



## **ECONOMIA CRIATIVA EM EMPRESAS E PROFISSIONAIS DE MANUFATURA**

Thiago André Smaniotto – Faculdade Sociesc de Blumenau – t0smaniotto@gmail.com

Michael Samir Dalfovo – Faculdade Sociesc de Blumenau – msdalfovo@gmail.com

### **RESUMO**

A compreensão do tema economia criativa e sua influência no mercado econômico como um todo é relevante, não apenas para organizações, governo e comunidade acadêmica, mas também para indivíduos comuns que a utilizam no dia a dia. Apesar de fazer parte do cotidiano das pessoas através de produtos e serviços consumidos diariamente, muitos ainda desconhecem a importância desse setor. Este estudo apresenta um modelo de análise dos fatores que compõe a economia criativa em empresas e profissionais de manufatura, a partir de três indicadores, PI perfil e ideologias, MS dimensão de inovação da estratégia e ES dimensão do contexto social da estratégia. Dados de uma pesquisa com 148 negócios brasileiros de manufatura do sul do Brasil, foram utilizados para a realização de uma pesquisa descritiva com abordagem quantitativa, o método de coleta utilizado caracteriza-se como *Survey*, a análise de dados ocorreu via software SPSS por meio de uma análise fatorial confirmatória. Após a análise dos dados constatou-se que o fator que mais se destacou foi a MS Dimensão da Inovação da Estratégia, com escore de 0,97 (97%), seguido do ES dimensão do contexto social da estratégia, com escore de 0,93 (93%) e por fim PI perfil e ideologias com 0,90 (90%).

**PALAVRAS-CHAVE** | Economia Criativa, relevância, importância, empresas e profissionais de manufatura, fatores que compõe a economia criativa.

### **1 INTRODUÇÃO**

Muito se fala sobre economia, e como ela influencia o dia a dia das pessoas. Percebe-se que a televisão, os jornais, revistas, rádios e demais meios de comunicação, principalmente a internet abordam o tema economia com muita frequência. Ela faz parte da vida de todas as pessoas, muito mais do que se imagina, e é importante que, cada vez mais, as pessoas busquem adquirir conhecimento acerca dessa área tão importante. O termo economia criativa, apesar do nome sugestivo, não se resume apenas a criatividade, mas sim a todo ambiente e todos os processos da economia onde ela é o principal insumo.

A economia criativa, diferentemente da economia tradicional que se conhece, é identificada como sendo uma economia fundamentada em recursos abundantes, a criatividade e o conhecimento dos indivíduos, e estes recursos possuem uma característica importante, eles não têm limites, são infinitos. Por isso, é considerada uma área em que não existe carência de recursos, também se caracteriza por ser colaborativa, criando estruturas onde as pessoas, governo e demais instituições se relacionam. A diversidade de expressões culturais representa o maior valor da economia criativa, à qual ela está ligada de modo direto (GUILHERME, 2015). Trata-se de uma indústria que considera



a inteligência como seu principal recurso, os produtos gerados nessa indústria podem ter multiplicidades e diferenças infinitas, pois devido ao fato de a criatividade ser a matéria prima, pode haver muitas compreensões distintas acerca de um mesmo produto ou processo (CENTENO, 2015). Os produtos e serviços provindos da economia criativa são amplamente consumidos pelas pessoas, porém, esse setor é desconhecido pela maioria delas. É preciso compreender que a criatividade é a principal matéria-prima da economia criativa, e um dos principais recursos é o conhecimento dos indivíduos.

O estudo do tema é relevante, visando que mais pessoas possam compreender o que é a economia criativa, e como ela influencia o mercado, geração de emprego e renda e os impactos causados por ela. Conforme a Secretaria Especial da Cultura (SEC, 2019) legítima como alicerce primordial das políticas aplicadas em relação à economia criativa, o reconhecimento, valorização e também o fomento da significância econômica em relação às práticas culturais e criativas, com isso, demonstrando a forma como essa área contribui para o progresso do Brasil. A SEC (2019) considera que a economia criativa é importante para o desenvolvimento de demais áreas e atividades econômicas, e que as atividades criativas e culturais possuem grande influência na vida dos cidadãos.

Como contribuição aos assuntos relacionados à área de economia criativa, têm-se os estudos como de Mendes, Almeida (2016), Manzan (2015), Cavalcanti et al (2017), Oliveira (2014), Carvalhal (2018), Vickery (2015), Lazzaretti, Capone, Innocenti (2016), Roberts, Townsend (2016), Munro (2017) e Beukelaer (2014), que analisaram a economia criativa, suas contribuições para a economia, atividades desenvolvidas a partir de recursos humanos e o meio ambiente, indústrias criativas e industriais culturais, economia criativa e economia de cultura, a evolução da economia, capital humano, inovação e inteligência competitiva.

O objetivo desse estudo é **analisar os fatores que compõem a Economia Criativa em empresas e profissionais de manufatura.**

Nesse capítulo tem-se a introdução. O próximo capítulo da revisão de literatura norteia os conceitos que abarcam a economia criativa. O terceiro capítulo apresenta os procedimentos metodológicos que delinearão a fase empírica desse estudo. O quarto capítulo são apresentados os resultados desse estudo. As considerações finais compõem os principais achados, limitações do estudo e sugestões para futuras pesquisas.

## 2 REVISÃO DE LITERATURA

A seguir são apresentados os fundamentos teóricos que embasam esse artigo, para orientar os leitores acerca do tema abordado, com o intuito de facilitar o entendimento do trabalho oferecendo a base necessária para o estudo. São abordados os principais conceitos e definições de economia criativa, capital intelectual e criatividade, bem como as visões de diferentes autores acerca do assunto.

### 2.1 ECONOMIA CRIATIVA

A economia criativa é uma nova área da economia, que ganhou uma grande importância no mundo globalizado. É importante destacar nessa perspectiva a expansão e crescimento das tecnologias de informação e comunicação, que apoiam diretamente a disseminação deste novo jeito de produção e de novos produtos. É uma nova face da economia, que se baseia em inovação, criatividade, intuição e em novos produtos e serviços, exigindo que as sociedades possuam uma



permanente atuação no que tange à educação das pessoas, desde a escola formal até os cursos de especialização. (DALLA COSTA, DE SOUZA-SANTOS, 2011).

O termo economia criativa teve como seu precursor a Austrália, porém foi a partir da institucionalização do Ministério das Indústrias Criativas no Reino Unido criado a partir de estudos e agenda político econômicas realizado no Reino Unido que o termo começou a ser formatado (CENTENO, 2015).

Os modelos de gestão e negócio baseados na economia criativa tem sua origem baseada no conhecimento e capital intelectual ou criativo dos indivíduos, visando o desenvolvimento de trabalho e renda. A economia criativa procura adicionar maior valor a produtos, processos e serviços, valorizando o potencial individual ou coletivo quando estes são oriundos de aspectos culturais criativos. Nesse caso, o incentivo do desenvolvimento econômico se dá através do incentivo da cultura, com base em atividades culturais estratégicas que promovem a inclusão social e geram trabalho, emprego e renda. (CAVALVANTI et al., 2017).

Conforme a concepção de Mendes e Almeida (2016) as crises enfrentadas pela indústria tradicional podem ser enfrentadas pelas indústrias criativas sem maiores complicações. É necessário entender que a economia criativa é importante, os bens criativos quando aplicados com qualidade pelo governo e setor são apontados como um investimento positivo. A indústria criativa está inserida em um espaço econômico chamado de economia criativa, onde realiza a troca de seus bens e serviços. Um dos desdobramentos da economia criativa é a economia da cultura, assim como um dos desdobramentos da indústria criativa é a indústria cultural. (MENDES; ALMEIDA, 2016).

Conforme o Sebrae (2019) a economia criativa compreende as etapas de criação, produção e distribuição de bens e serviços que utilizam a criatividade, capital intelectual e cultura como elementos primários. É a reunião, geradora de valor econômico, de atividades baseadas no capital intelectual e cultural e na criatividade.

Um dos conceitos de economia criativa mais importantes foi criado pela UNCTAD (2010) que define a economia criativa abordando características altamente importantes, baseado em ideias chave, como a de que no centro da economia se localizam as indústrias criativas, ela é um conjunto de atividades econômicas que se baseiam em conhecimento, ela é uma opção de desenvolvimento viável, ela envolve aspectos culturais, econômicos e sociais que interatuam com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo.

Além disso, ela é um conceito em evolução, embasado em ativos criativos que geram desenvolvimento e progresso econômico e ela pode incentivar a geração de renda, criação de empregos e exportação de resultados, tudo isso enquanto propicia a inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano.

A economia criativa corresponde a uma opção para as políticas em relação ao desenvolvimento, fundamentadas na industrialização intensa e também no progresso de culturas locais, o que possibilita a produção de bens e serviços com um maior valor agregado para os países em desenvolvimento, dessa forma beneficiando as culturas locais, sem provocar estragos no meio ambiente. (CLOSS; OLIVEIRA, 2017).

