

MADE IN ES



FENÔMENO CAPIXABA

Organização fiscal e inovação
nos negócios revelam ao
mundo que o Espírito Santo é
um Estado que faz a diferença

*Porto de Vitória está na
rota de gigantes do mar
para enviar e receber
cargas de vários lugares
do mundo*

FOTO: VITOR JUBINI





Apoio:

ACAPS
Associação Capixaba
de Supermercados



FAES
Federação da Agricultura
e Pecuária – Espírito Santo

Fecomércio ES
CNC Sesc Senac
Sindicatos

Parceria institucional:

 **REDE GAZETA**

O Made In ES está formando
um grande movimento de

valorização

das empresas situadas no Espírito Santo,
fortalecendo o desenvolvimento do Estado.

Acesse e saiba mais:

agazeta.com.br/madeines





Marcello Moraes

Diretor-geral da Rede Gazeta

O orgulho de pertencer ao ES ultrapassa nossas divisas

Desde que nasceu, há 93 anos, junto com a primeira edição impressa de A Gazeta, a Rede Gazeta apresentou aos capixabas aquele que, desde então, tornou-se seu propósito: contribuir para o desenvolvimento e fortalecimento do Estado. Nessas mais de nove décadas, muita coisa mudou – a chegada das emissoras de rádio e de TV, a internet, a velocidade do mercado de trabalho, o acesso a informação na palma da mão. Nosso compromisso, contudo, se manteve.

É com a mesma vocação de ver os capixabas cada vez mais valorizados e autoconfiantes que, neste 2021 tão desafiador, entregamos a você e a cada um dos mais de 4 milhões de moradores do ES (sejam capixabas de nascimento ou de coração) o Made in ES. Um movimento amplo para reunir consumidores, investidores, empreendedores e marcas que se orgulham de bater no peito e assumir suas origens: sim, nós somos do Espírito Santo!

Nas páginas a seguir, você, leitor, conhecerá um pouco mais deste movimento e certamente entenderá por que para nós, da Rede Gazeta, ser capixaba é muito mais que um adjetivo ou um indicativo de onde viemos e estamos. É um sobrenome, uma questão de identidade.

Acreditamos firmemente que ser uma empre-

sa Made in ES, e produzir conteúdo em diversas plataformas – muitas delas, cuja tecnologia também foi planejada e implementada pelo Made in ES –, é o que torna nosso propósito especial e único. É o que nos dá impulso para estender a mão às pessoas e colaborar para que a realidade se transforme, para que a notícia chegue mais rápido. Para que o cidadão se reconheça e se orgulhe de estar onde está.

Você sabia, por exemplo, que nos últimos tempos a vocação tecnológica do Espírito Santo passou a ser mais vista internacionalmente, despertando o apetite de gigantes mundiais de inovação? E ainda que, cada vez mais, a produção de pequenos artesãos capixabas tem atravessado as divisas do Estado e ganhado o mundo? Essas histórias – e os reflexos delas na nossa realidade – estão contadas nessa revista especial.

Mas muito mais que uma apresentação do Made in ES, hoje o nosso convite é para que você, leitor, empreendedor, empresário, se junte a nós. Que estampe no peito e naquilo que produz o orgulho de pertencer a um Estado que trabalha, confia, acredita e inova, dia após dia. Está feito o convite para que, juntos, olhemos para o futuro e façamos do Espírito Santo um ator cada vez mais forte e decisivo.

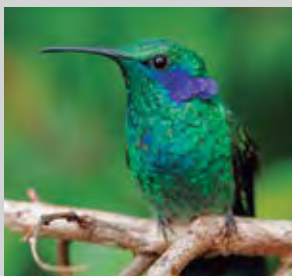
Para quem ama as cores, nascemos no lugar perfeito.



466E



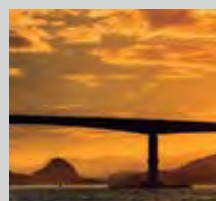
347J



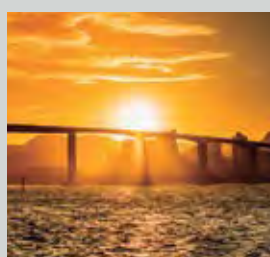
3445S



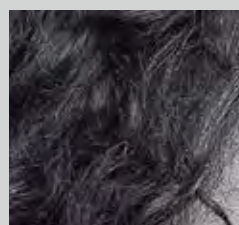
246B



655A



656A



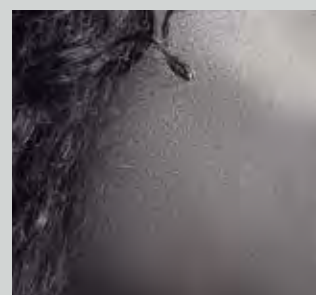
896B



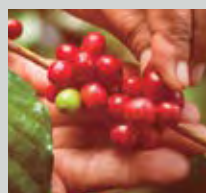
567E



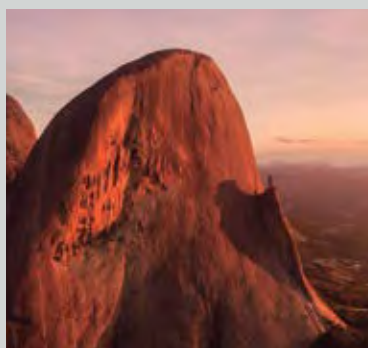
A4566



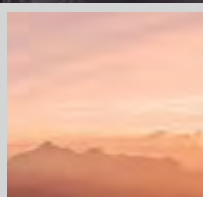
671B



497M



4763M



2345M

SUMÁRIO

Toque no número para ir até a página



FELIPE MOTA FLY NOW

8

ORGULHO CAPIXABA

Aliando desenvolvimento e qualidade de vida, o Estado atrai investimentos e pessoas

26

ORIGINAL DO ES

Programa criado para valorizar a produção capixaba “carimba” com selo Made in ES produtos do Espírito Santo

32

PALADAR GRINGO

Produtos do agronegócio capixaba movimentam a economia do Espírito Santo e ainda conquistam fãs no mundo todo



DIVULGAÇÃO/CARNIELLI

58

DE OLHO NO FUTURO

Espírito Santo recebe investimentos para se tornar celeiro de tecnologia e inovação

44

ARTESANAL

Criatividade gera lucro no ES e ainda divulga a cultura capixaba para o Brasil e o exterior

22

CONSUMO CONSCIENTE

Cada vez mais, consumidores dão preferência a produtos capixabas, fortalecendo a economia local



JOSÉ PAULO LACERDA/CNI

12

INDÚSTRIA EFICIENTE

Versátil, a indústria capixaba é referência em diversas áreas, por isso produtos capixabas são tão requisitados



RICARDO MEDEIROS

50

ELO FORTE

Do pequeno prestador de serviço ao grande comerciante, o setor de comércio e serviços cria oportunidades



VITOR JUBINI

20

EXPORTAR PARA CRESCER

Com um extenso litoral e robusto complexo portuário, o Espírito Santo tem vocação para o comércio exterior



GERENTE DO ESTÚDIO GAZETA: Mariana Perini • EDITORA DO ESTÚDIO GAZETA: Flávia Martins • COORDENADORA DE CRIAÇÃO DO ESTÚDIO GAZETA: Rayane Machado • EDIÇÃO: Joyce Meriguetti e Mikaela Campos • TEXTOS: Caique Verli, Caroline Freitas, Diná Sanchotene, Natalia Bourguignon, Simone Azevedo e Siomara Gonçalves • PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO: Alessandra Leite • FOTO DE CAPA: Vitor Jubini DIRETOR-GERAL: Marcello Moraes • DIRETOR DE JORNALISMO: Abdo Chequer DIRETOR DE MERCADO: Márcio Chagas • EDITORA-CHEFE: Elaine Silva • GERENTE DE EVENTOS E PROJETOS: Bruno Araújo
ENDEREÇO: Rede Gazeta, Rua Chafic Murad, 902, Monte Belo, Vitória, ES, CEP: 29053-315



Território capixaba alia bom ambiente de negócios e qualidade de vida

Estado inovador e um bom lugar para investir e morar

FOTO: LUCINEYARAÚJO

Com contas públicas ajustadas, diversidade econômica e ganhos sociais, o Espírito Santo ocupa importantes posições em ranking nacional de competitividade

Sede de grandes empreendimentos com abrangência nacional e internacional, o Espírito Santo tem na diversidade econômica um ponto forte para o desenvolvimento social capixaba. Com sua economia movimentada pelo potencial inovador de micro, pequenos, médios e grandes negócios, o Estado se destaca na geração de emprego e renda e ocupa as primeiras posições em importantes rankings do país.

Mantendo-se no 5º lugar como o Estado mais competitivo do Brasil, de acordo com o Ranking de Competitividade dos Estados, elaborado anualmente pelo Centro de Liderança Pública (CLP), o Espírito Santo lidera nos indicadores de eficiência da máquina pública e solidez fiscal.

Já no quesito inovação e infraestrutura, subiu várias posições e vem ganhando projeção nacional.

“Somos um Estado com uma população pequena em relação aos nossos vizinhos. Por isso, precisamos ser competitivos. Para manter a posição que obtivemos no ano passado (2020), estamos realizando investimentos recordes. Precisamos ser um Estado inovador, com logística eficiente e educação de referência. O Espírito Santo é Nota A do Tesouro Nacional desde 2012, além de ter o melhor ensino médio e a melhor gestão fiscal do Brasil. Tudo isso aliado a um bom ambiente institucional e que traz segurança aos

investidores”, pontuou o governador Renato Casagrande, ao listar os resultados capixabas.

Liderando também como o Estado mais transparente na administração e com melhor desempenho na gestão das contas públicas, o Espírito Santo é o segundo melhor nas categorias cuidado com o gasto com pessoal, índice de liquidez e equilíbrio de gênero no emprego público.

A população capixaba é a segunda com a melhor expectativa de vida do Brasil, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Para ser ter uma ideia, quem mora no Espírito Santo tem, em média, dois anos de vida a mais que a média brasileira.

Esse conjunto de atributos faz do

EXISTEM MUITAS HISTÓRIAS EM 80 ANOS DE VIDA.

A sua é uma delas.

Quem nunca reuniu a família pra comer uma massa no domingo, um bolo fofinho com café ou pra comemorar uma data especial? São esses momentos, recheados de carinho e emoção, que marcam a vida da gente.

Buaiz Alimentos. Uma história feita de sabor.



AQUINTRO



Assista ao nosso filme!



@BuaizAlimentos



| BuaizAlimentos



Espírito Santo um Estado único tanto para investir quanto para morar, pois atrai empresas em busca de competitividade e profissionais capacitados que querem aliar qualidade de vida e boas oportunidades de trabalho.

Reflexo desses indicadores positivos é o crescimento da atividade econômica capixaba no primeiro semestre de 2021, mesmo diante da crise mundial agravada pela pandemia da Covid-19. Entre janeiro e junho, a economia do Estado cresceu 8,2% em relação ao mesmo período do ano anterior, puxada, principalmente, pelos setores da indústria e serviços, representando um avanço superior ao crescimento econômico nacional, de acordo com os dados do Indicador de Atividade Econômica do Espírito Santo, elaborado pela Federação das Indústrias do Estado (Findes).

Consultor empresarial da DVF Consultoria, Durval Vieira de Freitas avalia que a estabilidade tributária e política e o bom ambiente de negócios garantido pela gestão eficiente das políticas públicas, pilares nos quais o Estado é referência nacional, são quesitos fundamentais para garantir segurança aos investidores e consolidar o Espírito Santo como favorito na rota dos investimentos a nível nacional e internacional.

“Evoluímos no pilar da inovação, com uma melhora fundamental na imagem do Espírito Santo, Estado que foi de patinho feio do Sudeste à referência nacional. E a educação tem papel fundamental nesse desenvolvimento. Boas escolas, boas universidades, formação profissional de excelência. Esse é um ganho importante. Além disso, a competência das empresas locais amplia o reconhecimento dos mercados nacional e internacional sobre a competitividade da economia capixaba”, destaca o consultor.



Setor portuário do ES está em expansão

FOTO: CARLOS ALBERTO SILVA

Empresas contam com parcerias para crescer

R\$ 500

milhões é o valor do saldo do Fundo Soberano do Espírito Santo

Com olhar para o futuro, o Espírito Santo se tornou o primeiro do país a criar uma poupança com dinheiro da exploração de petróleo para garantir o crescimento do Estado nos próximos anos. O Fundo Soberano do Estado do Espírito Santo (Funes) tem um saldo de aproximadamente R\$ 500 milhões.

Com esses recursos, o Fundo pode ser tornar sócio de empresas que queiram se instalar no Estado. Em uma das vertentes do projeto, o principal alvo são negócios que tenham atividade voltada para a inovação ou aperfeiçoamento no ambiente produtivo ou social em diferentes setores, como tecnologia, economia criativa, nanotecnologia e energias renováveis.

As empresas que se tornarão parceiras do governo serão selecionadas pela gestora do fundo, a partir da análise de potencial de crescimento do negócio. O investimento, cujo aporte inicial é de R\$ 250 milhões, será aplicado na aquisição de cotas ou ações das companhias. Cada empresa poderá receber investimentos de até 15% do mon-

tante de R\$ 250 milhões, o que equivale a R\$ 37,5 milhões.

Criado em 2019 com recursos extras do petróleo, após acordo com a Petrobras para pagamento de participação especial em litígio, o Fundo Soberano poderá usar até 60% da poupança em novos negócios. O restante precisa ser guardado para as futuras gerações.

O acordo ocorreu com a unificação dos campos de exploração do Parque das Baleias, que aumenta o repasse de Participação Especial ao Estado. De 2019 a 2022, 40% do Funes será depositado na poupança; de 2023 a 2026, 30% e a partir de 2027 serão 20%, deixando o restante livre para se associar a novos empreendimentos.

EXTRABOM E ESPÍRITO SANTO: UMA RELAÇÃO QUE É CADA DIA MELHOR.

mp



Nossa missão é ser cada dia melhor
para você, capixaba. Que trabalha, que confia.
Que cresce, que tem orgulho do nosso estado.

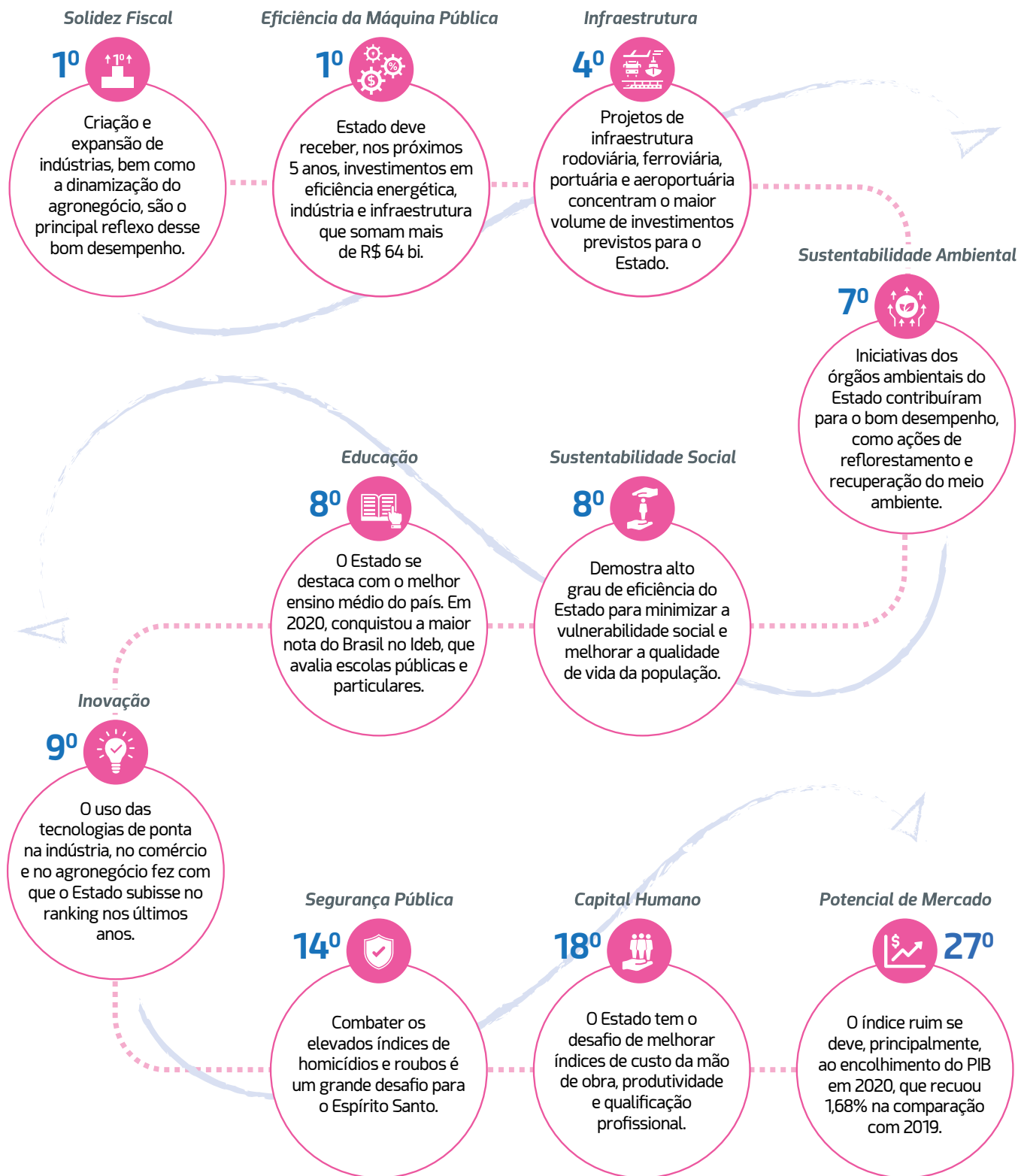
Te oferecer preço bom e atendimento com sorriso
no rosto é nossa maior satisfação. Porque acreditamos
muito no Espírito Santo. Geramos empregos,
contribuímos e, juntos, nos desenvolvemos.

Essa relação é tudo de bom para todos nós.

EXTRABOM
Supermercados

ES NO RANKING

Veja a posição do Espírito Santo em 10 quesitos avaliados pelo Ranking de Competitividade dos Estados



FONTE: Ranking de Competitividade dos Estados de 2021, que reúne diversos indicadores de períodos variados; levantamento da Findes sobre investimentos previstos.



40
Anos
Realizando Sonhos

MÓVEIS
CONQUISTA



na loja



no site



no celular

Vila Velha ▶ Rodovia do Sol ▶ 27 **3329 3900**
Vitória ▶ Fernando Ferrari ▶ 27 **3327 0428**

moveisconquista.com.br @moveisconquista



A indústria capixaba vai muito além das fábricas

O Espírito Santo apresenta uma diversidade de produtos reconhecidos nacionalmente e até pelo mundo afora por sua qualidade. São mais de 16 mil indústrias, que empregam 214,9 mil profissionais

Do setor de mármore e granito no Sul ao setor moveleiro no Norte do Estado, a indústria capixaba apresenta uma diversidade de produtos reconhecidos nacionalmente e até pelo mundo afora por sua qualidade.

“Produzimos aqui desde o bombom, que faz parte do dia a dia das famílias, até as rochas ornamentais que estão em casas, aeroportos e shopping centers não só do Brasil, como também nos Estados Unidos, Dubai e Europa.

Nossos produtos são de altíssima qualidade, o que chama a atenção de todo o mundo. Tanto é que em 2020 a indústria capixaba exportou US\$ 4,4 bilhões”, destacou a presidente da Federação das Indústrias do Estado do Espírito Santo (Findes), Cris Samorini.

É uma riqueza que se expande em todas as direções, se considerarmos

“Produzimos aqui desde o bombom, que faz parte do dia a dia das famílias, até as rochas ornamentais que estão em casas, aeroportos e shoppings não só do Brasil, como também nos Estados Unidos, Dubai e Europa”

Cris Samorini
Presidente da Findes



que a atividade industrial proporciona trabalho e renda movimentando toda a economia. Não por acaso, a indústria é apontada como um segmen-

to importante na geração de empregos. Dados da Confederação Nacional Indústria (CNI) mostram que a cada R\$ 1 produzido pela indústria outros R\$ 2,32 são gerados para a economia brasileira.

