



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
CAMPUS JOÃO PESSOA
DIRETORIA DE ENSINO SUPERIOR
UNIDADE ACADÊMICA DE GESTÃO E NEGÓCIOS
CURSO SUPERIOR DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

Aluno(a):

Gyanne Dayse Olimpico Santos

EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE CARREIRA NA INDÚSTRIA MUSICAL

**João Pessoa-PB
2025**

Aluno(a): Gyanne Dayse Olimpio Santos

EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE CARREIRA NA INDÚSTRIA MUSICAL



TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), curso Superior de Bacharelado em Administração, como requisito institucional para a obtenção do Grau de Bacharel(a) em **ADMINISTRAÇÃO**.

Orientador: Dr. Odilon Saturnino Silva Neto

**JOÃO PESSOA-PB
2025**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Biblioteca Nilo Peçanha do IFPB, *Campus* João Pessoa

S237e	Santos, Gyanne Dayse Olimpio. Empreendedorismo e gestão de carreira na indústria musical / Gyanne Dayse Olimpio Santos. – 2025. 81 f. : il. TCC (Graduação – Curso Superior de Bacharelado em Administração) – Instituto Federal de Educação da Paraíba / Unidade Acadêmica de Gestão e Negócios, 2025. Orientação: Prof ^o Dr. Odilon Saturnino Silva Neto. 1. Gestão financeira. 2. Gestão de carreira. 3. Empreendedorismo, 4. Música. 5. Indústria musical. I. Título. CDU 658.15:78 (043)
-------	--

Bibliotecária responsável: Lucrecia Camilo de Lima – CRB 15/132

 INSTITUTO FEDERAL Paraíba	CAMPUS JOÃO PESSOA COORDENAÇÃO DO CURSO SUPERIOR DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO - CAMPUS JOÃO PESSOA
---	--

AVALIAÇÃO 54/2025 - CCSBA/UA5/UA/DDE/DG/JP/REITORIA/IFPB

Em 25 de agosto de 2025.

FOLHA DE APROVAÇÃO

GYANNE DAYSE OLIMPIO SANTOS

Matrícula 20182460051

EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE CARREIRA NA INDÚSTRIA MUSICAL

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO apresentado em **20/08/2025** no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), Curso Superior de Bacharelado em Administração, como requisito institucional para a obtenção do Grau de Bacharel(a) em **ADMINISTRAÇÃO**.

Resultado: APROVADO

João Pessoa, 20 de agosto de 2025.

BANCA EXAMINADORA:

(assinaturas eletrônicas via SUAP)

Odilon Saturnino Silva Neto (IFPB)

Orientador(a)

Andreia Cavalcanti de Oliveira (IFPB)

Examinador(a) interno(a)

Robson Oliveira Lima (IFPB)

Examinador(a) interno(a)

Documento assinado eletronicamente por:

- **Odilon Sacramento Silva Neto**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 25/08/2025 09:05:49.
- **Andreia Covalcanti de Oliveira**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 25/08/2025 09:07:38.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 20/08/2025. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código: 752222
Verificador: 5999279595
Código de Autenticação:



NOSSA MISSÃO: Ofertar a educação profissional, tecnológica e humanística em todos os seus níveis e modalidades por meio do Ensino, da Pesquisa e da Extensão, na perspectiva de contribuir na formação de cidadãos para atuarem no mundo do trabalho e na construção de uma sociedade inclusiva, justa, sustentável e democrática.

VALORES E PRINCÍPIOS: Ética, Desenvolvimento Humano, Inovação, Qualidade e Excelência, Transparência, Respeito, Compromisso Social e Ambiental.

"Não pense que o mundo acaba

Ali onde a vista alcança [...]"

MONTENEGRO, Oswaldo. **Mudar dói, mas não mudar dói muito**. 2001.

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar a importância da gestão de carreira para empreendedores do setor musical, com foco no desenvolvimento de estratégias e aplicação de instrumentos financeiros, como o fluxo de caixa. A pesquisa caracteriza-se como exploratória e aplicada, com abordagem qualiquantitativa, em que o levantamento de dados deu-se por meio de formulário *online*, com o auxílio da plataforma *google forms*, e análise documental, tendo como objeto de estudo músicos paraibanos. Os resultados indicam que embora os artistas reconheçam a relevância do controle financeiro e do planejamento de carreira, muitos ainda encontram dificuldades em conciliar tais práticas com as demandas da atividade musical. Constata-se que a ausência de estratégias de gestão pode comprometer a sustentabilidade dos empreendimentos na indústria musical, tornando essencial a adoção de ferramentas como o fluxo de caixa, fundos de emergência e a diversificação de fontes de renda. Conclui-se que torna-se um diferencial competitivo a integração entre gestão de carreira e gestão financeira somada ao espírito empreendedor que é capaz de fortalecer a atuação do músico no cenário atual, além de ampliar as oportunidades e recursos.

Palavras-chave: gestão financeira. gestão de carreira. empreendedorismo. música. indústria musical.

ABSTRACT

This study aims to analyze the importance of career management for entrepreneurs in the music industry, focusing on the development of strategies and the application of financial instruments, such as cash flow. The research is exploratory and applied, with a qualitative-quantitative approach, in which data was collected through an online form, with the help of the Google Forms platform, and document analysis, with musicians from Paraíba as the object of study. The results indicate that although artists recognize the relevance of financial control and career planning, many still find it difficult to reconcile such practices with the demands of musical activity. It is clear that the absence of management strategies can compromise the sustainability of ventures in the music industry, making it essential to adopt tools such as cash flow, emergency funds, and diversification of income sources. It is concluded that the integration of career management and financial management, combined with an entrepreneurial spirit, becomes a competitive advantage that can strengthen the musician's performance in the current scenario, in addition to expanding opportunities and resources.

Keywords: financial management. career management. entrepreneurship. music. music industry.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 01	“Empreendedores Nascentes” e “Novos” por necessidade (%).....	23
FIGURA 02	Local de Registro e Documento de Constituição por Natureza.....	26
FIGURA 03	Matriz SWOT.....	29

LISTA DE QUADROS

QUADRO 01	Desenvolvimento da Indústria Musical.....	17
QUADRO 02	Demonstração de Fluxo de Caixa.....	35
QUADRO 03	Análise do desempenho financeiro.....	36
QUADRO 04	Ocupação.....	43
QUADRO 05	Equilíbrio Entre Mais De Uma Atividade Econômica.....	44
QUADRO 06	Análise de Mercado na Visão dos Participantes.....	52
QUADRO 07	Maiores Desafios como Empreendedor.....	53
QUADRO 08	Importância Atribuída às informações financeiras.....	57

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 01	Estado Civil.....	40
GRÁFICO 02	Gênero.....	40
GRÁFICO 03	Grau de Instrução.....	41
GRÁFICO 04	Renda Familiar Mensal.....	41
GRÁFICO 05	Porte do Empreendimento.....	46
GRÁFICO 06	Atividades Econômicas.....	46
GRÁFICO 07	Tempo de Atuação.....	47
GRÁFICO 08	Número de colaboradores.....	48
GRÁFICO 09	Recursos gerados com a atividade musical.....	49
GRÁFICO 10	Principais Fontes de Receita.....	49

GRÁFICO 11	Grau de Satisfação.....	50
GRÁFICO 12	Frequência de Reuniões de Planejamento.....	51
GRÁFICO 13	Análise do Ambiente (Ferramenta SWOT).....	51
GRÁFICO 14	Nível de Conhecimento sobre Finanças.....	54
GRÁFICO 15	Contas Separadas.....	55
GRÁFICO 16	Processamento das Informações Financeiras.....	56

LISTA DE TABELAS

TABELA 01	Faixa etária.....	42
------------------	-------------------	----

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	12
2	OBJETIVOS.....	14
2.1	Objetivo Geral.....	14
2.2	Objetivos Específicos.....	14
3	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	13
3.1	Principais Marcos Evolutivos Da Indústria Musical.....	16
3.2	Autorresponsabilidade Artística.....	19
3.3	Empreendedorismo na Indústria Musical.....	22
3.4	Formalização.....	25
3.5	Planejamento Estratégico.....	27
3.5.1	Processo Estratégico.....	28
3.6	Gestão Financeira.....	31
3.6.1	Conceitos Básicos.....	32
3.7	Desempenho Financeiro.....	33
3.7.1	Fluxo De Caixa.....	34
4	METODOLOGIA DA PESQUISA.....	37
4.1	Caracterização Da Pesquisa.....	37
4.2	Universo, Amostragem E Amostra.....	37
4.3	Instrumento De Coleta De Dados.....	38
4.4	Perspectiva De Análise De Dados.....	39
5	ANÁLISE DE DADOS	40
5.1	Perfil Socioeconômico.....	40
5.2	Perfil Do Empreendimento/Negócios.....	45
5.3	Finanças.....	54
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	61
7	REFERÊNCIAS.....	63
8	ANEXOS.....	65

1 INTRODUÇÃO

“A música é uma expressão artística que transcende. Está presente nas mais diversas áreas da nossa vida. A música eleva o sentimento humano, invoca lembrança, produz sonhos, suprime a dor e liberta” (Silveira; Ribeiro, 2012, p. 2).

A indústria musical expandiu-se ao longo dos anos e, segundo Anderson (2006, apud Salazar, 2015), “o negócio da música é composto por milhares de nichos de mercado. Dispõe de oportunidades de trabalho para todos, desde a organização multinacional ao músico independente”.

No entanto, assim como em qualquer atividade econômica, existem muitos riscos. Há necessidade de o músico diferenciar-se dentre os conhecimentos teóricos, habilidades técnicas e seu posicionamento diante das rápidas mudanças para se destacar no mercado.

Nota-se que o empreendedorismo vem sendo cada vez mais debatido e difundido no meio acadêmico. Tem-se buscado explorar essa atividade de suma importância para o desenvolvimento econômico.

O empreendedorismo pode ser definido como:

Processo de criar algo diferente e com valor, dedicando o tempo e o esforço necessário, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal. Hisrich & Peter (2004, apud Baggio Adelar; Baggio Daniel, 2014, p. 27).

Para os músicos que são empreendedores ou visam empreender, objeto de estudo do presente trabalho, o negócio apresenta mais um desafio: obter conhecimento sobre o processo administrativo. Envolve as funções do administrador, as seguintes atividades gerenciais, Planejar, Organizar, Liderar, Executar e Controlar, descritas por Fayol (1975, apud Maximiano, 2015).

Muitos músicos ficam estagnados, não conseguem progredir em suas carreiras por não dispor do conhecimento de instrumentos que os auxiliem a conduzir e alavancar os negócios. Uns não reconhecem a importância das ferramentas administrativas e financeiras, outros apresentam dificuldades para compreendê-las. Porém, como afirma Salazar (2015, p. 176), "CARREIRA MUSICAL = TALENTO + GESTÃO. Talento sem gestão é apenas diversão."

Destarte, pode-se citar como peças dessa engrenagem, o plano de negócios, que contém, entre outros aspectos essenciais, o fluxo de caixa, as demonstrações financeiras, que ao serem desenvolvidos proporcionam caminhos estruturados, assegurando o equilíbrio financeiro. Além de pagamentos das despesas básicas, obrigatórias, irá dispor de capital suficiente para realizar possíveis investimentos e valorizar seu patrimônio.

“A música é um bom negócio. O problema é que o músico é quem menos ganha com a sua música” (Salazar, 2015). Tendo em vista o competitivo mercado musical, o músico/empreendedor precisa estar atento às oportunidades, “precisam perceber que a administração financeira não é tão difícil quanto parece ser. Precisam habituar-se a ela e abraçá-la porque essa área é um dos principais fatores que contribuem para o sucesso empresarial” (Rogers, 2011, p. 22).

O setor musical não possui um mapeamento de carreira específico que irá conduzir o músico após chegar a um determinado nível técnico, sendo necessário que o mesmo desenvolva outras habilidades e conhecimentos, adquirindo a capacidade de divulgar, vender e produzir seus projetos de forma profissional, levando em consideração, principalmente, o novo cenário musical, em que não há gravadoras para impulsionar sua carreira como em anos anteriores.

Buscando compreender este campo de mudanças, oportunidades, demandando moldar-se ao mercado, a presente pesquisa busca responder à seguinte problemática: **Quais estratégias e instrumentos financeiros o músico/empreendedor pode adotar para realizar a promoção da sua carreira?**

Tendo em vista a crescente quantidade de artistas do setor musical e que poucos atingem seus objetivos, pretende-se, com este trabalho, ajudá-los a agregar conhecimento, de uma forma sucinta, porém, possível de norteá-los. Como também, de contribuir para a divulgação da cultura empreendedora, incentivando o artista a gerir a própria carreira de forma eficiente e sustentável, enriquecendo o acervo acadêmico e viabilizando pesquisas futuras sobre o tema.

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral

Descrever o perfil de profissionais do setor musical com foco na gestão de carreira e aplicação de instrumentos financeiros.

2.2 Objetivos Específicos

- Revisar a literatura das seguintes temáticas: Indústria Musical, Empreendedorismo, Gestão de Carreira e Gestão Financeira;
- Analisar a cultura empreendedora na indústria musical;
- Levantar informações sobre gestão de carreira e finanças voltadas para o músico empreendedor;
- Propor estratégias e principais instrumentos financeiros que possibilitem o desenvolvimento sustentável da carreira musical.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A indústria musical tem trilhado um caminho de constantes mudanças e transformações significativas, principalmente, com o advento da tecnologia. Modificando a forma de produção, comercialização e consumo. Um setor muito dinâmico.

Paschoal Bona (2002, apud Silveira; Ribeiro, 2012), define a música como “a arte de manifestar os diversos afetos de nossa alma mediante o som”. Tudo pode ser música. Temos infinitas possibilidades de criação, execução e audição musical, o que resulta em diferentes formas de interpretação, apreciação, sentimento, pensamento e importância.

A trajetória de um músico é conduzida dando ênfase aos aspectos técnicos, a performance, e assim, transmitindo a visão de que é suficiente dispor de uma excelente prática instrumental para desenvolver uma carreira sustentável, porém não garante a inserção e manutenção do músico no mercado de trabalho, mas que também “Não existe resposta certa para essa equação, e sim toda uma gestão dessa carreira para que alcancem os objetivos propostos [...]” (Melo; Vital, 2020).

Observa-se vários obstáculos, em que pode-se citar, dentre eles, a dificuldade em determinar o preço do próprio trabalho, sem perder valor. “[...] enquanto alguns músicos constroem fortunas, outros parecem não conseguir lidar muito bem com os aspectos pecuniários do trabalho musical (para além da gestão)” (Almeida, 2018).

Nota-se, ao longo do tempo, que o artista tem assumido, diante das circunstâncias, avanços tecnológicos e da pouquidade de gravadoras e produtores que atuem na promoção do artista no mercado, a responsabilidade de gerir a própria carreira, desempenhando diversas funções. Necessitando estar em constante movimento e atualização, buscando, como também, criando as melhores condições e estratégias.

“[...] A tecnologia, as redes sociais e os serviços de *streaming*, como *YouTube* e o *Spotify*, permitiram que os próprios artistas passassem a produzir e distribuir seu próprio conteúdo a custos muito mais baixos” (Ferrari, 2019).

3.1 PRINCIPAIS MARCOS EVOLUTIVOS DA INDÚSTRIA MUSICAL NO BRASIL

O primeiro movimento foi de iniciativa de um imigrante tcheco, A Casa Edison. O primeiro estúdio de gravação, aberto em 1900, por Frederico Figner, no Rio de Janeiro. A partir do fonógrafo (fonos-graphos: escrita do som) foi possível gravar e reproduzir os sons através de cilindros giratórios.

