

magazine



O SHOW CONTINUA

72^a FENINJER será
realizada com todos os
protocolos de segurança

Joias Basel Preziose

Nasce uma estrela.



A INOVAÇÃO É NOSSA MAIOR REFERÊNCIA

Uma grande novidade para você cliente, lançamos um novo portal no qual você terá acesso ao catálogo completo da Costantini.

Basta acessar e solicitar orçamento com agilidade e eficiência.

É a Costantini Metais oferecendo inovação e acesso rápido a joias de qualidade e design exclusivo.

CADASTRE-SE
catalogo.costantinimetais.com.br





BASEL

P R E Z I O S E

Coleção Blend

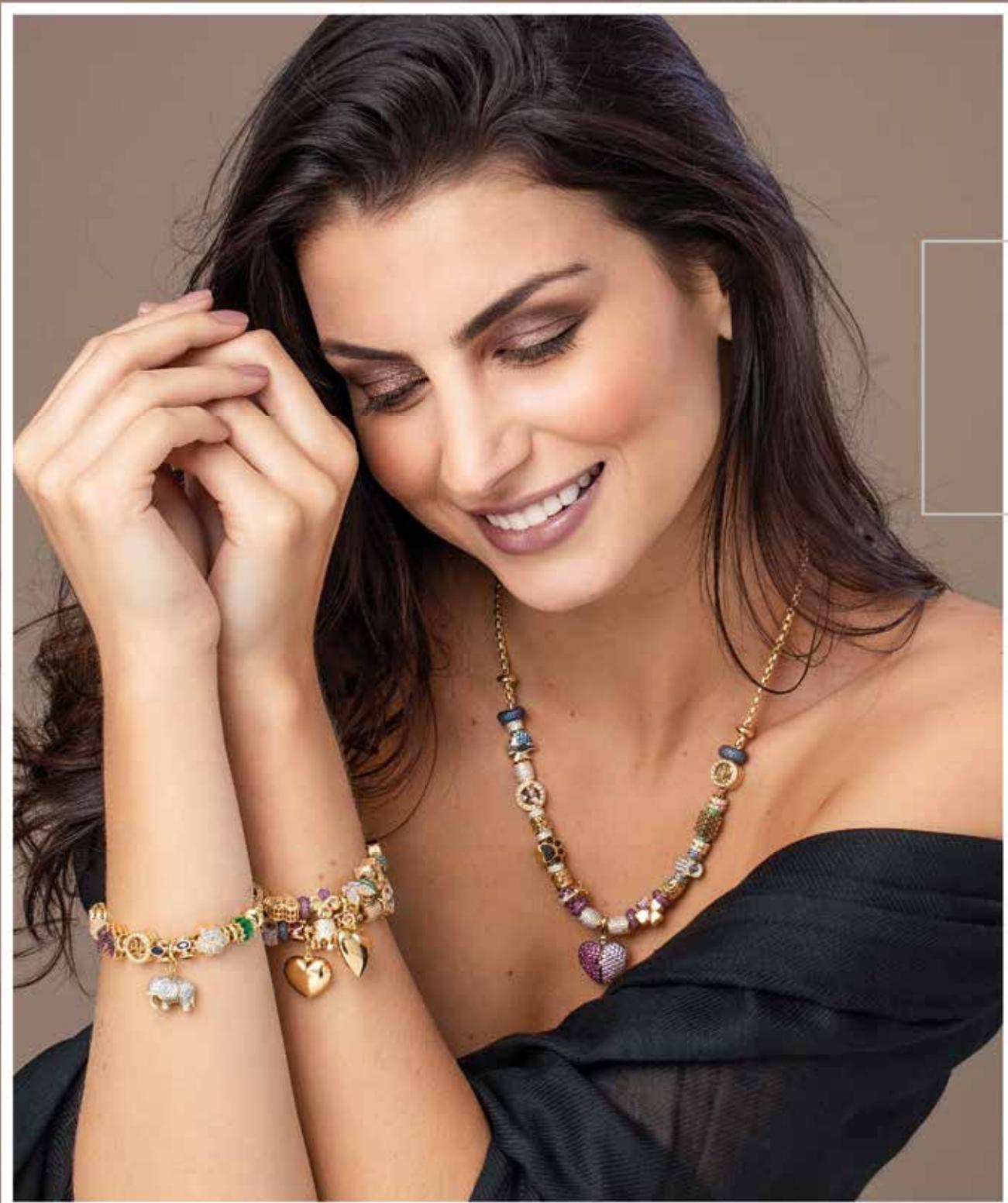
Jóias em ouro branco 18k
com mix de pedras brasileiras.



Siga a Basel
nas Redes Sociais:



A história do SEU CLIENTE



contada através de joias especiais...

S
Senha

AMAGOLD
OURO CERTIFICADO

#VIVAOMOMENTI



DOWNLOAD
CATÁLOGO



www.senhametais.com.br
+55 17 9 9646-7076

[f /senhametais](https://www.facebook.com/senhametais)
[@senhametais](https://www.instagram.com/senhametais)



Salmon
Desde 1977



Salmon
Desde 1977



 PAR
JÓIAS



Caro(a) leitor(a), 2.021, um ano para ser encarado com pragmatismo

É tempo de deixar as fantasias e a torcida de lado e focar em ações assertivas

Sim, até os mais otimistas como eu já sabem que 2.021 também não será um ano para amadores. A boa notícia é que todos nós que sobrevivemos a 2.020 nos tornamos PHD em lidar com as adversidades dessa nova era.

“Seja lá o que tivermos que enfrentar, se permanecermos unidos, sobreviveremos”. A frase é do personagem Maximus, o grande general da Roma antiga interpretado por Russel Crowe, no filme “Gladiador”. Eu assino embaixo. Não vislumbro saídas individuais, mas coletivas tanto para a área física como jurídica.

Não sabemos o que nos espera nesse ano, mas independente do que vier pela frente, unidos - a outros empresários e às nossas equipes - e liderando com firmeza de propósitos pelo bem comum, teremos mais chances de vencer.



O momento exige cautela com os impulsos e, paradoxalmente, coragem para ir além das incertezas. Ou seja, uma boa dose de pragmatismo para nos mantermos firmes no caminho, pois temos muito para fazer nesse ano.

Não há mais como evitar modernizar a nossa forma de gestão. Isso inclui colocar no planejamento a migração para os processos digitais dos setores de vendas, engenharia de produtos, negociações em compras e vendas, além de comunicação e marketing. Tudo materializado de forma prática, sem malabarismos.

A essa altura do jogo, não precisamos reinventar a roda. Basta que tenhamos condições de manter nossos negócios em movimento. Isso já é suficiente para nos dar fôlego e esperança em dias melhores. Eles virão, pode apostar! •

Por Roseli Duque
Presidente do IBGM

64 anos moldando emoções



Foto Almir Pastore

GUILHERME DUQUE 

contato@guilhermeduque.com.br
[@guilhermeduquejoalheiros](https://www.instagram.com/guilhermeduquejoalheiros)
(11) 9 4533-4650



10	CARTA DO EDITOR	44	PERFIL DO EXPOSITOR Conheça as novidades da Basel Preziose para esse clássico atemporal	75	MARKETING Estratégias para alavancar o e-commerce de joias
20	CARTA DO LEITOR	48	TENDÊNCIAS Deixe a natureza fluir!	80	LIDERANÇA Cabe aos líderes pensarem em planos para que as equipes se mantenham motivadas
28	ACONTECERÁ 72ª FENINJER segue protocolos de segurança do Governo	56	TENDÊNCIAS Novidades da joalheria para celebrar os relacionamentos	86	SUSTENTABILIDADE O crescimento da sustentabilidade na produção de joias
34	TENDÊNCIAS A força dos clássicos na era da imprevisibilidade	64	TENDÊNCIAS Tema enriquece as joias unindo diferentes metais, gemas, cores e formas	90	NA MODA As tendências do outono/inverno 2.021
40	TENDÊNCIAS Com visual menos certinho, as pérolas barrocas são as novas queridinhas do fashionismo				



Denoir

Phone 55 11 3888 4455

72* Feninjer



Deri Joalheiros

—f121—



—f108—

- 104 DESTAQUES**
Joalheria mostra fôlego no pós-pandemia e aposta em novidades
- 108 PLANEJAMENTO**
Plano para vender mais em 2.021
- 110 COMUNICAÇÃO**
Automotivação é o combustível para o sucesso
- 118 MAIS VAREJO**
O relacionamento com o cliente no ambiente digital

- 121 GUIA DE COMPRAS**
Acerca na composição do mix da sua loja
- 128 LEIS**
Homeoffice: direitos e deveres
- 132 GEMOLOGIA**
Município de Pedro II no Piauí volta a produzir opalas de qualidade gemológica
- 140 SEGURANÇA**
Saiba como proteger a sua loja online contra golpes

- 144 SÃO PAULO TUDO DE BOM**
O melhor de São Paulo
- 150 ONDE ENCONTRAR**
- 152 FENIJER, EU VOU!**
Giseli Floriano Xavier



Presidente Prudente 18 3355 8085 / 18 99772 1732
São Paulo 11 3885 4485 / 11 94048 7309

FORUM ROMANO
www.forumromano.com.br
 @forumromano



Coleção Tanzanita



Benne Fatto
ALTA GIOIELLERIA BRASILIANA



www.bennefatto.com.br 11-3862.2889 | 3803.8831





Di ROMA

JOIAS EM PRATA O INVESTIMENTO
IDEAL PARA SEU NEGÓCIO.

17 4009 3500 | @DIROMABRASIL | 17 98805 8295

“ Uau, que prazer e privilégio contribuir com uma revista desse nível! Adorei participar da F. Magazine, que me surpreendeu especialmente em relação à qualidade gráfica e editorial. Que luxo Linda do princípio ao fim, adorei. ”

Leila Navarro - Palestrante
São Paulo - SP

“ Sempre é um prazer receber a F. Magazine. Assim como a FENINJER, aguardo ansiosa a revista para conferir as novidades, ver as tendências e descobrir, em primeira-mão, o que os fabricantes estão lançando. Gosto especialmente dos editoriais e das matérias sobre varejo, que sempre contribuem para me manter atualizada, além do bom gosto das fotos e da qualidade excelente da revista. ”

Veruska Pinheiro Borges - Joalheria Bellatrix
Natal - RN



“ Não posso deixar de compartilhar com vocês as inúmeras mensagens que recebi referente ao anúncio da minha marca publicada na última edição. Foi muito interessante conferir o quanto a publicação é influente no nosso setor e atinge realmente os nossos clientes. Parabenizo à toda equipe pela seriedade com a qual conduzem não apenas a parte editorial, como também a própria circulação da revista. ”

Andrea Matos Lopes - AML
São Paulo - SP

“ Não pude visitar a Feninjer presencial, mas a revista F. Magazine me ajudou bastante a conhecer as novidades dos fabricantes de joias. Em tempos de pandemia, a revista se tornou um veículo ainda mais importante para nós varejistas que precisamos nos manter atualizados. Parabenizo à toda equipe pela qualidade editorial e das fotos. `Aguardo ansiosa a próxima` . ”

Alânia Araújo - Alânia Joias
Arapiraca - AL

Escreva para nós!

Queremos saber sua opinião sobre a revista, o que tem achado das reportagens, quais assuntos você tem mais interesse e o que gostaria de ver nas páginas da F. Magazine. Críticas e sugestões são muito bem-vindas. Envie um e-mail para atendimento@prietodigital.com.br



Colecção

20

21

21



SEVEN METAIS

Contato pelo WhatsApp



Fale com nossa equipe.

Siga-nos



Edição 32 - 2021

Março - Junho | Ano 10

Realização

Prieto&Associados

Editor Executivo

Carlos Eduardo Prieto

Editor

Ecio Barbosa de Moraes

Planejamento

Evandro Prieto

Diretora de Redação

Cláudia Santana

Jornalistas

Débora Rodrigues, Renato Rinco

Caroline Sanches e Gabriel Moura

Colaboradores

Ana LeBear, Andréa Faria, Clara Lemos,
Érico Gomes, Jivago Castro, Leila Navarro,
Maurício Favacho e Simone Salgado

Projeto Gráfico

Prieto&Associados

Direção de Arte

Rachel Fornis

Assistente de Arte

Rafael C. Fernandez

Revisão

Jéssica Prieto

Atendimento

Manoela S. Tillmann

Comercial

Prieto&Associados

Financeiro

Murilo Abrão

Imprensa Internacional

Clarissa Maciel

Impressão

Stilgraf

PRIETO
ASSOCIADOS
e d i t o r a

IBGM
INSTITUTO BRASILEIRO
DE GEMAS & METAIS PRECIOSOS



Modelo: *Larissa Gabrielle*

Foto: *Gihad Arabi*

Tratamento: *Equipe Joia e Cia*

Beleza: *Maysa Rodrigues*

Stylist: *Equipe Joia e Cia*

A F. Magazine é uma produção da Prieto&Associados Ltda. em parceria com o Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos, com periodicidade semestral e enviada a um mailing exclusivo. Não é permitida sua venda ou distribuição. Todos os direitos são reservados à Prieto&Associados Ltda. É expressamente proibida a reprodução, parcial ou total, de qualquer conteúdo, e a veiculação em qualquer espécie de mídia sem prévia autorização da editora. As matérias assinadas ou entrevistas não expressam necessariamente as ideias de seus editores. www.prietoassociados.com.br

A F. Magazine utiliza matéria-prima considerada social e ambientalmente responsável. O certificado FSC (Forest Stewardship Council) garante o uso do papel de forma correta em relação ao manejo e certificação florestal no Brasil.





