

# O PIB DA MÚSICA NO BRASIL

Edição 2025 – versão 18/ago/2025 – valores em R\$ correntes (base 2024)



**UMA ANÁLISE ESTRATÉGICA  
DA CADEIA DE VALOR,  
MERCADO DE TRABALHO  
E IMPACTO ECONÔMICO**



Apresenta

# O PIB DA MÚSICA NO BRASIL EDIÇÃO 2025

Uma análise estratégica da cadeia de valor, mercado  
de trabalho e impacto econômico

## Relatório Completo

Valores em R\$ correntes; comparações internacionais apenas  
com câmbio médio anual/PPC quando indicado

# SUMÁRIO

Apresentação (Relatório Completo / Notas de leitura) — p. 2.

1. Carta do Presidente — p. 4.

2. Sumário Executivo — p. 5.

3. Principais Indicadores — p. 6.

4. PIB Musical por Segmento — p. 7 (abertura do capítulo).

4.1 Música gravada — Dimensionamento e estrutura — p. 9.

4.2 Crescimento do streaming — p. 10.

5. Música ao Vivo — p. 11 (abertura do capítulo).

5.1 O motor da economia da experiência — p. 12.

5.2 Top 20 eventos por impacto econômico (Base 2024) — p. 13.

5.3 Ticket médio dos shows — p. 14.

5.4 Distribuição de eventos por região e estado (2025) — p. 15.

5.5 Mercado de eventos — dashboard por região (2024) — p. 16.

5.6 Precificação dos shows (faixas por segmento) — p. 17.

5.7 Metodologia e fontes — Música ao Vivo — p. 18–19.

6. Balança Comercial de Equipamentos (Áudio + Instrumentos) — p. 20 (abertura do capítulo).

6.1 Dependência externa e fluxo importação→varejo — p. 21.

6.2 Dimensão e vulnerabilidade (análise Áudio & Instrumentos) — p. 22.

7. Base Empresarial e Mercado de Trabalho — p. 23 (abertura do capítulo).

7.1 Estrutura empresarial — visão geral — p. 24.

7.2 Empresas por região e atividades — p. 25–26.

7.3 Emprego formal no setor musical — CAGED 2024 — p. 27–29.

7.4 Análise de gênero (admissões por setor) — p. 30.

8. Direitos Autorais — p. 31–32.

9. Música, Igrejas e Religiões — p. 33 (abertura do capítulo).

9.1 Panorama e cadeia produtiva — p. 34.

9.2 Educação musical nas igrejas (tabela comparativa) — p. 35.

9.3 Panorama denominacional — cadeia, players e instrumentos — p. 36.

## CARTA DO PRESIDENTE



**A** economia da música no Brasil movimentou **R\$ 116,06 bilhões** (cadeia ampliada, 2024) e integra cadeias digitais e presenciais. Apesar do porte, a função Cultura representa **0,95%** dos gastos tributários federais. O estudo consolida evidências públicas e setoriais para orientar uma agenda de produtividade e competitividade.

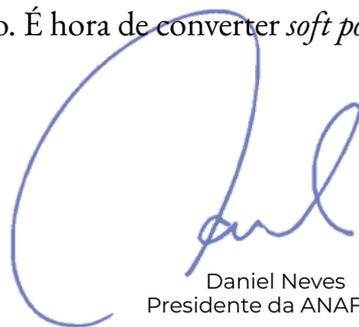
**Custo de acesso a equipamentos** — Achado crítico: dependência externa de equipamentos e instrumentos — **≈ 99,1%** do valor transacionado é importado —, elevando a exposição cambial e inibindo desenvolvimento tecnológico e empregos qualificados.

No comparativo varejo Brasil vs. varejo EUA/UE, o músico brasileiro enfrenta preços até **2×** superiores para cestas equivalentes de áudio e instrumentos (média 2024–2025). A dinâmica **4,5×** refere-se à cascata **CIF→Varejo** (tributos e custos de internalização) e é detalhada no **Cap. 6 (p. 21)**.

O mapeamento de **19.530** empresas indica estrutura fragmentada, com **47,3%** operando como MEI, o que amplia formalização, mas impõe limites de escala e proteção social. O fenômeno exige políticas de qualificação, crédito e dados para a tomada de decisão.

Diante disso, ainda que um sonho, criar a **Agência Nacional da Música (AGEMUS)** é uma necessidade de governança, com mandato para regulação inteligente, fomento orientado a resultados e inteligência de mercado. Sem coordenação, um setor que cresce de forma consistente e já demonstrou força global seguirá subalocado. O setor tem condições de gerar impacto econômico adicional quando políticas forem ancoradas em métricas e transparência metodológica.

**Conclusão:** convite à análise econômica racional. Os dados mostram a música brasileira como ativo estratégico de alto retorno. É hora de converter *soft power* em indicadores verificáveis.



Daniel Neves  
Presidente da ANAFIMA

# SUMÁRIO EXECUTIVO

**Nota técnica e metodologia** — Este relatório não publica multiplicador econômico formal. Quando mencionada, a “alavancagem” é apenas uma proxy (PIB setorial / fomento apurado) e não substitui multiplicadores de matriz insumo-produto com setorização e sensibilidade.

**Equipamentos de música e áudio** — Varejo movimentou ~R\$ 14,0 bilhões em 2024 (importações CIF US\$ 577 mi × câmbio PTAX 2024 = R\$ 5,39/US\$ × multiplicador de formação de preço ~4,5×). Cada ponto a menos nesse multiplicador libera ~R\$ 3,1 bilhões/ano.

**Eventos ao vivo** — Estimativa ANAFIMA 2024: R\$ 94 bilhões (faixa R\$ 87–98 bi). Valor por triangulação com Radar ABRAPE (consumo do setor), base própria de tiqueteiras (100k+ datas/2024) e validação bottom-up por PD × CIP em clusters (megafestivais pagos, mega-shows gratuitos e festas populares). Anti-dupla contagem aplicada. Indicadores: ticket médio R\$ 432 (rap R\$ 310 / multigênero R\$ 503); 70% limitam gasto a R\$ 300; megaeventos R\$ 795–1.100 (pista) e +R\$ 3.000 (premium).

**Mercado fonográfico** — R\$ 3,486 bilhões (+21,7%), 9ª posição IFPI. Streaming 87,6% (R\$ 3,055 bi): assinaturas R\$ 2,077 bi; publicidade (áudio+vídeo) R\$ 978 mi. Execuções públicas: R\$ 386 mi.

**Gestão coletiva** — ECAD: ~R\$ 1,8 bi arrecadado; ~R\$ 1,5 bi distribuído; 345 mil+ titulares. Digitais lideram (26%).

**Fomento e Base Empresarial** — Base empresarial: 19.530 CNPJs; Sudeste ~53%. Segmentos: instrumentos (36,7%), gravação (21,3%), produção (20,9%).

## PRINCIPAIS INDICADORES

O Brasil tem posição de destaque no cenário global, com PIB setorial de R\$ 116,06 bilhões (2024) e 9ª posição em valor de mercado. A base de streaming está entre as maiores do mundo.



### Do PIB TOTAL / GTV ao PIB SERVIÇOS



### Desafios Estruturais

**Dependência Externa:** ≈99,1% do valor transacionado (1997–2025) dos equipamentos e instrumentos musicais são importados, criando vulnerabilidade estratégica. **Custo de acesso** (consumidor): até 2× no varejo Brasil vs varejo EUA/UE (ver cascata ~4,5× na p.20).  
**Concentração Geográfica:** 50,56% das empresas estão no Sudeste, criando assimetrias regionais críticas. **Subrepresentação Fiscal:** Função Cultura recebe apenas 0,95% dos gastos tributários federais.



# PIB MUSICAL POR SEGMENTO

# PIB MUSICAL POR SEGMENTO

## Detalhamento

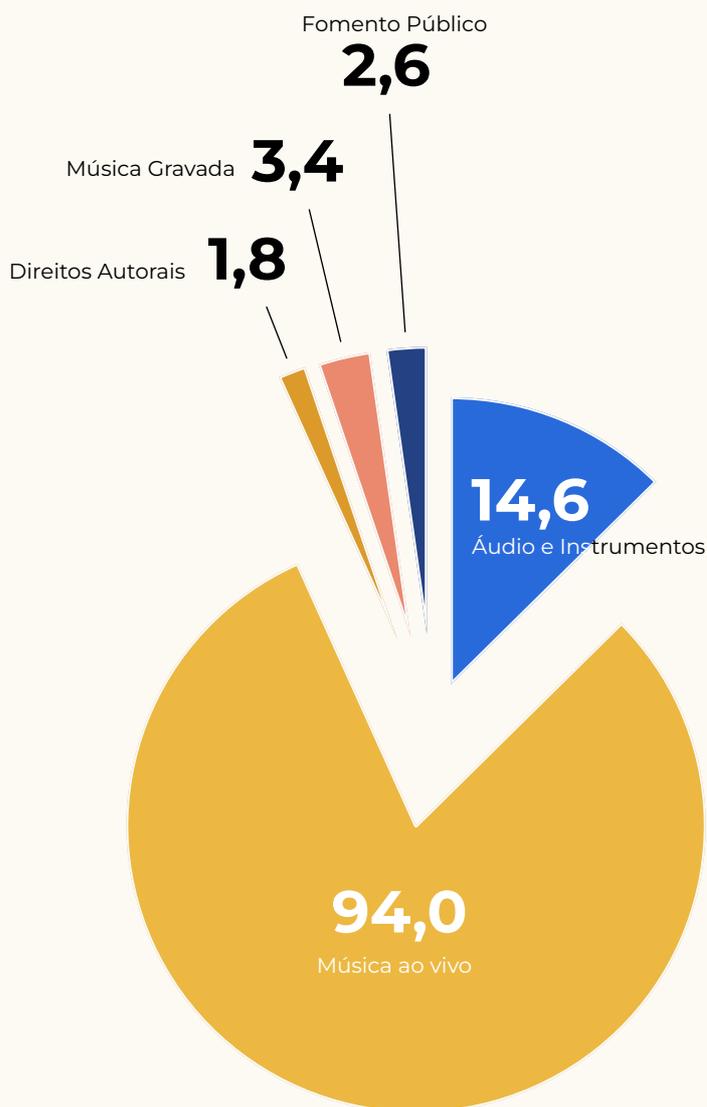
**Áudio e Instrumentos** — segundo maior segmento: R\$ 13,9 bilhões; dependência externa de 99,1%.

**Música ao Vivo** — maior segmento: R\$ 94 bilhões (núcleo direto); motor da economia da experiência.

**Música Gravada** — R\$ 3,486 bilhões (3,0%); +21,7% em 2024, impulsionada pelo streaming.

**Direitos Autorais** — R\$ 1,8 bilhão (1,6%); arrecadação recorde do Ecad em 2024.

**Fomento Público** — R\$ 2,65 bilhão (pisos + faixas estimativas); ver capítulo de fomento.



Análise: A concentração de 60,3% no segmento de Áudio e Instrumentos, combinada com a dependência externa de 99,1%, representa uma vulnerabilidade estratégica para o setor.

