúdo



Porto Musical



Conferência internacional de música e tecnologia realizada em Recife, com o objetivo de estimular a criação de redes de profissionais, trocar conhecimentos, fazer contatos e gerar negócios.

SIM São Paulo



Realizada desde 2013, a Semana Internacional da Música (SIM) de São Paulo é inspirada na convenção e no festival de música Mama, de Paris.

👉 EXPOMUSIC



A Feira Internacional da Música acontece em São Paulo e é uma das maiores da América Latina.

👉 FEIRA DA MÚSICA DE FORTALEZA



Acontece desde 2002. A maior parte da programação é feita no Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura.

Clique na imagem para
acessar o conteúdo



FEIRAS INTERNACIONAIS

👉 APAP



Realizada no mês de janeiro de cada ano, em Nova Iorque (Estados Unidos). É restrita aos membros da Association of Performing Arts Presenters (Apap). Para associar-se, acesse o *site* da Apap: <http://www.apapnyc.apap365.org/Pages/default.aspx>

👉 MUSIKMESSE



Sediada em Frankfurt (Alemanha), é uma feira internacional para instrumentos e produções musicais. Acontece, geralmente, em abril. Os interessados em fazer novos negócios contam com salas de reuniões exclusivas e apresentações de músicos. A feira ocorre durante quatro dias de evento.

👉 MIDEM



É realizado anualmente em Cannes (França), também durante quatro dias. Aberto para representantes de editoras, gravadoras, selos, distribuidoras e sociedades de distribuição de direitos autorais, o festival é considerado um dos maiores do mundo. Não há uma época específica para acontecer.

👉 SXSW



O destaque dessa feira são as conferências e os *showcases*, sendo uma das favoritas dos apreciadores de música, cinema e tecnologia. Acontece anualmente, no mês de março, no Texas (Estados Unidos), em datas diversas.

Clique na imagem para
acessar o conteúdo



👉 JAZZAHED!



É a melhor opção para quem trabalha com o gênero *jazz*. Em quatro dias consecutivos, em abril de cada ano, são realizadas apresentações de músicos abertas ao público e uma feira cultural em Bremen (Alemanha).

👉 WOMEX



Sempre em outubro, é promovida em cidades diferentes da Europa e tem como objetivo o fortalecimento do ramo musical. Na feira, há palestras, conferências, entrega de prêmios, exibição de filmes e mostras de trabalhos.

Os artistas que participam podem distribuir seus álbuns e fazer *networking* com os empresários e outros artistas presentes.



A Feira Internacional de Música de Buenos Aires é realizada ano a ano, geralmente em agosto. Ela é aberta para envolvidos no ramo de todos os ritmos, desde os artistas aos empresários, que podem criar redes de contato, divulgar seus trabalhos e estabelecer novas parcerias.

SAIBA MAIS!

"Participação em Feiras: como Gerenciar os Contatos Feitos".



Clique na imagem para
acessar o conteúdo





8. SAIBA COMO BUSCAR PATROCÍNIOS



8. SAIBA COMO BUSCAR PATROCÍNIOS

É POSSÍVEL REALIZAR SEUS PROJETOS MÚSICAIS COM O APOIO DE LEIS DE FOMENTO A PRODUÇÕES CULTURAIS OU A OUTRAS FORMAS DE INCENTIVO PÚBLICO OU PRIVADO.

O QUE É

Para quem deseja ter acesso a patrocínios ou pretende buscar apoio para o desenvolvimento de produções na área musical, saiba que os meios de financiamento de projetos culturais estão classificados em não reembolsáveis e reembolsáveis.

Acompanhe a seguir a diferença entre eles e confira outras informações e orientações importantes para você ficar por dentro do assunto e aproveitar todos os incentivos para o setor:

- ✓ Não reembolsáveis: quando o investidor não espera retorno da verba disponibilizada. Costuma ser realizado pelo estado em lugares de baixa renda, mantendo e promovendo instituições culturais, ou com o objetivo de estimular a participação do setor privado a investir em projetos culturais locais;
- ✓ Reembolsáveis: são as linhas de crédito e microcrédito criadas para atender especialmente à área da cultura.



