

ECONOMIA CRIATIVA: DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E INCLUSÃO SOCIAL NA CIDADE DE CAXIAS DO SUL

Pâmela Costa Barboza^a, Leonardo Lorandi^b, Karen Menger da Silva Guerreiro^c

^a Acadêmica no Curso de Administração do Centro Universitário da Serra Gaúcha.

^b Acadêmico no Curso de Administração do Centro Universitário da Serra Gaúcha.

^c Doutora em Administração, professora do Centro de Negócios da FSG.

Resumo

A Economia Criativa é um setor que vêm ganhando cada vez mais espaço e importância, ela é a parte da economia que utiliza o intangível e a criatividade como fonte de trabalho. Dessa forma, o presente artigo tem como objetivo principal investigar as formas que a Economia Criativa auxilia no desenvolvimento econômico da cidade e na inclusão social dos cidadãos. Para isso, foi utilizado a pesquisa exploratória com o estudo de múltiplos casos e de natureza qualitativa, o instrumento escolhido para a coleta de dados foi uma entrevista estruturada com roteiro, que foi aplicada a empresários desse setor visando informações sobre o ponto de vista de cada um e suas experiências neste segmento. A análise dos dados foi feita em duas partes, fazendo o comparativo entre os pontos de vista dos entrevistados e entre a literatura estudada, verificando pela ótica deles suas contribuições para o desenvolvimento e como promovem a inclusão social. Os resultados obtidos diferem em alguns pontos dos esperados, pois não há estudos nem levantamentos sobre os dados desse setor. Porém, foi possível entender como ele funciona e se organiza na cidade e identificar suas deficiências.

Palavras-chave:

Economia Criativa. Criatividade. Inclusão Social. Desenvolvimento Econômico.

1 INTRODUÇÃO

Discussões e estudos sobre a Economia Criativa (EC) tem despertado cada vez mais a curiosidade, interesse e busca pelo conhecimento na área, se tornando um assunto mais recorrente e popular. Ainda assim, no Brasil os estudos e abordagens ainda são escassos, e sua conceituação encontra-se em processo de constante desenvolvimento.

Muitas vezes, empresas e pessoas empreendedoras estão inseridas nesse “universo” sem ao menos saberem, não tendo assim, a oportunidade de usufruir de muitas oportunidades que a Economia Criativa tem a oferecer e gerar. Esse conhecimento que poderia fazer toda diferença para muitas empresas, pois auxiliaria na melhora de seus processos de gestão e inovação, agregando valor e impactando de forma positiva em seu produto e serviço final.

Mediante informações do mapeamento publicado pelo FIRJAN (2016), que abrangeu o período de 2013-2015, os setores da economia criativa geraram um montante de R\$ 155,6 bilhões para a economia do país, correspondendo a 2,64% do PIB total brasileiro. Ainda informam que a economia criativa nos últimos 10 anos teve um aumento de 69,8% de crescimento, enquanto o país em si, em todo seu contexto, cresceu somente metade deste percentual. Tal segmento emprega mais de 892 mil profissionais formais, significando um aumento de 1,5% para 1,8% de trabalhadores empregados no Brasil. Este ramo proporciona em média salários de até 4 mil reais, enquanto a média do salário brasileiro é de 2 mil reais.

Esse artigo pretende identificar de que forma a Economia Criativa contribui no desenvolvimento econômico dos indivíduos inseridos nestes setores criativos, e as formas com as quais ela promove a inclusão social na cidade de Caxias do Sul/RS. Além disso, apurar como a EC é tratada e desenvolvida na cidade, conhecer os métodos de inclusão social praticados nas empresas do setor e se existe essa relação entre a inclusão social e a economia criativa no município.

O presente estudo se justifica, devido ao atual cenário da região, onde ainda sofremos com os resquícios da crise econômica e há um considerável número de profissionais que ainda não foram recolocados no mercado de trabalho e que possuem poder criativo para produzir ou realizar atividades profissionais diferenciadas que possam lhes auxiliar na geração de renda e lhes inserir no mercado novamente como novos empreendedores. Por fim, através das informações e dados coletados, serão realizados comparativos do quanto estas indústrias proporcionam a inclusão social da comunidade e qual a influência exercida sobre os empreendedores, para a prática e utilização de sua criatividade como forma de inovação, desenvolvimento e geração de economia.

Pelo lado da inclusão social, este estudo é relevante, pois cada vez mais se veem projetos e trabalhos que instigam a participação da comunidade e que auxiliam no desenvolvimento de novas habilidades, que podem vir auxiliar os indivíduos na busca de novos métodos e formas de gerar renda, através da criatividade. Além disso, há cada vez mais a preocupação das empresas em contribuir para o crescimento da comunidade na qual estão inseridos, e isso se dá muitas vezes, por meios de projetos sociais.

Para a pesquisa em si, serão abordados múltiplos estudos de casos de indústrias criativas da região, com o enfoque de conhecer e coletar dados para as questões abordadas anteriormente. Tal coleta será de abordagem qualitativa, exploratória e descritiva e ocorrerá através de entrevistas com os respectivos empreendedores destas empresas, além da coleta de dados e informações, com escolas e entidades que focam e auxiliam na formação de novos profissionais, que utilizam seu conhecimento e criatividade para fazer a diferença e com ele gerar economia para si e para a cidade.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico apresentado abaixo visa apresentar os principais conceitos que norteiam esse artigo, pois é de substancial importância a compreensão de cada um deles e suas relações com o objetivo geral aqui proposto, além de servirem de embasamento para a pesquisa apresentada.

2.1 Economia Criativa no Brasil

Segundo Reis (2008, p.16) “o conceito de Economia Criativa origina-se do termo indústrias criativas”, que aparece pela primeira vez na Austrália nos anos 90. Isso faz com que muitas vezes, os dois termos sejam confundidos, porém há diferenças entre eles.

A Economia Criativa surgiu a partir de um projeto criado pelo governo da Austrália denominado *Creative Nation* (Nação Criativa). O projeto visava fomentar a economia do país com base na busca por sua identidade e valorização da cultura do país, preservando suas raízes e história de seu povo.

O conceito de Economia Criativa não segue um padrão e está em constante desenvolvimento, segundo Reis (2008, p.09) “defini-lo é um processo em elaboração, pois envolve contextos culturais, econômicos e sociais diferentes”. Assim, compreende-se que o seu conceito não é único nem absoluto, ele depende de diversos fatores dentro do contexto do país ou até mesmo da comunidade no qual está inserido.

Em sua conceituação mais popular, a Economia Criativa pode ser definida como o conjunto de atividades nas quais seu principal insumo é o capital intelectual. Reis (2008, p.09) nos diz que seus três pilares se baseiam na valorização da singularidade, o simbólico, aquilo que nos é intangível, ou seja, a criatividade. Seu produto ou serviço final é originado através da criatividade, cultura, conhecimento e valores simbólicos.

No Brasil, o tema começou a gerar interesse em 2004, quando foi realizado pela primeira vez no país, na cidade de São Paulo, organizado pela UNCTAD, o *workshop* – “*Workshop on Cultural Entrepreneurship on Creative Industries*”, o evento foi um marco importante para a Economia Criativa no país, pois teve a participação de 158 países e fundamental para a evolução de um debate intergovernamental sobre a crescente relevância da economia criativa para impulsionar a economia, gerando empregos (SEC, 2012).

No ano seguinte, em 2005, o país sediou o Fórum Internacional das Indústrias Criativas, realizado em Salvador, Bahia. Além disso, nesse evento decidiu-se pela instalação do Centro Internacional das Indústrias Criativas, na cidade. Outro marco importante para o país, ocorrido durante esse evento, foi a criação do projeto ligado ao Ministério da Cultura, e batizado como “Monumenta” que tem por objetivo preservar 82 cidades tombadas pelo Patrimônio Histórico da UNESCO.