Aqui no Espírito Santo, claro, não é diferente. O Estado tem hoje 16,6 mil indústrias, que empregam 214,9 mil profissionais. “Estamos falando de uma mão de obra qualificada, inclusive grande parte dela formada pelo Senai (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial). O Senai tem um papel muito importante na qualificação e na inserção das pessoas no mercado de trabalho. Não é à toa que 7 em cada 10 alunos dos nossos cursos técnicos estão empregados”, detalhou a presidente da Findes.

O Estado fica bem próximo aos grandes centros de produção e consumo do país. Em um raio de 1.200 quilômetros, alcança 60% do PIB na-



Setor produtivo capixaba engloba extração de petróleo, produção têxtil, beneficiamento de rochas, metalurgia e transformação de celulose em papel FOTOS: DIVULGAÇÃO

“Nos últimos anos, podemos destacar a instalação no Espírito Santo de várias empresas que estão produzindo bens finais. São produtos com maior valor agregado que as matérias-primas, o que favorece a economia”

Pablo Lira
Diretor do IJSN



cional. “A gente tem um grande aliada que é a localização estratégica do Estado. A maior parte do mercado consumidor do país fica próxima do Espírito Santo”, reforça o economista Eduardo Araújo.

Essa vantagem competitiva faz com que a indústria capixaba tenha grande relevância na economia do Espírito Santo, com uma participação de 32,4% no PIB local, e se destaque em vários segmentos, como o extrativo, com a produção de minério de ferro e petróleo; moveleiro; vestuário; de transformação e o da construção civil.

O Estado é referência nacional na

produção de aço, mármore e granito e alimentos. Outro segmento de peso e tem expandido ainda mais é o de celulose, inclusive durante a pandemia - nos últimos 12 meses, o aumento da produção foi de quase 40% no Espírito Santo.

Além disso, o Estado inaugurou em 2021 a sua primeira fábrica de papel. A unidade da Suzano em Cachoeiro de Itapemirim tem capacidade para produzir cerca de 500 mil fardos de papel higiênico mensalmente.

“Nós últimos anos, podemos destacar a instalação no Espírito Santo de várias empresas que estão produzindo bens finais. São produtos com maior valor agregado que as matérias-primas, o que favorece a economia”, lembrou o diretor de Integração e Projetos do Instituto Jones dos Santos Neves (IJSN), Pablo Lira.

Uma característica que chama a atenção e não deixa de ser um diferencial para indústria capixaba é a de ter polos industriais espalhados pelo interior e não somente concentrados na Região Metropolitana de Vitória.

“Essa descentralização é muito importante para o desenvolvimento do Estado porque acaba inibindo o grande fluxo migratório para a Grande Vitória, que antes acontecia. Polos industriais espalhados ajudam o Espírito Santo a ter um crescimento mais homogêneo entre as regiões e impulsionam outros setores, como o da Educação, com a

“Polos industriais espalhados ajudam o Espírito Santo a ter um crescimento mais homogêneo entre as regiões e impulsionam outros setores, como o da Educação, com o crescimento de centros educacionais”

Ricardo Paixão
Economista



ampliação de centros educacionais”, observa o economista Ricardo Paixão.

Se no presente a indústria capixaba já mostra sua força, o futuro também é cheio de expectativas. Um mapeamento feito pela Findes aponta os setores que podem colocar o Estado em uma posição competitiva em nível nacional e internacional nos próximos 17 anos. Entre eles estão: agroalimentar; celulose e papel; confecção, têxtil e calçados; construção; economia criativa; economia do turismo e lazer; indústria do café; madeira e móveis; metalmecânico; petróleo e gás natural; rochas ornamentais.



Minério de ferro vira pelotas para exportação e para o setor interno, é transformado em aço e depois se torna material para o setor automotivo FOTO: VALE/AÇO BRASIL/VOLARE

Produção de acabados avança no território das commodities

Em vez de exportar apenas produtos brutos ou semifaturados, Espírito Santo tem se movimentado para beneficiar algumas matérias-primas com foco nos mercados interno e externo

Em meio aos setores tradicionais que vão do agronegócio à indústria extrativa e de metalmeccânica, o Espírito Santo tem buscado formas de se diversificar e de aumentar a geração de riquezas e de oportunidades de negócios, emprego e renda para a população capixaba.

Petróleo, minério de ferro, produção de aço, de celulose, de rochas ornamentais e de café continuam a representar o maior peso no Produto Interno Bruto (PIB), porém o desenvolvimento tecnológico, o segmento criativo e as atividades que focam na fabricação de mercadorias acabadas se despontam como alternativa importante para o aquecimento da economia local.

No segmento industrial, números do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostram que no ano, entre janeiro e agosto, o avanço foi de 11,3%. Mas esse crescimento de dois dígi-

tos não foi puxado pela indústria extrativa, e sim pelo ramo de transformação.

As atividades de celulose, por exemplo, se intensificaram, com um crescimento de 42% somente neste ano e de 44,7% em 12 meses.

Desde o início da pandemia, as exportações de celulose estavam a todo o vapor por conta da necessidade mundial da commodity essencial para a produção de itens sanitários, como papel higiênico, lenços e máscaras cirúrgicas e N95.

A chegada, contudo, da fábrica de papel em Cachoeiro de Itapemirim, que entrou em operação no início de 2021, deu novo gás à área econômica, transformando o Espírito Santo num Estado que, além de ser um grande produtor de celulose, agora também atua no desenvolvimento de acabados.

O conceito de mercadorias manufaturadas também se expande para outras atividades relevantes em territó-

rio capixaba. O setor de rochas ornamentais, por exemplo, que tem batido recordes em exportações, conseguiu dilatar sua área de foco.

Além de vender para o mercado externo blocos e chapas, tem acelerado o ritmo de produção nas marmorarias e serralherias que beneficiam as pedras e as convertem em pisos, bancadas e revestimentos de alta linha em cidades como Cachoeiro de Itapemirim e Castelo, no Sul do Estado, e Barra de São Francisco e Nova Venécia, no Noroeste capixaba.

Os números comprovam que o mercado externo está aberto a essas produções capixabas, com um aumento de 20,5% nas exportações das peças trabalhadas para os Estados Unidos enquanto que as vendas do material bruto cresceram 9,37% no caso do granito e 2,7% no caso do mármore, no primeiro trimestre deste ano, segundo dados do Instituto Jones dos Santos Neves (IJSN).



Segmento de celulose abrange de produção de mudas à fabricação da matéria-prima exportada e usada na produção de papel FOTO: SUZANO/DIVULGAÇÃO

A Pesquisa Industrial Mensal do IBGE ainda revela que a indústria de fabricação de produtos de minerais não metálicos despontou em alta de 39,1% no ano e um crescimento de 55% em agosto em comparação com o mesmo período do ano passado. Esse segmento compreende a produção de vidros, de itens cerâmicos, cimento e de outros materiais, como o gesso.

A indústria de transformação cresceu 29,5% no ano no Espírito Santo. Destaque também vai para o segmento metalúrgico que, após períodos difíceis, principalmente na pandemia, recuperou fôlego com o religamento dos alto-fornos da ArcelorMittal Tubarão e a retomada dos projetos imobiliários, que tornaram a busca por aço forte desde o fim do ano passado. Números do IBGE revelam que a metalurgia teve avanço de 28,8% no ano e de 70,4% em agosto de 2021 em comparação com o mesmo mês de 2020.

O diretor de Integração e Projetos Especiais do IJSN, Pablo Lira, explica que as indústrias do Norte do Estado, que fabricam ônibus, como a Marcopolo, motores, como a Weg; além de outras plantas voltadas para eletrodomésticos, utensílios do lar e móveis de cozinha, têm contribuído para alavancar a metalmeccânica.

“Temos ganhado forte de diversificação na nossa economia com a transformação de commodities em bens finais. Todo esse processo de ampliação da base produtiva reforça o Espírito Santo

“**Todo esse processo de ampliação da base produtiva reforça o Espírito Santo como player importante no fornecimento de produtos nos mercados nacionais e internacionais**”

Pablo Lira

Diretor de Integração e Projetos Especiais do Instituto Jones dos Santos Neves

como player importante no fornecimento de produtos nos mercados nacionais e internacionais”, detalha Lira.

A diversificação, aliás, tem ainda um braço no agronegócio, explica o diretor. “Podemos ver o avanço da produção de alimentos, além das tradicionais indústrias de laticínios e chocolate, com novos negócios na produção, por exemplo, de café pronto para o consumo”, acrescenta. No ano, as exportações de café solúvel, por exemplo, cresceram 39,6%, de acordo com o Panorama Econômico do IJSN.

Lira ressalta outra característica que passou a se fortalecer no Estado: a produção de inovação, com o surgimento de startups ou com o crescimento de empresas de tecnologia da informação que desenvolvem soluções para os mercados interno e também externo.

“Não à toa no Estado ganhou o título de ser o terceiro que mais investe na produção tecnológica do país”, destaca Lira, ao falar do título conquistado pela Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Espírito Santo (Fapes), que libera recursos por meio de editais para negócios com pesquisas em tecnologia.

CRESCIMENTO NO ANO

Segundo dados do IJSN, em levantamento feito em parceria com o IBGE, a economia do Espírito Santo cresceu 0,4% no segundo trimestre de 2021 em relação ao período imediatamente anterior, um volume de movimentação estimado em R\$ 40 bilhões.

No acumulado do ano, o crescimento foi de 7,9%, impulsionado pelos segmentos do comércio varejista, indústria e serviços.

O secretário de Estado de Inovação e Desenvolvimento, Tyago Hoffmann, destaca que, embora a economia capixaba, assim como as dos demais estados, esteja atrelada à economia nacional e seja impactada positiva ou negativamente pelos acontecimentos políticos e econômicos do país, a vocação para o comércio exterior consegue blindar o Espírito Santo contra os piores impactos das crises nacionais.

“Nenhum Estado consegue se isolar do resto do país e fazer um processo de desenvolvimento econômico endógeno, desatrelado do que acontece fora das suas fronteiras. Por isso, o desem-



Setor de rochas tem crescido por conta da procura por acabadas. Aquecimento refletiu nos pedidos nas marmorarias FOTO: SIUMARA GONÇALVES/RAFAEL BOSI (SINDIROCHAS)

penho do PIB capixaba tem a ver com o desempenho da economia brasileira como um todo. Mas existe uma peculiaridade no Espírito Santo que é a relação crescente do Estado com o comércio exterior. Assim, quando a economia nacional é abalada, mas a economia internacional vai bem, o Espírito Santo consegue se manter melhor do que a média brasileira”, explica o secretário.

Reflexo do bom desempenho do PIB capixaba, o Espírito Santo criou 5.824 vagas de empregos formais no mês de agosto deste ano, de acordo com dados do Novo Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), do Ministério da Economia. Em julho, foram criados 3.946 novos postos de trabalho e no ano já foram criadas 39.447 vagas de emprego em território capixaba, apesar dos impactos da pandemia do novo coronavírus sobre a economia. Se observados os dados por setor econômico, foram 17 mil novos postos de trabalho no segmento de serviços, 9 mil na indústria e 8 mil no comércio.

O saldo positivo no mercado de trabalho se deve ao crescimento da economia capixaba. Entre janeiro e junho, a economia do Estado cresceu 8,2% em relação ao mesmo período do ano anterior, puxada, principalmente, pelos setores da indústria e serviços, representando um avanço superior ao crescimento econômico nacional,

32%

É o percentual que as exportações têm de impacto no Produto Interno Bruto do Espírito Santo

de acordo com os dados do Indicador de Atividade Econômica do Espírito Santo, elaborado pela Federação das Indústrias do Estado (Findes).

Na avaliação do economista Orlando Caliman, o Estado colhe os frutos por apresentar o maior grau de abertura econômica tanto em relação ao resto do mundo como também em relação ao fluxo comercial interno com os demais Estados do país.

“Se tomarmos como base de comparação o PIB, que é o indicador utilizado para o cálculo de abertura, vamos ver que no comércio externo as exportações equivalem em média a 32% do PIB, as importações cerca de 17%. Se olharmos para as relações comerciais internas, ou seja, as vendas e compras para outros estados, a abertura comercial é ainda maior, chegando a 208%. Isso significa que nossa corrente de comércio com outros Estados corresponde ao dobro do PIB. Parte significativa disso advém da localização estratégica do Estado que vem se consolidando como um centro (hub) de distribuição, inclusive de produtos importa-

dos pelos nossos portos e aeroporto”, explica o economista.

Os dados sobre o PIB de 2018, último dado consolidado analisado em profundidade pelo Instituto Jones dos Santos Neves, demonstram como o PIB impacta em cada setor da economia capixaba para geração de riqueza e empregos. A indústria, responsável por 32,4% do PIB capixaba, emprega 19%. Já o setor de serviços e comércio emprega 56% e gera 63,9% do PIB. Na agropecuária, a riqueza produzida no setor representa 3,8% do PIB capixaba e emprega 3,6%. De acordo com o diretor de Integração e Projetos Especiais do Instituto Jones dos Santos Neves, Pablo Lira, essa divisão proporcional da geração de riquezas e empregos por setor da economia, tendo como base o PIB estadual, tende a se manter a cada ano, sem grandes alterações.

“Esses números significam que o setor de serviços e comércio no Espírito Santo representa a maior fatia da geração de riquezas para o Estado e também a maior empregabilidade, seguido da indústria. Sobre o impacto sensível da variação do PIB na vida da população, o que é necessário entender é que, se o Estado tem uma expansão intensa da atividade econômica, isso resulta na criação de postos de trabalho, com empregos diretos e indiretos, e aumento da renda”, explica.

A área de florestas em conservação da Suzano é quase 100 vezes o tamanho de Vitória.

São 960 mil hectares de áreas em conservação. Além disso, a Suzano planta mais de 500 mil mudas de eucalipto por dia. Por isso, somos mais que carbono zero, somos carbono negativo. E ser carbono negativo significa ser positivo para o clima.





Com mais de 400 quilômetros de litoral, Espírito Santo tem amplo complexo portuário

FOTOS: VITOR JUBINI

Sabe por que o ES ocupa o lugar certo no mapa do Brasil?

Localizado próximo aos principais centros consumidores do país e com um complexo portuário amplo, o Estado tem vocação para o comércio internacional e abastece com facilidade o mercado nacional

Com uma localização privilegiada no mapa do Brasil, o Espírito Santo é vizinho dos principais centros consumidores do país, como

São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais. Mas, além dessa proximidade estratégica, o Estado conta com outra vantagem: seu litoral, com 400 qui-

lômetros, que abriga complexos portuários amplos e diversificados e que ainda deve receber novos condomínios logísticos.

Pelos portos de Vitória e Tubarão, na Capital, e Portocel, em Aracruz, passam cerca de 40% dos produtos que chegam ou saem do Estado. A infraestrutura logística estadual conta também com rodovias federais e malha ferroviária, que conectam o Espírito Santo a outras regiões do país.

Essa posição estratégica é um grande diferencial para o desenvolvimento econômico e social, pois, além de favorecer as empresas que se instalam no Estado para atender ao mercado consumidor interno nacional, ainda reforça a vocação do Espírito Santo para o comércio exterior, um dos setores mais fortes da economia capixaba.

Mesmo enfrentando os efeitos da

crise mundial agravada pela pandemia da Covid-19, os fluxos de comércio exterior do Espírito Santo do primeiro semestre de 2021 superaram os valores registrados no mesmo período do ano anterior.

De janeiro a julho, as exportações capixabas alcançaram US\$ 4,2 bilhões, com alta de 64% em relação ao mesmo período de 2020 em todos os segmentos de atividades econômicas, de acordo com dados da Federação das Indústrias do Estado (Findes), com destaque para a expressiva recuperação das exportações das indústrias extrativas.

O secretário de Estado de Inovação e Desenvolvimento, Tyago Hoffmann, destaca a importância dos incentivos fiscais, enquanto política pública e desenvolvimento da economia, para impulsionar os empreendedores que desejam explorar as potencialidades logísticas do Espírito Santo, tanto para atividades de distribuição de produtos, quanto para o processo de industrialização.

“Muitos empresários começam atuando no Espírito Santo com centros de distribuição de produtos, atraídos pela posição geográfica privilegiada do Estado, que é cortado por importantes rodovias, tanto no sentido Norte-Sul quanto no sentido Leste-Oeste, além de portos e ferrovias. Isso faz com que o Espírito Santo seja muito competitivo e atrativo para atividades de distribuição e e-commerce em todo o Brasil e para o exterior. Essa vocação impacta também no processo de industrialização, pois as fábricas acabam se instalando no Estado”, explica o secretário.

Hoffmann destaca ainda o trabalho de prospecção ativa de empresas, desenvolvido pelo poder público, para que a indústria que decida se instalar no Espírito Santo se conecte a uma rede integrada de fornecedores e clientes. “Conseguimos desenvolver um adensamento de ca-

“Muitos empresários começam atuando no Espírito Santo com centros de distribuição de produtos, atraídos pela posição geográfica privilegiada”

Tyago Hoffmann
Secretário de Estado
de Inovação e
Desenvolvimento



“Temos vetores de crescimento bem desenhados. Mas é importante ter maior capilaridade da infraestrutura rodoviária, ferroviária e portuária”

Fábio Brasileiro
Presidente do ES
em Ação



deia produtiva no Estado que reforça nossa vocação tanto para atender ao mercado consumidor interno nacional, quanto para o comércio exterior”, ressalta.

Na avaliação do economista Orlando Caliman, o Fundap - o mecanismo de incentivo à importação criado no início da década de 1970 - desempenhou um papel importante na qualificação do Estado para o comércio exterior. “Qualificou empresas, empresários e trabalhadores no setor. E hoje nossa plataforma logística evoluiu muito”, aponta.

O diretor-presidente do ES em Ação, Fábio Brasileiro, ressalta que os atuais

investimentos que estão sendo feitos no setor rodoviário e portuário dão grande alavancagem para a economia capixaba a médio e longo prazo. “Temos vetores de crescimento já bem desenhados no Estado. Mas é importante ter maior capilaridade das infraestruturas rodoviária, ferroviária e portuária para ganharmos em competitividade. Precisamos aumentar a conexão com outros Estados, principalmente por meio de ramais no interior do Espírito Santo. A consolidação da concessão da BR 262 é decisiva nesse processo de retomada da economia capixaba”, pontua.

Outras mudanças que devem contribuir para o avanço logístico do Espírito Santo é a obra do primeiro trecho da ferrovia Vitória-Rio. A previsão é de que a construção contemple inicialmente de Anchieta a Cariacica ou mesmo vá até Santa Leopoldina, na Região Centro-Serrana, do Estado.

O empreendimento será impulsionador dos portos no Litoral Sul. Um dos terminais já consolidados é o de Ubu, administrado pela Samarco, e que tem capacidade ociosa para movimentar cargas além de pelotas de minério. Em Presidente Kennedy, o Porto Central, em construção, também será beneficiado quando as obras da ferrovia chegarem até a cidade.

Na Região Norte capixaba, a novidade é a inclusão de três cidades na área da Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (Sudene): Aracruz, Itaguaçu e Itarana.

Especialmente Aracruz, que já conta com Portocel e que tem obras de um novo porto em andamento, o da Imetame, deve se tornar um dos principais polos logísticos. A medida pode trazer um saldo de desenvolvimento ao atrair indústrias, principalmente as voltadas para exportação. Os negócios que se instalarem na região poderão contar com benefícios fiscais e linhas de crédito mais vantajosas.



Patrick Rocha gosta de valorizar as produções locais na hora de comprar

FOTO: ACERVO PESSOAL

Capixabismo vira moda sustentável do consumidor

O movimento de consumidores que têm dado preferência a produtos locais passou a crescer e atinge itens do agro ao setor de vestuário

Um movimento que começa ganhar força entre os consumidores no Espírito Santo têm um grande poder de transformar a economia local.

São os capixabas que, na hora de comprar, dão preferência aos produtos fabricados e cultivados no Espírito

Santo. A atitude, além de ser responsável pela ampliação dos negócios, é capaz de gerar emprego, renda e a confiança de quem aposta no empreendedorismo.

Os produtos são os mais diversos como frutas, chocolate, roupas, vinhos, laticínios, carnes, acessórios e

móveis, e são produzidos em municípios de Norte a Sul do Estado.