Segundo Salazar (2015),

Até então, os músicos brasileiros só podiam se apresentar ao vivo ou comercializar suas obras musicais através de partituras impressas. Foi uma verdadeira revolução, o primeiro grande impacto causado por uma mudança tecnológica na maneira como a música era produzida, comercializada e consumida no Brasil.

Mais um passo importante, dado por Fred Figner, foi a instalação da primeira fábrica de discos, a Odeon, em 1913. “O processo industrial era completo, da gravação da obra musical até a prensagem dos álbuns e a impressão das capas.” (SALAZAR, 2015). Ao longo desse processo o mercado fonográfico passou por várias transformações e adaptações.

“No período de 1930 a 1960, o número de fábricas de discos no Brasil passou de três (Odeon, Columbia e RCA Victor) para mais de 150.” (SALAZAR, 2015). E com as gravadoras não foi diferente.

O segundo momento, na década de 80, é marcado pelo surgimento de uma nova mídia, o CD (Compact Disc).

[...] com capacidade de armazenamento de até 80 minutos de gravação, tamanho menor (12cm de diâmetro) e processamento de informações a laser através de aparelhos menores e portáteis, fato que fez o LP parecer obsoleto, a ponto de quase ser extinto no Brasil (a última grande gravadora deixou de produzir LPs em 1998, então todas as fábricas de vinis fecharam as portas, até a reabertura da fábrica de discos Polysom, em 2009, em Belford Roxo, no Rio de Janeiro). (SALAZAR, 2015).

Outro grande impacto, no século XX, foi o surgimento do Napster e a tecnologia P2P (*Peer to Peer*) possibilitando a distribuição e compartilhamento de músicas em MP3, um novo formato digital. Segundo Salazar (2015), em 2001 alcançou um pico de oito milhões de usuários conectados diariamente. Porém, no mesmo ano, a rede foi desligada por estar distribuindo conteúdos protegidos por direito autoral sem as devidas autorizações, perdendo na justiça contra várias companhias fonográficas.

Um quarto momento que também pode-se citar, de grande importância, é o impacto proporcionado pela empresa Apple. Através do lançamento, em 2001, do iPod, um tocador de áudio digital com slogan “mil músicas no seu bolso” e, em seguida, no ano de 2003, lançou o serviço de venda *online* de música e vídeo, o *iTunes Store*, complementando com o slogan “tudo que você precisa para se divertir”.

Em dezembro de 2011, o serviço começou a operar no Brasil, impulsionando o mercado musical brasileiro para o século XXI através dos formatos digitais e de seus novos modelos de negócios. (Salazar, 2015).

Segundo Tschmuck (2003, apud Kikko, 2012), o desenvolvimento da indústria musical pode ser descrito a partir de dois cenários, observando algumas principais variáveis dispostas na tabela abaixo:

Quadro 01 - Desenvolvimento da Indústria Musical

Variáveis	Cenário A	Cenário B
Leis	As leis que protegem os direitos autorais serão mais rígidas, ao ponto que a cópia e o compartilhamento privado serão proibidos	As leis de direito autorais não serão eficazmente monitoradas ou aplicadas na internet
Tecnologia	A banda larga da internet não crescerá de forma dramática	Desenvolvimentos tecnológicos se tornarão acessíveis para a maioria dos usuários da internet

Continua

Continuação

Variáveis	Cenário A	Cenário B
Mercado	A taxa de crescimento das vendas se estagnará nos níveis atuais	Haverá um aumento dramático na taxa de crescimento das vendas
Estrutura da Indústria	A indústria da música será dominada por três a cinco grandes empresas, ou seja será altamente concentrada	A indústria será muito competitiva e diversificada. Pequenas e médias empresas na internet moldarão a estrutura da indústria
Estrutura Organizacional	O grau de integração vertical e horizontal será alto; As estruturas de informação e decisão serão altamente hierarquizadas e burocráticas;	As gravadoras se especializarão na distribuição de música digital; A hierarquia dentro das empresas será pequena;
Carreira	Os artistas se tornarão ainda mais dependentes das gravadoras	Os artistas não serão mais obrigados a contratos de exclusividade. Serão livres para disponibilizar sua música em diferentes plataformas da internet

Fonte: Tschmuck, 2003, p.137 (apud Kikko, 2012)

As transformações [...] alteraram as atividades das indústrias musicais e suas relações com os consumidores. A evolução tecnológica permitiu que qualquer pessoa com alguns recursos e conhecimento realizasse a distribuição da gravação musical sem a intermediação e o controle da indústria fonográfica. (Maudonnet, 2015).

Com essa facilidade de disseminação de conteúdo por meio da alta velocidade de transmissão na internet, a digitalização das gravações em arquivos comprimidos de áudio, como o mp3, e os *softwares* de compartilhamento de arquivos, fez com que a venda física de CDs entrasse em declínio e houvesse, cada vez mais, a introdução das lojas de venda *online* e muito mais.

3.2 AUTORRESPONSABILIDADE ARTÍSTICA

“A internet, por meio de suas redes sociais e seus serviços de vídeo, tornou-se uma grande ferramenta de promoção e distribuição das indústrias musicais.” (Maudonnet, 2015). Neste contexto pode-se perceber mudanças significativas na profissão de músico, principalmente, relacionadas a remuneração e desenvolvimento da sua carreira.

O indivíduo assume, cada vez mais, um papel importantíssimo de responsabilidade na gestão da sua própria carreira (Arnold, 1997 apud Melo; Vital, 2020). Observa-se no ambiente organizacional o dinamismo como característica. Necessita do artista flexibilidade e agilidade, o que torna o desenvolvimento das suas habilidades um determinante para a independência profissional, tendo em vista o quanto o mercado musical está competitivo neste contexto de transformações.

Hoje pode-se perceber que o crescimento do artista se dá de maneira horizontal, em que a sua evolução e amadurecimento consiste, na maioria das vezes, em trafegar por diversas funções e segmentos.

Segundo Salazar (2015), [...] as oportunidades de negócio estão distribuídas em 14 atividades econômicas, identificadas segundo a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), diretamente relacionadas com a indústria [...]:

- a) Reprodução de som em qualquer suporte;
- b) Fabricação de instrumentos musicais, peças e acessórios;
- c) Comércio varejista especializado em instrumentos musicais e acessórios;
- d) Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas;
- e) Gravação de som e edição de música;
- f) Atividade de rádio;
- g) Portais e provedores de conteúdo na internet;
- h) Agenciamento e empresariamento artístico;
- i) Ensino de música;

- j) Produção musical;
- k) Atividade de sonorização e de iluminação;
- l) Espetáculos artísticos e eventos culturais;
- m) Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas;
- n) Discotecas, danceterias, salões de dança e similares.

A estratégia para o artista manter-se atuante no mercado é oferecer diversos serviços, ser um profissional multifuncional. Percebe-se que a estabilidade na carreira vem sendo adquirida a partir da motivação determinada pelo conhecimento, visto que a concepção dos artistas relacionada a sua própria carreira vai além da visão socioeconômica.

A partir de um planejamento alinhado com suas expectativas, competências, aptidões e preferências de ordem pessoais, o profissional tem em suas mãos a condução de sua carreira, e, diferentemente do senso comum, voltada para si como um todo: O alinhamento da carreira com os elementos familiares, individuais e profissionais na composição de seu trabalho, que por sua vez, transcende o emprego. (ALVES, 2012).

Segundo Dutra (2002, apud ALVES, 2012), em sua obra sobre carreiras [...] coloca a necessidade da manutenção da carreira neste formato e os passos para a construção de um projeto profissional, descritos a seguir:

1. Autoconhecimento;
2. Conhecimento do mercado;
3. Objetivos da carreira;
4. Estratégias da carreira;
5. Plano de ação;
6. Acompanhamento do plano.

Ainda em estudos anteriores, como dos autores London e Stumph (1989, apud Alves, 2012), afirmavam que o planejamento de carreira depende de três pilares de responsabilidade do indivíduo:

1. Autoavaliação: Avaliação de qualidades, interesses e potencial;
2. Estabelecimento de objetivos de carreira: baseando-se na autoavaliação e na avaliação de mercado;
3. Implementação do plano de carreira: obtenção da capacitação e experiências profissionais para aumento da competitividade e atingir metas.

Reforça-se: O sucesso de sua carreira está diretamente alinhado ao desenvolvimento das suas habilidades e competências determinando os contornos da sua caminhada profissional.

Dutra (2004, p.35 apud ALVES, 2012) afirma que “os grandes avanços vieram quando passou-se a utilizar (...) o conceito de competência como entrega e agregação de valor, e a ele incorporamos conceitos complementares: o de complexidade e espaço ocupacional”.

O profissional do campo das artes possui proficiência em sua atividade, decidindo e manipulando de forma isolada e autônoma, desde a seleção da matéria prima necessária para seu trabalho, até a avaliação do produto final. (ALVES, 2012).

Embora, muitas vezes, negligenciada. O artista detém de forma plena a gestão de sua carreira. Dispõe de todo aparato para sua manutenção no mercado, porém, na maioria das vezes, dispensa ter uma visão holística do seu projeto e de suas competências.

As recentes mudanças na dinâmica do mercado de trabalho e nas qualificações profissionais têm favorecido a disseminação de um discurso que enfatiza a importância da educação empreendedora [...]. (COLBARI, 2006).

O fato do mercado musical deter alta competitividade e diversidade é crucial para o artista estar a frente dos demais e a partir de um estudo, de um planejamento, reduz significativamente os riscos, obtém a percepção de nichos de mercado e garante segurança ao seu negócio.

3.3 EMPREENDEDORISMO NA INDÚSTRIA MUSICAL

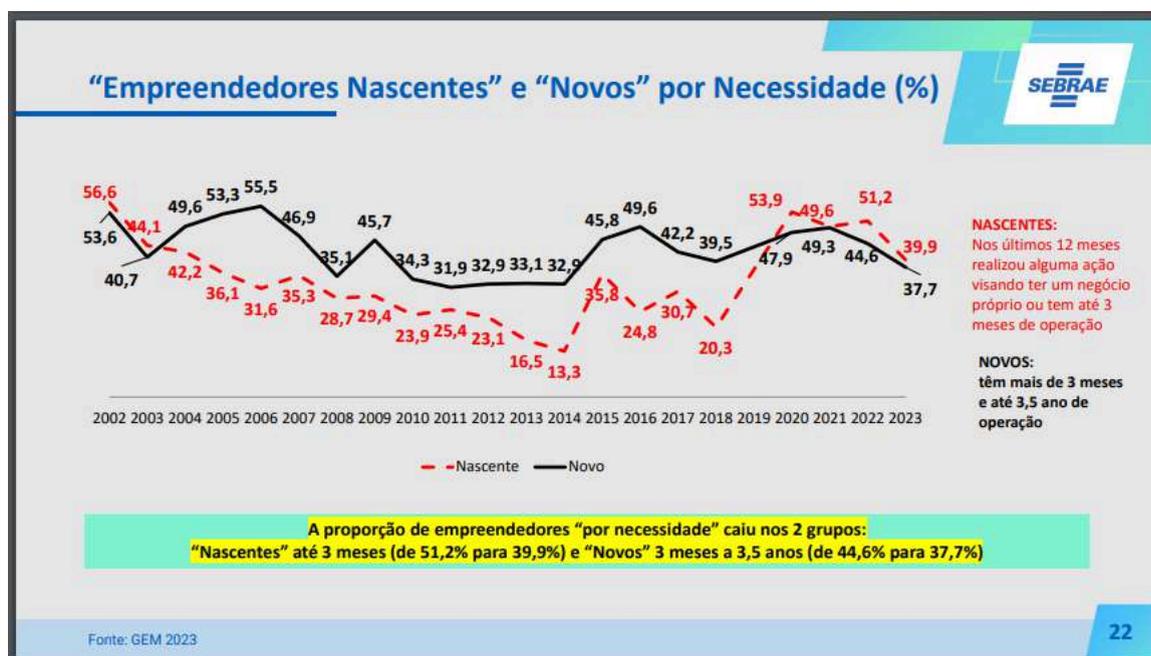
Diante dos diversos conceitos existentes, pode-se dizer que “[...] o empreendedor é alguém que inova, alguém que oferece novo valor, sob a forma de produto, serviço, gestão, produção, estética, política, sustentabilidade de indivíduos e comunidades etc” (Dolabela, 2005).

Nos dias que correm, observa-se que o ato de empreender tem se tornado cada vez mais recorrente em diversos ramos de atividade. “Sabe-se que o empreendedorismo é um fenômeno cultural, ou seja, é fruto de hábitos, práticas e valores das pessoas.” (Dolabela, 2006). Muitas são as razões pelas quais o indivíduo manifesta o interesse de gerir o próprio negócio, influenciado por fatores pessoais, ambientais e sociológicos.

Constata-se que o perfil empreendedor com maior incidência no Brasil, de acordo com o GEM (Global Entrepreneurship Monitor), é aquele motivado pela necessidade. “[...] Decidem empreender por não possuírem melhores alternativas de emprego, abrindo um negócio com a finalidade de gerar rendimentos, visando basicamente à sua subsistência e de suas famílias. (de Matos; Rodrigues et al., 2015).

Uma realidade de países em desenvolvimento, mas que vem passando por mudanças. Com os dados obtidos da pesquisa do GEM 2023 (2024), verificou-se uma queda nesse indicador.

Figura 01 - “Empreendedores Nascentes” e “Novos” por necessidade (%)



Fonte: GEM 2023 (2024)

Dentre os perfis mais comuns, apresenta-se, também, o empreendedorismo por oportunidade, pela percepção de novos modelos de negócios característico de países desenvolvidos. Pode ser em um mercado pouco explorado ou mesmo a partir das mudanças de comportamento do consumidor, tendências e inovações tecnológicas.

“Os empreendedores por oportunidade identificam uma chance de negócio ou um nicho de mercado e decidem empreender mesmo possuindo alternativas correntes de emprego e renda (de Matos; Rodrigues et al., 2015)”.

As habilidades de um empreendedor próspero varia de pessoa para pessoa, porém abrangem qualidades essenciais. De acordo com Schmidt e Dreher (2008, apud McClelland, 1972), os empreendedores apresentam características em comum que podem ser descritas como segue:

- a) Conjunto de realização:
 - busca de oportunidades e iniciativa: aproveitam oportunidades fora do comum para iniciar um negócio e realizam atividades antes do solicitado;

- persistência: enfrentam desafios e não desistem perante obstáculos;
- correr riscos calculados: analisam e calculam os riscos de maneira cuidadosa e sempre avaliam as chances de sucesso e fracasso;
- exigência de qualidade e eficiência: buscam exceder os padrões de excelência e têm energia para trabalhar muito;
- comprometimento: empenham-se pessoalmente na conclusão de tarefa e zelam pela satisfação dos clientes.

b) Conjunto de planejamento:

- busca de informações: recorrem à ajuda de especialistas para elaborar estratégias e buscam informações sobre clientes, fornecedores e concorrentes;
- estabelecimento de metas: fixam objetivos claros e específicos e estão sempre orientados para resultados;
- planejamento e monitoramento sistemático: estabelecem prazos para o cumprimento das tarefas, além de acompanhá-las de perto, e buscam *feedback*.

c) Conjunto de poder:

- independência e autoconfiança: buscam autonomia, mostram-se confiantes ao enfrentar desafios e buscam situações para eliminar problemas;
- persuasão e rede de contatos: influenciam e persuadem pessoas, agem de forma a desenvolver e manter relações comerciais, negociam e fazem as pessoas acreditarem em determinada ideia.