INCENTIVO À CULTURA

Como exemplo de meio de financiamento não reembolsável, existe a Lei Rouanet (Lei nº. 8.313/1991), que prevê a captação de recursos para o artista ou produtor cultural. A empresa ou pessoa física que aceita investir recebe, em troca, abatimento fiscal.

Em caso de música erudita ou instrumental, todo o valor que o patrocinador investir poderá ser deduzido do IR. Já para outros projetos de música, a dedução é de 40% (doações) e 30% (patrocínios).

Com a Lei Rouanet, a captação de recursos é feita por meio de três mecanismos: o Fundo Nacional da Cultura (FNC), o Fundo de Investimento Cultural e Artístico (Ficart) e por incentivo a projetos culturais (mecenato).

Pessoas físicas e pessoas jurídicas podem aplicar parcelas do IR em doações (quando não há ação de *marketing*) ou patrocínio para projetos culturais. No entanto, esses incentivos só são concedidos a projetos culturais abertos ao público, sem distinção, ainda que pagante. Eventos privativos não podem ser contemplados.

CONVÊNIOS E EDITAIS

O FNC oferece convênios que cobrem até 80% do valor necessário para a realização do projeto, sendo que o restante deve ser financiado pelo próprio artista, produtor cultural ou idealizador do projeto.

Há, ainda, empresas que usam editais para selecionar os projetos ou artistas que irão patrocinar. Um exemplo é o "Apoio a Artistas, Grupos ou Redes Musicais", realizado pelo Programa Petrobras Cultural, com foco em música brasileira.

Cada estado pode ter suas próprias políticas culturais. Procure a Secretaria de Cultura de onde você mora e informe-se sobre os incentivos para músicos, projetos e eventos musicais.



CROWDFUNDING

O financiamento coletivo, ou *crowdfunding*, é uma das melhores formas de buscar subsídios para os seus projetos. Para isso, é importante investir no contato direto com o público, que acaba se tornando sua fonte de patrocínio.

Em troca do financiamento do seu projeto ou trabalho, o fã ou investidor recebe um brinde ou agradecimento especial de acordo com o valor doado.

Em primeiro lugar, determine o valor que será necessário para realizar seu projeto, contabilizando os itens de despesas, taxas e impostos.

Crie boa argumentação contando sua história, destacando seus diferenciais e mencionando por que o público deve dar a você esse aporte.

Escolha uma das diversas plataformas existentes para o *crowdfunding*, como Catarse, Kickante e Queremos. A partir daí, é só esperar o resultado.

COMO BUSCAR:

- ✓ Liste as empresas que mais investem em projetos musicais e fique atento aos editais e ao período em que cada uma delas costuma receber propostas;
- ✓ A internet é uma aliada, mas entre em contato direto com as empresas ou vá pessoalmente questionar como pode apresentar um projeto;
- ✓ Visite lojas de instrumentos e escolas de músicas renomadas e apresente seu trabalho. Mesmo que elas não tenham como patrociná-lo diretamente, podem aproximá-lo de patrocinadores em potencial;

- ✓ Procure conhecer a marca e identificar os pontos de seu projeto que tenham semelhança com a empresa. Pesquise quais outros artistas foram patrocinados pela empresa, para saber se o seu trabalho está de acordo com o segmento que ela busca;
- ✓ Ao apresentar seu projeto, é fundamental que você cite de maneira objetiva, realista e convincente os benefícios que a empresa terá ao patrociná-lo.

SAIBA MAIS!