Música gravada

# DIMENSIONAMENTO E ESTRUTURA DO MERCADO MUSICAL

## A consolidação da matriz digital

O mercado fonográfico brasileiro **faturou R\$ 3,486 bilhões em 2024**, um crescimento de 21,7% em relação ao ano anterior, mantendo o Brasil pelo oitavo ano consecutivo entre os dez maiores mercados globais. **O streaming domina com 87,6% da receita total**. As assinaturas pagas são a maior fonte, gerando R\$ 2,077 bilhões (68% da receita de streaming), um crescimento de 26,9%. O streaming suportado por publicidade (áudio e vídeo) adicionou R\$ 978 milhões. O Spotify lidera o mercado de assinaturas com ~60,7% de market share.

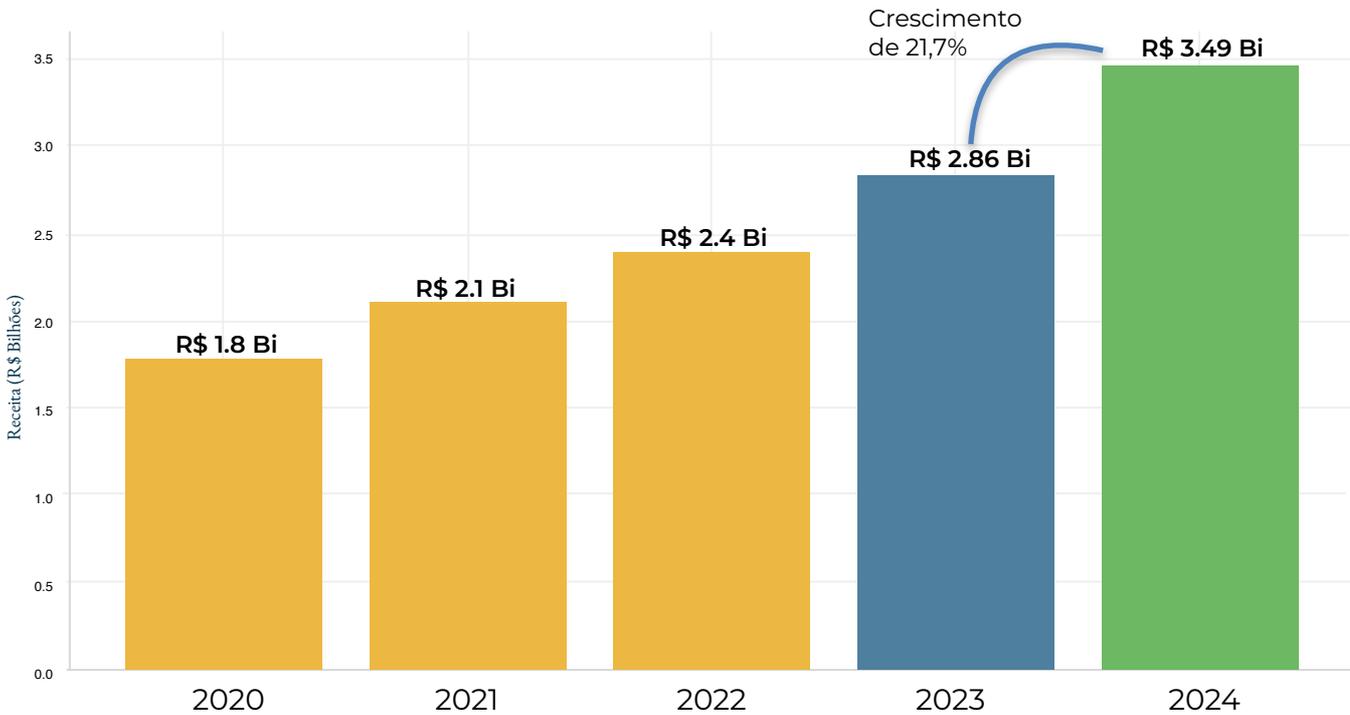


Pro-Música Brasil 2024 para receita/composição. 2) Base do share (Luminate/estudo interno) indicada na Ficha Técnica (p.34).

Música Gravada

# CRESCIMENTO DO STREAMING

## Evolução da receita de streaming musical



O streaming consolidou-se como a principal matriz de receita da música gravada, respondendo por 87,6% do segmento.

## Análise do crescimento



93,5% das 200 músicas mais consumidas são produções nacionais, um indicador de forte soberania cultural.

Fontes: Pro-Música 2020–2024 (série); fonte do Top-200 e base do share explicitadas no p.34.



# MÚSICA AO VIVO



Ao vivo

# MÚSICA AO VIVO: O MOTOR DA ECONOMIA DA EXPERIÊNCIA

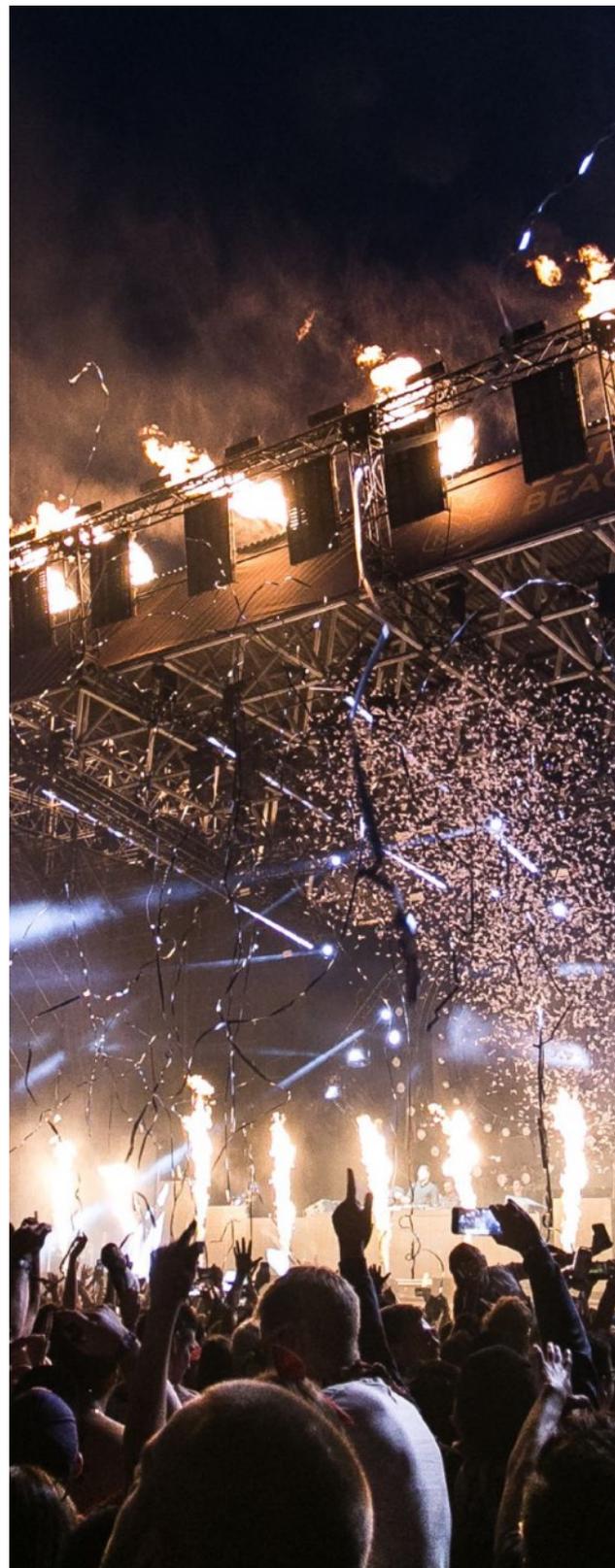
O mercado brasileiro de música ao vivo movimentou **R\$ 94,0 bilhões** em 2024 (faixa: **R\$ 87–98 bi**), segundo **estimativa ANAFIMA** construída por triangulação proprietária e validação de campo. O total combina a ótica do impacto ampliado (“**Conta Cidade**”: turismo, hospedagem, alimentação, transporte, varejo) com o núcleo de receitas diretas (“**Conta Show**”: bilheteria, patrocínios e F&B/merchandising), respeitando protocolos de anti-dupla contagem.

O escopo cobre de **megafestivais** e turnês em estádios a shows médios e eventos de pequeno porte em casas de espetáculo e arenas regionais. A heterogeneidade do ecossistema é tratada com parâmetros comparáveis e calibrações baseadas em estudos oficiais e evidências operacionais, assegurando rastreabilidade e consistência entre formatos.

**Escopo e clusters específicos.** Carnavais, festas juninas e o Festival de Parintins estão incluídos no consolidado de **R\$ 94 bi**, porém possuem dinâmicas próprias (turismo massivo, eventos gratuitos, CIPs diferenciados). A ANAFIMA publica leituras dedicadas para esses clusters, preservando séries municipais/estaduais e eliminando sobreposições.

## **Abrangência — Inclusão de pequenos e médios eventos.**

A base do setor é pulverizada: milhares de datas de médio e pequeno porte sustentam o circuito artístico nacional, sobretudo no interior e em eixos regionais. Embora tenham tíquete unitário menor, o volume e a frequência ampliam o agregado do segmento. A estimativa ANAFIMA incorpora esse universo por inventário nacional de festas populares e base própria de tiqueteiras (100 mil+ datas/2024), além de séries setoriais (ABRAPE como referência cruzada), com detalhamento metodológico apresentado em nota técnica específica.



Estimativa ANAFIMA (2024), construída por triangulação proprietária com: Radar ABRAPE – consumo anual do setor (131,8 bi); base própria de tiqueteiras (100k+ datas/2024); e estudos oficiais municipais/estaduais (ex: Riotur/FCV para megafestivais e shows gratuitos). Procedimentos de anti-dupla contagem aplicados.

