

||| **IDEIES** |||

MAPEAMENTO DA
**INDÚSTRIA
CRIATIVA**
NO ESPÍRITO SANTO
2ª edição

E propostas para políticas públicas voltadas ao desenvolvimento do setor de *design* capixaba



Publicação do Ideies - 2017

Diretoria Plenária 2014 – 2017

Presidente da Findes - Marcos Guerra

1º Vice-presidente da Findes - Gibson Barcelos Reggiani

Vice-presidentes da Findes - Aristoteles Passos Costa Neto, Benício Lázaro, Clara Thaís Rezende Cardoso Orlandi, Elder Elias Giordano Marim, Egidio Malanquini, Houberdam Pessotti, Leonardo Souza Rogerio de Castro, Manoel de Souza Pimenta Neto, Sebastião Constantino Dadalto.

1º Diretor administrativo da Findes - José Augusto Rocha

2º Diretor administrativo da Findes – Sérgio Rodrigues da Costa

1º Diretor financeiro da Findes - Tharcicio Pedro Botti

2º Diretor financeiro da Findes - Ronaldo Soares Azevedo

3º Diretor financeiro da Findes - Flavio Sergio Andrade Bertollo

Diretores

Almir José Gaburro • Atilio Guidini • Elias Cucco Dias • Emerson de Menezes Marely • Ennio Modenesi Pereira II • Jose Carlos Bergamin • José Carlos Chamon • Luiz Alberto de Souza Carvalho • Luiz Carlos Azevedo de Almeida • Luiz Henrique Toniato • Loreto Zanotto • Mariluce Polido Dias • Neviton Helmer Gasparini • Ocimar Sfalsin • Ortêmio Locatelli Filho • Ricardo Ribeiro Barbosa • Samuel Mendonça • Sérgio Rodrigues da Costa • Silésio Resende de Barros • Tullio Samorini • Vladimir Rossi

Superintendente Corporativo – Marcelo Ferraz Goggi

Instituto de Desenvolvimento Educacional e Industrial do Espírito Santo - Ideies

Presidente - Marcos Guerra

Diretor para Assuntos do Ideies- Egidio Malanquini

Diretor-executivo - Antonio Fernando Doria Porto

Gerência Executiva de Economia Criativa Sesi/Senai/ES

Gerente-executivo - Antonio Fernando Doria Porto

Unidade de Análises Estratégicas (UAE) – Elizangela de Souza Rodrigues

Unidade de Economia Criativa (UEC) - Karina Goldner Fideles Biriba

Unidade de Gestão do Conhecimento (UGC) - Aline Elisa Cotta d'Avila

Unidade de Gestão da Informação (UGI) - Cintia Busato Franco

Equipe de produção

Andressa Kelly de Oliveira • Antonio Fernando Doria Porto • Silvia Buzzone de Souza Varejão

Contato:

Endereço: Avenida Nossa Senhora da Penha, nº 2.053, Ed. Findes – 3º andar

Bairro: Santa Lúcia, Vitória/ES – CEP: 29.056-913

Telefone: (27) 3334-5680 – site: www.ideies.org.br

Apresentação

Criatividade como matéria-prima

O Espírito Santo e a indústria capixaba passaram por grandes transformações nos últimos anos. Novos investimentos foram anunciados, instalados, entraram em operação, geraram empregos e diversificaram nosso parque industrial. As novas oportunidades trouxeram grandes desafios para o setor produtivo: como se manter competitivo em um mercado cada vez mais globalizado? A indústria capixaba tem encontrado respostas na inovação.

Criatividade, design e talento são expressões muito faladas nos dias atuais, mas todas encontram eco na “indústria criativa”, terminologia ligada aos setores que têm a inovação como matéria-prima. O presente estudo, elaborado pelo Instituto de Desenvolvimento Educacional e Industrial do Espírito Santo (Ideies), analisou os números da indústria criativa de 2010 a 2015, período de mudanças no Espírito Santo e no país.

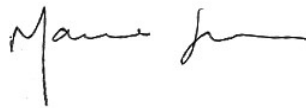
Dividida conceitualmente em 13 setores e organizada em quatro grandes áreas – consumo, cultura, mídias e tecnologia –, a indústria criativa representa 1.330 empresas, gerando 10.142 empregos no Espírito Santo. Nos cinco anos analisados por esta publicação, houve crescimento de 24,1% no número de empresas – com destaque para os segmentos ligados à cultura, com aumento de 71,4% – e salto de 14,7% nos postos de trabalho.

Outras áreas tradicionais do setor produtivo capixaba, como vestuário, móveis e rochas ornamentais, são consideradas indústrias criativas. Utilizando o design como ferramenta de trabalho, todas estabelecem inovações nas linhas de produção, dependem da criatividade e se enquadram no conceito analisado nesta publicação. Somados os 13 setores, a indústria criativa movimenta mais de R\$ 2 bilhões por ano no Espírito Santo.

Atenta às mudanças do perfil industrial e à relevância do setor para a economia capixaba, o Sistema Fines vem investindo na qualificação de jovens, ampliando

a oferta de cursos ligados à área, estimulando o uso do design e a inovação no ambiente industrial. Além disso, com a criação de novos sindicatos para empresas de audiovisual e joias, organizamos a representação institucional dos setores envolvidos.

Fortalecendo a imagem da indústria criativa, expandiremos as possibilidades de diálogo com os poderes constituídos, gerando parcerias que poderão destacar o bom trabalho desempenhado no Estado. O Sistema Findes seguirá apostando na capacidade criativa de seus profissionais, investindo em ações que possam gerar mais oportunidades para nossos jovens e negócios para nossas indústrias.



Marcos Guerra
Presidente do Sistema Findes/Cindes

Lista de Siglas

Bandes – Banco de Desenvolvimento do Espírito Santo

Banestes – Banco do Estado do Espírito Santo

CCE – Comissão das Comunidades Europeias

CNAE – Classificação Nacional de Atividades Econômicas

DMCS – Department for Culture, Media & Sport

Fapes – Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Espírito Santo

Findes – Federação das Indústrias do Estado do Espírito Santo

Ideies – Instituto de Desenvolvimento Educacional e Industrial do Espírito Santo

IndIIC – Índice Ideies de Concentração da Indústria Criativa

IPCA – Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo

MTE – Ministério do Trabalho e Emprego

OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico

P& D – Pesquisa e Desenvolvimento

Rais – Relação Anual de Informações Sociais

TIC – Tecnologia da Informação e Comunicação

Senai – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial

Sesi – Serviço Social da Indústria

Sumário

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Sumário Executivo | 7 |
| 1. Introdução..... | 9 |
| 2. Mapeamento da Indústria Criativa no Espírito Santo – 2ª Edição | 10 |
| 2.1 Panorama da indústria criativa no Espírito Santo..... | 11 |
| 2.2 Índice Ideies de Concentração da Indústria Criativa Capixaba – IndIIC..... | 15 |
| 3. Propostas para políticas públicas voltadas ao desenvolvimento do setor de design capixaba | 25 |
| 3.1 O que é design? | 26 |
| 3.2 Design como direcionador da inovação | 26 |
| 3.3 Políticas públicas voltadas para o design no mundo | 29 |
| 3.4 Sugestões de políticas públicas voltadas para a articulação entre o design e a indústria tradicional capixaba | 30 |
| 4. Conclusão..... | 31 |
| 5. Referência | 33 |
| Anexo 1 – Relação dos profissionais criativos por setores e áreas criativas ... | 34 |
| Anexo 2 – Relação das empresas criativas por setores e áreas criativas..... | 38 |
| Anexo 3 - Metodologia do Índice Ideies de Concentração da Indústria Criativa Capixaba (IndIIC) | 40 |

Sumário Executivo

- O documento comparou a indústria criativa no Espírito Santo em dois momentos: 2010 e 2015. Indústrias criativas são aquelas que têm sua origem na criatividade, habilidade e talento individual e que têm um potencial para riqueza e criação de emprego através da geração e exploração da propriedade intelectual (DMCS, 1998).
- Foram utilizadas informações sobre a quantidade de empresas e profissionais e remuneração média mensal dos setores classificados como criativos.
- Os termos “indústria criativa” e “setor criativo” são utilizados como sinônimos. A palavra indústria não deve ser entendida em seu conceito clássico de atividade fabril, mas sim como um conjunto de empreendimentos.
- O núcleo da indústria criativa é composto por 13 setores agrupados em quatro áreas: **consumo** – publicidade, arquitetura, design e moda; **cultura** - expressões culturais, patrimônio e artes, música e artes cênicas; **mídias** - editorial e audiovisual; **tecnologia** - pesquisa e desenvolvimento (P&D), biotecnologia e tecnologia da informação e comunicação (TIC).
- Em 2015, a indústria criativa no Espírito Santo era formada por 1.330 empresas e 10.142 profissionais, números que representavam 1,5% e 1,1%, respectivamente, de todas as empresas e profissionais na economia capixaba.
- Comparando as informações de 2015 com as de 2010, a quantidade de empresas dos setores criativos no Espírito Santo cresceu 24,1% e a de profissionais, 14,7%. Essas taxas de crescimento foram superiores às registradas pela economia tradicional, de 14,9% e 7,4%, respectivamente.
- Com exceção da arquitetura, em todas as outras áreas criativas houve crescimento na quantidade de profissionais. Destaque para cultura, com aumento de 71,4% e, principalmente, os segmentos de expressões culturais – nos quais mais que triplicou a quantidade de pessoas trabalhando, – e música (crescimento de 77,9%). Na área da tecnologia, a quantidade de profissionais criativos cresceu 31,4%; no consumo, 4,6%; e em mídias, 5,6%.
- A arquitetura é o principal setor criativo no Estado e respondia por 20,9% da indústria criativa em 2015, seguida do setor de TIC, com 17,1%; publicidade, 15,9%; audiovisual, 11,2%; e design e moda, 9,3%. As menores participações relativas foram encontradas nos setores de música (1,2%), biotecnologia (1,8%) e patrimônio e artes (2,0%).

- Para o mapeamento da indústria criativa nos municípios capixabas foi utilizado o Índice Ideies de Concentração da Indústria Criativa (IndIIC), que segue a mesma metodologia do documento anterior (2015), com dados de empresas e profissionais criativos e massa salarial da indústria criativa.
- Os municípios foram divididos segundo o indicador de concentração IndIIC em cinco faixas: para valores inferiores a 0,0700 os municípios foram classificados como de baixa concentração; entre 0,0701 e 0,1170, baixa-média concentração; entre 0,1171 e 0,2099, média concentração; valores entre 0,2100 e 0,5000 classificam-se como de média-alta concentração; e acima de 0,5001, alta concentração.
- Vitória é o único município na classificação alta concentração. Os dados de 2015 mostraram que a capital reunia 32,3% das empresas criativas, 43,2% dos profissionais criativos e a maior remuneração média: R\$ 5.560,5. Esses percentuais são um pouco inferiores aos registrados em 2010, quando 37,6% das empresas e 45,2% dos profissionais criativos se localizavam no município.
- A segunda faixa de classificação, média-alta, concentrava 18 municípios em 2015 e 15 municípios em 2010. Juntas, essas 18 localidades, em 2015, foram responsáveis por 49,4% das empresas criativas e 45,5% dos profissionais. A remuneração média mensal percebida por esses profissionais era de R\$ 3.625,6
- Os 20 municípios pertencentes à classificação média concentração, em 2015, reuniam 14,9% das empresas e 9,2% dos profissionais criativos. As duas últimas faixas – baixa-média e baixa – possuíam, respectivamente, 2,6% e 0,8% das empresas criativas e 1,5% e 0,7% dos profissionais criativos em 2015
- Entre os 13 setores que compõem a indústria criativa encontra-se o design, o mais transversal de todos os setores criativos, com aplicações em diversos campos e indústrias, das tradicionais às criativas. O design pode, ainda, estar presente para a solução de problemas e melhoria da qualidade de vida, como no ecodesign.
- Por esse motivo, foram acrescentadas ao estudo propostas que contribuam para o estabelecimento de políticas públicas que coloquem o design como um direcionador para a inovação e o aumento da competitividade do setor industrial tradicional localizado no Estado.

