

M

A



LÍDERES QUE INSPIRAM O ES

Gestores de diversas gerações, que têm feito a diferença no mercado capixaba, revelam como construíram uma trajetória de sucesso



A Gazeta®

D

E

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SUSTENTÁVEL É O NOSSO NEGÓCIO!

O incentivo ao desenvolvimento de todas as regiões capixabas é um dos principais valores do Bandes. O banco trabalha para que o crescimento econômico esteja integrado a uma agenda global de sustentabilidade para as futuras gerações, proporcionando às empresas condições de investimento, com ganho de produtividade e de competitividade.

**Bandes. O banco do desenvolvimento
do Espírito Santo.**

The logo for Bandes, featuring the word "bandes" in a lowercase, sans-serif font. The letter "e" is stylized with a curved line above it, resembling a power symbol or a lightbulb filament. The logo is positioned in the bottom right corner of the advertisement, overlapping the woman's white shirt.

bandes

SUMÁRIO

6 Um Estado com vocação natural

12 Comércio exterior pede profissional inovador

22 Gestão que engaja e inspira

30 Empatia no trabalho garante produtividade

38 Construção civil enxerga oportunidades

52 Comércio e serviços despontam

56 Talento nos negócios como herança

74 Funcionários preparados para atender bem

94 Setor financeiro em transformação

98 Tecnologia avança no campo



Marcello Moraes
Diretor-geral da Rede Gazeta

A hora de conhecer quem tem orgulho de fazer o ES acontecer

Se há uma questão repetida exaustivamente por nós, da Rede Gazeta, sobretudo nos últimos anos, é o propósito que nos faz existir desde 1928: contribuir com o desenvolvimento e o fortalecimento do Espírito Santo. Mas, sabemos, não estamos sozinhos nessa missão; pelo contrário. Somos parte de uma engrenagem formada por empreendedores, empresários, gestores, produtores culturais, agentes públicos - dentre outros segmentos - empenhados em fazer o ES acontecer e deslançar.

Em meio à crise da Covid-19, quando muitas de nossas forças se viam reféns de uma situação calamitosa e sem horizonte, demos início ao projeto “Made in ES”, que foca os bons exemplos, as oportunidades e conquistas da economia capixaba. E agora damos mais um passo nesse caminho, com o propósito de apresentar a você, leitor, alguns dos muitos rostos que têm esse compromisso genuíno com o Espírito Santo.

A busca pelo reconhecimento nacional e internacional dos produtos e serviços de excelência produzidos

em solo capixaba é uma bandeira antiga de todos nós. Os esforços conjuntos vão deixando para trás, dia após dia, a impressão equivocada de que só cabe ao nosso Estado o papel de coadjuvante no cenário nacional. Há um caminho à nossa frente na busca pelo protagonismo e pela autoestima outrora renegada. Mas somos capixabas e temos muito a mostrar!

Nas páginas a seguir, você vai conhecer histórias e ideias de gente que faz a economia capixaba girar com velocidade e criatividade; gente que está de olho em padrões de excelência internacionais, que põe a mão na massa e que colabora efetivamente para que as produções saídas dos nossos 78 municípios ultrapassem as divisas e ganhem reconhecimento.

Bons exemplos não faltam, e eles estão espalhados no comércio, no microempreendedorismo e também nas grandes indústrias. Buscamos algumas dessas referências e esperamos que sirvam não apenas de inspiração, mas de reforço à certeza de que se há algo que o Espírito Santo tem de sobra, é gente que trabalha, confia e produz resultados.



GERENTE DO ESTÚDIO GAZETA: Mariana Perini • EDITORA DO ESTÚDIO GAZETA: Flávia Martins
COORDENADORA DE CRIAÇÃO DO ESTÚDIO GAZETA: Rayane Machado • COORDENADOR DE CRIAÇÃO DO ESTÚDIO GAZETA: Philipe Ferreira

EDIÇÃO: Mikaella Campos e Weber Caldas • TEXTOS: Beatriz Heleodoro, Eduardo Fernandes, Fabrícia Kirmse, Felipe Sena, Flávia Carpanedo, Iara Diniz, Jaciele Simoura, Marianna Aguiar, Mikaella Mozer, Reinaldo Fonseca, Simone Azevedo, Siumara Gonçalves e Vinícius Viana.
PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO: Alessandra Leite

DIRETOR-GERAL: Marcello Moraes • DIRETOR DE JORNALISMO: Abdo Chequer
DIRETOR DE MERCADO: Marcio 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



Espírito Santo

O BERÇO
DO CAFÉ
CONILON



Orgulho da
Cooabriel e
dos Capixabas.

somos
coop

cooabriel.coop.br  @cooabriel  @cooabrieloficial



COOABRIEL

Unir para evoluir.

Talento natural para se conectar a outros países



Investimentos bilionários prometem melhorar potencial logístico e expandir a capacidade do Estado de escoar mercadorias

Um vasto litoral, com mais de 400 quilômetros de extensão. Não é à toa que o Espírito Santo conquistou a vocação para atuar no mercado exterior, levando mercadorias brutas e acabadas produzidas em território local para o mundo inteiro.

15 bilhões de reais

É o investimento que o Estado deve receber para melhorias no transporte de cargas por meios marítimo, rodoviário e ferroviário, até 2026

Vports, antiga Codesa, vai fazer investimentos para a melhoria da estrutura do Porto de Vitória

FOTO: VITOR JUBINI

55 milhões de reais

É o valor que será investido pela Vports na recuperação estrutural de seu complexo portuário

dependem menos de commodities, como café, minério de ferro, petróleo e gás.

Essas mercadorias foram responsáveis por derrubar em 6,78% as vendas do Estado para fora do país em 2022. Somente com o minério, houve retração de 18,56% no ano. Os semifaturados de ligas de aço tiveram contração de 60,34% e os grãos de café, 12,33%.

O Estado quer abrir caminhos para também escoar mais produtos, como soja e outros grãos, principalmente os do Centro-Oeste brasileiro. Isso tudo depende, no entanto, de obras.

Levantamento do Instituto Jones dos Santos Neves (IJSN) mostra que, até 2026, o Estado deve receber aproximadamente R\$ 15 bilhões em investimentos para transporte de cargas por meios marítimo, rodoviário e ferroviário.

Além da promessa de instalação de novos portos na costa capixaba, complexos já maduros também vão investir com foco em transformar o território local em referência logística.

Um dos principais investimentos no Estado será feito pela Quadra Capital, proprietária da Vports, antiga Companhia Docas do Espírito Santo (Codesa) e concessionária do Porto de Vitória até 2057.

Além de melhorar a infraestrutura, a empresa — a primeira desse setor privatizada no país — vai aportar R\$ 55 milhões na recuperação estrutural de todo o complexo portuário.

Outros R\$ 34 milhões serão aplicados na recuperação dos berços dos terminais Peiú e de São Torquato e mais de R\$ 270 milhões na modernização do canal de acesso. Também serão destinados R\$ 10 milhões como contrapartida na reforma de armazéns e em melhorias urbanas no acesso.

Além das mudanças para melhorar o fluxo portuário, a nova operadora também está buscando novos contratos. Já firmou o primeiro após a privatização com a empresa TechnipFMC, por um prazo de cinco anos e meio para a Base de Vitória.

Nesse novo contrato, com o acréscimo de área negociada, a capacidade de produção do local será duplicada, reforçando o potencial do Porto de Vitória como uma estratégia para suporte ao setor de óleo e gás.

Além da revitalização do Porto de Vitória, também terão peso a construção do Porto Central (R\$ 8,2 bilhões), em Presidente Kennedy; a expansão do Portocel (R\$ 2 bilhões); e a continuidade das obras do Porto da Imetame (R\$ 1,7 bilhão), os dois projetos em Aracruz.

Apesar desse talento natural para o setor logístico, o Estado, no entanto, precisa destravar megaprojetos portuários e ferroviários para expandir o trabalho de transporte de cargas e

O transporte marítimo é um dos pontos fortes da cadeia logística do Espírito Santo, ligada ao comércio exterior

FOTO: FERNANDO MADEIRA



Orgulho da vocação de atender ao mercado exterior

Crescimento das operações de exportação e importação faz Estado se tornar referência mundial em logística e integração, por meio de ramais portuários, rodoviários e ferroviários

Parque industrial e cadeias produtivas diversificadas, eficiência energética, políticas públicas direcionadas e infraestrutura rodoviária, portuária e ferroviária. Com esses atrativos para empresas de vários segmentos, o Espírito Santo tem no comércio exterior um importante aliado para o desenvolvimento econômico e social. Foi o crescimento das operações de exportação e importação que impulsionou o Estado a virar referência em logística e integração.

Na avaliação do presidente do Sindicato do Comércio de Importação e Exportação do

A ArcelorMittal Tubarão é a primeira produtora de aço das Américas com a Certificação ResponsibleSteel™.



ArcelorMittal

Esta é uma conquista que comprova que a ArcelorMittal Tubarão vai muito além da produção de aço. Que se compromete em produzir aços inteligentes e com alto padrão, atendendo princípios ambientais, sociais e de governança.

Receber a Certificação ResponsibleSteel™ mostra que a ArcelorMittal Tubarão cria aços pensando em todos as pessoas e processos envolvidos. Mais do que ser um diferencial para indústrias, é fazer a diferença para o mundo.

**Aços cada vez mais inteligentes.
Para pessoas. Para produtos.
Para o planeta.**

  @arcelormittaltubarao

 @arcelormittalTB

 arcelormittaltubarao

 brasil.arcelormittal.com





Espírito Santo (Sindiex), Sidemar de Lima Acosta, concentrar-se em produtividade é fundamental para a conquista desses bons resultados.

“O cenário econômico atual apresenta dificuldades, principalmente com a pandemia, mas houve uma retomada. Todas as grandes empresas que se concentram em produtividade e na qualidade do processo de entrega de produtos e serviços conquistam os melhores ganhos e resultados. Cumprir os compromissos firmados é a chave para o sucesso dessa retomada no crescimento”, ressalta Sidemar.

Na dianteira de um trabalho que envolve décadas de dedicação para se tornar um dos principais entes representativos do comércio exterior capixaba, o Sindiex, fundado há 30 anos, integra o Sistema Confederativo da Representação Sindical do Comércio (Sicomércio) e reúne mais de 75 empresas do segmento, que representa 50% do Produto Interno Bruto (PIB) capixaba. No Brasil, esse índice atinge pouco mais de 30%.

Para o presidente do Sindiex, o empresariado deve se sentir orgulhoso da vocação capixaba para o desenvolvimento. “Temos bons profissionais e boas ferramentas. Temos as tecnologias dos grandes centros e uma localização geográfica privilegiada. Em um raio de 1.100 quilômetros, atingimos o maior PIB do Brasil”, comemora Sidemar.

Desde 2008 na direção da entidade e, agora, em seu segundo mandato consecutivo como presidente do Sindiex, Sidemar atuou durante 28 anos nas empresas do grupo Cotia, que trabalha com soluções em importação, exportação, gestão e logística. Nesse período, o executivo instalou novos modelos de gestão na companhia, tornando-a referência em qualidade, certificação e governança.

“Construímos nas empresas do grupo uma gestão e uma operação baseadas no que há de mais moderno em termos de tecnologia. No sindicato, minha chegada como presidente foi um percurso natural de maturidade criada dentro da instituição somado ao bom relacionamento com empresas e com o governo do Estado”, afirma Sidemar.

Hoje diretor-executivo do grupo Sertrading, companhia do segmento de comércio exterior, transporte e logística em expansão no país, Sidemar destaca a importância de gestores competentes à frente dos negócios de sucesso para gerenciar equipes e criar planos de inovação com estratégia e assertividade.

“Inovações precisam ser feitas dentro de um plano estratégico de qualificação e de integração. Não são ações descoordenadas. O que pode ser mudado com mais constância na gestão são os processos de melhoria contínua em todos os aspectos da empresa: qualidade, assertividade,



“Temos as tecnologias dos grandes centros e uma localização geográfica privilegiada”

Sidemar Acosta
Presidente do Sindiex

relação com o cliente, produto etc. Eu sou um gestor intuitivo, mas, mesmo com a intuitividade, precisamos nos capacitar para ter certeza da aplicabilidade das ferramentas disponíveis no mercado. Com a minha formação em Coaching, eu busco utilizar o que há de mais inovador em termos de gestão de pessoas. Gosto da gestão baseada no ser humano, no olho no olho, na relação com feedback. Dentro dos padrões certos, isso fortalece os trabalhos das equipes”, explica o executivo.

Só existe
uma coisa
melhor
que a sua preferência.
O seu
carinho.

AGUINHO



A **Buaiz Alimentos** tem uma longa e feliz história com você. São 81 anos colocando qualidade, tradição e inovação na sua mesa e recebendo de volta todo reconhecimento e confiança. Porque só quem nasceu no Espírito Santo, como nós, entende o **orgulho de ser capixaba.**



Novas tecnologias no transporte e na gestão de cargas

Com práticas inovadoras, a Log-In Intermodal muda percepção sobre os serviços portuários e tem crescimento de 72,6% na receita operacional

Uma das empresas que tem se destacado no Espírito Santo, dentro do mercado de comércio internacional, é a Log-In Intermodal, responsável pelas atividades no Terminal de Vila Velha (TVV).

A companhia divulgou em agosto crescimento de 72,6% em receita operacional líquida no segundo trimestre de 2022. O resultado significa um recorde histórico, de R\$ 609,2 milhões, contra R\$ 352,8 milhões do mesmo período de 2021. Retornos positivos como esse são frutos de um trabalho que envolve gestão de pessoas.

Liderando grandes equipes e desenvolvendo projetos inovadores para valorizar a companhia e contribuir com o desenvolvimento econômico e social do Estado, o diretor de Terminais da Log-In, Gustavo Paixão, revela o diferencial de uma administração focada em produtividade.

“A gestão de um bom clima organizacional aliada à estratégia da companhia e aos desafios que fazem com que todos sejam parte efetiva no resultado são os principais impulsionadores de qualquer empresa. Dentro de um ambiente tão regulado como o do comércio exterior, a inovação é uma competência e esse é o meu direcionamento. É assim que



“Dentro de ambiente tão regulado como o do comércio exterior, a inovação é uma competência”

Gustavo Paixão
Diretor de Terminais da Log-In

estaremos sempre na vanguarda do setor, posicionando-nos como promotor da inovação, voltados para aprimorar a jornada da experiência dos nossos clientes e da nossa equipe. O pioneirismo tem um preço. No entanto, na Log-In entendemos que correr riscos faz parte de qualquer jornada de inovação”, explica Paixão.

Para o executivo, a constante transformação nos métodos de gestão empresarial é um movimento natural e necessário em um cenário de mundo globalizado e diversificado, no qual informações, práticas e a percepção das pessoas estão em constante evolução.



No início, achavam
que eu era um louco.
Agora, me chamam de

”
visionário.”

Rodrigo Barbosa,
CEO da Grand Construtora.

Para quem ousa
fazer diferente.

Grand[®]

grandconstrutora.com.br





“Não existe momento certo para inovar, uma vez que ter a inovação como uma competência organizacional é garantir que os processos, sejam eles quais forem, estarão em constante avaliação e busca por melhorias. É impossível para uma empresa com visão de médio e longo prazo não estar preparada para lidar com um ambiente dinâmico. Na Log-In, temos um robusto plano de investimento com viés tecnológico baseado em *benchmarkings* já realizados. E isso muda a maneira como os nossos *stakeholders* percebem o porto e seus serviços, além de implicar diretamente e positivamente na jornada de nossos clientes e na comunidade ao entorno”, explica o gestor.

Com a atual dominância do mundo tecnológico, Paixão destaca que o primeiro grande desafio dos gestores é acompanhar esse avanço e garantir a aplicação adequada dessas tecnologias. “Outro desafio é fazer a convergência da Tecnologia da Informação (TI) com a Tecnologia Operacional (TO) adequadamente, para conseguirmos capturar os dados que são gerados pelos equipamentos e alimentar os sistemas, permitindo uma melhor tomada de decisão. Nesse ambiente em que tudo está conectado, a cibersegurança e a privacidade de dados se tornam uma preocupação e um desafio de toda a organização”, pontua.

SUSTENTABILIDADE

Em julho de 2022, a companhia lançou seu segundo Relatório de Sustentabilidade, baseado nas diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI). Com o objetivo de ampliar a transparência das iniciativas implementadas pela empresa, o documento aborda modelo de governança corporativa, forma de gestão, engajamento e compromissos com colaboradores, cadeia de valor e meio ambiente, a partir de temas como integridade, ética e práticas anticorrupção; saúde e segurança de funcionários e terceiros; emissões atmosféricas; gestão da segurança das operações; e descarte de resíduos.

Paixão ingressou na companhia em 2019 como gerente de Terminais e, devido ao alinhamento do processo de sucessão de líderes, foi convidado a assumir o novo cargo. Ele avalia que a gestão de pessoas é o grande diferencial dos negócios de sucesso. “Cuidar de pessoas, mantê-las motivadas por meio de desafios, dar sentido ao trabalho delas, reconhecer e prepará-las é a chave para o sucesso de qualquer organização. Temos um novo mundo pós-pandemia, e os aprendizados que tivemos nesse período e as consequentes práticas desenvolvidas e voltadas ao cuidado físico e mental das pessoas permanecem como prioridades”, afirma.

Das famílias de Santa Maria de Jetibá para as famílias do Brasil.



Nascemos no interior do Espírito Santo há 58 anos, nos fortalecemos e desenvolvemos com mais de 19 mil famílias. Estamos presentes no campo, na indústria e nos lares de todo o país com diversos produtos que chegam à mesa da sua família todos os dias.

Coopeavi agora é

Saiba mais em
nater.coop.br





Força feminina para acelerar os negócios

Primeira empresa de logística do Brasil a obter o selo Women on Board, Vix busca novas ideias para manter ritmo de crescimento até fora do país

Entre os empresários que lideram as maiores empresas capixabas está Patrícia Poubel Chieppe, CEO da Vix Logística, empresa do Grupo Águia Branca. Sempre pronta para um novo desafio e aberta às mudanças, ela acredita que ter o time certo no local certo faz toda a diferença para uma empresa crescer. “Eu sempre fui aberta aos desafios em qualquer área pela qual passei e pronta para mudanças. Tenho o mesmo lema da bandeira do Espírito Santo, pois trabalho e

confio. É um lema muito nobre e acredito nele”, conta.

Enquanto cursava a faculdade de Administração, Patrícia começou a trabalhar como estagiária no grupo Águia Branca, há 31 anos, passando os 13 anos iniciais da sua carreira na Viação Águia Branca. Nos 18 anos seguintes, esteve na Vix Logística.

Ao logo da carreira, fez alguns cursos pontuais na área de gestão, especializando-se em governança corporativa para mercados de capitais. Em 2019, assumiu o cargo de CEO da Vix Logística. “Eu diria que tudo foi resultado de estar sempre atenta às oportunidades e fazer o meu melhor”, lembra.

Com 50 anos de história, a empresa hoje conta com 60 bases de operações espalhadas por todos os Estados do Brasil e atua ainda no Peru, na Argentina, no Chile, no Uruguai e na

Com 50 anos de história, a Vix Logística conta com 60 bases de operações espalhadas pelo Brasil e também em países da América do Sul

FOTO: VIX LOGÍSTICA/DIVULGAÇÃO



Bolívia. Sob o guarda-chuva da Vix Logística estão as marcas Vix, Autoport, Servicarga, Let's e V1, que juntas empregam diretamente mais de 10 mil pessoas.

“O que dá certo é o time e eu acredito nisso. Tenho que ter sempre o olhar se a pessoa certa está no lugar certo. Quanto ao meu estilo de gestão, acho que é aberto. Não sou a pessoa que acha que tem todas as respostas e sempre estou aberta a ouvir os outros. Para mim, isso é uma fortaleza”, afirma.

A empresária diz ainda que acredita parecer uma executiva mais conservadora, mas, na verdade, considera-se uma pessoa aberta. “Hoje é assim que temos que estar: ligados para o que está acontecendo”, diz.

A Vix é a primeira empresa de logística do Brasil a conquistar o selo Women on Board. O certificado foi conferido pelo fato de a companhia ter duas mulheres em seu Conselho de Administração. Para Patrícia, a diversidade é um forte estímulo para o crescimento, a inovação e a colaboração nos negócios da empresa.

“Uma empresa só prospera em um ambiente de diversidade. Isso se estende ao momento em que a empresa tem profissionais de opiniões diferentes dentro dela. O que a leva à prosperidade e à inovação”, comenta.

Por falar nisso, para desenvolver soluções, a empresa criou um laboratório de inovação de onde saem as novas



“Uma empresa só prospera em um ambiente de diversidade, onde os profissionais têm espaço para ter opiniões diferentes”

Patrícia Poubel Chieppe
CEO da VIX Logística

ideias de produtos ou para melhorar processos da companhia, por exemplo.

“Nossa empresa tem um DNA muito forte de crescimento. Estamos num mercado muito próspero e posicionados em um segmento da economia em que o Brasil tem relevância, o de logística. A Vix vem crescendo entre 15% e 20% ao ano, há mais de 20 anos. O nosso desafio hoje é seguir nesse ritmo. Por isso, nossa busca é sempre por ser a melhor empresa, crescendo em negócios que gerem valor para nossos acionistas e clientes.”



Quebra de barreiras para a indústria despontar

Empresas investem no avanço da tecnologia, inclusive em processos administrativos, para acompanhar tendências mundiais e de mercado

Com mais de 16 mil empresas ativas, o setor industrial capixaba atua para vencer desafios: crescer em meio a momentos difíceis, principalmente por conta da

desaceleração de alguns segmentos, como o extrativo.

Segundo a empresária Chris Samorini, presidente da Federação das Indústrias do Espírito Santo (Findes), o Estado tem capacidade de se recuperar num futuro bem próximo. A Bússola do Investimento da organização prevê R\$ 32 bilhões aplicados em 338 projetos até 2028, grande parte deles originários do setor industrial, a exemplo dos da Vale, EDP, Imetame, Suzano, Petrobras, Olam, Blend Coffee, Chocolates Garoto, Britânia, Oxford e Marcopolo.