Ao Vivo

# TOP 20 EVENTOS POR IMPACTO ECONÔMICO (Base, 2024)

#	Evento	Cidade/UF	Cluster	Público (PD)	Impacto (R\$)
1	Carnaval do Rio (rua + Sambódromo)	Rio de Janeiro/RJ	Carnaval AT	8,0 mi	5,0 bi
2	Carnaval de Minas Gerais (estadual)	Várias/MG	Carnaval LT	12,0 mi	4,7 bi
3	Carnaval de São Paulo (rua)	São Paulo/SP	Carnaval LT	16,0 mi	3,4 bi
4	Carnaval de Salvador (rua)	Salvador/BA	Carnaval AT	11,0 mi	2,0 bi
5	Carnaval do Recife (rua)	Recife/PE	Carnaval AT	3,4 mi	2,4 bi
6	Carnaval de Olinda (rua)	Olinda/PE	Carnaval AT	4,0 mi	0,4 bi
7	Rock in Rio	Rio de Janeiro/RJ	MFPG	0,7 mi	1,7-2,9 bi
8	Carnaval de Belo Horizonte (rua)	Belo Horizonte/MG	Carnaval LT	5,5 mi	~1,0 bi
9	São João — Campina Grande	Campina Grande/PB	SJ	2,93 mi	~670 mi
10	São João — Caruaru	Caruaru/PE	SJ	3,7 mi	~688 mi
11	Fortal	Fortaleza/CE	Temático/micareta	1,5 mi	~800 mi
12	Madonna — Copacabana (04/ mai)	Rio de Janeiro/RJ	MSG	1,6 mi	293-469 mi
13	Lollapalooza Brasil	São Paulo/SP	MFPM	0,24-0,30 mi	~422-500 mi
14	Allianz Parque — shows 2024	São Paulo/SP	Shows pagos	~0,8 mi	~400 mi
15	Oktoberfest Blumenau	Blumenau/SC	RT	0,6 mi	~350 mi
16	Mossoró Cidade Junina	Mossoró/RN	SJ	1,3 mi	~359 mi
17	Círio de Nazaré	Belém/PA	Religioso/popular	2,3 mi	~189 mi
18	Festival de Parintins (Boi-Bumbá)	Parintins/AM	RT/temático	0,12 mi	~180 mi
19	Virada Cultural SP (24h)	São Paulo/SP	FUG	4,5-5,0 mi	~100-200 mi
20	FIG — Festival de Inverno de Garanhuns	Garanhuns/PE	Multicultural	pico ~75 mil	~24 mi (ref. 2022)

## Como ler a tabela:

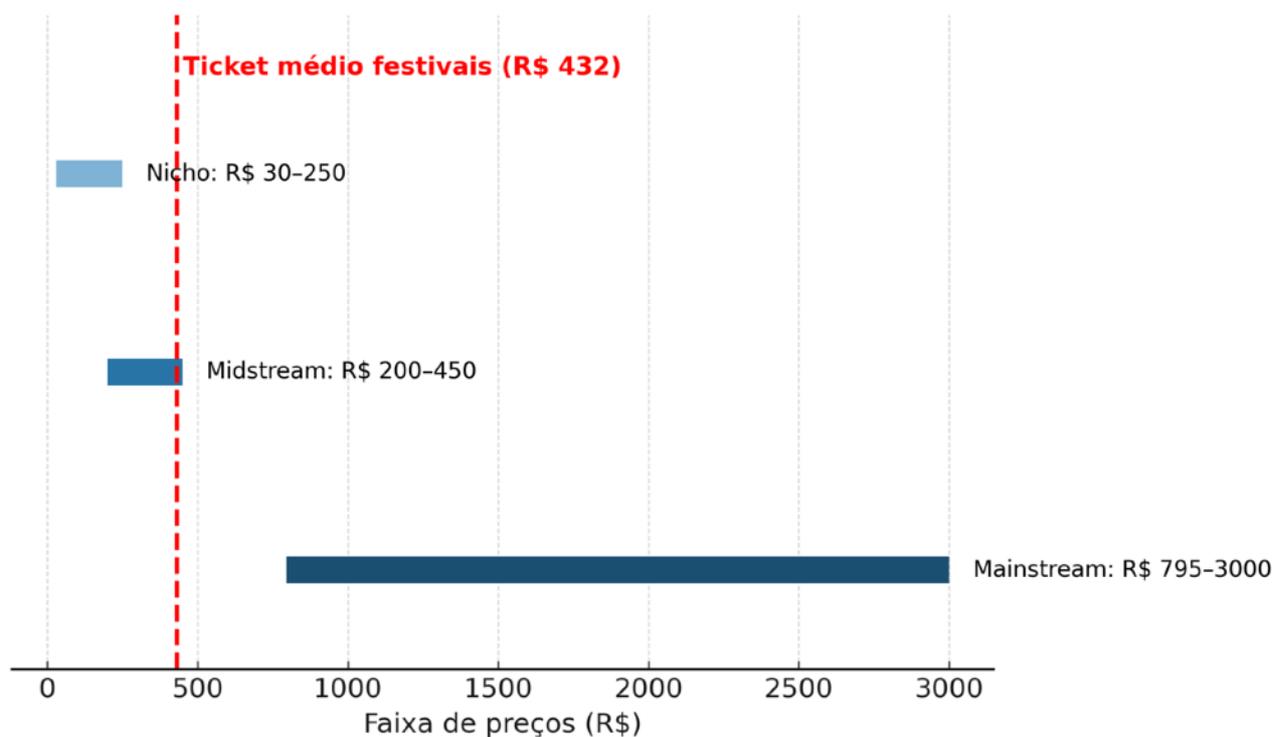
- **Faixas** (ex.: 1,7-2,9 bi) indicam intervalo credível a partir de múltiplas fontes/edições — usamos a **faixa** sem alterar o **total Brasil Base**.
- **Símbolos:** ~ ≈ ordem de grandeza; **ref.** = benchmark histórico recente quando a edição 2024 não divulgou valor; **mi/bi** = milhões/bilhões de reais; **mi (público)** = milhões de pessoas/dias.
- **Antidupla contagem:** eventos **municipais não são somados a estaduais** se houver sobreposição (ex.: MG estadual vs. capitais).

Ao Vivo

# TICKET MÉDIO DOS SHOWS

O setor de música ao vivo no Brasil revela um contraste entre a capacidade de gasto do público e os preços praticados. O estudo *Dimensionamento Geográfico do Mercado de Eventos Musicais no Brasil (2024–2025)*, realizado pela ANAFIMA, analisou **1.193 eventos** a partir de dados das plataformas **Ticketmaster, Ticket360, Sympla, Ingresso e Eventim**, além de pesquisa da **Serasa e Opinion Box**, que indicou que **70% dos frequentadores fixam um teto de R\$ 300 por ingresso**. Esse limite, no entanto, se distancia da realidade dos grandes shows, em que o ingresso de pista varia de **R\$ 795 a R\$ 1.100**, e áreas premium ou camarotes podem superar **R\$ 3.000**.

## Preço de ingressos em shows e festivais no Brasil (2024)



O parcelamento sem juros consolidou-se como mecanismo essencial para compatibilizar esse descompasso entre renda disponível e preço praticado, garantindo acesso a parcelas mais amplas da população. Na prática, o mercado opera em duas camadas: de um lado, **festivais regionais e independentes** com ingressos entre **R\$ 30 e R\$ 250**, que sustentam diversidade cultural e capilaridade; de outro, **megaeventos premium**, próximos a bens de luxo, voltados a um público de maior poder aquisitivo. Essa polarização explica por que, segundo o *Mapa dos Festivais*, o **ticket médio em 2024/1 foi de R\$ 432 (pista/inteira por dia)**, variando de **R\$ 310 no rap a R\$ 503 em multigênero**, refletindo a soma de extremos que marcam o mercado brasileiro de música ao vivo.

## Distribuição de eventos musicais mapeados por região e estado (2025)

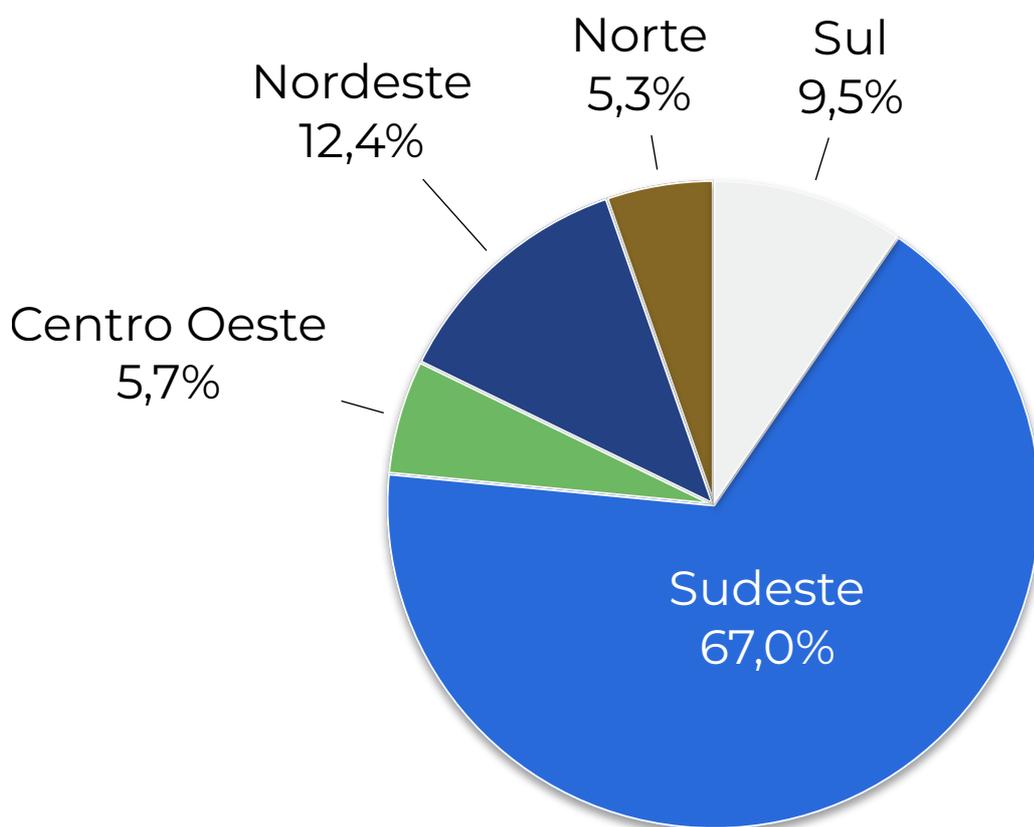
Região	Estado	Nº Total de Eventos Mapeados	% do Total Nacional	Principais Gêneros
<b>Sudeste</b>	São Paulo (SP)	412	41,7%	Todos
	Rio de Janeiro (RJ)	155	15,7%	Pop, Rock, Samba, MPB
	Minas Gerais (MG)	78	7,9%	Sertanejo, Rock, Pop, MPB
	Espírito Santo (ES)	15	1,5%	Forró, Sertanejo
<b>Sul</b>	Paraná (PR)	45	4,6%	Rock, Pop, Sertanejo
	Rio Grande do Sul (RS)	28	2,8%	Pop, MPB, Rock
	Santa Catarina (SC)	21	2,1%	Sertanejo, Pop, Eletrônica
<b>Nordeste</b>	Bahia (BA)	39	3,9%	Axé, Samba, Pagode, MPB
	Pernambuco (PE)	25	2,5%	MPB, Rock, Samba, Forró
	Ceará (CE)	31	3,1%	MPB, Forró, Pop
	Outros Estados (NE)	29	2,9%	Regional, Pop, Forró
<b>Centro-Oeste</b>	Distrito Federal (DF)	25	2,5%	Rock, Pop, Sertanejo
	Goiás (GO)	22	2,2%	Sertanejo
	Outros Estados (CO)	10	1,0%	Sertanejo
<b>Norte</b>	Pará (PA)	18	1,8%	Regional, Pop, Tecnobrega
	Amazonas (AM)	15	1,5%	Regional, Sertanejo
	Outros Estados (NO)	20	2,0%	Regional
<b>Total</b>	Brasil	988	100%	

Fonte: A análise das principais plataformas de ingressos (Ticketmaster, Ticket360, Sympla, Ingresso e Eventim)

Música ao vivo

# MERCADO DE EVENTOS MUSICAIS NO BRASIL

## 2024 - Dashboard comparativo por região



Nota: gráfico com % arredondadas para efeito visual

- **Sul (9,5%):** Mercado consolidado, relevante para rock e pop; Curitiba é parada obrigatória em turnês.
- **Sudeste (66,8%) - gráfico arredondado para 67%:** Motor do mercado, com SP acima de 40% dos eventos. Infraestrutura e poder de compra sustentam a liderança, mas a saturação exige diferenciação.
- **Centro-Oeste (5,7%):** Polo sertanejo em Goiânia; Brasília atrai shows pela renda elevada.
- **Nordeste (12,4%):** Destaque pelo peso de eventos culturais como Carnaval de Salvador e São João de Campina Grande, que movimentam turismo e economia.
- **Norte (5,3%):** Identidade cultural forte com o Festival de Parintins, mas enfrenta custos logísticos elevados.