Visto o papel que o empreendedor ocupa no desenvolvimento econômico e social “Acredita-se hoje que o empreendedor seja o “motor da economia”, um agente de mudanças” (Dolabela, 2006). Enxergam oportunidades e criam novos negócios com a capacidade de transformar a realidade em que está inserido.

O desenvolvimento da indústria musical criou a necessidade e, com a mesma intensidade, criou a oportunidade dos músicos realizarem a autogestão de suas carreiras. Um passo importante, principalmente, para aqueles que sentiam algum tipo de restrição quanto à produção e divulgação da sua arte.

[...] a indústria fonográfica passou por uma radical mudança com a queda do monopólio das gravadoras. Estas ainda existem, e ainda fazem seus contratos com artistas, mas em uma proporção cada vez menor, sendo que isso acontece quando os músicos conseguem se projetar no mercado por conta própria, o que, atualmente, dá-se sobretudo através da internet (Almeida, 2018).

Além disso, possibilitou que o músico pudesse inserir-se e conhecer de perto os diversos nichos de mercado que a indústria musical apresenta. A iniciativa, por vezes, acontece de forma involuntária e, com o passar do tempo, o artista atinge certo nível de experiência criando a necessidade de movimentar-se em busca de otimizar seu trabalho, de adquirir conhecimento técnico, ferramentas, que o auxiliem no gerenciamento visando um empreendimento próspero.

Mas nem só de feitura de fonogramas pode viver um (a) músico (a), e, independente dos serviços/produtos que escolha ofertar, este (a) terá que a partir da inquietação, chegar à proatividade que o colocará em movimento. Portanto, falar na construção de uma carreira em música é, em suma, um convite ao empreendedorismo. (Almeida, 2018).

3.4 FORMALIZAÇÃO

A formalização do empreendimento constitui um passo essencial para o fortalecimento da atividade empreendedora, pois se transforma em um negócio sólido, seguro e com maiores perspectivas de crescimento. “Ao legalizar e, assim, proteger o seu negócio, você atua em conformidade com a lei e pode fechar parcerias e acessar linhas de crédito” (SEBRAE, 2022).

Visando a redução do mercado informal, o governo federal criou o programa Microempreendedor Individual (MEI) constituída na Lei Complementar 128/08 que consiste em formalizar à pessoa que trabalha de forma independente, de modo que ele possua cadastro na receita federal bem como amparo com diversos benefícios oferecidos para a categoria. (Silva; Soares, 2023, p. 137).

O processo de formalização pode ocorrer de diferentes formas, a depender do porte e da natureza do negócio. No caso do Microempreendedor Individual MEI, a inscrição é realizada no portal do empreendedor em que é possível obter Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), emitir notas fiscais e contribuir regularmente com a Previdência Social. Enquanto para empreendimentos de maior porte como Microempresa (ME), demandam procedimentos adicionais junto à Junta Comercial, Receita Federal e órgãos municipais. Como pode ser visto na figura abaixo especificando o local de registro e documento de constituição por natureza jurídica.

Figura 02 - Local de Registro e Documento de Constituição por Natureza

NATUREZA JURÍDICA	LOCAL DE REGISTRO	DOCUMENTO DE CONSTITUIÇÃO
Microempreendedor individual (MEI)	Portal do Empreendedor*	Certificado de condição de MEI
Empresário (individual)	Junta Comercial do Estado	Requerimento de empresário
Empresa individual de responsabilidade limitada (Eireli)	Junta Comercial do Estado	Requerimento de empresário
Sociedade simples	Cartório de Registro de Pessoas Jurídicas	Contrato social
Sociedade limitada	Junta Comercial do Estado	Contrato social
Cooperativa	Junta Comercial do Estado	Estatuto social

Fonte: (Salazar, 2015, p.148)

A importância da formalização está associada tanto à segurança jurídica quanto à credibilidade adquirida pelo empreendedor. Dentre as principais vantagens destacam-se à possibilidade de emitir notas fiscais, reduzir riscos jurídicos e tributários, acesso facilitado a linhas de crédito, financiamentos, programas de incentivo, além de poder participar de licitações e parcerias institucionais.

3.5 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

A falta de planejamento e gestão financeira são apontadas como uma das principais causas de mortalidade das organizações. Embora muitas vezes exista a percepção de uma oportunidade de negócio, geralmente não é feito um diagnóstico prévio de possíveis cenários futuros, comprometendo a sobrevivência dos empreendimentos.

Para erguer uma empresa promissora e sustentável, os empreendedores devem ser prospectivos e determinar o que sua empresa está destinada a enfrentar, quais são os objetivos e estratégias futuros e como eles planejam concretizar suas metas e lidar com os respectivos riscos. (Rogers, 2011).

O planejamento estratégico permite que os empreendimentos conquistem vantagem competitiva ao reconhecerem sua posição no mercado, identificando seus pontos fortes e fracos, bem como os recursos disponíveis e oportunidades que podem ser exploradas. “O objetivo principal do planejamento estratégico é proporcionar bases necessárias para as manobras que permitam que as organizações naveguem e se perpetuem mesmo em condições mutáveis cada vez mais adversas em seu contexto de negócios. (Chiavenato, 2003)”.

[...] a estratégia não é apenas a noção de como lidar com um grupo de concorrentes, ela também nos leva a algumas questões mais fundamentais sobre as organizações como instrumentos para percepção e ação coletiva. (Caldoncelli; Vaz; Ferreira, 2018 apud Mintzberg, 2006).

Organizações de todos os portes podem adotar o planejamento estratégico. É um processo fundamental para o acompanhamento das atividades e alcance dos objetivos estabelecidos. “Planejar não é só vislumbrar o futuro, mas é também uma forma de assegurar a sobrevivência e a continuidade dos negócios. (Chiavenato, 2003)”.

Para Drucker (apud Chiavenato, 2003), o planejamento estratégico pode ser definido como:

[...] o processo contínuo de, sistematicamente e com o maior conhecimento possível do futuro contido, tomar decisões atuais que envolvem riscos; organizar sistematicamente as atividades necessárias à execução dessas decisões e, através de uma retroalimentação organizada e sistemática, medir o resultado dessas decisões em confronto com as expectativas alimentadas.

Há várias abordagens e métodos voltados para a otimização do desempenho organizacional. Porém, devido a implementação do processo estratégico apresentar certo grau de complexidade as empresas demonstram resistência quanto à sua elaboração e aplicação.

3.5.1 PROCESSO ESTRATÉGICO

Para empreendedores do setor musical deve-se considerar tanto os aspectos artísticos quanto os aspectos comerciais do negócio para tomar decisões conscientes e alcançar os objetivos de forma estruturada.

Deve-se criar e fortalecer uma *persona* que transite entre os formadores de opinião, havendo exposição em várias redes, garantindo reconhecimento e a construção de uma carreira sólida no mercado.

“[...] A estratégia define o comportamento da organização em um mundo mutável, dinâmico e competitivo. [...] A estratégia é fortemente condicionada pela missão organizacional, pela visão do futuro e pelos objetivos globais da organização.” (Chiavenato, 2014).

De acordo com o e-book elaborado pelo Sebrae (2025), Planejamento Estratégico: dos primeiros passos até a execução, pode-se seguir os seguintes passos para a aplicação do plano estratégico:

- 1. Diagnóstico:** Nesta etapa, realiza-se uma análise do cenário atual com o objetivo de identificar, tanto na organização quanto no ambiente, os fatores que podem impulsionar ou impactar negativamente seu desenvolvimento. Uma das ferramentas mais utilizadas para esse fim é a Matriz SWOT - sigla em inglês para *Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*, traduzida para o português como FOFA, Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças.

A Análise SWOT é importante para a empresa, pois visa à lucratividade, integrando identificação e satisfação do mercado, atendendo os clientes com mais satisfação que as concorrentes (ARAÚJO et al., 2015 apud Leite; Gasparotto, 2018).

Segundo Leite e Gasparotto (2018),

A capacidade da ferramenta em organizar as informações em uma única matriz, deixa em evidência os pontos positivos e negativos da empresa, mostrando com clareza onde o planejamento estratégico deve agir para evoluir os pontos negativos. Vale destacar também o conhecimento sobre o próprio estabelecimento que ela traz para o empreendedor, [...].

Figura 03 - Matriz SWOT

Matriz SWOT	Contribui para a estratégia da empresa	Dificulta a estratégia da empresa
Ambientes Internos	S: Pontos fortes da empresa 	W: Pontos fracos da empresa 
Ambientes Externos	O: Oportunidades para a empresa 	T: Ameaças para a empresa 

Fonte: Adaptado de Nakagawa (2011 apud Leite; Gasparotto, 2018)

A figura 01 representa a Matriz Swot, composta por quatro áreas que representam aspectos do ambiente interno (Forças e Fraquezas) e externo (Oportunidades e Ameaças) da organização. Após seu preenchimento, é possível potencializar as forças, corrigir ou minimizar as fraquezas, além de se preparar para as ameaças e aproveitar melhor as oportunidades.

2. Identidade organizacional: É a etapa em que define-se a missão, visão e valores da organização. “[...] é um conceito que faz com que o seu negócio seja único em todo o seu mercado.” SEBRAE (2025).

Missão: A razão de existir. “A missão funciona como o propósito orientador para as atividades da organização e para aglutinar os esforços dos seus membros.” (Chiavenato, 2014)”.

Visão: Onde quer chegar. “Refere-se à imagem a ser projetada, refletindo as intenções e o estado esperado para a organização.” (Heerdt, 2016).

Valores: princípios que norteiam o comportamento da organização. “Conjunto de conceitos e princípios gerais que representam as crenças e ideologias que balizam o comportamento, as atividades e as relações de uma organização, servindo de sustentação na sua trajetória em busca da Visão de Futuro.” (Heerdt, 2016).

3. Metas e indicadores: Desempenham um papel fundamental no processo de planejamento estratégico. Nesta etapa, define-se as metas que a organização pretende alcançar em determinado período como o lançamento de um álbum, aumentar o número de ouvintes nas plataformas. Faz-se necessário que toda a equipe tenha conhecimento dos objetivos e do caminho a ser percorrido, para que a tomada de decisão seja ágil e assertiva.

Quanto aos indicadores. São uma ferramenta de controle e orientação, para garantir o alinhamento das ações operacionais com os objetivos. Avaliar o progresso da organização. Esse acompanhamento pode ser realizado através de métricas das plataformas de *streamings*, seguidores, engajamento, custo x retorno e *feedback* do público .

4. Plano de ação: “O plano de ação é a prática de tudo o que foi descrito até este momento.” (Sebrae, 2025). Esta é a etapa em que há o detalhamento de como os

objetivos definidos serão alcançados, estabelecendo tarefas, prazos, responsáveis e indicadores.

- 5. Acompanhamento e análise:** O monitoramento contínuo e análise, são etapas cruciais para garantir a eficácia na implementação do planejamento estratégico. É nessa fase que realizam-se reuniões de revisão e são utilizadas ferramentas como *dashboards* e relatórios gerenciais para verificar se as metas estão sendo alcançadas, identificar gargalos e promover ajustes e melhorias.

Essa abordagem contribui diretamente para um melhor desempenho da organização em contextos dinâmicos, fortalecendo sua capacidade de adaptação. No setor musical, em que a versatilidade é essencial, estar atento a esses aspectos permite que a organização se mantenha um passo à frente das constantes mudanças e demandas do mercado.

3.6 GESTÃO FINANCEIRA

Ter conhecimento sobre finanças é essencial para tomar decisões conscientes e sustentáveis. “É bem mais complicado administrar aquilo que não somos capazes de mensurar, seja pela falta de informação ou pela falta de qualidade da informação obtida.” (Cunha; Cruz; Mariano, 2017).

A gestão financeira é um dos pilares fundamentais da jornada empreendedora, especialmente na construção de um negócio viável, seguro e lucrativo. “[..] O ponto de partida para à gestão da carreira musical é simplesmente criar o hábito de registrar a movimentação financeira.” (Salazar, 2025). Ao desenvolver o hábito de registrar e acompanhar as movimentações, o empreendedor assume uma postura estratégica e, com base nos dados obtidos, torna-se possível antecipar cenários, avaliar riscos, identificar oportunidades e alinhar os objetivos financeiros com os objetivos do empreendimento.

“Uma excelente aliada da gestão financeira é a organização.” (Cunha; Cruz; Mariano, 2017). E, mesmo que o empreendedor não tenha formação em finanças, é essencial que compreenda e se comunique bem sobre a saúde financeira do empreendimento.

Entender os conceitos básicos e aplicá-los é um diferencial para o empreendedor. Além de garantir vantagem competitiva, facilita a gestão e planejamento, otimiza as negociações, ajuda a interpretar relatórios e planilhas, evita tomada de decisão precipitada e fortalece o

negócio. “O empreendedor de alto crescimento tem consciência de que a empresa bem-sucedida é aquela que emprega métodos empresariais básicos - administração financeira, planejamento de fluxo de caixa, planejamento estratégico, marketing e assim por diante.” (Rogers, 2011).

2.5.1 CONCEITOS FINANCEIROS BÁSICOS

Empreender é um desafio e exige muito mais do que ter uma boa ideia. Uma das principais causas de falência é a má gestão financeira. Saber quanto entra, quanto sai, o que custa, o que sobra e onde investir faz toda a diferença para manter à saúde do seu negócio, “[...] poderão administrar melhor os recursos financeiros da empresa e criar valor agregado.” (Rogers, 2011).

Segue abaixo os principais conceitos para que qualquer empreendedor possa organizar melhor suas finanças. “Compreender os conceitos financeiros básicos, é essencial para ser possível otimizar a gestão da empresa” (Sebrae, 2024).

1- Receita - é todo o valor que entra no caixa da empresa. “É todo capital que entra proveniente da atividade empresarial, como venda de produtos, serviços, rendimentos de aplicações financeiras, cobrança de *royalties* (pagamento de direitos autorais, patentes ou marcas registradas) etc. [...]” (Sebrae, 2024).

2- Despesas - São os gastos necessários para manter o negócio funcionando. “É o gasto envolvido na comercialização dos bens e serviços, bem como na manutenção da estrutura administrativa” (Cunha; Cruz; Mariano,, 2017).

3- Custos - São os gastos ligados à produção ou venda, como matéria-prima, embalagem. “Um gasto diretamente relacionado à produção de um bem ou serviço” (Cunha; Cruz; Mariano, 2017).

4- Lucro - “É o valor final obtido após as deduções de custos, impostos, taxas e gastos do valor do faturamento” (Sebrae (2024). É o que sobra da receita depois de pagar todos os custos e despesas. O valor pode ser obtido a partir da seguinte operação: $\text{Lucro} = \text{Receita} - (\text{Custos} + \text{Despesas})$.

5- Pró-labore - É um percentual estabelecido como remuneração do empreendedor.

6- Capital de giro - É o valor necessário para manter as operações do dia-a-dia funcionando. Garante que a empresa não pare as atividades por falta de dinheiro em caixa. “É a soma dos recursos financeiros necessários para sustentar as operações do cotidiano do empreendimento” (Cunha; Cruz; Mariano, 2017).

7- Fluxo de caixa - É uma ferramenta de controle de entradas e saídas de dinheiro em um determinado período. A seguir, pode-se ver com mais detalhes, no tópico 2.6. De acordo com Araújo (et al., 2015, apud Sá, 2008), o fluxo de caixa é uma ferramenta de aferição e interpretação de variações do saldo do disponível da empresa.