Após retração no ano passado, estimativa é que a demanda mundial por aço cresça até 3% em 2023
 FOTO: PIXABAY



“A indústria do Espírito Santo é cada vez mais diversificada e aponta para um futuro promissor”

Chris Samorini
 Presidente da Fides

“Mesmo com resultados que foram impactados pelo setor extrativo - fruto principalmente do rompimento das barragens de Mariana e Brumadinho e pelo declínio natural na produção de petróleo -, a indústria tem pela frente diversos projetos.”

Chris aponta que atividades econômicas industriais estão se diversificando cada vez mais para manter o seu importante peso na geração de riquezas no território capixaba. “É importante destacar que a Fides, em conjunto com

outros atores, tem empenhado esforços significativos para criar um ambiente de negócios mais favorável para investimentos e, com isso, tornar o Estado cada vez mais diversificado, tecnológico e competitivo. E a indústria tem papel decisivo nesse processo. Alguns números reforçam essa relevância, como o setor responder por 27,4% do PIB do Estado, criar mais de 232 mil empregos formais e colocar o Espírito Santo na quarta posição entre os entes da federação mais industrializados”, aponta a presidente da Fides.



RECUPERAR A PRODUÇÃO

A necessidade de a indústria ser mais diversificada é comprovada pelos números. Os dois segmentos com maior representatividade no Produto Interno Bruto (PIB) do Espírito Santo, petróleo e mineração, tiveram juntos retração de 18,7% em 2022, de acordo com dados da Produção Industrial Mensal do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Na contramão dessa tendência, no entanto, está a indústria de celulose e papel, que apresentou crescimento de 7,3% em 2022 em relação a 2021, segundo o levantamento.

“Elementos como a demanda positiva e sólida por fibra curta na América do Norte, Europa e China ajudaram a sustentar o desempenho dessa atividade no Estado. Ao longo de 2022, outros fatores pontuais também colaboraram para o crescimento da produção e das exportações capixabas de celulose, como atrasos na instalação de novos projetos do setor na América Latina, o que pode ter favorecido a oferta do Espírito Santo desses produtos no mercado externo”, explica a gerente executiva do Observatório da Indústria e economista-chefe da Findes, Marília Silva.

A fabricação de produtos de minerais não metálicos registrou queda de 10,1% no acumulado de 2022, na comparação com 2021, puxada pela menor produção de granito talhado ou serrado. A metalurgia retraiu 4,7% em 2022, devido à menor produção de bobinas, chapas e placas e lingotes de aço. Enquanto isso, a fabricação capixaba de produtos alimentícios reduziu 4,1% em 2022, sob a influência da menor produção de bombons e chocolates com cacau, açúcar cristal e massas alimentícias secas. “Apesar da redução, essa atividade no Estado gerou 1.212 novas vagas de empregos formais em 2022, segundo maior saldo líquido entre os setores da indústria capixaba”, aponta Marília.

Para promover o crescimento da atividade, que representa 27% da economia capixaba, o setor industrial vai trabalhar para a qualificação de profissionais e também para atrair investimentos. O superintendente do Instituto Euvaldo Lodi (IEL-ES), Alessandro de Castro, informa que as empresas investem no avanço da tecnologia para acompanhar as tendências. Ele acrescenta que o olhar tecnológico abre portas para uma gestão de inovação. “Espaços abertos para troca de conhecimento entre líderes e colaboradores criam oportunidades de desenvolver não só os recursos digitais, mas também habilidades, competências, criatividade, ideias e conhecimento, com o objetivo de desenvolver novas metodologias, serviços, produtos e fomentar negócios”, afirma.

Outro aspecto desafiador para o mercado industrial no Estado é a falta de mão de obra qualificada. Segundo o superintendente, são 230 mil empregos na área, porém há necessidade de formação de mão de obra em diferentes níveis para



“O que vimos, no pós-pandemia, foi um olhar muito voltado para o uso da tecnologia nas empresas”

Alessandro de Castro
Superintendente do Instituto Euvaldo Lodi (IEL-ES)

uma boa produção nas empresas.

Outro ponto importante é a transformação na forma de liderar. Os gestores têm buscado atuar com uma liderança exponencial. Um formato mais humanizado e próximo a quem contribui para a evolução da empresa.

“A pessoa precisa ter atualmente a capacidade de conversar e liderar, inclusive, para diversos tipos de colaboradores ou gerações diferentes dentro da indústria. Nós temos pessoas hoje que têm colaboradores de 50 anos e jovens no mesmo espaço de trabalho. Tem que saber conversar, inspirar e incentivar cada um com sua habilidade”, finaliza Castro.



Aqui, toda
experiência
é única
como você.

O Shopping Vitória está sempre inovando para surpreender e conquistar você com o melhor da moda, gastronomia e entretenimento, além de serviços que facilitam o seu dia a dia. E tudo isso você pode associar ao programa de relacionamento SV Privilège, mais uma vantagem do Shopping Vitória, que há 30 anos proporciona experiências e benefícios únicos para você.

EM BREVE + NOVIDADES

- Farm Novo Conceito • Adidas Originals • Milky Moo
- Nova Adidas Performance • Open Food • Sabor da Terra
- Agavegan • Foxtan • Soho • Kinsu • Cosechas • Ashua

f @ \shoppingvitoria

shoppingvitoria.com.br



SHOPPING VITÓRIA

A large industrial facility, likely a steel mill, with a worker in a blue uniform and hard hat walking through a complex network of pipes and machinery. The scene is brightly lit, and the machinery is intricate, with various pipes, valves, and structural elements visible. The worker is in the middle ground, walking away from the camera towards the right side of the frame. The background shows more of the industrial structure, extending into the distance.

Liderança para inspirar a inovação no trabalho

CEO da ArcelorMittal Aços Planos América Latina, Jorge Oliveira acredita que valores como generosidade e compaixão são essenciais para uma boa gestão

Quem acha que ser gestor em uma multinacional exige pensamento focado só em números, estratégias, métodos, resoluções práticas e resultados precisa rever seu conceito. Há um outro item que deve estar entre as habilidades de um grande líder: o humanismo. O CEO da ArcelorMittal Aços Planos América Latina, Jorge Oliveira, de 56 anos, sendo 35 na empresa, afirma que as pessoas são o centro de tudo e fazem tudo se mover e evoluir. Por isso, acredita muito em valores como generosidade e compaixão.

“Busco valorizar os atributos e as realizações humanas. Acredito na inovação, no senso de observação. Precisamos motivar quem está ao redor para que sejam criativos, sem

pressões ou medo de errar.”

Oliveira começou a carreira na ArcelorMittal Tubarão como trainee no alto-forno e, depois, foi gerente em várias áreas. Em 2019, aceitou o desafio de liderar como CEO a planta do Alabama (EUA). “Retornei em 2021 e assumi como CEO do segmento de Aços Planos na América Latina, no lugar de Benjamin Baptista Filho, que se aposentou e foi um grande mentor para mim.”

O lado humano faz parte da forma de gerir sem renunciar à produtividade. Para ele, todo líder deve transcender a organização e produzir resultados para a sociedade.

“Precisa criar valor e ter visão de longo prazo. Devemos inspirar equipes, construir experiências positivas, incentivar o desenvolvimento de competências e habilidades, torná-la mais humana, sustentável, produtiva e lucrativa.”

Com mais de 11 mil empregados na ArcelorMittal, diretos e indiretos, para ele, a gestão é baseada na premissa de que as pessoas são responsáveis pelo sucesso da empresa.

Oliveira diz que o desenvolvimento sustentável nas organizações é outro elemento que precisa de atenção especial.

Preocupação na ArcelorMittal é aumentar a produtividade, priorizando o ser humano e incentivando os talentos

FOTO: DIVULGAÇÃO



“Como profissional, quero continuar contribuindo para a consolidação do grupo, sendo um agente da gestão de respeito às pessoas e ao planeta”

Jorge Oliveira
CEO da ArcelorMittal Aços Planos América Latina

Ele enumera também outro aspecto fundamental para uma boa gestão: ter atenção à retenção de talentos, já que as novas gerações buscam trabalho de modo mais independente que as anteriores. E ressalta que é preciso ter mobilidade corporativa por conta das mudanças advindas da pandemia, que alteraram formatos de trabalho.

Segundo o gestor, não se pode, hoje, falar de liderança sem pensar nos impactos e desafios da pandemia. Mais uma vez, o aspecto humano é destacado por Oliveira. O CEO lista alguns aprendizados relevantes da crise sanitária, como o home office, a busca pelo bem-estar físico e mental dos empregados, a flexibilidade dos processos e o gerenciamento de riscos.

Oliveira assinala que, para fazer uma gestão assertiva, é importante estar sempre atento às transformações do mundo, como a inovação e transformação digital. “As novas tecnologias ajudam ao descomplicarem processos e otimizarem resultados”, analisa.

Seus planos para o futuro estão atrelados ao cuidado social.

Ele também faz planos para o Espírito Santo.

“Temos potencialidades únicas e bom ambiente institucional que gera segurança aos investidores. Acredito que o Estado continuará atraindo investimentos, sendo inovador, com logística eficiente e educação de referência”, conclui.



Da garagem à referência em produtos siderúrgicos

Do começo em um pequeno ponto comercial em Vila Velha, Distriferro alcança destaque no Estado com a combinação de conservadorismo e inovação

Equilíbrio entre conservadorismo e inovação fazem com que Alexandre Alves Barbosa seja mais uma liderança de sucesso do Espírito Santo. O que começou em 1944 com um pequeno ponto na garagem, hoje, é uma empresa de destaque no Estado. Atuando no comércio varejista de produtos siderúrgicos, a Distriferro iniciou

sua história em Cobilândia, Vila Velha.

Da pequena empresa para uma sede de mais de 7 mil m² — somada a duas filiais, em Cariacica e na Serra —, a marca é referência em corte e dobra de chapas, além de oferecer uma linha completa de serralheria: de materiais para portão a vigas estruturais. A relevância é tanta que a Distriferro já forneceu, inclusive, peças para a construção de um dos estádios da Copa do Mundo, em 2014, no Brasil.

O sucesso se deve à combinação de conservadorismo e inovação em sua gestão, guiada por Alexandre Alves Barbosa, diretor-presidente da empresa. Com a velocidade das mudanças no mercado, o gestor busca se adaptar à era da internet das coisas sem perder o foco na qualidade dos produtos e serviços.



Distri Ferro oferece uma linha completa de serralheria, de materiais para portão e vigas estruturais
 FOTO: DIVULGAÇÃO



“Ser conservador evita sobressaltos. E ser inovador mostra que temos que estar atentos à dinâmica do mercado”

Alexandre Alves Barbosa
 Diretor-presidente da Distri Ferro

“Sei que tenho que correr, mas também tenho que tomar cuidado com a velocidade”, brinca.

“Digo que sou conservador porque a gente precisa ter um pé no chão e muita atenção. A transformação do mercado é muito grande, a velocidade é muito alta. Ser conservador evita sobressaltos. E ser inovador mostra que temos que estar atentos à dinâmica do mercado”, complementa Alexandre.

Foi o respeito pelo cliente que permitiu que a Distri Ferro chegasse aonde está. É esse valor que é passado para os funcionários da casa, segundo o diretor-presidente.

“O cliente, quando compra o nosso produto, não é para se divertir. Quando vai na nossa loja, ele quer uma barra de ferro

para trabalhar, para gerar renda. Por isso, zelo pelo respeito na relação com o cliente”, comenta.

Como impacto positivo do seu trabalho na economia do Estado, Alexandre enxerga que a empresa gera impostos para melhorar a qualidade de vida capixaba. “Gerando imposto, renda e trabalho para todo mundo. É esse o nosso exercício de cidadania. Gerando dignidade para as pessoas e impostos para melhorar a qualidade de vida da população”, completa.



Pandemia fez a Suzano acelerar os planos de modernização para atender a novos negócios
FOTO: SUZANO/DIVULGAÇÃO

A missão de aproximar a empresa das famílias

Mesmo quase centenária, indústria de celulose e papel busca novos formatos de produção. Conta, para isso, com equipe mais humanizada

O caminho percorrido por Fabricio José da Silva, 47 anos, até se tornar gerente executivo industrial da Suzano no Espírito Santo teve paradas por diferentes lugares do Brasil e uma dose de mudança de planos.

Capixaba, ele se mudou para Viçosa (MG) para cursar Química. Depois, fez mestrado em Engenharia Florestal e emendou no doutorado, na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), em Belo Horizonte.

Mas, em vez de seguir carreira acadêmica, foi parar na indústria. “Tinha o sonho de ser professor. Quando recebi convite para ir para a indústria, já dava treinamentos, palestras e tinha contato com pessoas da área”, relembra.

Animado pela possibilidade de colocar em prática o conhecimento, aceitou o convite, em 2001, para ingressar na Votorantim, no interior de São Paulo.

Depois, em 2006, veio o convite da Suzano, gigante da área de papel e celulose, para um novo projeto em Mucuri, Sul da Bahia. Em 2015, tornou-se gerente executivo industrial da planta, onde trabalhou até 2019.

No final daquele ano, Fabrício recebeu mais um convite difícil de recusar: assumir a gerência executiva da planta de Aracruz, recém-integrada à Suzano após a fusão com a Fibria.

“Era um desafio. Uma empresa que já tem 98 anos de história. Para chegar assim, tem que ter uma visão de buscar inovação sempre, conectar-se com o mercado e as tendências. É um propósito alinhado com o meu.”

Além disso, havia a possibilidade de ficar mais perto da família. Em janeiro 2020, o executivo voltou para o Estado e assumiu o posto em Aracruz. Entretanto, depois de apenas dois meses, a pandemia da Covid-19 colocou o mundo em isolamento. A solução, então, foi focar no negócio.

“A gente não parou. Tocamos vários projetos que estão sendo implementados agora. Na pandemia, houve acréscimo de demanda por celulose. Tivemos que acelerar nossos planos. O que era para ser feito em três anos foi feito em um”, aponta.

O executivo conta que a Suzano está investindo R\$ 550 milhões em projetos para aumentar a competitividade, instalando novos equipamentos e modernizando a planta. “Já estamos na fase final de aprovação de uma fábrica de papel higiênico. Será um novo produto acabado feito da nossa celulose”, adianta.

LIÇÕES DA PANDEMIA

O negócio precisou conviver com os efeitos devastadores da pandemia, desde o fechamento de pequenas empresas da região até a perda de entes queridos.

Em meio a essas perdas, houve a necessidade de a empresa promover uma rápida adesão às tecnologias digitais e o empoderamento para tomada de decisões em todos os níveis.

“Antes a gente era mais conservador em relação ao home office. E, sobre isso, o legal foi que tivemos um choque de realidade sobre empatia. Estivemos ali ‘dentro’ da casa do outro, com a família do outro.”

Depois de levar a empresa para dentro da casa das pessoas, o executivo voltou com a visão de trazer mais a família dos funcionários para a organização. “Isso humaniza a empresa e nos conecta mais”, enfatiza.

O olhar para a diversidade é uma das prioridades do gestor e da Suzano. “A gente tem metas arrojadas para aumentar o número de mulheres na liderança, pessoas com deficiências, pessoas negras, LGBTQIA+. Isso vem trazendo um aprendizado novo e um bem-estar para quem se sentiu muito tempo excluído.”

Ao ocupar uma posição de liderança, Fabrício da Silva enxerga com clareza seu papel tanto para a Suzano quanto para a região.




“Buscamos modernização e competitividade. Para a sociedade, temos gerado emprego e parcerias locais”

Fabrício José da Silva

Gerente executivo industrial da Suzano no Espírito Santo

“Buscamos modernização da planta e competitividade. Para a sociedade, temos gerado oportunidade de emprego e parcerias locais, de forma a movimentar a economia da região”, afirma.

Na parte ambiental, o executivo se orgulha do ciclo de renovação da indústria. “Há uma área verde gigantesca que está se renovando o tempo inteiro”, assinala, lembrando que a Suzano captura mais carbono do que emite na atmosfera. Ele ainda reforça a meta arrojada de longo prazo para a fábrica de Aracruz: chegar ao nível de resíduo zero.



Fibrasa investe na expansão da planta da Serra, adquirindo novas máquinas e ampliando a área de estocagem para atender ao crescimento do mercado

FOTO: RICARDO MEDEIROS

Dedicação para embalar novas parcerias

Aumento da demanda por embalagens durante a pandemia fez a Fibrasa expandir a unidade da Serra para ampliar a capacidade de produção

Quarenta dias depois de se formar, Claudia Broseghini recebeu o convite para se tornar trainee da Fibrasa, empresa dedicada à produção de embalagens plásticas de polipropileno. Recém-saída do curso de Administração

da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes), abraçou a oportunidade levando consigo a forte ética de trabalho aprendida com seu pai: “Dedique-se a tudo que você faz. Faça o que você tem que fazer com o coração”, conta.

Hoje, 29 anos depois, a atual gerente comercial da empresa se orgulha de ter construído uma carreira que se consolidou junto ao crescimento do negócio. “A Fibrasa tem 50 anos de existência. Não é qualquer empresa que consegue chegar a esse marco. Ver a evolução dela é muito gratificante”, comenta.

Hoje, a Fibrasa conta com uma fábrica no município da Serra e uma unidade no Estado de Pernambuco. Juntas têm a capacidade de

transformar 25 mil toneladas de polipropileno por ano. E os planos são para expandir o negócio, que vem se firmando cada vez mais, ainda que o cenário global tenha apresentado desafios e incertezas.

O período de pandemia da Covid-19, relata a executiva, trouxe turbulência e dificuldades. Porém, também surgiu oportunidade de crescimento. “Pelo fato de nosso negócio ser basicamente voltado para a área alimentícia, tivemos uma expansão muito grande. Vislumbramos novos nichos de mercado, prospectamos novos clientes e fizemos várias parcerias pelo Brasil.”

Em sua carteira de produtos, a Fibrasa tem destaque para embalagens de laticínios, temperos e doces, entre outros.

“Houve um apelo muito grande para as pessoas ficarem em casa, irem somente ao supermercado, não irem para restaurante. Assim, as pessoas começaram a fazer muito mais compras e comida em casa. Então, houve uma expansão enorme na nossa demanda”, relata Claudia Broseghini.

A Fibrasa percebeu a necessidade de aumentar a planta na Serra, o que já está em andamento. “Hoje, transformamos 550 toneladas por mês aqui no Espírito Santo. Vamos para 750 toneladas até o final de 2023.”

Uma nova área de estocagem, com 8 mil metros quadrados, está sendo construída e máquinas estão sendo adquiridas. A intenção é já estar com a produção ampliada em meados deste ano. Com isso, a empresa pretende ampliar a carteira de produtos para o segmento alimentício e incrementar exportações, em especial para Bolívia, Argentina, Paraguai e Uruguai.

O número de funcionários no Espírito Santo também deve crescer, passando dos atuais 400 para 600, além da geração de empregos indiretos.

Para os atuais e futuros liderados, Claudia Broseghini dedica um olhar atento. “A gente tem a preocupação com o lado humano. As pessoas que estão de bem com a vida irradiam o bem. Eu tento transmitir também um pouco da minha história, minha trajetória, incentivando que sejam pessoas honradas, com atitude de donos do negócio. A empresa valoriza e reconhece.”

Ser uma mulher em posição de liderança é também algo que a executiva destaca, em especial para as outras mulheres que compõem sua equipe. “Temos evoluído, mas o mundo ainda é bem machista. Tenho esperança porque a educação está mudando. A mulher tem que se manter firme nessa posição de igualdade. Não pode recuar jamais. É preciso ouvir o que a gente fala porque a gente tem voz”, assinala, reforçando sua satisfação em ver uma equipe comprometida e que também está no caminho da ascensão profissional.

Em relação à evolução do negócio, a executiva enxerga hoje duas principais barreiras: a escassez de profissionais capacitados e a falta de engajamento das novas gerações. A contratação de pessoal capacitado, em especial na área de tecnologia da informação (TI), é obstáculo tanto para a Fibrasa quanto para os demais negócios do Estado, na opinião de Claudia.



“Temos evoluído, mas o mundo é bem machista. A mulher tem que se manter firme na posição de igualdade. Não pode recuar jamais”

Claudia Broseghini
Gerente comercial da Fibrasa

“Acho que a inovação hoje é essencial. Estamos numa era digital e, se a gente não acompanhasse a indústria 4.0, estaria fadado a ruir. É uma mudança de cultura difícil, porém, boa. O desafio mesmo é a falta de pessoal de TI”, aponta.



Com foco na humanização e na relação afetiva com colaboradores e a sociedade, pelo quarto ano seguido, a Buiz Alimentos obteve a certificação do Great Place to Work
FOTO: DIVULGAÇÃO/GRUPO BUAIZ

Mais sabor à mesa e afeto no trabalho

NAZCA, O MUNDO SOB A VISÃO DO CAPIXABA



A Nazca, em uma década, desenvolveu o padrão “World-Class” em imóveis que privilegiam a qualidade de vida, em localizações valorizadas, com lazer inspirado em resorts e concebidos por profissionais e parcerias de todo Brasil com padrão internacional.

Com uma gestão **MADE IN ES** e focada na responsabilidade socioambiental, a Nazca proporciona ao capixaba viver em imóveis que são verdadeiros ícones arquitetônicos em qualquer lugar do mundo.

NAZCA
for life



Gestão da Buaiz Alimentos foca na valorização dos colaboradores e também das comunidades e públicos mais próximos

Quem nunca ou ouviu falar ou mesmo se deliciou com o Café Número Um ou com um bolo feito com a farinha de trigo Regina? Para quem ainda não sabe, esses produtos são criações da Buaiz Alimentos, um dos gigantes da indústria capixaba. Desde o seu início, a empresa mantém um olhar à frente do seu tempo. Suas lideranças sempre estiveram em busca de inovação e excelência, deixando uma marca na história do Estado.

Com uma direção que atravessou gerações da mesma família, hoje os negócios são comandados por Eduarda Buaiz. Como diretora-geral e vice-presidente da Buaiz Alimentos, ela vê como pontos fortes da sua liderança a humanização, a valorização das pessoas e um trabalho em busca de um propósito.