Conforme UNESCO (2006), as indústrias culturais, incluindo todas as produções artísticas e culturais são abrangidas pela indústria criativa, as indústrias culturais criam, produzem e comercializam conteúdos criativos, podendo ser no formato de bens ou serviços, e que são na maioria das vezes amparados e protegidos por direitos autorais, podem incluir a indústria cinematográfica, fonográfica, audiovisual, design, artesanato, publicação e multimídia e impressão.



Muitas pessoas consideram a economia criativa como uma expansão da economia de cultura, pois a economia criativa compreende os setores culturais tradicionais, setores da tecnologia de informação e comunicação e setores que possuem embasamento cultural pertinente a indústria tradicional, como moda, design, etc. Considera-se que os bens e serviços gerados a partir da economia criativa possuem elevado valor associado, visto que a profundidade simbólica e cultural acentua os aspectos relacionados a diferenciação e enaltecimento da diversidade cultural.(GUILHERME, 2015).

Conforme exposto por Manzan (2015), o setor de economia criativa surge a partir da união do capital humano, estrutural e de clientes, que formam o capital intelectual, só podem ser considerados como capital intelectual se forem usados juntos, se estiverem separados não podem ser especificados dessa forma. Os âmbitos da economia criativa relacionam-se com a busca na diferenciação em relação à oferta de produtos e serviços utilizando a criatividade e o uso do conhecimento.

Conforme Oliveira (2014), existe uma exigência do caráter interdisciplinar da Economia da cultura de que ela não esteja ligada estritamente a fatores e recursos que tenham ligação com modelos econômicos. Instituições políticas e o Estado têm poder, através de políticas fiscais diretas e indiretas, sobre a eficiência e o equilíbrio dinâmico que existem no setor, sendo incumbidos em parte pelo formato como será desenvolvida a cultura de uma região ou país.

A criatividade e os produtos gerados a partir dela envolvem em praticamente todos os lugares, diferentemente dos bens e serviços tradicionais, os produtos provindos da criatividade e que, não são encontrados apenas nas fábricas e lojas. Verifica-se diariamente palavras, imagens, produtos patenteados, marcas e nomes comerciais. A partir do momento em que são identificados, os produtos criativos podem gerar dificuldades para sua avaliação e quantificação, como no caso do direito autoral, é difícil e complicado avaliar e medir seu valor, mas já uma máquina que é um bem físico e mais fácil fazer sua avaliação. (HOWKINS, 2013).

Conforme WOOD JR. (2009, apud CENTENO, 2015), antes as empresas buscavam a redução de custos e produção de bens semelhantes, com padronização de processos e produção em altos volumes, sendo que entre os anos de 1930 e 1940 com o crescimento da busca por produtos e serviços diferenciados houve uma modificação nessa forma de trabalho, e o sucesso organizacional se baseou no ensejo de atender um mercado com segmentação, visando o lucro nas vendas a partir da diferenciação.

A economia criativa garante perspectivas de dinamismo e evolução para as demais partes da economia, porém essas perspectivas geralmente não são consideradas, isso acontece devido à dificuldade na formalização do setor, o que possibilitaria a conciliação de dados que facilitaria a compreensão. As indústrias criativas são parte fundamental do sistema de progresso e desenvolvimento econômico, pois é dela que provêm serviços primordiais para esse crescimento e evolução econômica. Elas são responsáveis pelos elementos sociais do crescimento econômico, através da ampliação do conhecimento, possibilitam a utilização, administração e coordenação das tecnologias que as integram. (OLIVEIRA, 2014).

Baseado no exposto acima percebe-se que a economia criativa engloba muito mais do que apenas a economia baseada nos produtos e o lucro gerado a partir deles, ela está presente desde a concepção de ideia dos produtos e serviços, na criatividade dos indivíduos, sua cultura, capital intelectual, e na forma como esses fatores são utilizados pelas organizações e governo para impulsionar o crescimento da economia, não apenas focando em resultados, mas na valorização e



estímulo aos indivíduos. As empresas estão, cada vez mais, percebendo que a produção em massa e processos padronizados prevendo a obtenção de um maior lucro e com redução nos custos deixou de ser fator determinante para o sucesso das empresas, porque cada vez mais os consumidores buscam produtos diferenciados, e é aí que entra a criatividade dos indivíduos, é a partir da criatividade de alguém que pode ser gerado um produto com o diferencial buscado pelos clientes. Os termos capital intelectual e criatividade são essenciais para a definição do conceito de economia criativa, por isso, esses termos serão abordados com maior amplitude no decorrer da fundamentação teórica deste artigo, para facilitar a compreensão do tema.

## 2.2 CAPITAL INTELECTUAL, PROPRIEDADE INTELECTUAL E INOVAÇÃO

Conforme Manzan (2015), o capital intelectual está sendo cada vez mais valorizado nos mais diferentes tipos de organização e sendo considerado como um relevante agente de competitividade. A transformação na performance da economia mundial que se deu desde a Revolução Industrial se acentuou após o final da Segunda Guerra Mundial transformou a maneira como as organizações produzem e administram os recursos físicos e humanos.

Quando se fala em economia criativa, o intelecto dos indivíduos é com certeza a matéria prima fundamental, a produção em si exige que muito tempo seja despendido, e o trabalhador não compreende todos os aspectos e princípios que a envolvem. (CENTENO, 2015).

O capital intelectual é um recurso que não é completamente controlado pelas organizações, trata-se da utilização pelas empresas dos conhecimentos dos colaboradores e funcionários associado aos recursos físicos, como um intercâmbio, entre colaboradores, funcionários, clientes e fornecedores e ao capital físico disponível na empresa, como softwares, computadores e máquinas.

O capital humano deve se juntar ao capital estrutural da empresa, (máquinas, banco de dados, softwares, equipamentos, os recursos disponíveis na empresa), para se tornar parte integrante do capital intelectual. Organizações que possuem um capital estrutural de qualidade propiciam aos funcionários maior produtividade. O capital de clientes também é componente do capital intelectual, sendo externo à organização, é o tipo de capital com maior dificuldade de captação e manutenção nas empresas, trata-se da relação que ela tem com fornecedores e clientes, a dificuldade é identificada, sobretudo em relação aos clientes, em consequência de um público com maior exigência e também aos concorrentes, que se identifica em todos os elementos da economia criativa (MANZAN, 2015).

Uma das características da propriedade intelectual é pertencer a uma pessoa, porém ela é intangível, o que a difere de um produto material, nem todos os produtos criativos são classificados como propriedade intelectual. Ela é definida por governos e tribunais, e eles que definem os direitos que um proprietário tem sobre ela, por isso ela não é igual a quando a pessoa tem uma ideia ou possui um conhecimento, sendo unicamente o que se sabe ou se tem baseados no que uma lei determina. (HOWKINS, 2013).

Conforme Howkins (2013) há diversas formas de propriedade intelectual, sendo que quatro delas são as mais comuns, que mais se ouve falar: as patentes, as marcas, os direitos autorais e os desenhos industriais. O autor descreve os sete princípios da propriedade intelectual:

- Propriedade: quer dizer que pertence a alguém, é o aspecto terminante da propriedade intelectual, porém, a propriedade intelectual não garante a posse, o controle sobre a propriedade, diferentemente dos bens materiais.
- Intangibilidade: as ideais provenientes da propriedade intelectual, são intangíveis, frequentemente não é fácil possui-las e mantê-las.



- Governo: sem uma legislação a propriedade intelectual acaba por não existir, é preciso que um tribunal de justiça afirme sua existência.
- Convenções Internacionais: os produtos criativos transitam com muitas celeridade, portanto para a proteção da propriedade intelectual são estabelecidas convenções internacionais entre os governos afim de garantir essa proteção.
- Justificativas: existem quatro quesitos principais que podem ser substanciados como justificativas para a propriedade intelectual, incentivo, recompensa, revelação e direitos humanos. Sendo o ultimo caracterizado como direito natural e os três primeiros econômicos.
- Contrato de Propriedade: baseia-se em dois princípios, o primeiro de que as pessoas devem ser compensadas por seus trabalhos criativos, e o segundo de que caso a criatividade gere benefícios de domínio publico, beneficie a sociedade como um todo. Caracteriza-se pelo efeito da propriedade sobre o bem-estar social.
- Opção por não tomar parte do contrato de propriedade: a voluntariedade da lei em relação a que todas as pessoas podem criar e fora de contratos de propriedade. Algumas pessoas acabam por não assinar contratos, muitas nem chegam a entrar no mercado de trabalho, e não reivindicam seus direitos sobre a propriedade intelectual.

Conforme UNCTAD (2010) os direitos de propriedade intelectual são protegidos por lei, eles são os direitos provindos de produções de atividade intelectual, e o objetivo dessa legislação é assegurar a proteção dos criadores. Essas produções de atividade intelectual podem ser de áreas científicas industrial, literária e artística. Não se aplicam aos objetos físicos, ou produtos resultantes da criação, mas somente na criação intelectual em si. Essa proteção ao capital intangível das empresas e a propriedade intelectual são de grande relevância para as empresas criativas.