A enfermeira Tatiana Felício Campos é uma dessas consumidoras que valoriza o que é da terra. Ela mora em Linhares, no Norte do Estado, e busca escolher aqueles itens que estejam alinhados com qualidade e preço.

Produtos agrícolas como morango, cogumelo e geleias são adquiridos em Pedra Azul, quando a profissional visita a irmã, que mora na Região Serrana.

“Os produtos têm preço bom e qualidade. No caso do morango, o fruto é maior, mais doce e muito fresco. Até a minha prima que mora em Linhares costuma comprar de produtores de lá. Há um restaurante na Região Serrana que trabalha com artigos artesanais como cachaça e licor, queijos e charque e que entrega tudo na minha cidade”, comenta.

Além de produtos agrícolas, a enfermeira também gosta de comprar roupas de marcas capixabas. Ela comenta que empresas de Linhares e Colatina, por exemplo, fabricam peças com bons acabamentos, qualidade e preço.

“Gosto de privilegiar as coisas locais. Acredito que esta iniciativa seja uma maneira de valorizar o que é produzido aqui. Somos um Estado rico de talentos, mas ainda são pouco aproveitados. Essa é uma forma de fazer a economia girar”, acredita Tatiana.

O produtor de eventos e social mídia Patrick Rocha é um defensor de tudo que é produzido e fabricado por aqui. Ele ressaltava que desde o primeiro ciclo da pandemia tem trabalhado na divulgação de produtos locais.

“Desenvolvi um perfil no Instagram com esse conteúdo e um programa de rádio, numa rádio comunitária, em que sempre valorizamos os empreendedores da terra, no meu caso Vila Velha. O capixaba é um empreendedor caprichoso, tudo o que se propõe a fazer bem feito é só olhar nos-

sa panela de barro. Gosto muito desse capricho e qualidade”, destaca.

Ele se diz consumidor de todo tipo de produto, seja alimentício, artesanato e moda. Rocha entende que preferir itens capixabas aquece a economia a partir do universo local, além de trazer melhorias financeiras e sociais para todos do entorno.

“Sou defensor do consumo consciente, e a valorização do comércio local é um dos pilares desse tipo de consumo. Eu gosto muito das indicações de amigos. Tenho minhas preferências, mas estou sempre experimentando coisas novas. Para o vestuário sou fiel aos produtos feitos com bons tecidos, bom caimento e boa durabilidade e o produto capixaba não fica devendo nada ao mercado internacional”, aponta.

A coordenadora de conteúdo da CDL Jovem e gestora do coworking Makers, Juliana Silveira, acredita ser importante a valorização do empreendedorismo local. Como consumidora, ela busca e encontra produtos de altíssima qualidade e com bom custo benefício. E foi justamente o que Juliana fez durante a construção de sua empresa, dando preferência para encontrar fornecedores e prestadores de serviços capixabas, além de comprar todos os materiais e instrumentos no Estado.

“Antes o capixaba tinha um costume chato de só valorizar o que vinha de fora. Fico feliz que estamos conseguindo colocar o empreendedor local no patamar que ele merece, pois somos um Estado que oferece serviços e produtos de vários segmentos. Até porque a nossa essência é conectar as pessoas e a gente quer mesmo ver isso acontecendo, os capixabas realizando e construindo juntos”, diz.

A empresária Tainah Souza Farias tem uma loja de moda fitness e praia e aposta no consumo sustentável. Para ela, valorizar o produtor local é uma alternativa que ajuda os pequenos

Tatiana Campos tem uma queda pelas guloseimas do agronegócio capixaba



FOTO: ACERVO PESSOAL

“Quando compramos algo, estamos adquirindo mais do que um produto, são as ideias de alguém. Busco escolher empresas que tenham consciência ambiental”

Thainah Souza
Empresária

agricultores e comerciantes a crescerem. Dentre as preferências dela estão frutas, verduras, legumes, queijos, roupa, sapato, entre outros itens.

“Quando compramos algo, estamos adquirindo mais do que um produto, são as ideias de alguém. Busco escolher empresas que tenham consciência ambiental, que visem ao sustentável.

Gosto da ideia de que sejam produções menores e personalizadas. Por isso, incentivo pessoas a fazerem o mesmo. Acredito que a gente vive numa corrente e cada um é um elo importante. Essa troca é fundamental para fazer um negócio crescer”, salienta.

O empresário do ramo moveleiro, Joanir Smarçaro, também opta por produtos fabricados por capixabas e privilegia o comércio local. Para ele, o Estado tem bons produtos gastronômicos, utensílios domésticos, vestuário, prestadores de serviços, entre outros, tudo com uma rede de distribuição (comércio) muito forte.

“Essa valorização interfere diretamente em nossa economia, por meio da geração de empregos, do crescimento da indústria, comércio e serviços locais e o fortalecimento do Estado por meio dos impostos. Já existe uma maior procura em nossas lojas por ser uma empresa local, mas ainda há espaço para uma maior conscientização do consumidor”, observa o empresário.

O doutor em Administração de empresas e professor da Fucape Bruno Félix avalia que, tradicionalmente, consumidores se baseiam mais na ideia de utilitarismo para decidirem o que consumir.

“No entanto, com o maior desenvolvimento dos mercados, regiões mais específicas, como a de um Estado, já consegue produzir itens a um custo/benefício muito similar ao dos grandes centros. E aí entra em cena o regionalismo, fenômeno de consumo que faz com que alguns indivíduos optem por consumir produtos locais com o objetivo de fortalecer a economia local e gerar empregos e renda para famílias da região. Esse fenômeno é comum em regiões com culturas bairristas, como nos Estados do Rio Grande do Sul e Pernambuco, e hoje também se mostra presente no consumo de famílias capixabas”, avalia Félix.

O professor lembra ainda que tal hábito só se torna viável dado o desenvolvimento do empreendedorismo local, pois quando a diferença de qualidade ou preço em relação a marcas de outras regiões é grande, o consumidor não adere ao regionalismo.

“Em vez de se direcionar para os grandes centros, esse padrão de consumo facilita que o dinheiro circule entre os indivíduos de uma mesma região, o que leva a maiores índices de renda e emprego”, ressalta.

Na opinião do economista Antônio Marcos Machado, esse movimento de consumo local tem muito a ver com o conceito de cidades inteligentes, com a criação de uma identidade do município ou da região, muito comum em países como Suíça e Itália. Isso quer dizer, segundo ele, que duas ou três cidades podem se unir para dividir custos e desafios como segurança e saneamento, para ajudar a preservar os pontos turísticos e produtos artesanais, formando um pequeno núcleo.



FOTO: RICARDO MEDEIROS

7,4%

É o número de trabalhadores formais que atuam no turismo ou produção de itens que valorizam a cultura capixaba

“É uma coisa muito bacana. Um bom exemplo é Venda Nova do Imigrante com o agroturismo. É preciso que haja uma conscientização cultural e comportamental do consumidor, pois a tentação é grande na internet. E não é só responsabilidade do governo, é também das associações comerciais, clubes de lojistas, entre outros. Todos eles podem fazer este trabalho.”

Para comprar o que é local, é necessário ter uma produção compatível com a demanda. Neste quesito, prefeituras locais e o governo do Estado podem dar incentivos para quem produz em determinadas regiões. Isso vale para flores, frutas, legumes, carnes, roupas, entre outros.

“Cada município tem uma sua características que pode ser usada. Um exemplo são móveis de Linhares ou confecções de Colatina e Vila Velha.”

Já o economista Ricardo Aquilar acredita que este movimento funciona como um consumo solidário porque reúne um conjunto de atividades econômicas que ajudam a potencializar a circulação de dinheiro na região, gera empregos diretos e indiretos, crédito, serviços, entre outros.

“Até festas regionais como a da Polenta ou do Morango ajudam a fomentar a cultura e a necessidade de mão-de-obra. Há todo um movimento de valorização de nosso Estado por meio de um marketing cultural local. Esse conjunto de coisas faz com que o empresário da região se sinta seguro e confiante para continuar investindo, produzindo e abrindo novos postos de trabalho. Quanto mais se consome, mais se produz e mais a economia gira. Práticas bem organizadas incentivam essa produção do bem”, destaca.

O
SULHO DE SER
DA NOSSA TERRA!



VALORIZAR O ES É O QUE A GENTE FAZ.
MAS NÃO FAZEMOS SOZINHOS.
ESTAMOS JUNTOS NESSA CAMINHADA
COM VOCÊ E NOSSOS FORNECEDORES!

GRUPO REDE SHOW, 100% CAPIXABA QUE TRAZ O AZUL E ROSA NO CORAÇÃO.

SERRA: Balneário Carapebus 3202-1228 / 99878-1045 | Barcelona 3341-1731 / 99978-3508 | Castelândia 3243-1289 / 99864-9441 | Central Carapina 99639-8113 | Jacaraípe 3252-0402 / 99659-7990 | Jardim Carapina 3241-0291 / 99652-3128 | Morada de Laranjeiras (Rede Show Express) 3338-7041 | Nova Carapina 3341-0142 / 99527-7250 | Planalto Serrano 3251-1278 / 99504-6988 | Serra Sede 3251-1264 / 99977-5923 | **VIANA:** Nova Bethânia 3354-1541 / 99868-3683 | Vale do Sol 3354-1100 / 99589-8854 | **VILA VELHA:** Guaranhuns 3075-1067 / 99740-1067 | Terra Vermelha 99972-6504 | **VITÓRIA:** Ilha de Monte Belo (Rede Show Express) 3322-4771 / 99500-3541 | **CARIACICA:** Campo Verde (Rede Show Express) 3254-7776 / 99507-3196 | Cariacica Sede 3254-1566 | Castelo Branco (Rede Show Express) 3316-1994 | **ÁGUIA BRANCA:** 3745-1160 / 99908-5828 | **AFONSO CLÁUDIO:** Centro 3735-3251 / 99977-8766 | **ARACRUZ:** Guaraná (Rede Show Express) 3276-1163 / 99999-2021 | **CASTELO:** Centro (Rede Show Express) 283542-1862 / 2899966-2660 | **ECOPORANGA:** Centro 3755-1385 / 99915-5326

GRUPO REDE SHOW

RedeShow
SUPERMERCADOS
Por você, Pra você!

RedeShow
SUPERMERCADOS
EXPRESS

gruporedeshow.com.br

@f/redeshowsupermercados



Economia capixaba e seus potenciais serão destacados pelo projeto da Rede Gazeta

FOTOS: FERNANDO MADEIRA

Made in ES: movimento para valorizar a economia local

Projeto criado pela Rede Gazeta apresenta potencialidades do Espírito Santo, servindo como vitrine para atrair novos negócios para terras capixabas

Comparativamente pequeno em relação a outros territórios brasileiros, o Espírito Santo não perde nada em termos de diversidade econômica. O Estado é lar de grandes empreendimentos, com alcance muitas vezes global, mas também tem sua economia movimentada por negócios de micro, pequeno e médio porte, que contribuem fortemente para a geração de emprego e renda.

É de olho nessa pluralidade que a Rede Gazeta criou o movimento Made in ES, um projeto com foco na valoriza-

“É uma parceria [projeto Made in ES] que eu tenho certeza que vai trazer muitos frutos e vai ser importante para o Estado, para a gente valorizar a nossa marca capixaba”

Amarildo Casagrande
Presidente do Banestes



ção das empresas locais, e que será desenvolvido em parceria com o Banestes.

Os moradores do Estado, de outras regiões do Brasil e até de fora do país terão a oportunidade de conhecer o que é fabricado, desenvolvido e comercializado pelas empresas capixabas. As pessoas poderão ainda aprender sobre a importância desses negócios para o desenvolvimento local.

Além dos conteúdos especiais multiplataformas, publicados e exibidos no site de A Gazeta e também na TV Gazeta, a iniciativa terá o selo Made



O que a CBL constrói hoje,
o Espírito Santo ganha amanhã.

Ser a maior loteadora do Espírito Santo significa muitas coisas. A principal delas é a responsabilidade e privilégio em ser palco para o futuro de muitas famílias. Esse momento, tão sonhado e planejado por milhares de pessoas, não é o início nem o fim da história do trabalho da CBL. Ela é muito maior do que isso. Antes mesmo da venda do primeiro lote de um empreendimento, a CBL realiza diversas benfeitorias em seu bairro e nas regiões próximas, de modo a alavancar a economia e o desenvolvimento local. São ruas que recebem a primeira pavimentação, praças revitalizadas, redes de esgoto construídas para atender os moradores e muitas outras obras.

Assim, de projeto em projeto, bairros inteiros podem levantar do chão a partir de uma infraestrutura completa e uma qualidade sem igual no estado.

+ Pavimentação:

93.697 m

(o equivalente a uma
linha reta entre Vitória
e Linhares)

+ Rede de drenagem:

62.557 m

+ Rede de esgoto:

91.365 m

(com capacidade para
destinar de forma correta
mais de 3 milhões e 768 mil
litros de esgoto por dia)

+ Elevatórias:

18

+ ETE (estações de
tratamento de esgoto):

10

(o suficiente para tratar
o esgoto de 70 mil pessoas,
e o equivalente a 11 milhões
de litros por dia)

+ Rede de água:

79.622 m

+ Postes

2.337

+ Iluminação pública:

86.434 m

lotescbl.com.br

LOTES
cbl
A maior em lotes no ES.

in ES, que poderá ser utilizado pelas marcas a fim de evidenciar de onde vêm suas produções, e também como forma de incentivar o consumo do que é produzido no Espírito Santo.

“A Rede Gazeta é uma empresa que há 93 anos foca seus esforços na promoção do Espírito Santo, produzindo e distribuindo informação que ajude o capixaba a ser mais crítico, bem informado e capaz de se desenvolver. O movimento Made in ES reforça essa nossa vocação, pois materializa um selo de ‘capixabismo’, ajudando a valorizar ainda mais as nossas empresas, nossos produtos, e tudo aquilo que nos orgulha de ser capixaba”, afirma o presidente da Rede Gazeta, Café Lindenberg.

Para o presidente do Banestes, José Amarildo Casagrande, a estratégia é acertada. “Essa é uma iniciativa importantíssima de valorização dos nossos produtos, das nossas empresas, e o Banestes fica muito honrado, afinal de contas é uma parceria com a Rede Gazeta, que já tem 93 anos, sendo que em mais de 84 anos estivemos presentes. Tem toda uma história. E é uma parceria que eu tenho certeza que vai trazer muitos frutos e vai ser importante para o Estado, para a gente valorizar a nossa marca capixaba.”

Para o diretor-geral da Rede Gazeta, Marcello Moraes, é uma forma de incentivar o consumo no Estado. “Temos produtos maravilhosos, produtos às vezes até desconhecidos pelos capixabas, e essa é uma maneira de promovê-los e incentivar seu consumo, em um momento de saída de pandemia e de retomada”.

O diretor de Mercado da Rede Gazeta, Márcio Chagas, pontua que o projeto surgiu a partir de uma demanda da própria sociedade, que há muito tempo pedia por uma forma de dar destaque ao que é produzido localmente.

“É um projeto que vem ao encontro do propósito da Rede Gazeta, que



FOTO: CARLOS ALBERTO SILVA

“O Made in ES reforça nossa vocação, pois materializa um selo de ‘capixabismo’, ajudando a valorizar mais as nossas empresas, nossos produtos”

Café Lindenberg
Presidente da Rede Gazeta

é contribuir para o desenvolvimento do Espírito Santo e montamos um selo que as empresas poderão usar, e que vem enaltecer a qualidade do que é produzido aqui no Estado. Há toda uma campanha de valorização do orgulho capixaba, da força da produção local, que tem qualidade e que realmente se preocupa em entregar produtos com valor agregado.”

O gerente de Projetos e Eventos da Rede, Bruno Araújo, frisa que a ação abrange negócios independentemente do seu porte ou segmento de atuação, e reforça que o Made in ES “veio para ficar”, já contando com a adesão de várias empresas e enti-

dades representantes dos mais diversos setores.

“O público terá a oportunidade de conhecer mais e entender a importância dessas empresas para a economia. E, de certa forma, a gente também acaba incentivando o consumo desses produtos por meio do selo”.

Na parte editorial, serão produzidos conteúdos multiplataformas. Parte das reportagem tem sido publicada em página especial no site de A Gazeta (www.agazeta.com.br/madeines).

Durante o lançamento do Made in ES, em 16 de setembro, o governador Renato Casagrande destacou que o projeto pode servir como uma vitrine para divulgar o que é produzido em terras capixabas e mesmo contribuir para atrair mais negócios.

“Pode servir como vitrine para a gente divulgar nossos produtos, atrair mais atividade econômica para cá, e ter mais pessoas interessadas em conhecer os produtos que às vezes são feitos artesanalmente, permitindo às empresas ampliarem suas escalas de fabricação. Com a qualidade que a gente tem de diversos produtos, podemos atrair empreendedores que queiram aproveitar esse know-how, esse conhecimento que a gente tem na produção capixaba.”



Programa da Rede Gazeta vai permitir que empresas recebam carimbo 'Made in ES'. Negócios poderão se inscrever em site do projeto FOTO: CARLOS ALBERTO SILVA

Empreendedores poderão participar do Made in ES

Empresas de qualquer ramo de atividade que atuam no Estado poderão pedir o selo do programa e usar essa certificação para divulgar ainda mais sua marca e fazer novos negócios

Sobre o solo espírito-santense, a agricultura, o comércio, a indústria e os prestadores de serviços em geral criam oportunidades, renda e emprego para milhares de famílias do Espírito Santo. Para gerar mais desenvolvimento, empresas de todos os portes e segmentos que operam aqui poderão aderir ao selo Made in ES. A certificação informará aos consumidores que produtos ou serviços são feitos com qualidade capixaba.

O selo faz parte do projeto de mesmo nome, lançado pela Rede Gazeta, no dia 16 de outubro, no Palácio Anchieta, em Vitória.



A iniciativa, que conta com apoio do governo do Estado, do Banestes e de diversas entidades empresariais, visa à valorização das empresas situadas no Espírito Santo.

Negócios que receberem o selo poderão contar com produtos especiais

do Banestes, como linhas de crédito e descontos em outros serviços. As regras ainda serão definidas.

A subsecretária de Estado de Competitividade, Rachel Freixo, explica que o selo não é apenas para produtos, mas sim para empresas, prestadores de serviço e empreendedores em geral. “O Made in ES é uma ação adicional que vem fomentar a atividade econômica e a competitividade capixaba. É uma marca mais abrangente que vai alcançar qualquer empresa do setor produtivo”, afirma.

A certificação das empresas para obterem o selo Made in ES será realizada por comitê formado por representantes da Rede Gazeta e da Secretaria de Estado de Ciência, Tecnologia, Inovação, Educação Profissional e Desenvolvimento Econômico (Sectides). “O governo do Estado está dando apoio institucional ao projeto, ajudando na formação do conselho que vai habilitar as empresas e na elaboração das regras”.

Para receber o selo, será preciso que a empresa ou o Microempreendedor Individual (MEI) comprove regularidade fiscal e que produza, esteja sediada ou preste serviços no Espírito Santo. “Os empreendedores deverão se cadastrar no portal do Made in ES e a comissão analisará os pedidos. A adesão ao selo é gratuita”, explica.

Selo será automático para negócios certificados em programa da Findes

Empresas que fazem parte do projeto Produto 100% Capixaba serão também Made in ES sem precisar passar por nova avaliação. Medida é uma parceria da Rede Gazeta com a Federação das Indústrias

Os produtos capixabas ganham cada dia mais espaço no coração, nas prateleiras dos mercados e nos carrinhos de compras da população do Espírito Santo. Hoje, alimentos e bebidas produzidos no Estado podem usar a marca Produto 100% Capixaba, criado pela Federação das Indústrias do Espírito Santo (Findes). Para somar forças em um movimento de valorização do que é feito por aqui, as indústrias que tiverem essa certificação também serão Made in ES.

Dessa forma, as empresas que estão no programa da Findes receberão automaticamente o selo criado pela Rede Gazeta sem a necessidade de passar por uma nova avaliação. Bastará informar que o negócio já é do Produto 100% Capixaba.