Segundo Eduarda Buaiz, um dos diferenciais da empresa sempre foi manter uma relação muito próxima e afetiva tanto com seus colaboradores quanto com a sociedade como um todo.

Desde que assumiu a gestão da Buaiz, em 2016, Eduarda iniciou um trabalho em gestão de pessoas junto ao Great Place To Work (GPTW), uma consultoria global que apoia organizações a fim de obter resultados por meio de uma cultura de confiança, alto desempenho e inovação.

Em 2023, pelo quarto ano consecutivo, a empresa alcançou a certificação do GPTW, que a reconhece como um local com excelente ambiente de trabalho. A certificação é uma etapa de um projeto mais amplo que busca avanços em diversos aspectos internos, como clima organizacional, remuneração e transparência na gestão.

A diretora-geral da Buaiz Alimentos revela que, no dia a dia, busca se inserir em diferentes áreas, conhecer os desafios e oportunidades dos setores, ouvir os colaboradores e desenvolver uma política de gestão de pessoas voltada para o respeito e o crescimento de todos.

“Minha liderança é marcada por uma relação afetiva e próxima junto às equipes”, pontua Eduarda Buaiz.

A diretora-geral também enfatiza a atenção à sustentabilidade do negócio como um diferencial da gestão da empresa. Um olhar que foge um pouco do mercado e mira as comunidades e os públicos mais próximos é fundamental, conforme ela destaca.

“Tenho inúmeros desafios como líder, mas quero continuar avançando nos projetos com foco nas pessoas, para tornar o



“Tenho inúmeros desafios como líder, mas quero continuar avançando nos projetos com foco nas pessoas”

Eduarda Buaiz

Diretora-geral e vice-presidente da Buaiz Alimentos

nosso ambiente de trabalho cada vez melhor. Vamos continuar atuando em parceria com as comunidades, apoiando projetos e doando alimentos para famílias em situação de vulnerabilidade social”, afirma.

Outro aspecto importante é a inovação. A empresa tem buscado soluções em inteligência artificial para ajudar no dia a dia da produção fabril. Além disso, tem apostado em roteirização automática para reduzir custos e agilizar o transporte das mercadorias.

O maior orgulho em ser capixaba é cuidar de você.

Graças à confiança e o respeito dos capixabas, a Farmes atua há 26 anos cumprindo o propósito de cuidar das pessoas.

É bom saber que a gente pode confiar e contar com você.

 **Farmes**[®]
REDE DE FARMÁCIAS





EDP opera mais de 66 mil quilômetros de rede elétrica, em 70 dos 78 municípios do Estado
FOTO: CARLOS ALBERTO SILVA

Eficiência, inovação e compromisso social

Com previsão de R\$ 3 bilhões em investimentos até 2025, EDP também apoia startups capixabas

Com um plano de negócios que contempla investimentos de R\$ 3 bilhões no Espírito Santo entre 2021 e 2025, a EDP tem como objetivo garantir eficiência energética e inovação, sem deixar de investir em projetos

sociais e culturais. Na liderança deste processo está o CEO João Marques da Cruz, de 61 anos, que assumiu o cargo em fevereiro de 2021.

Formado em Gestão pelo Instituto Superior de Economia (ISE) da Universidade Técnica de Lisboa, João Marques ocupou a vice-presidência de diversas empresas do grupo EDP entre 2007 e 2021.

No período, acumulou experiência em várias frentes de negócio e ingressou também no Conselho Executivo de Administração – posição na qual permaneceu até assumir a presidência da EDP no Brasil.

“A EDP chegou ao Brasil em 1996, no início das privatizações do setor elétrico. Desde 1999, estamos no Espírito Santo, que se transformou em um mercado estratégico para a companhia. Mais do que isso: hoje temos um coração capixaba. Por isso, buscamos ajudar ao máximo o desenvolvimento do Estado, investindo em projetos estruturais e realizando nossos serviços com a maior excelência possível”, destaca o executivo.

João Marques ocupa assento no Conselho de Administração da EDP Brasil desde 2015. Como CEO, tem como um de seus objetivos apostar no crescimento das frentes de Distribuição, Transmissão e Soluções em Energia.

EXPANSÃO E ATUAÇÃO JUNTO A COMUNIDADES

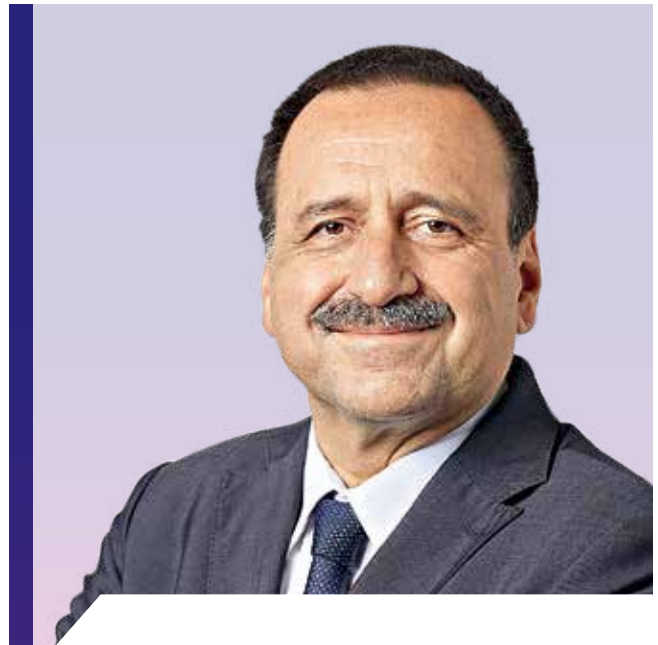
A EDP atende 1,6 milhão de clientes, atua em 70 dos 78 municípios e opera 66.461 km de linhas e redes no Estado. O aporte de R\$ 3 bilhões tem como foco a expansão da rede, as melhorias operacionais, a redução de perdas, o investimento em digitalização e o atendimento ao cliente.

Ao mesmo tempo, a EDP também reforçou sua atuação frente às comunidades capixabas e realizou investimentos de mais de R\$ 12 milhões na preservação do patrimônio histórico-cultural do Espírito Santo.

A companhia também aposta na formação de mão de obra e realizou investimentos de R\$ 1,8 milhão na formação de 10 turmas de escolas de eletricitistas entre janeiro de 2021 e julho de 2022. Parte dessa verba financiou turmas exclusivas para mulheres e trans, uma estratégia para aumentar a diversidade na empresa.

“Está dentro da nossa estratégia ESG (governança ambiental, social e corporativa) realizar um trabalho relevante de desenvolvimento e impacto social para modificar positivamente a realidade das comunidades nos Estados onde atuamos. Temos metas bem definidas, apresentamos melhorias constantes e estamos sempre ampliando a nossa atuação. O investimento em projetos sociais faz parte deste contexto”, complementa João Marques da Cruz.

Pensando na transformação do setor elétrico, a



“Temos coração capixaba. Por isso, buscamos ajudar ao máximo no desenvolvimento do Estado”

João Marques da Cruz
CEO da EDP

companhia aposta na inovação para melhorar a qualidade do serviço. Nesse sentido, investe em ações como o recenseamento do parque de iluminação através de drones e no desenvolvimento de um equipamento de telemedição de baixo custo e com disponibilidade em locais onde não há sinal de celular.

Em outra frente, a empresa assinou um compromisso pela inovação no Espírito Santo, que culminará na contratação de 10 startups capixabas até 2025.

Preocupação em oferecer o melhor ao consumidor

A VP Solar forneceu 500 usinas
solares e 16 mil placas fotovoltaicas
ao mercado em 2022

FOTO: VP SOLAR/DIVULGAÇÃO

Com o cuidado de manter contato direto para tirar dúvidas dos clientes, sócio-fundador garante crescimento de 500% da VP Solar no mercado

A busca por uma vida com menos impacto no meio ambiente abriu espaço para o mercado da energia sustentável. No Espírito Santo, a fornecedora de equipamentos para energia renovável VP Solar é uma das indústrias capixabas mais presentes nesse nicho, com 80 revendedores em todos os municípios. Para Vinícius Allazio, sócio-fundador, além de uma tendência ambiental, o crescimento se dá

por uma gestão comprometida.

“Mesmo se tem possibilidade de perder, faça o que tem que ser feito. É isso o que eu passo e todo mundo que trabalha comigo vai nessa linha porque bato muito na tecla de excelência. E realmente é o que penso, tem que tentar. Isso ajuda muito para a referência e relação com os vendedores”, afirma Allazio.

Para o fundador da VP Solar, a conversa também é primordial para o crescimento da empresa. Dentro do negócio de vendas de energia fotovoltaica, o canal entre a liderança e os colaboradores é direto, feito por meio de um grupo de mensagens. Nele, são enviados materiais para auxiliar os vendedores a não perderem excelência, a aprimorarem o conhecimento sobre o próprio trabalho e a manterem a qualidade e o foco.

“Quem precisar pode falar comigo. Consegue ter o contato

direto. Não sei até quando vou conseguir manter isso, mas é importante sentirem que trabalho junto com eles. É uma liderança com parceria, sem esconder as coisas. Se há algo que não deu certo, alguém montou algo errado, vamos consertar. Não inventamos desculpa. Coloco todo mundo junto por causa disso mesmo, porque todo mundo faz parte da empresa. Assim a qualidade se mantém”, explica o sócio-fundador.

A conversa se estende aos clientes. O fundador da VP afirma se colocar pronto para tirar dúvidas e resolver problemas também com os compradores. A atitude de mostrar a presença da atuação da liderança a quem compra é posta como essencial pelo executivo. Ele entende ser uma forma de construir laços com os consumidores ao mostrar um atendimento de qualidade e disposto em todos os setores. Além disso, a posição de abertura ao diálogo é colocada como um caminho para o bom funcionamento da empresa.

Isso influencia diretamente no formato principal de gestão da empresa, o de busca pela qualidade. “Eu deixo claro que não quero o nome da empresa no Procon ou no Reclame Aqui. Então, abro caminhos para isso”, aponta o idealizador da VP.

Foi a partir desse contato diário e do investimento no conhecimento dos colaboradores que a empresa cresceu mesmo durante a pandemia. A fundação da VP Solar aconteceu em 2020, quando os casos do novo coronavírus explodiram pelo mundo. Porém, Allazio conta não ter sido tão afetado. Segundo o presidente, as vendas só aumentaram, o que possibilitou à empresa se firmar dentro da economia capixaba.

Todo bom resultado apresentado vem do combo: diálogo aberto com funcionários, clientes e qualificação. “O nosso método é ser ágil, ou seja, ter compromisso com o atendimento de qualidade é o nosso diferencial. Queremos manter isso e o canal de conversa aberta possibilita. Tanto que não trabalhamos com meta fechada. Aqui o critério é sempre ultrapassar a venda anterior. E sempre conseguimos”, analisa.

CRESCIMENTO

A consolidação no mercado espírito-santense permaneceu após os picos de casos da Covid-19, tendo crescido 500% em 2022. O dado representa o saldo positivo de vendas da VP, que teve saída de 500 usinas solares e 16 mil placas, com um total de R\$ 32 milhões em vendas.

Um dos maiores desafios do setor de energia fotovoltaica apontado por Allazio é a desinformação. Por isso, investir em informar o cliente é uma das dicas do empreendedor.

O desconhecimento sobre as vantagens de investir nas aplicações de placas feitas de cristal silício acaba afastando o cliente da opção pela compra. Como forma de driblar a situação, a VP investe em passar conhecimento para o público, como a



“O nosso método é ser ágil. Ter compromisso com o atendimento de qualidade é o nosso diferencial”

Vinicius Allazio

Sócio-fundador da VP Solar

possibilidade de economizar até 95% na conta de energia.

Com propagandas pela TV, pela internet, em outdoors e mensagens pelas redes sociais, os esclarecimentos sobre como funciona o custo de instalação, sobre taxas e economia em casa são disseminados. O intuito é atrair cada vez mais clientes com esse tipo de informação.



Oportunidades de crescimento para o mercado imobiliário

Retomada do programa Minha Casa, Minha Vida anima setor, que ainda aposta na manutenção da boa procura por unidades de médio e alto padrão

Bons ventos sopram para o mercado da construção civil no Espírito Santo e a confiança do setor está em alta. É o que aponta o presidente do Sindicato da Indústria da Construção Civil do Espírito Santo (Sinduscon-ES), Douglas Vaz.



Vitória continua recebendo investimentos no setor imobiliário
FOTO: LUCINEY ARAÚJO



“Os investimentos em infraestrutura são essenciais para que a construção civil se desenvolva”

Douglas Vaz
Presidente do Sinduscon-ES

“A construção civil está confiante de que os próximos anos serão de novas oportunidades para o mercado imobiliário capixaba. Nós percebemos que as cidades da Grande Vitória já estão consolidadas, mas ainda existem espaços vazios que são vetores potenciais na atração de empreendimentos”, acredita Vaz.

O presidente do Sinduscon destaca que o poder público é fundamental para o que o segmento continue em crescimento, já que é preciso criar eixos estruturais, principalmente de infraestrutura viária e saneamento. “Três novos eixos de desenvolvimento se destacam na Grande Vitória: os contornos do Mestre Álvaro e de Jacaraípe, na Serra, e a ES 388, em Vila Velha”, sinaliza.

A retomada do programa Minha Casa, Minha Vida é um dos fatores que aumenta o otimismo. Para Vaz, novas obras surgirão

para atender ao segmento econômico. “Todo programa de habitação de interesse social é fundamental para o país. É preciso suprir a necessidade de moradia da população. Esperamos que as novas medidas fomentem a oferta de imóveis no padrão econômico”, analisa o presidente do Sinduscon.

Segundo o presidente da Associação das Empresas do Mercado Imobiliário do Espírito Santo (Ademi-ES), Eduardo Fontes, a expectativa é que ocorram lançamentos em volume semelhante aos do ano passado, já que em alguns bairros a procura segue aquecida.

De acordo com a Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC), o mercado nacional, incluindo o Espírito Santo, deve registrar um crescimento de 2,5% ao longo de 2023.

Devido ao cenário econômico agravado pela pandemia, que



reduziu o poder de compra das famílias, houve uma concentração natural do mercado na produção de unidades de médio e alto padrão, bastante demandadas durante o isolamento social.

“Muitas famílias vislumbraram a necessidade e a oportunidade de migrar para um imóvel mais amplo”, explica Fontes.

Mas agora o mercado também vê com ânimo a retomada dos investimentos em unidades econômicas, dentro do programa Minha Casa, Minha Vida.

No segmento econômico, o destaque fica com a Serra, de acordo com Douglas Vaz. E Vila Velha segue sendo o maior canteiro de obras do Estado, principalmente os bairros Itapuã e a região de Itaparica. “Vitória tem recebido novos empreendimentos também”, complementa.

Fontes ressalta ainda que as unidades de dois quartos sempre foram, tradicionalmente, as mais desejadas. Portanto, seguirão como foco dos empreendedores. Mas há, segundo ele, uma tendência para projetos de apartamentos de um quarto, os chamados studios, além de moradias mais amplas de três e quatro quartos, coberturas e loteamentos residenciais. “Para quem busca mais rentabilidade e maior liquidez para locação, a preferência continua entre os apartamentos com um e dois quartos”.

Se os econômicos são uma promessa para 2023, Douglas Vaz ressalta que a venda de imóveis de médio e alto padrão deve se manter estável na Grande Vitória, conforme dados do Índice de Velocidade de Vendas (IVV), apurado pelo Sinduscon-ES.

Eduardo Fontes cita o imóvel funcional como outra tipologia que caiu no gosto do capixaba e deve continuar entre os queridinhos. Há algum tempo, alguns lançamentos são desenvolvidos com ambientes para recebimento e armazenamento de delivery, espaço para produção e transmissão de lives, carwash, petcare e coworking.

Os empreendimentos mais econômicos, por exemplo, vêm incorporando o serviço de bikesharing, para o compartilhamento de bicicletas. “A automação residencial também é uma realidade nas residências, sobretudo de médio e alto padrão, devido ao custo de serviço de instalação e dos aparelhos eletrônicos com tecnologia adequada. Os empreendimentos acompanham as mudanças de comportamento da sociedade”, avalia o presidente da Ademi-ES.

INVESTIMENTO SEGURO

Para os especialistas, comprar imóvel continuará sendo um bom investimento em 2023. “Sabendo escolher em que imóveis investir, a tendência é que ele se valorize, apresente boa rentabilidade e liquidez”, argumenta Douglas Vaz.

Ele explica que quem investe precisa diversificar as aplicações para reduzir os riscos e assegurar o patrimônio. “E o imóvel atende bem a essa situação”, acredita.

Eduardo Fontes diz que o investidor tem agora uma janela de oportunidades para comprar imóveis em construção com preços ainda represados, pois os novos lançamentos estão



“Para quem busca rentabilidade e maior liquidez para locação, a preferência continua entre os apartamentos de um e dois quartos”

Eduardo Fontes
Presidente da Ademi-ES

sendo colocados no mercado com valores atualizados.

Outro fator a se considerar é a projeção de redução da taxa Selic a partir do final de 2023, o que fará com que os imóveis se valorizem ainda mais, principalmente na Capital e em Vila Velha, onde os terrenos estão cada vez mais caros e escassos. “Juros baixos aquecem a economia, geram demanda e, consequentemente, valorizam os ativos alvos de interesse pelo consumidor.”

Design made in Italy.
Moda made in France.
Tecnologia made in
Japan. Mas a essência
é o atendimento
made in ES.

**Ana Luiza N. da Gama
de Azevedo**
Diretora Executiva

A Óticas Paris vai longe buscar as principais tendências em moda e tecnologia. Mas o que você encontra de mais exclusivo em nossas lojas é feito no Espírito Santo: o atendimento diferenciado, aprimorado em 43 anos de mercado. Um olhar especial para o cliente, que o capixaba só vê aqui.



É BOM TE VER AQUI



Liderança e tecnologia andam juntas

Além da gestão voltada à capacitação dos funcionários, Nazca investe em novos sistemas para facilitar os processos e agilizar o trabalho

Liderar com sabedoria e buscar inovação são os lemas de Angelo Alves, gerente executivo da Nazca, empresa especializada na construção de imóveis de luxo, como o Reserva Vitória, na Enseada do Suá, ao lado do Shopping Vitória. O empreendimento terá vista para o mar, para a Terceira Ponte e para um parque aberto para a comunidade.

Dos nove anos da empresa, Alves está no negócio há oito.

Tem colocado em prática, em todo o período que atua na corporação, esse princípio, ao coordenar três setores diferentes mesmo diante dos desafios enfrentados no ramo imobiliário capixaba. A Nazca se estabelece como grande indústria capixaba com uma administração focada. Para isso, Alves diz investir em uma gestão de repasse de conhecimentos e experiências aos funcionários.

“Liderar não é só mandar. Porque, para você liderar e comandar, é importante que saiba fazer. Então, eu e outros líderes passamos o conhecimento dos processos, do trabalho, e atuamos como facilitadores. A importância de ter gestão de pessoas é você conseguir capacitá-las para andarem sozinhas. É uma coisa na qual estou neste momento incluído. É um trabalho constitutivo e não punitivista que temos”, observa.

Os planos da Nazca são utilizar softwares e sistemas para aumentar o comércio imobiliário

FOTO: NAZCA/DIVULGAÇÃO



“O objetivo é usar a tecnologia para simplificar processos, para que a gente possa fazer mais”

Angelo Alves
Gerente executivo da Nazca

Por isso, conhecer a empresa é outro aspecto importante para o gerente executivo. Desenvolver os planos do negócio necessita de entendimento sobre como fazer com que tudo aconteça de forma mais veloz sem retirar de cena a capacidade. Isso influencia na definição do modelo de gestão, que, para Alves, não se trata de escolher um que encaixe perfeitamente na empresa, mas sim adaptar o que tem de bom em cada modo de planejamento que apareça no mercado. “Surgem muitos métodos e meios de como administrar a empresa, porém é necessário ter atenção ao que cabe ser aplicado de fato. Aqui, adaptamos o que percebemos que pode funcionar em cada novidade para aplicar de acordo com as necessidades e metas do negócio”, indica.

A internet das coisas, os programas e outras tecnologias são auxiliares na empresa. Os planos da Nazca são utilizar

softwares e sistemas para aumentar o comércio imobiliário sem elevar o quadro de colaboradores. A preferência é manter uma gerência próxima de todos para poder sempre inovar com a troca de ideias.

Para isso, a busca é pela instalação de programas como API (siga em inglês para Application Programming Interface), uma interface de comunicação direta entre a Nazca e os bancos parceiros, e Automação Robótica de Processos, que reduz a carga de trabalho humano e, assim, consegue agilizar o trabalho físico. “O objetivo é simplificar processos para que a gente possa fazer mais”, destaca Alves.



Prazer de viver em apartamentos luxuosos

Com foco em inovação, Grand Construtora faz sucesso com projetos residenciais ousados e grandiosos, de olho nos novos hábitos das famílias

Inovação constante é uma das metas da Grand Construtora, segundo o diretor-presidente da empresa, Rodrigo Barbosa. Focado em prédios residenciais luxuosos, o gestor investe na adoção de ideias diferenciadas, que busca até fora do país, e no aperfeiçoamento da construção.

Comandando a construtora junto com outros quatro sócios,

o diretor afirma que, mais do que o luxo, o propósito é tornar a moradia um lugar prazeroso.

A Grand Construtora é a idealizadora do Taj Home Resort, que está em construção no Jockey de Itaparica, em Vila Velha, e terá a torre mais alta do Estado, com 50 andares e 158 metros de altura.

Erguido em um espaço de 30 mil metros quadrados e inspirado na arquitetura luxuosa e disruptiva de Dubai, o empreendimento surpreende pela grandiosidade. Chamado de lunático no início, Rodrigo conta que passou a ser tratado como visionário, quando as vendas começaram a se concretizar.

“Trabalhamos muito e estamos constantemente buscando novas ideias. Pago empresas para entender a necessidade do ser humano de hoje. Por exemplo, iremos fazer o primeiro prédio que

O mais recente lançamento da Grand é o Una Residence, que será o prédio mais alto de Vitória

FOTO: DIVULGAÇÃO



não tem parede externa de alvenaria, nem de pastilha. Será todo de vidro, o que é uma inovação no Estado”, adianta.