1. Introdução

Com o objetivo de propor e subsidiar a elaboração, implementação e avaliação de ações voltadas para o desenvolvimento da economia criativa na indústria do Espírito Santo, com o apoio dos sindicatos que compõem a Federação das Indústrias do Estado do Espírito Santo (Findes), o Instituto de Desenvolvimento Educacional e Industrial do Espírito Santo (Ideies) apresenta o **“Mapeamento da Indústria Criativa no Espírito Santo – 2ª Edição”**.

Em novembro de 2015, o Ideies, com o apoio da Gerência-executiva de Economia Criativa do Sesi e do Senai do Espírito Santo, divulgou o **“Mapeamento da Indústria Criativa no Espírito Santo”**, primeiro estudo sobre a indústria criativa realizado no Estado do Espírito Santo.

Naquela oportunidade, foi apresentada uma revisão de literatura sobre os conceitos de indústria criativa, bem como um resumo dos mapeamentos realizados em outros estados. E, para mapear o grau de concentração da indústria criativa nos municípios do Espírito Santo, o Ideies criou, em 2015, o **Índice Ideies de Concentração da Indústria Criativa (IndIIC)**, utilizando dados de 2013 sobre os profissionais criativos e suas respectivas remunerações médias (RAIS) e informações sobre as empresas criativas capixabas com base na Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE 2.0).

O presente documento tem como finalidade apresentar a evolução da indústria criativa no Espírito Santo nos últimos cinco anos (2010 a 2015), a partir de estatísticas e informações sobre a quantidade de empresas, de empregos formais e da remuneração média da indústria criativa, e do Índice Ideies de Concentração da Indústria Criativa (IndIIC).

A indústria criativa é composta por 13 setores agrupados em quatro áreas: **1) consumo** - publicidade; arquitetura; design e moda; **2) cultura** - expressões culturais; patrimônio e artes; música e artes cênicas; **3) mídias** - editorial e audiovisual; **4) tecnologia** - pesquisa e desenvolvimento (P&D); biotecnologia e tecnologia da informação e comunicação (TIC).

Destaca-se que entre os 13 setores que compõem a indústria criativa do Espírito Santo encontra-se o design, o mais transversal de todos os setores criativos, com aplicações em diversos campos e indústrias, das tradicionais (móveis, vestuário, alimentos e bebidas, metalmeccânica, plástico, automobilística, naval, gráfica, etc.) às criativas (moda, arquitetura, TICs, mídias, audiovisual, artes, entre outras). Ainda pode estar presente para a solução de problemas e melhoria da qualidade de vida, como no ecodesign.

Por esse motivo, torna-se oportuno incluir neste Mapeamento da Indústria Criativa do Espírito Santo propostas que contribuam para o estabelecimento de

políticas públicas que coloquem o design como um direcionador para a inovação e o aumento da competitividade do setor industrial tradicional localizado no Estado.

Para isso, este documento, também detalha o conceito moderno de design, o papel do design como direcionador de inovação e apresenta propostas para o desenvolvimento de políticas públicas voltadas para a articulação entre o design e a indústria tradicional capixaba.

2. Mapeamento da Indústria Criativa no Espírito Santo – 2ª Edição

Indústrias criativas são aquelas que têm sua origem na criatividade, habilidade e talento individual e que têm um potencial para riqueza e criação de emprego através da geração e exploração da propriedade intelectual (DMCS, 1998).

Os termos “indústria criativa” e “setor criativo” são utilizados como sinônimos. A palavra indústria não deve ser entendida em seu conceito clássico de atividade fabril, mas sim como um conjunto de empreendimentos.

Da mesma forma que no mapeamento anterior (2015), é apresentado o grau de concentração da indústria criativa do Espírito Santo nos municípios capixabas por meio do IndIIC - Índice Ideies de Concentração da Indústria Criativa, que utiliza informações sobre os profissionais criativos e suas respectivas remunerações e as empresas criativas, nos 13 setores criativos.

Os 13 setores que compõem a indústria criativa são os mesmos apresentados na primeira versão do documento: arquitetura, artes cênicas, audiovisual, biotecnologia, design, editorial, expressões culturais, moda, música, pesquisa e desenvolvimento, patrimônio e artes, publicidade e tecnologia da informação e comunicação.

As profissões criativas foram revistas com o objetivo de corrigir possíveis distorções apresentadas no estudo anterior¹. Sobre as empresas criativas não foram feitas modificações.

¹Por exemplo: na primeira versão do estudo, boa parte dos engenheiros foi incluída entre os profissionais criativos. Após uma análise mais profunda, chegou-se à conclusão de que algumas profissões da engenharia não se enquadram na definição de profissionais criativos. As alterações na classificação dos profissionais criativos estão no Anexo 1 - Relação dos profissionais criativos por setores e áreas criativas.

2.1 Panorama da indústria criativa no Espírito Santo

A indústria criativa no Espírito Santo era formada, em 2015, por 1.330 empresas e 10.142 profissionais, números que representam 1,5% e 1,1%, respectivamente, de todas as empresas e profissionais na economia capixaba.

Comparando as informações de 2015 com as de 2010, a quantidade de empresas dos setores criativos no Espírito Santo cresceu 24,1% e a de profissionais, 14,7%. Essas taxas de crescimento são superiores às registradas pela economia tradicional, de 14,9% e 7,4%, respectivamente (Tabela 1).

Tabela 1 – Empresas, profissionais e remuneração média mensal da indústria criativa e da economia tradicional do Espírito Santo, 2010 e 2015

| Itens | Ano | Setores | | |
|--------------------------------------------------------|---------|-----------|--------------|---------|
| | | Criativos | Tradicionais | Total |
| Empresas (qtd) | 2010 | 1.072 | 75.080 | 76.152 |
| | 2015 | 1.330 | 86.285 | 87.615 |
| | Var (%) | 24 | 15 | 15 |
| Profissionais (qtd) | 2010 | 8.841 | 851.580 | 860.421 |
| | 2015 | 10.142 | 914.600 | 924.742 |
| | Var (%) | 15 | 7 | 7 |
| Remuneração média mensal (em R\$ IPCA 2015) | 2010 | 4.540,5 | 2.134,3 | 2.159,0 |
| | 2015 | 4.367,9 | 2.242,9 | 2.266,2 |
| | Var (%) | -3,8 | 5,1 | 5,0 |

Fonte: Rais (MTE) 2010 e 2015

Elaboração: Ideies/Sistema Findes

Chama a atenção a quantidade de novas empresas criativas, comparando-se 2015 com 2010, nos setores de publicidade (+42,3%), arquitetura (+26,3%), artes cênicas (+59,7%) e audiovisual (+36,1%). Considerando todos os segmentos da área da cultura, a quantidade de empresas criativas saltou de 109 em 2010 para 163 em 2015 (Tabela 2).

Com exceção da arquitetura, em todas as outras áreas criativas houve crescimento na quantidade de profissionais, comparando-se 2015 com 2010. Destaque para a cultura, com aumento de 71,4% e, principalmente, os segmentos de expressões culturais – pois mais que triplicou a quantidade de pessoas trabalhando nessas atividades, – e música (crescimento de 77,9%). Na área da tecnologia, a quantidade de profissionais criativos cresceu 31,4%; no consumo, 4,6%; e em mídias, 5,6% (Tabela 2).

Tabela 2 – Empresas e profissionais da indústria criativa e taxa de crescimento, 2010 e 2015

| Áreas Criativas | Empresas | | | Profissionais | | |
|----------------------|--------------|--------------|-------------|---------------|---------------|-------------|
| | 2010 | 2015 | Var (%) | 2010 | 2015 | Var (%) |
| Consumo | 359 | 476 | 32,6 | 4.928 | 5.154 | 4,6 |
| Publicidade | 156 | 222 | 42,3 | 1.337 | 1.531 | 14,5 |
| Arquitetura | 186 | 235 | 26,3 | 1.979 | 1.789 | -9,6 |
| Design | | | | 933 | 1.046 | 12,1 |
| Moda | 17 | 19 | 11,8 | 679 | 788 | 16,1 |
| Cultura | 109 | 163 | 49,5 | 563 | 965 | 71,4 |
| Expressões Culturais | 5 | 6 | 20,0 | 120 | 420 | 250,0 |
| Patrimônio e Artes | 19 | 24 | 26,3 | 239 | 249 | 4,2 |
| Música | 8 | 10 | 25,0 | 104 | 185 | 77,9 |
| Artes Cênicas | 77 | 123 | 59,7 | 100 | 111 | 11,0 |
| Mídias | 324 | 392 | 21,0 | 1.469 | 1.551 | 5,6 |
| Editorial | 105 | 94 | -10,5 | 744 | 799 | 7,4 |
| Audiovisual | 219 | 298 | 36,1 | 725 | 752 | 3,7 |
| Tecnologia | 280 | 299 | 6,8 | 1.881 | 2.472 | 31,4 |
| P&D | 1 | 3 | 200,0 | 520 | 695 | 33,7 |
| TIC | 275 | 291 | 5,8 | 1.142 | 1.481 | 29,7 |
| Bioteχνologia | 4 | 5 | 25,0 | 219 | 296 | 35,2 |
| Total | 1.072 | 1.330 | 24,1 | 8.841 | 10.142 | 14,7 |

Fonte: Rais (MTE) 2010 e 2015

Elaboração: Ideies/Sistema Findes

Pouco mais de um terço das empresas criativas se concentrava na área do consumo (isto tanto em 2010 quanto em 2015); 30% em mídias; a tecnologia foi responsável por 26,1% das empresas em 2010 e por 22,5% em 2015, enquanto a área da cultura concentrou 10,2% e 12,3%, respectivamente, das empresas criativas nos dois anos analisados (Tabela 3).

A distribuição dos profissionais criativos e, por consequência, da massa salarial, se diferencia um pouco, com os setores do consumo centralizando mais da metade dos profissionais criativos. A tecnologia reúne 24,4% dos trabalhadores criativos; mídias, 15,3%; e cultura, 9,5% (2015) (Tabela 3).