Conforme BEUKELAER (2015, apud CAVALCANTI et al., 2017) a Economia Criativa utiliza como insumos a criatividade e a inovação, classificando a técnica de desenvolvimento com maior importância do que o resultado final alcançado, o produto finalizado.

Na concepção de economia criativa a inovação destina-se essencialmente a evidenciar o valor do produto cultural, sendo ele tangível ou intangível, para os clientes e consumidores por meio da diferenciação que eles poderão perceber em relação a esse produto com todos os outros que são ofertados pelo mercado. Uma vez conhecendo esse mercado a inteligência competitiva poderá permitir que a planificação e expansão da criação cultural se diferencie dos presentes no mercado (CAVALCANTI et al., 2017).

A Inovação, conforme Guilherme (2015) se caracteriza pelo aprimoramento e inserção de novidades em processos de produção, ela requer conhecimento, e que sejam identificadas e reconhecidas oportunidades, saber optar pela opção mais adequada, habilidade e competência em empreender e responsabilizar-se pelos riscos que isso pode causar, olhar crítico, raciocínio tático, tudo isso visando a que problemas relacionados à demanda sejam solucionados. Essa inserção de novidades e aperfeiçoamento no processo produtivo acaba resultando na geração de novos procedimentos, padrões, bens e serviços.

Uma das principais atribuições da Inteligência Competitiva é se antecipar estrategicamente em relação aos concorrentes criando vantagens competitivas a partir da coleta, análise e utilização das informações relativas ao mercado para a tomada de resoluções estratégicas (CASTRO, 2019).

A economia criativa engloba diversos recursos que o ser humano pode oferecer às organizações, instituições e governo. Dentre esses recursos o capital intelectual dos indivíduos é um dos mais importantes, sendo cada vez mais valorizado pelas empresas e aproveitado por elas buscando



a inovação e diferenciação de seus produtos ou serviços no mercado. O capital intelectual, a inovação e a criatividade estão ligados dentro do contexto de economia criativa, como a criatividade é a palavra chave deste estudo, será abordada com maior profundidade a seguir.

### 2.3 CRIATIVIDADE

Conforme Howkins (2013) existem dois tipos de criatividade, o primeiro tipo está correlacionado com as relações individuais, é natural de cada indivíduo, podendo ser identificado em qualquer cultura ou sociedade, é global. O segundo tipo de criatividade é aquele que concebe produtos criativos, é mais percebida em sociedades que valorizam a originalidade, os direitos de propriedade intelectual e a inovação científica e tecnológica, como as sociedades industriais ocidentais. O segundo tipo de criatividade depende do primeiro para acontecer, mas o primeiro pode não levar ao segundo.

A criatividade é a competência e habilidade para criar alguma coisa nova, ou até mesmo dar uma nova condição a algo que já existe. A criatividade é uma competência do indivíduo, uma capacidade, caracteriza-se pela elaboração de algo, partindo de um ou mais de um indivíduo a partir de ideias e concepções originais, pessoais e que possuam algum significado. A criatividade está tanto no ato em si quanto no pensamento, mesmo que isso não leve a lugar nenhum. Ela não está impreterivelmente numa operação econômica, porém, se caracteriza dessa forma quando produz ideias que causem consequências econômicas ou produtos que possam ser comercializados (HOWKINS, 2013).

Antes mesmo de a criatividade tornar-se o impulso motor da economia, cientistas humanos e sociais, psicólogos e sociólogos já tinham uma consonante concordância de que a capacidade criativa é nativa das pessoas. (DA COSTA, 2001). A criatividade compreende diversas características, Howkins (2013) listou seis delas, ponderando que as demais não são estritamente necessárias e que não estão presentes permanentemente, sendo que mesmo assim, complementam o quadro. Segundo ele, as seis características da criatividade são:

- 1) É um elemento básico da vida;
- 2) É um talento universal;
- 3) Criatividade significa divertimento;
- 4) Senso de competição
- 5) À medida em que aplicam seus talentos, indivíduos criativos tem tendência a exibir traços de personalidade reconhecíveis.
- 6) Não há garantias de que a criatividade seja usada para o bem, apesar de o bem ser mais criativo que o mal, e que a criatividade geralmente seja um atributo positivo, não se pode assegurar a forma como o indivíduo vai usa-la.

Até mesmo antes de o sistema capitalista ser consolidado, a criatividade sempre foi o cerne dos processos ligados à inovação e desenvolvimento. A novidade trata-se da análise do cenário econômico e social do mundo e a identificação de que progressivamente a criatividade desempenha papel principal no desenvolvimento de novos modelos de negócio, instituições e novas relações. (OLIVEIRA, 2014).

Conforme Howkins (2013), dentro da economia criativa, o individual das pessoas desempenha um importante papel, central, o que é diferente da economia convencional, onde o centro é a empresa, a organização. As pessoas criativas não dependem muito das empresas, elas não necessitam de demasiados recursos de capital e demais insumos e equipamentos da empresa, elas se esforçam para constatar e descobrir novidades e para isso não necessitam dessa parte estrutural.



O autor descreve dez princípios da administração criativa, impulsos ligados ao processo criativo: Pessoas Criativas, a função do pensador, o empreendedor criativo, O trabalho da era pós-emprego fixo, a pessoa *just-in-time*, a empresa temporária, o escritório para estabelecimentos de contatos e o *cluster* empresarial, trabalho em equipe, finanças, acordos e sucessos.

Existem três tendências às quais a criatividade explora, podendo usá-las para que a produção em termos quantitativos se torne maior, ou mesmo que os resultados sejam mais rápidos ou diferenciados, ela pode tirar proveito das diminuições de custo significativos, das redes obedientes e da colaboração. (HOWKINS, 2013).

A principal incumbência das pessoas criativas é gerenciar seus naturais valores intelectuais, devem ser perseverantes mesmo quando seu trabalho não tem o devido reconhecimento, como consequência, comumente se envolvem com o trabalho de um jeito intenso e entusiasmado. Para essas pessoas não basta ser apenas mais um em um meio corporativo, apenas mais um mecanismo de uma organização, elas possuem ambição de serem extraordinariamente bem-sucedidas, focando mais na representação de seus planos do que na estrutura administrativa em si. O ponto de início para a administração da criatividade se dá a partir do momento que o sujeito assume essa responsabilidade, as pessoas que desejam ser criativas devem se responsabilizar pelo comando, seja trabalhando sozinho ou em grandes empresas. (HOWKINS, 2013).

Conforme exposto por Centeno (2015) as matérias primas criativas acabam por gerar no mercado muitas variedades de um mesmo produto, trata-se de uma indústria onde o principal capital é a inteligência. A necessidade de inovação na indústria criativa se dá devido à busca constante das pessoas por inovação e diferenciação. Os produtos criativos, diferentemente dos produtos provindos de uma indústria tradicional, não possuem longevidade no mercado, pois há necessidade de atender o consumo oscilante do mercado. Com isso, os indivíduos que trabalham nesse setor acabam procurando e impulsionando problemas complicados relacionados à constante busca por inovações, e não apenas os resolvendo.

#### 2.4 NÚMEROS DO SETOR DE ECONOMIA CRIATIVA

Setores culturais e criativos, conforme Guilherme (2015) são aqueles que tem resultados produtivos de patrimônio cultural e econômico, gerados a partir operações de produção que utilizam como metodologia principal ações criativas capazes de gerar valor simbólico, e esse valor é o componente principal da elaboração dos preços.

Após a Revolução Industrial, no século XXI houve uma enorme revolução, conhecida como Revolução Digital, causando grandes transformações econômicas, sociais e políticas. A partir dessa revolução, as informações se disseminam com enorme rapidez, a cultura e as tecnologias transpassam linhas geográficas, o conhecimento e a inovação são as novas condutas da economia, permitindo uma maior geração de valor, valorizando muito mais a criação do que a produção em si. (CENTENO, 2015).

Howkins (2013) lista os principais setores criativos com base em dados do ano de 2005, a lista contempla quinze setores onde a criatividade é a matéria prima com maior importância, são eles, a Propaganda, Arquitetura, Artes, Artesanato, Design, Moda, Cinema, Música, Artes Cênicas (Dança, Balé, Ópera, Teatro), Setor Editorial, Pesquisa e Desenvolvimento, Software, Brinquedos e Jogos (excluídos os videogames), TV e Rádio, Vídeo Games. No ano de 2005 a economia criativa era estimada em US\$ 2, 7 trilhões, e em termos de representatividade em relação à economia mundial, representava 6,1%. O crescimento desses setores depende do aumento da oferta e demanda, e alguns



terão ascensão mais rápida do que os outros devido aos negócios em que mais pessoas são criativas, ou em que a tecnologia propicie produtos que tragam um aumento no número de receitas.

Conforme Howkins (2013) em 2005 a economia criativa tinha valor de aproximadamente US\$ 2, 706 trilhões em termos de economia global, apresentando crescimento de 6% ao ano. Em 2005 o PIB Mundial, conforme o Banco Mundial era de US\$ 44,385 trilhões, sendo que 6,1% correspondem à economia criativa. Sendo considerado o maior mercado de economia criativa, os Estados Unidos apresentavam no ano de 2004 um valor de propriedade intelectual entre US\$ 5 e US\$ 6 trilhões, o que correspondia a 45% do PIB do país e superava o PIB de todos os outros países.