**2025** - Até 10 de agosto de 2025, já havia **988 eventos** musicais listados, contra **752** no mesmo período de 2024, o que equivale a um crescimento de 31% (Nota: em 2025, parcial). Esse avanço mostra que o mercado não apenas se recuperou, mas entrou em fase de expansão acelerada.

Fonte: A análise das principais plataformas de ingressos (Ticketmaster, Ticket360, Sympla, Ingresso e Eventim)

Ao vivo

# PRECIFICAÇÃO DOS SHOWS

## Quanto vale?

A estrutura de precificação varia drasticamente entre os segmentos, refletindo diferentes propostas de valor e custos de produção. A matriz abaixo sintetiza as faixas de preço médias observadas no mercado brasileiro para o período de 2024-2025.

Segmento	Tipo de Ingresso	Faixa de Preço Médio (BRL)	Qt. de Dados
<b>Mainstream</b>	Pista / Geral	R\$ 795 - R\$ 1.100	41
	Pista Premium / Frontstage	R\$ 1.200 - R\$ 2.500	42
	Camarote / VIP / Lounge	R\$ 1.845 - R\$ 3.000+	44
<b>Midstream</b>	Pista / Geral	R\$ 200 - R\$ 450	45
	Pista Premium / Frontstage	R\$ 300 - R\$ 750	45
	Camarote / VIP (Open Bar)	R\$ 550 - R\$ 850+	49
<b>Nicho/ Ascensão</b>	Pista / Geral	R\$ 30 - R\$ 250	50
	Camarote / VIP / Lounge	R\$ 150 - R\$ 400	-

**Nota:** Os valores são baseados nos preços de ingressos do tipo "inteira" e não incluem taxas de serviço, que podem variar de 10% a 20%.

Fonte: A análise das principais plataformas de ingressos (Ticketmaster, Ticket360, Sympla, Ingresso e Eventim)

Ao vivo

## Apêndice: metodologia e fontes

Este relatório foi elaborado a partir de uma metodologia mista, combinando análise quantitativa de dados primários com a compilação e interpretação de fontes secundárias.

### Metodologia de cálculo dos eventos

**Impacto Econômico Total** = dinheiro que circula **por causa do evento**, na cidade/região: hospedagem, alimentação, transporte, varejo, além do que ocorre **dentro** do evento.

**Mercado de Shows — Núcleo** = receitas diretas: bilheteria, consumo de comida/bebida/merch e patrocínios/ativações no local.

**Pessoadia (PD)**: soma das **presenças por dia**. Se um festival dura 3 dias e recebe 100 mil pessoas por dia, **PD = 300 mil**. Permite comparar eventos de naturezas diferentes.

**Coefficiente de Impacto por Pessoaadia (CIP): é o gasto total gerado por pessoa/dia.**

- Ex.: Impacto R\$ 200 mi ÷ 1 mi de PD = **R\$ 200/PD**.
- CIPs de referência (v1.2):
  - Carnaval AT: ~R\$ 640/PD
  - Carnaval LT: ~R\$ 170/PD
  - São João (SJ): ~R\$ 240/PD
  - Rodeio/Temático (RT): ~R\$ 440/PD
  - **MFPG**: ~R\$ 3.500/PD
  - **MFPM**: ~R\$ 1.400/PD
  - **MSG**: ~R\$ 180/PD
  - **FUG**: ~R\$ 22/PD

### Estimativas quando há lacunas:

1. Se temos público (PD), mas não impacto: aplicamos  $PD \times CIP$  do cluster.
  - Ex.: **Madonna Copacabana (MSG)**:  
 $PD \approx 1,6 \text{ mi} \times R\$ 180/PD \approx R\$ 288 \text{ mi}$  (muito próximo do oficial R\$ 293 mi).
2. Se temos impacto, mas não público:  $PD = \text{Impacto} \div CIP$ .
3. **Se faltam ambos**: usamos o **Método Pop**  
( $\text{Pop}_{\text{cidade}} \times r_{\text{cluster}} \times \text{ajuste de dias}^{\theta}$ ).

**Antidupla contagem**: não somamos agregados estaduais e municipais nem partes e totais.

**Incerteza**: quando há divergências de fonte, usamos a **mediana** como base e registramos a faixa (mín–máx).

Ao vivo

## Apêndice: metodologia e fontes

Este relatório foi elaborado a partir de uma metodologia mista, combinando análise quantitativa de dados primários com a compilação e interpretação de fontes secundárias.

- 1. Coleta de Dados Primários:** Foi realizado um mapeamento extensivo de eventos musicais (shows, festivais) agendados para os anos de 2024 e 2025 nas principais plataformas de bilheteria do Brasil: Ticketmaster, Ticket360, Sympla/Bileto, Ingresso e Eventim. Os dados coletados incluíram nome do evento, data, cidade, estado, local e, quando disponível, a estrutura de preços por setor.
- 2. Análise Quantitativa:** Os dados coletados foram normalizados e agregados para quantificar o volume de eventos por ano, estado e região, permitindo uma análise comparativa do crescimento do mercado.
- 3. Coleta de Dados Secundários:** Foram consultados relatórios de mercado de instituições como CNC, Febraban e NielsenIQ; dados de impacto econômico divulgados por prefeituras e governos estaduais; publicações especializadas em música e entretenimento; e informações institucionais sobre a capacidade de infraestrutura dos principais venues (casas de espetáculos) do país.
- 4. Segmentação e Análise Qualitativa:** Os eventos foram categorizados em segmentos (Mainstream, Midstream, Nicho/Ascensão) com base em critérios de escala, público-alvo e posicionamento de mercado. A análise qualitativa contextualizou os dados quantitativos, identificando tendências, desafios e oportunidades estratégicas.
- 5. ECAD – Relatório de Transparência 2024:** arrecadação recorde de R\$ 1,8 bi, sendo 70 mil eventos licenciados. Arrecadação ECAD shows 2024  $\approx$  R\$ 360 mi; taxa padrão 10%  $\rightarrow$  piso bilheteria  $\approx$  R\$ 3,6 bi. Aplicado  $\tau$  efetiva 8–12% e fator de cobertura +15–30%  $\rightarrow$  faixa de R\$ 4,3–6,0 bi. Esse piso valida o resultado consolidado.
- 6. ANAFIMA – Dimensionamento Geográfico 2024/25:** mapeamento de eventos em todas as regiões, incluindo shows de pequeno e médio porte .
- 7. PwC – Entertainment & Media Global Outlook 2023–27:** contextualização macroeconômica e elasticidade da demanda em E&M.
- 8. Estudos de impacto locais:** Rock in Rio, Madonna (2024), Carnaval Rio (referência comparativa, mas fora do escopo).

Este capítulo do relatório representa uma análise do cenário atual com base nas informações disponíveis até a data de sua publicação e deve ser utilizado como uma ferramenta de orientação estratégica, sujeito às dinâmicas e mudanças inerentes ao mercado. Turismo e ISS ficam fora do GTV do promotor; ECAD reportado separadamente.



**BALANÇA COMERCIAL  
DE INSTRUMENTOS  
MUSICAIS E ÁUDIO**

# BALANÇA COMERCIAL DE EQUIPAMENTOS

## Dependência externa e balança comercial

O complexo Áudio + Instrumentos mantém alta dependência importadora ao longo da série 1997–2025, sem sinais de reversão estrutural. Em 2024, as importações totalizaram **US\$ 577 mi** (Áudio **US\$ 470 mi**; Instrumentos **US\$ 107 mi**), enquanto as exportações somaram **US\$ 10,4 mi** (Áudio **US\$ 5,2 mi**; Instrumentos **US\$ 5,2 mi**). O **déficit comercial** foi de aproximadamente **US\$ 566,6 mi**, reforçando o caráter estruturalmente deficitário da balança.

### Operacional e Comercial — Importação → Varejo

- ▼  **Compra internacional** — Proforma Invoice; Incoterms® (CIF)
- ▼  **Embarque & seguro** — frete + seguro internacional
- ▼  **Chegada ao Brasil** — porto/aeroporto; armazenagem primária
- ▼  **Licenciamento e registro** — LI (se aplicável) + DUIMP no Siscomex
- ▼  **Despacho aduaneiro** — conferência e cálculo
- ▼  **Tributos e encargos de importação** — II, IPI, PIS/COFINS-Importação, ICMS (GNRE), AFRMM (se marítimo), taxas Siscomex (pagos/quitados durante o despacho)
- ▼  **Desembaraço (liberação)**
- ▼  **Logística interna** — frete nacional + armazenagem secundária

#### Importação (CIF)

US\$ 577 mi

=

**Varejo** ≈ R\$ 14 bi

NOTA: 4,5× (markup) × câmbio PTAX média

2024 = R\$ 5,39/US\$

- ▼  **Importador/Distribuidor** — precificação; margem + SG&A
- ▼  **Varejo** — margem + OPEX; preço de prateleira
- ▶  **Consumidor PF e PJ** — compra

## Áudio e Instrumentos

# BALANÇA COMERCIAL DE ÁUDIO + INSTRUMENTOS MUSICAIS

A dependência ( $\text{Importações} \div [\text{Importações} + \text{Exportações}]$ ) alcançou **98,2% no total**, com **98,8% em Áudio** — concentrado em fones, alto-falantes e amplificadores — e **95,4% em Instrumentos**, onde a base exportadora se restringe sobretudo a partes e acessórios de cordas e percussão.