Tabela 3 – Participação das áreas criativas no total da indústria criativa, empresas e profissionais, 2010 e 2015, em %

| Áreas Criativas | Empresas | | Profissionais | |
|-----------------|--------------|--------------|---------------|--------------|
| | 2010 | 2015 | 2010 | 2015 |
| Consumo | 33,5 | 35,8 | 55,7 | 50,8 |
| Cultura | 10,2 | 12,3 | 6,4 | 9,5 |
| Mídias | 30,2 | 29,5 | 16,6 | 15,3 |
| Tecnologia | 26,1 | 22,5 | 21,3 | 24,4 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fonte: Rais (MTE) 2010 e 2015

Elaboração: Ideies/Sistema Findes

A distribuição da indústria criativa no Espírito Santo por áreas e setores criativos em 2015 está mostrada na Tabela 4. Os principais setores em termos de concentração de empresas eram audiovisual (22,4%), TIC (21,9%), arquitetura (17,7%) e publicidade (16,7%).

Os profissionais criativos se encontravam, principalmente, nas atividades de arquitetura (17,6%), publicidade (15,1%) e TIC (14,6%). No que se refere à remuneração média mensal, eram os profissionais de P&D os detentores da maior média: R\$10.091,7 por trabalhador, enquanto os profissionais de artes cênicas registraram a menor média: R\$1.406,8 (Tabela 4).

Tabela 4 – Empresas, profissionais e remuneração média mensal por áreas criativas, Estado, 2015

| Áreas Criativas | Empresas | | Profissionais | | Remuneração média mensal |
|----------------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------------------|
| | Qtd | % | Qtd | % | R\$ |
| Consumo | 476 | 35,8 | 5.154 | 50,8 | 4.457,0 |
| Publicidade | 222 | 16,7 | 1.531 | 15,1 | 4.645,6 |
| Arquitetura | 235 | 17,7 | 1.789 | 17,6 | 6.759,2 |
| Design | 19 | 1,4 | 1.046 | 10,3 | 2.296,4 |
| Moda | | | 788 | 7,8 | 1.731,7 |
| Cultura | 163 | 12,3 | 965 | 9,5 | 2.265,7 |
| Expressões Culturais | 6 | 0,5 | 420 | 4,1 | 1.776,0 |
| Patrimônio e Artes | 24 | 1,8 | 249 | 2,5 | 3.177,4 |
| Música | 10 | 0,8 | 185 | 1,8 | 2.665,4 |
| Artes Cênicas | 123 | 9,2 | 111 | 1,1 | 1.406,8 |
| Mídias | 392 | 29,5 | 1.551 | 15,3 | 2.916,7 |
| Editorial | 94 | 7,1 | 799 | 7,9 | 3.601,5 |
| Audiovisual | 298 | 22,4 | 752 | 7,4 | 2.189,0 |
| Tecnologia | 299 | 22,5 | 2.472 | 24,4 | 5.913,4 |
| P&D | 3 | 0,2 | 695 | 6,9 | 10.091,7 |
| TIC | 291 | 21,9 | 1.481 | 14,6 | 4.455,6 |
| Biotecnologia | 5 | 0,4 | 296 | 2,9 | 3.396,3 |
| Total | 1.330 | 100,0 | 10.142 | 100,0 | 4.367,9 |

Fonte: Rais (MTE) 2010 e 2015

Elaboração: Ideies/Sistema Findes

Dependendo da informação analisada, se empresa ou profissionais criativos, diferentes setores se destacaram. Com o objetivo de apresentar o *ranking* dos setores criativos de acordo com as suas participações no total da indústria criativa, as participações relativas de empresas, profissionais e massa salarial foram combinadas, originando um indicador único da participação setorial no total da indústria criativa no Espírito Santo.

A arquitetura é o principal setor criativo no Estado e respondia por 20,9% da indústria criativa em 2015. Em seguida o setor de TIC, com 17,1%; publicidade, 15,9%; audiovisual, 11,2%; e design e moda, 9,3%. As menores participações relativas foram encontradas nos setores de música (1,2%), biotecnologia (1,8%) e patrimônio e artes (2,0%) (Tabela 5).

Comparando-se o *ranking* de 2015 com o de 2010, algumas diferenças se destacam. Em 2010, o setor de expressões culturais ocupava a última posição

(0,76%) e em 2015 passou para a 9ª colocação (2,09%). O setor de P&D subiu uma posição, enquanto o editorial caiu uma colocação. Os cinco primeiros lugares no *ranking* não se alteraram; entretanto, a arquitetura perdeu quase quatro pontos percentuais na concentração da indústria criativa (Tabela 5).

Tabela 5 – Ranking dos setores criativos de acordo com a participação relativa na indústria criativa do Estado, 2015 e 2010

| Setores Criativos | 2015 | | 2010 | |
|----------------------|----------------|--------|----------------|---------|
| | <i>Ranking</i> | Part % | <i>Ranking</i> | Part. % |
| Arquitetura | 1º | 20,87 | 1º | 24,31 |
| TIC | 2º | 17,13 | 2º | 16,64 |
| Publicidade | 3º | 15,95 | 3º | 15,13 |
| Audiovisual | 4º | 11,18 | 4º | 10,76 |
| Design e Moda | 5º | 9,34 | 5º | 9,20 |
| P&D | 6º | 7,64 | 7º | 7,16 |
| Editorial | 7º | 7,15 | 6º | 8,37 |
| Artes Cênicas | 8º | 3,57 | 8º | 3,00 |
| Expressões Culturais | 9º | 2,09 | 12º | 0,76 |
| Patrimônio e Artes | 10º | 2,02 | 9º | 2,11 |
| Biotechnology | 11º | 1,85 | 10º | 1,72 |
| Música | 12º | 1,23 | 11º | 0,83 |

Elaboração: Ideies/Sistema Findes

Nota: O ranking apresenta 12 posições porque os setores de design e moda foram agrupados, uma vez que não há informações de estabelecimentos (Cnae) desses setores desagregados.

2.2 Índice Ideies de Concentração da Indústria Criativa Capixaba – IndIIC

Pelo segundo ano o Ideies, com apoio da Gerência-executiva de Economia Criativa do Sesi e Senai do Espírito Santo, apresenta o mapeamento do núcleo da indústria criativa nos municípios do Estado.

O cálculo do IndIIC segue a metodologia apresentada no mapeamento anterior e tem como base o Índice de Concentração Normalizado (ICn) de Crocco *et al.* (2003)². As variáveis utilizadas são empresas criativas, profissionais criativos e massa salarial da indústria criativa.

² A metodologia está detalhada no Anexo 3 – Metodologia do Índice Ideies de Concentração da Indústria Criativa Capixaba.

O objetivo do indicador é evidenciar em quais municípios a indústria criativa está mais concentrada, levando em conta tanto a realidade municipal quanto a estadual.

Os municípios foram divididos segundo o indicador de concentração IndIIC em cinco faixas: para valores inferiores a 0,0700, foram classificados como de baixa concentração; entre 0,0701 e 0,1170, baixa-média concentração; entre 0,1171 a 0,2099, média concentração; valores entre 0,2100 a 0,5000 significam média-alta concentração; e acima de 0,5001, alta concentração (Tabela 6).

Ressalte-se que, quando se classifica um município como de alta concentração, não se está afirmando que o setor criativo é o mais importante para o município. A interpretação correta é: dada a economia criativa existente no Espírito Santo e o seu contexto na perspectiva estadual e municipal, ela está altamente concentrada naquele município. Essa interpretação deve guiar a análise em todas as cinco categorias de concentração (baixa, baixa-média, média, média-alta e alta).

Tabela 6 – Faixa de classificação do IndIIC para os municípios do Espírito Santo, 2010 e 2015, quantidade de municípios

| Classificação | IndIIC | 2010 | 2015 |
|----------------------|--------------------|-------------|-------------|
| Baixa | Até 0,0700 | 20 | 19 |
| Baixa-média | de 0,0701 a 0,1170 | 19 | 20 |
| Média | de 0,1171 a 0,2099 | 23 | 20 |
| Média-alta | de 0,2100 a 0,5000 | 15 | 18 |
| Alta | Acima 0,5001 | 1 | 1 |
| Total | | 78 | 78 |

Fonte e elaboração: Ideies/Sistema Findes

Vitória é o único município na classificação alta concentração. Os dados de 2015 mostraram que a capital reúne 32,3% das empresas criativas, 43,2% dos profissionais criativos e a maior remuneração média: R\$ 5.560,5. Esses percentuais são um pouco inferiores aos registrados em 2010, quando 37,6% das empresas e 45,2% dos profissionais criativos se localizavam no município (Tabela 7).

A segunda faixa de classificação, média-alta, concentrava 18 municípios em 2015 e 15 municípios em 2010. Juntas, essas 18 localidades, em 2015, foram responsáveis por 49,4% das empresas criativas e 45,5% dos profissionais. A remuneração média mensal percebida por esses profissionais é de R\$ 3.625,6 (Tabela 7).

Os 20 municípios enquadrados na classificação média concentração reuniam, em 2015, 14,9% das empresas e 9,2% dos profissionais criativos. As duas últimas faixas – baixa-média e baixa – possuíam, respectivamente, 2,6% e 0,8%

das empresas criativas e 1,5% e 0,7% dos profissionais criativos em 2015 (Tabela 7).

Tabela 7 – Empresas, profissionais, remuneração média mensal da indústria criativa por tipo de classificação do IndIIC, Espírito Santo, 2010 e 2015

| Classificação | Empresas | | Profissionais | | Remuneração média |
|---------------|--------------|--------------|---------------|--------------|-------------------|
| | Qtd | % | Qtd | % | R\$ IPCA 2015 |
| 2010 | | | | | |
| Alta | 403 | 37,6 | 3.993 | 45,2 | 5.555,3 |
| Média-alta | 503 | 46,9 | 3.978 | 45,0 | 3.916,8 |
| Média | 134 | 12,5 | 680 | 7,7 | 2.627,3 |
| Baixa-média | 27 | 2,5 | 134 | 1,5 | 3.414,6 |
| Baixa | 5 | 0,5 | 56 | 0,6 | 2.412,6 |
| Total | 1.072 | 100,0 | 8.841 | 100,0 | 4.540,5 |
| 2015 | | | | | |
| Alta | 430 | 32,3 | 4.379 | 43,2 | 5.560,5 |
| Média-alta | 657 | 49,4 | 4.612 | 45,5 | 3.625,6 |
| Média | 198 | 14,9 | 930 | 9,2 | 2.889,0 |
| Baixa-média | 35 | 2,6 | 151 | 1,5 | 2.501,0 |
| Baixa | 10 | 0,8 | 70 | 0,7 | 2.345,2 |
| Total | 1.330 | 100,0 | 10.142 | 100,0 | 4.367,9 |

Fonte e elaboração: Ideies/Sistema Findes

Comparando-se a classificação dos municípios em 2010 e 2015 segundo as faixas de concentração da indústria criativa, algumas alterações chamam a atenção. Afonso Cláudio, em 2010, ocupava a 43ª posição no *ranking* e se situava na classificação baixa-média concentração. Em 2015, o município saltou para a 6ª posição e para a classificação média-alta (Tabela 8 e Figura 1).

Boa Esperança é outro exemplo de município que subiu na classificação de concentração da indústria criativa: saiu da faixa média (33ª posição) em 2010 para média-alta (18ª posição) em 2015. As outras localidades que subiram no tipo de classificação foram: São Gabriel da Palha, Bom Jesus do Norte, São Domingos do Norte, Viana, Ibatiba, Ecoporanga, Itapemirim, Marilândia, Pancas, Governador Lindenberg e Muniz Freire (Tabela 8 e Figura 1).