Conforme Oliveira (2014) em muitos países o setor criativo apresentou um crescimento com velocidade superior ao crescimento médio da economia, porém é difícil chegar a números precisos pois geralmente os países consideram os valores sem uma classificação própria desse setor em si, considerando a contribuição das empresas através do valor agregado produzido, somado ao PIB. Por isso os dados não são exatos, podendo não estar de acordo com a realidade.

Conforme Leal (2018) do setor de comunicação da SEC, com base em dados do MTE (Ministério do Trabalho e Emprego), 8,54% dos empregos formais brasileiros correspondem aos setores de Economia Criativa, com renda salarial 44% maior do que a renda de outros setores da economia, correspondendo a R\$ 2.293,64.

Falando de economia criativa no Brasil, conforme a Secretaria Especial da Cultura (2019), as atividades criativas e culturais são talentos da sociedade brasileira, e que compõe um campo dinâmico em relação à vida social e à economia do país, impactando a geração de emprego, renda, valor agregado e arrecadação de impostos. Além disso, a economia criativa tem influência decisiva na constituição e competências do capital humano e para o reforço dos elos de identidade. Sendo também importantes para os demais setores da economia, sendo considerado um condutor para aceleração da economia. Segundo estudo realizado pela Federação das Indústrias do Rio de Janeiro- FIRJAN baseada em dados do IBGE, as atividades de economia criativa e cultural constituem 2,64% do PIB brasileiro, sendo composto por cerca de duzentos e cinquenta mil empresas, e sendo responsável por mais de um milhão de empregos formais diretos.

Percebe-se a grande representatividade que a economia criativa tem no Brasil, e como o governo considera importante esse setor em detrimento da economia, considerando inclusive que além do impacto em emprego e rendas, também gera impacto nos demais setores econômicos, sendo considerado um vetor para a economia em geral. O Brasil é um país que valoriza muito a cultura e criatividade de seu povo, por isso não poderia ser diferente a valorização de um setor econômico baseados nessas premissas.

**Quadro 01: Estudos Correlatos e Formação das Variáveis que Compõem o Tema Economia Criativa.**

Autores	Objetivo	Segmento	Itens
---------	----------	----------	-------



<p>Mendes, Almeida (2016)</p>	<p>Análise do panorama da economia criativa no Brasil, com foco na indústria cinematográfica nacional.</p>	<p>Bibliografia científica disponível sobre o tema, consulta a documentos relacionados com a indústria cinematográfica e economia criativa, gerados por órgãos públicos e que possuem como atividade esse mapeamento.</p>	<p>Panorama e conceito da economia criativa; Indústrias culturais; Economia da cultura; Indústria criativa; Economia criativa; O que os dados da economia criativa no Brasil revelam;</p>
<p>Manzan (2015)</p>	<p>Apresentar informações sobre o setor de economia criativa, suas contribuições para a economia e como suas atividades são desenvolvidas respeitando os recursos humanos e o meio ambiente.</p>	<p>Pesquisa teórica através de revisão bibliográfica.</p>	<p>A evolução da economia; A economia do conhecimento; O papel da contabilidade na área do conhecimento; Economia criativa; Principais norteadores do setor; Capital intelectual; Capital humano, estrutural e de clientes;</p>
<p>Cavalcanti, et al (2017)</p>	<p>Investigar o grau de maturidade organizacional e de inovação em entidades localizadas no nordeste brasileiro, investigando se as mesmas reconhecem a necessidade de serem competitivas buscando se incluírem em rotas de economia criativa.</p>	<p>120 entidades localizadas no nordeste brasileiro.</p>	<p>Indústria cultural e indústria criativa; Economia da cultura e economia criativa; Inovação e inteligência competitiva; Dimensões da inovação – o radar da inovação.</p>



Oliveira (2014)	Investigar o mercado de games à luz da economia criativa.	Pesquisa Bibliográfica.	Economia criativa; Classe criativa; Propriedade intelectual; Economia da cultura; Indústrias criativas; Modelos das indústrias criativas; Desenvolvimento no setor criativo;
Carvalho (2018)	Saber como os líderes de organizações da economia criativa percebem a sua atuação em busca de uma gestão criativa.	Gestores	A condição social contemporânea; Uma economia baseada na criatividade; Caminhos para a construção de uma gestão criativa; Um trabalhador que requer mais atenção – a classe criativa; Cultura organizacional voltada à construção de um ambiente criativo; Liderança e sua perspectiva criativa;
Vickery (2015)	Contribuir para os crescentes debates políticos sobre o papel das indústrias culturais e criativas no Desenvolvimento Internacional.	Coleta de dados disponibilizados por vários órgãos e curtos resumos de trabalhos das agências como o Fundo Internacional Para a Diversidade Cultural.	Economia criativa; Políticas de desenvolvimento; Valores não monetários da cultura como objeto de desenvolvimento;



			<p>Contornos da economia criativa;</p> <p>Políticas e desenvolvimento de estratégias;</p>
Lazzaretti, Capone, Innocenti (2016)	<p>Investigar o aumento e a evolução da investigação sobre a economia criativa, que incide na convergência de quatro pilares de investigação, em mais de mil artigos no CER durante um período de mais de dez anos.</p> <p>Contribuições para a classe criativa, indústrias criativas, cidade criativa e indústrias culturais.</p>	<p>- As publicações sobre pesquisa em economia criativa foram coletadas da base de dados ISI Web of science, que inclui todos os trabalhos acadêmicos a partir da contribuição do DCMS em 1998 até 2013.</p> <p>- análise de redes sociais investigando coocitações de disseminadores e fundadores de pesquisas em economia criativa.</p>	<p>Introdução a economia criativa;</p> <p>Pesquisa Econômica Criativa;</p> <p>Evolução da pesquisa em economia criativa;</p>
Roberts, Townsend (2016)	<p>Examinar como o acesso a internet e prática on line impactam no trabalho criativo rural, como profissionais criativos participam em diferentes níveis em sua comunidade rural, pesquisando a resiliência da comunidade rural e economias criativas rurais.</p>	<p>Profissionais Criativos de Comunidades Rurais da Escócia.</p>	<p>Economias Criativas Rurais;</p> <p>Economia Criativa e resiliência da comunidade;</p> <p>Estruturas de resiliência;</p> <p>Fatores de resiliência em economia criativa rural;</p>
Munro (2017)	<p>Explorar a forma como os criativos narram seu desenvolvimento pessoal e profissional em relação aos intermediários, e demonstrar a tensão no núcleo do CEO's, suas</p>	<p>Membros do conselho, equipes de consultoria, clientes e parte interessada da Cultural Empresa Office (CEO).</p>	<p>A Ascensão da Economia Criativa,;</p> <p>Intermediários Culturais;</p> <p>As características do trabalho criativo;</p>



	competências para apoiar aptidões e agenda e sua compreensão das limitações dessa agenda. Explorar o componente emocional de apoio as empresas que surge em resposta a individualização extrema associado com o trabalho criativo e as precárias condições de trabalho dos criativos.		Empreendedorismo criativo e o papel da Educação Superior;
Beukelaer (2014)	Propor uma perspectiva mais correta e equilibrada sobre a classificação dos países quanto a sua participação na economia criativa, redesenhando a classificação de países desenvolvidos e em desenvolvimento de acordo com a análise de dados sobre bens criativos fornecida pela UNCTAD.	Reinterpretação crítica dos dados apresentados nos Relatórios de Economia Criativa da UNCTAD (CERs).	Economia criativa; Indústrias criativas; Indústrias culturais; Desenvolvimento humano. Cultura. UNCTAD;

Fonte: Construído a partir da revisão da literatura (2019).

Ao analisar o quadro 01: Estudos Correlatos e Formação das Variáveis que Compõe o Tema Economia Criativa percebe-se que as principais dimensões abordadas se referem a apresentar os principais conceitos e definições de Economia Criativa, e os principais temas que são englobados por ela como Economia Cultural, Indústrias Culturais e Indústrias Criativas, Capital Humano, Intelectual, Inovação e Inteligência Competitiva. Os dados foram obtidos a partir de estudos anteriores e correlatos ao tema de Economia Criativa elaborados por Manzan (2015), Mendes, Almeida (2016) e Cavalcanti et al (2017), Oliveira (2014), Carvalhal (2018), Vickery (2015), Lazzaretti, Capone, Innocenti (2016), Roberts, Townsend (2016), Munro (2017) e Beukelaer (2014).

Quanto ao segmento, percebe-se que em sua maioria os estudos se delinham a partir de Pesquisa Teórica, revisão bibliográfica, consulta a documentos relacionados ao tema gerados por órgãos públicos e que possuem como atividade esse mapeamento. Também identificou-se estudos que analisaram o tema a partir de entrevistas em amostras de entidades localizadas em determinada



região, colaboradores e clientes de empresas específicas, relatórios sobre economia criativa disponibilizados por órgãos como a UNCTAD.