Esses dados evidenciam que, embora o Brasil possua capacidade produtiva limitada em nichos específicos, a indústria nacional não consegue atender a demanda doméstica de produtos acabados, perpetuando a vulnerabilidade às importações.

## Dimensão e vulnerabilidade

Áudio & Instrumentos movimentou ~R\$ 14,6 bilhões ( $\approx 12,6\%$  do total) e mantém alta dependência externa. Em 2024, as importações do Capítulo 92 (instrumentos + partes/acessórios) somaram US\$ 107,3 milhões, e as exportações US\$ 5,2 milhões, resultando em saldo de -US\$ 102,1 milhões e dependência de 95,4% ( $\text{Import} \div [\text{Import} + \text{Export}]$ ). A China respondeu por 67,8% das compras e o Porto de Santos concentrou 57,5% do volume.

O maior segmento do setor é Música ao Vivo (~R\$ 94 bilhões;  $\sim 81\%$ ), detalhado no Cap. 5.

## Composição do fluxo

Quando isolamos instrumentos “acabados” (Cap. 92 excluindo 9209\* – partes e acessórios), 2024 registra US\$ 86,8 milhões em importações e US\$ 1,45 milhão em exportações — dependência de 98,4%. Ou seja, o déficit não decorre apenas de partes/acessórios: nos produtos finais o hiato competitivo é ainda maior.

## Estrutura industrial e trajetória recente

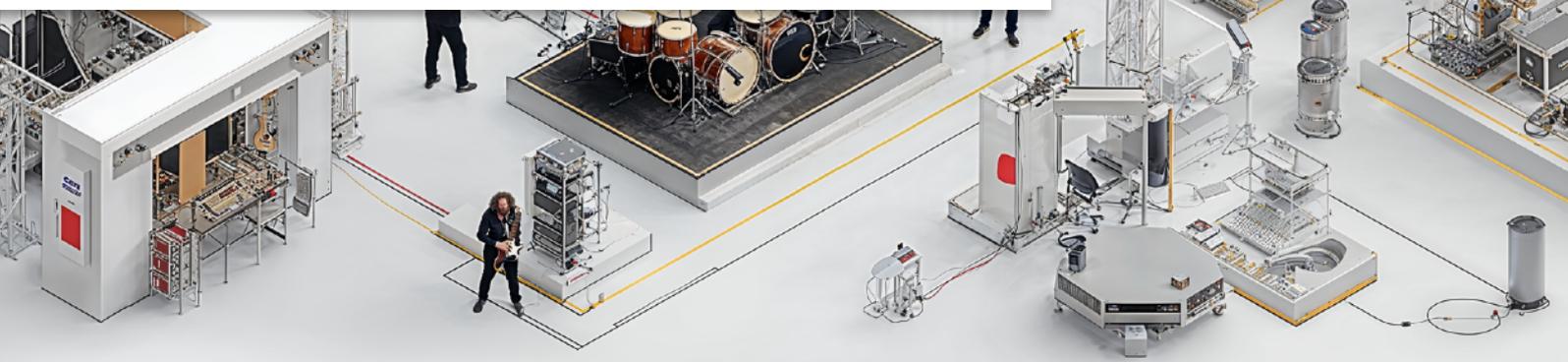
O Brasil migrou do entry level para nichos intermediários a premium, preservando competências em percussão, cordas, ferragens e artesanias, mas perdendo escala em linhas populares. O histórico confirma: plantas com até 1.400 funcionários (p.ex., Giannini, Weril, Di Giorgio, Del Vecchio) encolheram ou encerraram produção; Di Giorgio passou a operar majoritariamente via importação; Del Vecchio fechou; Rozini mantém produção; Odery foca baterias premium no país; RMV opera menor; Izzo Musical e NIG mantém cordas e percussão nacionais; PHX ampliou investimento em percussão brasileira; Luen e Golpe preservam manufatura. O resultado é um mercado interno robusto suprido por importações em teclados, guitarras/baixos e percussão seriada, enquanto a exportação concentra-se em partes/acessórios de cordas e percussão.

## Cadeias sensíveis

A cadeia de arcos para instrumentos de cordas sofreu impactos regulatórios recentes. Apesar dos avanços de conformidade e rastreabilidade, as exportações de arco de pau brasil estão congeladas concentradas.



# A BASE EMPRESARIAL E O MERCADO DE TRABALHO



## Desafios estruturais e ineficiências sistêmicas

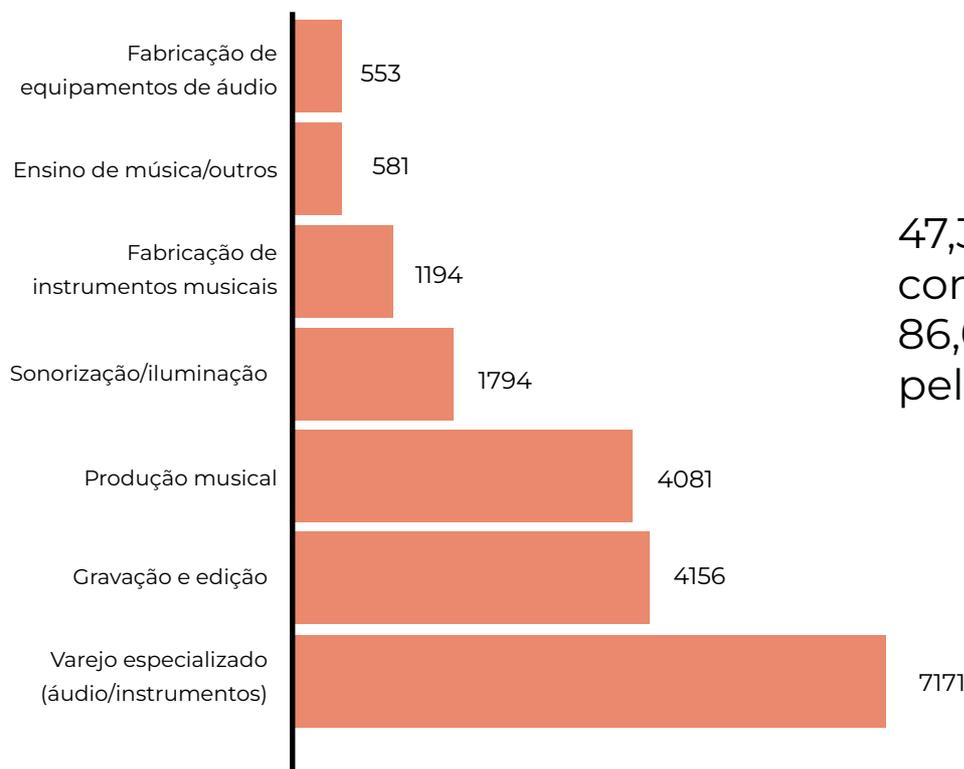
# A BASE EMPRESARIAL E O MERCADO DE TRABALHO

A base empresarial da música no Brasil conforma um ecossistema de pequenos negócios com forte predominância de microestrutura. São 19.530 CNPJs mapeados por CNAE; **\*\*88,4%\*\*** são microempresas, 47,3% operam como MEI e 86,0% optam pelo Simples Nacional — arranjo que favorece a formalização, mas indica baixa escala média e sensibilidade a custos administrativos.

Geograficamente, a atividade é concentrada: o **Sudeste reúne 53,0%** das empresas e **São Paulo soma 5.718 CNPJs (30,1%)**, seguido por **Rio de Janeiro (2.032; 10,7%)** e **Minas Gerais (1.816; 9,6%)**. **Sul (17,4%)** e **Nordeste (17,2%)** compõem o segundo eixo de densidade, enquanto **Centro-Oeste (8,6%)** e **Norte (4,0%)** têm participação complementar.

O tecido societário confirma baixa verticalização: **apenas 1,41%** das organizações possuem mais de um CNPJ (máximo observado de **8** por grupo), evidenciando redes ainda incipientes. Entre as micro, **52,8%** já operam como **MEI**, o que organiza a prestação de serviços, mas restringe capacidade de investimento pelo teto de faturamento

## Número de CNPJ por atividade



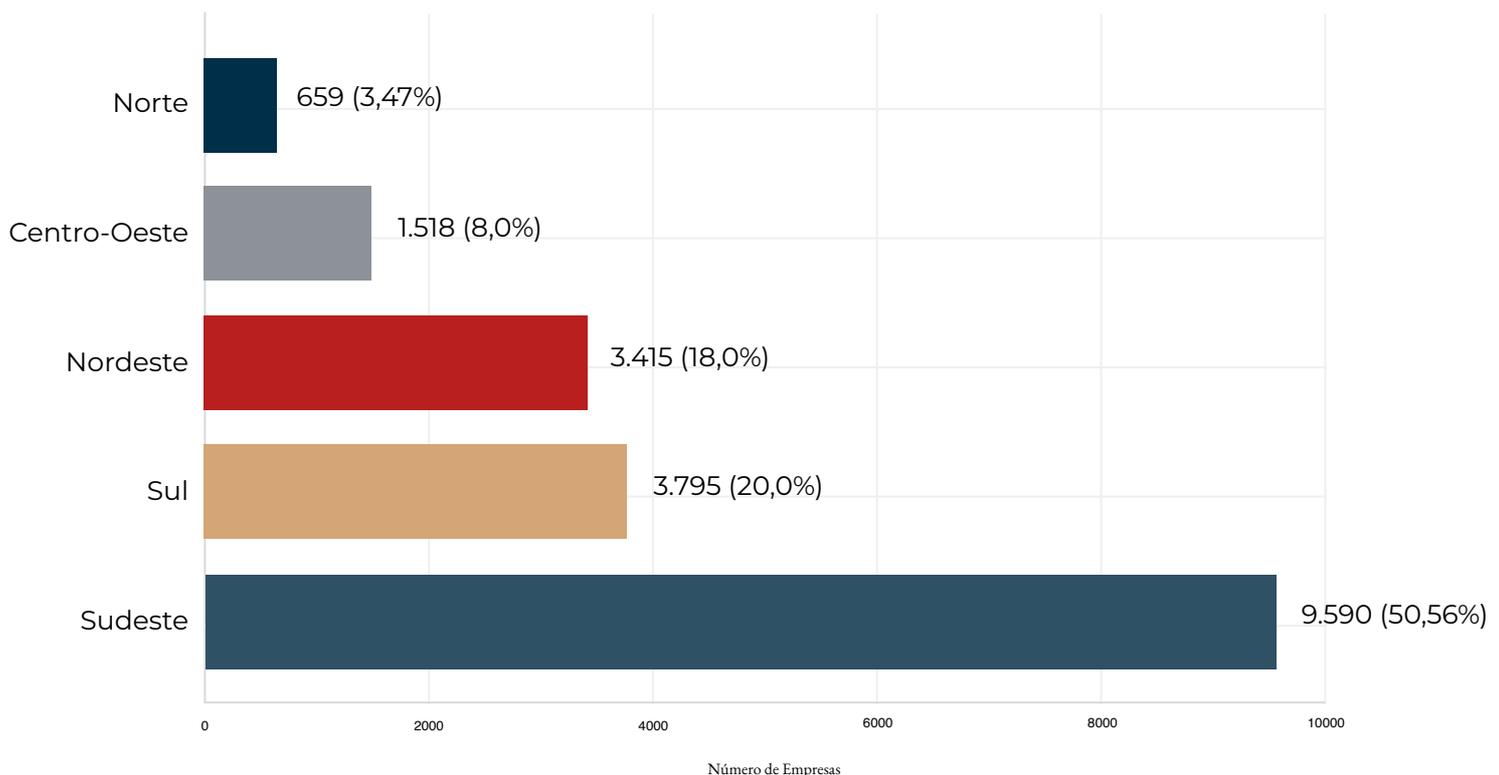
47,3% operam como MEI e 86,0% optam pelo Simples