ALVORADA®
JOALHEIROS
DESDE 1960



Designs clássicos, combinações modernas e muita, muita beleza!

Confira as novidades da Deri Joalheiros para a temporada 2021

Enquanto o mundo vira de cabeça para baixo e muitas tendências que pareciam certas naufragam, a Deri Joalheiros firma seus pés num patamar sólido e seguro, a alta joalheria. A empresa conta com a força dos clássicos para atravessar a temporada 2.021 e manter o sucesso que acompanha a sua trajetória há mais de 25 anos.

Para isso, a marca está trazendo peças cujo design apresenta linhas clássicas e pitadas de modernidade. Com essa receita, conseguiu criar uma coleção exuberante, requintada, que atualiza o desejo pelas joias belas e atemporais.



As criações se apoiam na alta qualidade das gemas e da confecção, trazendo um luxo repaginado, sem ostentação, mas que transborda integridade e soberania. Em grande parte das novidades, os diamantes e as esmeraldas definem o tom do ano, enquanto que as rivieras de gemas coradas revelam a alegria de viver que todos nós devemos cultivar internamente, independente dos altos e baixos do mundo exterior.

Vale conferir cada detalhe das joias que fazem parte da nova coleção da empresa. Para isso, não deixe de visitar o stand da Deri Joalheiros na Feninjer e também na plataforma virtual da feira! Telefone: (11) 3237-4000 e WhatsApp (11) 9 8530-0083. •



Deri Joalheiros

www.derijoalheiros.com.br
deri@derijoalheiros.com.br

COLEÇÃO RAINBOW



Atelier 7G

encomendas@atelier7g.com.br www.backerdesign.com.br

Tel.: 55 13 3223-1386 | 19 99713-1386 

 [backerdesignoficial](#)  [backerdesign](#)

BACKER

DESIGN



BRIGHT POINT

72^a FENINJER terá formato híbrido, com a realização simultânea da feira física e online

A feira se enquadra como um evento de baixo risco de contaminação e contará com segurança máxima de acordo com os protocolos governamentais



Fique atento a data da feira no portal FENINJER

Em tempos desafiadores, a FENINJER honra a sua vocação em ser pioneira, superando as barreiras para aglutinar o setor joalheiro e abrir caminho para a realização de negócios. A 72^a edição do evento terá formato híbrido, com a realização simultânea da feira física e online.

Na prática, isso representa maior segurança e comodidade para expositores e visitantes, que poderão usufruir de um ambiente extremamente seguro do ponto de vista sanitário e de baixíssimo índice de contaminação.

Com base na legislação do estado de São Paulo e da capital paulista, a realização da FENINJER é perfeitamente viável, uma vez que respeita os protocolos de segurança sanitária. De acordo com uma Escala de Graduação de Risco de Eventos elaborada pela Prefeitura Municipal de São Paulo, a feira se enquadra como um evento de baixo risco.

Desse modo, o IBGM está se preparando para oferecer um evento dinâmico, capaz de quebrar a inércia do setor e gerar negócios. Para isso, o ambiente físico da FENINJER contará com vários painéis de LED de última geração e de ampla

definição para a transmissão da feira em tempo real aos clientes que não estiverem no pavilhão.

Através desses painéis, também serão transmitidas as palestras da edição, além de imagens e vídeos dos produtos de todos os expositores, informativos sobre os protocolos de segurança e outros avisos. Para não interferir na acústica geral do evento, serão disponibilizados fones de ouvidos, desta forma, quem tiver interesse em acompanhar o que está sendo transmitido no telão terá a opção de ligar o áudio.

Em paralelo, os visitantes que estiverem online também poderão acompanhar as palestras em tempo real. O portfólio de produtos também será exibido na vitrine virtual. Assim, os clientes remotos terão acesso, ao mesmo tempo, aos lançamentos das indústrias para os Dias das Mães e Namorados que serão apresentados no Golden Hall.

Como a cada dia o governo adota novas medidas de contenção da pandemia, é importante que você se mantenha atualizado sobre a data de realização do evento. Para isso, use o QR Code da feira ou acesse o portal feninjer.com.br e fique bem informado.

Protocolo de Segurança para Realização da 72ª FENINJER

De acordo com essa análise, a FENINJER é um evento de baixo risco, nenhuma aglomeração, rigoroso controle de acesso, e voltado exclusivamente a um seletivo grupo de clientes. Ainda assim, cabe ressaltar que o evento adotará todas as medidas e protocolos de natureza sanitária para garantir a segurança, tais como:

- Ampla distribuição de álcool em gel em pontos estratégicos;
- Cadastro prévio de todos os visitantes pela internet;
- Distribuição de máscara para todos os visitantes;
- Demarcação de piso para garantir o distanciamento social;
- Medição de temperatura na entrada do evento;
- Corredores mais largos e estandes mínimos de 12 metros visando o distanciamento social;
- Mesas de atendimento com distanciamento;
- Estandes abertos e arejados;
- Tapete sanitizante na entrada do evento;
- Área social de espera para os clientes que estão aguardando atendimento;
- Distribuição de informativo explicando detalhadamente os protocolos de segurança;
- Seguranças e profissionais contratados distribuídos pela feira de forma a orientar os visitantes e garantir o cumprimento dos protocolos sanitários.



Telões para a Feira Híbrada da 72ª FENINJER

“O ambiente físico da FENINJER contará com vários painéis de LED de última geração e de ampla definição para a transmissão da feira em tempo real aos clientes que não estiverem no pavilhão.”



“ Lembramos ainda que o Hotel Sheraton, assim como todos os hotéis, está com baixa ocupação e circulação de pessoas. Dessa forma, os profissionais envolvidos com a FENINJER terão um amplo espaço e praticamente zero risco de alguma aglomeração. ”

Lembramos ainda que o Hotel Sheraton, assim como todos os hotéis, está com baixa ocupação e circulação de pessoas. Dessa forma, os profissionais envolvidos com a FENINJER terão um amplo espaço e praticamente zero risco de alguma aglomeração. Seguramente a FENINJER tem um fluxo de pessoas muito menor que um shopping center ou um supermercado, por exemplo, que operam normalmente em fases de restrição.

Com base em todos esses cuidados, a segurança do evento está garantida. Nos preocupamos com a sua saúde para que você possa cuidar do seu negócio. Esperamos você nos corredores da feira ou do outro lado da telinha do seu notebook ou celular. Até lá! ●



 **GUINDANI**

51 3227 5512 | www.guindani.com.br

 guindanijoias

“Você precisa de coragem para crescer e tornar-se quem você realmente poderia ser.” (EE Cummings)

2020 foi um ano pra lá de diferente de todos aqueles que vivemos anteriormente, foi um ano de resiliência, aceitação e aprendizado, foi também um ano de solidariedade, amor e oração. Aprendemos tantas coisas com a pandemia do novo coronavírus, mas talvez a principal delas foi descobrir que sozinhos não somos nada, nem ninguém. Ao desacelerar, tivemos a oportunidade de repensar novos métodos e voltar o pensamento à ação e a sobrevivência como um todo: físico, mental, psicológico e COMERCIAL, sim precisamos nos reinventar e tratar nossos negócios de forma mais ampla e objetiva.

E para isso é preciso de CORAGEM! Coragem não é a ausência do medo, é justamente a capacidade de ter medo e mesmo assim agir em busca de tudo aquilo que é proposto para melhoria e continuidade. Todos os anos escolho um tema para pautar minhas metas e direcionar as decisões de minha vida em todos os âmbitos e a coragem está ligada à alta performance das pessoas que se destacam e alcançam novos degraus.

COMO ESTÁ SUA CORAGEM PARA 2021?

Vamos juntos trilhar uma nova história!

Um forte abraço,

Danielle Sebben Marcondes
Presidente do Grupo Solid



indispensável

S



GRUPO
SOLID



clássico



design



coleção
comfort
Outono / Inverno 2021



alto giro





Diante de mudanças profundas, a humanidade volta a sonhar com aquilo que permanece inalterado com o passar do tempo: as joias clássicas

Costantini



Benne Fatto



A força dos clássicos na era da imprevisibilidade

Em um ano de mudanças profundas e cenários imprevisíveis, a humanidade volta a alimentar o desejo pelas coisas permanentes. A ausência de certezas prevalece, mas algo em nós sonha em conservar tudo do jeito que sempre foi.



Catto Metais



Márcia Mór



Paixão Joias



Seven Metais

Como resposta a esse transe coletivo, a joalheria restaura o brilho das joias clássicas. Atemporais e sem vínculos com modismos, elas voltam a ser o porto seguro especialmente em peças de luxo que carregam em seu design um toque de renovação e atualização.



Forum Romano



Goldbacker



Biwa

O design clássico, mesmo quando utilizado em seu formato original, renovado ou combinado com outros estilos, agrada mulheres de diversos estilos. O segredo por trás desse sucesso é a pureza das linhas, o rigor da forma, a precisão das proporções e os detalhes minuciosos que compõem cada joia.





Joias que traduzem seu estilo.

Jewels that reflect your style.



facebook.com/drwjoias
 +55 17 98133-1558



Arte/Foto: Danilo Zanchetta

DRW
JOIAS

17 3225.9563 - 3224.1488 - DRWJOIAS.COM.BR



Verae



Márcia Mór



Benne Fatto



Confira aqui uma seleção de peças dessa temporada que atendem a esse desejo coletivo de permanência e segurança. Sim, ainda sonhamos com um mundo belo. 

Faith Collection



Coleção inspirada em artigos religiosos e amuletos de proteção. Nesta linha apresentamos pingentes litúrgicos confeccionados em 3D com pedras naturais.
Personalize os seus!



✉ escritorio@aebmetais.com

📞 (81) 3081-0381 / (81) 99915-5237

⌚ [@aebmetais](https://www.instagram.com/aebmetais)





Com visual menos certinho, as pérolas barrocas
são as novas queridinhas do fashionismo



Goldbacker



Katz Modernen Juwel

A beleza do imperfeito

As pérolas são as queridinhas de todas as horas. Femininas e cheias de bossa, nessa temporada elas se atualizaram em versões ainda mais antenadas, especialmente a barroca. Com sua personalidade singular, ela se tornou uma gema empoderada, assumindo o protagonismo nas vitrines mais femininas e fashionistas.



Márcia Mór

São chamadas barrocas todas as pérolas que não atingiram 75% de esfericidade, ou seja, não possuem uma forma geométrica definida, consideradas “perfeitas”. As joias com esse tipo de pérola enfatizam o conceito de que o imperfeito, no caso o irregular, é bonito e natural, mensagem que ecoa cada vez mais forte entre as mulheres.



Biwa



Forum Romano



Di Roma



Nas passarelas dos desfiles que ditam a moda primavera/verão 2.021, as pérolas barrocas marcaram presença em brincos, colares e pulseiras, com designs irreverentes e subvertendo os modelos tradicionais, alterando percepções e formas. Elas são a cara do clássico reinventado: a matéria-prima é a mesma, mas são infinitas as possibilidades. São a prova de que a joalheria pode sim transcender qualquer tendência. •



Esmebras
ATACADISTA DE ALTA JOALHERIA

 @ESMEBRAS

 www.esmebras.com

 (21) 97447-7777

Reprodução proibida. Consulte valor da peça mínima. Os produtos exibidos estão sujeitos à disponibilidade do estoque. Compras no cartão de crédito sujeitas à aprovação do crédito.
Créditos: Matheus Souza e Isabela Aguiar



“ As novas rivieras da Basel Preziose estão disponíveis em três cores de ouro: rosé, amarelo e branco. No que se refere às gemas, a marca utilizou nessa nova coleção diamantes branco e champagne, além de esmeraldas. ”

Conheça as novidades da Basel Preziose para esse clássico atemporal

Rivieras do Desejo

Poucas joias são como a riviera, que tem o poder de agradar mulheres de todas as idades e de diferentes estilos, das mais tradicionais até as fashionistas. Isso explica porque o modelo é um dos maiores sucessos da joalheria. Não sai de moda, é atemporal, e nesse ano estará ainda mais em evidência, sendo a principal aposta da Basel Preziose para essa temporada.

A empresa, que já possui uma vasta linha de rivieras, agora está lançando modelos ainda mais charmosos e versáteis. As novidades têm fecho regulável ao pulso, facilitando a venda no varejo, pois não precisam ser ajustadas na medida do cliente final.

As rivieras da Basel Preziose permitem diversas combinações. Podem ser usadas sozinhas, num estilo clean e despojado, ou num mix com pegada fashionista, com vários modelos misturados com relógio e braceletes.

As novas rivieras da Basel Preziose estão disponíveis em três cores de ouro: rosé, amarelo e branco. No que se refere às gemas, a marca utilizou nessa nova coleção diamantes branco e champagne, além de esmeraldas.