Pode se afirmar que no Brasil seu conceito ainda é relativamente novo e encontra-se em formação. Pois sua conceituação só passou a ser estudada e criada em 2011, com a criação da Secretaria da Economia Criativa (SEC), pelo Ministério da Cultura (MINC).

A criação de uma conceituação que fosse adequada à cultura e economia do país foi um dos primeiros desafios enfrentados pela SEC. Grande parte das publicações sobre o assunto traz o conceito criado por países estrangeiros, que para a SEC (2012, p.21) sua terminologia poderia levar a impressões semânticas contrárias devido às diferenças culturais dos países e que sua conceituação inicial era inadequada em relação às particularidades de cada país.

Assim, segundo a SEC (2012 p. 21) seu conceito foi construído “a partir dos seguintes princípios: inclusão social, sustentabilidade, inovação e diversidade cultural brasileira,” além de haver a necessidade de distinguir as características e diferenças entre os setores tradicionais e os setores criativos, chegando assim à definição: “os setores criativos são aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social”.

A partir desse conceito criado pela SEC, é possível compreender que os setores criativos vão além daqueles ligados diretamente à cultura, ela abrange também, a indústria de criação de conteúdo, as novas mídias, arquitetura e demais ramos que utilizem a criatividade como insumo principal (SEC, 2012).

No país o escopo dos setores criativos foi criado a partir da ideia de que é impossível pensar que o produto ou serviço criativo se restrinjam a somente uma área ou segmento

criativo, em uma única atividade pode estar correlacionada diversas outras. A identificação e classificação dessas categorias são essenciais para a criação de políticas governamentais de regulamentação e incentivo adequadas aos setores englobados.

No Brasil, o escopo dos setores criativos contempla não somente os setores tipicamente culturais (como dança, música, literatura, espetáculos, etc.), mas agrega também os setores que possuem uma base cultural (design, moda, arquitetura, etc.).

Conforme a figura abaixo, no país a divisão dos setores foi feita em 5 grupos diferentes, contemplando as seguintes categorias culturais: No campo do Patrimônio (Patrimônio material e imaterial, arquivo e museus), Campo das Expressões Culturais (artesanato, culturas populares, indígenas e afro brasileiras, artes visuais e digital), Campo das Artes de Espetáculo (dança, música, circo e teatro), Campo do Audiovisual/do Livro, Leitura e Literatura (cinema e vídeo, publicações mídias impressas) e o Campo das Criações Culturais e Funcionais (Moda, Design e Arquitetura).



Figura 1: Escopo dos Setores Criativos
Fonte: os autores

2.2 Criatividade e Inovação

Em nossa vida e em nosso dia a dia, a criatividade está presente em tudo que nos rodeia, pois tudo em algum momento foi fonte de inspiração para ser criado. Tudo o que utilizamos ou conhecemos, fora de alguma forma produzida, por algum indivíduo habilidoso e

criativo, que transformou simples matérias-primas em serviços e produtos, para que a população pudesse satisfazer suas necessidades.

O conceito **criar** possui diversos significados, segundo GURGEL (2006 p. 09), “criar é basicamente formar e, portanto, abrange a capacidade de compreender, de relacionar, de ordenar, de configurar e dar um significado e que tal processo de adaptação e criação de soluções, garantiu a existência do homem no planeta”.

Este termo muito conhecido faz parte da criatividade, a qual teve origem a bilhões de anos, na época dos primórdios e vai além do só fazer algo diferente através da criatividade existente no ser humano e sim em formar e transformar através dela, alguma ideia em produtos e/ou serviços que tenham alguma utilidade para a sociedade. (GURGEL, 2006 p. 09)

Sabe-se que criatividade pode possuir diversos significados, que variam através da visão de cada indivíduo, contexto utilizado e até mesmo pelo ponto de vista das pessoas que estão sendo impactadas por ela.

Conforme cita SEABRA (2007. p. 01/02), a criatividade se tornou uma forma de troca entre os indivíduos de uma sociedade. Ou seja, o indivíduo utiliza suas habilidades criativas, para produzir e criar um produto ou serviço, que atenda às necessidades da sociedade a sua volta e em troca, o mesmo acaba gerando economia para si própria, através do valor gerado de sua criação.

Criatividade por ser utilizada para descrever ideias inovadoras, coisas inéditas que ainda não foram criadas, formas diferentes na solução de problemas e etc., pode ter uma conotação negativa, segundo ZOGBI (2008, p. 01), a palavra criatividade pode ter outros significados impertinentes e que incomodam, como “uma viagem com falta de contato com a realidade”, “coisas descomprometidas e até irresponsáveis”, “lucubrações de gente maluca”, “fuga (intencional ou não) da realidade” e “perda de tempo com coisas que não servem para nada”.

Para SEABRA (2007 p. 01 e 02), “ser criativo não é apenas o sinônimo de ser original, mas que na sociedade atual é uma ocupação de grande prestígio”. Mediante ao cenário em que estamos inseridos atualmente, a utilização de métodos criativos, produtos e processos criativos, podem ser a solução de diversos problemas tanto para as empresas, população e também para o governo, pois através de visões amplas e inovadoras, os profissionais conseguem, através de suas criações, inovar métodos e processos já existentes, tornando o dia-a-dia das empresas e de profissionais mais fáceis.

Toda ideia que é gerada através da criatividade, pode ser considerada inovação, porém o significado de ambas é distinto, mas muitas das vezes acabam sendo confundidos, pois

inovar é utilizar novas ideias e através delas, gerar produtos e/ou serviços diferenciados dos já existentes e a criatividade por si, tem significado objetivo, gerar novas ideias, através de alguma já existente, apenas melhorando e agregando maior valor ao que se está realizando.

Atualmente, conforme cita BOTELHO, CARRIJO e KAMSAKI (2007), o termo criatividade é considerado muitas das vezes, apenas como a geração de novas ideias, independentemente de sua utilização, ou seja, independe se ela será utilizada ou não já a inovação surge para enfatizar a comercialização desta ideia.

Conforme cita WESCHLER, (2014), o termo inovação é utilizado em quase todas as áreas e setores, o que indica que cada vez mais os profissionais e empreendedores, estão cientes da necessidade de possuir novas formas de competitividade, para sua sobrevivência no mercado. Além de possuir como entendimento que inovação se refere à realização e produção de algo novo ou atualização e a melhora de algum produto ou serviço já existente. (WESCHELER, 2014).

Em seu artigo, WESCHELR, (2014), apresenta um estudo no qual informa que o conceito de inovação necessita ser mais bem abrangido e não apenas estudado e conceituado como algo que deriva de tecnologia e ciência. Pois se considera também algo inovador, os métodos estratégicos e diversos processos executados pelas empresas.

Dentro da Economia Criativa, a criatividade e inovação são essenciais para o sucesso e a perpetuação das empresas no mercado, além disso, a criatividade é um dos pilares da EC. Reis (2008, p.15), afirma em sua obra que “em termos econômicos, a criatividade é um combustível renovável e cujo estoque aumenta com o uso”.

O povo brasileiro é conhecido por sua criatividade, sua maneira de criar soluções diante dos problemas apresentados no dia a dia, daí vem a popular expressão “jeitinho brasileiro”. Mas, como transformar esse talento criativo em algo rentável e inserir na economia? Para que isso aconteça é necessária a criação de condições que ampliem o acesso as tecnologias e à comunicação, reconhecer e agregar valor os bens intangíveis, através de políticas públicas e sociais. A criatividade também ajuda a estimular o crescimento do mercado através concorrência saudável e por ser extremamente inclusiva.