## Desafios estruturais e ineficiências sistêmicas

# A BASE EMPRESARIAL DA MÚSICA NO BRASIL

A estrutura empresarial do setor musical brasileiro revela um ecossistema amplo, fragmentado e altamente **dependente de microemprendimentos**. Em 2025, estão 19.530 empresas ativas (CNPJs) mapeadas em CNAEs específicos da música, um volume que posiciona o setor como um dos mais pulverizados dentro da economia criativa nacional. Desse total, 17.274 (88,4%) são microempresas, 1.499 (7,7%) pequenas e 757 (3,9%) médias ou grandes, confirmando a predominância de negócios de baixa escala e alto grau de informalidade relativa. O modelo do Microempreendedor Individual (MEI) responde por quase metade do setor (47,3%), e o regime do Simples Nacional abrange 86,0%, o que garante formalização, mas limita crescimento pela rigidez de teto de faturamento e baixa proteção social.

## Empresas por região



Regionalmente, o Sudeste concentra cerca de **\*\*53%\*\*** das empresas, com São Paulo à frente (5.718; 30,1%), seguido por Rio de Janeiro (2.032; 10,7%) e Minas Gerais (1.816; 9,6%). Sul e Nordeste compõem o segundo eixo de densidade (~17% cada), enquanto Centro-Oeste (~9%) e Norte (~4%) têm participação complementar.

## Desafios Estruturais e Ineficiências Sistêmicas

# A BASE EMPRESARIAL DA MÚSICA NO BRASIL

O núcleo criativo reúne **gravação/edição de som (4.156; 21,3%)** e **produção musical (4.081; 20,9%)**, que juntas representam 42,2% do setor. A **sonorização e iluminação** soma 1.794 CNPJs (9,2%), base da música ao vivo. A **fabricação de instrumentos** responde por 1.194 (6,1%), enquanto **ensino/outros** aparecem com 581 (3,0%), número reduzido frente aos mais de **50 mil professores estimados pela ANAFIMA**.

Regionalmente, o **Sudeste concentra** ~53% das empresas, com São Paulo à frente (5.718; 30,1%), seguido de RJ (10,7%) e MG (9,6%). O Sul reúne ~17%, o Nordeste ~17%, o Centro-Oeste ~9% e o Norte ~4%, com polos emergentes no Pará e Amazonas.

O **perfil societário** mostra predomínio de microempresas (88,4%), seguidas de pequenas (7,7%) e médias/grandes (3,9%). Quase todas operam com apenas um CNPJ (≈98,6%), evidenciando baixa verticalização e redes ainda incipientes.

O **varejo é capilarizado no Sudeste e Sul**; já a produção e a gravação se concentram em grandes centros, mas avançam no Nordeste. A fabricação mantém foco em SP e Sul, e a sonorização aparece dispersa, acompanhando a demanda de eventos regionais.

Esse arranjo garante capilaridade e resiliência, mas a predominância do MEI e a baixa escala limitam investimentos, inovação e internacionalização.

Em síntese, trata-se de um **setor numeroso e estratégico, porém pouco verticalizado**, com forte peso de microempreendedores e dependência de políticas de fomento e crédito para superar suas barreiras estruturais.





# EMPREGO FORMAL NO SETOR MUSICAL - 2024

CAGED 2024

## EMPREGO FORMAL NO SETOR MUSICAL – 2024

O mercado formal da música no Brasil registrou **13,3 mil trabalhadores com carteira assinada em 2024**, em atividades diretamente ligadas às cadeias criativas, industriais e de serviços. A base do emprego está concentrada em CNAEs de produção musical, gravação, comércio varejista de instrumentos e sonorização, além da indústria de fabricação de instrumentos (CNAE 3220) e de equipamentos de áudio e vídeo (CNAE 2640). Esses dois últimos, embora representem parcela menor do total de empresas, sustentam núcleos industriais com salários médios mais altos e maior densidade tecnológica. **No caso do ensino de música, as estatísticas oficiais captam apenas parte do universo. Estimativas da ANAFIMA indicam que o segmento emprega mais de 50 mil profissionais em todo o país, considerando redes formais e atividades complementares.**

CNAE	Descrição	Admissões	Desligamentos	Saldo
9001-9/02	Produção musical	2.316	1.592	724
9001-9/06	Sonorização e iluminação	2.429	1.951	478
8592-9/03	Ensino de música	1.378	1.233	145
3220-5/00	Fabricação de instrumentos musicais	641	545	96
4756-3/00	Varejo de instrumentos musicais	1.884	1.839	45
5920-1/00	Gravação e edição de som	448	471	-23
2640-0/00	Fabricação de aparelhos de recepção, reprodução, gravação e amplificação de áudio e vídeo	4.231	4.078	153
<b>TOTAL</b>	<b>7 CNAEs diretamente ligados à música</b>	<b>13.327</b>	<b>11.709</b>	<b>1.618</b>

CAGED 2024

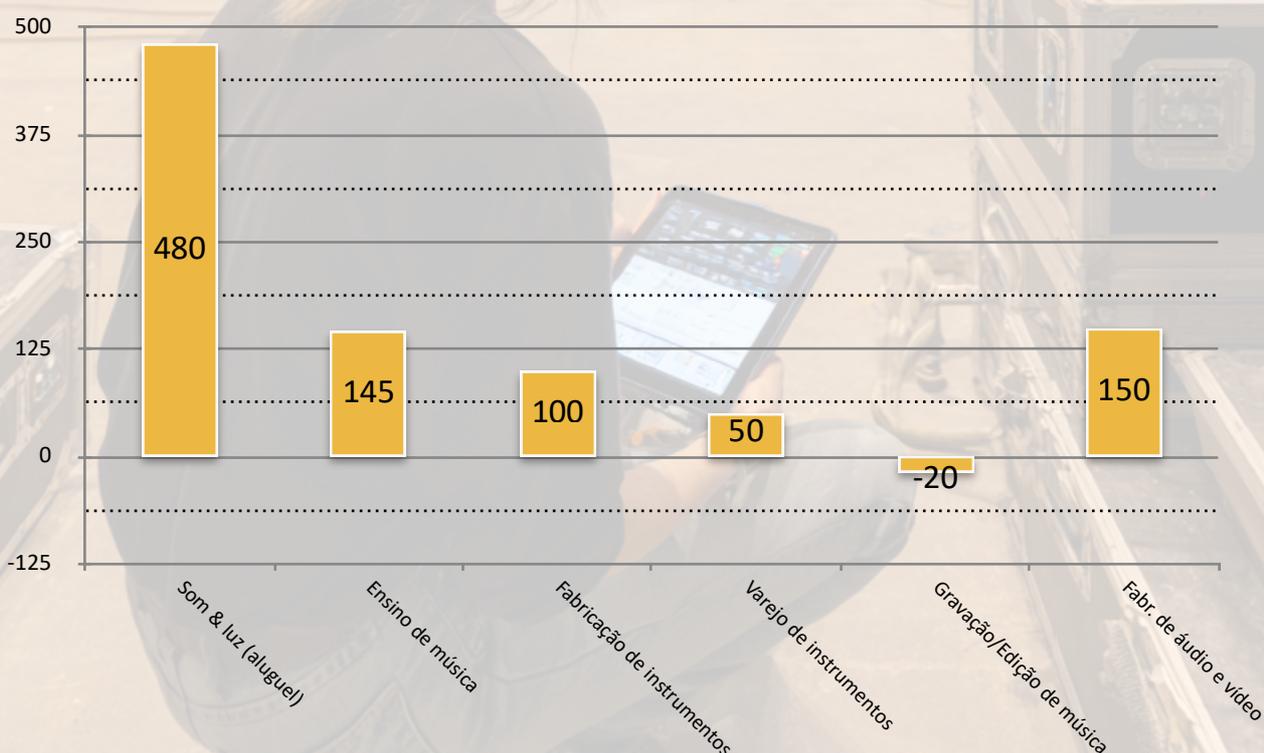
## EMPREGO FORMAL NO SETOR MUSICAL - 2024

O saldo de empregos em 2024 foi positivo, com destaque para **produção musical e atividades de gravação**, que responderam por **cerca de 40% das admissões líquidas** no ano, refletindo a expansão do ecossistema digital. O varejo especializado manteve estabilidade, mas continua sendo a maior frente de absorção de mão de obra pela capilaridade das lojas em todo o território nacional. A fabricação de instrumentos e equipamentos de áudio, por sua vez, mostrou recuperação após retrações durante a pandemia, gerando saldo líquido positivo de empregos em polos como São Paulo e Sul do país.

Do ponto de vista regional, o **Sudeste concentra 55% dos vínculos formais**, alinhado à concentração empresarial observada na base CNAE, seguido pelo **Sul (18%)** e **Nordeste (15%)**. Estados como São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro mantêm a hegemonia, mas polos emergentes como Paraná, Bahia e Goiás apresentam crescimento acelerado no emprego musical, acompanhando o dinamismo de festivais, eventos e pequenas indústrias regionais.

Essa configuração revela um setor **altamente fragmentado, baseado em microempresas** (quase 90% da base) e em modelos de MEI, mas que apresenta ilhas de maior complexidade industrial e tecnológica. O CAGED confirma que o dinamismo do emprego acompanha as transições do mercado: expansão digital, retomada de eventos ao vivo e a resiliência das atividades de ensino e varejo musical.

### Saldo de empregos formais por CNAE - Música (Brasil, 2024)



Fonte: Estudo ANAFIMA/Novo CAGED 2025 (consulta 16/ago/2025).

CAGED 2024

## ANÁLISE DE GÊNERO

A análise da distribuição de gênero revela uma **disparidade significativa** no mercado de trabalho formal da economia da música no Brasil. Do total de 14.892 admissões projetadas para o período de julho de 2024 a junho de 2025, 64,4% (9.584) são de homens e apenas 35,6% (5.308) são de mulheres.