Para conhecer as novidades, visite o stand da empresa na Feninjer ou faça contato com algum representante através do telefone (11) 3230-4456. •

BASEL

P R E Z I O S E



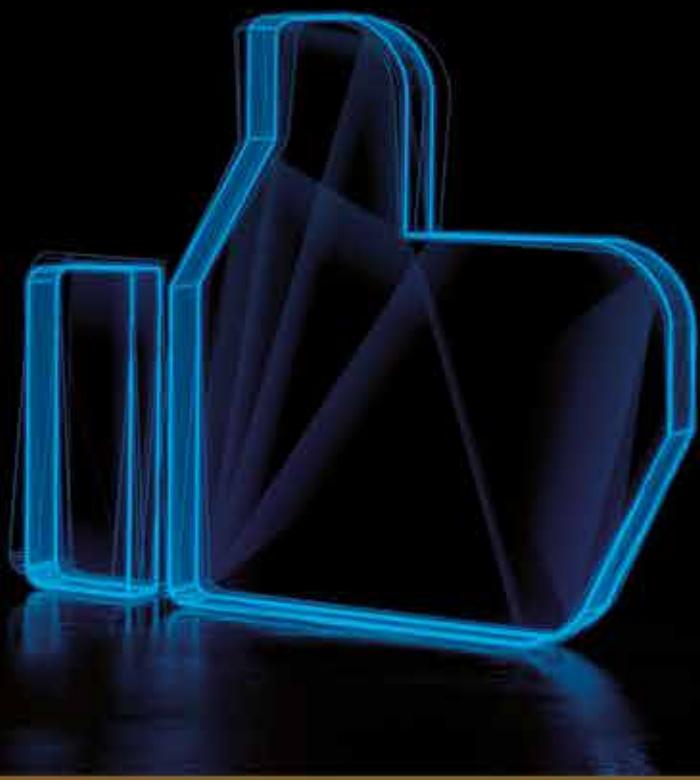
Siga a Basel
nas Redes Sociais:



Seguro Especializado para Joalheria

Lloyd Continental é assim:

TÁ TUDO BEM!



CONTRATOU,
É TRANQUILIDADE.

EM PARCERIA COM:

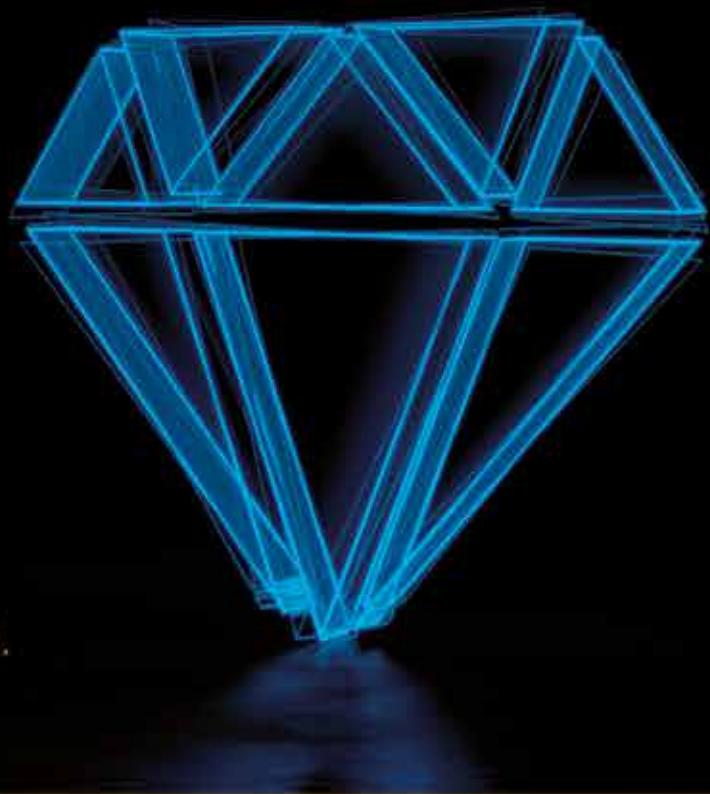


[@lloydcontinental
www.lloydcontinental.com.br](https://www.lloydcontinental.com.br)

 **TOKIO MARINE**
SEGURADORA

TÁ TUDO JOIA!

PRECISOU,
É ESTOQUE COBERTO.



Peça já sua cotação:

📞 (17) 3231 9988 ☎ (17) 99144 9403

Cote também outros seguros: EMPRESA / VIDA / AUTO.

LLOYD CONTINENTAL
CORRETORA DE SEGUROS



Para conquistar o público mais antenado, joias de ouro e prata assumem silhuetas e reinterpretações presentes na natureza



Costantini



Márcia Mór

Deixe a natureza fluir!

A vida não espera. Todo dia ela segue seu fluxo e nos convida a viver de forma serena, leve e natural. O pós-pandemia ressalta ainda mais esse chamado, despertando o desejo de estarmos mais conectados à natureza, inclusive através de mimos de luxo contemporâneo, como as joias que remetem às formas orgânicas presentes na fauna e na flora.



COLEÇÃO DE JOIAS EM PRATA,
DA TURMINHA MAIS AMADA DO BRASIL,
PRODUZIDAS COM MUITO CARINHO
PARA VOCÊ.

Coleção
TURMA DA
mônica
por CADENA®

CADENA

cadenajoias.com.br

cadena@cadenajoias.com.br | (51) 3212 3041

@cadenajoias



Márcia Mór

Costantini



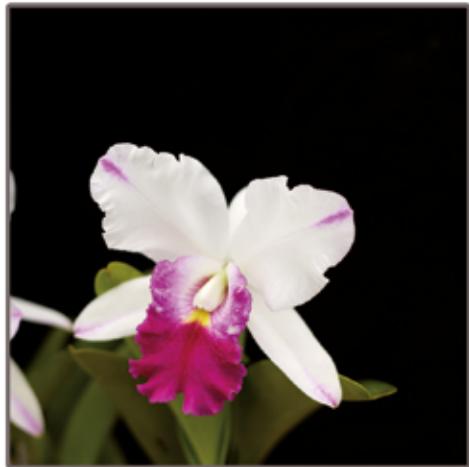
Benne Fatto

Costantini



Pesquisas revelam que essa tendência é ainda mais forte entre as mulheres da geração Y e Z, consumidoras de joias em potencial. Esse público declara que compraria mais peças de ouro e prata se enxergassem nelas traços e conexão com a natureza.

Coleção Rita



CADENA

cadenajoias.com.br

cadena@cadenajoias.com.br | (51) 3212 3041

  @cadenajoias

Costantini



Benne Fatto



Márcia Mór



Katz Modernen Juwel



Costantini



Essas consumidoras desejam que ambos os metais assumam formas fluidas, orgânicas, onduladas, chamativas e diferentes. De olho nesse público, a indústria de joias responde com novidades que carregam contemporaneidade e, claro, silhuetas com reinterpretações muito charmosas da natureza. Confira! •



Coleção
Realizações



CADENA

cadenajoias.com.br

cadena@cadenajoias.com.br | (51) 3212 3041

@cadenajoias



VERAE

A Verae surgiu da visão de criar uma marca que atendesse uma necessidade latente do varejo de joias em prata, tendo um produto adequado, do ponto de vista de design, preço, marketing compartilhado e que pudesse ser comercializado em um ambiente B2B digital que fosse exclusivo, rápido e eficaz. Esta visão se transformou em um objetivo com a junção das ideias de uma **DESIGNER DE JOIAS** e um **PROFISSIONAL DE GESTÃO EMPRESARIAL**.

Esta parceria trouxe um formato de empresa muito inovador para o mercado joalheiro. Desde os primeiros passos, a VERAE tem como objetivo oferecer ao mercado um produto de alta performance, que traga ao lojista o retorno esperado. Acreditamos no digital como forma de expandir esse mercado e tornar a comunicação entre o lojista e a empresa mais eficiente.

Em apenas um ano de vida a Verae já está presente em mais de 100 pontos de vendas por todo o Brasil, provando seu potencial criativo e estratégico. Além dos lançamentos bimestrais, a Verae desenvolve projetos exclusivo para sua marca.

Acesse o nosso site e saiba mais: www.joiasverae.com.br

APONTE A
CÂMERA DO
SEU CELULAR,
PARA ESTE
QR CODE



Jóias em
Prata 925
com Design
Exclusivo



Garantia e
Pedido Digital



Kit de Mídia
completo para
Redes Sociais/
Marketing



Criador
de catálogo
personalizado



55 11 94485-7145

f joiasverae

o verae_joias

o **in** joias verae

www.joiasverae.com.br

VERAE



Novidades da joalheria para celebrar os relacionamentos

Márcia Mór



Costantini



As joias do amor

A joalheria não se cansa de lançar tributos ao sentimento mais nobre que a humanidade pode vivenciar, o amor! Em tempos de pandemia, em que as relações amorosas estão sendo ainda mais valorizadas, as joias atualizam os designs que representam os laços afetivos entre casais, pais e filhos, amigos e até pets. Afinal, toda forma de amor vale a pena!



Di Roma



Biwa



Benne Fatto



Catto Metais



Forum Romano

Nessa temporada, as novidades evidenciam sentimentos profundos, que transbordam em joias carregadas de significados. Designs clássicos como pingentes escrito “Love” ou com as iniciais do casal, ressurgem em peças contemporâneas, repaginadas especialmente para conquistar o público mais jovem.

Paradoxalmente, já na linha de joias para casais, as alianças e anéis de compromisso enaltecem o romance através de linhas clássicas, evocando a atemporalidade que permeia os sentimentos mais profundos.

Entre as tendências que despontam está o vintage, que se revela novo novamente. O estilo atende o desejo dos casais por algo sólido e consistente, que não mude apesar da passagem do tempo. Desse baú de nostalgia e memória, os aparadores de alianças se impõem como necessários para enfatizar o valor, a preciosidade do compromisso. Vale investir neles! •



Costantini



Paixão Joias



Goldbacker



Different



Alianças SEVEN

CES0014-BA - 3 Pedras
DES0014AB - Sem pedra



CES0014-AB - 3 Pedras
DES0014AB - Sem pedra



SEVEN METAIS
Contato pelo WhatsApp

Fale com nossa equipe.



sevenjolias.com.br / +55 17 3214.7710





Com essa combinação irresistível,
a marca propõem joias ainda mais
autênticas e com personalidade

Prata, carving e
conexão com a
natureza transformam
o luxo na visão de
Andrea Matos Lopes

O mundo tem passado por grandes transformações e Andrea Matos Lopes está atenta aos impactos gerados no comportamento dos consumidores. Nessa era pós-covid, além do desejo de estar próxima da natureza, as mulheres estão buscando inovações e trocas inteligentes.

Nesse cenário, a marca AML navega com liberdade e ousadia, trazendo para sua nova coleção a combinação perfeita entre o ouro, a prata e as gemas esculpidas à mão, chamadas de carving, e cravejadas de safiras.

“O ouro estará sempre presente em nossas coleções, mas hoje, além dele, a prata já entrou para a nossa linha e para o universo do luxo. Não há porque ignorar esse fato, especialmente em peças que concentram força nas gemas e tem o metal apenas como suporte”, afirma a CEO Andrea Matos Lopes.

Apoiada nesse conceito, a marca apresenta joias ainda mais elaboradas e irresistíveis, que chamam a atenção pela riqueza de detalhes e acabamento de alta qualidade. As flores, que já fazem parte do DNA da grife, ganham pétalas elaboradas e cravejadas de pedras, assim como as famosas borboletas da marca, que também ganham acabamentos mais sofisticados.

“Essa linha explicita o valor do design e não apenas dos materiais. Isso devolve às joias o status de arte e identidade pessoal. Quem escolhe uma joia desse tipo sabe apreciar formas, harmonia e beleza. Não está preocupado apenas em ostentar um produto bonito, mas sim, que tenha essência, princípios e originalidade”, explica à empresária.

Essas e outras novidades da Andrea Matos Lopes serão apresentadas em primeira mão no Brasil na próxima FENINJER. Não perca a oportunidade de conferir toda a coleção! •




Andrea Matos Lopes
JEWELRY DESIGN

andreamatoslopes.com
✉ andrea@andreamatoslopes.com
ƒ /andreamatoslopes
✉ @andreamatoslopes
⌚ +55 (11) 9 6421-5826

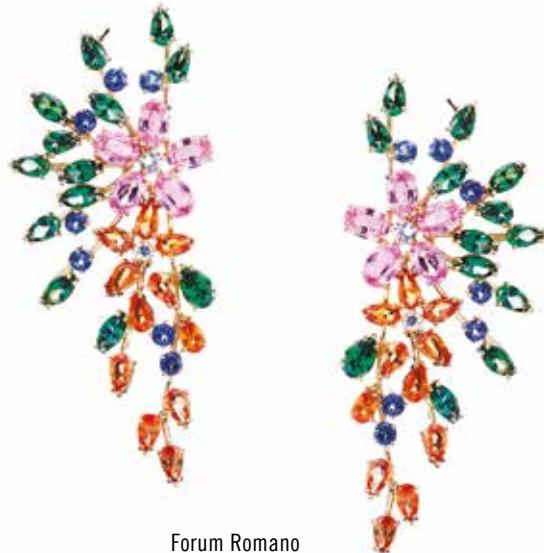


PAR
JOIAS





Tema enriquece as joias unindo diferentes metais, gemas, cores e formas



Forum Romano



Benne Fatto

Diversidade na joalheria

Pluralidade é a palavra-chave na ordem mundial e as joias andam refletindo esse conceito. A joalheria aproveita essa temática para exibir sua riqueza e esplendor em peças que unem metais e gemas diferentes, além de lapidações e cores que não costumam andar juntas. Tudo lindamente representado em designs que privilegiam a harmonia e identidade visual marcante.





Costantini



Benne Fatto



Catto Metais

Dentro dessa atmosfera de diversidade, duas principais tendências se tornam queridinhas das mulheres antenadas e fashionistas. A primeira é o mix de metais, que pode ser usado de formas até irreverentes. A combinação de mais de uma peça de ouro e prata, seja em mix de anéis, brincos ou colares, traz uma proposta moderna e despojada aos looks.