Com base nos estudos, percebe-se que gradualmente a Economia Criativa está conquistando seu espaço na economia geral, sendo capaz de gerar capital facilmente e com pouca estrutura física, os produtos provenientes desse setor da economia ganham cada vez mais espaço no mercado, recebendo cada vez mais a atenção do governo e de políticas públicas. O fortalecimento do setor de economia criativa, a partir da estruturação por parte do Estado, irá refletir positivamente na economia do país. Na economia criativa os bens e serviços são pensados a partir da criação de valor, a oferta antes da demanda.

Também verifica-se a importância de estudos sobre o desenvolvimento da economia criativa e sua percepção nos mais diversos locais. Desde estudos in loco em regiões ou empresas, até estudos documentais para gerar entendimento acerca desse tema com tamanha importância na economia como um todo.

O principal insumo da Economia Criativa é o capital intelectual dos indivíduos, sendo considerado como o principal ativo das organizações no Século 21, principalmente em organizações relacionadas à Economia Criativa, porém é importante considerar que o capital humano é gerado a partir da soma do capital humano, estrutural e de clientes. O capital humano, aliado à criatividade no que tange às indústrias criativas, constitui uma importante matéria prima, o conhecimento dos indivíduos e sua capacidade de empreendedorismo são estimuladores para o crescimento deste importante setor. Ela busca agregar valor aos serviços, produtos e processos, onde é considerado principalmente o potencial dos indivíduos e também do coletivo, quando gerados através de aspectos culturais criativos. Os modelos de negócio baseiam-se no conhecimento, criatividade ou capital intelectual, a cultura é utilizada como incentivo ao desenvolvimento econômico, através de atividades culturais estratégicas, gerando trabalho, emprego e renda, o que é um estímulo a economia como um todo.

Apesar de todos os benefícios da Economia Criativa, é importante destacar que a mesma pode ser mal interpretada ou até mesmo desconhecida por muitos. Conforme apresentado nos resultados do estudo de Cavalcanti et al (2016), em específico, apenas 30% das entidades investigadas reconhecem a necessidade de serem competitivas buscando se incluir em rotas de economia criativa.

Os estudos demonstram principalmente a importância da Economia Criativa, como ela surgiu e como está se desenvolvendo, os principais conceitos que a definem, e como o capital humano é importante para esse setor. A criatividade dos indivíduos, aliada ao conhecimento que eles possuem pode ser um grande potencial quando utilizado de forma correta pelas organizações e seus gestores. O capital humano dos indivíduos, apesar de não poder ser quantificado, não constar em relatórios contábeis e não poder ser controlado pelas organizações, é de extrema importância para elas.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Nesta etapa apresentam-se os procedimentos metodológicos utilizados para obter as informações necessárias para conclusão desse estudo. São demonstrados a maneira que a amostra estudada foi selecionada e como os dados foram coletados.

Quanto ao objetivo desta pesquisa a mesma classifica-se como descritiva. Conforme Gil (2002) uma das principais características da pesquisa descritiva é a aplicação de coleta de dados com

procedimentos padronizados, como, por exemplo, a observação sistemática e os questionários. Seu principal propósito é a apresentação das características atribuídas a uma estabelecida população ou fatos e também a formação de comparações entre variáveis.

Esta pesquisa possui abordagem quantitativa. Conforme Mattar (2005) as pesquisas quantitativas possuem medição numérica das conjecturas que foram abordadas, é fundamentada em estudos estatísticos criados com o objetivo de tipificar situações estabelecidas. Esse tipo de pesquisa deve conter questões objetivas e possuir modo estruturado.

O método de coleta adotado no estudo caracteriza-se como *survey* questionário de levantamento. Conforme Gil (1999) as pesquisas do tipo *Surveys* exprimem a opinião de uma amostra da população estudada, determinada a partir de procedimentos estatísticos, a essas pessoas são feitas perguntas diretas solicitando informações acerca dos problemas do estudo, após esses questionamentos é feita uma análise quantitativa para alcançar os resultados equivalentes aos dados que foram coletados a partir da pesquisa.

Neste estudo foi utilizado como instrumento de coleta o questionário. O questionário utilizado buscou identificar os fatores que compõem o tema Economia Criativa em empresas e profissionais de manufatura. O modelo foi aplicado por meio eletrônico ou inquérito. O questionário possui 25 questões e utilizou escala likert de 7 pontos.

**Figura 01- Escala Likert**

Discordo Totalmente				Concordo Totalmente		
1	2	3	4	5	6	7

Fonte: Dados da pesquisa (2019).

A escala possui o nível 1, concordo totalmente, ao 7, discordo totalmente. Os entrevistados responderam de acordo com seu nível de concordância com a questão.

A população do estudo são empresas do Ramo de Manufatura de uma determinada região do sul do Brasil. A amostra utilizada para esta pesquisa é do tipo não probabilística por conveniência. Conforme Gil (1999) a amostra não probabilística por conveniência ou por acessibilidade é a que possui menor rigor dentre todos os tipos de amostragem, sendo alheia a retidão estatística. Selecionam-se indivíduos acessíveis que de certa forma representem o conjunto que está sendo estudado.

Ao total foram alcançadas 148 empresas de manufatura que estejam atreladas a tipo de organização que se enquadra a economia criativa.

A análise dos dados ocorreu via software SPSS por meio da estatística descritiva. Conforme Gil (1999) a análise estatística dos dados elaborada com o uso de computadores esta sendo cada vez mais utilizada na análise dos dados, com uma grande disponibilidade de programas destinados a esse fim, um dos mais notáveis é o SPSS, que torna possível a análise a partir de tabulações cruzadas médias, análise fatorial, correlações, distribuições de frequência, entre outros. As descrições dos dados alcançados a partir da pesquisa quase sempre atendem a propósitos como a caracterização do que é típico no grupo avaliado, a variabilidade das pessoas, como os indivíduos se subdividem relativamente a certas variáveis e apresentar a força e direção da conexão entre as dimensões que

foram estudadas. A Estatística Descritiva possui várias medidas para que esses objetivos sejam atendidos.

Para validar os fatores nas dimensões propostas foram utilizados os testes estatísticos por meio do software *SPSS*. Hair Jr. et al (2009) descreve que a análise fatorial exploratória é empregada na identificação de agrupamentos entre as respostas obtidas das questões sobrepostas. Para que esta análise possa acontecer é necessário que o modelo seja avaliado primeiro isoladamente e após em conjunto. É imprescindível a análise fatorial exploratória e confirmatória para a validação do modelo de análise (HAIR, JR; et al, 2009). Neste estudo optou-se diretamente para análise confirmatória em virtude de os fatores utilizados no questionário já ter sido validados no estudo de Dalfovo (2019). Desta forma, entende-se que todas as questões e seus respectivos grupos são existentes e se procedeu a análise confirmatória. Nesse tipo de análise foram consideradas as estimativas dos valores para os testes estatísticos, índices de ajustes do modelo proposto no estudo como GFI, AGFI, Qui-Quadrado sobre Graus de Liberdade, PNFI, TFI, CFI, RMSEA estão de acordo como recomendado pelo autor (HAIR, JR. *et al*, 2009).

## 5 APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Na sequência é caracterizada a amostra das empresas que perfizeram como respondentes desse estudo. (Arrumar Letras e parágrafos no formato da sua revista)

**Tabela 1 – Estatística Descritiva das Capacidades Dinâmicas de Inovação**

Variáveis	Questões	Média	Desvio padrão
PI01	O nome da empresa (marca) representa muito sobre o que ela é	6,29	1,227
PI02	As relações sociais promovem maior criatividade	5,73	1,254
PI03	Costumo tomar decisões de forma colaborativa com os que considero envolvidos no processo	5,94	1,369
PI04	As ideias são aplicadas no intuito de agregação de valor	6,25	1,077
PI05	As ideias se originam da minha cabeça e não são cópias do mercado	5,29	1,419
PI06	A criatividade é elemento essencial para formação de novas ideias e novos negócios	6,32	1,130
MS01	Analiso as oportunidades para novos negócios ou ideias	6,01	1,231



MS02	Considero os diversos obstáculos para as novas ideias	5,99	1,177
MS03	Considero a participação de diversas pessoas e postos de trabalho a serem desempenhados	5,65	1,500
MS04	É comum haver diversas empresas do mesmo segmento atuando de forma conjunta (em redes)	4,64	2,032
MS05	São consideradas as mudanças tecnológicas do mercado	6,01	1,284
MS06	São analisados os diversos tipos de inovação realizadas pelos competidores	5,79	1,288
MS07	São analisadas questões naturais e culturais	5,07	1,854
MS08	Costumo realizar pesquisas quanto a capital humano disponível no local	4,86	1,718
MS09	Considero como se encontra a Economia no local de atuação da empresa	5,41	1,623
MS10	Realizo pesquisa com clientes	5,48	1,468
ES01	Planejo e realizo o lançamento das novas ideias	5,63	1,496
ES02	Faço relacionamento com os diversos públicos que serão impactados pela implantação de novas ideias	5,19	1,576
ES03	Costumo valorizar mais os cargos e salários de pessoas que costumam usar a criatividade como matéria prima para proposição de novas ideias	5,14	1,608
ES04	Minhas atividades no dia a dia costumam ser bem criativas	5,49	1,615
ES05	É comum um alto grau de informalidade na organização da empresa (questões de registro de funcionários, impostos, notas fiscais e etc)	3,17	2,153
ES06	É a criatividade que gera as maiores rendas para empresa	5,30	1,705
ES07	As atividades que a organização realiza contribuem para o patrimônio cultural (arte e cultura)	3,83	2,074
ES08	É realizada a gestão da informação para a tomada de novas ideias	5,20	1,661
ES09	São considerados custos e despesas com questões e eventos culturais	3,90	1,956