### Disparidades setoriais

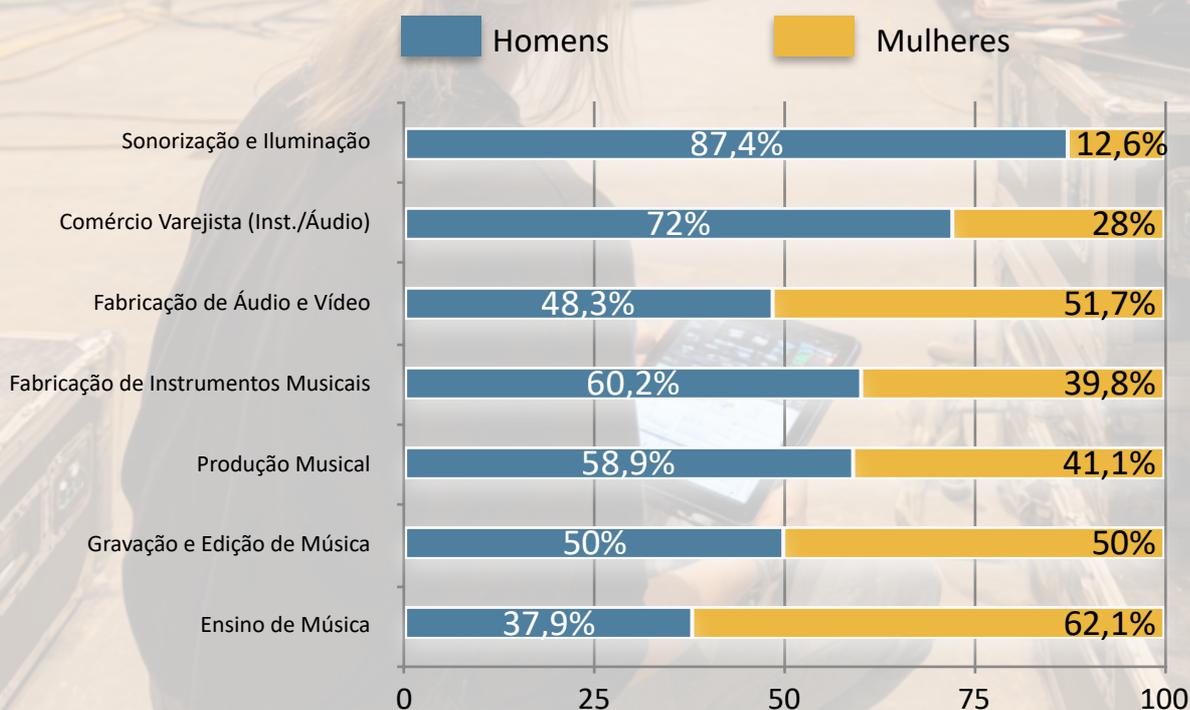
A desigualdade é mais crítica em áreas técnicas, operacionais e comerciais. O setor de sonorização e iluminação (aluguel de som e luz) apresenta a maior discrepância, com 87,4% das admissões sendo masculinas. Este dado evidencia a necessidade de uso da força para montagem de palcos e estruturas, além de longa permanência em viagens.

O **comércio varejista de instrumentos e áudio** também demonstra forte predominância masculina, com **72,0%** das contratações sendo de homens.

### Distribuição de gênero nas admissões por setor

(Brasil, Jul 2024 - Jun 2025)

O gráfico abaixo ilustra a composição de gênero das novas contratações em cada área da economia da música.



Fonte: Estudo ANAFIMA/Novo CAGED 2025 (consulta 16/ago/2025).



# DIREITOS AUTORAIS



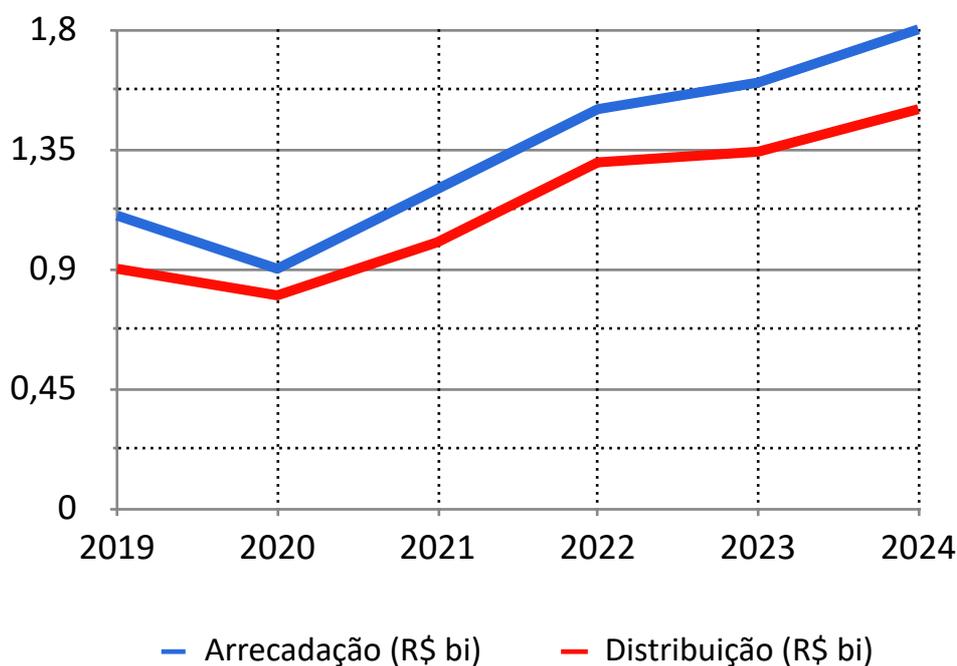
## A remuneração da criação

# DIREITOS AUTORAIS

A remuneração da criação musical no Brasil em 2024 atingiu patamar histórico. O Ecad arrecadou R\$ **1,8 bilhão** em direitos autorais, com crescimento de **12% frente a 2023**, e distribuiu R\$ **1,5 bilhão** a mais de **345 mil titulares**. A divisão respeitou a proporção legal: **78% para compositores e editores** (autores) e **22% para intérpretes, músicos executantes e produtores fonográficos**, assegurando remuneração equilibrada ao longo da cadeia criativa. O repertório **nacional respondeu por 62% da distribuição**, enquanto obras estrangeiras representaram 38%, demonstrando predominância do consumo doméstico da música brasileira.

Pela primeira vez, o **digital liderou a arrecadação**, com os **serviços de streaming respondendo por 26% do total**, superando rádio, TV e eventos presenciais. O segmento de shows e eventos também foi relevante: **70 mil apresentações licenciadas em 2024**, um aumento de 11% frente a 2023, indicando retomada do mercado ao vivo.

**Ecad - Arrecadação e distribuição de direitos autorais 2019-2024**



O gráfico mostra a evolução da arrecadação e distribuição entre **2019 e 2024**: de **R\$ 1,1 bilhão arrecadado em 2019 para R\$ 1,8 bilhão em 2024**, e de **R\$ 0,9 bilhão distribuído para R\$ 1,5 bilhão no mesmo período**. Mesmo com a queda em 2020, provocada pela pandemia, a recuperação foi rápida: entre 2021 e 2024, a receita cresceu quase 50%.

Em síntese, a remuneração da criação confirma a relevância da música como ativo econômico: mais de **R\$ 4,7 bilhões foram distribuídos entre 2021 e 2024**, consolidando o Ecad como o maior sistema de gestão coletiva da América Latina e um dos dez maiores do mundo.

# MÚSICA, IGREJAS E RELIGIÕES



# MÚSICA, IGREJAS E RELIGIÕES

A música religiosa no Brasil não é apenas uma expressão de fé – é também um **segmento significativo da indústria cultural e criativa**. Existe toda uma cadeia produtiva envolvida na criação, produção e difusão dessas músicas: desde os compositores e músicos, passando por estúdios de gravação especializados, até gravadoras e editoras dedicadas. Essa estrutura varia em tamanho e profissionalização de acordo com a tradição religiosa, sendo particularmente robusta no meio evangélico (protestante) e, em menor escala, no meio católico.

**A música é elemento estrutural do culto no Brasil**, com funções que vão de adoração e participação congregacional a convocação ritual e harmonização. **Evangélicos consolidaram o maior ecossistema fonográfico religioso (gravadoras, artistas, distribuição digital), enquanto o catolicismo opera selos confessionais e forte base coral/paroquial**. Umbanda e Candomblé preservam toques sagrados de atabaques e pontos cantados, com transmissão oral; o espiritismo utiliza canto suave e voz/violão em uso funcional.

A capilaridade física (~579,8 mil estabelecimentos religiosos) sustenta demanda contínua por instrumentos e áudio; templos médios (150–600 lugares) lideram a migração para mesas digitais, RF confiável e in-ears. Até 2030, o vetor mais provável é o aumento da profissionalização técnica e a intensificação do consumo digital de música religiosa.

Distribuição religiosa no Brasil (Censo 2022) - participação (%)

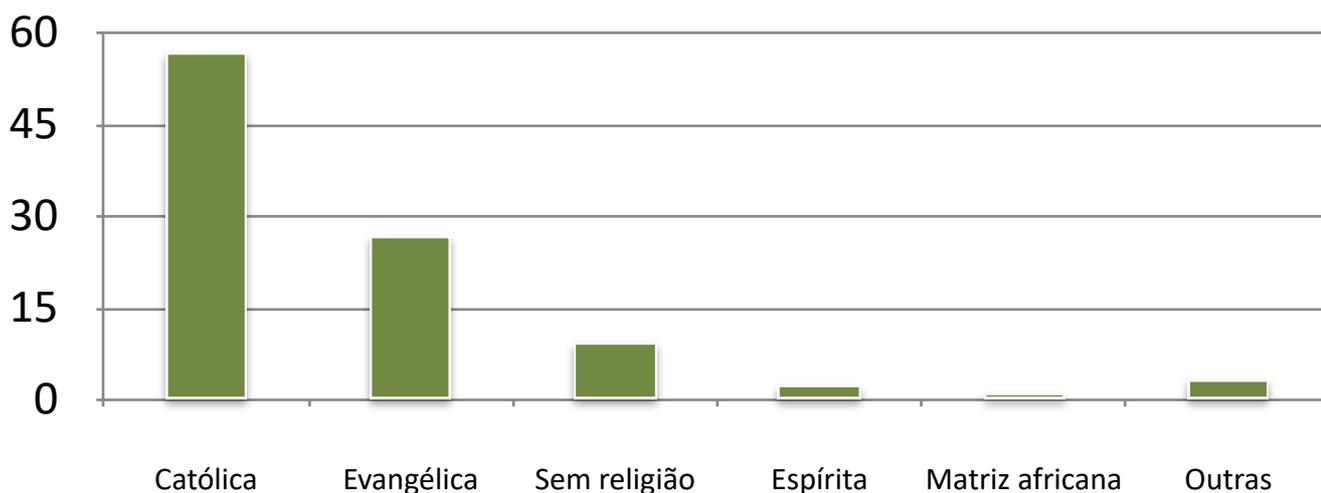


Figura 1 – Distribuição religiosa (Censo IBGE 2022).  
Nota: percentuais sobre população total; 'Outras' agrega minorias religiosas.