A inovação dentro da Economia Criativa também está estritamente relacionada, pois é através da inovação que se dá o seu processo de desenvolvimento dentro da sociedade, além de ser um impulsionador para as empresas inseridas nesse universo. A SEC (2012, p.35) nos diz que “a inovação exige conhecimento, a identificação e o reconhecimento das oportunidades, a capacidade de empreender e assumir riscos, um olhar crítico e um pensamento estratégico que permitam a realização de objetivos e propósitos”.

Realizando uma correlação com Economia Criativa, criatividade e inovação, percebe-se que estes três conceitos caminham juntos, pois no momento em que se desenvolve um projeto através da Economia Criativa, o mesmo é gerado pela criatividade de algum indivíduo. E com a finalidade de agregar valor ao produto e/ou serviço, o mesmo acaba inovando em algum detalhe, sendo a forma de produzir ou até mesmo a forma de entregar seu produto ao cliente final.

2.3 Inclusão Social

A inclusão social originou-se em meados dos anos 70, aonde começou a ser praticada, para abolir e ajudar as pessoas que eram excluídas da sociedade e que não eram consideradas dignas de respeito. (BETONI, 2014). Conforme citam BUVINIÉ E MAZZA (2005 p. 05), “a exclusão social está mais relacionada ao conceito de pobreza relativa do que a pobreza absoluta, o que vincula a mesma a desigualdade”.

Desta forma, a inclusão social surgiu para mudar este contexto e inserir na sociedade igualmente as pessoas que antes eram excluídas da sociedade por diversos motivos impostos pela sociedade e pelo seu preconceito, tanto por fatores socioeconômicos, como pertencerem a uma classe pobre, pela falta de acesso a saúde e escolas, e melhores condições tanto pessoal como profissionalmente, como por fatores culturais e étnicos, como modo de falar diferente, pela cor da pele, pela falta de conhecimento, por estarem inseridos em uma cultura diferente e por agir de forma a quebrar paradigmas impostos pela sociedade. (BETONI, 2014).

Primeiramente a inclusão social é praticada dentro das instituições de ensino, aonde independente de classes econômicas, etnias ou condições sociais, as pessoas possuem a chance de absorver todo o conhecimento necessário para serem incluídos socialmente e conseguirem ser inseridos conseqüentemente no mercado de trabalho. (BETONI, 2014).

Porém conforme apresenta (BETONI, 2014):

“Há, no entanto, uma perspectiva crítica que afirma que a ideia de inclusão social é mobilizada de forma a desviar o olhar de problemas estruturais, como a desigualdade social e a pobreza, que seriam as grandes causas de exclusão de amplos setores da sociedade. A inclusão em si só poderia ser feita em países desenvolvidos, onde alguns direitos existem mesmo que indivíduos sejam excluídos deles. Em países periféricos, como o Brasil, esses direitos básicos nunca chegaram a ser amplamente realizados.”

Em um país onde, segundo o último levantamento realizado pela Pnad Contínua (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua) e divulgado pelo IBGE, mostra que

cerca de 11,8 milhões de jovens de 15 anos ou mais são analfabetos, a desigualdade social é algo comum e estrutural nas sociedades brasileiras, estreitando as oportunidades do mercado de trabalho para as pessoas menos favorecidas. Por isso, a inclusão social é um dos princípios fundamentais para a criação e desenvolvimento de políticas públicas na Economia Criativa.

A criação dessas políticas sociais é fundamental para que a sociedade que promova condições favoráveis à inserção das classes menos favorecidas e cidadãos em vulnerabilidade social, através de aperfeiçoamento educacional e profissional, geração de trabalho e renda. Como já citado, a criatividade é o principal combustível gerador de resultados da Economia Criativa, dessa forma, é também um fator altamente inclusivo, pois todos independente de seu grau de instrução ou classe social, tem condições de criar.

Essa característica faz com que a Economia Criativa crie oportunidades de resgatar o cidadão, inserindo-o socialmente e o consumidor, incluindo-o economicamente (REIS, 2008). Ainda, segundo Reis (2008, p.15) “a coexistência entre o universo simbólico e o mundo concreto é o que transmuta a criatividade em catalisador de valor econômico”. Reforçando essa ideia, o Plano da Secretaria da Economia Criativa, afirma que a inclusão social significa dar ao cidadão a oportunidade de acesso e o direito de escolha aos bens e serviços gerados pela Economia Criativa do país.

3 METODOLOGIA

O artigo elaborado tem como principal objetivo, identificar como a economia criativa contribui para o desenvolvimento econômico da cidade e de seus envolvidos e de que forma contribui na inclusão social da comunidade. Para se chegar ao objetivo proposto o procedimento escolhido foi a pesquisa exploratória, que auxiliou a familiarização com os eventos investigados e a buscar mais informações sobre o assunto.

Quanto ao procedimento escolhido, foi utilizada a pesquisa qualitativa, que conforme cita Flick (2009, pg. 25), a pesquisa qualitativa, de modo diferente das demais, considera a participação do pesquisador clara e objetiva em relação à produção do conhecimento e o pensamento íntimo e pessoal de todos os envolvidos, tanto pesquisador como os estudados, acaba tornando-se parte da pesquisa e do estudo. O método escolhido para o desenvolvimento desse artigo foi o estudo múltiplos casos, para Gil (apud GERRING 2004, p. 341) é o “estudo profundo de uma simples unidade (ou fenômeno relativamente limitado) em que o objetivo do pesquisador é elucidar características de uma classe mais ampla de fenômenos similares”.

A coleta de dados foi feita a partir de entrevistas estruturadas, a escolha deu a possibilidade de verificar nas empresas entrevistadas a percepção quanto ao desenvolvimento a partir da Economia Criativa na cidade, suas expectativas para esse setor e a situação atual dele na cidade. Para a aplicação foram selecionadas sete empresas que atuam em segmentos diferentes e que integram o Grupo Setorial de Economia Criativa da Microempna da cidade, conforme apresentado no quadro abaixo:

Tabela 1 – Apresentação das Empresas Entrevistadas

Empresa	Segmento	Ano de Fundação	Cargo do Entrevistado	Nº de Funcionários
Empresa A	Publicidade e Design	2006	Diretor Geral	1
Empresa B	Turismo	2008	Diretor Geral	6
Empresa C	Design	2004	Sócio Diretor	4
Empresa D	Tecnologia	2016	Diretor Comercial	2
Empresa E	Design	2014	Diretor Adm. Comercial	2
Empresa F	Comunicação	2016	Diretor Geral	1

Fonte: os autores

4 ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS

A cidade de Caxias do Sul é conhecida nacionalmente como um dos principais polos industriais do país, seu potencial econômico vem principalmente do setor metalmeccânico, onde grandes empresas mundialmente conhecidas foram fundadas na cidade e responsáveis pelo seu crescimento. A partir de 2014, a economia do país passou a ser assolada por uma crise que atingiu todos os setores e a cidade de Caxias do Sul não ficou imune a esse evento. Em 2013 o setor metalomeccânico da cidade faturou 24 bilhões de reais, contrapondo os 12,2 bilhões faturados em 2017, representando uma queda de mais de 50% em apenas 4 anos.

O setor metalmeccânico de Caxias do Sul sempre se mostrou muito sólido e esse fato serviu como base para a maior parte de investimentos, sem focar em novos modelos de negócios e gestão, além de não haver um planejamento para um futuro diferente da cidade, e sem levar em conta as adversidades que poderiam vir a atingir esse setor como tem acontecido nos últimos anos. Como consequência dessa grande recessão, a cidade perdeu dezenas de empresas e fechou milhares de postos de trabalho, deixando milhares sem uma fonte de renda.