A presidente da Findes, Cris Samorini, comenta que iniciativas assim são importantes. “Quando criamos o selo Produto 100% Capixaba pensamos justamente em fazer com que a nossa indústria fosse conhecida pela sua qualidade e origem, e que o consumidor pudesse olhar na prateleira e escolher comprar um produto capixaba. Quando você compra um produto do seu Estado, você está fazendo a economia girar, gerando mais

“O pedido do selo [Produto 100% Capixaba] é feito pela indústria ao sindicato representante do seu segmento. Em seguida, ele é levado à Câmara Setorial representante do setor, depois segue para o comitê”

Wellington Villaschi
Coordenador do projeto da Findes



emprego e renda para a população.”

O selo das indústrias foi lançado no início da pandemia da Covid-19, em 2020. “Naquele momento, precisávamos que o mercado capixaba consumisse produtos locais”, lembra o presidente da Câmara de Alimentos e Bebidas da Findes, Vladimir Rossi.

Segundo Rossi, a federação já tinha em mãos a rota estratégica da indústria agroalimentar e o planejamento do setor para. “Foi então que surgiu a ideia de criar um selo coletivo, que pudesse ser usado por várias indústrias e



Ilustração da Findes mostra a forma de uso do selo Produto 100% Capixaba



Eduarda Buaiz fala sobre a importância da valorização do produto 100% capixaba

FOTO: BUAIZ ALIMENTOS/DIVULGAÇÃO

que identificasse que aquele item foi produzido no Espírito Santo”, disse.

O coordenador-geral do Conselho Controlador do selo da indústria, Wellington Villaschi, explica que para usar a marca é preciso cumprir alguns requisitos, como: ser uma indústria, ser um bom empregador, estar com obrigações trabalhistas em dia, assim como as questões sanitárias (alvarás), e fazer autodeclaração de que a empresa se compromete a zelar pelo selo.

“O pedido é feito ao sindicato do segmento. Em seguida, é levado à Câmara Setorial do setor, depois segue para o comitê do selo, que avalia o pedido e decide se a empresa está apta ou não a ter o selo”, explica.

Além das indústrias de alimentos e bebidas, outros segmentos poderão ser Produto 100% Capixaba. O vice-presidente da Câmara de Alimentos e Bebidas da Findes, Bruno Giestas, co-

menta que a intenção é levar a marca para todas as indústrias daqui.

“Agora móveis, cosméticos, mármore, vestuário entre outros, poderão usar o nosso selo. O produto capixaba é muito valorizado em outros Estados e a nova geração é mais empreendedora e preocupada em enaltecer o seu Estado”, afirma.

Uma das empresas com o selo da Findes é a Buaiz Alimentos. Para a diretora-geral do grupo, Eduarda Buaiz, aderir ao selo “Produto 100% Capixaba” reforça o que a empresa tem como prática corporativa: priorizar fornecedores locais, gerando emprego e renda, e investir na qualidade. “O selo é mais uma forma de reconhecimento de empresas que são 100% capixabas, da qualidade do produto, das boas práticas de gestão, da padronização de produtos e da nossa busca permanente em fazer o melhor”.

“Agora, móveis, cosméticos, mármore e vestuário poderão usar o selo. O produto capixaba é muito valorizado e a nova geração é mais preocupada em enaltecer o Estado”

Bruno Giestas

Vice-presidente da Câmara de Alimentos e Bebidas da Findes



“Quando você compra um produto do seu Estado, você está fazendo a economia girar, gerando mais emprego e renda para aquela população”

Cris Samorini

Presidente da Findes



“Surgiu a ideia de criar um selo coletivo, que pudesse ser usado por várias indústrias do Estado e que identificasse que aquele item foi produzido no Espírito Santo”

Vladimir Rossi

Presidente da Câmara de Alimentos e Bebidas da Findes



Das terras capixabas brotam riquezas

Agronegócio absorve 33% da população economicamente ativa no Espírito Santo. Faturamento bruto nos estabelecimentos agropecuários do Estado é superior a R\$ 12 bi



A família Miranda Vieira cultiva cafés especiais no Caparaó. Já a Lamberti produz queijos na Região Serrana. O que as duas têm em comum? Muita coisa. Além de preparem alimentos tipicamente capixabas, são produtores familiares, que tiram do campo o sustento ao mesmo tempo em que fortalecem a economia do Estado.

O agronegócio do Espírito Santo é farto e, não apenas isso, prima também pela qualidade. Aqui são produzidos alguns dos melhores queijos do país, sem contar o famoso café, chocolate, vinho e a cachaça, já reconhecidos mundialmente.

Quando falamos apenas da porteira para dentro, ou seja, da atividade agrícola e da pecuária, a estimativa do Valor Bruto da Produção Agropecuária (VBP) de 2021 - que corresponde ao faturamento bruto nos estabelecimentos agropecuários - é superior a R\$ 12 bilhões, de acordo com a Companhia Nacional de Abastecimento (Conab).

Enquanto a agropecuária é apenas 3,8% do Produto Interno Bruto (PIB) estadual, o agronegócio vai além por

ter atividades nos setores primário, secundário e terciário. Ele chega a absorver 33% da população economicamente ativa e é responsável por 30% da geração de riquezas, sendo a atividade econômica mais importante em 80% dos municípios capixabas, tanto no campo quanto nas áreas de indústria de alimentos e de serviços.

Ao todo, 357.258 pessoas foram empregadas pela agropecuária capixaba, de acordo com o Censo Agro 2017, último realizado. De Norte a Sul do Estado, 108.014 estabelecimentos rurais ocupam uma área de 3.246.763 hectares, entre eles está o da família Lamberti, localizado em Matutina, no interior do município de Itarana, Região Serrana do ES.

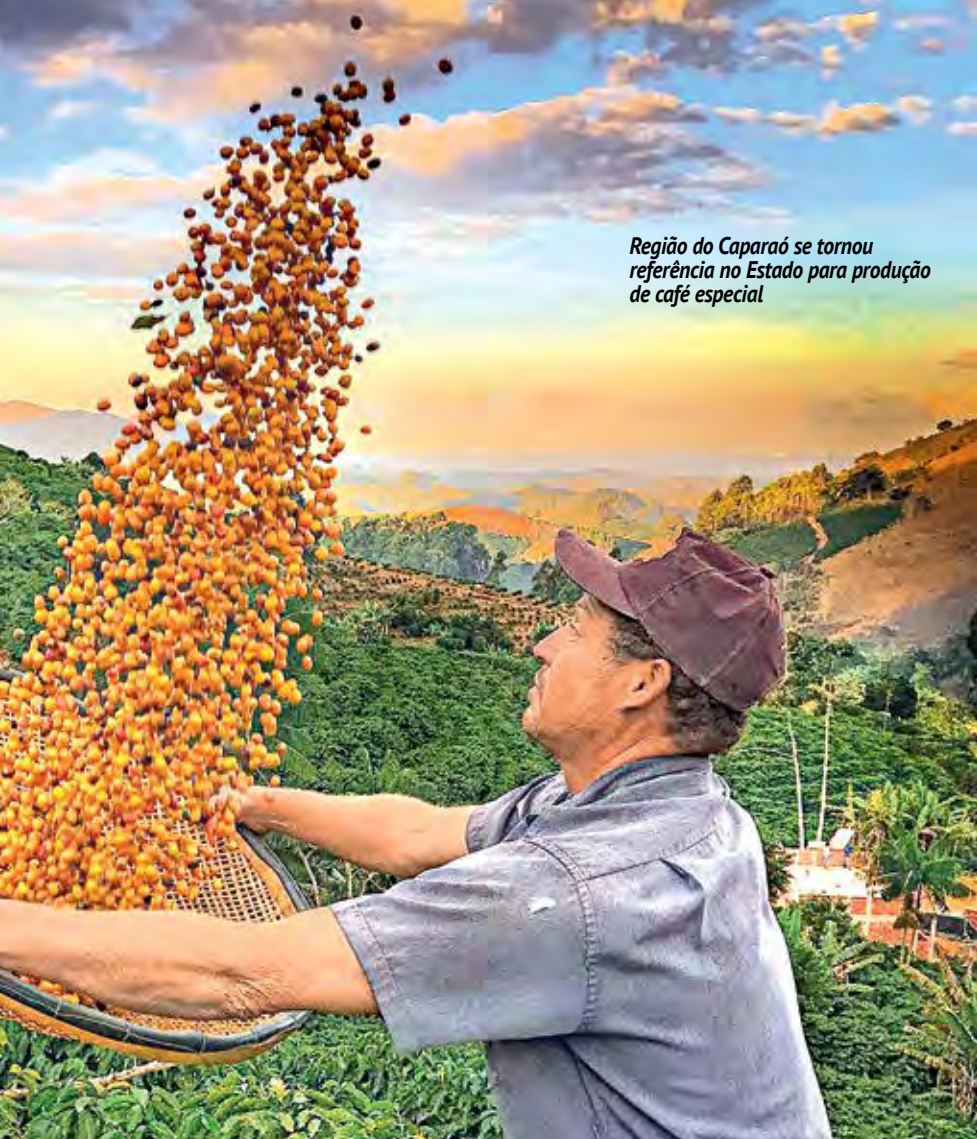
A ocupação dos Lamberti é a produção de queijos, desde a ordenha das vacas até a venda das peças. “O laticínio é registrado no nome do meu avô, Geraldo Lamberti. Meu pai, José Afonso, fica responsável pelo laticínio e meu tio Roberto pelo curral, com a ordenha das vacas. Eu ajudo no laticínio”, conta Mary Ellen Lamberti.

O empreendimento foi fundado há quase 60 anos pela avó de Mary Allen,

a “nona” Rosa Vitor Lamberti, mas a formalização só veio em 2013. “Hoje o queijo tipo minas é o nosso carro-chefe. Produzimos em média 150 kg/dia, com leite das vacas da propriedade mesmo. Comercializamos no município e em feiras”, detalha.

O número de agroindústrias vem crescendo ano após ano no Estado. Um levantamento do Instituto Capixaba de Pesquisa, Assistência Técnica e Extensão Rural (Incaper), de 2018/19, mostrou que havia 1,6 mil agroindústrias em funcionamento nesse período. Em 2014/15, eram 991 negócios.

Júlio Rocha, presidente da Federação da Agricultura do Espírito Santo (Faes), lembra que a agroindústria surgiu como alternativa para



Região do Caparaó se tornou referência no Estado para produção de café especial

CORDILHEIRA DO CAPARAÓ/DIVULGAÇÃO

Destaques capixabas

Café

O Espírito Santo é o maior produtor de café conilon, participando com mais de 75% da produção brasileira dessa espécie. No geral, é o segundo maior produtor de cafés do país e também é destaque nacional e internacional na produção de cafés especiais com o tipo arábica, cultivado nas montanhas capixabas e valorizado nas principais torrefadoras do mundo.

Fruticultura

O Estado é o maior exportador nacional de mamão papaya. Destacam-se também as culturas do abacaxi, maracujá, coco, goiaba e morango.

Ovos

A cidade de Santa Maria de Jetibá é a capital nacional de produção de ovos de galinha. O município produz mais de 361,3 milhões de dúzias por ano.

FONTES: Governo do Estado e Conab.

agregar valor à produção e gerar renda para as famílias.

Deneval Miranda Vieira e a esposa Rosa Helena Dutra Vieira cultivam café de qualidade na Fazenda Alegria, no Córrego Pouso Alto, Pequiá, localidade de Iúna, no Caparaó. O plantio vem desde o bisavô dele. Em um momento em que o café se tornava cada vez mais desvalorizado, o agricultor ouviu o termo café especial, soube do potencial de mercado e resolveu estudar o assunto. Decidiu mudar a produção e melhorar a qualidade dos grãos.

“Produzir café especial requer muito mais cuidado e carinho, em todas as etapas, do que o café comum. Em compensação, o retorno financeiro é maior. O nosso Café Cordilheiras do

Caparaó é torrado e degustado em torrefações, cafeterias e restaurantes da Europa como The Garden, Coffee Makers, Le Pre’sentoir e Santu Coffee (Edinburgh, Reino Unido), Cloudforest (Lille, França), Fife Elephant (Berlim, Alemanha)”, conta Deneval.

O coordenador de Agroindústria e Empreendedorismo Rural da Secretaria de Estado de Agricultura, Jackson Fernandes de Freitas, observa que o Espírito Santo tem uma produção agropecuária diversificada.

“Em todo o Estado há um forte cultivo do café e agora também o benefício dele. Estamos vendo muitas torrefações e cafeterias serem abertas principalmente na Região do Caparaó, com o arábica. Temos ainda espalhado

por todo o Estado a produção de panificados e massas”, comenta.

Jackson acrescenta: “Temos no Norte a produção de cacau e chocolate e também a de queijo. Deste, temos visto uma fabricação expressiva em João Neiva, Aracruz e Fundão.”

Jackson afirma ainda que, na Região Serrana, Santa Teresa se destaca pelas vitivinícolas que produzem sucos, vinhos e fermentados de jabuticaba. Já em Domingos Martins, Venda Nova do Imigrante e Santa Maria do Jetibá, predominam os queijos, embutidos (linguiças, salame e socol), antepastos e geleias. “Muitos desses produtos da Região Serrana do ES têm como referência os imigrantes pomeranos, alemães e italianos”, observa.

As cidades que mais vendem para os gringos

Entre os municípios que mais exportam estão Vitória, Serra, Aracruz, Vila Velha e Cachoeiro de Itapemirim. Em 2020, mais de US\$ 5 bilhões em mercadorias saíram do Estado para circular em todos os continentes

Com uma vocação natural para o comércio exterior, o Espírito Santo reúne cultivos e produtos com fama internacional. Apenas em 2020, mais de US\$ 5 bilhões em mercadorias saíram do Estado para circular por todos os continentes.

No ranking das cidades capixabas que mais exportam estão Vitória (US\$ 1,5 bi), Serra (US\$ 1 bi), Aracruz (US\$ 598,2 milhões), Vila Velha (US\$ 500 milhões) e Cachoeiro de Itapemirim (US\$ 211 milhões), segundo dados das Estatísticas de Comércio Exterior em Dados Abertos da Secretaria de Comércio Exterior (Secex/MDIC).

O economista e professor da UUV Wallace Millis explica que o Espírito Santo tem alto grau de maturidade e especialização em alguns setores, gerando sinergias dentro de suas cadeias produtivas. “Na indústria, os principais arranjos produtivos são petróleo e gás, metal-mecânica, rochas ornamentais, celulose e movelaria. Já no agronegócio, os destaques são o café e a fruticultura, além da avicultura e pecuária”, comenta.

A pauta de exportações capixaba é bastante concentrada nos arranjos citados pelo professor e sua composição em 2020 distribuiu-se, de acordo com a Secex/MDIC, da seguinte forma: minério de ferro e seus concentrados (22,5%); rochas ornamentais trabalhadas (13,70%); pasta química de madeira, celulose (11,55%); café em grãos ou outras formas brutas (11,22%); óleos



Grãos especiais de café capixaba conquistam espaço no mercado mundial

FOTO: ÁUREA CAFÉ/DIVULGAÇÃO

brutos de petróleo (11,05%); produtos semimanufaturados de ferro e aço não ligado (7,25%); produtos laminados planos de ferro e aço não ligado (4,12%); tubos flexíveis de metais (3,25%); produtos semimanufaturados de ligas de aço (2,78%); pimentas (1,89%) e demais itens (10,57%).

O secretário de Estado de Inovação e Desenvolvimento, Tyago Hoffmann, ressalta o papel dos portos capixabas na exportação. “Pelos portos da Companhia de Docas do Espírito Santo (Codesa), que estão em Vitória e Vila Velha, escoam boa parte dos produtos capixabas. Fora isso, ainda contamos com o sistema portuário da Vale e da

ArcelorMittal Tubarão, especializados em minério e aço”, elenca.

O secretário acrescenta que o minério de ferro trabalhado em Anchieta é escoado por meio do Porto de Ubu, localizado na planta da Samarco. No Norte capixaba, há ainda a produção de celulose, feita pela Suzano, que tem o maior porto do mundo nesse segmento, Portocel. O Sul do Estado se destaca no cultivo de café e beneficiamento de rochas ornamentais. “Frutas, rochas e cafés saem do Estado, normalmente, por Vitória. Mas ainda temos alguns gargalos. O que não é exportado pelo porto precisa ser enviado de avião para o Rio de Janeiro”, destaca.

Prepare-se!

Vem aí o maior empreendimento imobiliário de todos os tempos no Espírito Santo.

Em novembro, reserve todo seu tempo para se encantar e viver isso.



Onde são produzidas e por onde são exportadas as mercadorias



Produção

-  Aço e minério de ferro
-  Café conilon
-  Celulose
-  Frutas, principalmente café
-  Gengibre
-  Minério de ferro
-  Pimenta-do-reino ou pimenta-rosa
-  Rochas ornamentais
-  Tecnologias e ideias
-  Vestuário e acessórios

Regiões

-  Grande Vitória
-  Norte
-  Serrana
-  Sul



Porto de Exportação

-  Codesa (Portos de Vitória e Vila Velha)
-  Portocel
-  Porto de Ubu
-  Porto de Tubarão

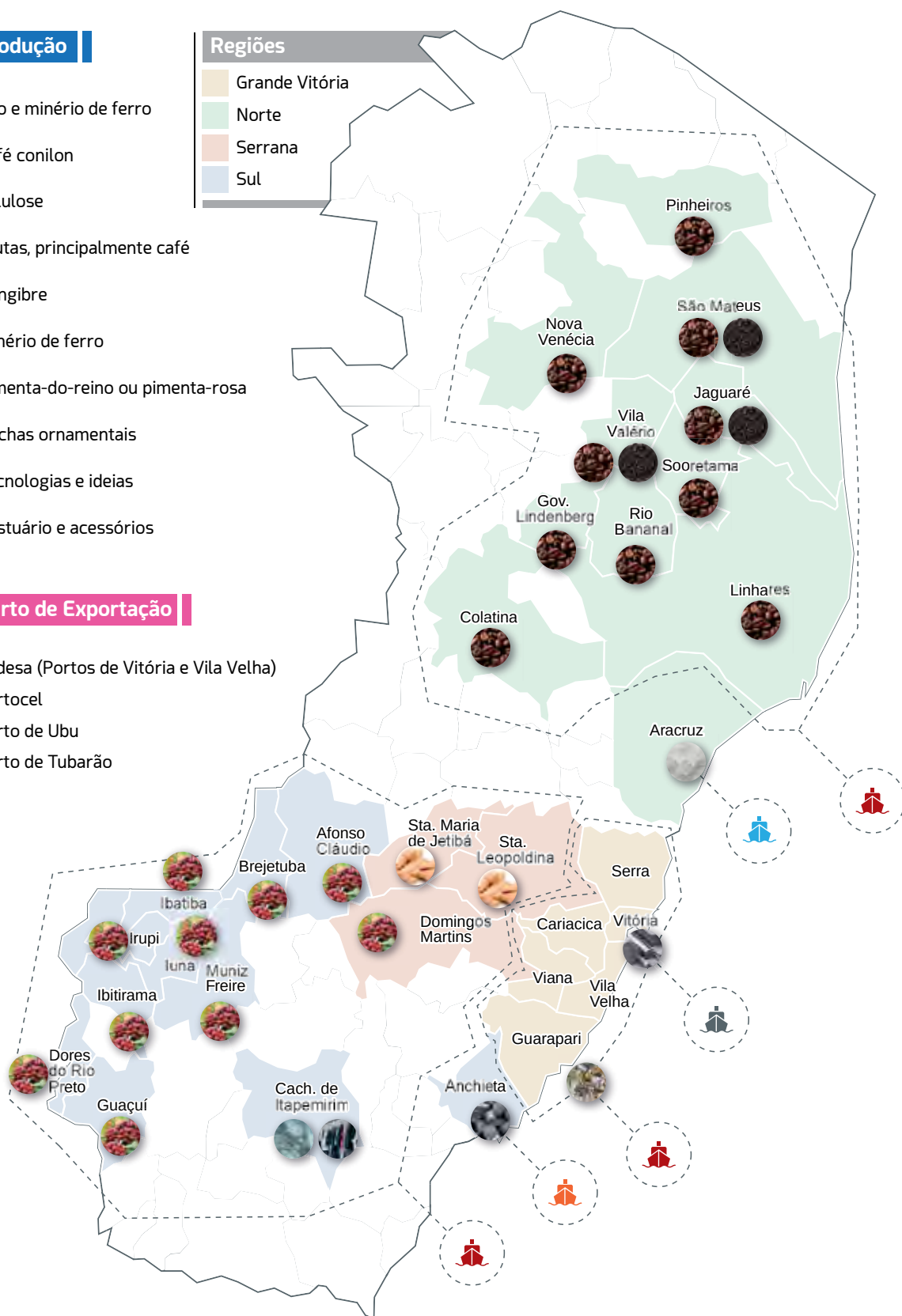




FOTO: VITOR JUBINI

As marcas capixabas que conquistam o mundo

Com vocação para comércio exterior, muitas mercadorias produzidas no Estado rompem divisas e fronteiras, conquistando todos os cantos do planeta

O Espírito Santo é reconhecidamente um Estado exportador. Com forte abertura ao comércio exterior, as relações de compra e venda com outros países representam 40% do PIB estadual, segundo dados do Instituto Jones dos Santos Neves (IJSN) relativos a 2020. Em comparação, no Brasil, este percentual é de 20%.