Costantini

A NOVA ORDEM
O mundo que eu habito

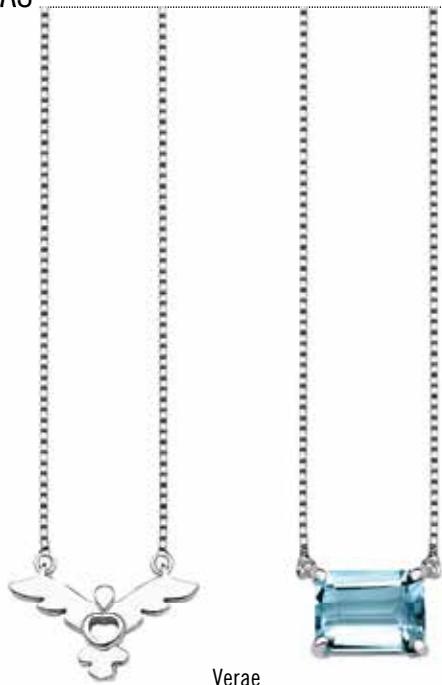


MÁRCIA MÓR JOIAS

www.marciamorjoias.com.br

WhatsApp: 55 21 98179-1919 | Instagram: @marciamorjoias | Email: marciamor@marciamor.com





Verae



Benne Fatto



Goldbacker

Seven Metais



Outra tendência que celebra a diversidade no mundo das joalherias é o mix de gemas. A influência faz a festa de degradaes das mais diversas pedras preciosas, tanto em joias que exploram o jogo de contrastes, como em mimos que evocam a sutileza dos tons e sur tons. E o melhor de tudo: com muito brilho, graça e vivacidade. ●



”

VIVA O MOMENTI

S Senha



DICAS PARA
SUA LOJA

Combinações especiais e dicas
exclusivas para todos os produtos.

faça o download do seu catálogo



Jóias que seduzem e conquistam
clientes para a sua joalheria.



ACIMA DE TUDO, HISTÓRIAS
que são contadas através das nossas joias.



Senha



Senha

AMAGOLD
OURO CERTIFICADO



www.senhametais.com.br
+55 17 3222 3562

f /senhametais
@senhametais



As vendas virtuais estão em alta, saiba adequar seu negócio ao momento

Estratégias para alavancar o e-commerce de joias

Se no passado o varejo de joias rompeu definitivamente com a resistência em vender pela internet, agora em 2.021 é hora de arrumar a casinha virtual usando estratégias mais eficientes para que o e-commerce decole e sustente o sucesso do negócio.

As vendas por e-commerce dispararam durante a pandemia do coronavírus. Dados do Compre&Confie apontam que, em abril de 2.020, o e-commerce no Brasil apresentou alta de 81% em relação ao mesmo período de 2.019. Ou seja: a hora é agora. Dá muito trabalho manter um comércio eletrônico seguro e atualizado, que comporte vendas, estoque, atendimento ao cliente, controle de finanças, mas se trata de um investimento essencial para as lojas garantirem a sua sobrevivência.

Para Laís Calusni, especialista em posicionamento e planejamento de marcas, a base de qualquer estratégia digital deve ser valorizar a diferenciação da sua marca e produtos. Em se tratando de joias, que é um produto durável e de alto valor agregado, a estratégia digital deve ter como base conteúdos detalhados sobre os diferenciais de cada peça, além de um processo de produção e seleção das coleções, pois tudo isso ajuda a comunicar a essência da marca ao consumidor.

Além disso, o ambiente do e-commerce deve ser pensado a fim de refletir o lifestyle que está por trás do posicionamento da joalheria. Para isso, é interessante contextualizar as fotos dos produtos em ambientes que refletem a proposta da marca, dar mais destaque à qualidade e detalhes das peças e ter canais de atendimento simplificados como WhatsApp ou chat do site.

“Ao entrar no seu e-commerce, o cliente deve encontrar um ambiente que esteja alinhado com a comunicação da sua marca e isso se dá em todos os detalhes, da produção das fotos até o estilo de design do site. **”**

Segundo Calusni, um bom e-commerce de joias deve criar uma experiência ao consumidor. “Ao entrar no seu e-commerce, o cliente deve encontrar um ambiente que esteja alinhado com a comunicação da sua marca e isso se dá em todos os detalhes, da produção das fotos até o estilo de design do site.”

Além disso, é preciso levar em consideração alguns pontos práticos na construção da plataforma, que são os pilares para oferecer uma boa experiência de compra ao consumidor, como: clareza de informações (material do produto, medidas, fotos em detalhes), simplicidade de navegação (categorias claras, poucas páginas e facilidade de acesso a qualquer área do site), e tornar o processo de

compra simples do início ao fim (quanto menos páginas entre o produto e o pagamento, maiores são as chances de conclusão da compra).

O Growth Hacking é também uma estratégia importante para o sucesso do e-commerce que está no início, pois ele é uma forma de empreender o crescimento do negócio por meio da construção de boas práticas que são desenvolvidas a partir de hipóteses e experimentos, otimizando processos que já são empregados na empresa. E-commerces que estão começando precisam utilizar variadas estratégias de aceleração de crescimento de público, usando para isso diferentes caminhos. É importante estar atento às métricas, saber o que dá certo ou não para seu negócio, e a partir daí, decidir qual o melhor caminho a seguir.



Canais integrados e foco na experiência do cliente

Além dessas medidas, há outros pontos que devem ser levados em conta para o sucesso do e-commerce, especialmente em 2.021. Gustavo Chapchap, especialista nessa área, ressalta o varejo ao elaborar um planejamento ainda mais criterioso para esse ano. “Preparar o e-commerce para 2.021 exige atenção com a situação do país no período pós-pandemia. A previsão é de crescimento para o comércio eletrônico, mas os negócios serão mais favoráveis para quem conseguir acompanhar as mudanças que estão acontecendo no comportamento do consumidor”.

Segundo o especialista, o gestor deve ficar atento para as seguintes demandas que deverão prevalecer:

Canais integrados

A jornada de compra omnichannel não é novidade, afinal, tem sido tratada como tendência há um bom tempo. Contudo, quando se olha para 2.021, parece ser mandatório atuar de forma cada vez mais integrada. Muitas pessoas fizeram sua estreia nas compras online e aprovaram a sua conveniência. E, da parte dos lojistas, ficou mais do que evidente a vantagem do online para a parte de gestão.

Considerando o cenário instável deste ano, é importante que as operações invistam nesse ambiente mais fluído, deixando que o consumidor escolha o canal de sua preferência. O estudo *Jornada Omnichannel e o futuro do varejo*, da Social Miner e Opinion Box, indica também como a integração é relevante para os consumidores que preferem os sistemas híbridos. Na pesquisa, 52% dos clientes disseram que pretendem comprar online e retirar em lojas físicas.

“O estudo *Jornada Omnichannel e o futuro do varejo*, da Social Miner e Opinion Box, indica também como a integração é relevante para os consumidores que preferem os sistemas híbridos. Na pesquisa, 52% dos clientes disseram que pretendem comprar online e retirar em lojas físicas.”

Foco na experiência do cliente

Consumer experience é outro tema que já vinha sendo bastante discutido no mercado, mas que ganhou mais importância. Como defendem os especialistas, houve uma aceleração na implantação dos processos e trata-se de algo irreversível.

No caso do comércio eletrônico, isso significa redobrar os cuidados com a usabilidade das lojas, mas deve ir além, valorizando a questão do atendimento. É importante pensar tanto na chegada dos novos usuários, como em atender melhor aquele cliente que passou a recorrer mais ao e-commerce.

No dia a dia, é importante esclarecer bem as condições da venda, evitando atritos relacionados aos prazos de entrega, por exemplo. Trabalhar em prol da satisfação do público, dando respostas mais rápidas, pode ser uma iniciativa decisiva neste momento.

Refletindo sobre as ações que podem ser implementadas, uma das saídas é procurar manter a proximidade com os clientes, ampliando o número de interações.

Para isso, vale lembrar que o uso de ferramentas como o WhatsApp pode ajudar bastante, uma vez que ele é usado com frequência. A proposta é que as mensagens sejam personalizadas e possam adotar o mesmo tom informal que o cliente usa no seu dia a dia.

O principal é ter em mente que cuidar da experiência do cliente significa acompanhar o consumidor em toda a sua jornada de compra, da pesquisa ao pós-venda, procurando sempre suprir as suas necessidades. •





Fundada em 2002 na cidade de São Paulo, a Catto Metais sempre prezou pela qualidade de seus produtos e excelência no atendimento aos seus clientes.

A arte de produzir joias está no DNA da Catto Metais, que tem como seu fundador um joalheiro que desde bem cedo aprendeu o ofício de criar joias.

Um dos grandes diferenciais da Catto Metais em toda a sua trajetória foi prezar pelos pequenos detalhes, sempre oferecendo ao seu cliente um atendimento personalizado, com foco em resultado e satisfação.

Para a Catto Metais, uma joia é algo que merece todo cuidado, pelo seu valor emocional e simbólico, por isso capacita a sua equipe para que cada joia produzida seja tratada como uma preciosidade.



APONTE A CÂMERA DE
SEU CELULAR PARA ESTE
QR CODE E CONHEÇA
NOSSOS CANAIS!

@CATTOMETAIS

@CATTOMETAIS

11. 99452 - 2422

WWW.CATTOMETAIS.COM.BR



CATTO

Mantendo o aquecimento

Simone Salgado



Cabe aos líderes pensarem em planos para que as equipes se mantenham motivadas

Quando uma partida de futebol está em curso e acontece uma tempestade, o jogo é suspenso. Os times são retirados de campo, aguardam a chuva diminuir, o campo é drenado e, após todo o processo concluído, os times são convocados a retomar a partida.

Enquanto todo o processo de preparação do ambiente está acontecendo, os times e seus técnicos permanecem juntos, seja na lateral do campo ou nos vestiários. E nestes momentos comissões técnicas, diretorias e as equipes permanecem unidas, mantendo o aquecimento, a motivação, alongando para que a energia não se esmoreça em seus corpos, fazendo análises do jogo e

preparando sua equipe para o recomeço da partida. O jogo pode mudar!

Nem sempre a tempestade vem para nos atrapalhar. Muitas vezes é um momento de reflexão, onde podemos analisar os pontos a melhorar e analisar nosso “jogo”. Este é o momento em que a tempestade está acontecendo! O que fazer então? A analogia com uma partida de futebol é perfeita! A partida está para ser suspensa. Em outros lugares do mundo já está! Nessa hora cabe à diretoria, gerentes, supervisores e líderes cumprirem seu papel de manter o time aquecido, motivado. Muitos serão os motivos para o desânimo, mas o propósito deve ser lembrado e reforçado, e o apoio mútuo é essencial.



PAIXÃO
JOIAS



O Beijo

Ah... Ele faz os batimentos cardíacos aumentarem.
A coleção O BEIJO bate em forma de coração na
sua mais intensa expressão!

Cabe aos líderes pensarem e executarem planos para que as equipes mantenham o aquecimento. Reuniões via teleconferências, compartilhamento de conteúdos motivacionais, linhas abertas para que as equipes possam se manifestar, soluções e direcionamento para ajudarem a todos manterem suas mentes sãs. Se em algum momento as atividades cessarem e os colaboradores tiverem tempo livre, é necessário que sejam motivados a buscar atividades sadias, sejam virtuais ou não, como por exemplo, a boa leitura ou bons filmes.

Alguém que por ventura sempre quis aprender a tocar um instrumento, está na hora. Sempre quis ler um livro de Carlos Drummond ou Cecília Meireles, leia. Improvise um canto em casa para fazer exercícios físicos ou aprenda a meditar. Mas mantenha a energia em alta!

Em 2.008, eu enfrentei essa tempestade, tive que sair de campo, não estava preparada para ficar no banco esperando a crise passar e sucumbi a ela! Perdi minhas empresas, me afastei voluntariamente dos amigos e da sociedade, não consegui gerenciar meus pensamentos e minhas emoções. A depressão



e a síndrome do pânico tomaram conta de mim. Me abandonei deixando aquela tempestade encharcar meu ser, deixei a lama ocupar o espaço da minha capacidade de ver e desenvolver novas habilidades. Me sabotei por falta de orientação, vitimismo e falta de ação, falta de capacidade de voltar para o campo.

Entretanto, tudo passa!

E depois de um mergulho em autoconhecimento, de me capacitar em novas áreas, de muito estudo, ação e fé, eu pude recomeçar. Então, recomecei e pude escrever uma nova história com muito mais equilíbrio, alegria e sucesso duradouro, mesmo diante de novas tempestades.

Convido-os a não sucumbir à tempestade. Preparem-se para voltar para um campo que estará sujo de lama, com a água dificultando as jogadas, uniformes molhados, adversários descansados e com muito desejo de vencer. Mas estejam aquecidos, troquem as chuteiras, preparem-se, porque a tempestade vai passar e a partida será retomada!

Desejo que você recomece e entre em campo para ganhar o jogo! ☺

“E depois de um mergulho em autoconhecimento, de me capacitar em novas áreas, de muito estudo, ação e fé, eu pude recomeçar. Então, recomecei e pude escrever uma nova história com muito mais equilíbrio, alegria e sucesso duradouro. ”



Simone Salgado é escritora, Master coach, palestrante, produtora e idealizadora do Conexão Brasil USA.