8- Ponto de equilíbrio - Momento em que a receita cobre exatamente os custos e despesas. A partir desse momento começa a apresentar lucro. “É um indicador de segurança do negócio, que demonstra o quanto é necessário vender para que as receitas se igualem aos custos e para que seja lucrativa” (SEBRAE, 2024).

9- Faturamento: “É o valor total das vendas de produtos ou serviços de uma empresa em um período específico, não considerando os custos” (SEBRAE, 2024).

3.7 DESEMPENHO FINANCEIRO

O empreendedor que compreende a importância de monitorar o desempenho financeiro tem a capacidade de visualizar o mercado com mais clareza e tomar decisões estratégicas. Por meio desse acompanhamento tem-se informações quanto à saúde do negócio, se está crescendo, sendo lucrativo, se os recursos estão sendo utilizados de forma eficiente ou se o negócio está em risco.

Para analisar a viabilidade, a situação financeira do negócio, pode-se utilizar os seguintes indicadores:

Lucratividade: “Representa o valor que permanecerá na empresa sob a forma de lucro após cobrir todos os custos e despesas incorridas na atividade a cada R\$1,00 de vendas líquidas” (Mallmann, 2012 apud Brizolla). Para obter o índice de lucratividade utiliza-se a seguinte expressão: $\text{Lucratividade} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{receita total}} \times 100$.

Rentabilidade: “A rentabilidade é obtida sob a forma de valor percentual e mostra a taxa de retorno do capital investido em um determinado período. É um indicador de atratividade do negócio” (SEBRAE, 2013). Rentabilidade: $\text{Lucro líquido} / \text{investimento total} \times 100$.

Ponto de Equilíbrio: “[...] quanto mais baixo é o indicador, menos arriscado é o negócio” (SEBRAE, 2024). “É um indicador de segurança do negócio, ele nos mostra o quanto é necessário vender para que as receitas se igualem aos gastos. Com isso, é eliminada a possibilidade de prejuízo” (SEBRAE, 2013).

Limitando-se aos conceitos dos indicadores descritos acima, apresenta-se a seguir uma síntese quanto à ferramenta de controle financeiro, **Fluxo de Caixa**.

3.7.1 FLUXO DE CAIXA

Segundo Mallman, (2012 apud Padoveze, 2010) “o fluxo de caixa é considerado peça-chave na administração financeira”. É uma ferramenta dinâmica de controle financeiro que consiste no registro de todas as entradas e saídas de recursos em determinado período.

O Fluxo de Caixa é um instrumento gerencial que controla e informa todas as movimentações financeiras (entradas e saídas de valores) de um dado período, pode ser diário, semanal, mensal, etc., é composto por dados obtidos dos controles de contas a pagar, contas a receber, de vendas, de despesas, de saldos de aplicações e de todos os demais elementos que representem as movimentações de recursos financeiros da empresa. (Erbano; Theisen et al., 2013 apud SEBRAE, 2008).

Com base nos dados coletados é possível projetar cenários, identificar o momento em que há maior ou menor disponibilidade de recursos e, conseqüentemente, evitar atrasos de pagamentos, além de aproveitar para realizar investimentos.

Embora não seja a coisa mais divertida de se fazer, é fundamental que o empreendedor dedique algum tempo (no mínimo uma hora por dia) a análise

do fluxo de caixa, que sem dúvida é a coisa mais crucial que o empreendedor pode fazer para a sua empresa. Esse exercício o força a pensar a respeito do que ele está fazendo em relação ao dinheiro vivo disponível. (Rogers, 2011).

É comum que empreendedores não realizem o planejamento financeiro da empresa separadamente do planejamento financeiro pessoal, não compreendem a importância desse procedimento. Porém, é fundamental que haja essa separação na prática para garantir a saúde financeira, sustentabilidade e profissionalismo do negócio. Esse é o momento de planejar e estabelecer um salário, pró-labore, após analisar a capacidade de pagamento da empresa.

O primeiro passo é abrir uma conta única e exclusivamente para seu negócio. Por mais que você seja organizado, não tem jeito, uma hora ou outra vai acabar misturando os gastos e, conseqüentemente, reduzir a precisão de sua gestão financeira. (Cunha; Cruz; Mariano, 2017).

Abaixo apresenta-se os elementos que compõem a demonstração de Fluxo de Caixa:

Quadro 02 - Demonstração de Fluxo de Caixa

F L U X O D E C A I X A	E N T R A D A S	Das Operações
		Recebimento de vendas
		Dividendos de participações
		Receitas financeiras líquidas
		Outras receitas (aluguéis, comissões etc.)
		Dos Financiamentos
		Integralização de capital, em dinheiro
		Empréstimos diversos
		Reservas de Capital (em dinheiro)
		Dos Investimentos
		Venda de outros valores do ativo
		Lucro na venda de outros valores do ativo
		S A Í D A S
	Despesas financeiras líquidas	
	Pagamento de despesas	
	Pagamento de compras	
	Dos financiamentos	
	Pagamento de empréstimo	
	Pagamento de juros e outros ônus financeiros	
	Pagamento de dividendos	
Dos Investimentos		
Aquisição de outros valores do Ativo		
Aplicação em Ativo Diferido		

Fonte: Mallmann (2012, apud Reis, 2003).

Com o acompanhamento do desempenho financeiro mais a elaboração do fluxo de caixa pode-se constatar diversas situações, como:

Quadro 03 - Análise do desempenho financeiro

<p>Desempenho financeiro positivo + fluxo de caixa saudável</p>	<p>Lucro alto, mas caixa negativo</p>	<p>Caixa positivo, mas lucro baixo</p>
<p>Há um negócio estável e com potencial de crescimento</p>	<p>verifica-se um contexto de problemas de prazo de recebimento, estoques ou endividamento</p>	<p>essa é a hora de revisar preços, custos ou eficiência operacional</p>

Fonte: Elaboração própria.

Enquanto o desempenho financeiro irá assegurar o crescimento no longo prazo, é o fluxo de caixa que irá garantir, no curto prazo, a sobrevivência do empreendimento.

4 METODOLOGIA DA PESQUISA

4.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

A presente pesquisa tem como objeto de estudo profissionais da indústria musical com foco no desenvolvimento de um perfil empreendedor e de gestão de carreira.

Busca-se conhecer e analisar as principais estratégias utilizadas para a manutenção do artista no mercado de trabalho, considerando a necessidade de desdobramento de funções e da responsabilidade, que vem sendo adquirida ao longo do tempo, de realizar por conta própria a promoção de seu trabalho.

A abordagem é quali-quantitativa. Quantitativa por ter o caráter da representatividade de profissionais de música por meio de levantamento com amostra acessível. Quanto ao aspecto qualitativo, é “[...] essencial na investigação científica, que se concentra na mudança de compreensão profunda e interpretação dos fenômenos estudados, explorando a complexidade e riqueza dos contextos sociais, culturais e individuais” (Guerra; Stroparo. et al. 2024).

Trata-se de uma pesquisa exploratória e aplicada. Classificada como exploratória pois visa adquirir conhecimento, embora de forma simplificada, sobre as principais transformações do cenário musical, observando os efeitos e adaptações advindas das inovações tecnológicas. E, aplicada, pois “[...] tem como característica fundamental o interesse na aplicação, utilização e consequências práticas dos conhecimentos” (Gil, 2008).

3.2 UNIVERSO, AMOSTRAGEM E AMOSTRA

Com amostragem não probabilística, por acessibilidade, a presente pesquisa discorre sobre empreendedorismo e gestão de carreira voltada a indústria musical “[...] embora se tenha a possibilidade de atingir toda a população, retiramos a amostra de uma parte que seja prontamente acessível” (Costa Neto, 2002).

Abrange o mercado musical como universo e, como objeto de investigação, artistas, que diante das transformações do setor, seguem atuantes, unindo arte e negócio. Obteve-se uma amostra de 33 respondentes, uma parcela representativa do público-alvo estudado.

3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Quanto aos instrumentos de coleta de dados. A condução da pesquisa deu-se pela consulta de artigos extraídos da internet, livros, etc., dando embasamento teórico para a análise das modificações na indústria musical e por meio de um questionário online por intermédio da plataforma *Google Forms*, compreendendo 33 perguntas relacionadas ao perfil socioeconômico, perfil do empreendimento e o conhecimento sobre finanças.

Buscou-se obter dados relevantes quanto ao posicionamento dos artistas em relação ao mercado e examinar, estrategicamente, a gestão do negócio conforme as inovações e buscar melhorias para os possíveis gargalos.

Segundo Gil (2008), questionário pode ser definido como:

Pode-se definir questionário como a técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas à pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente ou passado etc.

Contou-se com questões abertas, permitindo que os respondentes exponham suas opiniões acerca do tema. Como também, de questões fechadas, possibilitando que escolham uma alternativa, dentre as apresentadas, que mais se encaixam em seu perfil.

O presente instrumento de pesquisa apresenta uma série de vantagens como garantir o anonimato das respostas, permite alcançar um maior número de pessoas, além de ser mais econômico. Quanto às desvantagens. Geralmente, apresenta poucas questões, devido ao risco de obter um baixo retorno dos respondentes, o anonimato pode comprometer a veracidade das respostas etc.

3.4 PERSPECTIVA DE ANÁLISE DE DADOS

Os dados levantados serão transcritos textualmente possibilitando a interpretação e relacionamento com o referencial teórico tendo como suporte recursos estatísticos e, por meio de frequência, percentuais, médias, extraídas a partir do questionário aplicado, ilustrar o processo de forma a facilitar a compreensão.

Utiliza-se a presente técnica de análise de dados, a estatística descritiva univariada. Segundo Oliveira (2011, apud Malhotra, 2001):

“o procedimento estatístico univariado abrange a análise básica dos dados, consistindo em estatísticas descritivas associadas a dados métricos, incluindo distribuição de frequência, medidas de posição (média, mediana, moda), medidas de dispersão (amplitude intervalar, desvio padrão, variância e coeficiente de variação), e as medidas de forma (assimetria e curtose)”.

5 ANÁLISE DE DADOS

A indústria musical apresenta diversos desafios para aqueles que desejam ingressar no mercado e permanecer ativos nessa área. Como destaca Pereira (2019), muitos são os caminhos que um músico tem de trilhar antes de se tornar profissional e muitas são as áreas de trabalho disponíveis para ele.

O questionário aplicado foi estruturado em três partes, consistindo em: I- Perfil socioeconômico, II- Perfil do Empreendimento/Negócio e III- Finanças. A amostra foi composta por 33 respondentes.

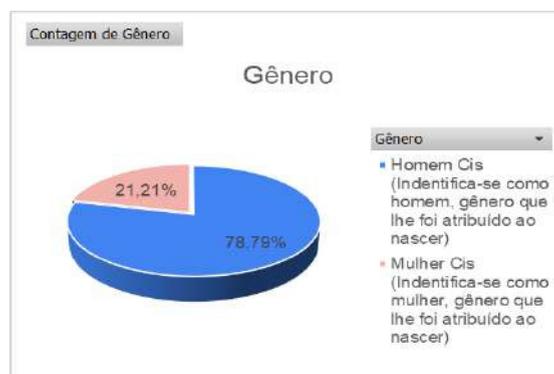
5.1 PERFIL SOCIOECONÔMICO

Segue abaixo os dados coletados quanto ao perfil socioeconômico constituindo-se de informações essenciais para compreender a realidade de uma população, englobando aspectos relacionados ao grau de instrução, renda familiar mensal, estado civil e ocupação.

Gráfico 01 - Estado civil



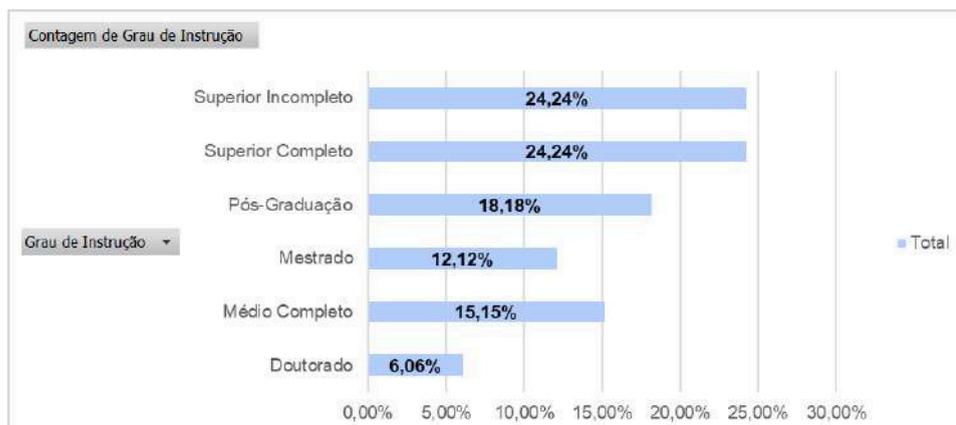
Gráfico 02 - Gênero



Fonte: Elaboração própria com auxílio do MS Excel

De acordo com o dados coletados, observa-se uma predominância de homem cis, com 78,79%, enquanto 21,21% são mulheres cis. Acerca do estado civil, 14 dos 33 respondentes informaram ser casados ou estar em uma união estável, enquanto 15 dos respondentes declararam-se solteiros e 4 declararam-se separados/divorciados.

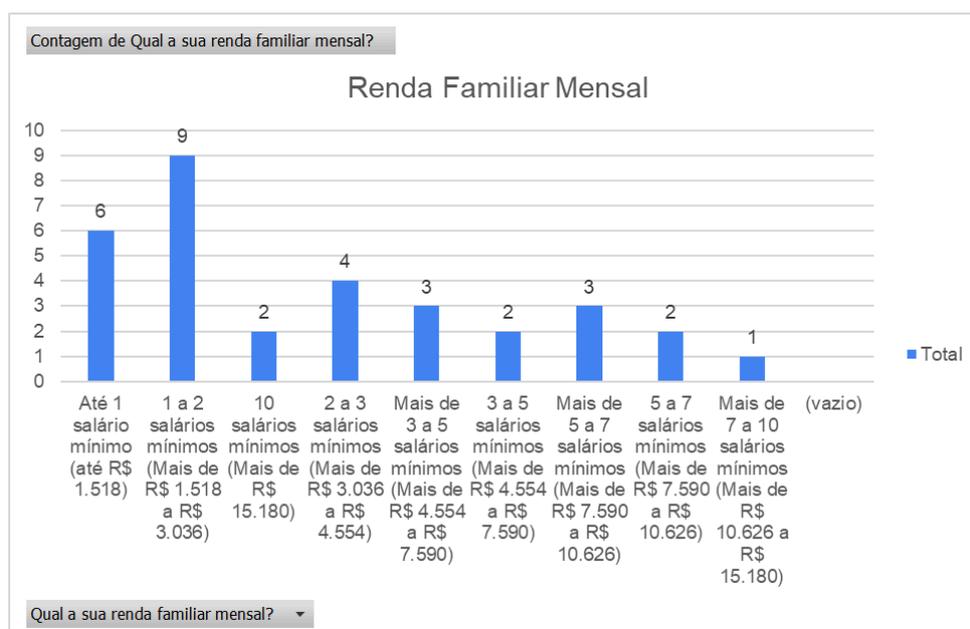
Gráfico 03 - Grau de Instrução



Fonte: Elaboração própria com auxílio do MS Excel

Em relação ao grau de instrução, constatou-se que os maiores percentuais de participação foram de artistas que possuem superior incompleto e superior completo com 24,24% cada. Seguidos por artistas que possuem pós-graduação (18,18%), médio completo (15,15%), mestrado (12,12%) e doutorado (6,06%).