A experiência é extensa. Economista, graduado pela Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes), Barbosa atuou por pouco tempo na área de formação. Logo mudou para o ramo da construção civil, onde está há 25 anos, sendo nove à frente da Grand.

O mais recente lançamento é o Una Residence, em Vitória. Será o prédio mais alto da Capital capixaba, com 37 andares e 124 apartamentos, além de contar com academia e piscina com borda infinita no 35º andar.

Ciente de que a moradia passou a ser vista de outra forma pelas famílias, a partir da pandemia da Covid-19, Rodrigo destaca que a Grand já estava atenta a esse novo conceito, no desenho de seus prédios. Ele cita o home office dentro do apartamento e também a opção de coworking, na área comum.

Em relação à gestão de pessoas, Barbosa gosta de se cercar de bons profissionais e trabalhar com eles por anos. “Gestão de pessoas é igual a um cálculo estrutural. É preciso sempre dar sustentabilidade à empresa. Eu, sozinho, não vou a lugar nenhum. Por isso, é importante encontrar as pessoas adequadas e desenvolvê-las dentro da empresa”, comenta.

Sobre as perspectivas para o futuro, Rodrigo conta que um terceiro projeto já está sendo desenvolvido e não descarta



“Gestão é igual a cálculo estrutural. É preciso sempre dar sustentabilidade à empresa. Sozinho, não vou a lugar nenhum”

Rodrigo Barbosa

Diretor-presidente da Grand Construtora

expandir a atuação da construtora para outros Estados.

“Ampliar a localização é algo positivo. Vemos capitais como Brasília, Goiânia e Cuiabá, que não estão totalmente formadas. É possível produzir edificações no segmento residencial com um belo visual. Gostamos muito de vista porque está intimamente ligada à privacidade”, exemplifica.

An aerial photograph of a coastal city, likely Rio de Janeiro, showing a wide beach, turquoise water, and a dense urban landscape with numerous high-rise buildings. The text is overlaid on the left side of the image.

Espírito de colaboração com foco no cliente

*Orla de Vila Velha é alvo de
projetos imobiliários voltados para
o mercado de alto padrão*

FOTO: PEDRO CABRAL/DIVULGAÇÃO

Javé Construtora confia na integração entre todos os setores em busca de ideias para proporcionar os melhores empreendimentos do mercado

Por trás de grandes negócios, existem lideranças focadas no desenvolvimento empresarial da própria marca, o que, conseqüentemente, contribui para o crescimento econômico do mercado capixaba. O segredo para esse sucesso está em atuações colaborativas de executivos que procuram dar espaço ao corpo de colaboradores para emitirem opiniões e ideias capazes de favorecer a todos.

Um exemplo desse modelo de gestão pode ser encontrado na Javé Construtora. Há 15 anos no mercado, a empresa tem desenvolvido soluções administrativas para manter a integração entre todos os setores, em busca dos melhores empreendimentos e do bom atendimento ao cliente.

Quem explica mais sobre esses processos é o diretor Comercial, Financeiro e Jurídico da Javé, Diego Freire. Na construtora há dois anos e meio, o profissional conta que chegou à empresa em um momento de transição dos modelos de gestão e conseguiu identificar demandas por uma nova rotina jurídica.

Com a elaboração de um setor especializado, foi possível dinamizar alguns protocolos e tornar as relações burocráticas entre os documentos que envolvem o processo de compra de um imóvel bem mais organizadas e diretas.

Ainda de acordo com Freire, apesar da pandemia, a Javé conseguiu conquistar resultados muito positivos. A expectativa é de novos lançamentos na Praia da Costa, em Itapuã e no Parque das Castanheiras, todos em Vila Velha, para os próximos meses, incluindo um condomínio horizontal.

“Temos uma liderança bem contributiva e damos espaço para que nossos funcionários atuem lado a lado para gerar melhorias contínuas. Por isso, como parte da rotina, realizamos muitas reuniões para acompanhamento de novos projetos, assim como os que temos em andamento atualmente. Buscamos um feedback contínuo da equipe para que esses projetos sejam sempre referência em qualidade e mais rentáveis”, destaca o diretor.

Principalmente, porque os empreendimentos da Javé são elaborados e incorporados pela empresa. O que significa que todo o processo de escolha de planta e da tipologia e o desenvolvimento da construção é feito pela construtora.

Dessa forma, a missão da empresa é melhorar ainda mais a visão de mercado com os novos projetos e continuar investindo em modelos de gestão que amplifiquem esses resultados. Isso porque a Javé acredita em administrações conjuntas,



“Queremos otimizar nossos processos e aumentar nosso catálogo com produtos incomparáveis”

Diego Freire

Diretor Comercial, Financeiro e Jurídico da Javé Construtora

pautadas no relacionamento próximo entre diferentes áreas de uma mesma empresa, assim como uma relação mais amigável e íntima com o cliente.

“Meu plano como gestor é fazer sempre mais com menos e entregar a melhor experiência para os nossos clientes. Queremos otimizar ainda mais nossos processos e aumentar o nosso catálogo com produtos incomparáveis, em regiões bem localizadas e com o acabamento que torna a Javé uma referência atualmente”, finaliza Diego Freire.



Morar está focada em aprimorar e inovar nos lançamentos imobiliários
FOTO: DIVULGAÇÃO

Capacidade de se adaptar a qualquer realidade

No setor da construção, liderança deve estar atenta às novas situações econômicas e também à revolução provocada pelo mundo digital

Há vários perfis de liderança, mas um se destaca na gestão de Rodrigo Almeida, presidente do Conselho da Morar Construtora: a capacidade de adaptação. “Cada

situação ou desafio pede um comportamento adequado ao momento para direcionar e incentivar a motivação das pessoas no melhor caminho a ser seguido”, afirma.

Ele ainda complementa: “É fundamental conhecer a maturidade de cada pessoa envolvida no processo e ter a correta análise do cenário em que o processo de liderança acontece. Busco sempre que o meu estilo de liderança seja o mais participativo possível para proporcionar um terreno fértil ao empoderamento das pessoas. E mais, no desenvolvimento da liderança de cada uma delas”.



Você sabia que o Comércio tem TUDO a ver com bem-estar social, educação e cultura?

Há mais de 70 anos, o Sistema Fecomércio/ES - Sesc e Senac - oferece os melhores serviços para as empresas e a sociedade capixaba, como qualificação profissional, educação infantil e fundamental, cultura, turismo, lazer, iniciativas sociais, cartão de benefícios para empresários, certificado de origem brasileira para produtos de exportação, e muito mais!

Nós fazemos parte da história do Espírito Santo e você faz parte da nossa.



Aponte a câmera do celular para o QR Code e conheça as nossas redes sociais.

Fecomércio ES · Sesc · Senac

Sistema Comércio



Com seu estilo mais adaptativo, Almeida está sempre atento às oportunidades e aos desafios de cada momento.

“Quando o mercado permite ser ousado, sou. No momento em que pede cautela, não tenho receio de ser mais cauteloso. É essencial dançar conforme a música. Para isso, a pauta da inovação é muito forte. Entretanto, precisamos saber dosar para não esquecer do nosso *core business*, de tudo o que nos trouxe aqui”, observa.

O currículo dele é imenso: fez Engenharia Civil pela Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes), MBA em Administração de Empresas pela Fundação Dom Cabral, certificação do Programa de Desenvolvimento de Gestão Avançada em Imóveis da Harvard University Graduate School Of Design e certificações voltadas para o Marketing e Mundo Business pela Northwestern University, Harvard Business School e Fundação Getúlio Vargas.

A Morar Construtora está de olho no futuro. “Queremos fazer a empresa crescer, pois temos avaliado novos mercados de atuação e novas possibilidades de desenvolvimento de produtos”, diz. “Para os negócios, a Morar está focada no que denominamos ‘aprimorar’ e, nesse contexto, a consolidação de uma cultura de inovação é fundamental. É um movimento importante que temos priorizado e que iremos continuar trabalhando”, completa.

A capacidade de adaptação citada lá em cima foi fundamental para passar por um momento que foi turbulento para todo o mundo, o da pandemia.

“A empresa é formada por pessoas. Então, é fundamental a nossa atenção no cuidar, capacitar, apoiar e, muitas vezes, suportar momentos difíceis, como foi o caso do período mais intenso de cuidados por conta da Covid-19. Com isso, a adaptação é fundamental para estar atento às mudanças e às situações que as pessoas possam estar passando.”

As necessidades impostas pela Covid destacaram também a atenção às inovações. “Muitas tecnologias revolucionárias têm mudado o comportamento de consumo e relacionamento entre as pessoas, como inteligência artificial e Big Data. Isso se intensificou ainda mais com as necessidades impostas pela Covid, como a urgência na adoção de ferramentas virtuais que geram uma grande necessidade de capacitação da equipe para acompanhar esse desenvolvimento.”

Ele destaca que já havia uma grande preocupação em melhoria contínua, mas agora o grupo está em processo de implantar um conceito mais amplo e incentivar uma cultura da inovação.

O empresário se orgulha em dizer que a Morar Construtora é uma instituição essencialmente capixaba. “Temos uma contribuição direta para o desenvolvimento do Espírito Santo, com geração de oportunidades, empregos e demandas de



“Quando o mercado permite ser ousado, sou. No momento que pede cautela, não tenho receio de ser mais cauteloso”

Rodrigo Almeida

Presidente do Conselho da Morar Construtora

produtos e serviços de empresas da região. Atuamos hoje no segmento do Minha Casa, Minha Vida, que possibilita a realização do sonho da conquista do primeiro imóvel de muitas famílias capixabas, o que impacta positivamente na vida dessas pessoas”, diz.

samp,

#PRAVC

Pra você que tem **EMPRESA**
pequena, média ou grande.

**PLANO EMPRESARIAL
COM INTERNAÇÃO**

A PARTIR DE

R\$

124,90**

A PARTIR DE 1 VIDA

*** CARÊNCIA ZERO**



**Contrate agora
0800 941 9641**

**Preço referente à faixa 0-43 anos, plano empresarial VITAL Quarto coletivo com copart, nº de registro 485.448/20-9. *Isenção para consultas e exames, conforme descrição contratual. Isenção não aplicável a procedimentos e terapias e/ou para doenças e lesões preexistentes. Campanha válida de 01/03 a 31/03/23.



Bons sinais de recuperação no comércio



Crescimento nas vendas e na abertura de vagas de trabalho mostra a capacidade de recuperação do setor após perdas no auge da pandemia

Setores mais impactados pela crise sanitária da Covid-19, o comércio e as atividades de serviço têm mostrado força para se recuperar das perdas do auge da pandemia. Em 2022, as vendas do varejo fecharam o ano com crescimento de 5,8% e os serviços mostraram avanço de 8,9% no mesmo período no Espírito Santo, como revela o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Outros dados apontam também a força desses dois ramos da economia capixaba. Um deles é o Cadastro de Empregados e Desempregados (Caged) do Ministério do Trabalho. Segundo

o levantamento, juntos esses segmentos criaram 34.422 vagas de trabalho em 2022, o equivalente a 76% dos novos postos abertos no Estado no ano avaliado. Os setores, aliás, são responsáveis por manter ativos 515.544 trabalhadores, 62% do total da força empregada no mercado capixaba.

No setor de serviços, o aquecimento se deve pelo crescimento do atendimento às famílias, com alta de 20,4% no ano. “Outros serviços” aparecem em segundo no ranking, com aumento de 16,3% no volume de atividades prestadas. Depois estão os serviços profissionais, administrativos e complementares (10,4%) e o de transportes e correios (10%). O único que ficou em estabilidade é a área de informação e comunicação (0,7%).

Já no comércio, o bom desempenho foi puxado pelas vendas de equipamentos e materiais para escritórios, informática e comunicação (45,1%); hipermercados e supermercados (20,9%); livros e jornais (20,5%); tecidos, vestuário e calçados (19,9%); artigos farmacêuticos (18,9%), entre outros produtos. De acordo com

Comércio e serviços têm contribuído para alavancar a economia do ES
FOTO: RICARDO MEDEIROS



“O papel das lideranças empresariais é congregar pessoas e ideias em busca de uma sociedade mais justa e desenvolvida”

Idalberto Luiz Moro
Presidente da Fecomércio

o IBGE, todos os segmentos fecharam com crescimento em 2022.

Com peso de quase 70% no Produto Interno Bruto (PIB) capixaba, o comércio de bens, serviços e turismo do Espírito Santo reúne 132 mil estabelecimentos. E a expectativa para 2023 é a continuidade desse crescimento.

Uma das ações para o fortalecimento dessas atividades será conduzida pela Federação do Comércio do Espírito Santo (Fecomércio). O presidente da organização e também empresário, Idalberto Luiz Moro, explica que a ideia é expandir o atendimento do órgão a mais municípios para apoiar o empresariado local.

“Por meio de uma nova governança, de forma integrada, podemos oferecer e ampliar para o maior número de municípios entregas ainda mais relevantes aos empresários, trabalhadores do comércio e a toda sociedade capixaba”, afirma.

Para os planos de sua gestão, a meta é estabelecer iniciativas pautadas nos seguintes pilares: economia, sindical, turismo, cultura, saúde, educação, qualificação profissional e inovação.

“Entendo que o papel das lideranças empresariais é congregar pessoas e ideias em busca de uma sociedade mais justa e desenvolvida. Não se faz nada sozinho. Por isso, é importante engajar e inspirar as pessoas a se mobilizarem pelo bem comum, respeitando os mais diversos segmentos da economia e da sociedade”.



De portas abertas para a nova geração

Do começo como mercearia em Cariacica à rede com 42 lojas no Estado, Extrabom se prepara para sucessão no comando do grupo a partir de 2024

À frente de uma das maiores redes de supermercados do Espírito Santo está o empresário Luiz Coelho Coutinho, CEO do Grupo Coutinho. Sua história está atrelada à da companhia, que teve início com seu pai, Mario de Vargas Coutinho. Em 1977, o patriarca, com a esposa e os filhos, saiu de Afonso Cláudio, na Região Serrana do Estado, com destino a Cariacica, na Grande Vitória.

No início, a família abriu uma pequena mercearia no bairro Jardim América, em Cariacica. Com o passar dos anos, o negócio prosperou e, atualmente, o grupo conta com 42 lojas das marcas Extrabom, Extraplus e Atacado Vem. As unidades estão espalhadas em oito municípios do Espírito Santo e empregam

por volta de cinco mil colaboradores diretos.

“Começamos em 1977. No ano seguinte, montamos algo mais arrumadinho. Então, toda a família começou a se envolver. Tínhamos ali uma loja com 120 metros quadrados. Fomos ampliando, mas sempre primando muito pelo atendimento ao cliente e investindo o resultado financeiro que tínhamos no negócio”, lembra.

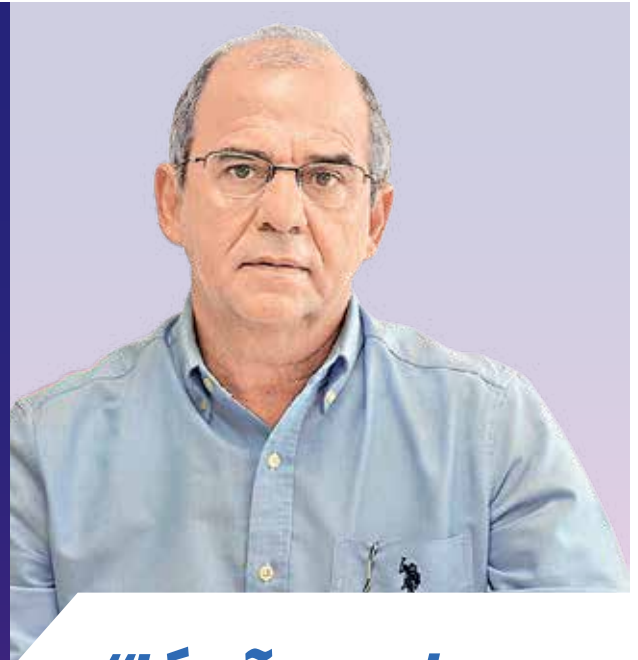
Coutinho conta que clientes, colaboradores e fornecedores foram e são muito importantes. Tanto que até a escolha do nome da empresa foi feita por eles.

“Em 1999, fizemos uma fusão com um supermercado da Serra. Achamos melhor discutir com os colaboradores e clientes qual seria o novo nome após a fusão. Então, abrimos a votação, e eles decidiram por Extrabom. Esse início acabou contribuindo para o fortalecimento da nossa marca”, comenta.

Ao longo dos quase 40 anos à frente do grupo, Coutinho explica que seu diferencial enquanto liderança é estar sempre perto das pessoas.

“Gosto de sempre conversar com os colaboradores, não só os da linha hierárquica mais próxima, mas também ouvir

Extrabom tem a meta de chegar a 50 lojas no Espírito Santo e atingir um faturamento de R\$ 3 bilhões até 2025
FOTO: DIVULGAÇÃO



“Já são mais de 40 anos que estou aqui. Precisamos sempre nos reinventar. Há uma turma mais jovem chegando”

Luiz Coelho Coutinho
CEO do Grupo Coutinho

as necessidades de todos e sempre criando abertura para poder escutar críticas e sugestões. Isso, para mim, é essencial”, aponta.

Para os próximos anos, a missão é passar o comando do grupo para a terceira geração da família. A empresa está no meio de um processo de sucessão familiar que começou há cerca de dez anos e deve continuar essa passagem nos próximos anos.

“Continuaremos o processo de aperfeiçoamento de gestão de toda a diretoria e do corpo de gestão e também melhorando seu nível. Com os nossos novos negócios, vamos continuar crescendo e chegar a 2025 com 50 lojas, alcançando R\$ 3 bilhões em faturamento”, explica.

Coutinho conta que seus dois filhos e uma sobrinha fazem parte da gestão e estão sendo preparados para a sucessão na administração do negócio. Em 2024, o grupo terá um conselho de administração e, nesse momento, o seu filho Fabrício vai começar a assumir a posição de CEO.

“Já são mais de 40 anos que estou aqui. Precisamos sempre

nos reinventar e, com uma turma mais jovem chegando, ocorre uma troca muito legal com quem está há mais tempo na empresa. Eles trazem para nós mais informações sobre transformação digital e novos consumidores, por exemplo, e conseguimos passar para eles os nossos valores e propósitos enquanto empresa”, complementa.



Dom que passou de pai para filha

O compromisso com o trabalho está presente no DNA das Óticas Paris, que também têm tradição de buscar a satisfação dos colaboradores

Em 44 anos, as Óticas Paris se estabeleceram como uma das maiores lojas do ramo no Espírito Santo. Para conquistar esse espaço e se tornar referência, o caminho foi guiado pelos passos do fundador, Getúlio Gomes de Azevedo, que inaugurou a primeira loja em 1979. O que começou com um sonho e paixão pelo setor, em uma garagem de Fusca no Centro de Vitória, transformou-se em 12 lojas físicas espalhadas pela Grande Vitória, o primeiro e-commerce de uma ótica capixaba — desenvolvido durante a pandemia — e a contratação de 95 funcionários.

Hoje, quem caminha ao lado dele para que a marca continue crescendo é a filha Ana Luiza Azevedo, diretora-executiva da empresa. “Meu pai sempre trabalhou no ramo, desde os 16 anos. E sempre teve paixão pelo segmento, nunca trabalhou em nenhuma outra área. Quando ele fez 30 anos, fundou as Óticas Paris. A loja era em uma garagem de Fusca, no Centro de Vitória, bem pequena. E foi crescendo. Em pouco tempo, nós já tínhamos uma outra loja no Centro e fomos expandindo”, conta.

Para Ana Luiza, o sentimento que moveu o pai no começo continua motivando o trabalho na empresa. Mas é a seriedade com o ofício que se destaca como diferencial. Aprendizado que ela adquiriu desde que começou a trabalhar com ele, há seis anos.

“O diferencial é esse foco na satisfação com o cliente. Atendimento de excelência e qualidade nos produtos. E a cereja do bolo, o que deixa tudo mais gostoso, mais leve, é a paixão que a gente tem, porque é impossível a gente trabalhar por 44 anos sem essa paixão”, acrescenta.

Óticas Paris contam com
12 lojas físicas espalhadas
pela Grande Vitória
FOTO: DIVULGAÇÃO



**“A cereja do bolo,
o que deixa tudo
mais gostoso,
mais leve, é a
paixão que a
gente tem pelo
negócio”**

Ana Luiza Azevedo
Diretora-executiva das Óticas Paris

De pai para filha, o compromisso com o trabalho está presente no DNA da empresa e contribui para que se construam lideranças de sucesso. “Fazer um trabalho correto, honesto e, de fato, incorporar a cultura do foco na satisfação do cliente. A partir do momento em que temos esse foco, tudo flui na empresa. A engrenagem anda, seja no atendimento seja no laboratório.”

Entendendo que ao vender óculos, vende-se, também, uma experiência, Ana Luiza reforça que a perspectiva para o futuro da ótica é um trabalho cada vez mais focado no que o consumidor busca.

Para dar continuidade ao que foi desenvolvido pelo pai nas últimas décadas, estar atenta às tendências, equilibrar o perfil inovador com o conservador e mirar na capacitação dos colaboradores são pontos essenciais para a sua gestão. “Temos uma empresa que está mais voltada para treinamentos e uma gestora que está pensando muito sobre se especializar em gestão de pessoas.”

Sobre a gestão dos quase 100 colaboradores, ela destaca a

relação criada com o funcionário, para que ele se sinta parte da empresa. Outro ponto que foi passado da gestão de Getúlio para a filha.

“Nós não enxergamos o funcionário simplesmente como um ativo da empresa. Nós consideramos a pessoa, nós conhecemos a família, tratamos pelo nome. Eu acho que a diferença é essa. Fazer o colaborador se sentir, de fato, parte da empresa, parte da família”, finaliza.