Sua vitrine merece
esse expositor!

Passe sua câmera no QR CODE



Dh
nardini
0750



BR043



BR2618



BR2800



BR2174



BR2504



BR2336



BR2890



BR2171



BR2380



BR2601



BR2800



BR2791



BR2798



PI2695



BR1237

PUL2831

Infantil

Piercing



AA

PI2579



PIR2575



PIR2694



PIR310

PI2646



BR2787



PI1868



BR2772



PI2745

AN2832



BR2736



BR2771

NT464AT



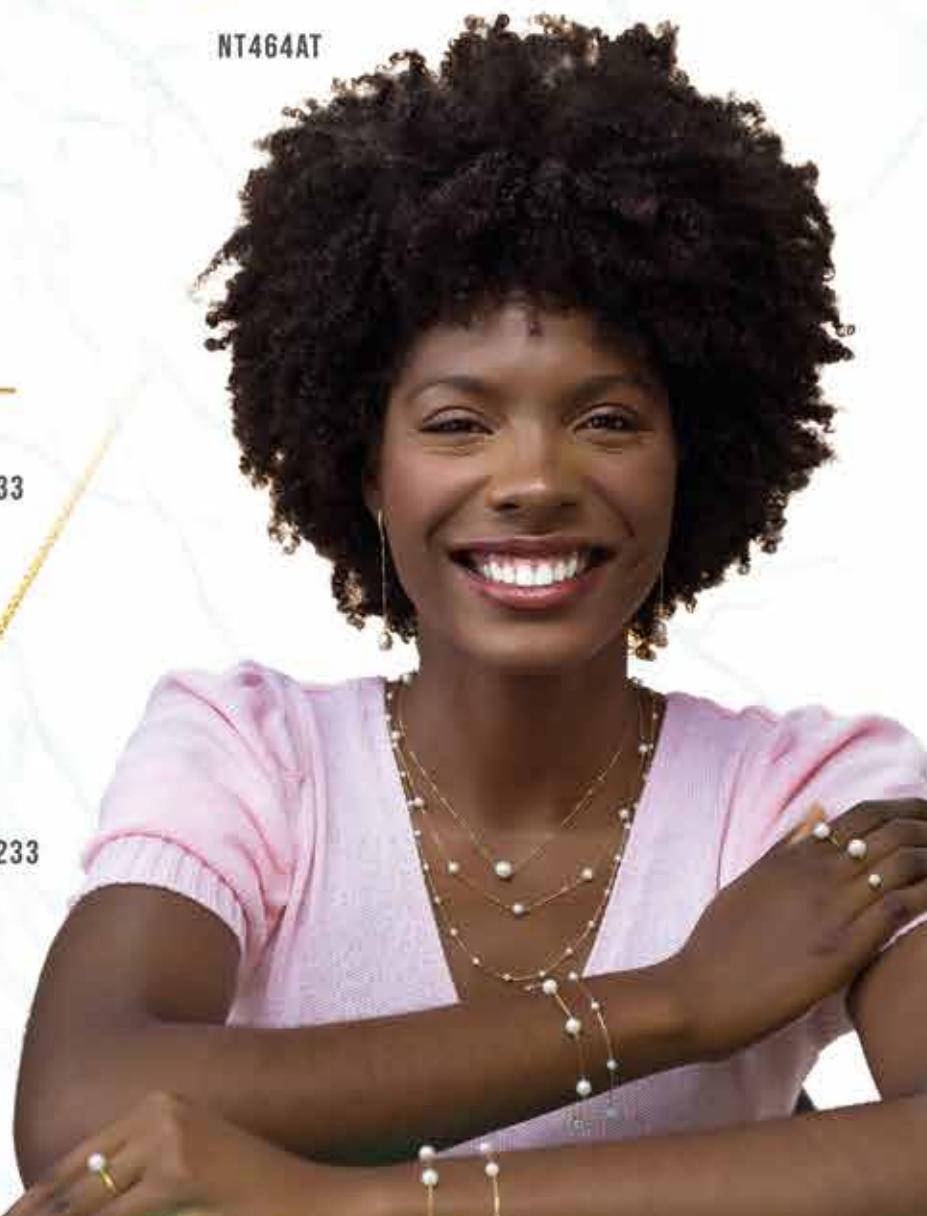
BR2787



GAR1233

Adulto

Dinardini
0750





O crescimento da sustentabilidade na produção de joias

De acordo com a escritora Paola Rhoden, “Onde existe preservação da natureza, existe futuro”. Se antes essa frase poderia ser associada apenas às preocupações de ativistas ambientais, agora ilustra também uma das preocupações do setor joalheiro mundial. Grandes marcas como Tiffany, Cartier, De Beers já se mexeram nesse sentido depois que se viram convocadas a adotar um caminho mais ético e sustentável. Agora é a vez do varejo se aproximar dessa realidade.

Diante da necessidade de adaptar o seu negócio aos novos tempos, o setor corre em busca de tecnologias para entender os anseios e exigências dos consumidores mais jovens. Várias pesquisas têm indicado que, principalmente, a geração Millennium, está alinhada ao propósito das causas que envolvem questões éticas e de preservação da natureza.

Até pouco tempo, essa conexão natural estava atrelada apenas a uma identificação de estilo de vida de alguns

nichos de mercado, mas agora a questão está ganhando consciência. Não há quem seja capaz de discordar que, muito em breve, poderá se tornar uma questão de sobrevivência para as empresas do ramo. Não há mais dúvida de que a nova era traz responsabilidade para as pessoas jurídicas e exige dimensões éticas de tudo o que envolve suas produções.

Para que os produtos sejam tidos como “sustentáveis”, critérios específicos precisam ser atendidos e não é diferente quando se trata de joias. A princípio, para que as peças possam ser rotuladas como tal elas devem seguir diversos critérios, como ser confeccionadas com matérias-primas adquiridas através de práticas responsáveis ou metais reciclados, terem uma produção “limpa” durante toda a cadeia, com compensações de carbono, além de condições éticas de trabalho para parceiros fornecedores. Ou seja, traz desafios que vão além da própria empresa, pois envolvem fornecedores, suas equipes e o mercado como um todo. Ninguém mais estará sozinho nessa jornada.



Novas atitudes

Nessa mudança de mentalidade, algumas marcas despontam e se tornam referência no mercado. Uma delas é a Olsen K, marca de joias que adota o upcycling para aproveitar todos os recursos, evitando o desperdício sem perder a sofisticação e a autenticidade. A marca usa sobras de lapidários para criar suas peças, mas os conceitos de upcycling vão da matéria-prima à embalagem, passando por projetos sociais.

A proposta da joalheria é ressignificar a ideia de valor de uma joia e honrando a natureza e contribuindo para uma sociedade mais equilibrada. Para a fundadora da empresa, o valor da joia não está no quanto ela custa, e sim na história que ela conta.

Karina Olsen, joalheira que está à frente da empresa, revela que para ela o real valor da joia está na troca energética. “O produto só vai conseguir honrar com a missão das joias e das pedras, que é a troca energética, se tiver respeito na trajetória de produção. Os metais têm a característica de poderem ser constantemente transformados, assim, quanto mais pudermos preservar e viver em harmonia com a natureza, mais nós ganhamos em troca”, afirma.

Outra marca jovem que está ligada às questões sustentáveis é a do joalheiro Fernando Jorge. Radicada em Londres, a empresa fabrica suas joias no Brasil e tem enfrentado o questionamento de clientes preocupado com a procedência e a ética na produção do ouro e das gemas.

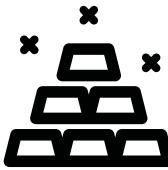
Hoje a joalheria trabalha com ouro certificado e pedras preciosas rastreáveis em todas as suas produções. Fernando Jorge, responsável pela empresa, acredita que é importante apresentar ao seu consumidor final a procedência sustentável e ética das matérias primas de suas joias. “A indústria precisa se preparar para o futuro, porque ele é inevitável”, diz Fernando, referindo-se às novas expectativas do consumidor frente ao mercado de joias.

“É crescente a preocupação com a sustentabilidade, principalmente entre os consumidores mais jovens. Eles têm cobrado ética e transparência em tudo, o que torna necessário refletirmos sobre a importância das certificações de origem dos materiais que utilizamos em nossas joias”.

Fique de olho

Tendências sustentáveis que já podem ser implementadas em sua joalheria.

Diversas iniciativas e formas de produção em consonância com a preocupação ambiental e social estão sendo colocadas em prática na busca da produção joalheira eco friendly em todo o mundo. Algumas tendências que já despontam e estão sacudindo velhos dogmas de toda cadeia joalheira, tais como:



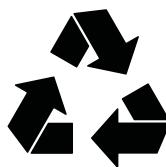
Ouro ético - Àquele que provém da extração responsável ambiental e socialmente. As certificações “FairTrade” e “FairMined” são atribuídas à mineração do ouro que cumpre com as normas éticas, sociais e ambientais estabelecidas, normalmente são cedidas às minas artesanais. A Chopard, por exemplo, utiliza desde 2.018 cem por cento de ouro ético em suas joias e relógios.



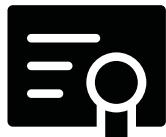
Metais reciclados - Metais preciosos reciclados para a produção de joias promete ser uma tendência no futuro. A Pandora entrou de cabeça nessa onda e tem planos de parar a utilização de ouro e prata recém extraídos e utilizar cem por cento de metais reciclados a partir de 2.025.



Pedras sintéticas - As gemas artificiais são criadas em laboratório e não possuem ligação com a natureza e seus processos. As mais comuns são zircônias e cristais espelhados. Até mesmo a De Beers, gigante dos diamantes, já transita nessa linha com diamantes feitos artificialmente.



Upcycling - O conceito de upcycling é a criação de joias a partir de materiais reaproveitados, como metais reciclados e a utilização de lascas de gemas que sobram da lapidação para a criação de uma nova peça.



Certificados que asseguram a procedência - Órgãos internacionais são especializados em garantir a procedência ética no garimpo de metais e pedras preciosas, como a **London Bullion Market Association (LBMA)** do Reino Unido que assegura que os metais preciosos não são provenientes de trabalho escravo, uso de mercúrio na extração de garimpo e lavagem de dinheiro. Outro órgão é o **RJC Chain of Custody do Responsible Jewellery Council**, que desde 2.012 verifica a proveniência de metais preciosos em relação à direitos humanos e trabalhistas e impacto ambiental. ●

“ As gemas artificiais são criadas em laboratório e não possuem ligação com a natureza e seus processos. As mais comuns são zircônias e cristais espelhados. ”

Personalize sua Coleção!

Na Art'G, além do seu próprio design contemporâneo, você também pode criar sua coleção, pois nossa fabricação é artesanal.

Art'G
Jóalheria Contemporânea
Desde 1984
Joias em ouro ou prata



A cartela de cores sugerida pelo IBGM equilibra novidade e familiaridade

As tendências do outono/inverno 2.021

O ano novo chegou e com ele as expectativas quanto às tendências do mercado e cores que estão em consonância com o momento. Pensando nisso, o Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos (IBGM) criou uma cartela com as principais cores da estação outono/inverno.

A cartela equilibra elementos de novidade e familiaridade, pois neste momento de incertezas no mercado a escolha das cores teve como objetivo trazer a sensação de calma, conforto e otimismo. As tonalidades e as direções criativas foram definidas a partir das emoções.

Devido às incertezas do momento que vivemos, os consumidores estão mais cautelosos nas suas compras e o conforto é um sentimento que precisa ser evocado

por meio das cores, além da alegria e acolhimento. Assim, a escolha das cores foi pensada buscando transmitir a sensação de durabilidade, versatilidade e bem-estar.

Para Márcia Croce, diretora da DGNG e responsável pela curadoria da cartela de cores sugerida pelo IBGM, além das tonalidades em alta das gemas na estação, a cartela de cores “dá um direcionamento de marketing, como na apresentação de uma vitrine, como a gente explora as cores na expressão do cenário”.

Embora os tons sejam vibrantes, são fáceis de serem utilizados nas joias, especialmente em combinações de cores contrastantes. “Não se trata de uma cartela de grandes invenções. Entendemos que as empresas precisam ter uma elasticidade maior para trabalhar os estoques e as aplicações de cores”, explica.



Confira aqui as tonalidades da temporada

As cores foram divididas em eixos centrais: natureza aprimorada e prazer cotidiano, e as principais cores são:

Rosa

Pink Lift

Electric Magenta

Orchid Flower

O rosa escolhido se aproxima do magenta, com toque azulado, intenso, ideal para ser usado no online e offline. As sensações que o rosa desperta, ideais para o momento, são de vigor e positividade.

Amarelo

Lemon Sherbet

Golden Cob

Butter

O amarelo traz consigo a sensação de calor e boas energias, mas será usado em tons mais claros, próximo ao amanteigado, que evoca o sentimento de prazer simples e cotidiano.

Azul

Digital Teal

Blue Beat

Athletic Blue

O azul se mantém em sua tonalidade mais conhecida, além de ser versátil e acolhedor, evoca a sensação de calma e segurança.