Gráfico 04 - Renda familiar mensal



Fonte: Elaboração própria com auxílio do MS Excel

No que tange à renda familiar mensal, conforme apresentado no gráfico acima, destacam-se as faixas de: mais de 1 a 2 salários mínimos sendo representado por 9 respondentes e até 1 salário mínimo representado por 6 respondentes.

Obteve-se 4 entrevistados que têm renda mensal de 2 a 3 salários mínimos. De 33 respondentes, 5 deles declararam que a renda corresponde a mais de 3 a 5 salários mínimos e 5 declararam que a renda corresponde a mais de 5 a 7 salários mínimos. Na faixa de 7 a 10 salários mínimos, obteve-se 1 respondente, enquanto 2 entrevistados informaram ter uma renda familiar mensal de mais 10 salários mínimos.

Tabela 01 - Faixa Etária

IDADE	
Média	37
Mediana	34
Moda	32
Mínimo	23
Máximo	68
Contagem	33

Fonte: Elaboração própria com auxílio do MS Excel

Os dados obtidos sobre a faixa etária, considerando uma amostra de 33 entrevistados, revela uma média de 37 anos e uma mediana de 34 anos, indicando que, em sua maioria, trata-se de adultos jovens, geralmente em fase de estabilidade profissional e financeira. Como mostra a tabela 01.

Quando questionados sobre dedicação exclusiva à música, os resultados indicam que 20 (61%), dos 33 entrevistados, afirmaram que a profissão de músico é a sua principal ocupação. Por outro lado, 13 entrevistados informaram que realizam outras atividades em

áreas de recepção, educação, empreendedorismo e psicologia, como pode ser visto no quadro 04.

Segundo Benjamim Taubkin (apud Pereira, 2019), o músico precisa ser criativo na arte e na vida. E, ainda de acordo com Pereira (2019), por vezes, será necessário investir durante anos na carreira da música a partir de outra profissão.

Quadro 04 - Ocupação

VARIÁVEIS	ALTERNATIVAS	FREQUÊNCIA
Dedicação exclusiva à música?	sim	20
Outros ramos de atividade	Recepcionista	1
	Educação	1
	Empreendedora	1
	Psicologia	1
	Tecnologia da Informação	1
	Técnico administrativo	1
	Técnico em Eletrônica	1
	Tornearia mecânica	1
	Serviço público	1
	Informática	1
	Administradora	1
	Marinha	1
Logística	1	

Fonte: Elaboração própria com auxílio do MS Excel

Considerando esse cenário de dedicação a dois ramos profissionais, procurou-se compreender de que forma os entrevistados equilibram suas atividades. Enquanto um deles está inserido no meio musical por prazer, outro aproveita suas horas vagas para adquirir conhecimento e conciliar esse tempo com as apresentações musicais. Além disso, há aquele que empreende em outra área e é o principal responsável por sua atividade, dispendo de flexibilidade para atualizar-se quanto ao mercado musical.

Quadro 05 - Equilíbrio entre mais de uma atividade econômica

Administradora	Tento separar algumas horas do final do dia para me dedicar a música
Educação	Meu tempo é dividido sendo metade para atividades musicais e metade para atividades de ensino (ensino de música e ensino de pedagogia).
Empreendedora.	Consigo equilibrar porque minha loja é online no celular e eu posso fazer em qualquer horário.
Informática	Simplesmente tenho a música como um dom, uma vocação, e uma distração.
Logística	A renda pela música é incerta. O CLT dá uma estabilidade, mesmo que mínima. A música acaba ficando em segundo plano nos dias em que não trabalho pelo CLT.
Marinha	Consegui uni-los em um só lugar , no Porto de Cabedelo(onde trabalho atualmente), pois existe um projeto de música Porto que toca ,que é um pilar do Porto de Cabedelo no qual toco violino.
Psicologia	A Música por diletantismo e a Psicologia por ofício
Serviço público	Eu trabalho como servidor para bancar o que gasto com música. Música dá retorno financeiro em raras ocasiões.
Tec admin ufpb	Sacrificando o tempo do lazer
Técnica em eletrônica	A música é muito prazerosa, meus momentos de lazer são os shows.
Tecnologia da Informação	Procuo reservar pelo menos meia hora por dia para praticar e participo de apresentação e eventos apenas nos fins de semana.
Tornearia mecânica	Trabalho na semana, e fins de semana vou fazer um extra na música!

Fonte: Elaboração própria com auxílio do MS Excel

Para 13 artistas dos 33 entrevistados, a música ocupa um papel secundário, associada ao lazer e à realização pessoal. Observa-se que há forte dependência de outras ocupações, principalmente, para garantir estabilidade financeira, como um dos respondentes pontuou, “A renda pela música é incerta. O CLT dá uma estabilidade, mesmo que mínima.”.

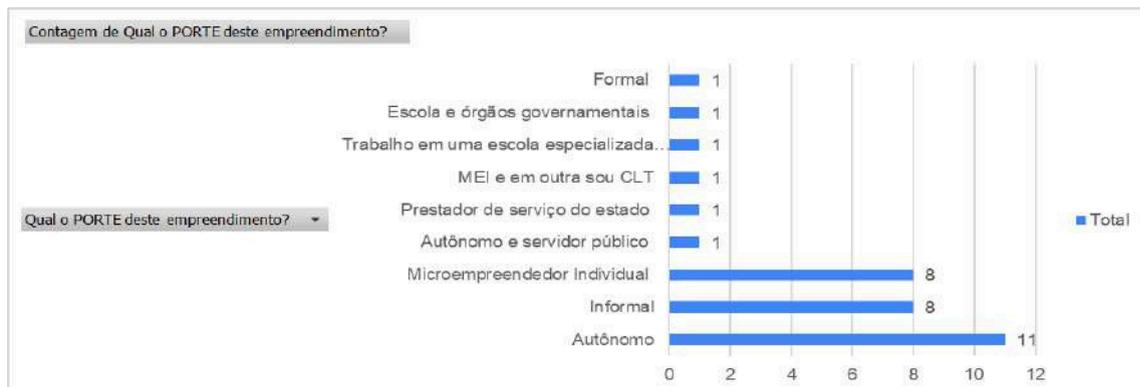
É visto também que os músicos buscam estratégias para conciliar as atividades, sendo necessário, muitas vezes, abrir mão do descanso para manter a prática musical, como menciona um dos respondentes, “Sacrificando o tempo do lazer” que consegue equilibrar e se atualizar quanto ao mercado musical.

Como pode ser visto na tabela supracitada, há aquele que consegue, de forma criativa, unir a música ao trabalho formal com menciona um dos respondentes “Consegui uni-los em um só lugar, no Porto de Cabedelo (onde trabalho atualmente), pois existe um projeto de música Porto que toca ,que é um pilar do Porto de Cabedelo no qual toco violino ”.

5.2 PERFIL DO EMPREENDIMENTO/NEGÓCIO

Quanto ao porte do empreendimento, observou-se que a categoria com maior participação foi de autônomo correspondendo a 11 entrevistados, dentre uma amostra de 33 respondentes, seguida de microempreendedor individual e trabalhador informal com 8 participações cada.

Observa-se que o cenário é marcado por baixa formalização. Vê-se que os músicos têm atuado de forma autônoma e informal, mas que o microempreendedor Individual (MEI) aparece como alternativa relevante, um caminho de crescimento, mas ainda insuficiente para garantir estabilidade financeira. Ainda assim, o mercado é marcado em sua maioria pelo empreendedorismo individual.

Gráfico 05- Porte do Empreendimento

Fonte: Elaboração própria com auxílio do MS Excel

Considerando as atividades econômicas do empreendimento. As opções de escolha para os entrevistados foram as ocupações mais comuns do mercado da música e, diante das respostas, é visto que elas estão, na maioria das vezes, interligadas.

Gráfico 06 - Atividades Econômicas

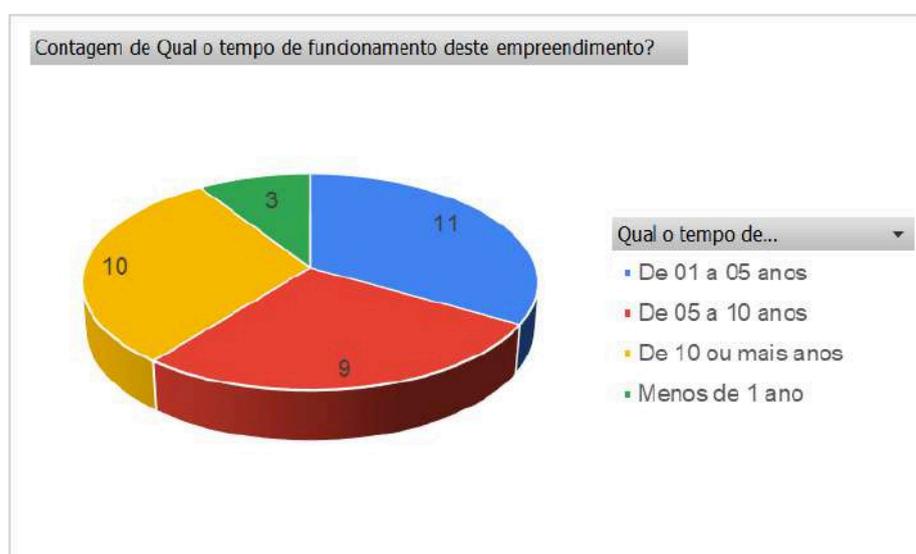
Fonte: Elaboração própria com auxílio do MS Excel

Como demonstra o gráfico acima. Há predominância de shows, a atividade continua como a principal fonte de renda. Porém, à maioria dos artistas não se limita a desempenhar uma única função. Isso ocorre porque, geralmente, uma única ocupação não gera receita suficiente para suprir as necessidades do negócio e garantir lucro.

Em seguida, pode-se verificar que o ensino de música e produção musical também se destaca como atividade complementar essencial. Diante das incertezas do mercado, essa diversificação torna-se estratégica.

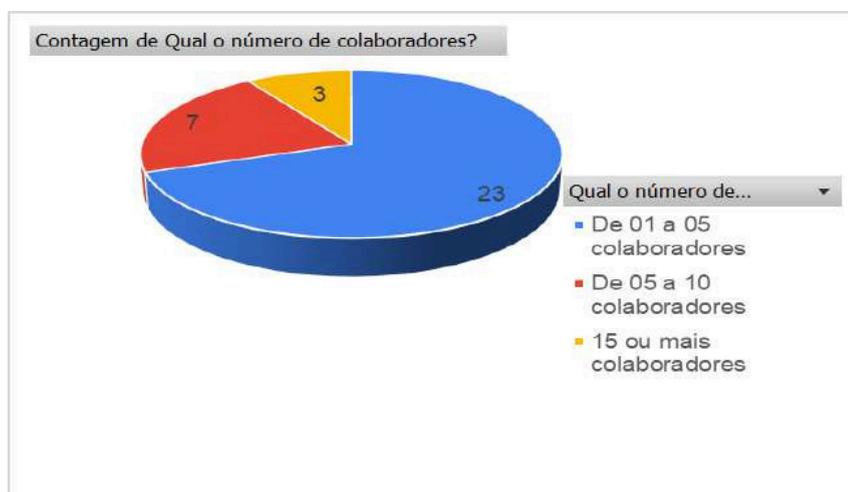
Levando em consideração o tempo de funcionamento/atuação dos pesquisados, os dados obtidos apontam um setor em constante crescimento, com espaço tanto para permanência quanto para entrada de novos empreendedores. Há predominância de empreendimentos de 1 a 5 anos de atuação em fase de consolidação e renovação. Há também os empreendimentos duradouros que resistiram às instabilidades do mercado em que contam com mais de 10 anos de atuação.

Gráfico 07 - Tempo de atuação



Fonte: Elaboração própria com auxílio do MS Excel

Quanto ao número de colaboradores. Identificou-se que a maioria atua em pequeno porte, de 01 à 05 colaboradores, mas com 3 exemplos em que já alcançaram uma expansão significativa, de 1 a 15 participantes. Como pode ser observado no gráfico abaixo.

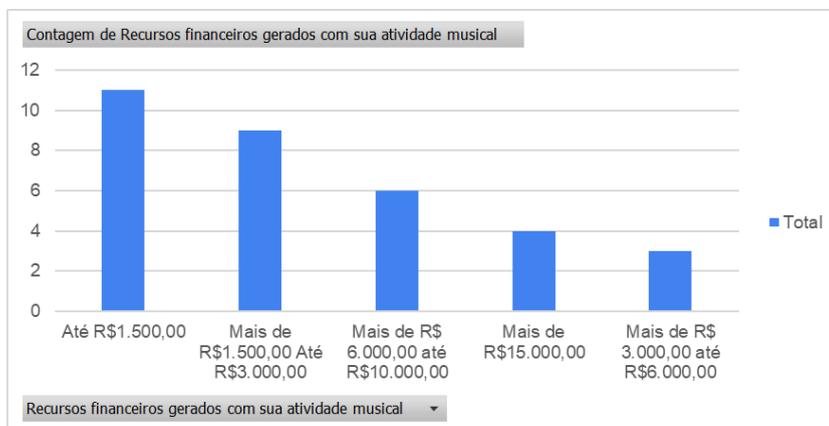
Gráfico 08 - Número de colaboradores

Fonte: Elaboração própria com auxílio do MS Excel

Quando perguntados quanto ao desempenho financeiro, buscou-se compreender a realidade dos respondentes em relação aos recursos financeiros gerados com a sua música, considerando as principais fontes de renda.

Segundo Nelson Farias (apud Pereira, 2019),

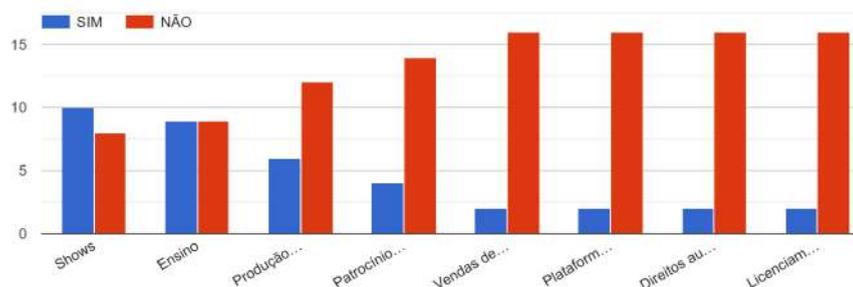
A música (e todas as outras indústrias ligadas à ela, como as de equipamento de áudio e vídeo, *games*, cinema, TV, softwares e hardwares de música etc.) sempre foi um negócio altamente lucrativo. [...]. Pois bem, por mais incrível que isso possa parecer, nós músicos sempre fomos o elo mais fraco dessa cadeia produtiva e, infelizmente, muito por nossa própria inabilidade em lidar com os aspectos práticos ligados à profissão.

Gráfico 09 - Recursos gerados com a atividade musical

Fonte: Elaboração própria com auxílio do MS Excel

Por meio dos dados obtidos constatou-se que os ganhos com apresentações, ensino e produção musical, são os serviços que geram uma maior renda. Como demonstra o gráfico xx. “[...]. Isto traz uma vantagem financeira, porque sua renda total passa a ser a soma de todos os trabalhos, reduzindo-se o grau de incerteza da sua remuneração mensal, já que não existe dependência econômica de apenas um projeto específico” (Salazar, 2015).