Movimento de clientes no Shopping Vitória: preocupação em estar mais conectado no pós-pandemia

FOTO: RICARDO MEDEIROS



Plano para integrar a internet das coisas

Pandemia trouxe dificuldades, mas também abriu caminhos para o Shopping Vitória antecipar ações na área digital e no desenvolvimento tecnológico

Em 2020, o mundo passou por mudanças com a chegada da pandemia, provocada pelo coronavírus, sendo necessário fechar o comércio para evitar a propagação do vírus. Isso fez com que a economia passasse



A Monteiro é a melhor escolha para quem sabe que o FUTURO está no aprender e que essa é a chave para conquistar os seus SONHOS e construir o seu LEGADO de realizações. Na Monteiro, o caminho é de parceria, diálogo e criatividade, que tornam tudo 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.



Faça sua matrícula

Ensino Fundamental
e Médio

Enseada do Suá

monteiro.

PRONTA

PARA

ABRAÇAR

O SEU

CAMINHO.

M ESCOLA
monteiro

monteiro.g12.br

por um período turbulento.

À frente do Shopping Vitória, na capital do Espírito Santo, como diretor-geral, Raphael Brotto precisou ir atrás de soluções para lidar com uma situação nunca antes vivida.

“A Covid foi uma tragédia, mas também um aprendizado. Acabou que esse período também foi de reciclagem e saímos mais fortes. O Shopping Vitória foi parceiro dos seus lojistas nas várias situações colocadas. Nesse pós-pandemia, vamos trabalhar com o que aprendemos”, conta Raphael, também coordenador estadual da Associação Brasileira de Shopping Centers.

Ele ainda explica que, entre as mudanças provocadas pela crise sanitária, a forma híbrida de trabalhar trouxe desafios para sua gestão. Ele chegou ao Shopping Vitória em 2003, coordenando a parte de auditoria de lojas, e fez sua carreira dentro da empresa.

Formado em Administração, tem duas pós-graduações, em Gestão Comercial e outra em Gestão de Shopping Center. Sua liderança converge com o plano estratégico da empresa, que tem como base pessoas, com olhar muito além de resultado e performance.

“Temos um cuidado especial com os colaboradores, um olhar interno. Como gestor de um grande empreendimento, como o Shopping Vitória, também preciso ter um olhar externo, no sentido de pessoas também, onde há necessidade de se preocupar com a comunidade, seja no entorno, em Vitória, seja em todo o Espírito Santo”, diz.

De acordo com Raphael, em tempos de desenvolvimento tecnológico, o principal desafio é entender quais são as necessidades dos seus negócios diante da internet das coisas. Ele explica que, a partir do momento que se entende a necessidade do cliente, o gestor dá um grande passo.

“O Shopping Vitória vem trabalhando há muito tempo com inovação, uma característica da minha liderança. Tratamos isso há mais de cinco anos e trouxemos projetos, montamos um setor específico de tecnologia. Recentemente, criamos um setor de inovação para entender quais são os desejos do nosso público em tempos de internet das coisas. Tem muita coisa para ser mapeada, estudada e planejada”, afirma.

“A gente entendeu que o shopping vive uma dinâmica muito grande. Em 2020, em plena pandemia, lançamos o shoppingvitoria.com. Era um projeto que estava sendo desenhado e antecipamos seu lançamento. Virou um negócio e agora as pessoas podem comprar no shopping fisicamente ou on-line.”

Raphael afirma que para qualquer executivo uma característica fundamental é estar inovando o tempo todo. No setor comercial, isso significa trazer mais novidades, parcerias



“Recentemente, criamos um setor de inovação para entender quais são os desejos do nosso público”

Raphael Brotto
Diretor-geral do Shopping Vitória

com lojistas, entre outros aspectos. “As pessoas estão sempre sedentas por novidades.”

Além do atendimento ao cliente, ele explica que o centro de compras está preocupado em melhorar as relações com os colaboradores da empresa.

“Em 2017, a gente decidiu reinventar o RH do Shopping Vitória. Entendemos que, naquele momento, precisávamos dessa transformação. A gente precisa se preocupar muito com os funcionários. Em 2021, lançamos uma plataforma para os colaboradores darem ideias. Já são quase 300 propostas inscritas.”



(X) Empresa

(X) Família

Para ter múltiplas coberturas em saúde, ele só precisou fazer uma escolha.

Mais do que uma administradora de benefícios, a Up Health é a sua melhor escolha quando o seu plano é proteger a saúde dos seus colaboradores ou da sua família. Com planos especiais que garantem a melhor e mais completa cobertura em assistência médica e odontológica do estado, **a Up Health já atende mais de 9 mil empresas e cuida da saúde de mais de 74 mil vidas.**



up
health

Soluções em saúde para sua empresa ou família



Unidos pela busca do melhor preço

Rede Show está atenta às novas tecnologias e confia no trabalho feito pela gestão com os trabalhadores para obter bons resultados

Em uma relação associativista, ouvir e respeitar são pilares essenciais para que um líder possa ajudar a promover um ambiente saudável e diverso. Quando a associação de lojistas é consolidada como referência há 25 anos, então, esses valores têm um peso ainda maior para que a liderança da marca reflita o seu compromisso.

Para o empresário Raphael Vieira, presidente da Rede Show, o sucesso na sua liderança está diretamente ligado ao trabalho feito com os colaboradores, além do relacionamento direto com

o cliente.

A fim de contribuir para um negócio que tem como objetivo mostrar a força da união, ele busca estar atento às inovações tecnológicas e mercadológicas, alinhando o que cabe na realidade da associação com os valores da marca.

Com honestidade, respeito, comprometimento, integração e alegria, Raphael procura potencializar a força e visibilidade que a Rede Show vem conquistando desde 1997, quando foi criada. Além, é claro, de buscar inspiração nos que já sentaram na sua cadeira.

“A inspiração vem todos os dias dos pioneiros, que estiveram antes de mim e trabalharam para a criação e o crescimento do Grupo Rede Show. Quero ser inspiração para os que vierem após a minha liderança”, conta.

O crescimento acompanha os preços competitivos, da

Rede de supermercados aposta em preços competitivos, união com os clientes e posicionamento estratégico das lojas

FOTO: FREEPIK



união com os clientes e do posicionamento estratégico das lojas. O resultado? Estabelecimentos espalhados por todo o Espírito Santo e o reconhecimento da associação como uma marca de valor.

“A verdade na liderança passa pelo conhecimento do seu mercado, pelo respeito aos princípios de amizade e responsabilidade com todos os envolvidos (lojistas, colaboradores e clientes) e ética profissional sempre.”

Tratando-se de uma marca que tem como visão promover a expansão do negócio e que se destaca no relacionamento com os clientes e fornecedores, Raphael contribui para que a Rede Show continue na posição de liderança no segmento.

O reflexo é comprovado na missão da marca em ser um agente negociador de produtos e serviços junto aos fornecedores, a partir de uma negociação que seja rentável e atenda às expectativas de todos os associados.



“A inspiração vem todos os dias dos pioneiros, que estiveram antes de mim e trabalharam para a criação do grupo”

Raphael Vieira
Presidente da Rede Show

Ciente da importância de exercer uma boa liderança para garantir o sucesso do negócio, Raphael Vieira diz que, para se destacar, é preciso ser um exemplo, tanto em palavras quanto em atitudes.

“Além das palavras, é importante ter atitudes exemplares cotidianas, pois as pessoas se espelharão automaticamente em você”, complementa.



Setor de
medicamentos abre
oportunidades
FOTO: FREEPIK

O remédio é valorizar
os trabalhadores

Presidente da Rede Farmes acredita que um bom gestor deve dar autonomia para que os colaboradores mostrem seus potenciais

Presente em diferentes bairros e comunidades no Espírito Santo, a Rede Farmes reconhece a necessidade e o potencial local, estimula a economia, gera emprego e renda, leva preços acessíveis e facilita o acesso a diversos produtos e serviços. Fundada em 1997, em Vila Velha, a marca é referência na compra de medicamentos. São mais de 180 lojas em 31 municípios e uma história construída graças à união dos colaboradores e ao *know-how* dos empresários associados.

Para o presidente da Rede Farmes, Braz Luiz, “acreditar sempre no ser humano e no potencial das pessoas” é o diferencial da liderança do grupo, o que contribuiu para que a rede seja o que é atualmente. Buscando gerar oportunidades para que todos possam mostrar seu valor, um dos objetivos da empresa é fazer com que todos caminhem juntos.

“Nos últimos quatro anos, a Farmes se tornou a maior empresa varejista do segmento farmacêutico exatamente por termos levado nossos empresários a pensarem da mesma forma. Trazendo, ao mesmo tempo, ferramentas de gestão e estratégias comerciais inovadoras jamais vistas em qualquer associativismo do Brasil. Isso impulsiona associados a quererem continuar expandindo e crescendo. Destaque também para os investimentos em nossas equipes de colaboradores, que se engajam de forma motivadora a darem o seu melhor diariamente”, observa o presidente da Rede Farmes.

Focado na gestão dos seus colaboradores, Braz se baseia em dois principais pilares que todo líder deve focar — a delegação de tarefas e a escuta — para ajudar a escrever novos capítulos na história da empresa, que há 25 anos é destaque no Espírito Santo.

Segundo ele, uma empresa que prospera é uma empresa que zela pelas pessoas. E um gestor que quer o sucesso do negócio deve dar autonomia para que os colaboradores mostrem seus potenciais. É isso, de acordo com o Braz, o que a Farmes faz: une o cuidado com a responsabilidade. “É importante o líder entender que, por muitas vezes, as pessoas sabem mais sobre a empresa do que ele mesmo. E isso é bom. Não pode encarar isso como uma ameaça. Afinal de contas, se o time souber mais que você, é um sinal claro de que sua empresa contratou a pessoa certa. E, juntos, irão construir resultados surpreendentes”, comenta.

Nos últimos quatro anos, com o crescimento da Farmes e o reconhecimento de maior empresa varejista no segmento farmacêutico, colocar essa missão em prática contribuiu para que a empresa pudesse alcançar bons resultados.



“É importante o líder entender que, por muitas vezes, as pessoas sabem mais sobre a empresa do que ele mesmo”

Braz Luiz
Presidente da Rede Farmes

Durante o caminho, a necessidade de profissionalização para as redes sociais e os aprendizados deixados pela pandemia da Covid-19 foram pontos de atenção. Momentos que necessitaram de mente aberta e conhecimento do negócio para saber o que deveria ser aplicado na rotina da empresa.

Para 2023, visando a acompanhar o crescimento esperado de 12% no setor farmacêutico, os planos para a Farmes são de avançar para outros Estados, dar “start” no e-commerce e consolidar o caminho para chegar a 300 lojas até 2025.



Escola Monteiro busca novas formas de auxiliar o aluno nos seus estudos dentro e fora da sala de aula
FOTO: ESCOLA MONTEIRO/DIVULGAÇÃO

Ensino e inovação com foco no aluno

Com proposta educacional humanizada, Escola Monteiro se apoia em novas tecnologias para enxergar a individualidade de cada estudante

Quando pensa em inovação, o que lhe vem à cabeça? Não é surpresa que a palavra seja associada ao aprimoramento tecnológico e à busca pela modernização de processos. No caso da Escola Monteiro, porém, não basta apenas a adoção de novas ferramentas para inovar. Junto delas, a atenção à participação de pessoas em meio a esses processos é essencial para o sucesso de um projeto educacional aliado aos negócios.

Fundada em 1969, a Monteiro ocupa o posto de uma das escolas mais tradicionais de Vitória. No seu DNA, está impressa uma proposta educacional humanizada, que busca aliar valores a um ensino que foca em enxergar a individualidade de cada estudante.

Ex-aluno, professor de disciplinas extracurriculares e agora diretor-executivo da Monteiro, Eduardo Costa Gomes acredita que a modernização do mercado da educação e da instituição andam lado a lado. Ainda que as mudanças neste ramo sejam tímidas e exijam um olhar mais cauteloso para todos os riscos, Gomes enxerga a necessidade da participação ativa das escolas no mercado.

Segundo o diretor, é essencial que a escola estude constantemente maneiras de aprimorar seu processo pedagógico. Para isso, mantém um diálogo com instituições de segmentos diversos, como o da engenharia, a partir da participação de seus funcionários no hub de inovação Base 27.

“Quando a educação passa a ser passiva em meio a tantas mudanças, ela está muito sujeita a questões de mercado. Com esse tipo de comportamento, não é sempre que certas ações terão o efeito daquilo que imaginamos”, afirma.

Com base nesse pensamento, Eduardo comenta que a inovação também deve ser considerada de forma disruptiva, mirando processos e pequenas medidas que impactem diretamente os alunos e o quadro de funcionários do local. Um exemplo é o estudo para a implementação de *chatbots* e a utilização de estratégias de design thinking como forma de auxiliar os alunos durante os seus estudos dentro e fora de sala de aula.

Além disso, os funcionários passam por ciclos de capacitação contínua, a fim de também desenvolverem habilidades de gestão e tornar a rotina de trabalho mais leve.



“Quando a educação passa a ser passiva em meio a tantas mudanças, ela está sujeita a questões de mercado”

Eduardo Costa Gomes
Diretor-executivo da Escola Monteiro

“A gente brinca que em escola cabe tudo. Toda estratégia possível pode ser usada. Mas cada perfil de atuação traz uma necessidade. Por meio de métricas e outras formas de aprendizado, identificamos dificuldades e desenvolvemos as pessoas da maneira mais adequada para cada um”, observa Eduardo Gomes, ao falar sobre o modelo de ensino e de gestão da escola Monteiro.



Samp
pronto

Aposta na telemedicina conecta hospitais

Uma das maiores redes de saúde em operação no Estado planeja investimentos para ampliar capacidade de atendimento on-line aos pacientes

Uma pessoa que busca soluções por meio de estratégias com indicadores simples. Assim é como se define Fernando Leibel, 57 anos, CEO da Athena Saúde na Região Sudeste, uma das maiores redes de saúde em operação no Brasil, da qual a Samp faz parte. Ele conta que está há um ano nessa posição e foi descoberto por um headhunter. Seus diferenciais como gestor são traçar de forma clara o objetivo final e comunicar para a equipe.

“Ser líder é isto: enxergar o destino e traçar estratégia para que todos remem para o mesmo local. Busco soluções simples com indicadores que levem para o local correto. Não acredito na inovação pela inovação. A consistência e perseverança

fazem diferença. Eu acredito muito nas pessoas. O ser humano nos surpreende positivamente quando entende bem quais são o seu papel, suas metas e seus objetivos. Precisamos estimular e entender qual é a característica de cada um. Quando conseguimos engajar todos em um projeto, eles sentem prazer no trabalho e os resultados são entregues. Raramente troco de equipe. Se as coisas não funcionam bem, a culpa é do gestor. De uma forma geral, as estratégias são confusas”, comenta.

Fernando foi CEO de outras operações. Inclusive, passou 20 anos em uma operadora de saúde e já teve uma seguradora. Natural do Rio de Janeiro, mora em São Paulo há 15 anos e é formado em Medicina e Análise de Sistemas. Devido aos compromissos profissionais, costuma vir ao Espírito Santo toda semana, com escritório em Colatina, mas não deixa de fazer reuniões on-line diariamente com a equipe capixaba.

A pandemia da Covid-19 acelerou a implantação da telemedicina. Segundo Fernando, a rede registrou uma média de 40 mil consultas desse tipo por mês, entre eletivas e pronto atendimento. Em um cenário de pós-crise, a tendência é que

Rede de atendimento
deve crescer com o uso
de novas tecnologias

FOTO: DIVULGAÇÃO



o investimento nessa área seja ampliado. Para isso, já começaram os testes de cabines de telemedicina e o mapeamento de outras localidades que sofrem com déficit de especialidades médicas.

“Queremos interligar todos os hospitais por telemedicina. Por exemplo, um neurologista de plantão no Vitória Apart poderá dar suporte no interior da Bahia”, exemplifica.

Após um ano difícil e com muitos desafios, Fernando diz que o grupo conseguiu manter os resultados e está em crescimento. Figura em terceiro lugar no ranking nacional de melhor sinistralidade — indicador que aponta a relação entre o uso do plano e o valor pago à operadora de saúde.

Quando o assunto é inovação, ele ressalta o recente lançamento do VAH Urgente, serviço de resgate emergencial próprio do hospital particular Vitória Apart, situado na Serra, que atende a Grande Vitória. Em caso de emergências cardíacas, neurológicas, respiratórias e quedas, o Vitória Apart Urgente pode ser solicitado pelo telefone, disponível para usuários de 25 planos de saúde sem custo adicional.



“Queremos interligar todos os hospitais por telemedicina. Um neurologista em Vitória pode dar suporte na Bahia”

Fernando Leibel

CEO da Athena Saúde na Região Sudeste

“É uma ação inédita em termos de serviço hospitalar. Já salvamos várias vidas. Tivemos pacientes que estavam com quadros graves de infarto do miocárdio e septicemia. Quando alguém está passando mal e vamos buscá-lo em casa, o tempo é crucial. A ambulância conta com todo equipamento para iniciar o atendimento e o acompanhamento de um médico”, afirma Leibel. Outra mudança é a expansão para Colatina. Foi adquirida uma nova ambulância para atender a população dessa localidade.



Rede tem buscado novas formas de ampliar o atendimento
FOTO: MERIDIONAL/DIVULGAÇÃO

Ser visionário garante o sucesso

Insatisfação com os modelos hospitalares nos anos 1990 levou grupo de médicos a criar rede que hoje conta com 17 hospitais no Brasil

O usadia, agilidade e firmeza na tomada de decisão. Essas são as bases para uma liderança de sucesso enumeradas por Antônio Alves Benjamim Neto, que é CEO da Kora Saúde. Com um perfil bastante ousado de liderança, Benjamim arremata o trio de qualidades adicionando mais uma característica fundamental para o sucesso de sua gestão: a capacidade visionária de perceber algo à frente de seu tempo.

Mas, antes de chegar onde está, um longo caminho precisou ser percorrido até aqui. Antônio Alves Benjamim Neto é natural de Teófilo Otoni, Minas Gerais, e veio estudar Medicina em uma universidade particular de Vitória, nos anos 1980.

Filho de um servidor público, ele lembra que foram anos de aperto financeiro, mas que valeram a pena pelo que conseguiu construir a longo prazo. Após se formar, fez residência em Cirurgia Geral pela Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes) no Hospital das Clínicas, em 1991 e 1992, e Cirurgia Vascular da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Voltou ao Espírito Santo para trabalhar no Hospital São Francisco, em Cariacica.

Como Benjamim conta, um grupo de médicos do qual ele fazia parte estava insatisfeito com os modelos hospitalares da época. “Então, em 1996, reuni esse grupo de médicos e compramos um terreno em Cariacica, onde foram iniciadas as obras, em 1998, do Meridional Cariacica, primeiro hospital da rede”, relata.

Esse movimento deu início ao que é hoje a Rede Meridional do



UM ESPAÇO SOFISTICADO & MODERNO

SOB MEDIDA PARA
SEU ESTILO DE VIDA

4 SUÍTES

100 A 196m²
PRIVATIVOS

Lazer completo

Conveniências

Tecnologia

Sustentabilidade

JAVÉ[®]
INCOMPARÁVEL

Signature
PRAIA DO CANTO

CENTRAL DE VENDAS

27 **3077-1414**



@JAVECONSTRUTORA

JAVECONSTRUTORA.COM.BR



cabana
PHOTOGRAPHY

Espírito Santo. Em 2001, o Meridional Cariacica foi inaugurado. Só que o seu início não foi tão tranquilo. Após a inauguração do hospital, a instituição foi dirigida por outro médico por 10 meses.

“Quando retornei para assumir a posição de CEO, encontrei uma instituição completamente endividada, devendo o triplo do seu faturamento anual e mais de 7 mil títulos protestados. Começou, então, uma cruzada de negociações, cara a cara, com todos os credores até colocar tudo nos eixos novamente, para garantir os contratos e chegar onde está hoje”, relembra o CEO.

As ações deram certo e a rede experimentou especial crescimento de 2008 a 2017, período em que foram adquiridos ou inaugurados novos hospitais, três deles na Grande Vitória: o São Francisco, em Cariacica; o São Luiz e o Praia da Costa, ambos em Vila Velha. No Norte do Estado, foi construída e inaugurada uma grande unidade: o Meridional São Mateus.

A partir de 2018, iniciou-se mais uma etapa de expansão do grupo. “Na busca por investidores, o HIG entrou na história da Rede Meridional e, ali, nasceu a Kora Saúde, consolidando-se como um dos maiores grupos hospitalares do país”, afirma Benjamim.

“Em 2021, a Kora Saúde abriu capital na Bolsa de Valores. A oferta restrita foi realizada nos termos da ICVM 476, no segmento do Novo Mercado. A Kora Saúde conta, hoje, com 17 hospitais no Brasil, sendo sete no Espírito Santo, três no Ceará, dois no Tocantins e está presente, ainda, no Mato Grosso, Distrito Federal e em Goiás”, destaca o CEO.

E os planos são de continuar crescendo. A meta é expandir o tamanho da Kora Saúde em até quatro vezes. “Queremos levar assistência médica de qualidade a preço justo fora dos grandes centros”, garante.

O olhar para fora, para a expansão, não impede um vislumbre interno. A valorização das pessoas também está entre as metas do grupo. “As pessoas são nosso maior ativo e saber gerir esse capital humano é um dos segredos de sucesso de qualquer empreendimento. É preciso manter sempre a motivação dos colaboradores para que a parceria com a empresa seja a melhor possível para ambos”, diz.

Questionado sobre o segredo para lidar com tanta gente, Antônio revela suas impressões: “O gestor precisa ter confiança, segurança, sabedoria e agilidade para conseguir conduzir uma equipe coesa e motivada e, também, para tomar boas decisões. É importante estar em constante aprendizado e capacitação para que gerir seja cada vez mais um plano de sucesso.”

O que não é segredo foi a necessidade que empresas, grupos e pessoas tiveram para se adaptar ao período mais intenso da pandemia da Covid-19. Algumas das inovações para lidar com o momento vieram para ficar.

“Como são os casos da telemedicina, dos fluxos apartados,



“É importante estar em constante aprendizado para que gerir seja cada vez mais um plano de sucesso”

Antônio Alves Benjamim Neto
CEO da Kora Saúde

da medicina preventiva e atenção primária, da sustentabilidade, entre outros”, cita Benjamim.

Mas o CEO ressalva que ainda não é possível “saber exatamente quais serão as complicações tardias e consequências da Covid.”