De acordo com os dados apresentados na Tabela 1, percebe-se em relação a dimensão PI (perfil e ideologias) que a questão que obteve maior média foi a PI06 “A criatividade é elemento essencial para a formação de novas ideias e novos negócios”. Essa questão vai de encontro com tudo que foi visto no decorrer do estudo, dentro da economia criativa a criatividade é a principal matéria prima, portanto elemento essencial para a formação de novas ideias e novos negócios. Além de ser a questão com maior média dentro do Fator PI, também foi a maior média identificada dentre os três Fatores, com 6,32.

Em relação a dimensão MS (Dimensão de inovação da estratégia) duas questões obtiveram o mesmo resultado, sendo a média considerada mais alta, a questão MS01 “Analiso as oportunidades para novos negócios ou ideias” e a questão MS05 “São consideradas as mudanças tecnológicas do mercado”. As duas questões tiveram média de 6,01, uma média que pode ser considerada bem alta considerando o máximo de 7, são duas questões bem importantes dentro da economia criativa e também dentro do Fator de Inovação e estratégia. Analisar as oportunidades para novos negócios e ideias e considerar as mudanças tecnológicas do mercado são pontos essenciais dentro de inovação e estratégia e isso se confirma com a pesquisa, é preciso estar sempre atento a novas oportunidades, elas surgem o tempo todo dentro desse setor, por isso é imprescindível estar preparado para quando elas surgirem e aí também entra a questão de estar atento as mudanças tecnológicas, pois faz parte dessa preparação que as organizações e os indivíduos devem ter.

Quanto a dimensão ES (Dimensão do contexto social da estratégia) a maior média obtida foi na questão ES01 “Planejo e realizo o lançamento das novas ideias”. Essa questão obteve média de 5,63, e é muito importante dentro do Fator de Dimensão do contexto social da estratégia, assim como nos demais setores, dentro de Economia Criativa o planejamento é primordial para o desenvolvimento de qualquer projeto. As ideias e a criatividade dos indivíduos são a matéria prima da Economia Criativa, porém tudo deve ter uma correta execução, muitas vezes uma ideia pode ser excelente, mas não é o momento certo para ser colocada em prática, e por isso o planejamento e a realização de novas ideias são extremamente importantes.

A questão que obteve o maior desvio padrão, foi a questão da dimensão do Contexto Social da Estratégia (ES), “É comum um alto grau de informalidade na organização da empresa (questões de registro de funcionários, impostos, notas fiscais e etc)”. O desvio padrão identificado nesta questão foi de 2,153. Essa questão envolveu indivíduos e empresas com diferentes níveis e graus de formalidade que responderam a pesquisa, isso ocasionou uma maior dispersão de resultados em relação à média.

O menor desvio padrão foi obtido na dimensão Perfil e Ideologias (PI), na questão PI04 “As ideias são aplicadas no intuito de agregação de valor”. Essa questão apresentou desvio padrão de 1,077, e também é importante frisar que essa questão apresentou uma média de 6,25, uma das maiores médias identificadas na pesquisa. A criatividade dos indivíduos é aplicada no intuito de agregação de valor, tanto para a empresa como para eles mesmos como indivíduos criativos. Os valores identificados são os que mais se aproximam da média, com pouca dispersão de resultados, e isso demonstra que para os indivíduos que responderam a pesquisa essa é uma questão bastante relevante.

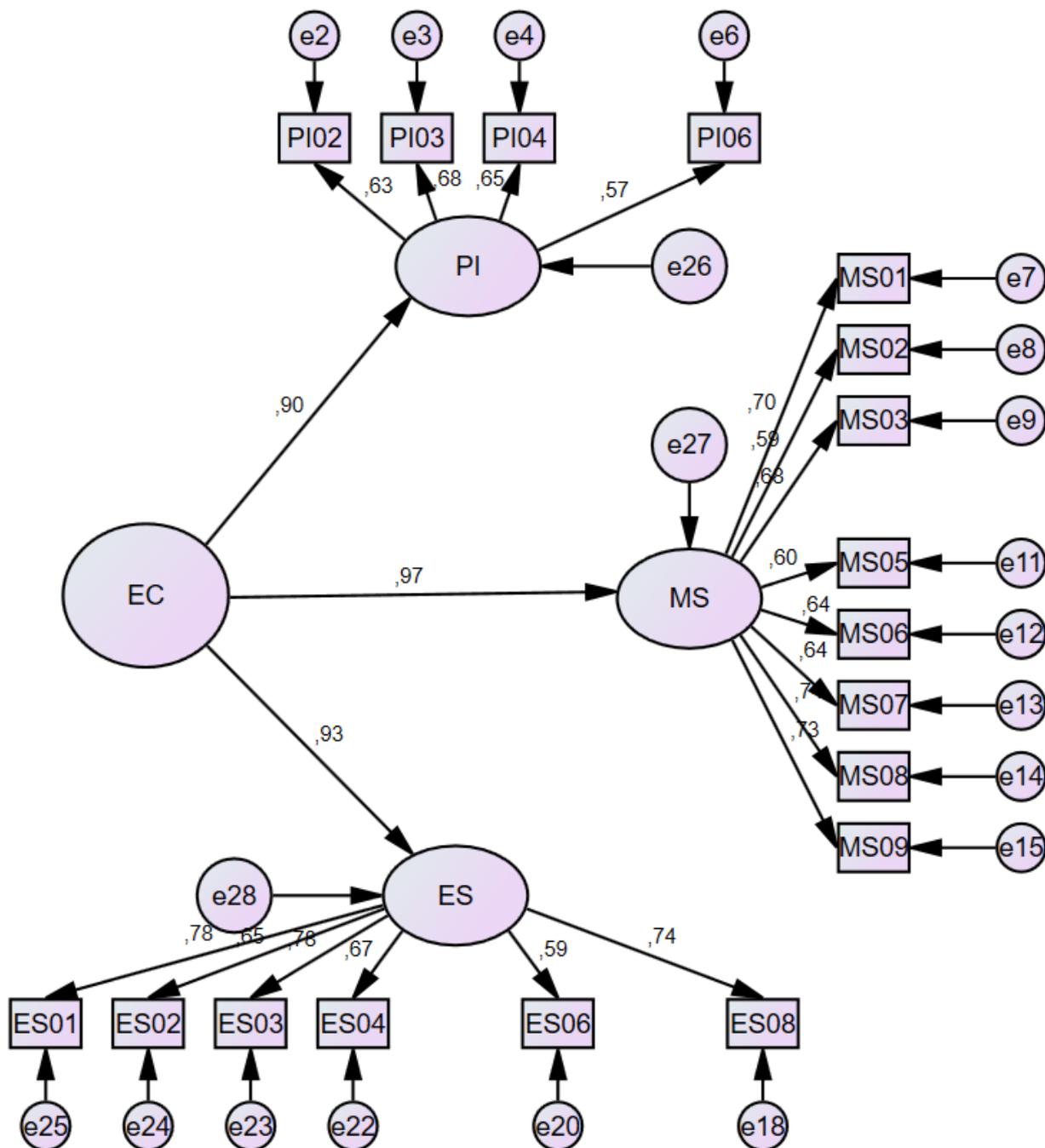


Fazer um comentário sobre a Tabela ressaltando qual questão de cada dimensão obteve maior média. Falar também qual foi no Geral a questão com maior e menor desvio padrão. Isso você fez acima. Mas precisa interpretar o porque do resultado, o que impacta?

O presente estudo também teve o intuito de verificar a uni dimensionalidade e a validade convergente da Dimensão Economia Criativa (EC), bem como discernir quais fatores permanecem no modelo apresentado, ou que possam melhor explicados. Para tanto, habitualmente aplica-se a tática da Análise Fatorial Confirmatória (AFC). Tal análise também é utilizada para desconsiderar as perguntas que não tenham relevância para o Modelo Estrutural.

A Dimensão EC é constituída por 03 fatores: Perfil e Ideologias (PI), Inovação e Estratégia (MS), Contexto Social da Estratégia (ES). Salienta-se que as fatores da Dimensão EC foram determinadas baseando-se na revisão da literatura com respaldo no trabalho de Dalfovo, et al (2019).