Por outro lado, as cidades de São Roque do Canaã, Divino São Lourenço, Irupi, Santa Maria de Jetibá, Presidente Kennedy, Sooretama e Atilio Vivacqua que, em 2010, eram classificadas como média concentração, passaram, em 2015, para baixa-média concentração (Tabela 8 e Figura 1).

A Figura 1 ilustra as alterações descritas acima e na Tabela 8. A escala de cor obedece à ordem das faixas de concentração, ou seja, a cor mais escura representa alta concentração e a mais clara, baixa concentração.

Tabela 8 – Ranking dos municípios segundo o IndIIC e a classificação de concentração da indústria criativa, 2010 e 2015

| Municípios | 2015 | | | 2010 | | |
|-------------------------|---------|--------|------------|---------|--------|-------------|
| | Ranking | IndIIC | Class. | Ranking | IndIIC | Class. |
| Vitória | 1 | 0,7797 | Alta | 1 | 0,7654 | Alta |
| Alfredo Chaves | 2 | 0,4562 | Média-alta | 13 | 0,2575 | Média-alta |
| Vila Velha | 3 | 0,3958 | Média-alta | 5 | 0,4028 | Média-alta |
| Domingos Martins | 4 | 0,3772 | Média-alta | 8 | 0,2699 | Média-alta |
| Colatina | 5 | 0,3501 | Média-alta | 7 | 0,3186 | Média-alta |
| Afonso Cláudio | 6 | 0,3409 | Média-alta | 43 | 0,0986 | Baixa-média |
| Serra | 7 | 0,3406 | Média-alta | 6 | 0,3815 | Média-alta |
| Aracruz | 8 | 0,3038 | Média-alta | 12 | 0,2580 | Média-alta |
| Anchieta | 9 | 0,2866 | Média-alta | 2 | 0,4934 | Média-alta |
| Cachoeiro de Itapemirim | 10 | 0,2834 | Média-alta | 11 | 0,2605 | Média-alta |
| Mantenópolis | 11 | 0,2774 | Média-alta | 4 | 0,4035 | Média-alta |
| Guarapari | 12 | 0,2528 | Média-alta | 16 | 0,2261 | Média-alta |
| Linhares | 13 | 0,2446 | Média-alta | 10 | 0,2617 | Média-alta |
| Ibiraçu | 14 | 0,2439 | Média-alta | 3 | 0,4913 | Média-alta |
| Marataízes | 15 | 0,2433 | Média-alta | 14 | 0,2402 | Média-alta |
| São Gabriel da Palha | 16 | 0,2357 | Média-alta | 17 | 0,2054 | Média |
| Fundão | 17 | 0,2266 | Média-alta | 9 | 0,2692 | Média-alta |
| Boa Esperança | 18 | 0,2239 | Média-alta | 33 | 0,1455 | Média |
| Guaçuí | 19 | 0,2105 | Média-alta | 15 | 0,2283 | Média-alta |
| São Mateus | 20 | 0,2092 | Média | 19 | 0,1875 | Média |
| Cariacica | 21 | 0,2053 | Média | 27 | 0,1654 | Média |
| Muqui | 22 | 0,2050 | Média | 59 | 0,0689 | Baixa |
| Baixo Guandu | 23 | 0,2038 | Média | 24 | 0,1704 | Média |
| Castelo | 24 | 0,1978 | Média | 25 | 0,1695 | Média |
| Venda Nova do Imigrante | 25 | 0,1898 | Média | 21 | 0,1786 | Média |
| Nova Venécia | 26 | 0,1727 | Média | 35 | 0,1443 | Média |
| Iúna | 27 | 0,1653 | Média | 36 | 0,1409 | Média |
| João Neiva | 28 | 0,1532 | Média | 18 | 0,1944 | Média |
| Piúma | 29 | 0,1524 | Média | 28 | 0,1624 | Média |
| Santa Teresa | 30 | 0,1487 | Média | 22 | 0,1763 | Média |
| Bom Jesus do Norte | 31 | 0,1475 | Média | 47 | 0,0876 | Baixa-média |
| São Domingos do Norte | 32 | 0,1469 | Média | 53 | 0,0797 | Baixa-média |
| Pinheiros | 33 | 0,1451 | Média | 37 | 0,1217 | Média |
| Viana | 34 | 0,1430 | Média | 41 | 0,1124 | Baixa-média |
| Ibatiba | 35 | 0,1398 | Média | 44 | 0,0963 | Baixa-média |
| Pedro Canário | 36 | 0,1340 | Média | 38 | 0,1215 | Média |
| Barra de São Francisco | 37 | 0,1338 | Média | 23 | 0,1729 | Média |
| Ecoporanga | 38 | 0,1193 | Média | 50 | 0,0859 | Baixa-média |

(continua)

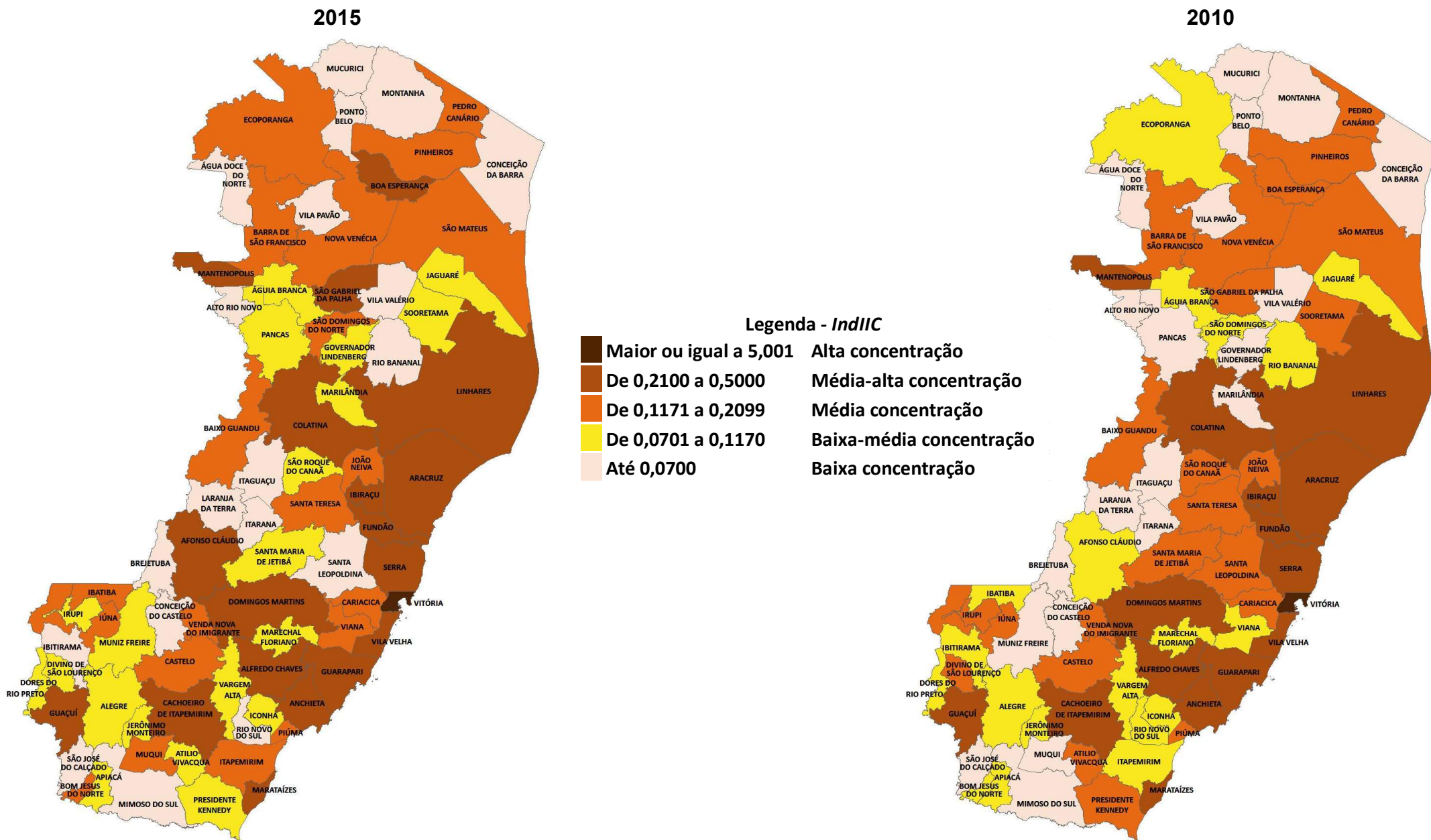
(continuação)

| Municípios | 2015 | | | 2010 | | |
|------------------------|---------|---------|-------------|---------|---------|-------------|
| | Ranking | IndIIC | Class. | Ranking | IndIIC | Class. |
| Itapemirim | 39 | 0,1180 | Média | 46 | 0,0890 | Baixa-média |
| Apiacá | 40 | 0,1155 | Baixa-média | 56 | 0,0742 | Baixa-média |
| São Roque do Canaã | 41 | 0,1094 | Baixa-média | 31 | 0,1546 | Média |
| Divino de São Lourenço | 42 | 0,1078 | Baixa-média | 29 | 0,1598 | Média |
| Irupi | 43 | 0,1071 | Baixa-média | 34 | 0,1447 | Média |
| Marilândia | 44 | 0,1025 | Baixa-média | 67 | 0,0472 | Baixa |
| Vargem Alta | 45 | 0,1023 | Baixa-média | 42 | 0,1076 | Baixa-média |
| Pancas | 46 | 0,0986 | Baixa-média | 65 | 0,0558 | Baixa |
| Santa Maria de Jetibá | 47 | 0,0977 | Baixa-média | 26 | 0,1692 | Média |
| Governador Lindenberg | 48 | 0,0975 | Baixa-média | 63 | 0,0605 | Baixa |
| Dores do Rio Preto | 49 | 0,0962 | Baixa-média | 45 | 0,0912 | Baixa-média |
| Águia Branca | 50 | 0,0939 | Baixa-média | 54 | 0,0782 | Baixa-média |
| Iconha | 51 | 0,0911 | Baixa-média | 49 | 0,0868 | Baixa-média |
| Presidente Kennedy | 52 | 0,0896 | Baixa-média | 39 | 0,1179 | Média |
| Marechal Floriano | 53 | 0,0870 | Baixa-média | 51 | 0,0814 | Baixa-média |
| Jerônimo Monteiro | 54 | 0,0824 | Baixa-média | 57 | 0,0741 | Baixa-média |
| Alegre | 55 | 0,0809 | Baixa-média | 48 | 0,0871 | Baixa-média |
| Sooretama | 56 | 0,0783 | Baixa-média | 30 | 0,1583 | Média |
| Muniz Freire | 57 | 0,0770 | Baixa-média | 72 | 0,0345 | Baixa |
| Atilio Vivacqua | 58 | 0,0732 | Baixa-média | 20 | 0,1813 | Média |
| Jaguaré | 59 | 0,0726 | Baixa-média | 40 | 0,1136 | Baixa-média |
| Itaguaçu | 60 | 0,0694 | Baixa | 66 | 0,0491 | Baixa |
| Rio Bananal | 61 | 0,0686 | Baixa | 52 | 0,0798 | Baixa-média |
| Vila Valério | 62 | 0,0679 | Baixa | 61 | 0,0636 | Baixa |
| Itarana | 63 | 0,0666 | Baixa | 60 | 0,0666 | Baixa |
| Montanha | 64 | 0,0657 | Baixa | 68 | 0,0456 | Baixa |
| Rio Novo do Sul | 65 | 0,0629 | Baixa | 58 | 0,0708 | Baixa-média |
| São José do Calçado | 66 | 0,0601 | Baixa | 69 | 0,0427 | Baixa |
| Conceição da Barra | 67 | 0,0600 | Baixa | 64 | 0,0596 | Baixa |
| Mucurici | 68 | 0,0575 | Baixa | 71 | 0,0351 | Baixa |
| Conceição do Castelo | 69 | 0,0545 | Baixa | 73 | 0,0345 | Baixa |
| Mimoso do Sul | 70 | 0,0520 | Baixa | 70 | 0,0426 | Baixa |
| Vila Pavão | 71 | 0,0500 | Baixa | 76 | 0,0266 | Baixa |
| Santa Leopoldina | 72 | 0,0431 | Baixa | 32 | 0,1473 | Média |
| Laranja da Terra | 73 | 0,0421 | Baixa | 75 | 0,0316 | Baixa |
| Água Doce do Norte | 74 | 0,0407 | Baixa | 74 | 0,0320 | Baixa |
| Brejetuba | 75 | 0,0371 | Baixa | 62 | 0,0606 | Baixa |
| Ibitirama | 76 | 0,0320 | Baixa | 55 | 0,0743 | Baixa-média |
| Ponto Belo | 77 | 0,0213 | Baixa | 78 | -0,0003 | Baixa |
| Alto Rio Novo | 78 | -0,0003 | Baixa | 77 | 0,0194 | Baixa |