Apesar de ter sofrido com a crise, essa parte importante da nossa economia mostra sinais de recuperação. O comércio exterior capixaba iniciou o ano de 2021 com crescimento de 13,61% no primeiro trimestre, comparado ao mesmo trimestre do ano

passado, e 19,83% frente ao trimestre imediatamente anterior. Em termos absolutos, as exportações capixabas cresceram US\$ 532,4 milhões entre o último trimestre de 2020 e o primeiro trimestre deste ano.

Nessa dinâmica, se destacam principalmente as commodities, ou seja, as matérias-primas, como o minério de ferro, a celulose, o café, o petróleo e as rochas ornamentais. Juntos, esses itens correspondem a 70% da pauta de exportação do Estado.

Contudo, há muitos outros produtos “Made in ES” que viajam longas distâncias e são consumidos mundo afora. A carne do boi abatido em

Colatina alimenta famílias no Oriente Médio. As pias esculpidas em granito na Serra embelezam cozinhas nos Estados Unidos. Mesas de jantar feitas em Linhares estão em casas das Filipinas. Já as embalagens plásticas também produzidas na Serra podem ser encontradas em mercados da Argentina.

Tratam-se de produtos manufaturados ou de consumo que, embora não representem atualmente uma parte importante da nossa pauta exportadora, têm alto valor agregado e mostram que as indústrias do Estado têm expertise e tecnologia para atender qualquer mercado.

Conheça os produtos que se destacam

FOTOS: FERNADO MADEIRA

DESDE A DÉCADA DE 70

O Espírito Santo tem atuado na produção de carnes bovina, de frango, de porco e de outros animais. Mas é o setor bovino que mais tem aberto espaço no mercado internacional. Alguns frigoríficos do Estado já vendem há mais de 40 anos para fora do país. Metade da produção tem como destino outras nações. O início das exportações de carne congelada feitas por empresas do Estado foi na década de 1970. Atualmente, o público-alvo são os supermercados da Europa, da América Latina, da China, dos Estados Unidos e até do Oriente Médio, que, por questões culturais, exige um abate diferenciado do animal.



Frigoríficos no Estado já conseguem alcançar mercados em todo o mundo

BLOCOS, PISOS, PIAS E ATÉ ESCULTURAS

Outro produto que tem a “cara” do Espírito Santo são as rochas ornamentais, que passam por um boom de exportações em 2021 com crescimento de 43% no primeiro semestre deste ano em relação ao mesmo período do ano passado.

Embora a maior parte do material que sai do Estado atualmente seja composta de blocos e placas, que são usados em outros países como matéria-prima para outros produtos, cada vez mais as empresas do Estado têm investido em um maior grau de beneficiamento da pedra.

“Tivemos a fase dos blocos na década de 80 e 90. Passamos por uma industrialização em que começamos a produzir mais chapas polidas. O próximo passo é produzir peças acabadas. Contudo, isso demanda melhora no parque fabril, expertise de fazer negociações internacionais. Já temos empresas que estão despontando nisso, mas, como um todo, o setor precisa subir a régua”, avalia o gestor de projetos do Centro Brasileiro dos Exportadores de Rochas (Centrorochas), Rogério Ribeiro. Uma dessas empresas é o Grupo Corcovado Brasigran, que fica na Serra. Com 45 anos no

FOTOS: DIVULGAÇÃO/BRASIGRAN/DIEGO MORALES



Bancada em granito com pia esculpida conta com tecnologia para cortes das peças em 3D

mercado de rochas, há seis anos investiu em um maquinário que consegue fazer cortes em 3D. Agora, a empresa exporta também revestimentos, pisos cortados e bancadas, além de objetos ainda mais complexos. “Há pouco tempo a gente criou o braço na empresa para objetos, como cubas esculpidas e esculturas. Já exportamos

alguma coisa para os Estados Unidos, mas vamos exportar ainda mais. Quando se tem toda a produção dentro de uma empresa só torna a negociação mais fácil e mais viável. E aí você consegue entregar produtos que até então só eram feitos pelos asiáticos, ou pelos italianos”, conta uma das diretoras da empresa, Renata Malenza.

O principal ativo do Espírito Santo é o nosso
povo que nunca para de sonhar.



Mais do que ter 27 lojas, nosso orgulho é
estar sempre perto dos clientes.

O que nos move é saber que sonhos são
realizados todos os dias - seja fornecendo
materiais para levantar grandes edifícios ou
levando os produtos para finalizar uma tão
sonhada cozinha. Fornecer as melhores
condições para reformar um ambiente é
também concretizar desejos.

Temos tudo que o capixaba precisa para
continuar construindo seus sonhos.



**REDE
CONSTRUIR**



redeconstruir_es



redeconstruires

EMBALAGENS PLÁSTICAS NA AMÉRICA LATINA

Outra companhia tradicional e que se aventurou recentemente fora das fronteiras brasileiras é a Fibrasa, que produz embalagens plásticas para alimentos, como potes de manteiga, iogurte, garrafas de água, entre outros. Há sete anos a empresa iniciou a venda dos produtos para a Bolívia. Percebendo que os países vizinhos ao Brasil não tinham empresas que ofereciam esses produtos, notou uma possibilidade de crescimento das vendas. "Então avançamos para o Paraguai, Uruguai e Argentina. A gente vem crescendo ano a ano nossas exportações e hoje temos carteira que gira em torno de 5% a 7% do faturamento em exportações", aponta o diretor comercial da empresa, Marino Escudero. Com uma fábrica na Serra e outra em Pernambuco, a Fibrasa também vende os produtos para praticamente todos os Estados brasileiros. Os planos são de expansão na América Latina para países como Colômbia, Peru e Venezuela.



*Linha de produção
de plásticos atende ao exterior*

FOTO: DIVULGAÇÃO/VALE

Espírito Santo abastece mercado global com pelotas de minério

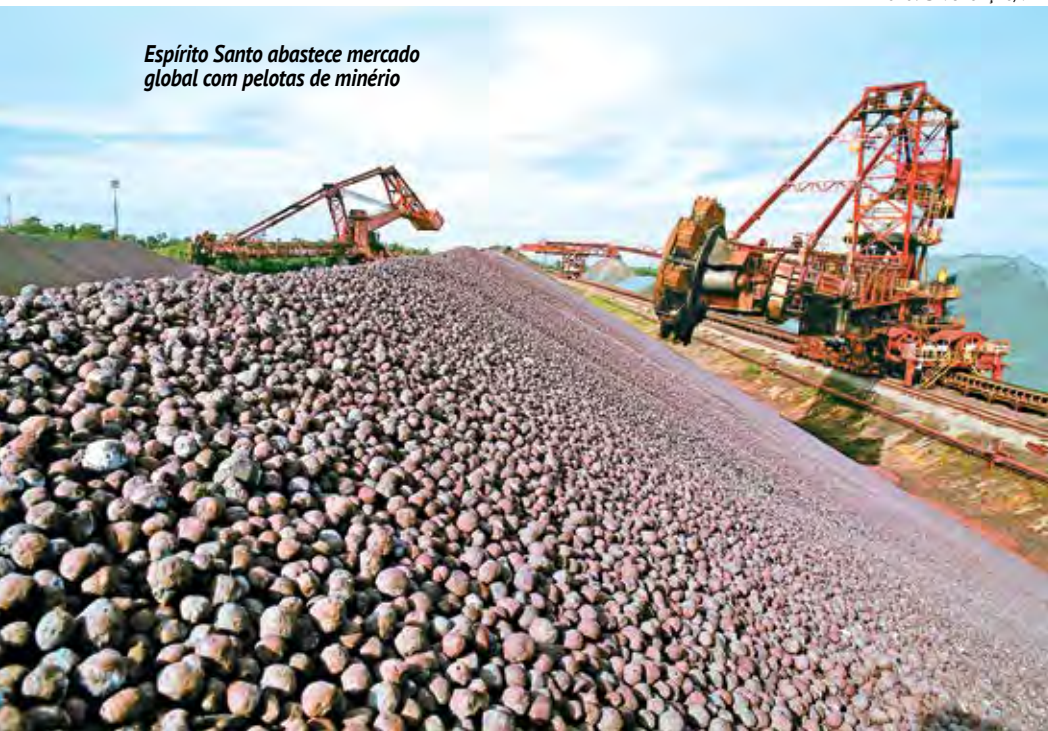


FOTO: RICARDO MEDEIROS

TERRA DO PETRÓLEO, DA CELULOSE E DO SEGMENTO SIDERÚRGICO

O Espírito Santo também se destaca por ser um dos grandes produtores de commodities do país. Dentre as matérias-primas exportadas pelo Estado estão as pelotas de minério de ferro, o aço e a celulose, que tiveram grande valorização no mercado global nos últimos meses, beneficiando as indústrias capixabas. Também entram nesta lista produtos como café, petróleo e rochas ornamentais, que têm alta demanda mundo afora. Juntas, as commodities chegam a corresponder a mais de dois terços das exportações capixabas.

A MELHOR COMPRA ESTÁ AQUI!



*A maior variedade de móveis do
Estado com pronta entrega.*

VILA VELHA

Santa Mônica: 99262-3712

VITÓRIA

Goiabeiras: 99807-4554

SERRA

Laranjeiras: 99274-6810

GUARAPARI (Aeroporto)

Praia do Morro: 99891-7158

EXPEDITO GARCIA

Campo Grande: 99824-1073



Acompanhe nossas
redes sociais

VilaBella

www.vilabellamoveis.com.br

Joias da natureza produzidas no ES são sucesso mundial

Estado é o maior produtor e exportador de rochas ornamentais. Mármore e granito são vendidos principalmente para EUA, Itália e China

Acompanhando o movimento de recuperação econômica do país, o Espírito Santo manteve a liderança como maior produtor e exportador de rochas ornamentais do Brasil, concentrando, somente em agosto de 2021, um percentual de 84,7% do valor das vendas para o exterior, conforme informações do Sindicato da Indústria de Rochas Ornamentais, Cal e Calcários do Estado (Sindirochas).

Nos oito primeiros meses deste ano, o Espírito Santo registrou alta de 39,84% no setor, comparado com o mesmo período de 2020. O principal destino das rochas capixabas são os Estados Unidos, responsável por 75% das exportações realizadas. Em seguida, estão os mercados da China e Itália.

Entre esses países, o mercado americano consome prioritariamente rochas manufaturas (chapas), enquanto no mercado chinês e italiano as rochas brutas (blocos) são as mais procuradas. O setor espera crescer 4,2% em 2021 em relação ao ano passado, segundo projeções do convênio setorial It's Natural – Brazilian Natural Stone, firmado entre o Centro Brasileiro dos Exportadores de Rochas Ornamentais (Centrorochas) e a Agência

4,2%

É o crescimento do setor de rochas esperado para neste ano em comparação com 2020

Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil).

Com uma das maiores reservas de mármore e granito do País e enorme variedade de cores, o Espírito Santo possui um parque industrial com cerca 1.600 empresas, que atuam desde a extração e a produção das rochas ornamentais até a sua exportação e que geram mais de 25 mil empregos diretos nos 78 municípios do Estado. O setor capixaba é responsável por mais da metade dos teares instalados no país, e toda a cadeia produtiva corresponde a 10% do Produto Interno Bruto (PIB) estadual, de acordo com o Sindirochas.

Uma das empresas que fazem parte dessa cadeia produtiva, com seu parque industrial instalado no município de Cachoeiro do Itapemirim, a Decolores investe na especialização da produção

e comercialização de quartzitos. “Esses tipos de rochas têm uma produção mais complexa, desde a extração até seu desdobramento e polimento. São rochas que requerem um grau de cuidado e conhecimento maior, além de equipamento de ponta e mão de obra especializada”, explica o diretor da Decolores, Gustavo Probst.

O empresário destaca que o Espírito Santo é o maior produtor e beneficiador de rochas naturais do Brasil devido a fatores como o longo histórico de experiência capixaba no setor e o preparo qualificado da mão de obra. “Nenhum Estado tem uma mão de obra tão qualificada como nosso. Nenhum Estado tem um parque industrial com a capacidade e modernidade do nosso. Isso sem falar da nossa localização geográfica, que facilita tanto a exportação quanto a dis-





ES é rico em jazidas de rochas ornamentais e tem variedades de pedras de mármore e granito

FOTOS: SIUMARA GONÇALVES

tribuição das pedras naturais para nosso mercado interno”.

Verdadeiras joias raras da natureza, formadas pela combinação de diversos minerais em sua composição durante bilhões de anos, as rochas ornamentais são consideradas nobres e muito valorizadas por suas características singulares. As mais utilizadas são o mármore, o granito e o quartzito, em função da sua resistência, beleza, versatilidade e grande variedade de cores e desenhos. Mas há também amplo uso do basalto e da ardósia.

Além de funcionarem como matéria-prima para obras de arte, as rochas ornamentais são amplamente utilizadas na construção civil, arquitetura e decoração. Em qualquer ambiente, essas joias da natureza podem compor variados projetos arquitetônicos. A enge-

“Nenhum Estado tem uma mão de obra tão qualificada como o nosso. Nenhum Estado tem um parque industrial com a capacidade e modernidade do nosso”

Gustavo Probst
Empresário do setor de rochas

nharia civil e designer Elisângela Nobre avalia que sua principal vantagem é a durabilidade. “Por serem resistentes e de fácil manutenção, são comuns tanto na construção civil quanto em projetos de decoração. Porém, como todo mate-

rial, deve-se atentar para a forma como está sendo utilizada para que não ocorra o desgaste precoce”.

Elisângela explica que o granito, por ser um dos materiais mais resistentes entre as rochas, é apropriado para fachadas, escadas, pisos e bancadas, principalmente em cozinha e áreas que recebem muita água, peitoris, rodapés e soleiras. Já o mármore é um tipo de rocha que chama a atenção na decoração por sua beleza, mas há restrições no seu uso.

“O mármore também pode ser usado em bancadas, quando não for área molhada, e ainda pisos, escadas de baixo tráfego, soleiras e peitoris, sem exposição às intempéries. Há uma grande tendência em uso para painéis de TV. Mas não deve ser aplicado na cozinha, piso de box e áreas externas, pois o mármore possui alto grau de porosidade”, esclarece.

Flores em papel produzidas por Maria Elza Wentz foram usadas em cena de novela da Globo

FOTOS: ACERVO PESSOAL



Artesanato rompe fronteiras

O talento de artesãos do Espírito Santo conquista fãs em outros países, gera trabalho e renda, além de divulgar a cultura capixaba para outros cantos do mundo



Escamas de peixe viram arte pelas mãos de Gláucia Mirandola e enfeitam ambientes

FOTOS: ACERVO PESSOAL

Se tamanho não é documento, ele também não determina o carimbo no passaporte. Seja no país vizinho ou do outro lado do mundo; transportado na mala pelas mãos dos amigos, parentes ou clientes, ou em contêineres; uma coisa é certa: o artesanato capixaba está indo longe. A beleza das obras produzidas pelas mãos hábeis de artistas enchem de orgulho o Estado que é pequeno em extensão, mas grande em talentos.

No Espírito Santo, mais de 15 mil artesãos usam diferentes materiais para contar a história do Estado e celebrar a diversidade e a beleza de sua cultura. Entre eles está Maria Elza Wentz. Para ela, atravessar oceanos com o seu trabalho é a realização de um sonho e também uma oportunidade. “Eu sempre pensava que gostaria de ver minhas peças em outros países. Esse era um desejo meu. Hoje, consegui realizar e quero ir ainda mais longe.”

A artesã, que trabalha com flores em papel, lembra do início e da primeira experiência com a exportação: “Tudo começou com minhas amigas e meus familiares que moram em outros países - França, Irlanda, Portugal, Itália, Inglaterra e Alemanha. Eu sempre vendia para eles, então um dia, um cliente do exterior quis adquirir as minhas peças. A primeira vez em que realmente exportei foi para uma cidade de Paris. O local só trabalhava com produtos feitos com papel.”

A loja francesa comprou uma quantidade que permitiu a exportação. “Consegui mandar mais duas vezes para a mesma loja, antes da pandemia.

Casacas são produzidas artesanalmente por Mestre Domingos do Congo



FOTOS: ACERVO PESSOAL



MBO CARGO

Especializada em transporte e logística de diferentes tipos de produtos e segmentos. Atendendo com segurança e qualidade a necessidade de cada cliente, com eficiência e dentro do prazo. Entregamos e coletamos em todo o Espírito Santo, todo o Brasil e também o Exterior, importação e exportação.



Frota



*Despacho
aduaneiro*



*Serviços de
comércio exterior*

 (27) 3089-7111

 contato@mbocargo.com.br

MBO
CARGO
LOGÍSTICA

Cheguei a exportar para Itália e agora estou em negociação com duas lojas dos Estados Unidos para produzir flores para porta-guardanapos. Também estou criando uma coleção de acessórios femininos, brincos e colares, que pretendo exportar”, explica.

Maria Elza lembra que a oportunidade surgiu quando foi convidada a fazer flores para a novela A Força do Querer, da Globo. Escrita por Glória Perez, o folhetim foi ao ar em 2017. Na cena do casamento da Ritinha (Isis Valverde) e Zeca (Marco Pigossi), as flores brancas usadas no buquê da noiva foram feitas pela artesã capixaba.

Já a Gláucia da Silva Mirandola, 68 anos, faz flores de escamas de peixe. Desde criança aprendeu com a Dona Lúcia, no Sesc do Parque Moscoso, que dava aulas na Capital do Estado, a fazer artesanatos. Com o passar dos

anos, o talento e o amor pela produção foram crescendo.

“A Dona Lúcia dizia que eu iria longe, teria futuro. Nós nem tínhamos informação de que o artesanato poderia ser vendável, mas hoje vejo como é. Eu sobrevivivo com ele. O que produzia virou a fonte de renda da família e assim será pelas próximas gerações”, projeta.

Como participa de muitas feiras expondo suas flores e outros objetos de conchas, Gláucia acaba conhecendo pessoas de todo o mundo. “Elas se interessam pelo que eu produzo e querem levar para seus países”, comenta.

Essa interação gera oportunidades e, é claro, vendas. O que é comercializado aqui no Brasil acaba sendo levado para o exterior. “Já mandei para o Japão, Itália e Estados Unidos. As pessoas compram, e eu envio para elas lá, ou compram aqui e levam meus produtos. Os estran-

geiros gostam muito da nossa arte.”

No caso do Domingos Teixeira Marques, 63 anos, não foi só o artesanato dele que chegou a outros continentes, mas também a cultura capixaba. Mais conhecido como Mestre Domingos do Congo, ele fabrica instrumentos musicais muito especiais e tradicionais. Entre eles estão a casaca, o tambor e a cuíca.

“Não levo só o instrumento, mas o toque, a dança, toda a cultura do congo, do jongo e caxambu, seja para o município vizinho ou para outros países. Meus instrumentos vão até para o Japão, mas a África é o principal cliente”, afirma.

Neste momento, ele está produzindo alguns instrumentos que terão como destino Dubai, nos Emirados Árabes Unidos. Serão enviados dois tambores grandes, duas casacas e uma cuíca para que a orquestra de uma empresa que atua no Espírito Santo faça uma apresentação por lá.

Passo a passo para exportar

Registro de artesão

Dos mais de 15 mil artesãos que o Espírito Santo tem, cerca de 9 mil são registrados no Cadastro Nacional de Artesãos e podem participar do Programa de Artesanato Brasileiro (PAB). “Para exportar é preciso ter o cadastro de artesão. Apenas dessa forma, o produto será caracterizado como artesanal”, explica o diretor-presidente da Agência de Desenvolvimento das Micro e Pequenas Empresas e do Empreendedorismo (Aderes) do governo do Estado, Alberto Farias Gavini Filho.