Pensando nesse novo contexto que a cidade vem vivendo e buscando acompanhar as diversas mudanças pelos quais os outros países vêm passando, foram adotadas na cidade, por entidades empresarias e educativas, diversas rodadas de atividades educativas, como palestras e cursos, buscando fomentar os demais setores da economia caxiense, com o objetivo de instigar o empreendedorismo e a criatividade para criação de novos modelos de negócios e

auxiliam os cidadãos a aprender uma nova profissão e descobrir novas habilidades que os deem autonomia na geração de renda. Essa mudança de perspectiva, fez com que um novo nicho da economia passasse a ser maior valorizado e necessitasse de mais estudo e atenção, e Economia Criativa, passou a ganhar maior visibilidade na cidade, e vista como uma medida para movimentar nossa economia.

Uma entidade que se destaca em estudos nesse setor é a Microempa (Associação de Empresas de Pequeno Porte da Região Nordeste do RS). A entidade existe há mais de 30 anos e agrega e apoia as micro e pequenas empresas da região, fato importante, visto que a maioria das empresas incluídas no setor da Economia Criativa, são desse porte. Segundo a apresentação em seu website, “a Associação conta com mais de 2.000 empresas associadas e busca soluções gerenciais, políticas e econômicas para garantir o desenvolvimento sustentável das empresas”. Pensando nesse novo cenário em que a sociedade vive, onde a valorização pelo simbólico e pelo intangível, a necessidade de novas formas de negócios e um maior apoio às empresas criativas se torna mais necessária e importante, no dia 02 de abril de 2014 deu-se início as atividades do Grupo Setorial de Economia Criativa da Microempa.

O grupo setorial de Economia Criativa da Microempa, conta atualmente com mais ou menos 20 empresários. Com o intuito de conhecer como funciona o setor em Caxias do Sul, foi aplicada uma entrevista semiaberta para sete empresas participantes do grupo setorial. O objetivo é entender pela ótica desses empresários, como eles veem a contribuição da Economia Criativa e de suas empresas no desenvolvimento econômico da cidade e se aqui a inclusão social é promovida de alguma forma.

4.1 Empresa A – Publicidade e Design

A empresa A possui apenas um colaborador, que possui formação superior em Publicidade e Propaganda e pós-graduação em Design Gráfico, o que demonstra que possui vasto conhecimento teórico na área que atua. Essa pessoa é a responsável por executar todas as atividades da empresa, desde a parte organizacional até a operacional fica a critério dessa única pessoa. A empresa trabalha com a confecção gráfica de itens tradicionais, como cartões de visita, banners, folders e etc... Sentindo a necessidade de se destacar no mercado e inovar, passou a fabricar também produtos personalizados e temáticos, tornando-os únicos.

A gestora conta que seu o impulso inicial para abertura do negócio foi à falta de oportunidades quando recém-formada e também a falta de liberdade de expressar suas ideias nas empresas existentes. Por ser formada em uma área na qual a criatividade é extremamente

importante para o desenvolvimento acadêmico e profissional, ela já possuía um vago conhecimento em Economia Criativa, porém só foi realmente se inserir no meio e aperfeiçoar seus conhecimentos sobre o setor em 2017 quando foi convidada a fazer parte do grupo setorial da Microempa, entidade da qual já era sócia há mais tempo.

O retorno financeiro de sua empresa atualmente é mediano, não faltando para sanar suas responsabilidades, porém ainda pouco em relação ao que almeja. Quando questionada sobre como sua empresa contribui para o desenvolvimento econômico da cidade, a gestora conta que não vê sua empresa contribuindo de forma efetiva, porém acredita que com uma melhora na economia e na carta de clientes, seu rendimento irá crescer e seus investimentos poderão ser maiores, dê forma que possa impactar e contribuir de alguma forma na economia da cidade. Pensando em um futuro mais rentável e promissor, a gestora conta que procura sempre se atualizar com as tendências do mercado, além de manter-se mais ativa em relação as atualizações em relação a Economia Criativa da cidade.

Referente a importância e o desenvolvimento da economia criativa na cidade, ela vê que há uma grande deficiência na exploração desse tema, falta desenvolvê-lo a um nível que consiga alcançar uma maior parte da comunidade empresarial e acadêmica. Quanto a contribuição da Economia Criativa na inclusão social, a empresária acredita que toda empresa criativa acaba de alguma forma auxiliando da inclusão social. Na sua empresa essa inclusão é feita a partir de promoções, a comercialização com preços mais acessíveis, formas diferenciadas de pagamento, pois tudo isso, permite e dá a oportunidade de todas as classes consumirem seu produto. Além disso, futuramente, pretende criar produtos nos quais parte da renda será destinada à ONG's.

No quesito de ser diferente e se destacar em relação a seus concorrentes, ela cita que uma das características importantes para isso é “ser diferente”, ou seja, pensar em produtos e serviços diferenciados, sempre conectados com as novas tendências.

4.2 Empresa B - Turismo

O entrevistado da empresa B é principal gestor, possui formação superior e é o responsável pela parte administrativa, além disso, trabalhava em uma companhia aérea, o que lhe dá um conhecimento mais aprofundado na área. Sua empresa é uma agência de viagens que opera no setor de turismo e atende pessoas físicas e jurídicas, dando todo o suporte desde a compra de passagens até o planejamento do roteiro de viagens, com suporte 24 horas.

O impulso inicial para a abertura de um negócio próprio foi justamente sua experiência profissional, no qual viu ali uma oportunidade de investir nessa área, além disso, sentia a necessidade de mudar a forma tradicional de se trabalhar e poder utilizar toda sua bagagem de conhecimentos para desenvolver e realizar as coisas de uma forma inovadora. No início as dificuldades encontradas eram em como conseguir juntar criatividade com operação e como passar à sua equipe ideias inovadoras sobre o turismo, fugindo das formas de pensamento tradicionais já executadas pelas demais agências.

O auge de seu aprendizado sobre EC foi em 2016, quando ingressou no grupo setorial, a oportunidade se deu pois prestava serviços à Microempna na venda de passagens, e recebeu o convite para fazer parte. Ingressando no grupo setorial teve muitas oportunidades em conhecer outros empresários que também fazem parte da Economia Criativa da região e trocar experiências, além de aumentar seu networking conquistando novos clientes. Graças a isso, o retorno financeiro da empresa supre as suas expectativas e metas mensais, sobrando dinheiro para novos investimentos.

A contribuição para o desenvolvimento econômico da cidade é apontada através da própria prestação de seus serviços, pois como maior parte de sua clientela é composta por clientes corporativos, acredita que a venda de passagem e as comodidades que sua empresa oferece, contribui no interesse na vinda para Caxias e nos investimentos na cidade.

O gestor aponta que uma das formas de contribuir na inclusão, é praticando preços e formas de pagamentos democráticos, sendo também um diferencial da empresa. A agência destaca um de seus programas, que além de contribuir na valorização de sua marca, também pode ser uma forma de inclusão social, pois permite que todos, independentemente de sua renda possam viajar. Esse programa consiste na criação de uma plataforma chamada “Plano Certo”, que consiste na criação de espécie de uma conta corrente na agência, onde o cliente pode ir depositando mensalmente um valor (através de boletos), no qual poderá utilizar na compra passagens e pacotes turísticos.