Fonte e elaboração: Ideies/Sistema Findes

Nota: Grifados em azul os municípios que subiram de faixa de concentração da indústria criativa e, em amarelo, os municípios que caíram de faixa.

Figura 1 – Mapa do IndIIC nos municípios segundo as faixas de concentração, 2015 e 2010



2.2.1 Análise por categoria de concentração em 2015

Alta Concentração

- Em Vitória, a indústria criativa era formada em 2015 por 430 empresas e 4.379 profissionais, com remuneração média mensal de R\$5.560.
- A área do consumo era a que reunia a maior quantidade de empresas e profissionais criativos: 155 empresas e 1.898 profissionais. Entretanto, era a tecnologia que concentrava a maior remuneração média, de R\$ 6.977,2.
- A área da cultura contava com 40 empresas criativas e 367 profissionais que percebiam, em média, R\$ 3.072,5 por mês. Na área de mídias, eram 97 empresas e 840 profissionais.

Tabela 9 – Empresas, profissionais e remuneração média mensal por áreas criativas, alta concentração, 2015

| Áreas Criativas | Empresas | | Profissionais | | Remuneração média mensal |
|----------------------|------------|--------------|---------------|--------------|--------------------------|
| | Qtd | % | Qtd | % | R\$ |
| Consumo | 155 | 36,0 | 1.898 | 43,3 | 5.874,6 |
| Publicidade | 88 | 20,5 | 657 | 15,0 | 4.974,5 |
| Arquitetura | 55 | 12,8 | 797 | 18,2 | 8.397,2 |
| Design | 12 | 2,8 | 340 | 7,8 | 2.916,7 |
| Moda | | | 104 | 2,4 | 1.898,5 |
| Cultura | 40 | 9,3 | 367 | 8,4 | 3.072,5 |
| Expressões Culturais | - | - | 123 | 2,8 | 2.227,8 |
| Patrimônio e Artes | 6 | 1,4 | 107 | 2,4 | 3.974,9 |
| Música | 1 | 0,2 | 101 | 2,3 | 3.541,1 |
| Artes Cênicas | 33 | 7,7 | 36 | 0,8 | 1.962,1 |
| Mídias | 97 | 22,6 | 840 | 19,2 | 3.789,1 |
| Editorial | 24 | 5,6 | 528 | 12,1 | 4.307,4 |
| Audiovisual | 73 | 17,0 | 312 | 7,1 | 2.912,0 |
| Tecnologia | 138 | 32,1 | 1.274 | 29,1 | 6.977,2 |
| P&D | 2 | 0,5 | 418 | 9,5 | 11.065,2 |
| TIC | 134 | 31,2 | 746 | 17,0 | 5.035,3 |
| Biotecnologia | 2 | 0,5 | 110 | 2,5 | 4.612,9 |
| Total | 430 | 100,0 | 4.379 | 100,0 | 5.560,5 |

Fonte: Rais (MTE) 2015

Elaboração: Ideies/Sistema Findes

Média-alta Concentração

- Os 18 municípios abrangidos pela classificação média-alta somavam 657 empresas e 4.612 profissionais criativos, com uma remuneração média de R\$ 3.625,6.
- A área do consumo concentrava 36,7% das empresas criativas e 57,7% dos profissionais criativos.
- A maior remuneração média mensal estava na área da tecnologia: R\$ 4.923,3, principalmente no setor de P&D (R\$ 8.522,0).

Tabela 10 – Empresas, profissionais e remuneração média mensal por áreas criativas, média-alta concentração, 2015

| Áreas Criativas | Empresas | | Profissionais | | Remuneração média mensal |
|----------------------|------------|--------------|---------------|--------------|--------------------------|
| | Qtd | % | Qtd | % | R\$ |
| Consumo | 241 | 36,7 | 2.661 | 57,7 | 3.782,3 |
| Publicidade | 103 | 15,7 | 739 | 16,0 | 4.569,8 |
| Arquitetura | 132 | 20,1 | 791 | 17,2 | 5.679,2 |
| Design | 6 | 0,9 | 563 | 12,2 | 2.080,1 |
| Moda | - | - | 568 | 12,3 | 1.803,3 |
| Cultura | 74 | 11,3 | 454 | 9,8 | 1.887,0 |
| Expressões Culturais | 2 | 0,3 | 234 | 5,1 | 1.625,7 |
| Patrimônio e Artes | 10 | 1,5 | 97 | 2,1 | 3.064,9 |
| Música | 9 | 1,4 | 58 | 1,3 | 1.786,7 |
| Artes Cênicas | 53 | 8,1 | 65 | 1,4 | 1.159,1 |
| Mídias | 208 | 31,7 | 522 | 11,3 | 1.915,0 |
| Editorial | 48 | 7,3 | 197 | 4,3 | 2.247,7 |
| Audiovisual | 160 | 24,4 | 325 | 7,0 | 1.713,3 |
| Tecnologia | 134 | 20,4 | 975 | 21,1 | 4.923,3 |
| P&D | 1 | 0,2 | 245 | 5,3 | 8.522,0 |
| TIC | 131 | 19,9 | 594 | 12,9 | 3.939,9 |
| Biotecnologia | 2 | 0,3 | 136 | 2,9 | 2.735,7 |
| Total | 657 | 100,0 | 4.612 | 100,0 | 3.625,6 |

Fonte: Rais (MTE) 2015

Elaboração: Ideies/Sistema Findes

Média Concentração

- A indústria criativa nos 20 municípios classificados na média concentração era composta por 198 empresas e 930 profissionais criativos.
- O setor de mídias era o que concentrava a maior quantidade de empresas: 69 (34,8%), mas era na área do consumo que se concentrava mais da metade (51,3%) dos profissionais criativos.
- E da mesma forma que nas outras classificações, a área da tecnologia possui a maior remuneração média, de R\$ 4.626,9 por mês por trabalhador.

Tabela 11 – Empresas, profissionais e remuneração média mensal por áreas criativas, média concentração, 2015

| Áreas Criativas | Empresas | | Profissionais | | Remuneração média mensal |
|----------------------|------------|--------------|---------------|--------------|--------------------------|
| | Qtd | % | Qtd | % | R\$ |
| Consumo | 65 | 32,8 | 477 | 51,3 | 2.991,1 |
| Publicidade | 28 | 14,1 | 115 | 12,4 | 3.520,4 |
| Arquitetura | 36 | 18,2 | 140 | 15,1 | 5.010,0 |
| Design | 1 | 0,5 | 119 | 12,8 | 1.596,8 |
| Moda | - | - | 103 | 11,1 | 1.267,1 |
| Cultura | 40 | 20,2 | 121 | 13,0 | 1.332,9 |
| Expressões Culturais | 4 | 2,0 | 52 | 5,6 | 1.395,7 |
| Patrimônio e Artes | 8 | 4,0 | 37 | 4,0 | 1.403,0 |
| Música | - | - | 24 | 2,6 | 1.210,9 |
| Artes Cênicas | 28 | 14,1 | 8 | 0,9 | 966,4 |
| Mídias | 69 | 34,8 | 160 | 17,2 | 1.893,0 |
| Editorial | 16 | 8,1 | 64 | 6,9 | 2.320,8 |
| Audiovisual | 53 | 26,8 | 96 | 10,3 | 1.607,8 |
| Tecnologia | 24 | 12,1 | 172 | 18,5 | 4.626,9 |
| P&D | - | - | 26 | 2,8 | 10.656,3 |
| TIC | 23 | 11,6 | 122 | 13,1 | 3.765,8 |
| Biotecnologia | 1 | 0,5 | 24 | 2,6 | 2.472,1 |
| Total | 198 | 100,0 | 930 | 100,0 | 2.889,0 |

Fonte: Rais (MTE) 2015

Elaboração: Ideies/Sistema Findes

Baixa-média e baixa concentração

- Metade dos municípios capixabas ou integravam a classificação baixa-média concentração ou a baixa concentração. São localidades de menor expressão econômica.
- Na classificação baixa-média estavam 20 municípios que possuíam 35 empresas e 51 profissionais criativos, com uma remuneração média mensal de R\$ 2.501. Já a baixa concentração englobava 19 localidades que reuniam 10 empresas e 70 profissionais criativos.