Órgãos certificadores

Além do registro de artesão também é preciso registrar a empresa nos órgãos anuentes, os sistemas de Comércio Exterior do Brasil: Radar (Ambiente de Registro e Rastreamento da Atuação dos

Intervenientes Aduaneiros), Siscomex (Sistema Integrado de Comércio Exterior) e REI (Registro de Exportadores e Importadores).

Documentos

Para realizar os trâmites aduaneiros, também é necessário que o exportador reúna uma série de documentos. Entre eles estão: cadastro como exportadora no Radar/Siscomex; registro de intenção de compra por parte do importador; contrato de câmbio e documentos do contrato de exportação.

Análise de viabilidade de exportação

Esse estudo consiste em um levantamento financeiro para atestar se a operação será realmente vantajosa e lucrativa para a empresa.

Cuidados com o produto

Uma parte muito importante do processo de exportação são os cuidados que devem ser tidos com o produto. Por isso é necessário ficar atento às embalagens e identidade visual delas. Se for um produto que pode quebrar ou amassar facilmente, os cuidados têm que ser redobrados.

Incentivo e mentoria

Para incentivar a exportação de pequenos negócios, o governo federal tem um programa chamado Peiex (Programa de Qualificação para Exportação), oferecido pela Apex-Brasil, para que as empresas brasileiras deem início ao processo de exportação. Nele as empresas recebem treinamento e mentoria, durante um ano, para realizar um plano de exportação.

Fontes: Aderes e Apex-Brasil

SELECIONADA PARA CONQUISTAR *elogios*

Na hora de mostrar suas habilidades na cozinha, lembre-se que as expectativas são altas. Por isso, sirva sempre a melhor carne. Trazemos o que há de mais selecionado e de melhor procedência para você agradar até os paladares mais exigentes.

Leve mais sabor. **Leve Frilara.**



FRILARA

CARNES, CORTES E EXPERIÊNCIAS





Produtores do Espírito Santo se especializaram no cultivo de cafés especiais

Exportador de produtos a ideias

Empresas capixabas investem em diferenciais para conquistar clientes no competitivo mercado internacional e oferecem desde produtos selecionados a soluções

Os cafés do Espírito Santo estão sempre na lista dos melhores do mundo. A variedade arábica tem tecnologia desenvolvida por uma rede de instituições que envolve o Incaper (Instituto Capixaba de Pesquisa, Assistência Técnica e Extensão Rural), a Ufes (Universidade Federal do Espírito Santo) e o setor produtivo, garantindo, assim, qualidade de excelência internacional.

Jaqueline Rocha Giori, 33, e o sócio, Eduardo Vettorazzi Tozi, 39, são donos de uma empresa de exportação de café, a Áurea Cafés. O negócio é parte de um projeto para valorizar a tradição da fa-

mília de origem italiana, que chegou na região do Vale do Caxixe Quente, no interior de Castelo, em 1880. Desde então, eles trabalham com a cafeicultura.

“A família sempre vendeu a produção para outras empresas processarem e comercializarem o produto final. No início da década de 2000 passamos a focar na produção de cafés especiais e, em 2014, começamos a montar a empresa para beneficiar o café produzido no Sítio Floresta, que pertence à família”, conta Jaqueline.

A empresa já foi criada pensando em exportar cafés verde e torrado. Em 2016, foi feita a primeira venda para o

exterior. “Já enviamos café para Chile, Reino Unido, Escócia e Austrália. Para nós, essa experiência de exportação está sendo bastante enriquecedora e inovadora. Se adaptar a cada mercado comprador é realmente desafiador. Temos a qualidade, mas precisamos lapidá-la para cada mercado que queremos atingir”, diz a empresária.

Mas não são só os produtos do Espírito Santo que têm ganhado o mundo, ideias e soluções tecnológicas inovadoras capixabas também conquistaram clientes estrangeiros. O exemplo vem do município da Serra, onde está instalada uma metalúrgica especializada em criar máquinas e equipamentos sob encomenda para solucionar gargalos dos setores de rochas ornamentais e siderúrgico desde 1987.

A diretora-administrativa e sócia da Rosh, Jacqueline Donatelli Simões, lembra que começou a exportar durante a pandemia da Covid-19, após passar por um momento de dificuldade.

“Foi quase que no susto. Durante a pandemia ficamos fechados por quase seis meses. O nosso produto é um bem de capital e as empresas tendem a adquirir máquinas quando vão ampliar. Mas, durante a pandemia, houve uma retração do consumo de bens de capital. A gente praticamente paralisou nosso trabalho”, complementa.

Mas de repente, tudo mudou. “Por incrível que pareça foi nesse período que fomos procurados por uma empresa argentina. Ela queria saber mais sobre a nossa linha de resinação para chapas de granito. Montamos uma solução para ela e iniciamos o processo de exportação”, lembra”, complementa.

A empresa já havia exportado antes, porém produtos menores, para Estados Unidos, Austrália e Portugal. “Hoje as máquinas em linha são voltadas para rochas ornamentais e siderurgia. Nosso mercado é basicamente capixaba, mas começamos a exportar e gostamos da experiência”, salienta Jacqueline.

HZ

O novo site de entretenimento de A Gazeta



Aponte a câmera para
o QR Code ou acesse:

agazeta.com.br/hz

A Gazeta[©]



Após forte retração em 2020, segmentos do varejo, como de vestuário, têm conseguido se recuperar e contribuído para retomada da economia Foto:Ricardo Medeiros

Comércio e serviços retomam potencial para crescer

Atividades desenvolvidas pelos setores representam quase 64% do PIB do Espírito Santo. Até agosto, o varejo capixaba apresentou avanço de 9,8%. Já os serviços voltados para as famílias tiveram alta de 21,7%

Estabelecendo o elo entre quem faz e quem compra os produtos capixabas, está o setor de comércio e serviços. Segundo o Instituto Jones dos Santos Neves (IJSN), as atividades desenvolvidas pelos segmentos representam quase 64% do PIB do Espírito Santo. Com estabelecimentos de uma portinha a superlojas, o varejo é o segmento com maior número de vendas e de empregos gerados.

Dados revelam que mesmo com a pandemia da Covid-19, os dois setores têm conseguido reagir e apontado avanço. No ano, o comércio apresentou alta de 9,8% nas vendas (entre

janeiro e agosto). Já o volume de operações no setor de serviços no mesmo período cresceu 10,3%.

No varejo, o aquecimento pode ser visto na venda de materiais de escritório e informática (49,6%), de tecidos, vestuário e calçados (42,4%) e artigos de uso pessoal e doméstico (40,8%) enquanto os itens alimentícios tiveram as vendas freadas, mantendo-se com estabilidade (0,5% no ano) por causa da pressão inflacionária.

Já no setor de serviços, as atividades voltadas para famílias (21,7%) e de logística (13,7%) têm alcançado mais espaço depois de sofrerem certo re-

vés no início do ano com a suspensão de parte dos negócios por conta das medidas de isolamento social.

O superintendente da Câmara de Dirigentes Lojistas de Vitória (CDL Vitória), Wagner Júnior Corrêa, destaca o papel dos pequenos negócios no desenvolvimento do Estado: “O comércio vem se apresentando como uma ferramenta importante de geração de emprego. E não são só as grandes redes. A figura do MEI (Microempreendedor Individual) se apresenta como estratégica e fundamental. Mais de 89% da nossa base de associados são micro e pequenas empresas”.

Viver na Praia da Costa é divino.

Não é à toa que as torres do Mares da Costa receberam nomes de arcanjos.

SÃO GABRIEL

Área privativa: 253m²

4 quartos com 4 suítes

A partir de 3 vagas de garagem

SÃO RAFAEL

Área privativa:
110,44 a 112,14m²

4 quartos com 3 suítes

Até 3 vagas de garagem

SÃO MIGUEL

Área privativa
a partir de 112m²

4 quartos com 2 suítes

Até 3 vagas de garagem

Há 16 anos a Javé Construtora tem consolidado no mercado capixaba uma história de qualidade em empreendimentos de alto padrão, construídos nas localizações mais desejadas do Espírito Santo. Assim, apresentamos o Residencial Mares da Costa, onde você vai viver toda a exclusividade da quadra do mar da Praia da Costa, com a comodidade que precisa para desfrutar o que há de melhor em Vila Velha.

Residencial
Mares
da Costa

JAVÉ[®]
Construções e Incorporações
Incomparável.

javeconstrutora.com.br | 27 3077 1414

f i t /javeconstrutora



Crise trouxe impacto para os setores de serviços. Alguns tiveram que fechar as portas, como os salões de beleza, devido à pandemia do coronavírus Fotos: Carlos Alberto Silva

Atualmente, mais de 1.200 empresas estão filiadas à CDL Vitória. “A grande força está em viabilizar ferramentas para crescimento delas - estar lado a lado, ajudando na transformação digital, na presença na internet. A pandemia, de fato, acelerou a necessidade de a cultura digital se virar para esse segmento”, complementa.

Além dos ramos em que o Espírito Santo já é referência, como o alimento, vestuário e calçados, material de construção, móveis e supermercados, outros despontam.

O economista Ricardo Paixão observa que dentre os serviços ofertados, o delivery foi muito impulsionado nos últimos anos no Estado, principalmente com a pandemia da Covid-19: “Esse segmento contempla uma parcela bem heterogênea de consumidores. É uma prestação de serviços importante, que liga uma cadeia muito ampla de produção. O processo, que já era uma necessidade das empresas, avançou ainda mais na pandemia, durante o isolamento social”.

Outro setor que também apresenta perspectivas de crescimento é o turis-

“O comércio vem se apresentando como uma ferramenta importante de geração de emprego. E não são só as grandes redes. A figura do MEI se apresenta como estratégica e fundamental”

Wagner Júnior Corrêa
Superintendente da
Câmara de Dirigentes
Lojistas de Vitória



mo capixaba, que tem mais de 130 mil pessoas ocupadas no Estado. “A diversidade de pontos turísticos e a capacidade de oferecer praia e montanha em uma curta distância são diferenciais. O turismo é a grande vocação do Espírito Santo, que acaba movimentando o comércio dessas cidades”, pontua o economista Eduardo Araújo. Para 2022, com a pandemia da

Covid-19 cada vez mais controlada, a expectativa é de se ter grandes resultados para o setor de comércio e serviços no Estado. Mas para que isso de fato aconteça, as lideranças do segmento apontam que é necessário avançar, cada vez mais, na vacinação contra o coronavírus.

“Todas as pesquisas apresentam um otimismo. Há uma clareza para nós de que a melhoria do setor está ligada com o avanço da vacinação. Defendemos a política de que a vacinação não pode parar, é indispensável. A área de comércio e serviços é afetada pela pandemia não só pelo fechamento de lojas, mas também com a limitação de eventos sociais, por exemplo. Há uma paralisação econômica reflexa”, reforça o superintendente da CDL Vitória.

O presidente da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado (Fecomércio-ES), José Lino Sepulcri, concorda. “A retomada de um crescimento sustentável do setor passa pela vacinação e pela manutenção das atividades abertas”, ressalta Sepulcri.

VAMOS REVELAR O PRINCIPAL INGREDIENTE DOS NOSSOS PRODUTOS:

Respeito aos Capixabas.

Temos orgulho de ser uma empresa do nosso Estado e de podermos levar à mesa dos capixabas os mais diversos produtos de carne suína. Além do sabor, a qualidade é uma de nossas marcas. Por isso a Saboratta é a única empresa local que possui o selo SISBI (Sistema Brasileiro de Inspeção de Animais), que garante a procedência da matéria-prima e permite que nossos produtos sejam comercializados em todo o território nacional. Respeito, isso é que o une a Saboratta aos capixabas.



Saboratta

Festa da Polenta
movimenta o turismo
na Região Serrana do
Espírito Santo



FOTO: SETUR-ES/DIVULGAÇÃO

Criatividade se transforma em estratégia para ganhar dinheiro

Mais de 151 mil pessoas trabalham com atividades criativas no Espírito Santo, o que representa 8,2% do total de pessoas ocupadas nos mercados formal e informal

No Espírito Santo, o que não falta é gente inteligente, que transforma criatividade em dinheiro. A economia criativa cada vez mais vem se mostrando uma porta de entrada de oportunidades para muitos trabalhadores no Estado.

O setor contempla atividades pro-

ductivas que têm como processo principal um ato criativo com potencial de gerar valor de mercado, resultando em produção de riqueza cultural e econômica.”É aquela atividade que tem o capital intelectual como principal matéria-prima, associada às expressões culturais e ao potencial cria-

tivo. A atividade que trabalha com inovação, e que pode ser uma boa fonte de geração de riquezas”, explica o economista Eduardo Araújo.

Por essas características, a economia criativa tem um grande potencial de transformação e inclusão socioeconômica, com muita geração de empregos, além de valorizar a diversidade cultural e a sustentabilidade. Entre essas atividades, estão pintura, escultura, artes cênicas, design, publicidade, marketing tradicional e digital, criação de sites e marcas, produção de vídeos, desenvolvimento de softwares, aplicativos e jogos, entre outros.

“Um segmento que vem sendo destaque aqui no Estado são as startups, que vem crescendo e várias delas, virando referências no Brasil todo”, lembra o diretor de Integração e Projetos do Instituto Jones dos Santos Neves (IJSN), Pablo Lira.

Também estão incluídos os festivais

Novo Parque Industrial Selita



Esse empreendimento vai permitir a cooperativa aumentar seu mix de produtos, e fortalecer ainda mais a qualidade e a segurança dos que já fazem a diferença na mesa dos consumidores.

www.selita.coop.br



somos
coop.

  ***selitalaticinios***

de música, cinema, teatro e dança; e festas culturais tradicionais, como o Congo, a Festa da Polenta em Venda Nova do Imigrante, na Região Serrana, a Festa de Nossa Senhora da Penha, padroeira do Espírito Santo, e o carnaval folclórico do Boi Pintadinho, em Muqui, no Sul do Estado.

Informações divulgadas pelo Instituto Jones, que usa a base de dados da Pesquisa Nacional de Amostra por Domicílios - Contínua (PNAD-C) divulgada trimestralmente pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), apontam que, no 2º trimestre de 2021, o número de pessoas ocupadas em atividades criativas no Espírito Santo foi estimado em 151,1 mil pessoas, representando 8,2% do total de pessoas ocupadas. O Instituto Jones monitora o desempenho das principais áreas da economia criativa no Espírito Santo a cada três meses, informações que são utilizadas pelo Estado para embasar ações de apoio a essas atividades.

A maior parcela de ocupados da área no segundo trimestre deste ano têm entre 30 e 39 anos (23,9%), seguida da faixa etária entre 40 e 49 anos (23,7%). Os grupos dos jovens, das faixas etárias de 18 a 24 anos e de 25 a 29 anos de idade, na economia criativa, representaram, respectivamente, 12,4% e 14,6% do total de pessoas ocupadas no setor, contra 11,0% e 9,8% de participação nas mesmas faixas etárias dos segmentos não criativos da economia.

Segundo o IJSN, o rendimento real dos profissionais e negócios nas atividades criativas, considerando apenas o trabalho principal, apresentou expansão de 14,2% em relação ao trimestre anterior e 9,7% em relação ao mesmo trimestre do ano anterior, alcançando o valor de R\$ 2.297,11 no 2º trimestre deste ano. Com este valor, o Espírito Santo está na 8ª posição do ranking de rendimentos entre os es-



Folia de Reis em Muqui: cidade se destaca com atos folclóricos

FOTO: FERNANDO MADEIRA

“Desde 2019, organizamos tudo isso em torno de um programa, que é o ES+Criativo, que tem como objetivo desenvolver a economia criativa em territórios do Espírito Santo, com uma série de ações integradas”

Fabício Noronha
Secretário de Cultura do Estado

tados brasileiros. Dos trabalhadores que atuam em segmentos criativos no Espírito Santo, 88,2% ou são trabalhadores do setor privado (42,0%) ou atuam por conta própria (46,2%).

O secretário de Cultura do Estado, Fabrício Noronha, destaca a diversi-

dade das atividades de serviços e produtos do setor criativo. “Desde 2019, organizamos tudo isso em torno de um programa, que é o ES+Criativo. E esse programa tem como objetivo desenvolver a economia criativa em territórios do Espírito Santo, com uma série de ações integradas com outras secretarias, com Ufes, Ifes, Findes, Sebrae, Instituto Jones dos Santos Neves. Dentre os vários eixos trabalhados, está o de formação. Recentemente rodamos uma formação para mais de mil pessoas, todas com bolsas. Fizemos uma grande chamada para aplicativos, jogos, podcast, produtos ligados à cultura digital e à economia criativa”, aponta.

Na avaliação de Noronha, a diversidade cultural é um importante diferencial do Espírito Santo. “Isso torna nossa economia criativa muito potente e competitiva. Hoje temos vários cases de economia criativa que dialogam com o Brasil e o mundo”.

NOSSO CUIDADO TRANSFORMA E VAI ALÉM

Água de qualidade na
torneira e esgoto coletado
e tratado é o que nos
conecta

Vida com qualidade,
saúde e bem-estar é
o que nos **motiva**

Promover a cultura do
saneamento é o que nos
move

Qualidade para
o seu dia a dia

BRK
Ambiental

 www.brkambiental.com.br
 [brkambiental](https://www.instagram.com/brkambiental)
 [brk.ambiental](https://www.facebook.com/brk.ambiental)

Gigantes nacionais se unem a startups do ES

Negócios da área de tecnologia começam pequenos, mas se expandem rápido, chamando atenção de empresas de maior porte. O resultado disso é a união para crescer pelo país e pelo mundo

A tecnologia desenvolvida em território capixaba tem rompido as fronteiras do Estado, que se tornou palco de uma série de uniões bem-sucedidas entre startups e gigantes nacionais.

As startups são pequenas empresas que buscam soluções por meio da tecnologia e inovação. Têm potencial de crescimento, o que torna o investimento atrativo a companhias de grande porte. Isso tem permitido que ideias que surgiram no Espírito Santo alcancem pessoas em todo o país.

Um exemplo é o PicPay, criado no ano de 2012 em Vitória, e que hoje é responsável por mais de R\$ 3 bilhões em movimentações financeiras mensais no Brasil. A empresa de nome homônimo lançou aplicativo que, entre outras funções, permite pagar contas, fazer compras com QR Code, e transferir valores.

Parte do negócio foi adquirido pelo grupo J&F, que é controlador de empresas como a JBS, maior produtora mundial de carnes bovina, de frango e couros; e do Banco Original.

“A investida do grupo J&F no PicPay em 2015 alavancou o crescimento da companhia. Fazer parte do grupo, que

“A investida do grupo J&F no PicPay em 2015 alavancou o crescimento da companhia. Fazer parte do grupo, que é dos maiores conglomerados empresariais brasileiros, contribui para o plano de expansão do PicPay de estar presente no smartphone de todos os brasileiros. Hoje, são mais de 55 milhões de clientes cadastrados”

PicPay
Em nota

é dos maiores conglomerados empresariais brasileiros, contribui para o plano de expansão do PicPay de estar presente no smartphone de todos os brasileiros. Hoje, são mais de 55 milhões de clientes cadastrados”, disse o PicPay em nota.

Aplicativos de delivery desenvolvidos no Espírito Santo também têm fido a atenção de empresas consoli-



dadas no país.

O aplicativo de entregas Shipp, por exemplo, foi adquirido pelas Lojas Americanas. Após a operação, que foi anunciada em abril e concretizada em maio, o serviço ganhou novo nome (Americanas Delivery) e um robusto plano de expansão.

O app passa a operar também em Serra e Guarapari, além de Niterói, no Rio de Janeiro. E, segundo a companhia, ainda em 2021, o modelo de ultra fast delivery (entrega ultra rápida) será expandido para as cidades de Joinville, em Santa Catarina, e para a região do ABC Paulista, em São Paulo.

De acordo com a Americanas, para o primeiro semestre de 2022 já foram mapeadas outras 22 cidades, sendo que o objetivo é atingir mais de 100 municípios até o final do ano que vem.