A música reflete uma ocupação rentável, porém apenas um pequeno grupo de profissionais conseguem alcançar um retorno financeiro significativo.

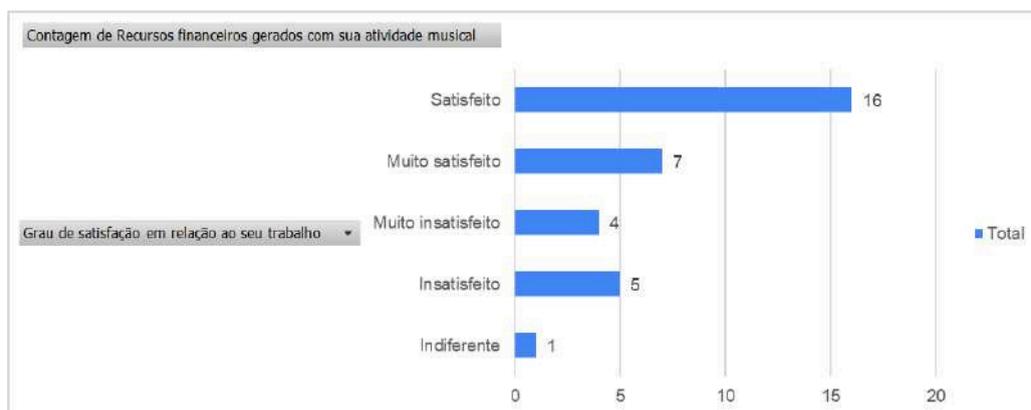
Gráfico 10 - Principais Fontes de Receita

Fonte: Elaboração própria com auxílio do Google Forms

Tende-se a associar o nível de satisfação com o retorno financeiro e as expectativas geradas em relação ao mercado de trabalho. Considerando os dados coletados (gráfico xx), entre satisfeito (16) e muito satisfeito (7), somam 23 artistas (67,6%), de 33 participantes, ou seja, mais de 2/3 dos respondentes demonstram uma percepção positiva sobre os recursos financeiros gerados com a atividade musical. A maioria demonstra satisfação, embora o retorno financeiro seja limitado em alguns casos, atende às expectativas de grande parte dos participantes.

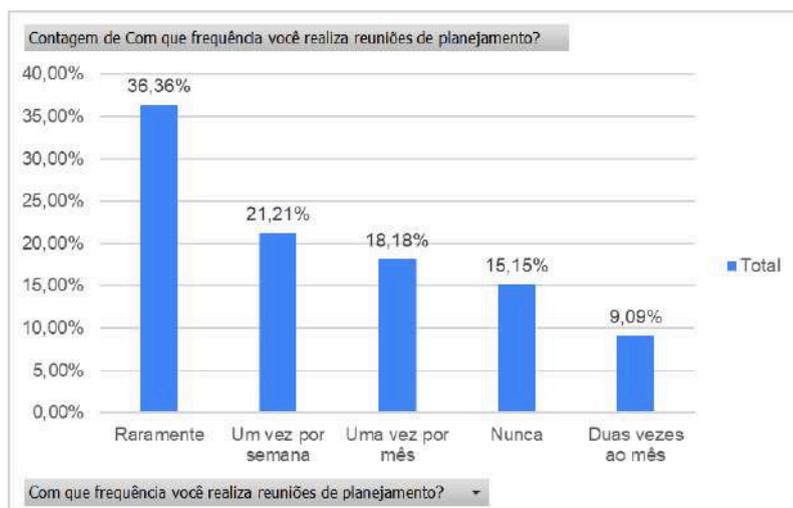
Enquanto 9 artistas, incluindo insatisfeitos (5) e muito insatisfeitos (4), percebe-se que não veem correspondência entre seus esforços e o retorno financeiro alcançado. Uma minoria compõe à variável indiferente, o que pode sinalizar naturalidade pelo participante não depender totalmente da música como fonte de renda.

Gráfico 11 - Grau de satisfação



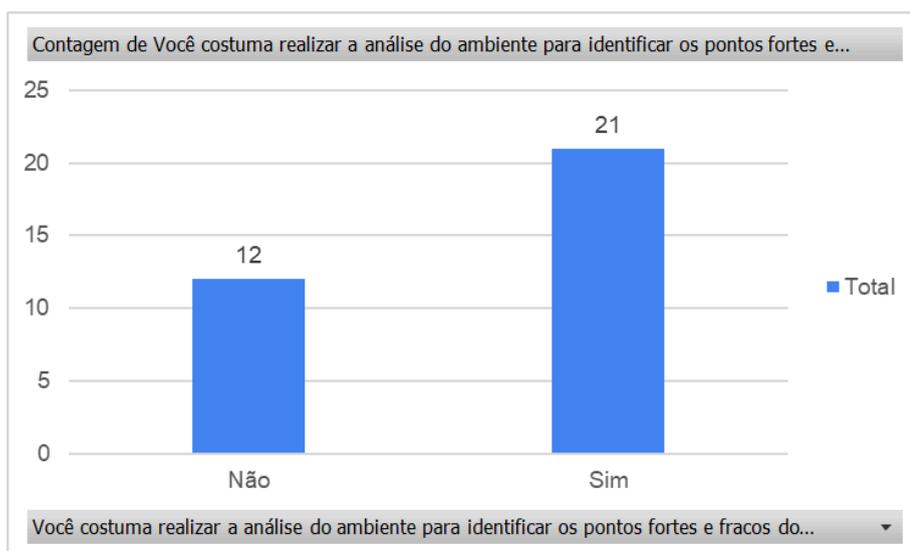
Fonte: Elaboração própria com auxílio do MS Excel

Quanto ao planejamento estratégico pode-se perceber uma fragilidade quando o percentual de maior participação é na variável raramente, com 36,36%. Sem reuniões constantes, o alinhamento de objetivos, correção de fraquezas e criação de estratégias de longo prazo torna-se mais difícil.

Gráfico 12 - Frequência de reuniões de planejamento

Fonte: Elaboração própria com auxílio do MS Excel

Quanto à análise do ambiente em que pode-se identificar áreas de crescimento e melhorias, bem como lidar com os desafios do mercado. De 33 respondentes, nota-se que 21 participantes (63,63%) realizam análise do ambiente para identificar os pontos fortes e fracos, adotando essa prática de diagnóstico estratégico. Enquanto 12 participantes não utilizam essa prática, deixando de identificar riscos e oportunidades.

Gráfico 13 - Análise do ambiente (Ferramenta SWOT)

Fonte: Elaboração própria com auxílio do MS Excel

Com base nas respostas do quadro abaixo é possível verificar que uma parte dos participantes aplicam análise SWOT e utilizam de feedback de clientes como ferramenta de melhoria. Quanto à inovação, despendem atenção às tendências e estética de mercado como menciona um dos respondentes, “Foco bastante na estética de mercado, analisando o que a sociedade está consumindo e o que está fazendo com que eles consumam mais, seja a estética de um show, sonoridade, [...]”.

Como fraquezas, diante das respostas obtidas, pode-se observar também que, dentre os 21 respondentes que realizam análise do ambiente, utilizam apenas a observação e o improvisado como método e não estabelecem uma rotina de planejamento.

Quadro 06 - Análise de mercado na visão dos participantes

Como você realiza essa análise?
Costumo me informar sobre os valores cobrados em outras instituições, na qualidade do ensino, nos instrumentos que a escola dispõe, na estrutura da escola, e com isso, consigo ter uma conversa direta com os sócios/diretores e etc, buscando sempre formas do que podemos fazer para oferecer o melhor serviço.
Pesquisa de campo e conhecidos
Foco bastante na estética de mercado, analisando o que a sociedade está consumindo e o que está fazendo com que eles consumam mais, seja a estética de um show, sonoridade, efeitos, batidas, repertório etc. e o ponto fundamental é se esse som está adequado ou pelo menos perto do que o mercado tecnológico auditivo está disponibilizando para o público de modo geral, ou seja, analiso o produto que vai ser entregue ao consumidor, para que em algum momento chegue ao ponto de satisfazer os objetivos de venda estando inserido nas evoluções musicais do contexto musical a qual estou inserido.
Eu costumo me analisar de maneira geral, quanto a metodologia, horários, metas e objetivos a curto, médio e a longo prazo.
Realizo fazendo uma observação do ambiente no geral
Observando o ambiente musical através de tecnologias, repertórios, ambiente para trazer sempre a inovação e abrir novos espaços e ser a diferença nos ambientes já existentes.
Através de reuniões e reflexões acerca do mercado de trabalho, analisando as possibilidades e probabilidades de crescimento na área profissional a partir de diferentes segmentos dentro do mesmo nicho.
Não realizo análises, pois sou músico e o maestro quem faz a análise de todo conjunto.

Continua

Continuação

Como você realiza essa análise?
Pesquisa local e social
De extrema importância, pois a maioria dos profissionais da música não pensam sobre isso. Infelizmente.
Por meio de pesquisa e feedback dos clientes
Através de swot e feedback
Através de pesquisas e observação
É um mercado mutável, e sempre surge novidades e inovações. É importante fazer pesquisa de mercado e também ficar antenado nas redes sociais.
Observando a viabilidade.
Diálogos
Faço reuniões para análise SWOT.
Vejo o setor na área musical, analisar se vale a pena investir tempo e recursos para crescer na mesma!

Fonte: Elaboração própria com auxílio do MS Excel

O quadro abaixo apresenta informações quanto aos principais desafios enfrentados, classificados em média de importância/percepção.

Os músicos enxergam como maiores dificuldades à instabilidade financeira, a dificuldade de manter um fluxo de renda previsível, o alto custo de infraestrutura e à necessidade de valorização nos contratos. O planejamento financeiro, com uma média de 3,4% aparece como um gargalo, reforçando a necessidade de maior gestão estratégica.

Quadro 07 - Maiores desafios como empreendedor

Maiores desafios como empreendedor na indústria musical	Média
Fonte de receita instável	3,9
O custo e acesso a equipamentos e tecnologias	3,7

Continua

Continuação

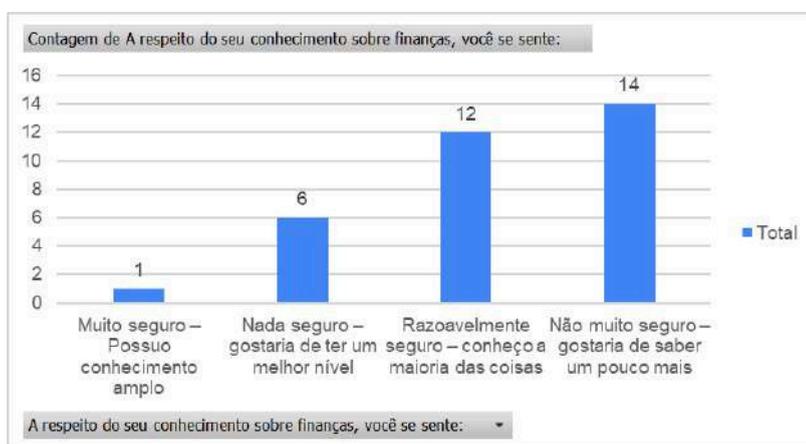
Maiores desafios como empreendedor na indústria musical	Média
Firmar contratos rentáveis sem perder valor	3,7
Criar uma rede de contatos e manter relações de confiança	3,5
Se adaptar às mudanças e manter uma identidade única sem assumir práticas mais comerciais	3,5
Realizar um planejamento financeiro de curto e longo prazo	3,4
Gestão do trabalho em equipe e comunicação interna	3,2
Concorrência intensa ofertando serviços abaixo do valor de mercado	3,0
Rápidas mudanças de comportamento do consumidor	2,7

Fonte: Elaboração própria com auxílio do MS Excel

5.3 FINANÇAS

O gráfico abaixo apresenta de forma clara o nível de conhecimento em finanças entre músicos empreendedores. É possível notar que apenas uma minoria, representada por 1 respondente, se considera totalmente preparada em finanças, enquanto mais de 60% dos músicos empreendedores reconhecem que possuem um conhecimento limitado em finanças e desejam aprender mais.

Gráfico 14 - Nível de conhecimento sobre finanças



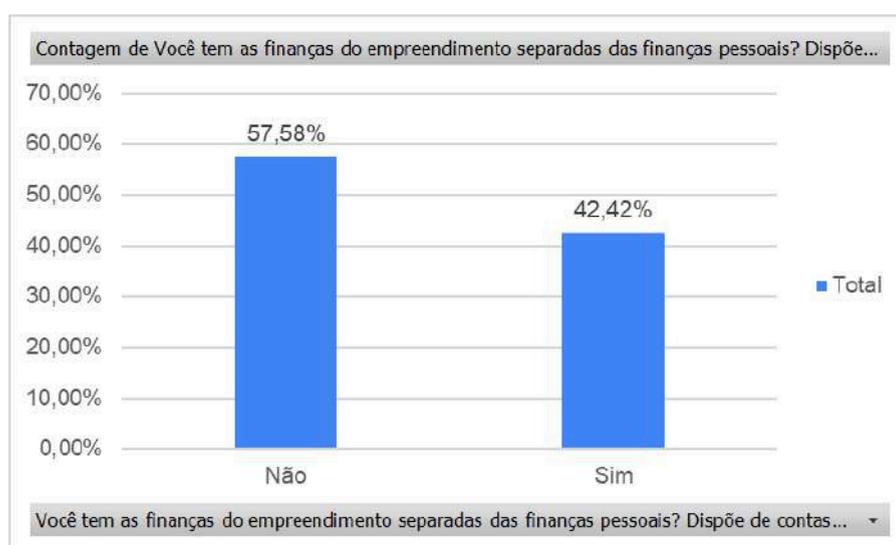
Fonte: Elaboração própria com auxílio do MS Excel

Esse dado dialoga diretamente com os dados que foram apresentados na análise SWOT, quanto a instabilidade e a falta de planejamento financeiro que são pontos críticos e o déficit de conhecimento em finanças ajuda à explicar esses desafios.

O gráfico abaixo apresenta informações quanto à gestão financeira e se há a separação das finanças pessoais das finanças do empreendimento. Mais da metade dos respondentes (57,58%), não realizam a separação das finanças quanto à lucratividade e fluxo de caixa, como também dificulta a tomada de decisão estratégica.

É uma fragilidade comum entre os músicos empreendedores que gera problemas como: uso de recursos do empreendimento para cobrir despesas pessoais ou vice-versa, risco de endividamento e dificuldade em avaliar se o negócio é realmente rentável.