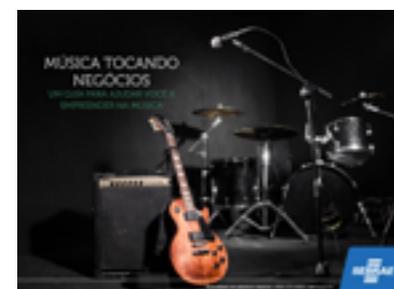
No *site* do Ministério da Cultura (MinC) você localiza a lista de todos os editais abertos.

 <http://www.cultura.gov.br/editais>

O Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) também possui programas próprios de patrocínio cultural que podem beneficiar, inclusive, MEI.

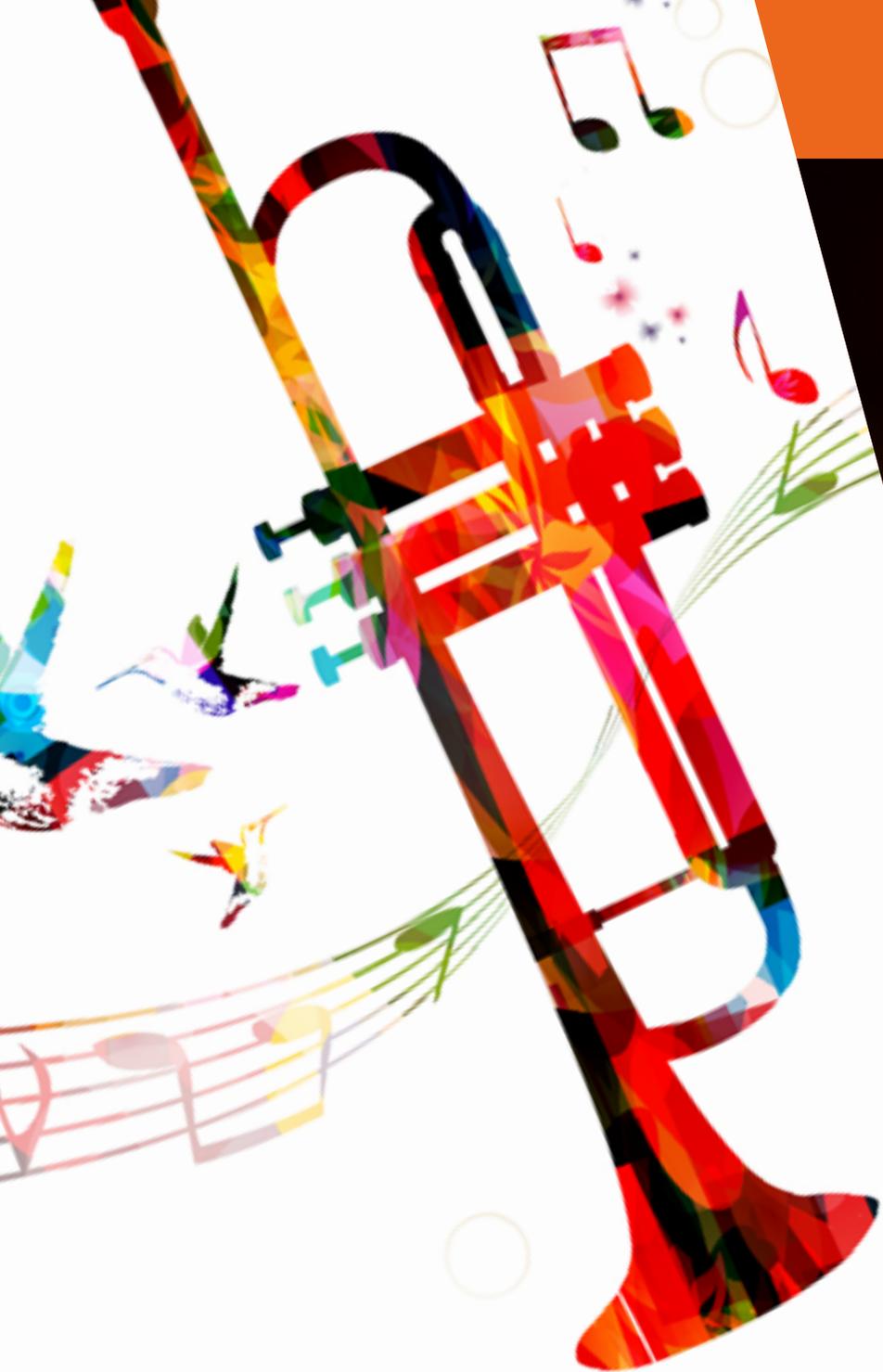
 <http://www.bndes.gov.br/patrocínio>

Consulte nossa publicação "Música Tocando Negócios" e fique por dentro das diversas profissões no setor musical.



Clique na imagem para
acessar o conteúdo





9. APRENDA A PRESTAR CONTAS DE PROJETOS CULTURAIS



9. APRENDA A PRESTAR CONTAS DE PROJETOS CULTURAIS

CONHECENDO BEM A ESTRUTURA DAS PROPOSTAS E DOS INCENTIVOS, É POSSÍVEL TER ACESSO A DIVERSOS INSTRUMENTOS DE FOMENTO PARA O MEIO MUSICAL.

A produção cultural não é finalizada com a concepção, sobretudo na área da música. As ideias precisam ser colocadas em prática, mas há situações nas quais os artistas não têm recursos financeiros para levar adiante sua criação. Por isso, é preciso estar atento aos mecanismos de financiamento disponíveis em todo o país.

Atualmente, o governo federal viabiliza uma série de modelos de incentivo aos trabalhos artísticos nos diversos níveis. Nesse caso, o fomento direto deixou de ser a única alternativa.

Com as leis de incentivo à cultura, o acesso às verbas para a criação de produtos culturais no setor musical está cada vez mais democrático.

Hoje, o empreendedor do Pequeno Negócio de economia criativa pode desenvolver projetos e apresentá-los em editais de apoio à produção. A gravação de álbuns e a circulação de espetáculos musicais estão entre as possibilidades.

MODELOS

Os fundos públicos estão entre as formas de apoio à produção cultural. Nesse modelo, o