Em comunicado, a companhia disse



PicPay faz parte do grupo que também é dono do Banco Original

FOTO: DIVULGAÇÃO



Rafael Lontra é dono de plataforma que recebeu investimento para crescer

FOTO: DIVULGAÇÃO

que, com a conclusão da integração da Shipp, o app passa a ter diferenciais competitivos importantes, como a credibilidade da marca Americanas, com mais de 48 milhões de clientes ativos.

Outra união que promete prosperar é a do aplicativo Plus Delivery, serviço de entregas desenvolvido por um ex-aluno do Instituto Federal do Espírito Santo (Ifes) de Colatina, que teve a conclusão de compra anunciada em junho pela Magazine Luiza.

A aquisição foi realizada por meio da AiQFome, uma empresa controlada pela gigante do varejo. Segundo o comunicado divulgado pela Magalu aos investidores, o Plus Delivery, que está presente em mais de 30 cidades, é um dos líderes de entrega de comida no Espírito Santo.

Atuando em um dos mercados que mais ganham força nos últimos anos, a Mito Games, startup de soluções de gamificação criada em Vitória, fechou, há dois anos, uma parceria com o Instituto Phorte Educacional, que adquiriu parte da empresa.

Um dos sócio-fundadores do empreendimento, Rafael Lontra, explica que a startup desenvolveu, há alguns anos, o Enem Games, um jogo preparatório para o exame de acesso às universidades públicas do país, que rendeu alguns prêmios e reconhecimento na área.

“Por conta disso, íamos muito a São Paulo, onde conhecemos o pessoal do Instituto Phorte Educacional. Apresentamos o modelo de negócio, e sugeriram fazer adaptações para atender a universidades, e não somente escolas. Após dois anos, fechamos acordo para serem sócios da Mito, e ficaram responsáveis pela parte financeira da empresa. Ao fazer isso, nos deram a capacidade de escolher projetos que julgávamos mais interessantes, sem ter que nos preocuparmos somente com as contas”, explica o empresário.

Negócios ganham parceiros para financiar inovação

Companhias têm feito parcerias com startups do Espírito Santo para continuar evoluindo e até aportam grandes quantias em investimento

Enquanto algumas companhias se aventuram em desenvolver tecnologias próprias, ou adquirem as empresas produtoras de inovação, outras têm feito parcerias com startups do Espírito Santo para continuar evoluindo, e até aportam grandes quantias a título de investimento.

A Yooga, startup capixaba de gestão voltada a atender negócios de micro e pequeno porte, anunciou recentemente o aporte de R\$1,5 milhão realizado pela Apex Partners. Este é o segundo investimento realizado na startup que iniciou suas operações em Vitória ao final de 2017.

A Mogai, por

sua vez, conseguiu um contrato de R\$ 500 mil com a Petrobras, para desenvolvimento de um projeto de tecnologia 3D que permite monitorar a corrosão de plataformas e gerenciar as pinturas das embarcações.

A tecnologia desenvolvida pela microempresa do Estado é uma espécie de câmera, desenvolvida inicialmente com foco na operação em indústrias de transformação e em mineradoras, medindo a quantidade de minério, grãos e outros.

Quem também recebeu investimento foi a fintech capixaba will bank, considerada uma das maiores instituições financeiras digitais do país. A empresa recebeu um aporte minoritário de capital de R\$ 250 milhões de um grupo de investidores liderado pelo fundo de Private Equity da XP e pela gestora Atmos Capital.

O banco digital, fundado em 2017 pela família Piana, empreendedores do setor financeiro do Espírito Santo, e pelo empresário Felipe Felix, era chamado anteriormente de Meu Pag!, tendo foco na emissão de cartões. A empresa, que tem mais da metade dos seus clientes na região Nordeste, fornece, além de cartões de crédito e débito, serviços de investimentos, conta digital remunerada e de conta corrente.

De acordo com Chu Kong, head do fundo de Private Equity da XP, “o in-



Plataforma P-57, da Petrobras, no Sul do ES: startup recebeu investimento para projeto de tecnologia 3D
Foto: Gabriel Lordello/ Agência Petrobras



36 ANOS DE
TRADIÇÃO EM

REALIZAR
SONHOS

O SEU FUTURO COMEÇA AGORA



(27) 3200-2099
WWW.CRISTALLOTES.COM.BR
f @CRISTALLOTES

vestimento no will é uma grande oportunidade de ingressar no mercado de alto crescimento dos bancos digitais, que tem democratizado o acesso ao sistema financeiro. O will se destaca por contar com um forte e experiente time de gestão, com profundo conhecimento do seu público alvo”.

A pandemia foi um catalisador das empresas de base tecnológica. As startups nascem para resolver complexidades. Uma delas é a necessidade de maior atenção à saúde, que impulsionou a busca por inovações na área.

A Dersalis, por exemplo, anunciou recentemente que está desenvolvendo, em parceria com a Shell Brasil e o Senai, um projeto que usa a inteligência artificial para identificar antecipadamente eventos de riscos humanos em ambientes do setor de petróleo.

Juntas, as organizações estão criando uma pulseira inteligente que será usada por profissionais da multinacional de modo a monitorar o estado de vigília e o bem-estar para garantir a segurança dos próprios trabalhadores e das operações.

FUNDOS DE INVESTIMENTO MIRAM NOVAS IDEIAS CAPIXABAS

Fundos de investimento do Estado e de fora estão também mirando empresas capixabas que têm criado projetos inovadores. Cinco companhias, por exemplo, estão num processo seletivo para receber recursos de fundos de investimento. O programa é desenvolvido pela Associação Capixaba de Tecnologia (Act!on) e pela Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Espírito Santo (Fapes).

“A inovação, por definição, é um processo de risco. Muitas vezes as empresas não estão capitalizadas. A construção de mecanismo de apoio financeiro é fundamental para que a economia como um todo passe a girar em volta dessas novas ideias. Com esses investimentos, é possí-



Senai tem laboratório de inovação para ingressar alunos na área tecnológica e no desenvolvimento de soluções

R\$ 250

milhões é o valor que uma empresa capixaba recebeu de aporte financeiro de gigantes do mercado de capitais

vel criar uma cultura de inovação. E são vários movimentos ocorrendo no Estado”, explica o diretor-presidente da Action, Emilio Barbosa.

O projeto conta ainda com o apoio do Instituto Euvaldo Lodi (IEL) e o Banco de Desenvolvimento do Espírito Santo (Bandes). Já a execução ficou por conta da Associação Brasileira de Private Equity e Venture Capital (ABVCAP).

Se existia alguma dúvida sobre o Estado estar ou não no mapa de inovação e no radar dos investidores, essa dúvida se dissipou com esse movimento. Os investidores revelaram uma grande porta de oportunidades de investimento em participações aos capixabas. Infelizmente, foi preciso escolher cinco empresas para a próxima etapa, mas as outras também têm um grande potencial para serem investidas”, reconhece Marcelo Carullo.

“AMBIENTE DE INOVAÇÃO TEM AMADURECIDO COM INVESTIMENTOS”

São vários os fatores que contribuem para que as inovações capixabas ganhem cada vez mais notoriedade no país, que passam por investimentos na área, qualificação e até mesmo o tamanho do Estado.

Para o professor da Unidade de Computação da Faesa, Rober Marcone Rosi, um dos pontos que trabalham a favor desse crescimento é o apoio que as startups têm recebido de instituições educacionais, empresas e do governo.

“O Estado vem se preparando há vários anos para criar esse movimento de apoio a startups. Nos últimos governos, esse processo foi fomentado com programas de incentivo a ideias inovadoras. Isso gerou um saldo de novas possibilidades de inovação muito grande.”

Ele pontua ainda que, recentemente, o governo capixaba criou o Fundo Soberano, a partir do qual foi elaborado um projeto de investimento em empresas de inovação, e que deve ajudar a fomentar mais negócios na área.

“São vários componentes que têm criado uma base que incentiva o surgimento dessas empresas. Mas quanto às vendas, surgiu uma combinação de momento e oportunidade. A PicPay,

CBN Vitória **25** ANOS

A rádio que conversa com você

por exemplo, iniciou no ES atendendo localmente, facilitando pagamentos. E no momento em que desenvolveu essa ferramenta, os bancos começaram a entender que essas ferramentas eram necessárias, e em vez de desenvolver a tecnologia, aportam um investimento em uma empresa que já tem essa inovação”, observou.

Rosi frisa que as empresas capixabas estavam com a solução certa no momento certo, mas que isso só foi possível porque, há vários anos, surgiu uma empresa incubadora de startups no Estado, que foi escalonando com a inserção de outros agentes, e atraiu aceleradoras, entre outras empresas que deram mais capilaridade ao ambiente de inovação.

“O que estamos vendo hoje é a combinação de pessoas que têm capacidade de empreender e têm ideias inovadoras, encontrando bases financeiras e um ambiente de capacitação mais maduro.”

Para o diretor de Extensão Tecnológica e coordenador da Agência de Inovação do Ifes (Agifes), Rodolpho Rangel, além desses fatores, a própria densidade demográfica do Espírito Santo contribui para que projetos desenvolvidos aqui dentro ganhem destaque.

“Por se tratar de um Estado menor que vizinhos como São Paulo, por exemplo, mesmo encontrando concorrentes de peso, ainda é possível alcançar visibilidade.”

Este cenário, ele explica, já têm feito, inclusive, com que empresas que surgiram em outros locais do país queiram migrar para o Estado.

“O desafio agora é conseguir não só manter essa qualidade que já temos, mas continuar crescendo. O Espírito Santo precisa oferecer mais programas e até políticas públicas para continuar avançando em tecnologia. Sempre fomos conhecidos pela produção de café, por exemplo, e não é algo ruim, é excelente para a economia.



FOTO: COMUNICAÇÃO/FINDES

“Ter um grande cliente ajuda na maturidade de negociação, de comunicação, de relacionamento. E isso prepara as startups para aproveitar oportunidades quando baterem à porta, na eventualidade de uma grande companhia se interessar”

Naiara Galliani
Gerente de inovação
do Findeslab



Mas também queremos desenvolver tecnologia”, aponta Rangel.

Para a gerente de inovação do Findeslab, Naiara Galliani, o modelo de inovação aberta, que tem se popularizado nos últimos anos, também tem contribuído para o crescimento das startups capixabas e a atração de parcerias com empresas já consolidadas.

Ela explica que a inovação fechada é quando a tecnologia é desenvolvida com recursos e pessoas da própria empresa. Já o modelo aberto consis-

te na colaboração entre empresas, indivíduos, ou até governo para criação de uma inovação.

“Temos sentido, principalmente com o Findeslab, que é uma forma mais eficiente de inovar. A empresa lança o desafio e verifica quem já tem isso pronto, quem pode desenvolver. Temos o caso da Dersalis, desenvolvendo uma solução para a Shell, por exemplo, e é uma grande oportunidade. É uma multinacional, e isso traz visibilidade. E, a partir desses resultados que estão trazendo, outras empresas acabam ficando de olho. Uma coisa acaba puxando a outra.”

Ela reforça que o ecossistema tecnológico capixaba tem se beneficiado muito desse modelo de inovação aberta, que, nos últimos anos, tem proporcionado maior dinamismo ao relacionamento das grandes empresas com startups, e têm permitido um amadurecimento das pequenas empresas de base tecnológica.

“Ter um grande cliente ajuda na maturidade de negociação, de comunicação, de relacionamento. E isso prepara as startups para aproveitar oportunidades quando baterem à porta, na eventualidade de uma grande companhia se interessar”, complementa Naiara.

XXXXXX
XXXXXX

EAD ou
Presencial
Faça da UCL
a sua Casa

Vest
UCL



ENGENHARIAS

- Civil
- Elétrica
- Química
- Mecânica
- Produção
- Biomédica
- Computação
- Controle e Automação

ARQUITETURA E URBANISMO

TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

- Análise e Desenvolvimento de Sistemas
- Sistemas de Informação

GESTÃO E NEGÓCIOS

- Administração
- Logística

ENGENHARIA SEMIPRESENCIAL

Civil | Química
Mecânica | Produção

Prova Online ou Utilize sua Nota do ENEM

Matricule-se AGORA! • WWW.UCL.BR • 99292.5323

   /FaculdadeUCL



Tecnologia capixaba chega aos EUA, à Europa e à Ásia

Pedro Mannato, sócio-fundador e CEO da Olho do Dono, oferece solução inovadora



FOTO: DIVULGAÇÃO

Empresas de base tecnológica criadas no Espírito Santo têm se tornado referência em seu ramo de atividade, fornecendo serviços para outros países e até sendo premiadas internacionalmente

O Espírito Santo é amplamente conhecido por sua vocação para o comércio exterior. Mas as relações com outros países vão muito além da venda de commodities como café, minério de ferro ou aço. O Estado também “exporta” produção tecnológica.

Empresas inovadoras situadas em território capixaba têm, cada vez mais, ganhado destaque em suas áreas de atuação, e passam a ofertar serviços também fora do Brasil. É o caso da Olho do Dono, que desenvolveu uma

tecnologia para realização da pesagem de gado no pasto com uma câmera 3D.

A startup já ganhou diversos prêmios internacionais e fechou contratos com países como México, Argentina e Paraguai, conforme explicou o CEO e sócio-fundador, Pedro Mannato.

“Já fomos premiados na Argentina. Já apresentamos nossos serviços em Abu Dhabi (Emirados Árabes) e tudo isso contribuiu para conseguirmos clientes fora do país. No México, por

exemplo, estamos com uma parceria com uma indústria de bovinos e suínos para fornecer nossa tecnologia.”

Mannato pondera que os ganhos são diversos e que cada cliente conquistado em outro país abre portas, facilitando a internacionalização mais ativa dos negócios. Além disso, explica que isso tem permitido que a companhia amplie suas bases de dados, na medida em que tem contato com animais inseridos em contextos diferentes.

O empresário reforça ainda que essa

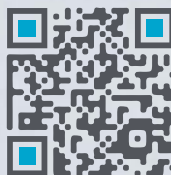


O (seu) * FUTURO É A NOSSA ESCOLHA para a vida.

A Monteiro é a melhor escolha para quem sabe que a felicidade no aprender é a chave para um desenvolvimento pleno e para uma jornada repleta de realizações. Afeto, acolhimento, diálogo, parceria e criatividade tornam esse caminho ainda mais belo e interessante. Essa é a nossa essência há mais de 50 anos: abertos à inovação, sustentados por nossos valores. Aqui moderno é humanizar. Vamos juntos.

ENSINO
FUNDAMENTAL
E MÉDIO

ENSEADA DO SUÁ



MATRÍCULAS
ABERTAS



expansão também ajuda nos negócios praticados no mercado interno. “Com clientes internacionais, os pecuaristas começam a ficar mais atentos, passamos ainda mais credibilidade”, acrescenta.

Quem também tem se beneficiado da internacionalização dos serviços é a Aratu, empresa de base tecnológica capixaba, criada há dez anos, que hoje já faz negócios com outros países da América Latina.

O diretor executivo da startup, Nelio Augusto Secchin, explica que as atividades são focadas no desenvolvimento e na fabricação de equipamentos de pesquisa e monitoramento ambiental, e que a empresa tem feito testes para levar seus serviços cada vez mais locais.

“Estamos gerando um planejamento estratégico para colocar nossa tecnologia fora do Espírito Santo, e já conseguimos ter negócios com todas as regiões do Brasil, mas também tivemos interações comerciais com vários países da América Latina, e elencamos como prática teste o Uruguai. Queremos colocar nossa tecnologia de forma robusta lá fora, mas vários equipamentos nossos já são vendidos atualmente para o exterior.”

Também na área ambiental, a Inflor, empresa sediada em Vitória, com mais de 20 anos de atuação, oferece soluções tecnológicas para gestão de ativos florestais, ajudando a promover o uso consciente de recursos.

A companhia tem destaque não apenas em território brasileiro, como também oferta serviços em outros países do continente americano, da Europa, África e Ásia, conforme explicou a diretora operacional da Inflor, Rafaela Borlini Spinassé. São mais de 12 milhões de hectares de florestas ao redor do mundo gerenciados a partir de softwares desenvolvidos pela companhia.

“Temos um sistema voltado para o

“Já conseguimos ter negócios com todas as regiões do Brasil, mas também tivemos interações comerciais com vários países da América Latina. Queremos colocar nossa tecnologia de forma robusta lá fora”

Nelio Augusto Secchin
Diretor da Aratu



mercado para o mercado florestal, e há mais de 15 anos já contamos também com clientes do exterior, que utilizam nossos softwares para gerir seus negócios. E é algo que dá ainda mais credibilidade aos nossos serviços, além de melhorar a visibilidade da empresa.”

Outro exemplo é a ISH Tecnologia, criada na Capital capixaba, que hoje é considerada a 26ª maior companhia do ramo, a nível global, segundo ranking do MSSP Alert.

A empresa, que oferece serviços de segurança cibernética voltados a prover proteção, sustentação e detecção de ameaças, bem como respostas a incidentes e gestão de risco, está no mercado há mais de 25 anos, e atua não apenas no Brasil, como também no exterior, tendo um dos seus nove escritórios situado na Flórida, nos Estados Unidos.

Outra empresa capixaba ganhando o mercado exterior é a Mitis Tecnologia, da Serra. A empresa, que há treze anos desenvolve softwares diversos, já forneceu sistemas para empresas na Inglaterra e nos Estados Unidos.

“Construímos diversos softwares que já são comercializados no mercado. Já estamos em todos os Estados do Brasil e também tivemos a oportunidade de desenvolver um software para uma empresa da Inglaterra. Além disso, temos um cliente brasileiro que expandiu e abriu uma unidade em Miami, onde usa o nosso sistema. A internet facilita muito. Se houver demanda, onde estiver, atendo”, explicou o CEO da Mitis, Rodrigo Maxwell.

Quem também tem ganhado o território norte-americano é a Mito Games, especializada em jogos e aplicativos. A empresa trabalha atualmente no desenvolvimento de um jogo inspirado em um filme de terror estadunidense, previsto para ser lançado no mês de dezembro.

Mas essa não é a primeira experiência com demandas internacionais, conforme explicou o sócio-fundador da startup e superintendente da TecVitória, Rafael Lontra. O primeiro cliente da startup, ainda em 2013, foi uma fábrica de chocolates da Bélgica.

“Na época, a empresa tinha outro nome, mas já começamos com um pé lá fora. Depois, quando passou a se chamar Mito Games, passamos a fabricar diversos tipos de jogos, inclusive alguns que foram vendidos para outros países, em parceria com empresas nacionais que queriam internacionalizar suas operações.”

Lontra explica que nada vem sem esforço, e que os desenvolvedores já tiveram experiências em países da Europa, como a República Checa, para aprender mais sobre aplicativos.

“Agora fomos contratados para fazer o jogo de um filme de terror estadunidense, que deve ser lançado em dezembro, e que também deve ser distribuído no Brasil, mas que tem como foco o mercado internacional. Mas é uma trajetória extensa, e ainda há muito espaço para crescer.”

NÃO BASTA SER
CAPIXABA,
TEM QUE
POCAR
DE TANTO
ORGULHO!

A Tinbol Tintas é 100% capixaba e a pioneira em tintas no Espírito Santo. Desde 1974 oferecemos aos nossos clientes uma consultoria completa em pintura e temos muito orgulho de levar cores aos lares capixabas.



**TINBOL
TINTAS**

O PODER DAS CORES

ORGULHO DE SER 100% CAPIXABA.



VITÓRIA/Av. Vitória e Av. Leitão da Silva • VILA VELHA/Av. Luciano das Neves • CARIACICA/Rodovia BR 262 • SERRA/Jardim Limoeiro

www.tinboltintas.com.br •  /tinboltintas • 27 2121-5400 

Robô capixaba será usado em shoppings do país para guiar cegos

Produto criado por startup que nasceu em uma escola estadual ajuda a dar mais segurança e autonomia para pessoas com deficiência visual. Negócio recebeu investimento de edital da Fapes

Um robô fabricado no Espírito Santo tem ajudado pessoas com deficiência visual a executarem tarefas simples do dia a dia. Trata-se do cão-guia Lysa, produzido pela Vixsystem, uma startup da Serra que recentemente recebeu aporte financeiro na ordem de R\$ 2,8 milhões.

Os recursos são de duas grandes instituições de pesquisas, a Financiadora de Estudos e Projetos (Finep) e a Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Espírito Santo (Fapes).