## Educação musical nas igrejas, tradições e cadeia produtiva

As igrejas evangélicas (pentecostais e tradicionais) e a Congregação Cristã são os maiores formadores de músicos no Brasil, oferecendo aulas de teoria e prática instrumental a milhões de jovens. A Igreja Católica, sobretudo via Renovação Carismática e comunidades como Canção Nova, mantém escolas e cursos de música litúrgica. Religiões afro-brasileiras transmitem conhecimento oral e prático de percussão, enquanto judaísmo e islamismo concentram-se no canto litúrgico.

Denominação	% População	Nº Templos	Instrumentos Predominantes	Gravadoras/ Editoras	Educação Musical	Produção Musical
<b>Católica</b>	56,7%	~60 mil	Órgão, coros, guitarra e bateria (RCC)	Paulinas-COMEP, Canção Nova	Cursos litúrgicos, corais paroquiais	Sim
<b>Evangélica Tradicional</b>	~4-5%	~110 mil	Órgão, piano, bandas modernas	Editoras de hinários, selos independentes	Corais, faculdades de música sacra	Sim
<b>Pentecostal</b>	~14%	>100 mil	Banda completa (guitarra, bateria, teclado)	CPAD Music, Todah Music	Aulas em igrejas locais, ministérios de louvor	Sim
<b>Neo pentecostal</b>	~7-8%	~15-20 mil	Bandas institucionais, pop gospel	Graça Music, Renascer Praise, MJC Music	Treinamento interno, corais institucionais	Sim
<b>Congregação Cristã</b>	~1%	~20 mil	Orquestra acústica, órgão	Não possui	Escolas internas gratuitas	Hinário próprio (não comercial)
<b>Espírita</b>	1,8%	~12 mil	Violão, piano, músicas suaves	Não possui	Prática informal	Pouca
<b>Afro-brasileiras</b>	1,0%	Dezenas de milhares	Atabaques, agogôs, cantos orais	Não possui	Aprendizado oral nos terreiros	Sim (pontos cantados)

## Panorama denominacional — cadeia, players e instrumentos

A **Igreja Católica** combina tradição (órgão e canto litúrgico) e renovação (banda completa em contextos carismáticos). Mantém **gravadoras confessionais** de escala (ex.: **Paulinas-COMEP, Canção Nova**) e escolas de música litúrgica; a instrumentação típica inclui órgão, piano, coro e, na RCC, guitarra, baixo, bateria e teclados.

As **Evangélicas históricas** (Batista, Presbiteriana) preservam **hinários e coros** com piano/órgão, mas adotam **worship contemporâneo**; a formação passa por **seminários** e regência coral.

As **Pentecostais e Neopentecostais** (Assembleia de Deus, Quadrangular, Renascer, Universal) operam com **banda completa** (guitarras, baixo, bateria, teclados) e produção autoral; combinam **selos denominacionais** (ex.: **CPAD Music**) com distribuição digital e presença de **divisões gospel em majors**.

A **Congregação Cristã no Brasil (CCB)** é singular: **orquestras congregacionais** (sopros e cordas) e **órgão**, com educação interna massiva e **hinário próprio** (uso não-comercial).

Nas **religiões de matriz africana**, a música é essencialmente **ritual** (atabaques consagrados, agogô, xquerê e canto responsorial) e não se organiza como mercado fonográfico.

No **Espiritismo**, a música assume função de **ambientação** (violão, teclado, flauta, canto), com baixa inserção comercial.

Em **comunidades judaicas, islâmicas e budistas**, predominam **canto litúrgico/salmos/mantras** e produção comunitária pontual.



Nota metodológica: Os dados acima combinam informações do Censo Demográfico 2022 do IBGE e fontes setoriais. Os percentuais de população por religião referem-se à população de 10 anos ou mais, conforme IBGE.

A estimativa do número de templos por grupo baseia-se no total de 579.798 estabelecimentos religiosos mapeados pelo IBGE em 2022, distribuídos proporcionalmente segundo estudos recentes. Por exemplo, análise do IPEA/IBGE (2021) indicou que 52% desses locais são evangélicos pentecostais/neopentecostais, 19% evangélicos tradicionais e 11% católicos – percentuais utilizados para estimar a quantidade de templos por segmento. Adicionalmente, dados denominacionais foram incorporados: a Igreja Católica conta com >12 mil paróquias e ~50 mil capelas no país. A Assembleia de Deus, maior igreja pentecostal, possui cerca de 44 mil congregações; a Igreja Universal sozinha reportava ~8,7 mil templos em 2020. Tais números ajudam a calibrar as estimativas apresentadas.

O número de fiéis por grupo foi inferido a partir do Censo 2022 (quando disponível) ou por projeções baseadas em 2010 e pesquisas amostrais. No caso dos evangélicos, que totalizam 47,4 milhões (26,9%), a subdivisão em tradicionais, pentecostais e neopentecostais seguiu estudos demográficos (Censo 2010 e pesquisas acadêmicas) e registros de igrejas (e.g. Batistas ~2,1 mi membros; Congregação Cristã ~2,3 mi em 2010, entre outros). Todas as informações foram validadas cruzadamente com fontes oficiais ou pesquisas recentes para assegurar acurácia e atualidade.



A ANAFIMA (Associação Nacional da Indústria da Música) abrange toda a cadeia produtiva e os serviços relacionados ao universo musical no Brasil. Defende as empresas atuantes, a competitividade equilibrada e a valorização da música como eixo estratégico de cultura, educação e economia.

## CONSELHO ADMINISTRATIVO ANAFIMA



### Presidente

Daniel Neves

Presidente da Música & Mercado



### Vice-Presidente

Rodrigo Kniest

Presidente Executivo da JBL/ Harman by Samsung para América do Sul



### Diretor da Vertical

#### Áudio em Infra estrutura

José Rivas

Vice Presidente Global da Shure



### Diretor da Vertical

#### Áudio Automotivo

Iremar Silva

Diretor da Stetsom



### Diretor da Vertical

#### Instrumentos Musicais

Alexandre Seabra

Presidente do Conselho do Grupo Renauer



### Diretor da Vertical

#### Áudio de Grandes Eventos

Raul Del Trejo

Diretor da Eros e Staner



### Diretor de Educação Musical

Fernando Quesada

Diretor da School of Rock Brasil



### Tesoureira

Luciana Chen

Diretora PHX Instrumentos Musicais



### Conselheiro Fiscal

Enrique Carlesi

CEO Luen Instrumentos Musicais



### Conselheiro Fiscal

Mauricio Adorno Cunha

CEO Odery Drums



### Conselheiro Fiscal

Marcel Miyahara

CEO Roland

## ASSOCIADOS

Attack do Brasil Indústria e Comércio de Aparelhos de Som Ltda, Thomas KL Ind de Alto Falantes S.A, C. Ibañez & Cia Ltda, A.C Som Indústria e Comércio Instrumentos Musicais Ltda, AF Datalink Cabos Conexões e Sistemas Ltda, Waldman Comércio Importação e Exportação Ltda, Eros Alto Falantes Ltda, Fuhrmann Indústria de Equipamentos Eletrônicos Ltda ME, Giannini S.A, Gope Instrumentos Musicais Ltda, Renauer Participações S/S Ltda, Harman do Brasil Indústria Eletrônica e Participações Ltda, Izzo Instrumentos Musicais Ltda, Liverpool Instrumentos e Acessórios Musicais Ltda, LL Indústria e Comércio de Aparelhos Eletrônicos Ltda, Luen Instrumentos Musicais Importação e Exportação Ltda, JPF Indústria e Comércio de Componentes Eletrônicos Ltda, Michael Importação e Exportação Ltda, Multialloy Metais e Ligas Especiais Ltda, Odery Drums Brazil Com. e Imp. de Instrumentos Musicais Ltda, C.C Wei Comércio de Instrumentos Musicais Ltda, Ronai Instrumentos Musicais Ltda, Indústria e Comércio Rouxinol Ltda, José Roberto Rozini – EPP, Shure Latin America Serviços de Análise de Mercado, Consultoria e Promoção de Vendas Ltda, Solez Ltda, RP3 Indústria de Bolsas Ltda, Someco Indústria Comércio Importação e Exportação Ltda, Sonavox Indústria e Comércio de Alto Falantes Ltda, Sonotec Eletrônica Ltda, Stetsom Eletrônica Ltda, Jomacler Indústria e Comércio de Condutores Elétricos Ltda, Kyodday Com. Indústria de Instrumentos Musicais Ltda, Triton Indústria e Comércio de Alto Falantes Ltda ME, Visão Industrial e Comercial Ltda, Wood Instrumentos Musicais Ltda, Yamaha Musical do Brasil Ltda, Sergio F. da Cruz, SHG Indústria e Comércio Atacadista e Varejista de Instrumentos Musicais Eireli, Centro Sul Representações Com. Importação e Exportação Ltda, Torelli Indústria e Comércio Ltda, Zodyak Comércio Importação e Exportação de Peças e Acessórios para Instrumentos Musicais Ltda EPP, ASK do Brasil Ltda, Roland Brasil Importação, Exportação, Comércio, Representação e Serviços Ltda, Datrei Produtos Eletrônicos Ltda, Proshows Comércio de Eletro Eletrônicos S.A, Estamparia Industrial Aratell Ltda, Pro Fire Instrumentos Musicais Ltda, Arcos Marco Raposo Indústria, Comércio, Importação e Exportação Eireli ME, Arcos Brasil, Dylan Music do Brasil – Importação e Exportação Ltda, Bortoni Technology, Pioneer, Apcom, Oversound, Alpha / Hurricane, Ipar, Natts, Magnum, Alpine do Brasil, Audio-Technica do Brasil Ltda, Núcleo Musical, Wave Box, Torky, Roriz, Quasar

## ENCERRAMENTO & PRÓXIMOS PASSOS

### Classificação do documento

Público/Institucional. Versão: 18/ago/2025. Ano-base: 2024. Moeda: R\$ correntes; câmbio de referência PTAX 2024 = R\$ 5,39/US\$.

### Escopo & limites

Eventos com anti-dupla contagem; balança comercial (Comex Stat); formação de preço CIF→Varejo (~4,5×) ilustrativa; CAGED como fluxo (admissões/desligamentos). Direitos autorais conforme ECAD 2024.

### Governança

(1) Canal de errata; (2) Revisão anual; (3) Publicação de anexos metodológicos (planilhas de fomento e séries por cluster).

### Agenda executiva (12 meses)

(i) Painel trimestral de indicadores; (ii) Agenda de competitividade de Áudio & Instrumentos (redução do 4,5×); (iii) Programa de qualificação/financiamento para microempresas e MEI.

### Contato

adm@anafima.com.br | (11) 2087-2389.