A meta é seguir sempre em frente: “Vamos tocar a Kora com muita garra, dedicação e habilidade para enfrentar esses momentos difíceis que vivemos, obtendo as oportunidades e as constantes mudanças que possam surgir no setor”, conclui.

GRUPO RDG

INOVAR, TRANSFORMAR FAZER DO AÇO A SOLUÇÃO PARA O SEU PROJETO.



MATRIZ



Linhares



Serra



Caracica



Civit



Cachoeiro de Itapemirim



Colatina



PRD Civit



PRD Linhares



Campos dos Goytacazes



Vila Velha



Campo Log



Centralfer

O Grupo RDG é reconhecido como o Maior Grupo Empresarial com atuação no ES. Desde 1980, seu foco principal foi o AÇO, atendendo o mercado varejista e atacadista. O Grupo amplia cada vez mais, o seu mix de produtos e serviços. Por consequência, ao longo do tempo, foram criadas outras empresas associadas ao time, como a Perfilados Rio Doce, Centralfer, Transcampo e a CampoLOG complexo logístico.



RDG Aços do Brasil
Produtos Siderúrgicos

☎ 27 2123 7200

🌐 rdgacosdobrasil.com.br





Compromisso de engajar funcionários

*Personalização do
atendimento na área da
saúde tem sido diferencial*
FOTO: FREEPIK

Garantir o envolvimento de todos nas metas a serem alcançadas é um dos segredos para o sucesso da Up Health no mercado de saúde

Quem vê um negócio de sucesso, muitas vezes, não faz ideia do trabalho e da dedicação das lideranças e de seus liderados para colocar a empresa numa posição de destaque no mercado. O envolvimento de todas as equipes é essencial para que os objetivos sejam atingidos. E cabe ao gestor conseguir esse engajamento.

É o que acredita a diretora comercial da Up Health, Karolynne Cavêdo, que está há dois anos no cargo. Ela destaca que um líder deve ter ousadia e ser responsável pela inserção e prática da cultura organizacional. “O líder precisa saber provocar o time para que traga soluções. É fundamental fazer perguntas corretas e não ter sempre as respostas. O envolvimento dos liderados é importante para o sucesso da companhia”, aponta.

Karolynne acredita que um de seus principais diferenciais para chegar à posição que ocupa hoje é o cuidado em formar e engajar um time multidisciplinar, com características distintas, e saber conduzi-los em direção ao propósito da empresa.

“Uma empresa tem por essência as pessoas. Por isso, é preciso clareza sobre qual o propósito e a execução de um papel

Precisa de mais espaço?
Sua família cresceu?
Cansou da vizinhança?

É HORA
DE MUDAR!



A página dos Classificados Hub Imobi oferece as melhores ofertas do mercado imobiliário do Espírito Santo para quem deseja alugar ou comprar um imóvel. É possível consultar, gratuitamente de forma fácil e rápida, lançamentos e empreendimentos prontos para morar ou trabalhar.



classificados
HUB IMOBI
A Gazeta®



multidisciplinar. Além disso, é fundamental convencer seus liderados sobre esses valores, pois apenas quando todos acreditam ocorre o engajamento.”

A diretora comercial da Up Health afirma que os desafios da boa gestão são incontáveis. Em tempos de tecnologia avançada, em que a internet das coisas se tornou uma realidade bem estruturada, é preciso estar em sintonia com a utilização dos recursos disponíveis, já que o sistema é hoje um forte aliado na tomada de decisões e garante mais eficácia na transmissão de informações.

“O grande desafio das empresas, a meu ver, é fazer com que tais informações tenham sentido e agreguem valor aos negócios, bem como ter extremo zelo e compliance no trato dos dados e da privacidade”, salienta.

Ela lembra que a pandemia foi um fator que acelerou o desenvolvimento tecnológico e, ao mesmo tempo, trouxe novas demandas e reflexões. “Como manter, num contexto de crise, um time engajado? Como acessar meu cliente de forma mais efetiva em plena pandemia?” são algumas das questões que surgiram e precisaram de respostas, segundo Karolynne.

Um dos principais desafios foi manter o engajamento dos colaboradores com a cultura da empresa, em meio ao distanciamento e ao home office. Outro dilema foi o encantamento do cliente nesse novo cenário. “A personalização do atendimento é essencial. Temos que estar preocupados diariamente em levar experiências encantadoras e simples para o cliente. Dividir com ele o cuidado que temos em cada etapa da nossa prestação de serviço.”

Como líder, Karolynne não gosta de rótulos. “O que busco é aprender a cada dia. De acordo com o momento que a empresa enfrenta, precisamos ter características distintas como gestores”, observa ela, que confessa que a ousadia é uma característica que norteia sua atuação no comando da equipe. Além do respeito a outras pessoas e não apenas a si mesma. “Eu escolho ser corajosa e transparente”, enfatiza.

A Up Health é uma empresa que está há dois anos em operação, com mais de 9 mil empresas clientes, uma carteira de 74 mil pessoas e mais de 50 funcionários. “É um crescimento virtuoso e fruto de muito esforço de todos”, comemora Karolynne.

A meta é manter o crescimento e atuar pensando na expansão do atendimento.

“Para o ano de 2023, nosso objetivo é seguir em crescimento, com estratégias de expansão da nossa área de atuação para outras localidades no território nacional. Aliado a isso, estamos investindo em tecnologia e inovação para levar novas soluções aos nossos clientes e praticidade comercial aos corretores de venda, que são importantes para a capilaridade do negócio”, diz.



“A personalização do atendimento é essencial. Temos de levar experiências encantadoras para os clientes”

Karolynne Cavêdo

Diretora comercial da Up Health

Como gestora, ela também quer ir além. “Entendo que somos feitos de ciclos numa busca pela melhoria contínua. Neste momento, tenho como foco três trilhas: a generosidade mental, ou seja, ensinar o que se sabe; a coerência ética, voltando assim à prática constante de ser líder pelo exemplo; e a humildade intelectual, que é entender que não se tem todas as respostas e perguntar o que se ignora. Um fator chave para o crescimento como ser humano e como gestora”, conclui.

CONTEÚDO

P/ ASSISTIR,
INFORMAR

& APRENDER.

CONTE COM O ESTÚDIO.

Seja qual for o
objetivo da
sua marca,
o **Estúdio Gazeta**
é o parceiro certo.



 negocios.redegazeta.com.br

 [estudiogazeta](https://www.instagram.com/estudiogazeta)



Rede investe em acompanhamento próximo e individualizado para alcançar melhores resultados no tratamento de pacientes

FOTO: FREEPIK



Equipe feliz, resultados positivos

Com bom ambiente, plano de saúde voltado para idosos alcança crescimento de 40% ao ano, tendo como foco o envelhecimento saudável

“Uma equipe feliz alcança resultados positivos.” A frase de Maely Coelho, presidente da MedSênior, resume bem qual é o foco de sua liderança na empresa de plano de saúde, referência em envelhecimento saudável e em qualidade de vida para a terceira idade.

“É preciso ter resiliência, sensibilidade e equilíbrio, além de buscar a integração da equipe, estimulando a cultura de inovação e a determinação de ir além do óbvio em busca do nosso propósito, que é fazer medicina preventiva focada no envelhecimento saudável. Busco ouvir as equipes e compartilhar decisões. Acho que meu bom humor e minha capacidade de comunicação e de escuta são características bem marcantes e trazem um diferencial”, descreve Maely sobre o plano de saúde, com seus mais de 1,7 mil funcionários.

O presidente da MedSênior cita o projeto piloto com idosos diabéticos como um dos exemplos de investimento em inovação, tecnologia, informação, treinamento e acompanhamento próximo e individualizado. A iniciativa reduziu de forma significativa as descompensações de glicemia, que trazem danos irreversíveis, como a cegueira, e afetam diretamente órgãos como os rins, o coração e os sistemas vascular e neurológico.

  kajoryalimentos



www.kajory.com.br

NA MESA DO CAPIXABA DESDE 1988

Qualidade não se discute



Como resultado desse programa, alguns dos pacientes tiveram uma reversão de danos na retina, que levariam à cegueira se não houvesse a estabilização e o controle da glicemia.

“É um programa multidisciplinar que já se estendeu e agora envolve cerca de 600 pessoas”, informa Maely.

O hoje presidente da MedSênior teve um início de vida profissional bem humilde. Baiano, ele chegou ao Espírito Santo em 1962. Iniciou a vida empreendedora na Ilha do Príncipe, em Vitória, confeccionando faixas e fazendo pinturas de fachadas do comércio.

“Na década de 1980, cheguei ao mercado de outdoor, que fortaleceu a nossa empresa e se tornou o carro-chefe dos negócios. Hoje, a empresa tem mais de 50 anos e é uma das maiores do Estado na área de comunicação visual”, lembra.

A MedSênior surgiu em 2010 e Maely entrou como acionista em 2012. “Sempre acreditei no potencial desse segmento e no negócio, do qual hoje estou à frente como presidente”, destaca.

A MedSênior hoje está em fase de expansão, com planos de levar o conceito de envelhecimento saudável para outras regiões do país. “Começamos a operação em São Paulo em julho, em um investimento da ordem de R\$ 25 milhões no mercado paulista”, diz.

A MedSênior está também em Minas Gerais, no Paraná, no Rio Grande do Sul, no Rio de Janeiro, no Distrito Federal, além do Espírito Santo.

A meta é alcançar um milhão de clientes até 2030. “Nosso objetivo leva em consideração o potencial de mercado da terceira idade, a evolução da carteira de clientes ao longo dos anos (1,7 mil em 2010 para 100 mil até o final de 2022) e os investimentos em inovação, junto a um projeto específico que vem sendo desenvolvido para atuação nas regiões Norte e Nordeste.”

O empreendimento teve 40% de crescimento ao ano, inclusive no período da pandemia da Covid-19. “A empresa mantém o Medicine Innovation Lab, o MilSênior, que reúne médicos e pesquisadores que conectam saúde e tecnologia em benefício do bem-estar das pessoas e do envelhecimento saudável”, aponta Maely.

Ele cita que durante a pandemia, entre outros exemplos, foi criado um projeto com o uso de inteligência artificial que aumenta a assertividade de um raio X de tórax, chegando a 92%, o que facilita o diagnóstico de várias doenças, como a Covid, que podem acometer os pulmões.

“De forma simplificada, o sistema trabalha com um rico banco de dados e de resultados que permite análise das imagens e cruzamento de dados, auxiliando no diagnóstico e contribuindo no trabalho do médico responsável pelo



“Acho que o meu bom humor e a minha capacidade de comunicação e de escuta são bem marcantes”

Maely Coelho

Presidente da MedSênior

laudo”, explica Maely, acrescentando que o sistema foi cedido à Prefeitura de Vitória.

A MedSênior recentemente inaugurou um hospital em Vitória, com oito mil metros quadrados de área construída e 107 leitos, sendo 30 de Unidade de Terapia Intensiva (UTI), 65 de enfermaria e 12 apartamentos, além de três centros cirúrgicos para procedimentos de alta complexidade. O hospital tem capacidade de atendimento para oito mil consultas médicas por mês.

SOMOS A NÚMERO 1

DO ESTADO DO ES



GERE SUA PRÓPRIA
**ENERGIA
SOLAR**

**E ECONOMIZE
NA SUA CONTA.**

Reduza em até 95%
o valor da sua conta
e desfrute de uma
energia limpa.



V P SOLAR
ENGENHARIA

**PREÇO JUSTO, QUALIDADE E
COMPROMISSO SÃO NOSSOS PILARES.**

 **27-99847-0736**  **vpsolarvix@gmail.com**

 **vpsolar.eng**  **www.vpsolar.com.br**

Espírito Santo conta com 121 startups espalhadas por 13 cidades e algumas delas já se destacam mundialmente

FOTO: CRIADO POR INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL / DALL-E

O novo Vale do Silício, mas bem longe da crise

Com recursos do Fundo Soberano, Estado busca diversificar sua economia na área de tecnologia, sem temer cenário nebuloso vivido por *big techs*

Em todo o mundo, o setor de tecnologia tem passado por uma vasta crise. Empresas como Twitter, Meta, Amazon e mesmo o Google estão sendo pressionadas pela velocidade das mudanças, redução nos lucros e necessidade de cortes.

A tensão nas *big techs* também se espalhou para as empresas de pequeno porte, conhecidas como startups, que

apenas começaram a caminhada para se tornarem gigantes no futuro. No Brasil, mesmo as consideradas como unicórnios estão em meio a essa tempestade sem prazo para acabar.

Apesar dessa turbulência, negócios com esse perfil no Espírito Santo parecem não temer o cenário nebuloso e apostam nas demandas de grandes companhias locais ou mesmo no interesse do consumidor por determinados produtos para sobreviver.

O Espírito Santo conta hoje com 121 startups, distribuídas por 13 cidades, de acordo com estudo da EDP e da Liga Ventures, com apoio do governo do Estado e do Findeslab.



Entre as que mais se destacam está o PicPay, aplicativo de pagamentos instantâneo que começou em Vitória, se espalhou pelo Estado e ganhou o Brasil. Agora, além das transferências, o app funciona como um banco digital: oferece cartão de crédito, serviços de controle financeiro, empréstimos, investimentos e até conta com uma área de shopping.

Outro negócio que tomou o país é a Wine. O clube de vinhos, que começou em Vila Velha em 2008, ganhou robustez, sócios como Abílio Diniz, novos centros de distribuição, lojas e conseguiu fazer grandes aquisições, como a compra da Cantu, o que tornou a empresa capixaba a maior importadora de vinhos do país.

Embora o Estado ainda esteja longe de ser um Vale do Silício, muitas iniciativas têm mudado a economia local e levado à busca por mais conexão com as novas tecnologias.

Um dos incentivos para isso é o Fundo Soberano, do governo estadual e administrado pelo Bandes, que visa a destinar parte dos depósitos para financiar startups. O montante, a princípio, chega a R\$ 250 milhões.

Em meados do ano passado, cinco empresas foram escolhidas para receberem as primeiras injeções de aproximadamente R\$ 19 milhões em recursos. São a Aevo (R\$ 11 milhões), W.Dental (R\$ 6,7 milhões), Takeat (R\$ 400 mil), Converta (R\$ 300 mil) e Actiz (R\$ 600 mil).

A Aevo, com sede no Espírito Santo, tem desenvolvido sistemas de gestão da inovação e de estratégias para empresas de diversos segmentos, da indústria ao agronegócio. Oferece um ecossistema completo para permitir que, independentemente do tamanho do negócio, seja possível inovar.

A W.Dental é uma empresa de outro Estado que tem fincado raízes no Espírito Santo para oferecer planos odontológicos de baixo custo e uma grande rede de atendimento. A Takeat é um app de gestão de restaurantes.

A Converta, outra beneficiária, chama a atenção por oferecer a conversão de sites em aplicativos em 24 horas a baixo custo. Já a Actiz foi criada para transformar resultados de laboratórios de saúde em dados de *Business Intelligence*, com resultados mais seguros.

PERFIL DAS EMPRESAS

Com uma economia focada na indústria de commodities, o Espírito Santo tenta encontrar novos espaços para se diversificar. E um dos caminhos que tem traçado é o do empreendedorismo na área de tecnologia.

Mais de 60% das startups que surgiram no Estado foram criadas de 2017 para cá. As principais atuam nos segmentos de finanças e de educação, segundo o mapeamento da EDP e da Liga Ventures.

Esses empreendimentos estão distribuídos por 13 municípios. Do total, 19 firmas (15,67%) são Edtechs, ou seja, atuam com ensino e gestão educacional. Outras 11 (9,09%) são Fintechs, que oferecem novos serviços na área financeira.

Ainda existem 27 categorias de startups, em segmentos como saúde e bem-estar, alimentação e bebidas, logística, mobilidade, sustentabilidade, soluções para a indústria e até para condomínios.

A maior parte está dentro da Capital, que concentra 62,81% desses negócios. Na sequência, aparecem Vila Velha e Serra, com 14,88% e 9,09%, respectivamente.



FOTO: FREEPIK

O sabor que só a comodidade traz

Com mais de 360 mil clientes em todo o país, Wine ajuda a democratizar o acesso ao consumo de vinhos e vira referência como o maior clube da bebida no mundo

O maior clube de vinhos do mundo é capixaba: Wine. A empresa, com expectativa de faturamento de R\$ 1 bilhão neste ano, tem mais de 360 mil assinantes em todo o país e é liderada por Rogério Salume, um dos fundadores e atual CEO.

Surgido em 2008, o negócio inovador já

1 bilhão de reais

É a expectativa de faturamento da Wine para este ano

acumulava em seu primeiro ano mais de 14 mil clientes e 250 mil garrafas entregues. Fruto da expertise de Rogério Salume com vendas e da inovação em um território ainda pouco explorado na época.

Natural de Itabuna, na Bahia, mas morador de Vitória desde 1989, o empresário é formado em Jornalismo e fez MBA em Administração na Fundação Getúlio Vargas. Aos 20 anos, vendia balas e doces para padarias e estabelecimentos, em cima de uma bicicleta, até que foi contratado para trabalhar no Grupo Martins, em Vitória.

Teve ascensão meteórica, sendo responsável pela comercialização de centenas de computadores e impressoras, e logo foi convidado a trabalhar na filial de Uberlândia (MG) para ajudar a implementar um novo projeto na região. Aos 26 anos, porém, para ficar mais próximo da família, Salume voltou para o Espírito Santo e deu início a mais uma jornada de sucesso.

Junto ao amigo Anselmo Endlich, criou o site Estação do Vinho. O negócio recebeu aporte de um grande empresário capixaba, que já era cliente e amigo de Rogério. Na época, foi uma revolução para quem era apaixonando pela bebida.

“Era como se pegássemos o facão e abrissemos a mata... Fomos os dinossauros da internet. Rompemos vários paradigmas. Abrimos caminho para esse ecossistema de inovação que hoje acontece no Espírito Santo”, ressalta Rogério.

Depois de quatro anos, Rogério e Anselmo começaram a discordar das visões de seus investidores e resolveram seguir outro caminho. Eles saíram da Estação do Vinho e fundaram a Wine.com.br em 2008, com o intuito de oferecer uma experiência diferenciada aos clientes.

“Queríamos ampliar a ideia do e-commerce de vinhos, democratizar o acesso e trazer conteúdo às pessoas. Tudo ligado a uma logística diferenciada e a muita informação. A ideia era trazer esse prazer a todos, já que vinho simboliza alegria, boas lembranças, bons momentos”, destaca.

REFERÊNCIA NACIONAL

A Wine cresceu ano após ano até se tornar a marca referência quando o assunto é vinho. Para Rogério, a visão inovadora, desde seu princípio, foi fundamental para se consolidar no mercado como sinônimo de sucesso.

“Antes, quando falávamos que éramos 100% capixabas, ninguém acreditava. Mas sempre tive certeza que era possível ter uma empresa impactante fora do eixo Rio-São Paulo. Vale a pena acreditar no Espírito Santo. Temos potencial incrível para inovar. Temos pessoas capacitadas querendo impactar o mundo todo.”

Para ele, a posição alcançada pela Wine passa diretamente pela cultura de inovação, em especial na valorização das



“Vale a pena acreditar no Espírito Santo. Temos potencial incrível para inovar. Temos pessoas querendo impactar o mundo todo”

Rogério Salume
CEO da Wine

pessoas. “Inovar não é inventar. Pelo contrário: muitas vezes é simplificar, se preocupar com o ambiente e as pessoas. Vai muito além de tecnologia. É uma mudança mental, dos pequenos processos do dia a dia. Temos certeza que nosso relacionamento com fornecedores, colaboradores e clientes, que se tornam verdadeiros parceiros e, mais do que isso, torcedores, é a chave para o sucesso.”



Compromisso de espalhar inovação

Criada em 2007, Aevo aparece como a única startup capixaba na lista das 100 mais promissoras do país em 2022

Única capixaba na lista das 100 startups mais promissoras do Brasil em 2022, de acordo com ranking elaborado anualmente por Pequenas Empresas & Grandes Negócios, Época Negócios, EloGroup e Innovc, a Aevo se

consolidou como a maior opção em gestão de inovação no mercado nacional.

Mas, por trás do negócio que nasceu como uma software house em 2007 e hoje se tornou uma startup com mais de 100 colaboradores, está a visão de que alavancar pessoas e dar a elas protagonismo fazem parte de uma trajetória de sucesso.

“Não adianta você contratar os melhores profissionais do mercado e ficar no comando e controle dizendo o que tem que fazer o tempo todo. É preciso dar espaço para o protagonismo, para as pessoas crescerem e criarem”, afirma Luís Felipe Carvalho, um dos fundadores da Aevo e hoje CEO da empresa.

Adepto ao modelo de gestão por contexto, em que o gestor dá a direção, cria metas, mas transfere ao colaborador a autonomia para fazer o caminho e chegar lá, Luís Felipe vê a inovação como algo intrínseco ao ser humano.

“A gente tem uma frase que é: ‘a criatividade é o último monopólio da mente humana’. A máquina não vai conseguir criar. Inovação é coisa de gente”, destaca.

Com sede na Enseada do Suá, em Vitória, a Aevo se tornou referência em software de gestão de inovação e atende empresas para além das divisas do Espírito Santo. Entre os clientes da startup estão grandes nomes do mercado, como a Belgo e a Nestlé. Para Luís Felipe, essa consolidação se deve à capacidade de entender os movimentos das organizações e antecipar soluções para o futuro.

“É o que a gente chama de ambidestria organizacional. Eu gosto muito desse conceito. É você construir o presente, executar aquilo que você faz hoje, proteger o seu negócio, mas sempre criar o futuro”, define. “Na empresa, a gente sempre está lançando um novo produto, uma nova linha”, complementa.

Com esse conceito em mente, a Aevo tem investido em novas frentes para crescer. Recentemente, a startup foi selecionada para receber um aporte de R\$ 11 milhões do Fundo Soberano do Estado do Espírito Santo. Um dos focos, segundo Luís Felipe, é usar o recurso para investir no mercado de gestão estratégica com OKR (metodologia de gestão), que tem ganhado espaço nas principais organizações do país.