Tabela 12 – Empresas, profissionais e remuneração média mensal por áreas criativas, baixa-média concentração, 2015

| Áreas Criativas | Empresas | | Profissionais | | Remuneração média mensal |
|----------------------|-----------|--------------|---------------|--------------|--------------------------|
| | Qtd | % | Qtd | % | R\$ |
| Consumo | 12 | 34,3 | 81 | 53,6 | 2.911,9 |
| Publicidade | 3 | 8,6 | 17 | 11,3 | 3.330,5 |
| Arquitetura | 9 | 25,7 | 37 | 24,5 | 3.625,5 |
| Design | - | - | 16 | 10,6 | 1.945,3 |
| Moda | - | - | 11 | 7,3 | 1.270,4 |
| Cultura | 5 | 14,3 | 18 | 11,9 | 1.581,2 |
| Expressões Culturais | - | - | 11 | 7,3 | 1.719,6 |
| Patrimônio e Artes | - | - | 5 | 3,3 | 1.270,9 |
| Música | - | - | 1 | 0,7 | 1.576,0 |
| Artes Cênicas | 5 | 14,3 | 1 | 0,7 | 1.615,2 |
| Mídias | 15 | 42,9 | 19 | 12,6 | 1.306,6 |
| Editorial | 6 | 17,1 | 6 | 4,0 | 1.184,7 |
| Audiovisual | 9 | 25,7 | 13 | 8,6 | 1.362,8 |
| Tecnologia | 3 | 8,6 | 33 | 21,9 | 2.682,0 |
| P&D | - | - | 4 | 2,6 | 2.872,2 |
| TIC | 3 | 8,6 | 11 | 7,3 | 2.720,7 |
| Biotecnologia | - | - | 18 | 11,9 | 2.616,0 |
| Total | 35 | 100,0 | 151 | 100,0 | 2.501,0 |

Fonte: Rais (MTE) 2015

Elaboração: Ideies/Sistema Findes

Tabela 13 – Empresas, profissionais e remuneração média mensal por áreas criativas, baixa concentração, 2015

| Áreas Criativas | Empresas | | Profissionais | | Remuneração média mensal |
|----------------------|-----------|--------------|---------------|--------------|--------------------------|
| | Qtd | % | Qtd | % | R\$ |
| Consumo | 3 | 30,0 | 37 | 52,9 | 2.541,8 |
| Publicidade | - | - | 3 | 4,3 | 1.879,0 |
| Arquitetura | 3 | 30,0 | 24 | 34,3 | 2.994,7 |
| Design | - | - | 8 | 11,4 | 1.821,9 |
| Moda | - | - | 2 | 2,9 | 981,7 |
| Cultura | 4 | 40,0 | 5 | 7,1 | 2.461,1 |
| Expressões Culturais | - | - | - | - | - |
| Patrimônio e Artes | - | - | 3 | 4,3 | 3.432,5 |
| Música | - | - | 1 | 1,4 | 1.182,0 |
| Artes Cênicas | 4 | 40,0 | 1 | 1,4 | 825,8 |
| Mídias | 3 | 30,0 | 10 | 14,3 | 1.354,0 |
| Editorial | - | - | 4 | 5,7 | 1.210,5 |
| Audiovisual | 3 | 30,0 | 6 | 8,6 | 1.449,6 |
| Tecnologia | - | - | 18 | 25,7 | 2.459,6 |
| P&D | - | - | 2 | 2,9 | 6.027,6 |
| TIC | - | - | 8 | 11,4 | 1.602,3 |
| Bioteχνologia | - | - | 8 | 11,4 | 2.425,0 |
| Total | 10 | 100,0 | 70 | 100,0 | 2.345,2 |

Fonte: Rais (MTE) 2015

Elaboração: Ideies/Sistema Findes

3. Propostas para políticas públicas voltadas ao desenvolvimento do setor de design capixaba

Essa parte do documento destaca o significado moderno do design e seu papel como direcionador de inovação, sugerindo propostas para o estabelecimento de políticas públicas capazes de articular ações entre a indústria criativa de design e a indústria tradicional, aumentando a competitividade empresarial.

3.1 O que é design?

Originalmente, design significava "dar forma". Por isso, tem suas raízes nas artes, com o designer agindo como um artista para criar, ao desenvolver algo que ainda não existe. Porém, diferentemente do artista, o designer atua no sentido de atender a uma necessidade ou função específica.

O design pode, assim, ser descrito como um processo criativo e como o resultado. É um processo de planejamento e não apenas um aspecto estético.

O designer produz a melhor solução com base nos objetivos estabelecidos no negócio, com as informações e recursos disponíveis. Ele usa um procedimento metódico para garantir que as soluções sejam bem pensadas e que todos os critérios conhecidos para o sucesso sejam considerados.

Essa combinação única de criatividade e intencionalidade atraiu uma grande atenção nos últimos anos como uma ferramenta para a inovação.

O design, quando utilizado de forma eficaz, é uma importante ferramenta competitiva para as empresas. Ele pode ser usado para determinar uma variedade de características diferentes nos produtos e serviços, como durabilidade e estilo, que podem ser mais importantes do que o preço na geração de demanda. Pode reduzir os custos de produção através da escolha de materiais mais econômicos; é importante para a imagem da empresa e ajuda a criar fidelidade à marca.

3.2 Design como direcionador da inovação

A versão mais recente do Manual de Oslo (OCDE, 2005) - que orienta muitos trabalhos empíricos sobre inovação - define a inovação como "a implementação de um produto novo ou significativamente melhorado (bem ou serviço) ou processo, um novo método de marketing ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas".

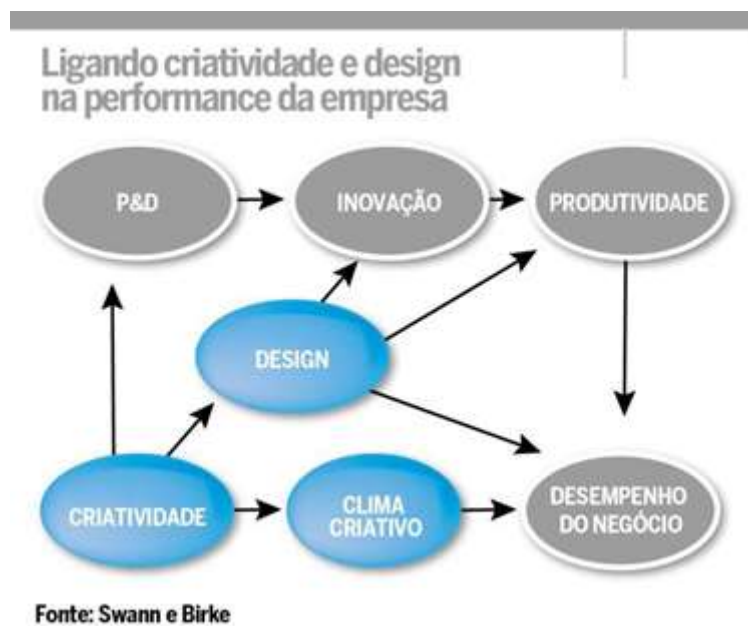
Essa visão mais ampla da inovação implica, também, um papel para a "criatividade" em seu sentido mais amplo, incluindo aquele potencialmente importante para as atividades criativas no processo de inovação, especialmente o design, chave para o aumento da competitividade das empresas.

A União Europeia propõe a seguinte definição:

"O design é uma ferramenta para a realização de inovação. É a atividade de conceber e desenvolver um plano para um novo ou

significativamente melhorado produto, serviço ou sistema que garante a melhor interface com as necessidades do usuário, aspirações e habilidades, permitindo que aspectos da vida econômica, social e sustentabilidade ambiental possam ser levadas em conta. "

O modelo a seguir mostra um possível mapeamento desse relacionamento. A criatividade e o design atuam como o fator de entrada para a inovação, mas podem, também, ter um efeito direto sobre a produtividade e o desempenho dos negócios, por meio do processo de design, de marcas e marketing.



Na medida em que o design melhora a competitividade e promove a inovação em uma empresa, esta passa a depender de como o design é utilizado. Nesse contexto, a “escada de maturidade” dinamarquesa é frequentemente usada para ilustrar o nível de uso do design nas empresas.

A ferramenta de avaliação denominada “Design Management Staircase”, ou Escada da Gestão do Design, classifica o perfil de gestão de design de uma organização em quatro níveis:

- **Etapa 1:** O design é utilizado de maneira esporádica e descontinuada, com pouco conhecimento disponível para lidar com as atividades do setor. As etapas do design tendem a ser imprevisíveis e os resultados, inconsistentes.
- **Etapa 2:** O design não é reconhecido como ferramenta para a inovação de produtos. Em vez disso, é usado como auxiliar de marketing, que

agrega valor por meio do aspecto visual do produto, embalagem ou identidade visual. Há pouca ou nenhuma colaboração entre departamentos e coordenação das atividades de design.

- **Etapa 3:** Um indivíduo ou um departamento tem a responsabilidade formal de fazer a gestão de design. Ele atua como uma interface para designers e outros departamentos, bem como para gestores na empresa. A fim de encurtar os ciclos de desenvolvimento, o design é aplicado de forma proativa e é considerado uma característica permanente do desenvolvimento de novos produtos.
- **Etapa 4:** As empresas deste nível têm o design como referencial e se destacam por investirem em estratégias de diferenciação focadas em design. A alta administração e outros departamentos estão intimamente envolvidos com o design, que faz parte da estratégia de negócios da empresa.



O desenvolvimento dessa nova concepção teve duas consequências: primeiro, o design passou a ser utilizado estrategicamente e, segundo, o design tornou-se uma forma particular de pensar (“*Design Thinking*”), ou seja: atuar na forma como o designer trabalha e pensa como base para a gestão empresarial.

Dessa forma, outras pessoas podem aproveitar as capacidades criativas do design para o propósito de transcender fronteiras e barreiras conhecidas ou desconhecidas, e aumentar, assim, o processo de inovação.

A Comissão das Comunidades Europeias (CCE) analisa a contribuição do design para a inovação e a competitividade:

“No clima econômico atual, onde os recursos para inovação são escassos, o design e outros direcionadores de inovação não tecnológica, como o desenvolvimento organizacional, a marca e o envolvimento dos trabalhadores, tornam-se particularmente relevantes. Eles muitas vezes são menos intensivos em capital e têm períodos mais curtos de retorno do que, por exemplo, a pesquisa tecnológica, mas ainda possuem potencial para impulsionar a competitividade”.

3.3 Políticas públicas voltadas para o design no mundo

É importante destacar que os países que exploram o potencial de inovação orientada para o usuário, ou centradas no usuário, estão desenvolvendo políticas nacionais de design e reconhecem a importância das indústrias criativas.

As políticas públicas de inovação em toda a Europa estão passando por uma mudança de paradigma. Enquanto, anteriormente, eram orientadas para P&D, com foco no desenvolvimento tecnológico, atualmente foram ampliadas para incluir os serviços orientados para o usuário, nos quais o design é peça fundamental.

O uso mais amplo de design na Europa é considerado como um dos fatores-chave para o desenvolvimento de produtos de alto valor, aumentando a produtividade, melhorando a eficiência na utilização dos recursos e na competitividade.

A Coreia do Sul e a China estão reorientando suas estratégias de competitividade industrial para a integração do design com outros setores da economia, de forma a aumentar o valor agregado de seus produtos e conquistar mercados. Em Seul, capital da Coreia do Sul, políticas públicas são pensadas a partir do design, que integra o currículo de escolas do ensino básico.

No Brasil, destaca-se o programa Paraná Inovador pelo Design, uma iniciativa do Centro Brasil Design, financiada com recursos do Fundo Paraná e da Secretaria da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior (SETI), com o objetivo de levar para as empresas paranaenses a cultura do design, estimulando a inovação e permitindo maior competitividade nas indústrias.

Em conclusão, o design passou a significar mais do que dar forma, sendo cada vez mais um elemento estratégico para a inovação, tanto no setor privado quanto no setor público, conforme mostram as políticas públicas de vários países.

3.4 Sugestões de políticas públicas voltadas para a articulação entre o design e a indústria tradicional capixaba

Atualmente, o Governo do Estado do Espírito Santo e alguns municípios capixabas estão implantando programas voltados para o desenvolvimento da economia criativa, da qual a indústria de design (incluindo a moda) faz parte.

Torna-se oportuna, portanto, a proposição de que seja dada particular atenção ao setor de design, estabelecendo-se políticas públicas, com apoio do setor industrial, que coloquem o design como um direcionador para a inovação e o aumento da competitividade do setor industrial tradicional localizado no Estado.