Verde

Uma das cores mais influentes da estação devido à sua proximidade com a natureza. Procurado pelo público que busca uma vida mais saudável e sustentável. •

“ Não se trata de uma cartela de grandes invenções. Entendemos que as empresas precisam ter uma elasticidade maior para trabalhar os estoques e as aplicações de cores. ”

Color
2JP8283



Biwa

www.biwa.com.br



Choker
2JP8295

Pulseira
2JP8310

Anel
2JP8309

Choker
2JP7845

Colar
2JP8298



Biwa

www.biwa.com.br



Colar
2JP8301

Pulseira
2JP7122

Choker
2JP829

Pulseira
2JP8294

Brinco
JOP4155



EBW

www.ewb.com.br

Color
2JP8264

Biwa Showroom

Telefone + 55 (11) 3062-3974

WhatsApp + 55 11 994335511

vendas@biwa.com.br

Biwa na Barão

Rua Barão de Paranápiacaba, 40

1º andar - Lj. 11/12

Telefone + 55 11 3107-1518

WhatsApp + 55 11 998162432

biwabarao@biwa.com.br

facebook.com/biwa.brasil

www.biwabrasil.com.br

www.biwa.com.br

Choker
2JP8303

Colar
2JP7420

Biwa

www.biwa.com.br

Choker
2JR8299

Brinco
JOP4155



Por uma vida mais leve, alegre e colorida

Biwa lança novidades que atendem aos principais desejos das mulheres nessa temporada

As tendências em joias surgem como resposta ao que as pessoas sentem e vivenciam. Com mais de 20 anos de mercado, a Biwa sabe como capturar os desejos que estão no inconsciente coletivo da moda e responder à eles com joias irresistíveis, que não ficam paradas no ponto de venda.

A temporada 2.021 será mais leve, alegre e colorida na visão antenada e fashionista da empresa. A empresa baixou a temperatura das cores e traz uma paleta mais suave, delicada e feminina. A proposta é levar para o dia a dia joias que transmitam beleza, calma e serenidade, contrapontos necessários para encarar esse ano.

Se o mundo lá fora não caminha como gostaríamos, ao menos internamente e nas joias podemos escolher o tom que queremos imprimir ao nosso cotidiano. Para essa tarefa, foram convocados desde colares com fios multicoloridos com gemas coradas em degradê até peças com lapidações especiais, como os sempre desejados briolês.

Entre as novidades, além das gemas coradas, as pérolas garantem seu espaço através de joias com pegada mais moderna e charmosa. Em algumas pulseiras, o destaque fica por conta das pérolas irregulares, que revelam uma proposta de autenticidade para o público que busca se diferenciar com joias de personalidade.

De acordo com Tania Zhang, diretora da empresa, a nova coleção pode ser customizada com detalhes em ouro 18K. “Procuramos contemplar tanto o varejista que busca renovar seu estoque com peças mais acessíveis, como aqueles que desejam incrementar o mix com produtos de maior valor agregado”.

Para conferir o lançamento, não deixe de visitar o stand da Biwa na Feninjer e na versão digital da feira. •



GRUPO
ILUMINI
JOIAS



A Turmalina Rosa tem uma variação de cor que vai do rosa pálido ao vermelho profundo, já a cristalização das gemas pode variar de transparência perfeita a cristais ásperos e opacos. Embora a turmalina possa ser encontrada em todos os continentes, as gemas com boa cristalização ainda são consideradas

raras e podem ser bastante valiosas.

Sua vasta popularidade teve início em 1876, quando o mineralogista e joalheiro George Kunz vendeu uma Green Tourmaline do Maine para a famosa Tiffany and Co., em Nova York, e o desejo pela gema se espalhou.



Peças em ouro 18k -
Turmalina Rosa e Brilhantes



GRUPO
ILUMINI
JOIAS



Joalheria mostra fôlego no pós-pandemia e apostava em novidades

Confira o movimento das marcas nessa temporada

Metais reciclados

A **Pandora**, maior joalheria do mundo, tem planos de abandonar o uso de metais preciosos recém extraídos e utilizar apenas reciclados, como o ouro e a prata, a partir de 2.025. A medida faz parte do projeto da marca de melhorar suas credenciais climáticas e atrair mais investidores preocupados com a causa ambiental. A qualidade das joias produzidas continuará a mesma, afirma o diretor-executivo da empresa, Alexander Lacik.



Vaso Panthere (Foto: Eugénie Baschet © Cartier)

Luxo para casa

A **Cartier** lançou recentemente quatro coleções de objetos e acessórios para casa. As coleções são compostas por itens de decoração, papelaria, jogos e itens infantis. Os símbolos da maison estampam os acessórios, como a pantera e o duplo 'C'. Entre os artigos que chegaram ao Brasil no último mês, estão bandejas e porta-lápis de porcelana, porta-joias, cadernos de couro, cartões e envelopes.

Crescimento e lucro

A marca de luxo brasileira **Vivara** entrou para o ranque das 100 empresas que mais geraram lucro em 2.019, o Global Powers of Luxury Goods 2019, da Deloitte. Para entrar no ranking é necessário ter faturamento anual de, no mínimo, 238 milhões de dólares. A joalheria ficou em 89º lugar e em primeiro lugar está a LVMH, francesa, que detém as grifes Louis Vuitton, Fendi, Christian Dior e Givenchy.



Foto: Olivia Bee para Van Cleef & Arpels

Branco total

Van Cleef & Arpels lançou uma nova coleção de joias, a "Frivole", e apostou na cor branca para os últimos lançamentos do ano, inspirados na neve. Com pétalas de ouro branco e amarelo polidos, além de diamantes, a coleção evoca o sonho de inverno. A linha conta com pulseiras, anéis, brincos, colares, cliques e relógios secretos, que brincam com a luz e os reflexos das paisagens nevadas.

O tema do arco-íris que está em alta nas joias também toma conta dos relógios. A **Bulgari**, que desde 1.950 se rebela contra a supremacia dos diamantes, apostou nas cores investindo em cores vibrantes e muito luxo. O modelo apresenta uma estética marcante, com combinações incomuns de gemas coradas. O Serpenti Rainbow ostenta 1,67 quilates de tsavoritas, 1,38 quilates de safiras amarelas à laranjas, uma granada tangerina de 0,23 quilates, 6,56 quilates de safiras rosa, azuis e roxas e um quilate de espinélios e rubis vermelhos. A pulseira e o mostrador brilham com mais 9 quilates de diamantes. Mais requintado impossível! •



Foto: Divulgação Bulgari

GUIFELL

GUIFELL

GUIFELL

A Guifell produz peças de alta qualidade,
ricas em detalhes, para realizar
os mais variados desejos.

GUIFELL

GUIFELL

GUIFELL

GUIFELL

GUIFELL

GUIFELL

GUIF

GUIFELL

GUIFELL

📞 (17) 3216-8500

📞 (17) 99670-9918

📞 (17) 99659-2560

📞 (17) 99776-9758

📞 (17) 99794-6640

📞 (17) 99775-5515

GUIFELL

GUIFELL

AMAGOLD
OURO CERTIFICADO

GUIFELL

✉ guifell.pedidos@hotmail.com

✉ @Industria.guilfell



Plano para vender mais em 2.021

Ana LeBear

Planejar um ano completo inclui diversas etapas, da grade semanal aos lançamentos estratégicos

O ano passado a sua empresa ganhou ou perdeu? A verdade é que é muito difícil saber se o ano foi bom ou ruim sem colocar tudo na ponta do lápis.

Com certeza 2.020 foi um ano desafiador e atípico para muitas empresas, mas isso não significa que tenha sido, necessariamente, um ano ruim. Foi um ano de mudanças, um ano de desafio, ano de inovar, de se reinventar, de nascer de novo e criar o novo, portanto um ano em que o balanço deve ser feito de uma maneira um pouco diferente.

Para que você crie um planejamento consciente para esse ano, o ideal é analisar o período passado. Reflita sobre tudo aquilo que você gerou de resultados financeiros, e também analise seus ganhos e conquistas na vida pessoal, assim como o impacto que você criou na vida dos seus clientes em potencial.

Neste momento de balanço financeiro, é importante lembrar, que não tem certo ou errado, é possível ter tido um ano onde as vendas caíram mas o lucro aumentou, e também é possível ter um ano mais desafiador e ressurgir no ano seguinte com um bom planejamento.

Para planejar o próximo ano você vai usar como base os dados de 2.019 e 2.020, sua projeção de vendas deve considerar estes dois últimos anos, principalmente se 2.020 tiver sido atípico para você.

O primeiro fator a determinar é o seu total de vendas para este próximo ano. Este total pode ser o dobro ou até o triplo do valor total em vendas do seu ano de 2.020, desde que você crie um planejamento adequado para atingir essa meta.



Num plano anual adequado você deve incluir o seu total de vendas e distribuí-lo nos quatro trimestres do próximo ano de acordo com o seu fluxo de venda anual habitual (exemplo: se você costuma vender mais no último trimestre, projete a maior parte da sua venda do ano de 2.021 para acontecer neste período do ano).

Após projetar seu total de vendas e totais parciais trimestrais é hora de cuidar do seu planejamento de vida pessoal. Para atingir suas metas ousadas de vendas, será fundamental ter um plano para recarregar as energias e recuperar as forças durante o ano.

Um planejamento que prevê apenas vendas, e deixa de fora um planejamento de rotina equilibrada, é um planejamento que não se realiza. Para criar um planejamento que se torna realidade com facilidade, é fundamental prever maneiras de recuperar suas energias.

No meu método de planejamento completo, o Time to Shine (disponível este ano exclusivamente para os membros da Comunidade Empreender com Afeto) eu ensino meus alunos a se programarem para fazer três comemorações estratégicas em todos os trimestres. Essas comemorações são escolhidas e determinadas por cada empreendedor no começo do trimestre e devem ser realizadas independente do cumprimento das metas financeiras. Cumprir as comemorações estabelecidas, sejam elas pequenas ou grandes, é a melhor maneira de garantir que você estará bem o suficiente para continuar produzindo e vendendo o ano inteiro.

Planejar um ano completo inclui diversas etapas, é importante planejar também a sua grade semanal, os seus objetivos pessoais, lançamentos estratégicos eventos e seu calendário de marketing. Mas as peças fundamentais são sem dúvida o objetivo total de vendas e as comemorações pessoais. Para o ano ser rentável é necessário acima de tudo que ele seja um ano de trabalho equilibrado. •



Ana LeBear é empreendedora especializada na gestão e crescimento de negócios online. Seu método autoral Empreender com Afeto®



Motivação em vendas

Leila Navarro

Automotivação é o combustível para o sucesso

Os vendedores tops, ou melhor, os consultores de vendas de elite têm consciência de que não se deve “fechar” uma venda e sim “abrir” portas para um relacionamento quando se quer construir um negócio duradouro e de sucesso. Nesse contexto, automotivação é o combustível para o sucesso. Um profissional desmotivado tem dificuldade para vislumbrar uma relação duradoura quando o foco é sua urgência imediata. Baseada no comentário entusiasmado da minha amiga, observei 10 atitudes que todo profissional de vendas deve adotar para tornar-se um consultor de excelência.



1. Assuma a originalidade do seu próprio eu

Ridículo é fazer o que todos fazem. No mundo dos negócios, a originalidade nos relacionamentos, no direcionamento de um negócio e na apresentação de um produto é o que atrai um cliente. Conscientizar-se que sua forma de agir é única e você pode tirar proveito disso.

2. Faça do bom humor um imã da superação de metas

Um semblante sorridente e feliz atrai pessoas, cria vínculos e impulsiona a decisão favorável do cliente. O profissional de vendas alegre e de bem com a vida contagia o ambiente e realiza bons negócios.

3. Livre-se de hábitos inúteis

Elimine os clichês de vendas e comporte-se como um bom anfitrião que recebe alguém importante que merece total atenção e exclusividade, mesmo que tenha mais dez outras pessoas aguardando o seu contato.

4. Assuma a postura de realizador de sonhos

Encare a sua atividade profissional como uma ocupação muito além da troca de um produto por um valor em reais. Você é um realizador de sonhos e um sonho realizado é muito mais valioso que qualquer quantia.



GUINDANI

51 3227 5512 | www.guindani.com.br

 guindanijoias



5. Atenda da forma que deseja ser atendido

Em qualquer nível de relacionamento, para ser bom para os dois lados, você deve oferecer o que gostaria de receber do outro. Com esta atitude você permanecerá conectado às necessidades do seu cliente, mesmo que elas sejam diferentes da sua.

6. Faça do desafio sua energia

O não já faz parte da regra. A exceção é embarcar em busca do SIM como uma estimulante aventura. Coloque-se como um desbravador de territórios e a superação de metas será “apenas” consequência.

7. Pense no que você pensa sobre si mesmo

O que pode sabotar suas vendas é o conceito que você faz de si mesmo. Se pensa que vai realizar bons negócios, assim será. O contrário também é verdadeiro.

8. Concentre a atenção no êxito das suas ações

Cada venda deve ser celebrada como uma conquista especial. À medida em que você tiver êxito no envolvimento e relacionamento com seus clientes, a confiança vai fortalecendo sua atuação.

9. Vislumbre os obstáculos como oportunidades de crescimento

A flexibilidade necessária para contornar os obstáculos que você encontra em cada venda está diretamente relacionada à permissão que você se dá para se desenvolver e aperfeiçoar suas competências profissionais.

10. Amplie constantemente a sua competência intelectual

O profissional antenado vai além dos limites do seu próprio campo de atuação e se mantém preparado para criar canais de aproximação com o cliente de todos os níveis. Ele investe no seu autodesenvolvimento e cria diferenciais competitivos. Providencie o que é necessário para criar sua própria realidade. •



Leila Navarro é palestrante motivacional com mais de 18 anos no mercado, mantém consolidada a sua carreira no Brasil e no exterior. Segundo a Revista Veja, integra o ranking dos 20 mais notáveis palestrantes brasileiros. www.leilanavarro.com.br

A INOVAÇÃO É NOSSA MAIOR REFERÊNCIA

Uma grande novidade para você cliente, lançamos um novo portal no qual você terá acesso ao catálogo completo da Costantini. Basta acessar e solicitar orçamento com agilidade e eficiência.