“Entrar nesse mercado aumenta a nossa abrangência de pensar como as pessoas podem participar mais das estratégias administrativas, quebrando o paradigma de que estratégia é só da direção. Claro, parte da direção, mas as pessoas dentro das empresas precisam estar mais envolvidas nisso, serem protagonistas”, afirma.

Na avaliação de Luís Felipe, empresas como a sua desempenham um papel crucial na diversificação da matriz econômica do Espírito Santo, uma vez que estimulam a formação



“Estamos abrindo um novo espaço para novas empresas, para o desenvolvimento, que não existia há alguns anos”

Luís Felipe Carvalho
CEO da Aevo

de uma mão de obra ainda rara no Estado e, assim, contribuem para o desenvolvimento econômico.

“Não só eu, não só a Aevo, mas também outras empresas de tecnologia estamos criando um movimento para que os nossos filhos, no futuro, possam ficar no Estado, porque vai ter emprego na área de tecnologia no Espírito Santo. A gente está abrindo um novo espaço para novas empresas, para o desenvolvimento, que não existia há alguns anos”, finaliza Luís Felipe Carvalho.



Pandemia acelerou digitalização de serviços e popularizou os meios de pagamentos digitais
FOTO: PICPAY/DIVULGAÇÃO

Aplicativo capixaba que é o 'pai' do Pix

Dez anos após lançamento, PicPay se consolida como maior aplicativo de pagamentos do país, com serviços como conta digital e empréstimo

Usar um aplicativo para fazer um pagamento via celular e pelo QR Code poderia parecer loucura dez anos atrás. Mas foi essa a aposta do capixaba Anderson Chamon e de outros dois amigos ao criarem o PicPay, em 2012.

“Sempre tive o sonho de empreender. O PicPay é a sétima ou oitava empresa que fundei com os meus sócios. A gente tinha uma vontade enorme de construir algo que causasse impacto, deixasse um legado”, conta Chamon.

O objetivo, inicialmente, era sanar um incômodo que Anderson e os amigos tinham ao fazer compras no dia a dia, já que cada lugar aceitava uma forma diferente de pagamento (cartão, dinheiro, cheque). Então, por que não criar uma carteira digital que permitisse a transação de dinheiro de forma gratuita e sem burocracia?

Dez anos depois do lançamento, o PicPay se tornou o maior aplicativo de pagamentos do Brasil. Além de pagamentos e serviços como conta digital remunerada, cartão e empréstimo, a fintech oferece um marketplace de produtos de terceiros.

“Hoje, resolvemos as necessidades bancárias dos usuários e vamos além, com serviços não financeiros disponíveis também. Somos mais que um banco”, destaca Chamon,

co-fundador e vice-presidente de Produtos e Tecnologia do PicPay.

Chamon conta que, nos primeiros três anos do PicPay, o desafio era entender se as pessoas usariam o aplicativo. E isso demandou aos próprios donos irem a campo.

“Quando a gente estava começando, eu passava tardes no primeiro café de Vitória a aceitar PicPay como pagamento para observar a experiência de quem usava o aplicativo. Sabia o nome de todo mundo”, lembra.

Foi a partir de 2015 que o negócio de fato começou a decolar. O PicPay recebeu um investimento do Banco Original e hoje é controlado pela J&F Participações, um dos maiores conglomerados empresariais do país, que reúne investimentos da família Batista, da JBS.

Chamon credita o sucesso da fintech a uma gestão focada em uma cultura de valores. Para ele, é fundamental que os 3.600 funcionários se sintam motivados a pensar em soluções em um ambiente que os permite inovar.

“Eu prezo pela autonomia e gosto de provocar quem está comigo a ir além, pensar maior, se desafiar. Gosto de perguntar, de entender as visões de cada um. Vejo que é assim que a gente cria um ambiente propício para a inovação, especialmente em uma empresa muito disruptiva no setor como o PicPay”, destaca Chamon, pontuando que é importante que todos na empresa compartilhem um mesmo propósito.

“Se todo mundo que está com a gente sentir que esses valores são reais, fazem parte do dia a dia da empresa e devem guiar os esforços, nosso time vai se sentir mais realizado e engajado naquilo que faz”, completa.

PANDEMIA

Nos últimos dois anos, a fintech mais do que dobrou o número de colaboradores. O crescimento do aplicativo foi impulsionado, sobretudo, pela pandemia, que acelerou a digitalização de serviços e popularizou meios de pagamentos digitais.

O cenário, segundo Chamon, demandou organização e agilidade do PicPay para que pudesse atender, com eficiência, ao número de usuários e se adequar ao que o momento exigia.

“Em pouco tempo, conseguimos lançar a opção para as pessoas receberem o Auxílio Emergencial pelo app. Não só contribuiu para a inclusão financeira desse público, mas mostrou também como soubemos nos adequar àquele momento, priorizando soluções que faziam sentido para os usuários”, afirma.

Apesar da facilidade que os serviços digitais trazem para a rotina das pessoas, Chamon acredita que o maior desafio da empresa é mudar os hábitos daqueles que ainda não se sentem tão habituados a esse universo.

“Como a digitalização ainda é muito recente, essa transformação no comportamento é um passo importante para quem



“Hoje, resolvemos as necessidades bancárias dos usuários e vamos além”

Anderson Chamon

Co-fundador e vice-presidente de Produtos e Tecnologia do PicPay

tem um negócio digital”, observa, destacando que o objetivo da empresa é chegar ao celular de todos os brasileiros.

Só em 2021, foram realizados R\$ 92 bilhões em transações no PicPay. Os valores crescem ano após ano, assim como o número de usuários, que hoje já ultrapassa os 70 milhões cadastrados. Para Chamon, os bons números obtidos pela fintech mostram que é possível criar negócios de sucesso fora do eixo Rio-São Paulo e contribuir para o desenvolvimento da economia capixaba por meio de geração de emprego e fortalecimento da cultura de inovação no Estado.

“Para nós, a prova de que estamos no caminho certo é saber que 75% da população de Vitória, nosso berço, faz pelo menos uma transação por mês com o PicPay. Vejo como meu maior papel continuar incentivando a inovação”, afirma Chamon.

Preparação para a corrida digital

Setor financeiro tem oferecido serviços que trazem cada vez mais comodidade ao consumidor. Pagamento de impostos com Pix, como foi implantado pelo Banestes, é um deles

Com experiência reconhecida no ramo bancário, onde trilhou uma carreira de quatro décadas, José Amarildo Casagrande preside o Banco do Estado do Espírito Santo (Banestes) desde fevereiro de 2019, quando foi nomeado pelo governador Renato Casagrande (PSB).

Nos últimos quatro anos, tem sido o responsável por liderar um movimento de modernização da instituição, que fechou 2022 com lucro recorde líquido de R\$ 330 milhões, um avanço de 35,5% em relação a 2021. Foi o maior e melhor desempenho da história do banco estatal capixaba.

“Acho que o meu conhecimento na área tem sido um diferencial para que eu possa trabalhar com segurança à frente de um banco da importância do Banestes nesses tempos em que a gente tem uma grande concorrência digital”, afirma Amarildo Casagrande.

A entrada de fintechs no mercado são, segundo o diretor-presidente do Banestes, o grande desafio da instituição, mas também motor para avanços em tecnologia e digitalização. Hoje, o banco participa das principais iniciativas de inovação dentro do Estado, construiu seu próprio hub e tem investido no lançamento de novos produtos. Em 2022, por exemplo, lançou um banco 100% digital.

“Para abrir fronteiras, precisamos ter produtos que possam concorrer e oferecer um diferencial para o cliente, que busca comodidade. Quem é contra a inovação não sobrevive no mercado”, explica Amarildo, que faz a ressalva de que o digital é importante, mas o presencial vai permanecer.

“Ninguém conhece o capixaba tão bem quanto o Banestes e a gente sabe que nossos clientes gostam de um atendimento personalizado, de ter o relacionamento com os funcionários. Por isso, vamos caminhar nas duas vertentes. O nosso lema é:



“Quem é contra a inovação não sobrevive no mercado”

José Amarildo Casagrande
Diretor-presidente do Banestes

A rádio **Líder de audiência** no segmento All News no Espírito Santo possui programas e boletins locais de notícia durante **todo o dia** para deixar o **capixaba atualizado** sobre tudo o que está acontecendo no Estado.

APRESENTAÇÃO DE

Fernanda Queiroz

CBN VITÓRIA

Segunda a sexta - 9h30 às 12h
Sábado - 10h às 12h

APRESENTAÇÃO DE

Mário Bonella

CBN COTIDIANO

Segunda a sexta - 15h às 17h

Sintonize
pelo rádio,
tablet,
computador,
celular ou
via Alexa.

**A rádio que
conversa
com você.**

CBN Vitória
92,5 FM



‘digital quando você quiser, ao seu lado sempre que precisar’.”

Entre os planos de crescimento do Banestes está o de expandir seus serviços para fora do Estado. Nesse sentido, o “Pix na Arrecadação” é o carro-chefe do banco. A ferramenta permite aos contribuintes realizarem pagamentos de impostos e tributos municipais de forma on-line, por meio da leitura do QR Code Pix, e já é utilizada por prefeituras no interior de São Paulo e Minas Gerais.

Segundo Amarildo Casagrande, a atuação em outros Estados fortalece a economia capixaba, uma vez que gera resultados para o banco. “Tudo o que vai para fora volta como recurso para dentro do Espírito Santo. Isso se reflete em

forma de dividendos para o governo”, destaca.

Por trás dos números, está um modelo de gestão que é construído priorizando pessoas. Para Casagrande, o relacionamento com os funcionários, que é pautado por transparência e diálogo, impulsiona toda a equipe para trabalhar pelo desenvolvimento do Espírito Santo.

“A proximidade com os funcionários, você ouvir, conversar, deixar claro as metas e para onde se quer ir, contribui para o engajamento dos nossos colaboradores. No Banestes, o nosso corpo funcional acredita no projeto que está sendo implementado, o que é um fator fundamental para a gestão”, destaca.



Muito mais
que saneamento,
**uma empresa
transformadora.**

O compromisso com a inovação e o
empreendedorismo reforça o nosso papel
no desenvolvimento sustentável
de Cachoeiro de Itapemirim.

BRK

Saneamento para
muito além do básico

Time pronto para apoiar transformações



Novo presidente do Banes diz que, na busca por resultados, é importante garantir bem-estar aos colaboradores para obter produtividade

Com uma trajetória muito ligada ao serviço público, o novo presidente do Banco de Desenvolvimento do Estado do Espírito Santo (Banes), Marcelo Barbosa Saintive, acredita que é preciso, antes de tudo, formar um time para realizar uma gestão de sucesso. Engajar é uma de suas principais ferramentas na busca por resultados.

“Busco o engajamento, mas não de forma forçada. Não dá

para mudar uma organização se você não tiver um time que compre a sua ideia de que é preciso achar algum propósito que faça sentido para a instituição”, analisa.

Saintive é economista e mestre em Ciências Econômicas, atuou no Ministério da Fazenda durante o governo Fernando Henrique Cardoso e em secretarias voltadas ao setor de infraestrutura do país. “Atuei também como consultor e na secretaria da Fazenda do Rio de Janeiro, em 2007, quando tivemos várias conquistas. Até que vim para o Espírito Santo, onde atuei na Federação das Indústrias, na criação de uma área de dados”, conta.

Em sua jornada, que também teve passagens pelo setor privado, o presidente do Banes sempre acreditou que é fundamental um olhar cuidadoso para o ambiente de trabalho. Para ele, o maior desafio da liderança é aliar o bem-estar dos colaboradores



Com nova liderança, aposta do Bandes é engajar funcionários e clientes e também inovar

FOTO: DIVULGAÇÃO

ao engajamento e à produtividade. É isso o que procura passar para as 250 pessoas que trabalham com ele no banco. “O trabalho funciona bem se todos estão bem e se respeitam.”

Marcelo Saintive assumiu a presidência do Bandes recentemente e se diz muito motivado para o novo desafio na área pública. “Acabamos de lançar o planejamento estratégico do banco e devemos focar muito no crédito para investimento da indústria, do comércio e de serviços; e em empresas, especialmente, de micro, pequeno e médio portes, com foco no desenvolvimento regional.”

Saintive vê a tecnologia e a inovação como fortes aliadas para todas as organizações. “O que podemos fazer é enfrentar esse desafio e tentar evoluir com a tecnologia. É uma tendência que não joga contra nós.”



“O que podemos fazer é enfrentar esse desafio e tentar evoluir com a tecnologia. É uma tendência que não joga contra nós”

Marcelo Barbosa Saintive
Presidente do Bandes

Inclusive na forma de liderar, diz Saintive, é necessário inovar. Para o executivo, não há mais a necessidade de ser um líder único. “Isso já não existe mais em organizações de vanguarda. É possível trabalhar a liderança por projetos, por exemplo, criar equipes de trabalho multidisciplinares”, finaliza Saintive.

Sicoob é uma cooperativa de crédito e de serviços financeiros que tem avançado no Estado, principalmente apoiando a criação e expansão de negócios

FOTO: DIVULGAÇÃO

Soluções para quem coopera com a economia

Dentro do sistema financeiro, o cooperativismo tem levado crédito e inovação, o que permite o crescimento de negócios e do empreendedorismo

Há mais de 30 anos à frente do Sistema de Cooperativas de Crédito do Brasil no Espírito Santo (Sicoob-ES), Bento Venturim tem uma história de longa data com a instituição. Participou da constituição do banco em nível nacional e ajudou a fundar a central no Estado, em 1989.

A vontade de transformar a realidade econômica na década de 1980 foi, segundo Venturim, o maior estímulo para buscar por soluções de crédito e aperfeiçoar as cooperativas do ramo. Algo que não se perdeu nos dias de hoje.

“Mantenho vivo esse mesmo desejo na busca por mais espaço

para o cooperativismo no Espírito Santo e no país”, destaca.

A proximidade com os colaboradores e o incentivo para que desenvolvam suas melhores habilidades têm balizado a gestão de Venturim no comando do Sicoob. Para ele, um líder precisa ser referência para inspirar as pessoas a alcançar sempre mais.

“Dessa forma, o colaborador se torna peça-chave para o bom andamento das atividades dentro de uma organização. O importante é não deixar ninguém trabalhar no piloto automático, fazendo as coisas sempre da mesma maneira todos os dias.”

Com um estilo inovador, Venturim acredita que é preciso ousar para ampliar o bom desempenho do Sicoob-ES, cujas operações realizadas em 2022 geraram um resultado R\$ 873 milhões, o que representa um aumento de 49,6% em relação a 2021. A instituição ainda ultrapassou o número de 622 mil associados.

Os números refletem os crescentes investimentos em soluções tecnológicas que aproximam a instituição do cooperado e atendem às demandas, como a busca por crédito, consultoria



e gestão de finanças.

“Nosso propósito é buscar soluções financeiras atraentes para todos e contribuir para o impacto positivo nas regiões em que estamos presentes. Por isso, temos focado na melhoria de processos e na capacitação constante dos colaboradores, assim como no desenvolvimento de iniciativas próprias e no apoio a projetos nas áreas social e ambiental”, afirma.

Entre os planos de Venturim para o banco está a geração de novos negócios no Espírito Santo. A ideia é ampliar a participação de mercado das cooperativas de crédito e, assim, aquecer a economia capixaba.

“Por meio da liberação de crédito e de soluções financeiras para pessoas e empresas, contribuimos para a geração de riquezas e oportunidades. Além disso, o aporte de recursos para o desenvolvimento de projetos sociais, que é bastante expressivo, propicia o engajamento em iniciativas que integrem e beneficiem as comunidades”, finaliza.



“Por meio da liberação de crédito e soluções financeiras para pessoas e empresas, contribuimos para a geração de riquezas e oportunidades”

Bento Venturim
Presidente do Sicoob-ES

Agro mostra força para continuar a crescer

Da agricultura à pecuária, segmento supera as adversidades climáticas para manter potencial de crescimento e geração de riquezas no Estado

Da fruticultura à pecuária, do café aos laticínios, o agrogênero tem sido um dos responsáveis por dar destaque para a economia capixaba nos mercados nacional e internacional.

O segmento, que inclui tanto negócios responsáveis pela cultura quanto indústrias que transformam os alimentos, corresponde a cerca de 30% do Produto Interno Bruto (PIB) do Espírito Santo.

É responsável por empregar mais de 32 mil pessoas somente no campo. Mas, de acordo com dados do Instituto Jones dos Santos Neves (IJSN), cerca de 30% da população economicamente ativa do Estado atua em alguma atividade ligada ao setor.

Levantamento do Santander mostra que o agro, aliás, tem sido um importante motor na geração de riquezas, com previsão de crescimento de 1,7% em 2023, embora as questões climáticas — ora seca, ora chuvas intensas — estejam prejudicando algumas culturas.

Em 2022, a entressafra do ramo pecuário, por exemplo, foi agressiva. Ainda assim, algumas empresas conseguiram contornar a situação e manter planos para expandir a produção.

No setor de café, a quebra da safra do arábica no Centro-Sul do país, por conta do forte calor e da estiagem prolongada, fez com que os grãos capixabas fossem mais consumidos no mercado interno.



O volume de vendas para o exterior retrocedeu 12,33% em 2022 em relação a 2021. Ainda assim, representantes dessa atividade continuam animados com as boas oportunidades para o café capixaba, que ampliou pelo Porto de Vitória o embarque do tipo solúvel.

O Espírito Santo também tem se destacado com o café



Entressafra do ramo pecuário foi agressiva em 2022, mas algumas empresas conseguiram expandir a produção

FOTO: MARCELO PRESTI

especial. Além de grãos com esse padrão do arábica, até o conilon tem conseguido expandir seu espaço entre as bebidas com mais sabor. Em 2021, por exemplo, um tipo de café teve a saca vendida por R\$ 4 mil por atingir 90 pontos, o que significa alto nível de qualidade.

Além do café, da pecuária e dos laticínios, outra

atividade tem contribuído para o desenvolvimento do agro capixaba. É a avicultura. Santa Maria de Jetibá, por exemplo, continua como o maior produtor de ovos de galinha do país. E o Espírito Santo, como um todo, obteve ainda a marca de maior produtor de ovos de codorna, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).



Campo sustentável e mais digital

Foco da Nater Coop é produzir de forma cada vez mais natural, diversificar mercadorias e ter parcerias com startups para poder inovar

Chegar a uma receita de R\$ 1,5 bilhão em um ano não é para qualquer empresa. Dentre o que é preciso, motivação, capacitação e união são pontos essenciais. O resultado de 2022 mostra que, na Nater Coop, o espírito de construção em conjunto é mais do que um valor para a empresa.

“Temos um propósito de unir famílias que alimentam

famílias, guiadas por uma cultura de valores. Trabalhamos para crescer, caminhamos juntos às pessoas e cooperamos com o mundo”, explica o diretor-geral, Marcelino Bellardt.

Com esse foco, a Nater Coop lidera o setor do agronegócio no Espírito Santo, participando ativamente de toda a jornada. De uma semente plantada no campo até o alimento nas mãos das famílias consumidoras.

Para alcançar os objetivos e seguir sendo uma liderança de sucesso, o foco é um só: bem-estar dos colaboradores. Guiada por Marcelino, a Nater Coop tem, hoje, mais de 30 mil produtores rurais e 19 mil associados, unidades físicas em mais de 40 municípios e serviço de exportação para mais de 15 países.

“Sem as pessoas seria impossível alcançar os objetivos

Nater Coop tem hoje mais de 30 mil produtores rurais e 19 mil associados, com unidades físicas em mais de 40 municípios
 FOTO: NATER COOP/DIVULGAÇÃO



“Continuaremos nos diferenciando pela diversificação das atividades e pelos novos modelos de negócios”

Marcelino Bellardt
 Diretor-geral da Nater Coop

da cooperativa ou de qualquer organização. Tenho investido bastante para uma comunicação cada vez mais efetiva. Promover uma cultura positiva, inclusiva e colaborativa. Ser um líder por meio do exemplo. Já nas políticas de diversidade e inclusão, promover uma cultura de respeito e aceitação”, afirma Marcelino.

Trabalhando em três frentes — agro, alimentos e bens de consumo —, o negócio engloba as marcas Rações Coope (rações), Pronova (café), Liva (ovos), Veneza (lácteos) e Rede Coope (varejo). Toda essa diversidade permite que a cooperativa esteja presente em mais de 30 municípios no Espírito Santo e em Minas Gerais.

Foi querendo contribuir para que a Nater Coop avançasse, que Marcelino teve oportunidades profissionais de crescer também. Em 35 anos de dedicação, a trajetória do CEO começou como empacotador de ração, aos 14 anos de idade, e o levou a ocupar, hoje, o maior cargo de liderança.

Entre os planos para continuar fazendo a diferença, Marcelino destaca que vai buscar oportunidades de crescimento e inovação e cultivar relacionamentos sustentáveis com os colaboradores, fornecedores e parceiros. “Continuaremos nos diferenciando pela diversificação das atividades e pelos

novos modelos de negócios”, acrescenta.

Enxergando seu perfil de liderança como inovador, o diretor destaca a importância de buscar ser flexível e ágil nas tomadas de decisões e mudanças no mercado. “Dando oportunidade a agentes de inovação, principalmente startups, de aproximar um a outro nesse ecossistema de transformação. Lançamos um desafio e buscamos as soluções em conjunto”, completa.=

Kajory planeja expandir a venda de produtos para diferentes locais do país
FOTO: KAJORY/DIVULGAÇÃO

**Proximidade
com a equipe
para ter qualidade**

Manter ambiente familiar em que a marca foi criada é estratégia da Kajory para ser competitiva no mercado diante de grandes empresas

Simplicidade, cuidado e atenção à qualidade do produto. Desde o início, no quintal de uma casa na Barra do Jucu, em Vila Velha, até o momento, esses são os princípios que a Kajory Alimentos busca entregar em cada uma de suas bandejas. Com a comercialização de alimentos resfriados, a empresa tem como conceito de inovação a busca por mais praticidade dentro das cozinhas que recebem os seus produtos.

Uma das principais medidas adotadas é a utilização de um sistema integrado de gestão empresarial, o Sankhya. A partir dele, são gerados modelos de produtividade, que ajudam quem está à frente da linha de produção a entender fatores como o custo final do produto, os custos diários com mão de obra e o desempenho da linha industrial, que chega a ter 70% de rentabilidade.