Nesse sentido, propõe-se criar o “**Programa Estadual de Design como Direcionador da Inovação na Indústria Tradicional Capixaba**”, com as seguintes ações voltadas para a articulação entre a indústria criativa de design (ou o setor de design dentro das empresas) e a indústria tradicional:

1. Elaborar uma pesquisa sobre o setor de design no Espírito Santo com o objetivo de mapear como ele se encontra.
2. Aumentar a consciência sobre o design capixaba entre o público em geral, em particular o do setor industrial, a partir de maior cobertura da mídia sobre o design capixaba.
3. Incluir o design de forma explícita em linhas de financiamento do Bandes, Banestes e Fapes para as indústrias tradicionais cujos projetos utilizem o design como direcionador da inovação.
4. Simplificar os processos de financiamento do Bandes, Banestes e Fapes para projetos de design como direcionador da inovação para as indústrias tradicionais e para as indústrias criativas de design.
5. Criar o Selo **Bom Design Capixaba** com o objetivo de estimular o desenvolvimento do design como direcionador da inovação na indústria tradicional.
6. Promover a compreensão dos empresários sobre o design como disciplina e maneira de pensar, o que pode contribuir significativamente para o desenvolvimento da inovação tecnológica e não tecnológica.
7. Estimular programas de colaboração academia-indústria para acelerar a difusão na indústria de soluções através do design centrado no usuário.
8. Articular para a introdução, em todos os níveis da educação formal (Escola Viva, por. ex.), de novos conteúdos voltados para o campo do

design como: conceitos e a importância do design, métodos de design, gestão de design e design estratégico, entre outros.

9. Desenvolver competências para a aplicação de métodos de design como direcionador da inovação tanto na educação dos níveis médio e superior, quanto na qualificação profissional.
10. Estabelecer a obrigatoriedade de estágio na indústria e nas empresas de design como parte dos cursos de design (a ser articulado com a academia e Sistema S do Espírito Santo).
11. Reforçar a capacidade das pequenas e médias empresas (PMEs) industriais tradicionais de usar o design como uma ferramenta estratégica na criação de produtos e serviços com maior valor para o usuário.
12. Pesquisar as necessidades das empresas na utilização da proteção dos direitos de propriedade intelectual em design.
13. Estimular o setor público a utilizar as técnicas do bom design no atendimento à população, servindo, assim, como exemplo para o setor privado e para a sociedade em geral.

4. Conclusão

A segunda edição do Mapeamento da Indústria Criativa no Espírito Santo buscou apresentar a evolução da indústria criativa no Estado nos últimos cinco anos (2010 a 2015) por meio dos dados sobre a quantidade de empresas, de empregos formais e da remuneração média da indústria criativa, e do Índice Ideies de Concentração da Indústria Criativa (IndIIC).

Comparativamente à economia tradicional, a indústria criativa cresceu relativamente mais, nos anos analisados, tanto em número de profissionais quanto de empresas, demonstrando a importância dos setores criativos para o desenvolvimento da economia capixaba.

Entre os 13 setores criativos, a arquitetura se manteve como o mais representativo, concentrando 20,9% da indústria criativa em 2015. Em seguida as TIC responderam por 17,1% e publicidade por 15,9%. Os cinco principais setores criativos, que incluem adicionalmente audiovisual e design e moda, foram os mesmos nos dois anos estudados.

O IndIIC mostrou que alguns municípios mudaram de faixas de concentração da indústria criativa, com destaque para Afonso Cláudio, que integrava a baixa-media concentração e passou para média-alta, e São Gabriel da Palha e Boa Esperança, que estavam classificados na faixa média e passaram para média-alta. A capital do Estado se manteve com o maior índice (alta concentração), concentrando 37,6% das empresas criativas e 45,2% dos profissionais criativos.

É importante ressaltar a interpretação das faixas de concentração. Por exemplo, na alta-concentração, a leitura é: dada a economia criativa existente no Espírito Santo e o seu contexto na perspectiva estadual e municipal, ela estava altamente concentrada naquele município. Essa interpretação foi a mesma para todas as categorias de concentração.

Adicionalmente, o documento discorreu sobre o design como direcionador da inovação, e não apenas como um processo criativo. O design tem aplicações em diversos campos e indústrias, das tradicionais às criativas. Assim, apresentaram-se, também, sugestões de políticas públicas com o objetivo de colocar o design com um direcionar para a inovação e o aumento da competitividade do setor industrial no Espírito Santo.

5. Referência

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. RAIS. Disponível em: <<http://portal.mte.gov.br/portal-mte/rais>>.

CROCCO, Marco Aurélio *et al.* **Metodologia de identificação de arranjos produtivos locais potenciais**. Belo Horizonte: UFMG/Cedeplar, 2003. 28 p. Disponível em: <[http://cedeplar.ufmg.br/pesquisas/td/TD 212.pdf](http://cedeplar.ufmg.br/pesquisas/td/TD_212.pdf)>. Acesso em: 30 jun. 2015

DCMS. Creative Industries Mapping Document. Department for Culture, Media and Sport. 1998

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD). **Creative Economy Report 2008**. Geneva: UNCTAD, 2008. Disponível em: <<http://unctad.org/en/Pages/Publications/Creative-Economy-Report-%28Series%29.aspx>>.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD). **Creative Economy Report 2010**. Geneva: UNCTAD, 2010. Disponível em: <<http://unctad.org/en/Pages/Publications/Creative-Economy-Report-%28Series%29.aspx>>.

Anexo 1 – Relação dos profissionais criativos por setores e áreas criativas

A tabela abaixo apresenta a relação dos profissionais criativos. As profissões sublinhadas foram aquelas incluídas neste mapeamento e as tachadas constavam da primeira versão do mapeamento, tendo sido retiradas da atual.

| Áreas | Setores | Profissões |
|---------|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Consumo | Publicidade | Analista de negócios Analista de pesquisa de mercado Cenógrafo de eventos Diretor de marketing Gerente de comunicação Gerente de marketing Modelo publicitário Publicitário Redator de publicidade Visual merchandiser <u>Diretor de mídia (publicidade)</u> <u>Diretor de arte (publicidade)</u> <u>Diretor de criação</u> |
| | Arquitetura | Arquiteto de edificações Arquiteto de interiores Arquiteto de patrimônio Arquiteto paisagista Arquiteto urbanista Desenhista projetista de const. civil e arquitetura Desenhista técnicos de const. civil e arquitetura Engenheiros civis e afins Urbanista |
| | Moda | Alfaiate Artesão de metais preciosos e semi-preciosos Bordador a mão Cerzidor Desenhista técnico (indústria têxtil) Designer de moda Joalheiros e lapidadores de gemas Modelista de calçados Modelista de roupas Modelo de modas Perfumista Relojoeiro Trabalhadores artesanais da confecção de calçados e artefatos de couros e peles Trabalhadores de tecelagem manual, tricô, crochê, rendas e afins |
| | Design | Decorador de eventos Desenhista projetista da eletrônica Desenhista projetista da mecânica Desenhista técnico (artes gráficas) Desenhista técnico (ilustrações artísticas) Desenhista técnico (ilustrações técnicas) Desenhista técnico (mobiliário) Desenhista técnico de embalagens Desenhistas técnicos da mecânica Desenhistas técnicos em eletricidade Desenhistas técnicos em geral Designer de interiores Designer de produto Designer de vitrines Designer gráfico Projetista de móveis <u>Desenhista industrial gráfico (designer gráfico)</u> <u>Desenhista industrial de produto (designer de produto)</u> <u>Desenhista industrial de produto de moda (designer de moda)</u> |

| Áreas | Setores | Profissões |
|---------|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Cultura | Artes Cênicas | Apresentador de circo Apresentador de eventos Apresentador de festas populares Artista de circo Assistente de coreografia Ator Bailarino (exceto danças populares) Cenógrafo de teatro Cenotécnico (cinema, video, televisão, teatro e espetáculos) Coreógrafo Dançarino popular Dançarino tradicional Diretor teatral Dramaturgo de dança <u>Maquiador de caracterização</u> Ensaaiador de dança Produtor de teatro Professor de dança |
| | Expressões culturais | Artesão Artesão modelador Cenógrafo carnavalesco e festas populares Cesteiro Chefe de bar Chefe de confeitaria Chefe de cozinha Confeccionador de brinquedos de pano Confeccionador de móveis de vime Decorador de cerâmica Decorador de vidro Decorador de vidro a pincel Enólogo Pintor de cerâmica Cesteiro |
| | Patrimônio e Artes | Artista (artes visuais) Conservador-restaurador de bens culturais Diretor de serviços culturais Gerente de serviços culturais Modelo artístico Museólogo Produtor cultural Restaurador de livros |
| | Música | Compositor Dj (disc jockey) Músico arranjador Músico intérprete cantor Músico intérprete instrumentista Músico regente Musicólogo Projetista de sistemas de áudio Projetista de som Tecnólogo em produção fonográfica |

| Áreas | Setores | Profissões |
|--------|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Mídias | Editorial | Diretor de redação Editor Editor de jornal Editor de livro Editor de mídia eletrônica Editor de revista Editor de revista científica Editor de texto e imagem Escritor de ficção Escritor de não ficção Jornalista Poeta Produtor de texto Programador visual gráfico Redator de textos técnicos Repórter (exclusive rádio e televisão) |
| | Audiovisual | Âncora de rádio e televisão Apresentador de programas de rádio Apresentador de programas de televisão Autor-roteirista Cenógrafo de cinema Cenógrafo de tv Comentarista de rádio e televisão Crítico Diretor de arte Diretor de cinema Diretor de fotografia Diretor de programas de rádio Diretor de programas de televisão Editor de tv e vídeo Finalizador de filmes Finalizador de vídeo Fotógrafo profissional Locutor de rádio e televisão Locutor publicitário de rádio e televisão Montador de filmes Narrador em programas de rádio e televisão Produtor cinematográfico Produtor de rádio Produtor de televisão Repórter de rádio e televisão Tecnólogo em produção audiovisual |