Foi aplicada a tática de refinação das perguntas em todos os fatores da Dimensão CDI. A refinação foi feita com o propósito de obter um modelo de mensuração que aponte graus desejáveis ou admissíveis de validade e confiabilidade das perguntas. Em seguida apresenta-se o modelo de mensuração dos fatores PI, MS e ES. Ante a análise de todas os fatores isoladamente apresentarem-se adequadas, elucida-se a validação do Modelo Estrutural da Dimensão EC.



**Figura 4.** Dimensão Final de segunda ordem da Economia Criativa

Fonte: Dados da Pesquisa (2019)



A Figura 4 apresenta o modelo de mensuração de cada fator com suas respectivas variáveis (questões). Percebe-se que as cargas padronizadas obtiveram valores acima de 0.5, com exceção das questões o PI01, PI05, MS04, MS10, ES05, Es07, ES09 que foram excluídas do modelo por apresentar valores abaixo do recomendado pela literatura.

No que tange ao Fator PI, a questão que mais influência foi “PI03” – Costumo tomar decisões de forma colaborativa com os que considero envolvidos no processo, com score de 0.68 (68%).

Tomar decisões de forma colaborativa com os envolvidos no processo é importante no que tange à economia criativa, visto que a criatividade é fator essencial e, portanto, as ideias criativas providas de pessoas que estejam comprometidas com processo pode ser o alicerce para a tomada de decisão assertiva. Conforme Howkins (2013) a criatividade é a competência e habilidade para criar alguma coisa nova, ou até mesmo dar uma nova condição a algo que já existe. A criatividade é uma competência do indivíduo, uma capacidade, caracteriza-se pela elaboração de algo, partindo de um ou mais de um indivíduo a partir de ideias e concepções originais, pessoais e que possuam algum significado.

Já, em se tratando de MS maior score fatorial foi para “MS08” - Costumo realizar pesquisas quanto a capital humano disponível no local, o score fatorial foi de 0.74 (74%).

Os indivíduos da organização podem ser pessoas extremamente criativas e, portanto, importantes para o setor de economia criativa, embora muitas vezes esses indivíduos estejam, até mesmo desempenhando outras funções dentro da empresa. Realizar pesquisas quanto ao capital humano disponível no local pode propiciar aos gestores a identificação de excelentes profissionais para a área. Conforme Centeno (2015) a exemplo de setores tecnológicos de ponta onde há migração de profissionais de uma mesma área buscando diferentes estímulos para si mesmos, responsabilidades e também liberdade para contribuir com a organização, o indivíduo criativo aprecia esses fatores e não somente seu salário, cargo ou padrão dentro da empresa.

No fator ES destaque para as questões “ES01” e “ES03”, ES01 Planejo e realizo o lançamento das novas ideias, ES03 Costumo valorizar mais os cargos e salários de pessoas que costumam usar a criatividade como matéria prima para proposição de novas ideias, com um score fatorial de 0.78 (78%).

O planejamento é essencial para a realização de novas ideias, devem ser verificadas todas as etapas do projeto e sua viabilidade para a empresa, para depois de todo planejamento realizado levar as ideias a pratica. Conforme o Sebrae (2019) a economia criativa compreende as etapas de criação, produção e distribuição de bens e serviços que utilizam a criatividade, capital intelectual e cultura como elementos primários. É a reunião, geradora de valor econômico, de atividades baseadas no capital intelectual e cultural e na criatividade.

Quanto a valorizar mais os cargos e salários de pessoas que costumam usar a criatividade como matéria prima para proposição das novas ideias, é importante salientar que a criatividade e o capital intelectual são pertencentes ao indivíduo, não podendo ser transferidos à pessoas ou organizações, portanto é fundamental a valorização de pessoas que utilizam a criatividade para a proposição de novas ideias dentro das empresas. Conforme Manzan (2015), o capital intelectual está sendo cada vez mais valorizado nos mais diferentes tipos de organização e sendo considerado como um relevante



agente de competitividade. A transformação na performance da economia mundial que se deu desde a Revolução Industrial se acentuou após o final da Segunda Guerra Mundial transformou a maneira como as organizações produzem e administram os recursos físicos e humanos.

A representação dos 03 fatores compoendo as EC demonstraram integrar essa dimensão. A PI obteve um escore de 0.90 (90%), a MS 0.97 (97%), a ES 0.93 (93%). Percebe-se então que todos coeficientes padronizados das cargas fatoriais ficaram acima de 0,9. Valida-se, aqui o constructo proposto. Dentre os fatores o que mais se destacou foi a MS. A economia criativa é uma nova área da economia, que ganhou uma grande importância no mundo globalizado. É importante destacar nessa perspectiva a expansão e crescimento das tecnologias de informação e comunicação, que apoiam diretamente a disseminação deste novo jeito de produção e de novos produtos. É uma nova face da economia, que se baseia em inovação, criatividade, intuição e em novos produtos e serviços, exigindo que as sociedades possuam uma permanente atuação no que tange à educação das pessoas, desde a escola formal até os cursos de especialização. (DALLA COSTA, DE SOUZA-SANTOS, 2011).

No setor de manufatura a Economia Criativa desempenha papel muito importante, a maioria das empresas e profissionais do setor de manufatura utiliza a criatividade e o capital humano para a criação de produtos, projetos e serviços visando a obtenção de lucros a partir disso. Como pode-se perceber no decorrer deste trabalho, a criatividade é o principal insumo da Economia Criativa, sua principal matéria prima, e portanto é essencial em um setor onde os indivíduos utilizam com frequência novas ideias para a manutenção e crescimento de seu negócio.

Esse estudo é relevante, assim como os estudos apresentados no Quadro 01 (Estudos Correlatos e Formação das Variáveis que Compõe o Tema Economia Criativa), percebe-se a importância do estudo e pesquisa deste tema, que apesar de sua extrema valia ainda é desconhecido por muitas pessoas, inclusive profissionais que já a utilizam sem saber seu embasamento e sua dimensão no atual cenário econômico.

Estudos correlatos como o de Oliveira (2014) que analisou a economia criativa em relação ao mercado de games e identificou que o expressivo crescimento da criatividade e a inovação para a evolução da economia chamou a atenção de diversos setores da sociedade, como governo empresas e comunidade acadêmica, mas apesar disso enfrenta diversos problemas que acabam por dificultar o crescimento da indústria. Estudos como esse demonstram a importância de se continuar avaliando o tema.

Como pode ser verificado neste estudo a questão com menor desvio padrão “As ideias são aplicadas no intuito de agregação de valor”, uma das premissas da Economia Criativa, utilizar a criatividade e as ideias dos indivíduos afim de agregar valor aos produtos ou serviços que disponibiliza no mercado. Ainda pertinente a essa concepção, a questão que obteve a maior média dentre as três dimensões foi a PI06 (Dimensão de Perfil e Ideologias), “A criatividade é elemento essencial para a formação de novas ideias e novos negócios”, a criatividade, as novas ideias provindas dos indivíduos é fundamental para a economia criativa, a partir disso que são gerados os novos projetos para agregação de valor e obtenção de lucros nas empresas.



O estudo de Mendes e Almeida (2016) indústrias criativas são capazes de constituir capital mesmo com uma pequena estrutura física, os produtos gerados a partir delas chamam cada vez mais a atenção de órgãos governamentais e de políticas públicas.

O maior Score fatorial foi de 0,78 (78%), que se deu no fator ES (Dimensão do Contexto Social da Estratégia), nas questões ES01 e ES03, “Planejo e realizo o lançamento de novas ideias” e “Costumo valorizar mais os cargos e salários de pessoas que costumam usar a criatividade como matéria prima para proposição de novas ideias”.

As novas ideias são extremamente importantes para economia criativa, porém elas dependem de um planejamento para que sejam realizadas da forma correta, e isso envolve demais setores ou indivíduos da organização, tudo e todos que farão parte desse processo devem ser incluídos no planejamento. Esses resultados refletem na questão de valorização dos profissionais que usam a criatividade.

O estudo de Manzan(2015) também aborda essas questões, conforme seus resultados, o capital intelectual dos indivíduos é o bem mais relevante das organizações do Século XXI, principalmente em empresas relativas a economia criativa, onde esse capital coligado a criatividade representa uma significativa matéria prima, o fomento do setor de economia criativa se dá a partir dos conhecimentos e habilidade empreendedora dos funcionários da organização.

Considerou-se também, além das cargas fatoriais na Tabela 21 as medidas de ajustamento: absoluto, incremental e parcimonioso. A tabela também demonstra os índices nela identificados de ajuste do modelo destes 04 fatores.

**Tabela 21 Capacidades Dinâmicas de Inovação Capacidades Dinâmicas de Inovação**

Medidas de ajuste	Nível aceitável	Nível encontrado
$\chi^2/GL$	$\leq 5$	4.67
RMSEA	$< 0,10$	0.10
TLI	$> 0,90$	0.82
CFI	$> 0,90$	0.85
PNFI	$> 0 \text{ e } < 1$	0.68
NFI	$> 0,90$	0.82

Fonte: Dados da Pesquisa (2019)



Dada a apresentação dos indicadores e seus respectivos valores, constata-se que as grandezas dos fatores na amostra pesquisada podem ser respaldadas no modelo de mensuração para o constructo por se encontrarem próximas ao recomendável.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As descobertas deste estudo em relação a análise dos fatores que compõe a economia criativa se deram a partir da análise dos dados obtidos através da pesquisa realizada, levando em consideração o estudo de Economia Criativa, baseado em: Dalfovo, et al (2019): Análise dos Fatores que compões a Economia Criativa.