Fora isso, vale mencionar também que a empresa tem investido em uma nova matriz energética, tendo um parque solar para atender às necessidades da fábrica. Ao todo, são 4.700m² de área solar, que se mostra suficiente para cobrir o custo energético de toda a operação.

Não é apenas da tecnologia que vem a inovação na empresa. Segundo o diretor e fundador da Kajory, Ricardo Valadares, para gerar um produto de qualidade e garantir a competitividade em um segmento que envolve grandes empresas, manter o ambiente familiar em que a marca foi criada também é essencial.

“Todos os processos e a linha de trabalho envolvem muita gente e temos um carinho com as reais necessidades do funcionário. Com isso, você passa a ter mais respeito”, argumenta.

Ricardo lembra de uma fala dita aos seus colaboradores em determinada ocasião. “Isso é uma empresa. Ela depende de vocês. Aqui, vivemos em família. Começamos a empresa com oito colaboradores e hoje temos 300. Conheço cada um deles pelo nome”.

Cuidado que remonta à origem da empresa, fundada em 1988 por Ricardo junto aos irmãos Carlos e José Valadares. O negócio começou mesmo sem ter uma marca e era conhecido por ser a empresa de “frango sem nome”. Ricardo revela que o início foi difícil, mas a persistência dele e também dos sócios foi o que garantiu o sucesso do empreendimento.

Hoje, a Kajory busca se tornar mais rápida e pronta para as novas necessidades do mercado. Os próximos passos são



“Todos os processos e a linha de trabalho envolvem muita gente e temos um carinho pelo funcionário”

Ricardo Valadares

Diretor e fundador da Kajory Alimentos

oferecer produtos em bandejas, com garantia de um prazo de validade muito maior para o consumidor. Outro plano da empresa é expandir para diferentes locais do país.

Na parte ambiental, a empresa também tem feito a diferença com outras formas de aproveitar a água usada no processo industrial. Toda a água utilizada na empresa é tratada internamente. Após o consumo, passa por um processo de decantação e é devolvida ao Rio Jucu, uma das principais fontes hídricas do Espírito Santo.



Novo parque industrial da Selita
foi inaugurado em outubro de
2021, na região de Safra, em
Cachoeiro de Itapemirim
FOTO: SELITA/DIVULGAÇÃO

**Planos para
dobrar a
produção**

Novo parque industrial da Selita tem capacidade de receber 850 mil litros de leite por dia; cooperativa planeja dobrar produção

Com um pé no passado, para não esquecer a sua história, e outro no futuro, para se perpetuar com inovações, a Selita tem planos para dobrar a produção em 2023. Para alcançar essa meta, contará com a experiência de Rubens Moreira, eleito diretor-presidente pela terceira vez.

Nascido em Presidente Kennedy, ele já esteve à frente da cooperativa de laticínios em outras duas oportunidades e também já comandou o Sicoob Sul Capixaba.

Moreira tem perfil executivo, que adquiriu desde a época em que era gerente do Banco do Brasil nos anos 1990. Tornou-se membro do Conselho de Administração da Selita pela primeira vez em 2002 e tem uma longa história com a produção pecuária e com a empresa.

“Além do trabalho de liderar, atuo na produção de leite desde 1990. Dentro da cooperativa, logo na minha primeira jornada (2002), percebi que poderíamos fazer ajustes. Consegui sensibilizar a equipe com minhas ideias e meus projetos e comecei a fazer parte desta história. Antes eu era consumidor e filho de cooperado, hoje sou presidente.”

O período pós-pandemia, seguido de uma longa estiagem no Sul do Estado, foram dois desafios enfrentados pelo executivo em seu primeiro ano do novo mandato. Em especial porque a Selita realizou grande investimento em um novo parque industrial, inaugurado em outubro de 2021 na região da Safra, em Cachoeiro de Itapemirim.

“Passamos por um período difícil, com custos altos de obra e atrasos na construção. Centenas de produtores tiveram de parar a produção por causa da estiagem. Mas temos uma nova indústria começando a funcionar, com uma grande eficiência. Agora, precisamos retomar a produção de leite. Espero que a gente dobre a produção”, destaca.

A Selita registrou, no período de estiagem, uma produção diária de 150 mil litros de leite. Faturou mais de R\$ 300 milhões em 2021, com cerca de 1.600 cooperados e 15 mil pessoas na cadeia produtiva, desde o campo e passando pela coleta, pelo transporte, pelo beneficiamento e pelo administrativo.

O projeto de expansão, com investimentos de R\$ 130 milhões, torna a cooperativa capaz de receber 850 mil litros de leite por dia. Mas, para o presidente, o crescimento da produção passará em especial pelo trabalho dos produtores capixabas.



“Com nossa nova indústria, teremos produtos mais diversos e com mais qualidade”

Rubens Moreira
Diretor-presidente da Selita

Ele enfatiza a importância de modelos mais sustentáveis que levem em consideração o bem-estar animal, ainda mais em um momento de aumento na concorrência em sua base de produtores rurais e na parte comercial, com a entrada de outras marcas para o consumidor capixaba.

“Sabemos que temos de ter um esforço hercúleo para dar uma virada na produção. Para termos maior produtividade, precisamos de um projeto integrado que permita ao produtor se dedicar aos seus animais. O animal precisa de conforto para garantir maior produção e qualidade. Além disso, com nossa nova indústria, teremos produtos mais diversos e com ainda mais qualidade”, ressalta Moreira.

Produção de café dos cooperados é recebida, padronizada e armazenada pela Coaabriel, que ainda gera segurança para a comercialização da produção pelos associados

FOTO: COOABRIEL/DIVULGAÇÃO



União leva prosperidade ao produtor

Com os sócios como base e foco de sua existência, a Coaabriel oferece assistência técnica em toda a cadeia de produção e se firma como a maior cooperativa de café conilon do Brasil

“Onde há uma cooperativa de verdade, há prosperidade e melhorias da condição social da comunidade onde ela atua”. Com esse lema, Luiz Carlos Bastianello lidera a maior cooperativa de café conilon do Brasil, a Coaabriel, com sede em São Gabriel da Palha.

A Coaabriel é responsável por receber a produção de café de seus cooperados, padronizar,

71%

Foi o crescimento no faturamento da Coaabriel, fechando o ano com R\$ 1,3 bilhão

1,5 milhão

Quantidade de sacas de café recebidas pela Coaabriel de seus associados

armazenar e gerar segurança para a comercialização.

Filho de Aurélio Bastianello, um dos fundadores da cooperativa, o presidente diz considerá-la como uma joia de família e se empenha para levar à frente o legado. Sócio desde 1982, o atual presidente, que foi vice por 9 anos, é advogado e também atua no setor jurídico da Coaabriel. Além disso, participa de ações fundamentais para o desenvolvimento da cooperativa.

“Independentemente de quem estivesse no cargo, em uma cooperativa, o foco central precisa ser sua base, ou seja, seus cooperados são a razão da existência desse modelo associativo”, destaca.

Após assumir como presidente, a cooperativa teve crescimento de 71% no faturamento em 2021, fechando o ano com mais de R\$ 1,3 bilhão. Também em 2021, a recepção do café dos cooperados resultou em mais de 1,5 milhão de sacas no ano.

O quadro de sócios apresentou crescimento em 2021, com alta de 4,75%, chegando a 6.549 sócios. Também aumentou a quantidade de cooperados que armazenam café, chegando a 5.187 sócios (+2,84%). Para Luiz Carlos, esses resultados são frutos da preocupação e atenção com cada um.

“A Coaabriel, além dos tributos que recolhe, contribui com a educação do seu quadro de cooperados levando assistência técnica para aumento da produtividade, qualidade e eficiência do produtor na cadeia do café, e assegura um número significativo de postos de trabalho, todos formalizados, gerando renda para as famílias dos cooperados, colaboradores e, consequentemente, a melhoria da condição social de cada um.”

A estrutura da Coaabriel, com cerca de 500 funcionários, permite acompanhar seus sócios desde a escolha da área para implantação da lavoura, oferecendo laboratório próprio para análises de solo e plantas, produzindo e fornecendo mudas de alto padrão genético, dando orientação de manejo, produção, colheita, secagem, melhoramento da qualidade do café, além de oferecer armazenagem padronizada, comercialização, assistência jurídica e outros benefícios.

A cooperativa mantém, ainda, 15 lojas agropecuárias no Espírito Santo e na Bahia, responsáveis por 32% do faturamento. Com pés na inovação, implementou um megaprograma que compreende a adequação para autonomia e segurança de dados da cooperativa (tecnologia *Cloud*, da Microsoft). Além disso, foram iniciados os trabalhos no novo software — ERP, Microsoft Dynamics 365 —, sistema de gestão empresarial que deverá estar 100% implantado em todas as áreas em 2023.

“Gosto muito da frase de Peter Drucker (considerado o pai da Administração moderna) que diz: ‘A melhor forma de prever o futuro é criá-lo’. Entendo que o maior dos desafios é a velocidade das mudanças do mundo atual, que nos obriga a acompanhar e entender as transformações para manter ou mudar de atitude na mesma velocidade.”



“Em uma cooperativa, o foco central precisa ser sua base, ou seja, seus cooperados são a razão de existência desse modelo associativo”

Luiz Carlos Bastianello
Presidente da Coaabriel



O frango que viaja para todos os continentes

Maior produtora de frangos do Espírito Santo e recém-adquirida pela gigante Pif Paf, a Uniaves exporta hoje sua produção para 19 países

Com produção mensal de 6 mil toneladas, a Uniaves ganhou o gosto do público capixaba, brasileiro e internacional nos últimos anos. Não à toa, a empresa se tornou a maior produtora de frango do Espírito Santo.

Esse processo passa pelo diretor de Negócios Antônio dos Santos Costa Filho, que enfrenta uma verdadeira maratona na função, assumida em 2022. O executivo tem viajado e fechado contratos em todos os continentes. A empresa capixaba, com sede em Castelo, foi recém-adquirida pela gigante Pif Paf e exporta frango para 19 países, inclusive o Catar, sede da última Copa do Mundo.

“Quem foi à Copa do Mundo, no Catar, comeu o frango produzido no Espírito Santo pela Uniaves, disponível nas aeronaves da Catar Airlines. O padrão de qualidade internacional

utilizado pela empresa é o mesmo recebido pelos capixabas em sua mesa”, destaca Antônio.

O paulista assumiu a diretoria da Pif Paf em 2022, mas está desde 2014 na Uniaves. Para dar conta do trabalho e não perder o fôlego, o executivo se preocupa em se manter saudável. “Não importa o país para onde vou. Levo minha mochila, minha roupa, e treino ao menos três vezes por semana. Isso me dá gás e combate o estresse de tantas demandas.”

Formado em Administração de Empresas com especialização em Inteligência de Negócios e Finanças Corporativas e Gestão de Negócios, Costa é responsável também pelas fábricas de Goiás e São Paulo da Pif Paf e comemora a nova fase da Uniaves.

“Apesar de ser jovem, a empresa superou as dificuldades em seu início e passou a ser sólida e conhecida no Brasil e no mundo como sinônimo de qualidade. Este é o nosso grande momento. Hoje, estamos dentro até mesmo de mercados difíceis, como o Japão, um dos países mais exigentes, e conseguimos manter preço justo para o consumidor capixaba”, relata.

A Uniaves tem mais de 1.000 funcionários e é a principal empresa do segmento e uma das maiores do Estado.

Com sede em Castelo, a Uniaves mantém produção mensal de 6 mil toneladas de frango

FOTO: UNIAVES/DIVULGAÇÃO



“Padrão de qualidade internacional utilizado pela empresa é o mesmo recebido pelos capixabas em sua mesa”

Antônio dos Santos Costa Filho
Diretor de Negócios da Uniaves

CONTROLE RÍGIDO DE QUALIDADE

Para conseguir adentrar mercados desafiadores, como o asiático, e se manter como líder no Espírito Santo, a Uniaves adota um rígido controle de qualidade. As aves, de acordo com Antônio Costa, são criadas seguindo controles de ambiência e sanidade.

O acompanhamento da cadeia produtiva começa nas granjas de recria, seguindo nas de produção de ovos férteis. Esses ovos são enviados ao incubatório para o desenvolvimento de embriões e nascimento de pintinhos, dentro de padrões de umidade, temperatura, ventilação e higiene, e posteriormente transportados em caminhões climatizados.

Como parte importante desse trabalho, a ração é 100% produzida pela própria Uniaves, à base de milho e farelo de soja e enriquecida com vitaminas e minerais. Aos 45 dias, as aves estarão prontas para o abate, que é realizado no abatedouro localizado em Castelo.

O abate é totalmente automatizado e busca atender as exigências dos consumidores por praticidade e qualidade. As máquinas contam com o apoio manual de profissionais capacitados para que as aves sejam seccionadas dentro dos padrões de higiene e controle, garantindo o alto grau de segurança alimentar.

Os produtos são destinados para um túnel de congelamento, garantindo o frescor. Diariamente, são carregados em caminhões frigoríficos, previamente higienizados e auditados pela equipe de Controle de Qualidade. Do aviário até a entrega do frango ao ponto de venda, a empresa detém o controle total das etapas, podendo rastrear todos os produtos, sempre sob o acompanhamento do Serviço de Inspeção Federal (SIF).



No caminho para ser gigante do café mundial

Espírito Santo tem se destacado e busca se tornar um dos maiores fornecedores de café arábica e conilon para o mercado mundial

FOTO: FERNANDO MADEIRA

Presidente do CCCV e superintendente da Tristão, Márcio Cândido Ferreira revela que alta do consumo deve trazer futuro ainda mais promissor

Com carreira iniciada em 1977, Márcio Cândido Ferreira, presidente do Centro do Comércio de Café de Vitória (CCCV) e superintendente da Tristão Comércio Exterior, traz na bagagem aprendizados para acompanhar as

novidades da cultura mais prolífica do Estado, driblar as crises e aproveitar as oportunidades.

“Trabalho desde os 15 anos. Comecei como office boy e todo dia estou aprendendo. Nesses anos, pude perceber que, quando você desempenha uma atividade em que a razão principal é a satisfação do produtor e consumidor, com todos olhando para uma mesma direção, só podemos colher bons resultados”, conta o executivo.

O presidente do CCCV vivenciou diversas fases do café, mas nunca esteve tão otimista quanto hoje. Nos últimos anos, o Espírito Santo alcançou uma posição de destaque, consolidando-se como 2º maior produtor brasileiro de café, sendo destaque em arábica e conilon e responsável por mais de 30% da produção brasileira.

Atualmente, segundo o Instituto Capixaba de Pesquisa, Assistência Técnica e Extensão Rural (Incaper), existem 402 mil hectares em produção no Estado. A atividade cafeeira é responsável por 37% do Produto Interno Bruto (PIB) Agrícola capixaba. Diferentemente de Minas Gerais, que passou por problemas desde a pandemia, o Estado conseguiu sair fortalecido após o período desafiador e caminha para se tornar um gigante mundial tanto na produção quanto nas vendas para o mercado externo.

“Com o aumento da demanda pelo café e o aumento de seu preço, além de uma seca prolongada em Minas Gerais, seguida da maior geada nos últimos 27 anos, os produtores do Espírito Santo foram beneficiados. Como exemplo, a demanda e o preço do conilon aumentaram e essa variante, tão forte no Estado, passou a ser mais usada em *blends* junto ao café arábica, especialmente no mercado nacional. Algo que veio para ficar”, explica o empresário.

Aos olhos dele, o Espírito Santo tem tudo para ser protagonista durante muitos anos, por ter aprendido com desafios do passado, como a seca de 2016, que fez com que os produtores tivessem de apostar em técnicas inovadoras de plantio e melhor armazenamento de água.

“Nos próximos 10 anos, o mundo precisará de mais 30 milhões de sacas de café e o único país que pode suprir essa demanda é o Brasil. Nos próximos cinco anos, seremos os maiores produtores de café robusta. O mercado oferece um futuro mais do que promissor. E o Estado com maior potencial produtivo é o Espírito Santo”.

A governança ambiental, social e corporativa (mundialmente conhecida pela sigla ESG) é um dos pilares da atuação do CCCV e da Tristão, segundo Márcio Cândido. Essa visão está alinhada ao que ele entende como prioridade na atual sociedade. Para o executivo, qualquer empresa necessita hoje se atentar a toda a cadeia produtiva e não apenas aos resultados. Por isso, acredita na função de líder como um instrumento para inspirar as pessoas.

“Além da sustentabilidade, que é algo muito presente e valorizado em nosso dia a dia, o grande legado que busco deixar, como líder, é preparar pessoas para tocarem o barco. Assim como eu entrei como office boy e tive oportunidades, estou dando oportunidade a outras pessoas”, destaca.



“O mercado oferece um futuro mais do que promissor. E o Estado com maior potencial produtivo é o Espírito Santo”

Márcio Cândido Ferreira

Presidente do Centro do Comércio do Café de Vitória



Fabiani, Gabriela e Cláudia (da esquerda para direita) ganharam o prêmio Sebrae Mulher de Negócios em 2022

FOTO: ELANI DENICOLI/SEBRAE/
DIVULGAÇÃO

Mulheres brilham no comando dos negócios



206 mil negócios no Espírito Santo são liderados por mulheres. Número corresponde a 33,5% das empresas

Empreender faz, cada vez mais, parte do universo feminino: mais de 206 mil mulheres são donas de seus próprios negócios no Espírito Santo. Isso significa que 33,5% das empresas capixabas são comandadas por elas.

Em todo o país, são 7 milhões de empreendedoras, de acordo com levantamento do Sebrae-ES, a partir de dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (Pnad-C), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

No Estado capixaba, elas se destacam no comércio. Representam 26% dos negócios desse setor, ou seja, são a cabeça de 53.604 estabelecimentos comerciais. Na agropecuária, elas são donas de 30.807 empresas, com participação de 15% neste ramo. No setor de serviços, elas conduzem 28.643 CNPJs — 46% do segmento.

Segundo informações da pesquisa, a maioria das empreendedoras capixabas é negra (56,7%). Outro ponto que chama a atenção na amostra é que mais de 93 mil empreendedoras (45% delas) são chefes de família, ou seja, são responsáveis por manterem o sustento da casa.

No Estado, a importância da participação delas no setor empresarial tem sido reconhecida pelo Prêmio Sebrae Mulher de Negócios. Em 2022, as vencedoras na categoria estadual foram Gabriela da Silva Maioli, da empresa Violeta Loja (Vitória), na categoria Microempreendedora Individual (MEI); Fabiani Salomão Reinholz Macedo, da empresa Reinholz Chocolates (Colatina), na categoria Produtora Rural; e Claudia Cristina Alves de Souza, da empresa Empório B Boutique & Brechó (Vitória), na categoria Pequeno Negócio.

“Essa premiação é uma inspiração para muitas mulheres que, em meio ao desafio de dividir a sua jornada entre o seu negócio e os cuidados com filhos e a casa, muitas vezes se sentem solitárias ao empreender”, destaca a analista do Sebrae-ES, Andrea Gama.

56
mil

É a quantidade de empresas comandadas por mulheres que atuam no comércio capixaba, segundo o IBGE

93
mil

É o número de empreendedoras no ES que também são chefes de família

Uma das histórias que inspiram é a de Gabriela da Silva, de 25 anos. Durante a pandemia, assim como muitas mulheres, a jovem percebeu a oportunidade de trabalhar por conta própria e começou a vender peças de roupas costuradas por ela, começando pelos croppees.

“Foi eu postar uma foto nas redes sociais e dizer que ia começar a vender o cropped que todo mundo começou a pedir. Foi uma febre. Em pouco tempo, a sala de casa não tinha mais espaço, não tinha nem como empurrar os móveis. Foi quando decidimos procurar um local para abrir a loja e ampliar o atendimento”, explica Gabriela, que aprendeu a costurar com a mãe e a avó.

Hoje, a empreendedora tem até fila de espera para atender em sua Violeta Loja, em Jardim da Penha, Vitória.

Também por meio da venda de roupas, Cláudia Cristina começou a reescrever sua história. Depois de morar cinco anos fora do Brasil, ela voltou ao país com seus filhos. Trouxe muitas roupas em suas malas e começou a vendê-las, de início na sala da casa da própria mãe. Hoje tem uma loja, a Empório B Boutique & Brechó, em Jardim Camburi, Vitória.

“O espaço é local de sustentabilidade, de muito diálogo entre mulheres e, também, de oportunidades. Toda sexta-feira, faça chuva ou faça sol, estamos em resenha lá na Empório. Uma oportunidade a mais para as mulheres irem lá e também venderem seus negócios. É para crescermos juntas”, afirma.

A trajetória de Fabiani Reinholz também passou pela família, quando ela precisou ajudar os pais a administrar o sítio onde eles moram.

“Meu grande desafio era agregar valor em um espaço pequeno, realidade de muitas famílias da agricultura familiar. E foi no cacau que eu vi a possibilidade de isso acontecer. Nosso conhecimento era zero em relação a isso. Foi preciso muita capacitação, trabalho e dedicação para que a gente pudesse começar a comercializar nossos chocolates. Hoje, nosso cacau já não suporta nossa produção. Por isso, compramos cacau especial de várias propriedades espalhadas pelo Estado. Nossos chocolates trazem o sabor das terras capixabas, direto de São João Pequeno, Colatina”, comemora.

TÃO CAPIXABA QUANTO A MOQUECA. TÃO TRADICIONAL QUANTO A PANELA DE BARRO.

De Cariacica para várias cidades no estado. A história do Extrabom é a de quem trabalha e confia, como está escrito na nossa bandeira.

Somos genuinamente uma empresa Made In ES, por isso celebramos o orgulho de ser capixaba e de contribuir com o desenvolvimento da nossa terra.

extrabom.com.br
[@extrabomsupermercados](https://www.instagram.com/extrabomsupermercados)

APP DISPONÍVEL PARA



EXTRABOM
Supermercados





Acesse e saiba mais:
agazeta.com.br/madeines

ENTIDADES PARCEIRAS



APOIO INSTITUCIONAL



REALIZAÇÃO