Para o gestor, o desenvolvimento da EC ainda é fraco e deveria ser bem melhor desenvolvido e incentivado. Para ele os benefícios desse setor para a sociedade são inúmeros, pois além de desenvolver a economia, contribui também para a criatividade, bons meios de trabalho, formas diferenciadas de geração de renda que contribuem não somente para quem o gera, mas também para a sociedade como um todo. Porém afirma que para se manter em destaque nesse meio, é necessário trabalhar a criatividade, pois é esse o principal insumo do setor.

4.3 Empresa C - Design

O gestor entrevistado da empresa C possui ensino superior completo e conta que o impulso inicial para a abertura de sua empresa foi o desejo de ter seu negócio próprio. Sua empresa possui um site no qual divulga empresas de apenas uma região específica da cidade, ali estão reunidas todas as empresas que atendem naquele bairro em questão (Desvio Rizzo). Ele conta que o propósito de sua empresa é auxiliar na divulgação de pequenos e micros empresários como ela, além disso, tem preferência em atender empresas desse porte, pela facilidade no atendimento e pelas perdas financeiras serem menores do que com as empresas maiores.

No início as dificuldades encontradas, foram a falta de conhecimento para gerir o negócio e saber definir seu público alvo, o que acabava por trazer prejuízos, por não saber se situar no mercado e tentar competir com as empresas maiores. As coisas se tornaram mais fáceis, a partir de sua associação na Microempa e partir disso, teve acesso a diversos workshops, rodas de bate papo e palestras, nas quais tinha contato com outros empresários e troca de experiências. Logo, foi convidado pelo grupo setorial para se juntar à eles e contribuir com seus conhecimentos.

No quesito retorno financeiro, ela supre as necessidades básicas, mas não atende as expectativas e metas traçadas. O entrevistado, no entanto, acredita que sua empresa contribua no crescimento econômico da região, através da divulgação dessas empresas, auxiliando-as a agregar valor à suas marcas e torná-las conhecidas, atingindo um maior número de clientes. Quanto a inclusão social, a forma de sua empresa promover isso, é dando a oportunidade de empresas divulgarem seus negócios por preço baixo, com um serviço de qualidade e flexível, além de terem a oportunidade de “experimentar” os planos de forma gratuita, antes de contratá-los.

Para a empresa C, a economia criativa é extremamente importante, pois como no caso dela, diversas empresas ainda enfrentam a crise, e a EC vem como uma forma de lhes ajudar a se reinventar e ganhar dinheiro. Um dos pontos que destaca como o principal para o sucesso é a índole das pessoas que integram as empresas, pois isso acaba refletindo no destaque da mesma perante a sociedade.

4.4 Empresa D - Tecnologia

O entrevistado da empresa D possui formação superior, o que lhe dá experiência e conhecimento para área que atua. Sua empresa é de tecnologia e ele conta que seu impulso inicial para a criação foi a necessidade em criar um serviço diferente dos que já existiam, que para ele não supriam suas expectativas e necessidades. As dificuldades encontradas inicialmente, foram a falta de abertura e confiança encontradas nas empresas da região, e que para ele isso ainda acontece e se deve ao pensamento tradicional dos empresários caxienses. Em 2017 o empresário D decidiu se associar à Microempma como intuito de movimentar sua carteira de clientes através do contato com outros empresários e lá dentro foi direcionado à fazer parte do grupo setorial de Economia Criativa.

Seu rendimento financeiro em grande parte é satisfatório, porém há períodos em que não consegue suprir as necessidades, devido às baixas normais do mercado. Seu diferencial é buscar resolver de forma efetiva os problemas apresentados, não somente os mascarando como muitas concorrentes fazem, porém, sua empresa ainda não possui um plano efetivo para agregar valor à sua marca. Há em suas metas futuras a criação novas formas, totalmente inovadoras na forma de vender seus serviços e que contribuirão para agregar maior valor à sua empresa.

Acredita que seu auxílio para o desenvolvimento econômico, é otimizando as empresas que atende, fazendo com que elas se mantenham sempre atualizadas, e evitando que seus negócios decaiam. Uma forma de promover a inclusão é disponibilizar valores mais acessíveis a quem procura seus serviços.

Para ele, a economia criativa tem grande importância, mas como a cidade é criada em cima de tradições, a comunidade tem receio de coisas novas e mudanças, a EC só irá afetar efetivamente a economia da região, quando a sociedade caxiense começar a pensar de forma inovadora e além do óbvio. Ele aponta que para se destacar nessa área é necessário ter um diferencial que chame a atenção do público e buscar sempre por inovações e novos métodos, sem ficar esperando que as coisas novas venham até você.

4.5 Empresa E - Design

A empresa E, possui apenas dois funcionários (sócios), com formações superiores e a sua abertura, surgiu pelo sonho de empreender de ambos. O entrevistado informou que antes de montar seu negócio próprio, atuava como gerente de banco, porém ele buscava uma

oportunidade de negócio próprio aonde ele e a sua esposa poderiam trabalhar juntos e algo em que a base teórica e criativa de sua esposa pudesse ser utilizada da melhor forma possível. Na busca por oportunidades de negócio próprio, ambos os sócios, resolveram não investir em algo do “zero” e sim entrar no segmento de franquias.

Durante o processo de abertura, o empresário informa que a maior dificuldade encontrada foi não conhecer o setor de Economia Criativa, não conseguindo aplicar corretamente os seus talentos e de sua esposa, na atuação deste segmento. A partir do momento em que identificaram esta dificuldade, os sócios resolveram associar-se na instituição Microempa, onde puderam participar de diversas palestras e workshops, que os levaram a conhecer mais sobre a Economia Criativa e todos os segmentos e setores envolvidos nela.

Com a empresa já aberta, começaram a busca por clientes e atualmente informam que o rendimento financeiro de seu negócio é satisfatório e atende as expectativas atuais, porém acredita que seu faturamento pode crescer cada vez mais no decorrer dos anos. Neste ponto ainda, o empresário informou que, mesmo sua empresa sendo de pequeno porte e analisando o mercado a sua volta, acredita que ela auxilia positivamente o crescimento da região, no sentido de que a partir de seu trabalho, que é desenvolvimento de sites e marketing virtual, as empresas conseguem maior visibilidade e conseqüentemente mais clientes e retorno financeiro o que aumenta a economia da região.

Estar inserido no setor de Economia Criativa é possuir um diferencial e neste contexto, o empresário da empresa, informa que os diferenciais e pontos fortes de sua empresa é a busca incessante por novos treinamentos, de novos serviços e métodos de realiza-los e persistência, pois se algo não deu certo ele cria soluções e tenta reinventar o método original, buscando sempre formas de melhorias, para que no final ele obtenha o retorno esperado de seu serviço.

Visando maior agregação de valor ao serviço, o entrevistado menciona que, o ponto principal para se ter um diferencial que agregue maior valor ao seu serviço são as pessoas por trás do serviço, ou seja, a parte humana do processo, a forma em que elas realizam as coisas e conseguem transmitir essa satisfação aos seus clientes e é neste pensamento, que ele se apoia e agrega valor aos seus serviços.

Referente à importância da Economia Criativa para a cidade, o empresário informa que sim, ela pode trazer diversos retornos positivos e financeiros para a região, porém não é trabalhada da forma que se devia ser trabalhada, mas menciona que futuramente ela pode se tornar uma matriz econômica. Pois efetuando um comparativo, com a crise sofrida no país e

na região, a Economia Criativa, pode e é um meio de subsistência para a geração de renda da população que ainda se encontra em busca de um espaço no mercado de trabalho.