O modelo proposto, baseado em Dalfovo, et al (2019) leva em consideração vinte e cinco questões distribuídas dentre três fatores que compões a Economia Criativa, sendo eles PI – Perfil e Ideologias, MS – Dimensão da Inovação da Estratégia e o fator ES – Dimensão do Contexto Social da Estratégia. Para análise dos fatores, as questões foram distribuídas separadamente e os respondentes avaliaram cada uma de acordo com seu entendimento, levando em consideração que não existem respostas certas e erradas, visto que cada pessoa possui seu próprio entendimento acerca do tema. Portanto, os resultados são baseados exclusivamente em respostas pessoais, considerando sua percepção, conhecimento e a forma como trabalha.

Os resultados obtidos através do estudo demonstram como as empresas e profissionais de manufatura avaliados entendem e aplicam os fatores que compões a economia criativa. Referente as maiores médias identificadas em cada fator, no fator PI a maior média foi de 6,32 na questão PI06 “A criatividade é elemento essencial para a formação de novas ideias e novos negócios”, no fator MS a maior média foi nas questão MS01 e MS05 ambas com média de 6,01 “Analiso as oportunidades para novos negócios ou ideias” e “São consideradas as mudanças tecnológicas do mercado”, respectivamente. Quanto ao fator ES a maior média foi 5,63 na questão ES01 “Planejo e realizo o lançamento de novas ideias”. Portanto, a maior média foi de 6,32 no fator MS.

No que tange ao Fator PI, a questão que mais influência foi a PI03: “Costumo tomar decisões de forma colaborativa com os envolvidos no processo” com Score de 68%. Quanto ao Fator MS a questão com maior influência foi a MS08: “Costumo realizar pesquisas quanto ao capital humano disponível no local”, com Score de 74%. E por fim, o Fator ES teve duas questões com Score de 78% sendo destaques do setor, ES01: “Planejo e realizo o lançamento de novas ideias” e ES03: “Costumo valorizar mais os cargos e salários de pessoas que costumam usar a criatividade como matéria prima para a proposição de novas ideias”.

Dentre os três fatores, o que mais se destacou foi o MS com Score de 97%, seguido de ES com Score de 93% e PI com Score de 90%, o constructo proposto foi validado, pois todos os coeficientes das cargas fatoriais ficaram acima de 0,9.



O fator MS – Dimensão de Inovação da Estratégia foi o que obteve maior destaque dentre os três, com Score de 97%, e a questão com maior destaque dentro desse fator foi a MS08 Costumo tomar decisões de forma colaborativa com os envolvidos no processo, com Score de 74%. Os resultados demonstram a importância da criatividade, as decisões de forma colaborativa, pesquisas de capital humano e também a importância do planejamento para a correta execução das ideias lançadas.

Conforme observado por Manzan (2015) o capital intelectual dos indivíduos é o bem mais relevante das organizações do Século XXI, principalmente em empresas relativas a economia criativa, onde esse capital coligado a criatividade representa uma significativa matéria prima, o fomento do setor de economia criativa se dá a partir dos conhecimentos e habilidade empreendedora dos funcionários da organização. Também é importante destacar a questão de valorização dos indivíduos criativos, como pode-se verificar no estudo de Carvalho (2018) as organizações devem entender o comportamento, pretensões e quem são seus funcionários, para que assim possam proporcionar a eles um meio que permita que sua criatividade seja aflorada.

A pesquisa baseada nos fatores que compõe a economia criativa e os resultados obtidos demonstram o entendimento e a dimensão que as empresas e profissionais de manufatura avaliados possuem em relação ao tema. Com base nos dados pode-se verificar o fator com maior influência, questões com maior influência, maior média de pontuação, e demais dados que possibilitam uma melhor compreensão da percepção acerca do tema estudado.

Este estudo possui algumas limitações, o modelo de avaliação e análise compreendeu o entendimento dos indivíduos que atuam dentro de empresas ou como autônomos no ramo de manufatura no sul do Brasil, portanto os resultados obtidos podem sofrer alterações caso o mesmo estudo seja aplicado a um nível maior, compreendendo profissionais e empresas de manufatura a nível Brasil ou até mesmo internacional. A pesquisa foi destinada a proprietários, líderes e gerentes, o que muitas vezes dificultou sua aplicação.

Como sugestão de estudos futuros, pode ser conduzida uma pesquisa explorando níveis maiores em termos geográficos. Além disso seria interessante uma pesquisa destinada aos funcionários da indústria criativa, sobre como se sentem em relação à empresa, como são valorizados por seu capital intelectual e criatividade.

## REFERÊNCIAS

BARBETTA, P. A. **Estatística aplicada as Ciências Sociais**. Florianópolis: Ed. Da UFSC, 2002.

CASTRO, Rafael. **Afinal o que é inteligência Competitiva?** Disponível em: <<http://www.sebraemercadors.com.br/afinal-o-que-e-inteligencia-competitiva/>>. Acesso em: 08/05/2019.

CENTENO, Alison R. **Economia Criativa e indústrias Culturais: Histórico e Propriedades**. 2015, 55f. Trabalho de Conclusão submetido ao curso de graduação em Ciências Econômicas – Pontifica



Universidade Católica do Rio Grande do Sul Faculdade de Administração, Contabilidade e Economia.

CLOSS, Lisiane; OLIVEIRA, Sidnei R. D. Economia Criativa e Territórios Usados: um debate baseado nas contribuições de Milton Santos. **Cadernos EBAPE. BR**, Rio de Janeiro, v. 15, n°2, Artigo 9, p.349-p. 363, Abr./Jun. 2017.

DA COSTA, Ana M. N. O talento jovem, a internet e o mercado de trabalho da “economia criativa”. **Psicologia e Sociedade**, 23(3), p.554-p.563, 2001.

DALFOVO, M. S.; et al. Análise dos Fatores que compõem a Economia Criativa. In: CONGRESSO DE ADMINISTRAÇÃO, SOCIEDADE E INOVAÇÃO. 12., 2019. Palhoça. **Anais...** Palhoça: UNIGRANRIO, p. 1-18.

DALLA COSTA, Armando; DE SOUZA-SANTOS, Elson. Economia Criativa: novas oportunidades baseadas no capital intelectual. **Economia & Tecnologia**. Ano 07, Vol. 25, Abril/Junho. 2011.

GIL, Antonio C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antonio C. **Métodos e Técnicas da Pesquisa Social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GUILHERME, Luciana L. Economia Criativa, do modismo à estratégia de desenvolvimento. **Curso de Formação de Gestores Públicos e Agentes Culturais**. Ed. 2015.

HAIR JR, J. F.; et al. **Análise Multivariada de Dados**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HOWKINS, John. Economia Criativa. Como ganhar dinheiro com ideias criativas. 1.ed. São Paulo: M.Books, 2013.

LEAL, Marcelo; Comunicação SEC. **Parceria com o Sebrae fortalece economia criativa**. Disponível em: < <http://cultura.gov.br/245187-REVISION-V1/>> Acesso em: 08/05/2019.

MANZAN, Ana. C. O capital intelectual na era da economia criativa. **I Congresso UFU de Contabilidade**. Uberlândia, 08 a 09/10/2015. Disponível em: <[http://www.cont.facic.ufu.br/sites/cont.facic.ufu.br/files/3-2991-2992\\_o\\_capital\\_intelectual.pdf](http://www.cont.facic.ufu.br/sites/cont.facic.ufu.br/files/3-2991-2992_o_capital_intelectual.pdf)>. Acesso em: 05/04/2019.

MATTAR, Fauze N. **Pesquisa de marketing: metodologia e planejamento**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

MENDES, Cleber M.; DE ALMEIDA Cristóvão D. O desenvolvimento da economia criativa no Brasil: uma perspectiva através da indústria cinematográfica brasileira. **Verso e Reverso**, Unisinos, v. 30, n° 75, p. 196-p.207. Setembro-Dezembro 2016.



OLIVEIRA Pedro K. **Uma investigação sobre o mercado de games á luz da economia criativa.** 2014, 70 f. Trabalho de Conclusão submetido ao curso de graduação em Ciências Econômicas – Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

SEBRAE. **Como o Sebrae atua no segmento de Economia Criativa.** Disponível em: <<https://mail.google.com/mail/u/0/#sent/FMfcgxmLcDsbksfRQckpmhZdRmGNbDGX?projector=1&messagePartId=0.1>>. Acesso em: 06/04/2019.

SECRETARIA ESPECIAL DA CULTURA. **Economia Criativa.** Disponível em: <http://cultura.gov.br/economia-criativa/> Acesso em: 08/05/2019.