É a Costantini Metais oferecendo inovação e acesso rápido a joias de qualidade e design exclusivo.

— CADASTRE-SE —

catalogo.costantinimetais.com.br





Ícaro
J O I A S



 **AMAGOLD**

icaro@icarojoias.com.br | www.icarojoias.com.br

 [icarojoias](#) |  [icarojoias](#) |  [icarojoias](#)



Ícaro



- | | |
|---|---|
| 
Representatividade
com órgãos públicos
ou privados | 
Defesa dos
interesses dos
associados |
| 
Promoção do
mercado de
metais preciosos | 
Treinamento
e materiais
de apoio |



Conheça o trabalho da ABRAMP para conscientizar e desenvolver ações para uma mineração responsável

Por uma mineração legal, sustentável e viável

O uso consciente dos recursos naturais e as implicações para o bem estar coletivo estão em evidência no mundo todo. Os principais países desenvolvidos estão comprometidos com soluções para problemas socioambientais. Nesse contexto, a atividade mineradora vem sendo cobrada mundialmente pela sociedade para adotar práticas sustentáveis. Grandes players da cadeia produtiva já estão se movimentando nessa direção, comprovando que essa é uma das maiores mudanças do setor nas últimas décadas.

Diante desse novo cenário global, surge a urgente necessidade da cadeia de metais preciosos rever suas práticas. A ABRAMP – Associação Brasileira dos Metais Preciosos – entidade sem fins lucrativos, foi criada em 2.017 para ajudar o setor a encontrar soluções para responder a essa nova realidade.

A entidade acredita que, com responsabilidade, a mineração de ouro e suas atividades associadas podem ter um efeito transformador no desenvolvimento socioeconômico

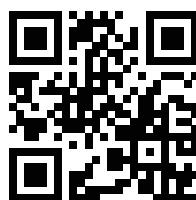
brasileiro. Quando produzido em conformidade com padrões sociais, ambientais e de segurança, o ouro, assim como outros metais preciosos, oferece oportunidades de emprego, infraestrutura aprimorada e receita tributária.

“O trabalho da ABRAMP é justamente conciliar e garantir os interesses comuns de instituições, profissionais autônomos, garimpeiros e investidores ligados ao mercado de metais preciosos, sem causar danos ao meio ambiente e as comunidades. É um grande desafio, por isso atuamos em dois pilares: com ações de conscientização para toda a cadeia e em projetos de desenvolvimento humano e sustentável”, explica Bruno Beranger, presidente da organização.

A entidade apoia políticas para reduzir os impactos ambientais, melhorar a proteção da saúde humana e a qualidade de vida dos garimpeiros, e garantir ao consumidor que ele tenha a opção de adquirir joias confeccionadas com metais de origem legal e sustentável.



Recuperação de área após mineração na Alemanha



bit.ly/2p0CjOR
 [/associacaoabramp](https://www.facebook.com/associacaoabramp)
 [@abramp.oficial](https://www.instagram.com/abramp.oficial)
 (55 61) 9 9643-2174
 (55 61) 3554-2336

Impacto ambiental e legalização

Pesquisas apontam que especialmente os consumidores mais jovens estão perguntando à indústria de joias como estão fabricando suas joias, de onde vêm os materiais, quem vive na região onde foram extraídos e o quanto o processo afetou o meio ambiente. Nesse sentido, tanto a indústria de joias como o varejo precisam dar respostas, assim como as mineradoras, precisam estar preparadas para responder a esse público.

A ABRAMP atua junto aos poderes Executivo e Legislativo com propostas e ações que buscam o desenvolvimento de boas condições de trabalho para os garimpeiros, gerando emprego e renda, além de uma extração mais limpa. A entidade promove cursos e palestras junto às principais áreas de garimpo do Brasil capacitando os profissionais para a exploração sustentável.

Junto aos fabricantes e varejistas de joias, a entidade também promove encontros e esclarecimentos sobre a importância de se trabalhar somente com ouro de origem certificada. Segundo as últimas estimativas, o Brasil possui reservas com mais de duas mil toneladas de ouro. Com planejamento, essa riqueza mineral poderá ser explorada respeitando a vida humana e a natureza.

“Temos estudos que revelam que se protegemos as nascentes, promovermos ações limpas no garimpo e garantirmos o reflorestamento, é possível reduzir os danos ao meio ambiente. É nesse sentido que temos que mobilizar as empresas que se beneficiam da mineração para que elas possam gerar no consumidor final a confiança necessária para comprarem joias de procedência ética”, afirma Bruno.

Para a ABRAMP, as joalherias do varejo devem ter uma atuação ativa, cobrando das indústrias certificados que atestem a legalidade e procedência dos materiais. “Somente com toda a cadeia produtiva consciente e unida em torno desses objetivos, faremos as mudanças necessárias para que o ouro volte a brilhar com intensidade em nossa sociedade”, afirma o presidente. •



Realizar um bom atendimento ao cliente no ambiente digital é essencial neste momento

O relacionamento com o cliente no ambiente digital

Com o distanciamento social provocado pela pandemia do coronavírus, a aceleração digital avançou a passos largos, obrigando empresas e consumidores a se adaptarem aos novos tempos. No caso das joalherias, muitas fecharam seus espaços físicos momentânea ou definitivamente, e passaram concentrar suas forças no mundo online.

O atendimento ao cliente também teve de se adaptar ao ambiente digital, em diferentes canais de comunicação, como chats, FAQ's, formulários de contato, e-mail, etc. Sem espaço para o olho no olho e um cafecinho, o desafio é manter um bom relacionamento com o cliente no ambiente digital. Para Laura Viana, especialista em atendimento ao cliente, é preciso ter paciência durante o processo de transição do atendimento presencial para o digital.

Segundo a profissional, as empresas precisam investir em materiais educativos, como vídeos, tutoriais, cartilhas, a fim de ajudar os clientes nessa fase de adaptação. “Temos que pensar que nem todo consumidor está familiarizado com o mundo da internet. Em se tratando de joias, que é um objeto que pessoalmente seduz bastante, é necessário ter muita clareza no atendimento, procurar entender exatamente o que o cliente deseja, qual é a sua dúvida e tornar todo o processo o mais simples, direto e ágil possível”.

Estar em contato com os clientes através de plataformas populares, como o WhatsApp, é de grande ajuda, uma vez que a variedade etária e de contato com tecnologias entre os clientes é muito diversa, assim, facilitar o contato por meio de uma ferramenta conhecida facilita o atendimento.



Taysa Bocardi, especialista de Marketing, pontua que “conhecer o cliente e saber comunicar-se de forma efetiva, rápida e resolver as questões levantadas por ele é o cerne do bom atendimento”. Ela ressalta que é sim possível tornar o atendimento digital tão satisfatório quanto o presencial, investindo em uma boa experiência.

Para isso, oferecer um bom tempo de resposta às demandas do cliente é importante na busca por um bom atendimento digital. Tomar a iniciativa do contato, como o uso do e-mail marketing, por exemplo, é uma estratégia que garante bons resultados no atendimento, pois assim é possível acompanhar a jornada do consumidor e surpreendê-lo positivamente.

Solicitar o feedback do atendimento é mais uma estratégia essencial, pois faz com que o consumidor sinta-se valorizado e ouvido, além de mostrar à empresa onde e como ela pode melhorar o atendimento.

A prática da empatia durante o atendimento é um dos pontos principais quando se busca o relacionamento digital bem sucedido entre empresa e consumidor.

“O atendimento humanizado, a partir do exercício da comunicação não violenta, da prática da empatia, de se colocar no lugar do outro, elevam o atendimento digital tornando-o cômodo, prático e satisfatório. É preciso dosar o TMA (Tempo Médio de Atendimento) com as necessidades de cada cliente”, completa Laura.

Dentre as dificuldades da transição do atendimento físico para o digital, encontra-se o receio dos clientes que estão acostumados a serem atendidos presencialmente. Os profissionais de atendimento precisam passar confiança ao consumidor, mostrando que estão disponíveis para o suporte pós-venda ou para resolver eventuais problemas, de maneira rápida, simples e satisfatória.



Confira as boas práticas para atendimento online

O atendimento online eficiente vai além de bons ambientes e interfaces práticas. O serviço prestado precisa ser gerido e executado com eficiência. Isso garante a satisfação completa e a fidelização do cliente. Confira aqui as medidas recomendadas pelo SEBRAE.



1. Rapidez nas respostas

As filas no universo online se formam como em uma loja física, normalmente quando há muitas demandas, então é preciso organização. Se houver muitos atendimentos, divida com a equipe e busque solucionar tudo rapidamente, sem fazer o cliente esperar.

“ O atendimento só acaba quando o cliente chega ao seu objetivo. Se precisar deixá-lo em espera para checar informações, seja breve e mantenha contato quando demorar um pouco para dar respostas. ”

2. Atendimento proativo

A proatividade é fundamental no atendimento e deve ser praticada em qualquer momento, no pré ou pós-compra. A postura de empenho em ajudar é muito bem avaliada pelo consumidor atual, por isso é importante atender o consumidor de maneira completa, para que ele se sinta valorizado, compreendido e respeitado.

3. Evite textos longos e em caixa alta

Se você precisa passar um conteúdo maior ou mais específico, uma boa opção é usar FAQ's, blogs e vídeos. O tom da linguagem deve ser sempre amigável e compreensivo, por isso evite textos em caps lock no chat, pois eles dão a impressão de que o atendente está gritando. Recursos como o negrito, por exemplo, cumprem o papel de transmitir informação clara no ambiente virtual.

4. Conclua o atendimento no chat

O atendimento só acaba quando o cliente chega ao seu objetivo. Se precisar deixá-lo em espera para checar informações, seja breve e mantenha contato quando demorar um pouco para dar respostas. Dessa forma, a pessoa se sente segura e tem a certeza de que o atendimento ainda está acontecendo.

5. Atenda com proximidade

A sensação de respostas prontas e robóticas é muito negativa para o engajamento do cliente com a empresa. É preciso humanizar esse momento, com mais compreensão e envolvimento de quem atende. A avaliação é positiva quando o cliente sente que há atenção especial ao seu questionamento. ☀



Par Joias

Gargantilha e anel de ouro
amrealo 18K da Coleção “Renda”

Seleção de peças especiais
para turbinar as suas vendas

Planeje agora o dia das mães e namorados

Você já sabe que o consumidor final está muito mais sensibilizado no que se refere aos laços afetivos. Nesse sentido, as joias voltaram a ser uma das opções mais valorizadas para presente, especialmente em datas comemorativas como aniversários, bodas, casamentos e momentos memoráveis como o dia das mães e dos namorados.

Para não perder oportunidades de vendas, planeje desde já o seu estoque. Invista em novidades da temporada de

forma a atualizar a sua vitrine e tornar a sua joalheria ainda mais atrativa.

Aqui você encontra uma seleção de joias que além de qualidade e beleza, têm condições especiais de venda. Há desde peças clássicas e essenciais até opções mais exclusivas. Confira e aproveite essas boas oportunidades de negócios! ☺

Par Joias

Relicário São Bento
de ouro amarelo 18K



Basel Preziose

Par de brinco e
gargantilha de ouro
amarelo 18K com
topázios coloridos



Goldbacker

Colar e pulseira de
ouro amarelo 18K
da Coleção "Rastros"





Deri Joalheiros

Colares de ouro branco 18K,
esmeraldas e diamantes



Costantini

Anéis de ouro amarelo
18K e madrepérola



Biwa

Pulseira de hematita dourada,
lápis lázuli, jade vermelha,
turquesa, coral, verde, azul e
amarela e pérola



Backer Design – Bright Point

Colar de ouro branco 18K e
diamantes da Coleção “Riviera”



Backer Design – Bright Point

Pingente maleável de ouro branco 18K
e diamantes da Coleção “Riviera”



Grupo Ilumini Joias

Anel de ouro branco 18K,
esmeraldas colombianas
e diamantes





DRW Joias

Gargantilha e anel de ouro amarelo 18K, safira rosa, ametista, ametista lavanda, citrino, topázio london, topázio swiss, topázio verde e citrino madeira



Senha

Pulseira de ouro amarelo 18K com berloques colecionáveis da Coleção "Momenti"