Gráfico 15 - Contas separadas

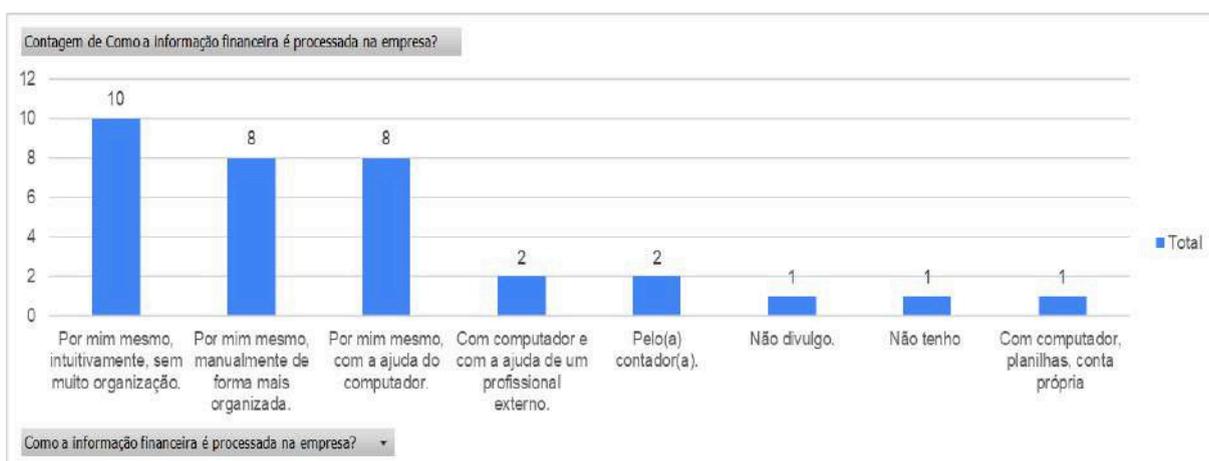


Fonte: Elaboração própria com auxílio do MS Excel

Quanto ao processamento da informação financeira, pode-se observar que a maior parte dos músicos (10 respondentes) realiza o controle por conta própria, de maneira intuitiva ou manual e pouco organizada. Também há aqueles que controlam de forma mais estruturada (8) com computador com algum nível de apoio tecnológico (8). Apenas 2 respondentes recorrem à contadores e 2 respondente à consultores externos.

Esse cenário aponta predomínio da autogestão, o que pode limitar à qualidade das informações indicando risco de erros, falta de previsibilidade, como também, pode-se notar que muitos não enxergam à importância de se ter apoio de um profissional de contabilidade.

Gráfico 16 - Processamento das informações financeiras



Fonte: Elaboração própria com auxílio do MS Excel

Quanto à importância atribuída às informações financeiras, os dados revelam um foco maior em controles de curto prazo e sobrevivência imediata do negócio. Como variáveis mais valorizadas, em média, temos o controle de saldo e do extrato bancário (3,8%), o cálculo do lucro mensal (3,6%) e o cálculo do caixa gerado no mês (3,5%). O músico dispõe de noção imediata de disponibilidade financeira, o que realmente “sobrou” no mês.

Quando parte para as informações estratégicas, percebe-se uma menor relevância, como o controle de contas à receber e a pagar (3,4%) há preocupação, porém sem visão de planejamento. Assim como, plano de negócios (3,3%), pagamentos de empréstimos, formação do preço de venda (3,2%) e indicadores de desempenho (3,2%)

A menor média observada está relacionada ao cálculo de impostos e encargos sociais (2,7) indicando baixa prioridade em relação à formalização e obrigações legais.

Quadro 08 - Importância atribuída às informações Financeiras

Importância atribuída às informações	Média
Controle do saldo e do extrato bancário	3,8
Cálculo do lucro gerado no mês	3,6
Cálculo do caixa gerado no mês	3,5
Controle de contas a receber	3,4
Controle de contas a pagar	3,4
Plano de negócios e de expansão	3,3
Controles do pagamento dos empréstimos	3,2
Formação do preço de venda	3,2
Indicadores para saber como está o negócio	3,2
Folha de pagamento dos funcionários	3,1
Cálculo dos impostos e encargos sociais	2,7

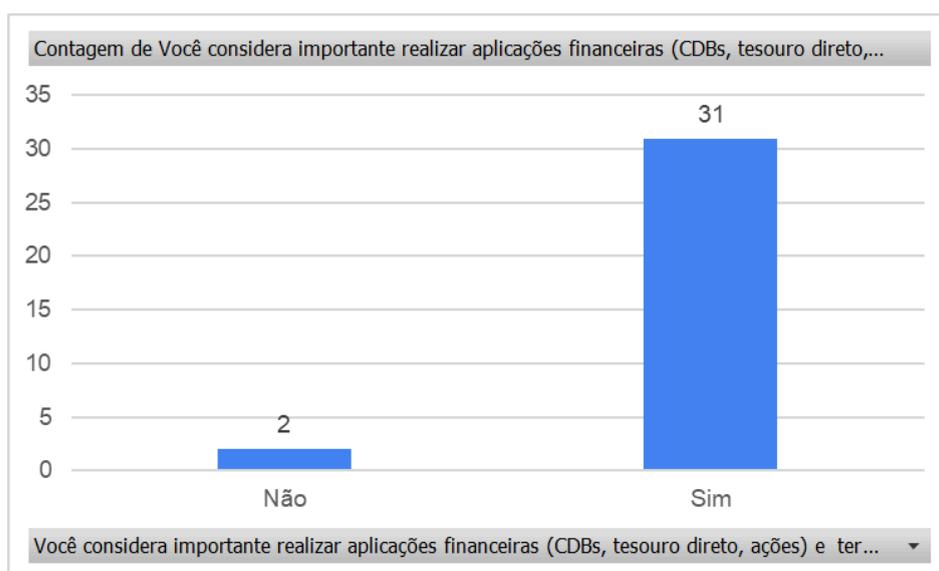
Fonte: Elaboração própria com auxílio do MS Excel

Quanto à percepção da importância de realizar aplicações financeiras e se ter um fundo de emergência, o gráfico abaixo apresenta que existe uma consciência entre os participantes de que é fundamental investir para garantir segurança e rentabilidade. Essa prática contribui para garantir estabilidade financeira e apoia o crescimento do negócio em médio e longo prazo.

Um dos respondentes pontuou que: “Claro que o controle financeiro é muito importante, **mas isso gera um custo e nem sempre nós que vivemos de música conseguimos fazer.** Aplicações financeiras são importantes, mas como se dedicar a isso, se existe a necessidade de se dedicar mais à mão de obra musical mesmo? Eu entendo que o fundo de emergência que está ao alcance mais fácil de ter, **é uma poupança** que pode ser alimentada com disciplina e educação financeira.”.

Nota-se que, embora, tenha em mente que o controle e as aplicações financeiras são importantes, o mesmo não detém de conhecimento suficiente a ponto de quebrar barreiras como: “mas isso gera um custo”, tendo em vista que avançando um pouco no termo finanças e adquirindo o mínimo de conhecimento percebe-se que há ferramentas fáceis de serem aplicá-las e que geram um resultado significativo para sua gestão.

Gráfico 16 - Importância das aplicações financeiras



Fonte: Elaboração própria com auxílio do MS Excel

Quando perguntados sobre os tipos de financiamentos que os músicos utilizam para investir em seu negócio, um percentual significativo dos respondentes (75%), declararam que não utilizam nenhum tipo de financiamento. Os demais, com 3,03%, representando recursos pessoais, bancos de investimentos, entre outras alternativas.

Gráfico 17 - Tipos de Investimentos



Fonte: Elaboração própria com auxílio do MS Excel

O dado revela certa dificuldade que os mesmos enfrentam para acessar linhas de financiamento. Pode estar associada à predominância da informalidade e falta de conhecimento sobre o funcionamento e as vantagens das linhas de crédito para o crescimento do negócio. Utilizam dos recursos pessoais para investir no empreendimento o que limita o potencial de expansão.

Abaixo estão declarações de alguns participantes quanto ao desafio que é empreender e gerir uma carreira sustentável na indústria musical. Apresenta reflexões importantes sobre a realidade do músico-empresendedor. Mostra percepções quanto à necessidade de buscar ter um “diferencial que faça sentido diante das necessidades da sociedade”, compreender que há “um amplo leque de oportunidades na música”, como também, sobre “inovação e conhecimento de mercado”, “parcerias estratégicas, construir uma rede de contatos sólida” e, principalmente, quanto à valorização frete aos contratantes.

Quadro 08 - Declarações dos participantes em relação ao mercado musical

Nesse mercado super concorrido, é importante ter um diferencial que faça sentido diante das necessidades de nossa sociedade
Claro que o controle financeiro é muito importante, mas isso gera um custo e nem sempre nós que vivemos de música conseguimos fazer. Aplicações financeiras são importantes, mas como se dedicar a isso, se existe a necessidade de se dedicar mais à mão de obra musical mesmo? Eu entendo que o fundo de emergência que está ao alcance mais fácil de ter, é uma poupança que pode ser alimentada com disciplina e educação financeira.
Na minha humilde opinião, o músico precisa ter uma formação acadêmica para que ele esteja apto a prestar concursos em sua área, perceber que a música oferece um leque gigantesco de possibilidades, não apenas de shows, mas produção musical, transcrição de partituras para registros, composições, ensino (em escolas de educação básica ou instituições de música) entre outros. Antes de tudo, acreditar em sua própria ideia. Tentar antes de desistir.
A inovação é o conhecimento do mercado são ações importantes para o desenvolvimento dos empreendimentos
Na Paraíba é muito difícil viver exclusivamente do palco, por isso resolvi me tornar professor de música.
Meu conselho é que cada músico aprenda a se valorizar diante dos contratantes, para que a gente passe a receber o justo.

É preciso investir na qualidade e buscar ajuda externa para alcançar os objetivos. Sem parceria não dá pra caminhar.

Continue empreendendo. Avance!

Aprender práticas avançadas de gestão ajuda muito a desenvolver uma visão de longo prazo e alinhamento estratégico

Identificar o principal foco onde investir o tempo e produzir o máximo possível, procurando estabelecer o quanto antes redes de contato

Desenvolva uma ideia que mude a visão do público paraibano acostumado a consumir "músicas de fora" para criar um ambiente de surgimento de talentos que cativam o público local e criem um laço com os fãs. Assim o gerente de carreiras terá um terreno fértil aqui mesmo no Estado

Hoje é muito difícil se manter na indústria musical, pois cada dia está mais desvalorizado o trabalho de um músico de verdade. Hoje estou me afastando cada vez mais da música, e sinto muito por isso pois amo demais a música. E cada dia vejo que vou acabar deixando a música só como um hobby!!!

Fonte: Elaboração própria com auxílio do MS Excel

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa revelou que o músico empreendedor enfrenta importantes desafios na gestão do seu negócio, principalmente, quanto à gestão financeira. Embora que em determinadas perguntas fechadas demonstram que compreendem o termo finanças e suas aplicabilidades, nota-se certa contradição quando comparado às autodeclarações. É possível perceber a necessidade de capacitação em educação financeira, assim como a adoção de uma ferramenta como o fluxo de caixa que possibilita um controle mais eficaz, o planejamento e a tomada de decisão baseada em dados concretos.

Verificou-se que parte dos respondentes tem a música como atividade secundária como realização pessoal e lazer devido a instabilidade financeira. Equilibram as duas profissões sacrificando os horários de descanso. Constatou-se também que a informalidade é predominante e que as principais fontes de renda e atividades desenvolvidas, gira em torno de shows, ensino e produção musical.

Observou-se que a autogestão das informações financeiras, muitas vezes realizada de forma intuitiva, é pouco utilizada como apoio técnico para o negócio. Outro aspecto relevante foi a importância atribuída às informações financeiras. Percebe-se que os músicos priorizam controles de curto prazo como o saldo em conta, o caixa mensal, em detrimento de informações estratégicas e indicadores de desempenho. O que reflete um cenário imediatista e de sobrevivência, em vez de um planejamento sustentável.

Grande parte dos respondentes não realiza a separação das finanças pessoais das empresariais, o que compromete a clareza dos resultados e pode levar a decisões equivocadas. Além disso, quanto às aplicações financeiras e reserva de emergência é algo possível adaptando-se a cada realidade, porém nota-se um déficit de conhecimento em que os músicos criam barreiras antes mesmo de criar o hábito de realizar investimentos e focar no crescimento do negócio a longo prazo.

LIMITAÇÕES DA PESQUISA

O número de participantes foi restrito, o que dificulta à generalização dos resultados para todo o universo de músicos empreendedores. Além disso, o instrumento de coleta de dados baseou-se também em autodeclarações, o que pode gerar diversas percepções, já que os respondentes podem ter interpretado as questões de maneiras diferentes ou não terem relatado sua prática de forma totalmente precisa.

SUGESTÃO PARA PESQUISAS FUTURAS

Diante das conclusões e limitações, recomenda-se que futuras pesquisas aprofundem a análise ampliando a amostra permitindo comparações mais robustas. Fazer uso de um estudo qualitativo como uma entrevista para compreender em maior profundidade as dificuldades enfrentadas e as estratégias adotadas na gestão financeira.

Outro aspecto importante é avaliar o impacto de programas de capacitação em gestão financeira. Certificar se treinamentos e uso de ferramentas, como o fluxo de caixa, resultam em melhorias na sustentabilidade do negócio.

7 REFERÊNCIAS

ARAÚJO, À; TEIXEIRA, E, M; LICÓRIO. **A importância da gestão no planejamento do fluxo de caixa para o controle financeiro de micros e pequenas empresas.** Redeca, v.2,n.2.Jul-Dez.2015 p. 73-88.

ALVES, Adriano Batista. **UM ESTUDO SOBRE A JORNADA PROFISSIONAL DO ARTISTA E AS TEORIAS DE CARREIRA.** PUC- São Paulo Ano XV – v. 27 n° 4/2012.

ALMEIDA, Cláudio Pereira de. **PARA ALÉM DOS HOLOFOTES: uma análise da gestão de carreira musical.** Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte - MG 2018. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1843/AAGS-BBBGMB>.

CALDONCELLI GOMES, L.; VAZ DA SILVA, L.; FERREIRA, D. **Planeamento estratégico aplicado à carreira musical: Strategic plan applied to the musical career.** e3 - Revista de Economia, Empresas e Empreendedores na CPLP, [S. l.], v. 4, n. 1, p. 81–114, 2018. DOI: 10.29073/e3.v4i1.83. Disponível em: <https://revistas.ponteditora.org/index.php/e3/article/view/83>.

CHIAVENATO, Idalberto. **Comportamento Organizacional: A dinâmica do sucesso das organizações.** Rio de Janeiro, Elsevier, 2005.

CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. **Planejamento estratégico. Fundamentos e aplicações.** Rio de Janeiro. 12ª reimpressão. Elsevier, 2003.

ERBANO, Bruno Luiz; THEISEN, Diego Germano; VEBER, Edinho Evaristo; SILVA SOUZA, Mayk Eduardo da; DE SOUZA, Albertina; APEL, Rosângela. **Fluxo de Caixa.** Centro Universitário Leonardo da Vinci - UNIASSELVI, 2013.

FERRARI, Luciene. **O PAPEL DO MARKETING NA CONSTRUÇÃO DE CARREIRA MUSICAL: O CASO DA CANTORA ANITTA.** Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul. 2019. Disponível em: <http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/handle/123456789/5891> .

HERSCHMANN, M., KISCHINHEVSKY, Marcelo. **A indústria da música brasileira hoje – riscos e oportunidades** In: Comunicação e música popular massiva.1 ed.Salvador : EDUFBA, 2006, v.1, p. 87-110.

HEERDT, Cristiano Vieira. **Planejamento estratégico 2016 - 2021**. Defensoria Pública do Estado do Rio Grande do Sul, 2016.

KIKKO, Vanessa. **O futuro da indústria da música no Brasil**. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão Internacional) - FGV - Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2012. Disponível em: https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/FGV_d85f93d6773c203c830adba6548b791c.

MALLMANN, Roberta. **Análise da viabilidade de um empreendimento de produção musical**. UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL. Ijuí (RS), 2012.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Fundamentos da Administração: Introdução à teoria geral e aos processos da administração**. 3ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015.

Pereira, Sergio. **O músico profissional. Conselhos e ideias para a carreira**. Barueri, 2019.

PEREIRA, Flaviana Ferreira. **Educação financeira e gestão de pequenos negócios**. Fortaleza: SEBRAE/CE, 2013.