Para concluir, o entrevistado cita que, para se ter sucesso neste setor, é preciso possuir um trabalho de qualidade e um diferencial em toda a forma de desenvolvimento de seu serviço e que de uma forma mais de parceria, a sua empresa gera inclusão social, no sentido de que há serviços que sua empresa necessita realizar, mas que não possui conhecimento e busca parceiros para lhe auxiliarem e vice e versa e é desta forma que um ajudando o outro acaba desenvolvendo a inclusão social de pessoas em seu negócio.

4.6 Empresa F – Comunicação

A empresa fora fundada no final de 2015, período o qual a gestora encontrava-se desempregada e isso lhe despertou o desejo de buscar novos horizontes na busca de emprego e optou por criar seu próprio negócio. Durante o processo de abertura da empresa, a empresária informa que sua maior dificuldade foi o de não saber exatamente como iniciar planejamento, para colocar em prática o seu negócio.

Tal ajuda se deu por meio do SEBRA, no momento da abertura de seu CNPJ e durante todo esse processo, recebeu todo o suporte e auxílio inicial, necessário para colocar em prática a sua ideia de negócio e poder geri-lo da melhor forma possível. Após estar com seu negócio totalmente no mercado, a empresária focou exclusivamente, na busca de clientes, porém durante este processo, percebeu a necessidade de estar inserida e/ou associar-se em alguma instituição, na qual tivesse contato com outros empreendedores, para troca de experiências e possíveis indicações em relação a novos clientes.

Com isto em mente, iniciou sua jornada, na busca por uma instituição que lhe proporcionasse o que buscava e lhe auxiliasse positivamente e encontrou este suporte, associando-se na Microempa. No início deste novo desafio, percebeu o quanto sua empresa fazia parte do setor de Economia Criativa, o que na abertura de sua empresa não tinha conhecimento, e passou a frequentar palestras e workshops fazendo assim participante frequente do grupo setorial.

Estando com sua empresa estável, a empresária focou no desenvolvimento de seu retorno financeiro e informa que o rendimento é satisfatório para suas necessidades, porém ainda não atende suas expectativas. Porém mesmo salientando que no momento seu rendimento atende apenas suas necessidades, a entrevistada cita já perceber um auxílio no desenvolvimento econômico da região, por parte da sua empresa, pois auxilia outros

empresários do mesmo porte a se destacarem no mercado através de uma comunicação mais eficiente e efetiva e mostrando o quanto uma boa comunicação pode gerar bons lucros para seus negócios.

Buscando melhorias em seu retorno financeiro e aperfeiçoamento de seus serviços, a gestora procura estar sempre atualizada nas tendências do mercado e realizando cursos de curta duração, sempre que possível. Quanto ao diferencial aplicado em seus serviços, a mesma menciona que se destaca pelo atendimento exclusivo e individual que dispõe aos seus clientes.

Referente a importância da Economia Criativa na região, a empresária informa que existe grande potencial de desenvolvimento e que qualquer empresa pode estar inserida neste segmento, mas elas ainda estão acomodadas e direcionando seus esforços, apenas em setores esgotados e deixam de buscar outras formas e segmentos, para se apoiarem, desenvolverem um negócio e gerarem lucros para si e para a economia da região e que tudo isso apenas reforça a importância de as empresas investirem em inovação.

Por fim, a empresária nos apresenta em seu ponto de vista, que a característica mais importante para um empreendedor se destacar no setor de Economia Criativa é, manter o foco no que se deseja realizar e verificar realizável e vantajoso e sempre estar em constante aprendizado e atualização, na coleta de novas informações visando sempre melhorias em seu próprio negócio. E no ponto de inclusão social a empresária informa que sua empresa busca através da comunicação, atrair os empresários e inseri-los, tanto ele como os seus negócios, no mercado de trabalho.

4.7 Empresa G – Produções de Eventos

A empresa fora fundada no final de 2010, como complemento de renda familiar e tinha como seu objetivo, a locação de brinquedos, pipocas e algodões doces para festas e ações de marketings. A entrevistada assumiu a empresa anos depois da sua fundação e com sua convivência e auxílio na empresa, já iniciou seus trabalhos sabendo como empreender, porém, não conhecia e não sabia que estava inserida no setor de Economia Criativa.

Seu primeiro contato com a Economia Criativa, fora em 2017, através de um evento promovido pela UCS e lá despertou o interesse de um dos coordenadores da Microemp e através da sua palestra, fora convidada a fazer parte do grupo setorial da instituição e buscando constantemente melhorias e agregação de valor aos seus produtos e serviços, a

empresária informa que seu maior diferencial é o atendimento diferenciado e as condições de limpeza de seus maquinários que é muito superior ao de seus concorrentes.

No quesito de retorno financeiro, a gestora informa ser satisfatório, porém a empresa sempre procura aumentar e impor metas maiores e não simplesmente contentar-se com o já foi alcançado e com isto em mente, a mesma cita que sua empresa contribui no desenvolvimento econômico da região, da seguinte forma, atraindo pessoas para os seus eventos, muitos realizados dentro de outras empresas, em busca de seus serviços e produtos e conseqüentemente já tendo a oportunidade de visualizar as empresas ao redor, ocasionando em vendas não programadas para elas através do evento proporcionado pela empresa G.

Por fim, na visão da gestora, a Economia Criativa é de extrema importância no desenvolvimento da economia da região, porém ainda há pouquíssimos esforços de desenvolvimento na área, no contexto da cidade de Caxias do Sul/RS. E no ponto de inclusão social, a mesma proporciona isto, através do valor monetário agregado ao seu produto, como forma de possibilitar um pagamento mais justo aos seus colaboradores, o que difere de seus concorrentes.

4.8 Análise comparativa entre as empresas

Conforme análise comparativa do quadro 2, no qual evidencia a percepção de cada empresa em relação ao impulso para a abertura de um negócio próprio, as características que consideram serem importantes para que um empresário ou empresa se destaque no setor de Economia Criativa e qual a importância desse setor na cidade de Caxias do Sul/RS, se pôde traçar o perfil de cada empresa e identificar como o seu serviço ou produto é visto aos olhos de seus clientes.

Sendo assim, pode-se validar que todas as empresas se igualam em algum ponto, como por exemplo, no que tange a abertura de um negócio próprio, onde cada uma delas principalmente demonstrou a vontade e desejo de crescer dentro do mercado de trabalho, mas não da forma tradicional e sim através da Economia Criativa. Uma das formas é utilizando a criatividade existente em cada um deles para transformarem seus serviços em algo inovador e que atenda além das expectativas de seus clientes. Visando esta realização, optaram por não trabalhar para alguma empresa já existente, buscaram novas perspectivas de negócio e resolveram empreender, transformando o seu negócio em algo contemporâneo, desde a forma de atendimento até os serviços e planos ofertados.

Pode-se verificar também que os empresários entrevistados citam diversas vezes a criatividade, ser criativo, diferente e buscar algo diferenciado como características principais para as empresas se destacarem no setor de Economia Criativa, além de manter o foco no que se deseja e averiguar o quanto este negócio e/ou planejamento é realizável, tendo planos concretos.

Salientando algumas citações apresentadas pelos empresários, durante as entrevistas, se percebeu que, além das características principais e essenciais supracitadas, a índole e a forma que cada indivíduo da empresa trabalha e desenvolve o serviço e/ou produto, interfere diretamente nos resultados buscados e reflete na capacidade de manter um cliente satisfeito, na busca por novos clientes e conseqüentemente no retorno financeiro esperado e almejado pelas empresas.