Com a verba, a empresa poderá fazer melhorias tecnológicas no equipamento, como atualizações no protótipo e aperfeiçoar os algoritmos de inteligência artificial, sempre com a intenção de possibilitar uma navegação mais autônoma para o usuário. A tecnologia é 100% capixaba e pioneira no Brasil para atender a esse público.

Aos poucos, o robô tem conquistado espaço e a confiança também de outras empresas. Só para se ter uma ideia, companhias como Petrobras, a Vivo e o Shopping Vitória estão entre as que adquiriram unidades do equipamento e que, em breve, vão disponibilizar para seus colaboradores e visitantes.

O shopping, por exemplo, vai disponibilizar duas unidades para dar mais autonomia na circulação de pessoas com deficiência visual pelo mall. O Lysa é de autoria da bacharel em ciências da computação Neide Sellin. O projeto começou quando ela era professora em uma escola esta-



Cão-guia robô contou com recursos de fundos de investimento em inovação para crescer

dual da Serra. O equipamento é capaz de fazer cálculos de profundidade e informar o objeto diante do usuário.

“A ideia surgiu quando trabalhava em um projeto de robótica numa escola estadual. Uma aluna comentou sobre desenvolver um robô para auxiliar quem tem problemas visuais. Na época, o protótipo foi feito com peças alternativas. Um dia uma pessoa cega me falou que iria fazer uma poupança para comprar o equipamento. Foi quando identifiquei o potencial de comercialização”, relembra a empresária.

Segundo ela, dar dignidade e segurança para quem tem deficiência foi fundamental na hora de criar a startup, em 2014. “De lá para cá, entramos em um grande processo de desenvolvimento e enfrentamos diversos desa-

fios. Para nós, o marco de nossa trajetória é a conquista desses investimentos privados”, comenta.

Uma das tecnologias utilizadas do cão-guia robô é a Slam, capaz de fazer mapas e captar melhor os ambientes por onde o usuário vai transitar.

“O Lysa ajuda a ter uma vida mais autônoma. Estamos no melhor momento do produto. Percebemos não haver barreiras para a inovação. Vemos quanto podemos mudar a vida dessas pessoas. É um sonho que já passou por várias etapas e a cada dia conseguimos fazer mais robôs”, afirma.

O cão-guia é comercializado em parceria com clínicas e institutos. Os usuários recebem treinamento especial. A Vixsystem conta hoje com 14 profissionais só na parte de desenvolvimento.

CONECTE-SE COM O ESTÚDIO GAZETA



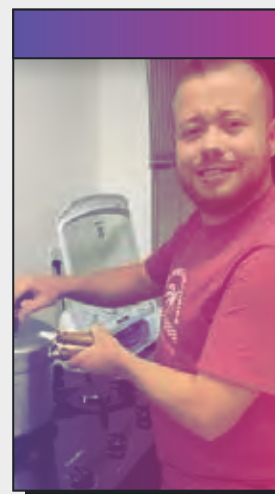
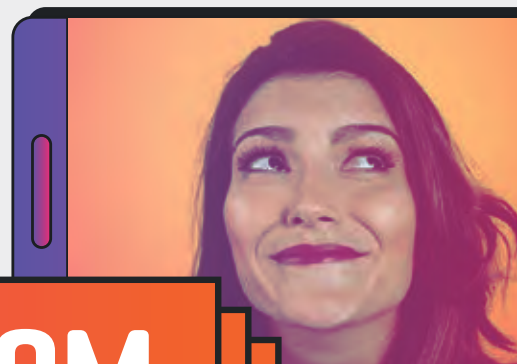
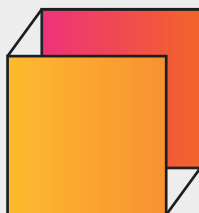
O laboratório de **branded content** da Rede Gazeta te ajuda a criar conexões com seu público contando histórias criativas e relevantes.

No digital, no rádio ou na TV, a audiência qualificada de nossos **veículos** e **creators** se envolve com a mensagem da sua marca.



ARRASTE PRA CIMA
LEIA O QR CODE E
CONFIRA O QUE FAZEMOS

negocios.redegazeta.com.br



Cervejas artesanais fisgam mercados vizinhos

Bebida produzida no Espírito Santo conta com segredos que têm feito gente de todo o país se render ao consumo



Cerveja capixaba tem diversas colorações



Tipo de malte define sabor e textura da bebida

A fabricação de cerveja artesanal tem crescido no Espírito Santo e já conta com aproximadamente 50 marcas, sendo que pelo menos cinco delas já receberam prêmios nacionais e internacionais pela qualidade do produto. Juntas, as empresas produzem entre 400 mil e 500 mil litros da bebida por mês, segundo projeções da Associação da Cerveja Artesanal do Espírito Santo.

Essas bebidas, que são registradas junto ao Ministério da Agricultura (Mapa) podem ser comercializadas não apenas em terras capixabas, mas também em outras áreas do país, inclusive em supermercados.

Conforme explicou o presidente da associação, Paulo de Victa Alves, a maior parte das produtoras trabalha com diversos tipos de bebida, como Pilsen, IPA, American IPA, entre outras. Cada uma é produzida de uma forma, e os processos, assim como os ingredientes utilizados, ajudam a definir, por exemplo, a cor da bebida. Quando o malte é mais torrado, por exemplo, o líquido pode apresentar coloração mais escura.

Algumas produtoras, Alves avalia, chegam a produzir até dez variedades da “gelada” e conta que essa produção diferenciada é o que atrai o consumidor interno e de fora.

Um dos principais diferenciais da produção artesanal são os insumos: malte puro, lúpulo diferenciado, a levedura. Muitos dos itens utilizados, inclusive, são importados de locais como os Estados Unidos.

“Uma cerveja nossa leva, em média, de 15 a 24 dias para ser produzida, dependendo do estilo. É diferente da produção de grandes cervejarias, que acontece em período mais curto.”

Alves observa que o cuidado com a fabricação da bebida tem garantido destaque às cervejas capixabas, e que a própria KingBier, da qual é proprietário, já foi contemplada com nove prêmios, sendo cinco internacionais e quatro nacionais. “Também temos, por exemplo, a Barba Ruiva, a Três Torres e a Trindade, que têm conseguido se sobressair.”

“Esse movimento, de modo geral, traz para o Estado a capacidade de reinvestir tudo aquilo que é feito dentro do mercado. Essas empresas geram emprego e renda e esses recursos giram dentro do Espírito Santo, movimentando a economia”, diz Alves.

Conforme explica o sócio-proprietário da Piwo e presidente da associação das Cervejarias Artesanais das Montanhas do Espírito Santo (Acames), Stanislaw Duda Daps, cerca de metade das produtoras do Estado está situada

na Região Serrana.

Muitas das cervejarias estão dentro de propriedades rurais particulares e, segundo Daps, têm permitido uma diversificação do agro capixaba.

“O agroturismo é algo muito forte no Estado, principalmente na área de Venda Nova do Imigrante. E ali na região há muitas propriedades produtoras que foram virando a chave, percebendo o crescimento desse univer-



FOTO: PIWO/DIVULGAÇÃO



FOTO: PIWO/DIVULGAÇÃO

so cervejeiro. O interesse por bebidas de padrão elevado foi levando o público a buscar pela cerveja artesanal.”

Com o aumento de interesse, cresce também o número de produtores. Para se ter ideia, em 2016, por exemplo, havia somente quatro cervejarias capixabas registradas junto ao Mapa. Em cinco anos, o número cresceu em mais de dez vezes, segundo as projeções das associações.

Onde provar as cervejas artesanais do ES



Cervejas artesanais capixabas têm cores variadas e ganham espaço no país FOTOS: PIWO/DIVULGAÇÃO

Produção

O ES já conta com aproximadamente 50 marcas de cerveja artesanal. Juntas, as empresas produzem entre 400 mil e 500 mil litros da bebida por mês.

Tipos de bebida

Vários tipos de cerveja artesanal são produzidos no Estado. Dentre eles, Pilsen, IPA, American IPA, entre outros.

Premiações

Pelo menos cinco cervejas genuinamente capixabas já receberam prêmios nacionais e internacionais pela qualidade do produto.

Comercialização

Essas bebidas são comercializadas não apenas em terras capixabas, mas também em outras áreas do país.

Marcas

Algumas marcas capixabas são: Altezza, Barba Ruiva, Beerssoli, Espírito Santo, Fatto A Mano, Grecco, KingBier, Nobat, Piwo, Ronchi Beer, Tarvos, Teresense, Três Torres, Uccella.

Características

O sabor e a aparência das bebidas variam

entre as marcas e tipos do produto.

Algumas têm coloração mais amarelada, outras mais escuras, têm camadas de espuma e até mesmo cremosidade.

Especificidades

Alguns pontos que diferenciam as bebidas artesanais daquelas produzidas em grandes fábricas são a seleção de ingredientes e o tempo de fermentação, que geralmente é mais longo.

Onde adquirir

São encontradas, principalmente, em espaços para degustação nas próprias fábricas e em eventos. Algumas também são vendidas em supermercados.

Onde encontrar

Entre os municípios do Estado que contam com cervejarias artesanais, estão: Vitória, Vila Velha, Domingos Martins, Santa Teresa e Venda Nova do Imigrante.

Cuidados

Ao adquirir uma bebida artesanal, verifique se a empresa está devidamente registrada junto ao Ministério da Agricultura (Mapa). Não consuma produto sem essa garantia.

Delícias do agro e suas heranças europeia, indígena e africana

Cada região tem sua peculiaridade e tradição, muitas vezes inspiradas pelo que era produzido por seus antepassados. Essas histórias deixaram fortes marcas na agroindústria capixaba

Com 78 municípios distribuídos em uma área de mais de 46 mil quilômetros, o Espírito Santo é um Estado de raízes diversas, que influenciam festas, arquitetura, e até a produção de alimentos. Desde a agricultura familiar até a agroindústria, cada região tem uma peculiaridade e tradição, muitas vezes inspiradas pelos antepassados.

A influência de origem europeia, mas também indígena e quilombola, torna a produção rica e dá destaque às cidades, que ficam conhecidas por certos alimentos. No entanto, novos produtos vêm ganhando notoriedade e têm conquistado mesmo a indicação geográfica, que é uma forma de atestar de onde, especificamente, vem aquele alimento ou bebida.

“Tudo varia de acordo com a região. No extremo Norte do Estado, em Pedro Canário e Pinheiros, por exemplo, vamos ter muita característica de produtos derivados da mandioca, o biju, porque tem influência indígena. Indo para a divisa com Minas Gerais, pegando a região de Montanha também, você vai ter a carne de sol, que é muito famosa, e inclusive estamos com um processo de indicação geográfica”, explicou o coordenador de agroindústria e empreendedorismo rural da Secretaria de Estado da Agricultura, Abastecimento, Aquicultura e Pesca (SEAG), Jackson Fernandes de Freitas.



Queijaria Casagrande se formou após tradição familiar. Todo leite produzido na roça vira queijo

FOTO: DIVULGAÇÃO

“Produzimos muito, consumimos muito, mas ainda compramos muito mais de fora do que enviamos. Ainda recebemos muitos doces e muito mel, por exemplo, e nosso mercado ainda tem um espaço muito bom para crescer e agregar valor ao que é produzido localmente”, diz Jackson.

Seguindo por Colatina, João Neiva, até São Roque do Canaã, o destaque fica por conta das frutas e sucos, mas a produção de queijos também se sobressai e toma conta, também, de Aracruz.

“Acima do Rio Doce há uma quantidade bem significativa de mel, mas há uma diferenciação do mel produzido em outras áreas, por causa da flora da, que é diferente. Também tem ha-

vido um investimento em produção de chocolate”, explicou Freitas.

Um dos municípios onde o doce produzido a partir do cacau tem ganhado fama é Santa Teresa. Lá, muitos dos alimentos são inspirados na culinária italiana. Não por acaso, a cidade conta com diversos estabelecimentos que produzem e comercializam desde massas caseiras a pães, vinhos e doces como a torta todesca. Mas outros produtos também têm ganhado notoriedade.

É o caso do fermentado de jabuticaba, uma bebida alcoólica semelhante ao vinho e que pode virar símbolo da identidade local, e dos chocolates artesanais.

A família Redighieri começou a plantar cacau em sua propriedade no ano de 2012, como forma de diversificar as culturas da terra, onde o carro-chefe é o café conilon. No ano passado, o fruto deu origem às primeiras barras de chocolate, que hoje são comercializadas em diversos locais do Estado.

As barras Capitão Redighieri, como são chamadas, podem ser degustadas na fábrica artesanal, localizada no sítio da família, mas também em lojas especializadas em doces, em municípios como Colatina, São Roque do Canaã, Santa Teresa e Vitória.

“Além disso, vendemos pela internet. Temos todos os registros e podemos vender para todo o país”, explicou Marcos Redighieri, um dos proprietários do negócio. “Quando começamos, nem imaginávamos que um dia fôssemos produzir chocolate. Mas queríamos iniciar um negócio e buscávamos algo que pudesse agregar valor ao que já tínhamos na propriedade. E a produção é toda familiar”, revela o empreendedor.

Seguindo pela Região Serrana, passando por municípios como Marechal Floriano, Domingos Martins e Venda Nova do Imigrante, por exemplo, os produtos característicos incluem socol, queijos e cafés especiais. Ainda há uma forte tradição na produção de hortaliças e de frutas como é o caso do morango.

Conforme pontuou o coordenador de agroindústria e empreendedorismo rural da SEAG, há descendentes de tantos povos diferentes na região, como italianos, alemães, entre outros, que torna-se difícil elencar um que tenha maior destaque.

Josane de Souza Lima Bissoli, por exemplo, é produtora de cafés especiais na comunidade de Vila Pontões, em Afonso Cláudio, que faz divisa com municípios como Santa Maria e Domingos Martins. São versões mais finas da bebida, em comparação com



FOTO: DIVULGAÇÃO

“Quando começamos, nem imaginávamos que um dia fôssemos produzir chocolate. Queríamos iniciar um negócio e buscávamos algo que pudesse agregar valor ao que já tínhamos na propriedade. E a produção é toda familiar”

Marcos Redighieri

Produtor de cacau e de chocolate

o café utilizado no dia a dia pelas famílias, pensadas para serem apreciadas com calma.

Ela explica que a família do marido já produz café há várias décadas, assim como acontece com muitos outros agricultores da região. Mas, desde o final da década de 1990, começou a dar asas à ideia de investir em uma produção diferenciada, que foge à commodity comum.

No sítio, a produção predominante é do café arábica, nas variedades catuaí vermelho e amarelo. Outros ti-

pos, como o arábica 785 e o tupi começaram a ser plantados recentemente.

“A produção começou em 1999 e logo em 2001 fomos premiados, ficamos entre os melhores cafés do Brasil e isso foi despertando nas pessoas a curiosidade de tomar o café especial. Passaram a vir à região para procurar esse café para tomar. Mas é uma produção que requer muito estudo e eu e outras mulheres acabamos nos unindo para buscar capacitação. Criamos até uma associação de mulheres produtoras na região.”

A gente ouvia falar tanto sobre o café que ia para fora, que ia para as cafeterias, que ia para todo canto do país, mas não conhecíamos, então começamos a nos especializar. Queríamos agregar valor ao produto que já produzimos, pois é o café que gira a nossa economia aqui, é o nosso forte, diz Josane de Souza Lima Bissoli, produtora de cafés especiais.

O Café da Josane, como é chamado, já é encontrado em diversos locais do país. Além disso, a família também produz o Café Bissoli, sendo o primeiro produzido a partir do grão cereja natural e o outro, a partir do cereja descascado.

Seguindo por Castelo e Cachoeiro de Itapemirim, o destaque fica por conta da produção de queijos e outros derivados do leite. Não obstante, é onde estão localizadas algumas das grandes fábricas de laticínios do Estado.

Mas, a maior parte dos produtores atua em pequenos negócios, como é o caso da Queijaria Casagrande, tocada por Fabiano Casagrande e a família, em Forno Grande, Castelo. É uma pequena agroindústria artesanal, que, pelo menos desde 2002, comercializa seus produtos.

“Agora temos também o registro estadual. Fornecemos para os mercados de Castelo, Cachoeiro, Conceição do Castelo, Venda Nova, e por aí vai. Também temos demanda de outros municípios maiores, como Vitória, mas ainda estamos trabalhando nisso, porque é uma produção menor. Todo o leite utilizado é produzido diretamente na propriedade, e é uma produção que foi passando de geração para geração. Nossa família sempre trabalhou com isso. É algo muito forte na região”, relatou Fabiano.

Atualmente, o agronegócio absorve cerca de 33% da população economicamente ativa capixaba, é responsável por 30% do Produto Interno Bruto (PIB) estadual e é considerada a principal atividade econômica de 80% dos municípios.

A maior parte do que é produzido internamente fica no Estado, embora alimentos como o socol e os queijos, por exemplo, também estejam começando a tomar outras áreas do país. Em alguns casos, vão muito além.

“Assim como o café, o cacau também chega a ser exportado, até mesmo quando é fruto da agricultura familiar. Não é por serem grandes produtores, nesses casos, mas porque já alcançaram um nível de excelência tão grande que conseguem exportar”, reforçou Jackson Fernandes de Freitas.

Onde provar aperitivos típicos de cada região do ES

Influência externa

Desde a agricultura familiar até a agroindústria, cada região tem a sua peculiaridade e tradição, muitas vezes inspiradas pelo que era elaborado por seus antepassados.

Origem indígena

No extremo Norte do Estado, na região de Pedro Canário e Pinheiros, por exemplo, são encontrados muitos produtos derivados da mandioca, a exemplo do biju.

Carne de sol

Em Montanha e outros municípios próximos à divisa com Minas Gerais, um dos produtos mais famosos é a carne de sol.

Frutas, sucos, queijos e mel

Em Colatina, João Neiva, até São Roque do Canaã, o destaque fica por conta das frutas e sucos, mas também há produção de queijo e mel, assim como em Aracruz.

Culinária italiana

Em Santa Teresa, o destaque vai para pães e biscoitos caseiros, vinhos, queijos e doces como a torta todesca. O fermentado de jabuticaba também é típico da região.

Frio das montanhas

Na Região Serrana, os produtos característicos incluem socol, queijos e cafés especiais. Ainda há uma forte tradição na produção de hortaliças e frutas, como é o caso do morango.

Chocolates artesanais

O cacau plantado no ES tem dado origem a diversas marcas de chocolate capixabas. É possível encontrá-las, por exemplo, em Linhares, Santa Teresa, Colatina e São Roque do Canaã.



FOTO: DIVULGAÇÃO

Cafés especiais

A plantação de café, de modo geral, acontece em quase todo o Estado, mas os cafés especiais, uma versão mais fina da bebida, são encontrados principalmente na região das montanhas.

Queijos e laticínios

Na região que engloba municípios como Castelo e Cachoeiro de Itapemirim o forte é a produção dos derivados do leite, em especial queijo.

Comercialização

A maior parte da produção fica no ES, embora alimentos como o socol e os queijos, por exemplo, estejam começando a tomar outras áreas do país. O café e o cacau também são exportados.

SHOPPING VITÓRIA. CAPIXABA COMO ¹ *voce.*

Sorrisos compartilhados em família,
abraços apertados entre amigos e tantos
olhares trocados com quem você ama.

No Shopping Vitória, você criou e
continua criando as melhores memórias
da sua vida, porque é um shopping feito
de capixabas para capixabas. Um
shopping que sabe fazer você se sentir
em casa e torna cada encontro um
momento inesquecível.

Em breve, novidades para você: Rip Curl,
Fast Shop, Allma, Casa 107, Camarada
Camarão, Life by Vivara, Jef, Sabor da Terra,
Pizza Patroni e Cosmo Odonto.



SHOPPING VITÓRIA
único como você

BANESTES 84 ANOS. ESSE MOMENTO SÓ É IMPORTANTE PORQUE SOMOS O BANCO DOS CAPIXABAS.



FIRE

Além de estar presente nos 78 municípios do Estado, o Banestes acredita nas parcerias para o crescimento dos seus clientes e para o desenvolvimento sustentável do Espírito Santo. Venha para o Banestes e celebre essa história de sucesso com a gente.

84
ANOS
BANESTES



BANESTES
crescemos juntos

banestes.com.br