MinC e as secretarias ou fundações estaduais e municipais de cultura lançam editais públicos para que os interessados concorram ao financiamento. Nesse caso, é a fundo perdido.

Já o modelo misto é viabilizado por leis de incentivo à cultura, a exemplo da Lei Rouanet. Elas permitem que empresas públicas, privadas ou mistas sejam beneficiadas por renúncias fiscais para selecionarem projetos que serão apoiados financeiramente, por meio de doações ou patrocínios.

COMO FAZER

Para inscrever-se em qualquer edital, o proponente deve comprovar que está habilitado. Por isso, o primeiro passo é analisar minuciosamente o documento. É preciso saber se ele é aplicável à sua área de atuação.

Para evitar eliminação automática, todas as exigências de inscrição devem ser rigorosamente cumpridas, incluindo o prazo e a entrega dos documentos solicitados.

Quanto ao projeto, é essencial que seja escrito de forma objetiva e que deixe bastante claro quais são o foco, a finalidade e os resultados esperados.

Fique atento ao fato de que, após a entrega, raramente é possível alterá-lo ou complementá-lo.

PASSO A PASSO

No campo "objetivo geral" você deve especificar qual é o produto final, seu local e quem são os responsáveis por ele, além do tempo necessário para a realização. Em "objetivos específicos", é necessário listar as atividades que permitirão alcançar o objetivo principal.

As razões para que o projeto seja realizado são apresentadas na "justificativa". O que favorece a execução? O que diferencia a proposta?



Quanto mais atributos e méritos forem apresentados, melhor.

Em "material-base do bem cultural", coloque um esboço do produto, como as letras ou partituras das músicas a serem gravadas, o roteiro do espetáculo, entre outros.