Quanto à importância da Economia Criativa na cidade, foi apontado de forma unânime que Caxias ainda está atrasada e desatualizada no que diz respeito ao desenvolvimento da EC. Não há incentivos públicos e os incentivos privados, realizados por poucas empresas, ainda são deficientes e não conseguem alcançar a população empresarial disponível, tornando difícil o conhecimento por parte desse grupo. Uma consequência dessa falta de disseminação é que muitos empresários que estão iniciando suas carreiras, não as conseguem se desenvolver, ficando estagnados e presos a velhos conceitos e formas gestão, não sendo possível ver formas diferentes e inovadoras, fazendo as coisas de forma trivial.

Tabela 2 – Quadro comparativo

Empresa	Motivação para abertura da Empresa	Como se destacar no Setor	Importância EC em Caxias do Sul/RS
A	Falta de oportunidades após formação acadêmica e vontade de expressar sua criatividade com maior liberdade.	Ser diferente e buscar novos métodos de realizar seus serviços/produtos.	Há grande deficiência na exploração desse tema, sendo necessário desenvolvê-la a um nível que consiga alcançar uma maior parte da comunidade, tanto empresarial como acadêmica.
B	Possuía vasta experiência e vontade de mudar e realizar de modo diferente a forma de trabalho realizado pelas demais empresas do segmento de viagem.	Ser criativo.	Contribui para a criatividade, bons meios de trabalho, formas diferenciadas de geração de renda que contribuem não somente para quem o gera, mas também para a sociedade como um todo.
C	Ocorreu pela vontade e desejo de empreender e desenvolver seu próprio negócio.	A boa índole das pessoas que integram a empresa, pois reflete em seu trabalho.	A Economia Criativa vêm como uma forma de lhes ajudar a se reinventar e ganhar dinheiro para as empresas ainda enfrentam a crise.
D	Vontade de abrir um negócio próprio, pois sentia a necessidade de mudar a forma de trabalho no segmento de tecnologia e pela vontade de empreender.	Buscar sempre um diferencial que atrai clientes e novos negócios.	A Economia Criativa tem grande importância e força, porém a população caxiense se baseia muito em tradições e não estão abertas as mudanças. Por este motivo, este setor não é bem desenvolvido e aperfeiçoado na região.
E	Ocorreu pela vontade e desejo de empreender e desenvolver seu próprio negócio. Não ser mais subordinado e ter maior liberdade de expressão.	Possuir qualidade e um trabalho diferenciado.	A cidade não trabalha da forma que se deve no que diz respeito ao desenvolvimento e estudo do setor de Economia Criativa e que no momento em que começar a ser desenvolvida corretamente, pode se tornar uma matriz econômica. Realizando um comparativo com a crise, a mesma pode ser a subsistência para a geração de renda da população que ainda se encontra em busca de um espaço no mercado de trabalho.
F	Necessidade de se reinserir no mercado de trabalho e desejo de empreender e desenvolver seu próprio negócio.	Manter o foco no que se deseja alcançar e verificar se é realizável.	A grande importância, é mostrar que qualquer profissional, pode estar inserida neste setor e que mesmo não sendo muito trabalhado e divulgado na cidade, pode se tornar um grande setor, que auxiliará no crescimento e desenvolvimento econômico da região.
G	Ocorreu por necessidade de um complemento na renda familiar.	Possuir qualidade um atendimento diferenciado.	Acredita que a cidade realiza pouco esforço para desenvolver a Economia Criativa na região e o momento em que começar a desenvolver mais esse setor, o retorno econômico será satisfatória e trará grande diferencial e importância para Caxias do Sul/RS.

Fonte: os autores (2018).

Na análise feita no quadro 3, foram avaliados os pontos de vista dos entrevistados em relação à quanto a Economia Criativa auxilia no desenvolvimento econômico da cidade e se ela contribui de alguma forma para a inclusão social.

Grande parte dos empresários apontou por sua ótica, a forma que suas empresas auxiliam no desenvolvimento econômico criativo da cidade e também a outros empresários do setor a se desenvolverem. As empresas entrevistadas percebem que o impacto de seus negócios ainda é módico em relação à economia geral de Caxias do Sul, porém através de seus serviços ou produtos, incentivam outros empresários a se fortalecerem. Uma forma de

fazer isso é formando sua carteira de clientes somente por outras empresas do mesmo porte, mostrando á elas a importância de seus negócios, as formas de agregar valor ao que se comercializa e dando a elas acesso a ferramentas atualizadas para que possam aplicar ao desenvolvimento de sua organização.

Um dos exemplos apontados é da empresa B que justificou seu auxílio no desenvolvimento através do serviço que presta. Por ser uma agência de viagens e um dos serviços prestados é a locomoção de empresários da cidade para outras regiões do país e do mundo visando a prospecção de novos clientes e negócios para suas empresas, o que consequentemente impacta no retorno econômico de Caxias do Sul. Outro exemplo a ser citado é a empresa G, que realiza eventos e através do serviço que presta consegue fazer novos contatos aumentando sua rede de networking e como resultado da qualidade de seu serviço, consegue aumentar a atratividade do seu cliente e empresários ao redor.

No que diz respeito à inclusão social, que é um dos benefícios apontados na literatura sobre Economia Criativa, avaliando o cenário de Caxias do Sul, percebe-se que há uma distinção na forma como ela se desenvolve na cidade e da percepção dos empresários sobre ela. A forma mais ressaltada pelos entrevistados na forma como promovem a inclusão, é através da precificação de sua mercadoria e as formas acordadas de pagamento.

Através da promoção de preços mais populares e a diversificação nas formas de pagamentos, conseguem fazer com que empresários menores tenham acesso a serviços de qualidade dos quais muitas vezes somente empresas maiores teriam condições de contratar, isso os ajuda a inseri-los economicamente e a serem percebidos no mercado.

Dos entrevistados, a forma de inclusão social que mais de destaca é a da empresa C que buscou focar na inclusão de empresas de um determinado bairro de Caxias do Sul. A empresa desenvolveu um site no qual reuniu as informações comerciais de todas as empresas somente daquele lugar, uma espécie de catálogo telefônico, com imagens, telefones, informações sobre o tipo de serviço e endereço.

Tabela 3 – Quadro comparativo

Empresa	Desenvolvimento Econômico	Inclusão Social
A	Atualmente não percebe sua empresa auxiliando no desenvolvimento econômico da região.	Realizada através de promoções, com valores mais acessíveis a todo tipo de público.
B	Percebe o auxílio através do auxílio na locomoção de empresários para busca de novos clientes e fechamento de novos negócios.	Possuindo a disposição dos seus clientes, valores mais acessíveis, bem como uma forma de pagamento, que caiba nas condições de cada tipo de cliente.
C	Focado na maior parte do tempo, no desenvolvimento da região do Desvio Rizzo, através de seus anúncios, dando maior visibilidade para as empresas.	Auxiliando as empresas a divulgarem seus trabalhos com um preço mais razoável e ofertando de expirimento, um mês grátis, para aquela empresa que não possui muitas condições e quer realizar um teste, para ver se consegue algum retorno positivo com a divulgação.
D	Contribui através da otimização das empresas, não permitindo que fiquem desatualizadas e percam forças no mercado de trabalho.	Possuindo a disposição dos seus clientes, valores mais acessíveis, bem como uma forma de pagamento, que caiba nas condições de cada tipo de cliente.
E	Contribui na visibilidade de seus clientes, através de seus serviços dentro do desenvolvimento de sites.	Dando oportunidades de outras empresas auxiliarem no serviço, como por exemplo, algum serviço que a empresa não consegue realizar, ela busca parceiros para auxiliar e realizar para ela.
F	Contribui na divulgação das empresas, através da comunicação de qualidade.	Através da comunicação (serviço ofertado), atrair e inserir os novos empresários no mercado de trabalho.
G	Contribui atraindo novos clientes, aos empreendimentos a sua volta, nos locais em que realiza seus eventos.	Cobrando um valor justo de seus clientes, porém sem desvalorizar os esforços de seus funcionários, lhes pagando um valor correto.

