

dc / SUSTENTABILIDADE

O que falta para a economia criativa liderar a economia

SÃO PAULO, 30 DE JANEIRO DE 2017 ÀS 13:00 **POR INÊS GODINHO**



Vistos como o principal motor da sociedade do conhecimento, os empreendedores criativos precisam melhorar como gestores para cumprir seu potencial de criar riqueza

Empresas e profissionais do mundo criativo têm fama de não saber lidar com dinheiro e ser ruins de gestão. Verdade ou não, até hoje se vêem atrapalhados por um dilema:

Os **empreendedores criativos** têm dificuldade de obter financiamento por que não conseguem assimilar as práticas das empresas convencionais? Ou o setor financeiro tem dificuldade de financiar os criativos porque não consegue enquadrá-los nos modelos feitos para a economia tradicional?

De forma clara, a questão surge no estudo Mapeamento e Impacto Econômico do Setor Audiovisual no Brasil, patrocinado pela Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisuais (Apro) e Sebrae, com realização da Fundação Dom Cabral (FDC). (Veja o documento completo **aqui**)

Embora trate de apenas um dos inúmeros campos abrangidos pela **indústria criativa**, resultados do estudo podem ser estendidos para a cadeia (como design, arquitetura, música, criação de games e aplicativos, eventos, comunicação, moda) pela similaridade de funcionamento e resultados destas atividades.

MATÉRIA-PRIMA INTANGÍVEL

Um pouco difícil de entender por quem está acostumado a lidar com os recursos de produção da economia tradicional, a economia criativa tem como principal matéria-prima a **capacidade mental** e a **criatividade** de uma pessoa, cujos esforços resultam na criação de produtos e serviços.

Pode ser um filme, um jingle, um aplicativo, um show, um blog, uma exposição, uma toalha bordada, um restaurante, um projeto arquitetônico, uma coleção de sapatos, uma cadeira.

Cada vez com maior projeção no mundo do trabalho e dos negócios, a economia criativa se tornou motivo de preocupação e cuidados.

Como lembra a economista e especialista **Ana Carla Fonseca**, diretora da Garimpo de Soluções, “estudos feitos por grandes centros de pesquisas e por organismos internacionais apontam que, no futuro do trabalho, apenas as profissões relacionadas à criatividade e à inteligência social sobreviverão à automação.”

É muita responsabilidade para um mercado caracterizado pela fragmentação, relações flexíveis de trabalho e produção e baixa formalização. A maioria se organiza em empresas pequenas, com menos de 20 funcionários, ou em empresas individuais (MEIs), que trabalham em rede segundo a demanda de projetos.

CAOS CRIATIVO

De acordo com o estudo citado e especialistas consultados, as dificuldades não se limitam à barreira ao crédito. Os criativos, em geral, teriam como características uma dificuldade de lidar com dinheiro, a bagunça nos controles contábeis e outras coisas mais:

- *Despreocupação com a viabilidade econômica da ideia
- *Dificuldade para entender o que é um negócio
- *Falta de perspectiva do mercado
- *Informalidade trabalhista e fiscal
- *Dificuldade de se entender com um contador
- *Falta de especialização do contador para falar com a economia criativa
- *Equipe fixa pequena para necessidade dos projetos
- *Despreparo para pegar dinheiro emprestado
- *Desconhecimento das operações matemáticas básicas

Pode-se dizer que essas são dificuldades de qualquer empreendedor. Os criativos, no entanto, padecem também de problemas específicos, como explica Erick Krulikowski, coordenador da pesquisa sobre o mercado áudio visual e sócio da consultoria iSetor.

“Considero complicado um criativo muito bom ser também um ótimo administrador”, explica. “São focos de trabalho distintos e é bastante difícil encontrar essas duas características na mesma pessoa.”

Consultor do Sebrae, o especialista em marketing e economia criativa, Adriano Campos, também identifica essa dicotomia. “As fragilidades não estão ligadas ao core business, à especialidade da empresa”, constata.

“Eles têm segurança sobre as próprias habilidades. As carências aparecem mesmo em relação aos controles financeiros, à gerência do negócio e questões de marketing, como divulgação.”

ALERGIA À BUROCRACIA

Mesmo assim, não se justifica, segundo Erick, que o empreendedor criativo se mantenha no escuro em relação à gestão e às finanças.

Seja um empresário ou um profissional liberal, “precisa conciliar as tarefas de empreendedor, administrador e técnico para

conseguir ter uma atuação sustentável, mesmo que sua vocação e seu perfil sejam de criativo”.

Além dessa questão ligada às habilidades, lembra Erick, os profissionais da área ainda estão presos a um ideal romântico que prega a abnegação e a despreocupação com dinheiro ou com a burocracia, como se fossem incompatíveis com a criatividade.

Resultado: mais preconceito, com reflexos na confiança do mercado.

Imagine a diferença de atitude de um gerente de banco frente a alguém que vai abrir uma padaria e de outra pessoa que quer financiar uma coleção própria de roupas.

Quem vai ter mais facilidade para explicar seu projeto e ter um rating melhor?

Além disso, nem todo negócio pode ser um bom negócio, explica Krulikowski. “Um projeto ligado a museus, por mais útil que seja à sociedade, terá dificuldade de seduzir um investidor.”

Ele completa: “Pode-se vasculhar o BNDES e não se encontra um financiamento de projeto da economia criativa. O empreendedor criativo precisa deixar a casa empenhada para conseguir crédito.”

SEJA UM NEGÓCIO

Diante desse diagnóstico, como conseguir que mais empresas possam melhorar sua escala de produção e ganhar eficiência operacional e financeira?

Com a experiência de lidar diretamente com os criativos, o consultor do Sebrae percebeu um aumento na demanda por consultoria entre os profissionais da área.

“As exigências para fechar contratos está levando o pessoal a se blindar, buscando maior formalização. Eles trazem uma inquietação muito grande com essas deficiências.”

Seja com a ajuda de um consultor financeiro, do próprio contador ou até fazendo por conta própria, alguns passos são fundamentais para transformar a empresa em um negócio e conseguir falar sobre ele com um gerente de banco, por exemplo.

Por onde começar a botar ordem na casa

1 Miniplano de negócios – Pare e escreva o que é capaz de fazer, porque interessaria ao mercado, quanto pode ganhar com isso e em quanto tempo. Os seus planos vão ganhar nitidez e será mais fácil explicá-los

2 Recursos separados – Parece elementar, mas muita gente comete esse pecado – misturar o dinheiro da empresa com o pessoal. Fazendo isso, você nunca terá clareza se está indo bem e ainda vai se atrapalhar com a burocracia

3 Controles financeiros – Por mínima que seja, qualquer empresa tem um giro e uma estrutura por trás. Comece pelos controles básicos e crie planilhas para eles: fluxo de caixa e projeções para o futuro; demonstrativo de resultados; estrutura de custos. Se não conseguir vencer o medo de aprender e lidar sozinho com eles (todo mês), faça um acordo com o contador

Muitos criativos não conseguem captar investimentos por não saber expressar para que precisam do recurso e como vão usá-lo.

Com o miniplano feito e os controles definidos, ficará muito mais fácil encontrar um sócio, fazer parcerias, argumentar com o gerente do banco, participar de licitação pública. E até explicar para seus parentes no que você trabalha.

Imagem: ThinkStock