ROGERS, Steven. **Finanças e estratégias de negócios para empreendedores**. ed. - Dados eletrônicos. Porto Alegre: Bookman, 2011.

SALAZAR, Leonardo Santos. **Música Ltda: o negócio da música para empreendedores** (inclui um Plano de Negócio para uma banda) / Leonardo Santos Salazar. – 2.ed. Revista e ampliada. Recife: Sebrae-PE, 2015.

SEBRAE. **Planejamento estratégico. Dos primeiros passos até à execução**. 2025.

8 ANEXOS

30/07/25, 19:27

A Indústria Musical: Empreendedorismo e Gestão de Carreira

A Indústria Musical: Empreendedorismo e Gestão de Carreira

Prezado(a) participante,

Sou Estudante de Administração do Instituto Federal da Paraíba - IFPB e estou fazendo uma pesquisa com o objetivo de **descrever o perfil de profissionais do setor musical com foco na gestão de carreira e aplicação de instrumentos financeiros**, para fins de meu Trabalho de Conclusão de Curso - TCC, sob a orientação do Professor Odilon Saturnino.

Tendo em vista que a indústria musical tem trilhado um caminho de constantes mudanças e transformações significativas, principalmente, com o advento da tecnologia. Modificando a forma de produção, comercialização e consumo.

Esclarecemos que os resultados serão utilizados para fins exclusivamente acadêmicos e a sua participação é voluntária e anônima.

Grata(o),

Gyanne Dayse
dayse.gyanne@academico.ifpb.edu.br

Odilon Saturnino (Orientador)
odilon.saturnino@ifpb.edu.br

* Indica uma pergunta obrigatória

PARTE I - PERFIL SOCIOECONÔMICO

30/07/25, 19:27

A Indústria Musical: Empreendedorismo e Gestão de Carreira

1. Gênero **Marcar apenas uma oval.*

- Mulher Cis (Identifica-se como mulher, gênero que lhe foi atribuído ao nascer)
- Mulher Trans (Identifica-se como mulher, diferente do gênero que lhe foi atribuído ao nascer)
- Homem Cis (Identifica-se como homem, gênero que lhe foi atribuído ao nascer)
- Homem Trans (Identifica-se como homem, diferente do gênero que lhe foi atribuído ao nascer)
- Não binário (Pessoa que não se identifica com o binarismo Homem ou Mulher)
- Travesti
- Prefere não declarar

2. Ano de Nascimento *

3. Estado Civil **Marcar apenas uma oval.*

- Solteiro(a)
- Casado(a)/União Estável
- Separado(a)/divorciado(a)
- Viúvo(a)

30/07/25, 19:27

A Indústria Musical: Empreendedorismo e Gestão de Carreira

4. Grau de Instrução **Marcar apenas uma oval.*

- Sem instrução
- Fundamental Incompleto
- Fundamental Completo
- Médio Incompleto
- Médio Completo
- Superior Incompleto
- Superior Completo
- Pós-Graduação
- Mestrado
- Doutorado

5. Qual a sua renda familiar mensal?*Marcar apenas uma oval.*

- Até 1 salário mínimo (até R\$ 1.518)
- Mais de 1 a 2 salários mínimos (Mais de R\$ 1.518 a R\$ 3.036)
- Mais de 2 a 3 salários mínimos (Mais de R\$ 3.036 a R\$ 4.554)
- Mais de 3 a 5 salários mínimos (Mais de R\$ 4.554 a R\$ 7.590)
- Mais de 5 a 7 salários mínimos (Mais de R\$ 7.590 a R\$ 10.627)
- Mais de 7 a 10 salários mínimos (Mais de R\$ 10.627 a R\$ 15.180)
- Mais de 10 salários mínimos (Mais de R\$ 15.180)

6. Se dedica, exclusivamente, à música? Se não, qual o outro ramo de atuação profissional? **Marcar apenas uma oval.*

- Sim *Pular para a pergunta 8*
- Outro: _____

Pular para a pergunta 8

PARA QUEM ATUA EM OUTROS RAMOS

Segundo Benjamim Taubkin (apud Pereira, 2019), o músico precisa ser criativo na arte e na vida.

"Por vezes, será necessário investir durante anos na carreira da música a partir de outra profissão. (Pereira, 2019)"

7. Como você equilibra ambos os ofícios? *

PARTE II - PERFIL DO EMPREENDIMENTO/NEGÓCIO**8. Você se enquadra em qual/quais atividades econômicas? ***

Marcar apenas uma oval.

- Ensino
- Shows
- Ensino e Shows
- Ensino, Produção musical, Shows
- Shows, Produção musical, Sonorização
- Produção musical, Sonorização e iluminação
- Shows, Produção musical, Sonorização e iluminação
- Ensino, Shows, Produção musical, Sonorização e iluminação

30/07/25, 19:27

A Indústria Musical: Empreendedorismo e Gestão de Carreira

9. Qual o PORTE deste empreendimento? *

Marcar apenas uma oval.

- Informal
- Microempreendedor Individual (MEI)
- Microempresa
- Empresa de Pequeno Porte
- Médio Porte
- Autônomo
- Outro: _____

10. Qual o número de colaboradores? *

Marcar apenas uma oval.

- De 01 a 05 colaboradores
- De 05 a 10 colaboradores
- De 10 a 15 colaboradores
- 15 ou mais colaboradores

11. Qual o tempo de funcionamento deste empreendimento? *

Marcar apenas uma oval.

- Menos de 1 ano
- De 01 a 05 anos
- De 05 a 10 anos
- De 10 ou mais anos

30/07/25, 19:27

A Indústria Musical: Empreendedorismo e Gestão de Carreira

12. Recursos financeiros gerados com sua atividade musical **Marcar apenas uma oval.*

- Até R\$1.500,00
- Mais de R\$1.500,00 Até R\$3.000,00
- Mais de R\$ 3.000,00 até R\$6.000,00
- Mais de R\$ 6.000,00 até R\$10.000,00
- Mais de R\$ 10.000,00 até R\$15.000,00
- Mais de R\$15.000,00

13. Grau de satisfação em relação ao seu trabalho **Marcar apenas uma oval.*

- Muito insatisfeito
- Insatisfeito
- Indiferente
- Satisfeito
- Muito satisfeito

14. Com que frequência você realiza reuniões de planejamento? **Marcar apenas uma oval.*

- Nunca
- Raramente
- Um vez por semana
- Uma vez por mês
- Duas vezes ao mês

30/07/25, 19:27

A Indústria Musical: Empreendedorismo e Gestão de Carreira

15. **Quanto aos objetivos do empreendimento. Estão alinhados entre você e sua equipe?** *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não
 Talvez

16. **Você costuma realizar a análise do ambiente para identificar os pontos fortes e fracos do empreendimento, como também, as ameaças e oportunidades de mercado?** *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não *Pular para a pergunta 18*

Pular para a pergunta 18

ANÁLISE DO AMBIENTE

A análise do ambiente pode ser útil para identificar áreas de crescimento e melhorias, bem como para lidar com os desafios do mercado.

17. **Como você realiza essa análise?** *

Parte II - Perfil do Empreendimento/Negócio

30/07/25, 19:27

A Indústria Musical: Empreendedorismo e Gestão de Carreira

18. Qual a sua frequência em apresentações de outros artistas? **Marcar apenas uma oval.*

- Raramente
- Uma vez por semana
- Duas vezes na semana
- Uma vez ao mês
- Duas vezes ao mês

19. Sobre tendências e inovações no mercado musical, gestão e empreendedorismo. Como você se atualiza? *

30/07/25, 19:27

A Indústria Musical: Empreendedorismo e Gestão de Carreira

20. **Quais são os maiores desafios que você enfrenta como empreendedor na indústria musical? Responda na escala de 1 (Discordo totalmente) a 5 (Concordo totalmente).** *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Fonte de receita instável	<input type="radio"/>				
Firmar contratos rentáveis sem perder valor	<input type="radio"/>				
Realizar um planejamento financeiro de curto e longo prazo	<input type="radio"/>				
O custo e acesso a equipamentos e tecnologias	<input type="radio"/>				
Gestão do trabalho em equipe e comunicação interna	<input type="radio"/>				
Criar uma rede de contatos e manter relações de confiança	<input type="radio"/>				
Concorrência intensa ofertando serviços abaixo do valor de mercado	<input type="radio"/>				
Rápidas mudanças de	<input type="radio"/>				

30/07/25, 19:27

A Indústria Musical: Empreendedorismo e Gestão de Carreira

comportamento
comportamento
do consumidor
do consumidor

Se adaptar às
Se adaptar às
mudanças e
mudanças e
manter uma
manter uma
identidade
identidade
única sem
única sem
assumir
assumir
práticas mais
práticas mais
comerciais para
comerciais para
atrair um maior
atrair um maior
público
público



21. **O que torna seu empreendimento único dentro do mercado competitivo da indústria musical?** *

CONTRATOS DE TRABALHO

Gerenciar contratos de trabalho pode ser desafiador, especialmente quando se trata de garantir que seu trabalho seja valorizado de forma justa e sustentável.

30/07/25, 19:27

A Indústria Musical: Empreendedorismo e Gestão de Carreira

22. **Durante a negociação você consegue estabelecer limites e expor suas expectativas financeiras ou se sente pressionado a aceitar contratos menos vantajosos?** *

Marcar apenas uma oval.

- Sinto-me pressionado(a) a ponto de aceitar acordos abaixo do valor de mercado
- Sinto-me pressionado(a), mas tento estabelecer limites e as vezes consigo contratos benéficos para ambas as partes
- Estabeleço limites, mas ainda cedo alguns direitos para o contratante
- Estabeleço limites e consigo fazer com que o valor do meu trabalho não seja questionado
- Outro: _____

23. **Os contratos são firmados boca a boca ou legalmente mediante assinatura?** *

Marcar apenas uma oval.

- Os contratos são firmados boca a boca *Pular para a pergunta 25*
- Os contratos são firmados mediante assinatura de ambas as partes

SOBRE APOIO JURÍDICO

24. **Você conta com advogado(a) para a elaboração de contratos ou realiza por conta própria?** *

Marcar apenas uma oval.

- Elaboro por conta própria
- Consulto um(a) advogado(a) para tirar dúvidas, mas elaboro por conta própria.
- Sim. Conto com o suporte de um(a) advogado(a)
- Outro: _____

30/07/25, 19:27

A Indústria Musical: Empreendedorismo e Gestão de Carreira

CONTRATOS DE TRABALHO

Gerenciar contratos de trabalho pode ser desafiador, especialmente quando se trata de garantir que seu trabalho seja valorizado de forma justa e sustentável.

25. **Quanto à forma de pagamento. Quais os principais meios praticados por você * para o recebimento do cachê?**

Marque todas que se aplicam.

- Antecipado. Uma parte no ato da assinatura do contrato e outra parte na passagem de som
- Antecipado. Uma parte no ato da assinatura do contrato e outra parte parcelado via cartão de crédito ou depósito bancário
- Depois do evento. Via nota de empenho e posterior depósito bancário
- Depois do evento. Via depósito bancário do valor total
- Outro: _____

PARTE III - FINANÇAS

26. **A respeito do seu conhecimento sobre finanças, você se sente: ***

Marcar apenas uma oval.

- Nada seguro – gostaria de ter um melhor nível
- Não muito seguro – gostaria de saber um pouco mais
- Razoavelmente seguro – conheço a maioria das coisas
- Muito seguro – Possuo conhecimento amplo

27. **Você tem as finanças do empreendimento separadas das finanças pessoais? * Dispõe de contas bancárias diferentes?**

Marcar apenas uma oval.

- Não
- Sim

30/07/25, 19:27

A Indústria Musical: Empreendedorismo e Gestão de Carreira

28. Como a informação financeira é processada na empresa? **Marcar apenas uma oval.*

- Pelo(a) contador(a).
- Por mim mesmo, com a ajuda do computador.
- Por mim mesmo, intuitivamente, sem muito organização.
- Por mim mesmo, manualmente de forma mais organizada.
- Sem computador e com a ajuda de um profissional externo.
- Com computador e com a ajuda de um profissional externo.
- Outro: _____

30/07/25, 19:27

A Indústria Musical: Empreendedorismo e Gestão de Carreira

29. **Quais as suas principais fontes de receita (renda)? Selecione as opções que se aplicam a sua realidade.** *

Marcar apenas uma oval por linha.

	SIM	NÃO
Shows	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ensino	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produção Musical	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Patrocínios e parcerias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vendas de música (CDs, Plataformas digitais)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Plataformas de Crowdfunding (Financiamento Coletivo)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Direitos autorais e Royalties (uso de uma propriedade intelectual)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Licenciamento de música (para publicidade, televisão, mídia social)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

30/07/25, 19:27

A Indústria Musical: Empreendedorismo e Gestão de Carreira

30. **De qual ou quais tipos de financiamentos você se utiliza para investir em seu negócio?** *

Marque todas que se aplicam.

- Não utilizo nenhum tipo de financiamento
- Bancos de investimentos ou sociedades financeiras
- Bancos de desenvolvimento (ex.: BNB, BNDES ou outro)
- Programas de fomento ao Empreendedorismo (ex.: Empreender PB ou outro)
- Bancos comerciais (ex.: Banco do Brasil, Bradesco, Caixa Econômica, entre outros)
- Outro: _____

30/07/25, 19:27

A Indústria Musical: Empreendedorismo e Gestão de Carreira

31. **Que importância você atribui às seguintes informações financeiras e sua aplicação na empresa? Para o que se aplica em seu negócio, responda na escala de 1 (Sem importância) a 5 (Muito importante).** *

Marcar apenas uma oval por linha.

	0 (Não se aplica)	1	2	3	4	5
Controle do saldo e do extrato bancário	<input type="radio"/>					
Controles do pagamento dos empréstimos	<input type="radio"/>					
Folha de pagamento dos funcionários	<input type="radio"/>					
Cálculo dos impostos e encargos sociais	<input type="radio"/>					
Formação do preço de venda	<input type="radio"/>					
Controle de contas a receber	<input type="radio"/>					
Controle de contas a pagar	<input type="radio"/>					
Cálculo do lucro gerado no mês	<input type="radio"/>					
Cálculo do caixa gerado	<input type="radio"/>					

30/07/25, 19:27

A Indústria Musical: Empreendedorismo e Gestão de Carreira

no mês	no mês	no mês	no mês	no mês	no mês
Indicadores Indicadores para saber para saber como está o como está o negócio negócio	<input type="radio"/>				
Plano de Plano de negócios e negócios e de expansão de expansão	<input type="radio"/>				

32. **Você considera importante realizar aplicações financeiras (CDBs, tesouro direto, ações) e ter um fundo de emergência?** *

Marcar apenas uma oval.

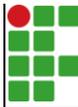
Sim

Não

33. **Sinta-se à vontade para deixar sua ideia e/ou conselho diante desse desafio que é empreender e gerir uma carreira sustentável na indústria musical.**

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
	Campus João Pessoa - Código INEP: 25096850
	Av. Primeiro de Maio, 720, Jaguaribe, CEP 58015-435, João Pessoa (PB)
	CNPJ: 10.783.898/0002-56 - Telefone: (83) 3612.1200

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

Entrega da Versão Final - TCC

Assunto:	Entrega da Versão Final - TCC
Assinado por:	Gyanne Santos
Tipo do Documento:	Anexo
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- **Gyanne Dayse Olimpio Santos, ALUNO (20182460051) DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO - JOÃO PESSOA**, em 01/09/2025 14:23:02.

Este documento foi armazenado no SUAP em 01/09/2025. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1592931

Código de Autenticação: e278081fd5