| Áreas | Setores | Profissões |
|------------|--------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| Tecnologia | P&D | Arqueólogo |
| | | Engenheiro de controle e automação |
| | | Engenheiro eletricista |
| | | Engenheiro eletricista de manutenção |
| | | Engenheiro eletricista de projetos |
| | | Engenheiro eletrônico |
| | | Engenheiro eletrônico de manutenção |
| | | Engenheiro eletrônico de projetos |
| | | Engenheiro de alimentos e afins |
| | | Engenheiro de minas e afins |
| | | Engenheiro de produção, qualidade, segurança e afins |
| | | Engenheiro mecânicos e afins |
| | | Engenheiro metalurgistas de materiais e afins |
| | | Engenheiro químicos e afins |
| | | Filósofo |
| | | Geólogos e geofísicos |
| | | Gerentes de pesquisa e desenvolvimento e afins |
| | | Pesquisador de clínica médica |
| | | Pesquisador de engenharia civil |
| | | Diretor de pesquisa e desenvolvimento (p&d) |
| | | <u>Pesquisador em metrologia</u> |
| | | <u>Pesquisador em ciências da computação e informática</u> |
| | | <u>Pesquisador em ciências da terra e meio ambiente</u> |
| | | <u>Pesquisador em física</u> |
| | | <u>Pesquisador em matemática</u> |
| | | <u>Pesquisador em química</u> |
| | | <u>Pesquisador de engenharia e tecnologia (outras áreas da engenharia)</u> |
| | | <u>Pesquisador de engenharia elétrica e eletrônica</u> |
| | | <u>Pesquisador de engenharia mecânica</u> |
| | | <u>Pesquisador de engenharia metalúrgica, de minas e de materiais</u> |
| | | <u>Pesquisador de engenharia química</u> |
| | | <u>Pesquisador de medicina básica</u> |
| | | <u>Pesquisador em medicina veterinária</u> |
| | | <u>Pesquisador em saúde coletiva</u> |
| | | <u>Pesquisador em ciências agrônômicas</u> |
| | | <u>Pesquisador em ciências da pesca e aquicultura</u> |
| | | <u>Pesquisador em ciências da zootecnia</u> |
| | | <u>Pesquisador em ciências florestais</u> |
| | | <u>Pesquisador em ciências sociais e humanas</u> |
| | | <u>Pesquisador em economia</u> |
| | | <u>Pesquisador em ciências da educação</u> |
| | | <u>Pesquisador em história</u> |
| | | <u>Pesquisador em psicologia</u> |
| | | <u>florestal)</u> |
| | | <u>Técnico de apoio em pesquisa e desenvolvimento agropecuário florestal</u> |
| | Biotecnologia | Bioengenheiro |
| | | Biólogo |
| | | Biomédico |
| | | Biotecnologista |
| | | Geneticista |
| | | Pesquisador em biologia ambiental |
| | | Pesquisador em biologia animal |
| | | Pesquisador em biologia de microorganismo |
| | | Pesquisador em biologia humana |
| | | Pesquisador em biologia vegetal |
| | Tecnólogo em sistemas biomédicos | |
| | TIC | Engenheiro de aplicativos em computação |
| | | Engenheiro de equipamentos em computação |
| | | Engenheiro de manutenção de telecomunicações |
| | | Engenheiro de redes de comunicação |
| | | Engenheiro de telecomunicações |
| | | Engenheiro projetista de telecomunicações |
| | | Engenheiro de sistemas operacionais em computação |
| | | Gerentes de tecnologia da informação |
| | | Programador de internet |
| | | Programador de máquinas - ferramenta com comando numérico |
| | | Programador de multimídia |
| | Proramador de sistemas de informação | |

Anexo 2 – Relação das empresas criativas por setores e áreas criativas

A tabela abaixo apresenta a relação dos Cnaes classificados como empresas criativas por área e setor.

| Áreas | Setores | CNAE 2.0 Classe | Descrição CNAE 2.0 Classe |
|---------------|----------------------|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Consumo | Publicidade | 73114 | Agências de Publicidade |
| | | 73122 | Agenciamento de Espaços para Publicidade, Exceto em Veículos de Comunicação |
| | | 73190 | Atividades de Publicidade não Especificadas Anteriormente |
| | | 73203 | Pesquisas de Mercado e de Opinião Pública |
| | Arquitetura | 71111 | Serviços de Arquitetura |
| | | 71197 | Atividades Técnicas Relacionadas a Arquitetura e Engenharia |
| | | 81303 | Atividades Paisagísticas |
| Design e Moda | 74102 | Design e Decoração de Interiores | |
| Cultura | Artes Cênicas | 85929 | Ensino de Arte e Cultura |
| | | 90019 | Artes Cênicas, Espetáculos e Atividades Complementares |
| | | 90027 | Criação Artística |
| | | 90035 | Gestão de Espaços para Artes Cênicas, Espetáculos e Outras Atividades Artísticas |
| | Expressões culturais | 23494 | Fabricação de Produtos Cerâmicos Não-Refratários não Especificados Anteriormente |
| | Patrimônio e Artes | 91015 | Atividades de Bibliotecas e Arquivos |
| | | 91023 | Atividades de Museus e de Exploração, Restauração Artística e Conservação de Lugares e Prédios Históricos e Atrações Similares |
| | | 94936 | Atividades de Organizações Associativas Ligadas à Cultura e à Arte |
| | Música | 59201 | Atividades de Gravação de Som e de Edição de Música |

| Áreas | Setores | CNAE 2.0 Classe | Descrição CNAE 2.0 Classe |
|------------|---------------|--------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| Mídias | Editorial | 58115 | Edição de Livros |
| | | 58123 | Edição de Jornais |
| | | 58131 | Edição de Revistas |
| | | 58191 | Edição de Cadastros, Listas e de Outros Produtos Gráficos |
| | | 58212 | Edição Integrada à Impressão de Livros |
| | | 58221 | Edição Integrada à Impressão de Jornais |
| | | 58239 | Edição Integrada à Impressão de Revistas |
| | | 58298 | Edição Integrada à Impressão de Cadastros, Listas e de Outros Produtos Gráficos |
| | Audiovisual | 59111 | Atividades de Produção Cinematográfica, de Vídeos e de Programas de Televisão |
| | | 59120 | Atividades de Pós-Produção Cinematográfica, de Vídeos e de Programas de Televisão |
| | | 59138 | Distribuição Cinematográfica, de Vídeo e de Programas de Televisão |
| | | 59146 | Atividades de Exibição Cinematográfica |
| | | 60101 | Atividades de Rádio |
| | | 60217 | Atividades de Televisão Aberta |
| 60225 | | Programadoras e Atividades Relacionadas à Televisão por Assinatura | |
| 74200 | | Atividades Fotográficas e Similares | |
| Tecnologia | P&D | 72207 | Pesquisa e Desenvolvimento Experimental em Ciências Sociais e Humanas |
| | Biotecnologia | 72100 | Pesquisa e Desenvolvimento Experimental em Ciências Físicas e Naturais |
| | TIC | 62015 | Desenvolvimento de Programas de Computador Sob Encomenda |
| | | 62023 | Desenvolvimento e Licenciamento de Programas de Computador Customizáveis |
| | | 62031 | Desenvolvimento e Licenciamento de Programas de Computador Não-Customizáveis |
| | | 62040 | Consultoria em Tecnologia da Informação |
| | | 62091 | Suporte Técnico, Manutenção e Outros Serviços em Tecnologia da Informação |
| | | 63119 | Tratamento de Dados, Provedores de Serviços de Aplicação e Serviços de Hospedagem na Internet |
| | | 63194 | Portais, Provedores de Conteúdo e Outros Serviços de Informação na Internet |

Anexo 3 - Metodologia do Índice Ideies de Concentração da Indústria Criativa Capixaba (IndLIC)

O ICn, segundo Crocco *et al.* (2003), possibilita identificar alguns fatores que expressam a concentração espacial de determinada atividade, ao combinar indicadores que captam tanto as informações de empregos e empresas quanto do valor adicionado gerado pela atividade econômica em análise.

Para cada dimensão (emprego, empresa e valor adicionado), Crocco *et al.* sugere calcular três indicadores: o Quociente Locacional (QL), o Índice de Concentração de Hirschman-Herfindahl modificado (IHHm) e a Participação Relativa (PR).

Com o objetivo de exemplificar a metodologia adota por Crocco *et al.*, será utilizada a dimensão emprego; entretanto, os mesmos cálculos foram feitos com os dados de empresa e valor agregado.

O QL compara duas estruturas econômicas: a economia em estudo e a economia de referência:

$$QL_{emprego} = \frac{\frac{E_j^i}{E_j}}{\frac{E_j^i}{E_j}}$$

O IHHm capta o real peso do setor estudado em relação à estrutura industrial da região:

$$IHHm_{emprego} = \frac{E_j^i}{E^i} - \frac{E_j}{E_j}$$

A PR evidencia a importância do emprego do setor da região em relação ao emprego total do setor:

$$PR = \frac{E_j^i}{E_j^i}$$

onde: $E_{j=}^i$ = Emprego do setor i na região j, $E_{j=}^i$ = Emprego do Setor i na região J, E_j = Emprego total na região J, E^i = Emprego total do setor i

A combinação linear desses três indicadores fornece os parâmetros necessários para a construção de um único indicador de concentração da dimensão emprego. Assim:

$$ICn_{emprego} = \phi_1 QLn_{ij} + \phi_2 PR_{ij} + \phi_3 IHHn_{ij}$$

Onde: $\phi_1 + \phi_2 + \phi_3 = 1$ são os pesos obtidos através da análise multivariada de cada um dos indicadores do setor analisado.

Em seguida, seguindo o mesmo método, calculou-se o Índice de Concentração Normalizado com os dados de empresa e de valor adicionado ($ICn_{empresa}$ e $ICn_{valor\ adicionado}$).

O cálculo do Índice de Concentração Normalizado Geral (ICn_{geral}) é feito através da média ponderada do $ICn_{emprego}$, $ICn_{empresa}$ e $ICn_{valor\ adicionado}$.

Adaptando-se a metodologia proposta por Crocco *et al.* e tendo em vista não ser possível encontrar o valor adicionado gerado pela indústria criativa com os dados disponíveis, a dimensão de valor adicionado foi substituída pelas informações de massa salarial. Os ICn encontrados foram:

$$ICn_{empresa} = \phi_1 QL_{empresa} + \phi_2 IHHm_{empresa} + \phi_3 PR_{empresa}, \text{ onde } \phi_1 + \phi_2 + \phi_3 = 1$$

$$ICn_{emprego} = \beta_1 QL_{emprego} + \beta_2 IHHm_{emprego} + \beta_3 PR_{emprego}, \text{ onde } \beta_1 + \beta_2 + \beta_3 = 1$$

$$ICn_{massa_sal} = \alpha_1 QL_{massa_sal} + \alpha_2 IHHm_{massa_sal} + \alpha_3 PR_{massa_sal}, \text{ onde } \alpha_1 + \alpha_2 + \alpha_3 = 1$$

$$ICn_{geral} = \mu_1 ICn_{empresa} + \mu_2 ICn_{emprego} + \mu_3 ICn_{massa_sal}, \text{ onde } \mu_1 + \mu_2 + \mu_3 = 1$$

Através do ICn é possível captar a concentração da indústria criativa em um determinado município, levando-se em conta tanto a importância deste setor para a própria localidade quanto para o Estado. A especificidade da indústria criativa em relação ao município e ao Estado é verificada utilizando-se o Quociente Locacional (QL), que é a razão entre as estruturas setoriais destas duas localidades (município e Estado). O Índice de Concentração de Hirschman-Herfindahl modificado (IHHm) compara o peso da indústria criativa no município com o peso da indústria criativa no Estado. E o Índice de Participação Relativa (PR) mostra a importância da economia criativa do município para o Estado.

Para a formulação do **Índice Ideias de Concentração da Indústria Criativa Capixaba Municipal (IndIIC)** foi incorporada uma última dimensão: a diversificação econômica. O coeficiente de diversificação (φ) da indústria criativa é dado pela razão entre a quantidade de setores criativos no município e no Estado, e varia entre 1 (municípios com os 13 setores criativos) e 0,08 (apenas 1 setor criativo).

Assim, o IndIIC é a multiplicação entre o coeficiente de diversificação e o ICn geral do respectivo município:

$$IndIIC_{município} = \varphi ICn_{geral_município}$$