Fonte: os autores

Para finalizar, salienta-se que as empresas entrevistadas, tiveram informações e ideias em comum e buscam constantemente a atualização de seus métodos e formas de trabalho, sempre visando o seu crescimento pessoal, financeiro, econômico da região e de outros empresários que de alguma forma ou momento entram em contato com os seus serviços. Além disso, se percebe que a grande maioria dos entrevistados não visa exatamente o auxílio na inclusão social da região, sendo isto uma das consequências e resultado secundário dos seus serviços e formas de atendimento e de realização de seu trabalho, ocasionando assim uma forma de inclusão social.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo apresentado teve como principal objetivo identificar se a economia criativa contribui no desenvolvimento econômico da cidade e se sim, de que formas e se promove a inclusão social dos cidadãos.

A partir das análises realizadas, onde foram avaliados pontos como o impulso inicial para entrevistados iniciarem seus empreendimentos nesse segmento, quais as características

importantes para os empresários desse setor se destacar, a importância da economia criativa no desenvolvimento econômico da cidade como ela promove a inclusão social e de sim, de que formas promovem.

Diante dos pontos analisados, conclui-se que para iniciar um negócio nesse segmento, o principal fator é a vontade de empreender e criar algo inovador que se diferencia dos demais, ter um propósito de negócio. Entre as características apontadas, o fato criatividade é o mais importante e que mais se destaca, além de se o insumo principal desse setor, que se baseia no intangível. Quanto à importância da Economia criativa na cidade, Caxias do Sul ainda não promove esse setor de forma adequada, e os incentivos são escassos, não havendo sequer estudos sobre os impactos desse setor em nossa economia.

Todos os entrevistados apontaram que não veem seus negócios impactando o suficiente na economia da cidade, isso se deve ao fato de que não há clareza no que realmente é a Economia Criativa, o que ela engloba e ao que pode promover, mesmo eles estando inseridos em um grupo que tem como objetivo o estudo desse setor. Esse fato se repete na visão da inclusão social, pois nos resultados obtidos mostram que essas empresas não a promovem de forma efetiva, sendo sua forma de inclusão social, a precificação de seus produtos e serviços, pois essa seria uma forma de incluir economicamente os cidadãos, dando-os poder de compra através de uma política de preços e forma de pagamentos mais populares e acessíveis.

Tendo em vista os resultados encontrados e o objetivo dessa pesquisa, foram encontradas diversas limitações e divergências em comparação com a realidade desse setor na cidade e a literatura. Por não haver estudos sobre esse setor não haver mensurações de seus impactos econômicos, a pesquisa limitou-se a somente dados qualitativos, além disso, a falta de conhecimento e de um consenso sobre o que engloba a economia criativa, também prejudica não somente os estudos como também os seus integrantes.

A inclusão social é outro ponto que difere muito, no início da pesquisa pensava-se que a inclusão social era promovida como nas demais regiões do país e da forma que a literatura nos traz a inclusão nesse setor integrando comunidades carentes, incluindo pessoas em situação econômica vulnerável, dando-lhes oportunidades de profissionalização e desenvolvimento de uma profissão e inserindo-os no mercado de trabalho. Analisando o cenário da cidade, a inclusão acontece inserindo as pessoas economicamente, através de parcerias entre os empresários do setor, que auxiliam também no desenvolvimento de terceiros.

O artigo apresentado é de grande valor, pois evidenciou as deficiências de um setor econômico que se bem desenvolvido pode trazer muitos benefícios para a cidade, tornando-se uma matriz econômica, vide literatura. No caso de Caxias do Sul, no qual sua economia é principalmente baseada em somente um setor (metalmecânico), o desenvolvimento desse novo setor seria uma forma de diminuir os impactos da crise econômica que afetou a cidade além de ser uma forma democrática de subsistência para as pessoas, pois para se inserir nesse setor, basta somente a criatividade, e saber agregar valor ao seu negócio. Dessa forma, mais pessoas que estão fora do mercado de trabalho, poderiam estar gerando seu próprio negócio, movimentando a economia da cidade.

Sugere-se assim, que estudos futuros sobre a Economia Criativa na cidade é de grande valia, pois auxiliaria no desenvolvimento de políticas públicas, no maior interesse por esse setor e seu desenvolvimento, e para verificação através dos anos do crescimento desse setor na cidade e de seus impactos.

6 REFERÊNCIAS

ÂNGELO, F. **Economia criativa: produzindo conhecimento e inclusão social**. Disponível em: <<http://www.seplancti.am.gov.br/economia-criativa-produzindo-conhecimento-e-inclusao-social/>>. Acesso 15 de abril 2018.

ANPEI - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DAS EMPRESAS INOVADORAS (2009). **O que é Inovação**. Disponível em <<http://www.anpei.org.br/destaques/guia-reune-instrumentos-deapoio-a-inovacao-em-todo-pais/>>. Acesso em 05 de maio 2018.

BETONI, Camila. **Inclusão Social**. Disponível em <<https://www.infoescola.com/sociologia/inclusao-social/>>. Acesso 05 de maio 2018.

BUVINIÉ, Mayra e MAZZA, Jaqueline – **Inclusão Social e Desenvolvimento Econômico na América Latina**. Elsevier Editora LTDA, 2005 – Rio de Janeiro/RJ.

BOTELHO, M. R. A.; CARRIJO, M. C.; KAMASAK, G. Y. Inovações, pequenas empresas e interações com instituições de ensino/pesquisa em arranjos 19 produtivos locais de setores de tecnologia avançada. **Revista Brasileira de Inovação**, v.6, n.2, 331- 372, 2007.

Economia Criativa. **Histórico**. Disponível em: <<http://www.economiacriativa.com/ec/pt/eventos/historico.asp>>. Acesso em 05 de maio 2018.

FIRJAN. **Indústria Criativa, Mapeamento da indústria Criativa no Brasil**, SESI/SENAI, Rio de Janeiro, 2016.

FLICK.U. **Introducción a la investigación cualitativa**. Madrid. (2004).

GIL, Antonio Carlos Estudo de caso – São Paulo : Atlas, 2009.

GURGEL, F. M. **Criatividade e Inovação**: uma proposta de gestão da criatividade para o desenvolvimento da inovação.,2006.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Desemprego**. Disponível em: <www.ibge.org.br>. Acesso em: 15 maio 2018.

MINC. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014**. Brasília: Ministério da Cultura, 2012.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento**: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

SEABRA, Joana Miguel, **Criatividade**. Disponível em <www.psicologia.pt/artigos/textos/TL0104>. Acesso 07 de abril 2018.

SIMECS – SINDICATO DAS INDÚSTRIAS METALÚRGICAS, MECÂNICAS E DE MATERIAL ELÉTRICO DE CAXIAS DO SUL. **Dados Econômicos**. Disponível em <<http://www.simecs.com.br/empresas/resultados-economicos/>>. Acesso em 23 de maio 2018.

UNCTAD. Disponível em:<http://unctad.org/pt/docs/ditctab20103_pt.pdf>. Acesso em 21 de abril 2018.

WESCHLER, Solange Muglia – **Criatividade e Inovação**: o impacto de uma educação estimuladora. 2014. Disponível em <www.criabrasilis.org.br> Acesso 03 de março 2018

ZOGBI, Edson. **Criatividade**: o comportamento inovador como padrão natural de viver e trabalhar. São Paulo: Atlas, 2014.