Já a "estratégia de ação" ou "memorial descritivo" vai delinear as etapas do projeto, incluindo, cronologicamente, todas as atividades necessárias.

Dividindo as ações nas fases de pré-produção, produção e pós-produção, o "cronograma de execução" vai expor o calendário de realização do projeto. Uma tabela relacionando todos os recursos financeiros necessários deve ser incluída no campo "orçamento".

Informações sobre o bem cultural, como espetáculos e apresentações, ou a tiragem e a distribuição de produtos tangíveis, no caso de CDs, por exemplo, vêm no "plano de divulgação". Da mesma forma, as peças gráficas e os serviços de divulgação.

PRESTAÇÃO DE CONTAS

Com o término da vigência do projeto, é preciso comprovar tudo aquilo que foi realizado. Normalmente, isso deve ser feito em um prazo de 30 dias. A prestação de contas diz respeito à execução e aos recursos utilizados.

Para demonstrar a correta realização do produto ou da ação cultural, devem ser apresentados itens como o registro audiovisual e fotográfico das ações e os exemplares das peças gráficas de divulgação.

Para eventos públicos, pode ser necessário provar que eles possuíam acessibilidade para pessoas com deficiência e que se buscou a redução dos impactos ambientais. Há, ainda, a exigência de declarações do recebimento das doações de ingressos.

Também é preciso evidenciar que a planilha orçamentária do projeto foi seguida. Por isso, são cobrados todos os extratos bancários, a partir da abertura da conta até o fim do projeto. Cópias de cheques, recibos e notas fiscais irão comprovar os pagamentos realizados.

SAIBA MAIS!

Confira a publicação "Projetos Culturais: como Elaborar, Executar e Prestar Contas" realizada em parceria com o Instituto Alvorada Brasil.



DICAS

- ✓ Confira toda a documentação e revise bem o texto antes de enviar o projeto. Quando ficar com alguma dúvida a respeito do edital, entre em contato com a comissão organizadora;
- ✓ Pense na prestação de contas, desde o início da execução do projeto;
- ✓ Examine outros projetos da área que são ou já foram incentivados. Analisá-los pode ser interessante para perceber o que órgãos e empresas à frente dos editais costumam buscar.
- ✓ No *site* Mapa de Financiamento de Projetos Culturais estão reunidos dados do MinC, das secretarias estaduais e municipais da área e de outras instituições públicas de políticas de apoio e fomento à cultura.

Os usuários podem fazer buscas com o cruzamento de várias informações, além de acessar dados individuais sobre cada projeto.

Clique na imagem para
acessar o conteúdo





10. FIQUE ATENTO ÀS NOVIDADES DO SETOR

10. FIQUE ATENTO ÀS NOVIDADES DO SETOR

O PROCESSO DE APRENDIZADO É CONTÍNUO E O EMPREENDEDOR TEM QUE SE MANTER ATUALIZADO PARA MODELAR SEU NEGÓCIO DE ACORDO COM AS TENDÊNCIAS DE MERCADO. ESTABELECEER UMA TRILHA DE CONHECIMENTO É FUNDAMENTAL PARA O SUCESSO DA CARREIRA E O SEBRAE APRESENTA UM PORTFÓLIO DE CONTEÚDOS ESPECÍFICOS PARA A ATIVIDADE EMPRESARIAL VOLTADA AO SEGMENTO DA MÚSICA. CONFIRA!

- Também não se esqueça de nos acompanhar nas redes sociais e acessar nossas publicações.



Clique na imagem para
acessar o conteúdo





👉 Cartilha - Projetos Culturais: como Elaborar, Executar e Prestar Contas



👉 Catálogo do Mecenato



👉 Cartilha - Mecanismos de Fomento à Cultura



👉 Guia - Empreendedorismo Criativo



👉 Música Tocando Negócios



👉 Estudo de Inteligência de Mercado - Música

Clique na imagem para acessar o conteúdo





0800 570 0800 / sebrae.com.br