Benne Fatto

Anéis colecionáveis de ouro amarelo 18K, hyceram e diamantes



Alvorada Joalheiros

Colar de ouro amarelo 18K,
ametistas, citrinos, topázios,
iolitas e rodolitas



Denoir

Anéis de ouro amarelo
18K e diamante



Art'G

Anel multidiscos de ouro
amarelo 18K e prata 950



GRUPO
ILUMINI
JOIAS



Peças em ouro 18k -
Tanzanita e Brilhantes

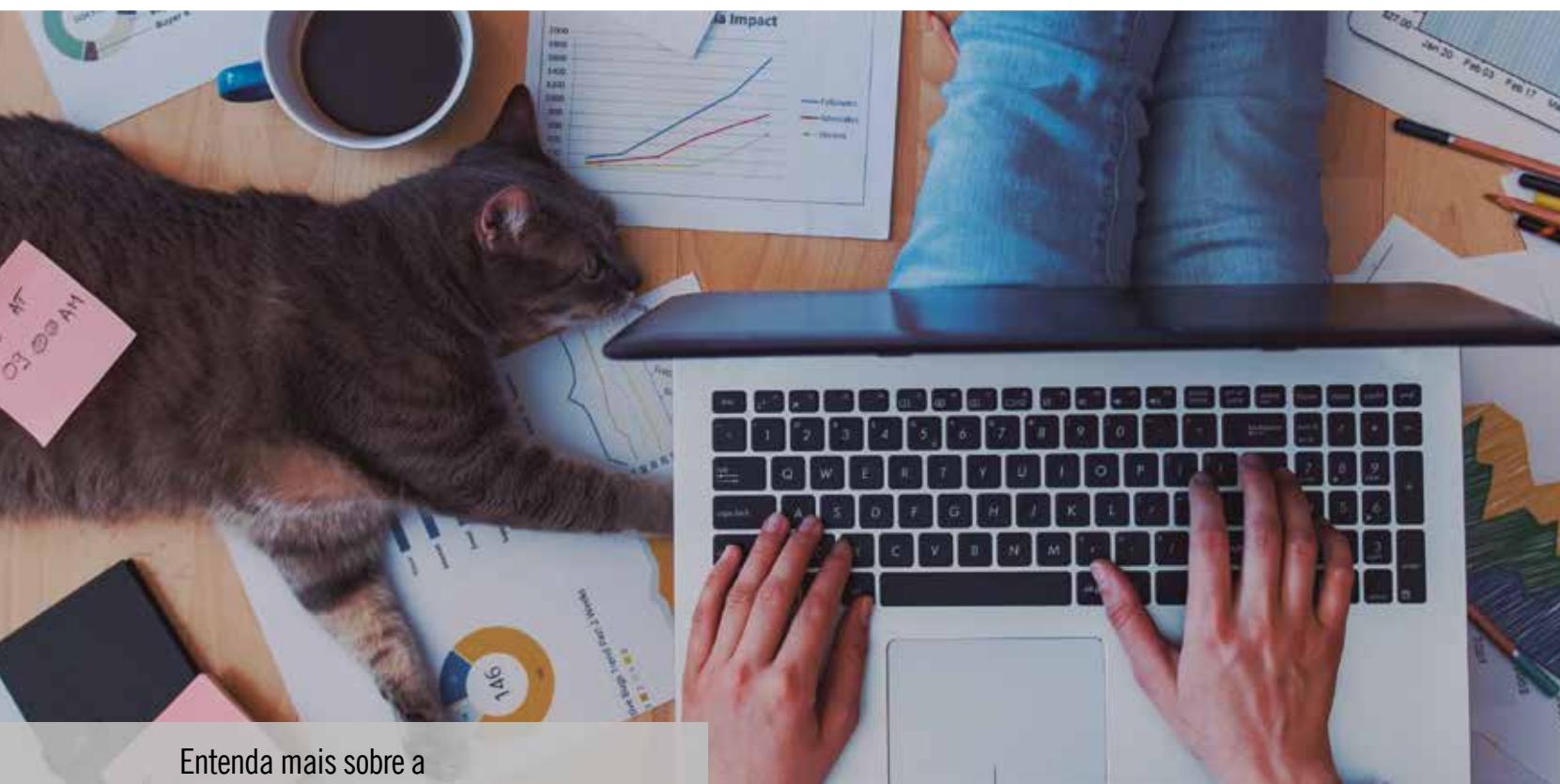
www.iluminijojas.com.br

ilumini@iluminijojas.com.br

[@ilumini_jojas](https://www.instagram.com/ilumini_jojas)

[grupoilumini](https://www.facebook.com/grupoilumini)

(55) 11 3661-8871



Entenda mais sobre a
legislação de teletrabalho

Homeoffice: direitos e deveres

Andréa Vernaglia Faria

Assunto recorrente em todas as áreas é a análise dos impactos da pandemia nos diversos setores. Não seria diferente nas relações de trabalho, e a necessária análise do legado desse 2.020 para a relação jurídica existente entre empresário empregador e sua equipe.

Há pesquisas que indicam a aceleração de uma realidade que já vinha sendo sinalizada, mas que, com a pandemia, foi instalada às pressas, e precisa ser analisada com cuidado: o “Homeoffice”, chamado pela nossa legislação de teletrabalho.

Essa modalidade de prestação de serviços está regulada na legislação brasileira desde 2.018, mas nesse ano de 2.020 tomou uma proporção significativamente diferente: o empregador pode, em razão de uma medida provisória, determinar quais colaboradores prestariam serviços nessa modalidade.

Referida medida provisória não foi convertida em lei, e hoje a relação entre empresa e colaborador voltou a ser regida exclusivamente pela CLT. Mas como isso impacta essa relação? A resposta é: na formalização.

É plenamente possível manter essa modalidade de trabalho, conjugando a ela todas as demais ferramentas de controle de operação e gestão de pessoas. O importante é manter formalizada a relação.

É certo que alguns setores permanecem impactados pela pandemia, e ainda não puderam retomar a normalidade ou a formalização real de suas atividades frente à instabilidade, como na área da educação, que ainda exige discussão sobre o assunto. Mas os demais setores devem formalizar, por meio de contratos, o chamado homeoffice.

Para isso é imprescindível que haja contrato escrito, em que fique delineado exatamente quais são as funções do colaborador, como será a gestão de seu tempo: ele terá controle de jornada ou trabalhará por meta? Se por controle de jornada, como será apontado o horário de entrada, intervalos para refeições e término? Se por produção ou meta, como ela será apurada? Haverá horário ou período que esse colaborador precisará estar à disposição para contato?



NOVOS TEMPOS MESMA QUALIDADE E CREDIBILIDADE

Os tempos de pandemia têm sido desafiadores, intensos e de muito aprendizado para todos.

Nós da RESERVA METAIS nos empenhamos para que a qualidade dos nossos produtos e o atendimento aos nossos clientes fossem mantidos, sempre pautados pela qualidade e pela excelência, sem esquecer os cuidados com a saúde de nossos Colaboradores e Parceiros seguindo as melhores práticas de combate a disseminação da COVID-19.

Estamos confiantes de que em 2021 possamos praticar os novos aprendizados e superar as adversidades.

Contem conosco!

MESA DE OPERAÇÕES

(11) 4637-0810 | cliente@reservametais.com.br

www.reservametais.com.br



Associado:





“Relevante destacar que é possível implementar modalidade híbrida, em que parte do tempo o colaborador permanecerá à distância e outro momento presencialmente na empresa.”

Some-se a esses questionamentos: e a estrutura de informática utilizada? Como será organizada? Esses elementos deverão ser discutidos expressamente para segurança da relação.

Relevante destacar que é possível implementar modalidade híbrida, em que parte do tempo o colaborador permanecerá à distância e outro momento presencialmente na empresa.

Todas as demais estruturações previstas na legislação brasileira serão aplicadas a essa modalidade de trabalho: a possibilidade de contratação por prazo determinado, férias, décimo terceiro, hora extra, entre outros.

Mas, propositadamente deixei o assunto hora extra para o fim, vinculando que esses dois temas têm tido muito destaque. Chamo a atenção para os meios de comunicação: o homeoffice incrementou ainda mais a utilização de aplicativos de mensagens rápida entre os colaboradores, especialmente com a criação de grupos destinados a assuntos da empresa. Essa ferramenta, que é excelente, se mal utilizada, poderá impactar negativamente a relação de emprego.

Isto porque a troca de mensagens pode gerar hora extra, e o trabalho à distância popularizou ainda mais a utilização de referidos aplicativos. Por isso, uma política bem estruturada na empresa sobre o assunto torna-se essencial.

É importante termos clareza que formalizar regras nas relações de trabalho, que estejam de acordo com a legislação, trazem tranquilidade e segurança. E isso impacta positivamente na vida de todos, inclusive na produtividade. •



Andréa Faria é formada em Direito pela Faculdade de Direito de Sorocaba (1.998). Especialista em Direito Empresarial pela Universidade Mackenzie, e em Direito Contratual pela PUC/SP (2.007). Mestre em Direito Empresarial pela Universidade Metodista de Piracicaba. Advogada desde 1.999, atua principalmente na área de Direito Empresarial, preventivo e contencioso. É docente na Universidade de Sorocaba, onde leciona Direito Empresarial e Direito Civil.



PAIXÃO
PEDRAS.COM

**LANÇAMENTO
TURMALINAS
RAINBOW DA PAIXÃO**



+55 (31)99783-8845
comercial@paixaopedras.com.br

Município de Pedro II no Piauí volta a produzir opalas de qualidade gemológica

Érico Gomes, Jivago Castro, Maurício Favacho

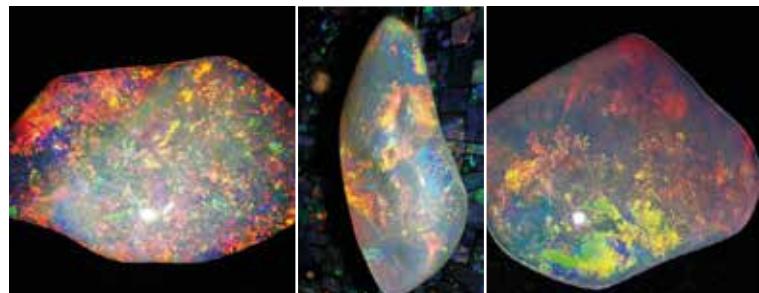
Boa notícia para os apaixonados pela gema e todo mercado



O município de Pedro II, Piauí, é conhecido há décadas como um importante produtor brasileiro de gemas, fornecendo opalas de qualidade gemológica para o mundo inteiro. Relatos de moradores da região mostram que muitas opalas extraídas entre as décadas de 60 e 80 foram vendidas misturadas às famosas opalas australianas devido suas similaridades, um fato que perdura por muitos anos em função de comerciantes de gemas australianas se estabelecerem neste município e explorarem as minas desta gema rara. A lendária "Mina do Boi Morto", reconhecida pela comunidade joalheira e gemológica mundial como tendo produzido uma excepcional quantidade das desejadas opala cristal (variedade de light opal), opala boulder e mesmo opalas negras, está em uma destas regiões em Pedro II exploradas pelos australianos.

De acordo com o geólogo especialista em opalas, Sr. Érico Gomes, o município de Pedro II ainda apresenta elevado potencial para a exploração desta gema. Muitas opalas de excelente qualidade gemológica que podem alcançar algumas centenas de dólares por cada quilate, e ornar as mais belas joias, ainda estão esperando serem encontradas. O geólogo ressalta a importância de incentivar novas pesquisas e explorações de forma sustentável de modo a trazer benefícios para o referido município, sugerindo que estas devam envolver a geologia e outras áreas das geociências, como a geofísica e a geoquímica, ambas técnicas investigativas de prospecção que já vem sendo aplicadas com sucesso na exploração das opalas australianas tendo como resultado a descoberta de novas ocorrências desta rara gema.

Detalhe da exploração e de exemplares da opala cristal, considerada por especialistas como sendo de excelente qualidade gemológica, tais gemas foram encontradas na região conhecida como "Roça", município de Pedro II, Piauí.
Fotos: cortesia empresa Brazil Opals



Histórico

Existem diversas versões para o surgimento das primeiras opalas no Brasil. A mais antiga relata que "pedrinhas brilhantes" foram usadas como botões nas camisas de moradores da cidade de Pedro II, até que na década de 40, um empresário local levou algumas amostras a um especialista no Rio de Janeiro com o objetivo de identificar tal material, e o resultado da análise foi o de uma opala de excelente qualidade gemológica. A partir do anúncio dessa descoberta, teve-se início a uma verdadeira "corrida" de garimpeiros e empresários locais em busca destas preciosidades. No início dos anos 70, ao ser apresentada ao mundo em uma feira de pedras preciosas na Alemanha, a opala brasileira de Pedro II chamou a atenção de especialistas em gemas e joias de diversos países, passando até mesmo a disputar a atenção com as então famosas opalas australianas. No entanto, intrigados com a beleza e qualidade das opalas brasileiras, os australianos presentes no evento passaram a investigar de qual localidade brasileira viriam tais gemas, pois eram tão bonitas quanto as opalas da região de Cobber Pedy na Austrália. Este fato despertou a

atenção de uma tradicional família de mineradores de opalas australianas, liderada por Emmanuel e George Christianos que logo mais passariam a explorar as minas das opalas brasileiras. Com a chegada dos australianos, teve início uma saga que durou quase duas décadas em terras piauienses. Vale ressaltar que estes trouxeram conhecimento e deixaram um legado, ensinando a arte de minerar e polir opalas aos moradores de Pedro II. Após a saída da família Christianos nos anos 80 e as descobertas de novas ocorrências na Austrália, caiu a produção das opalas brasileiras, não tendo mais destaque no mercado nacional e internacional. Uma história que está sendo retomada pela empresa Brazil Opals com investimentos em pesquisa geológicas, geofísicas e geoquímicas a fim de descobrir novas ocorrências desta gema e recolocar a opala de Pedro II no cenário joalheiro mundial.



Antiga frente de lavra da Mina do Boi Morto.
Opala boulder encontrada no rejeito da extração
realizada nas décadas de 70 e 80.
Fotos: cortesia empresa Brazil Opals

Geologia



Light opal do garimpo Mamoeiro. No centro, antigo garimpo da Roça. A baixo, light opal do garimpo do centro.
Fotos: cortesia da empresa Brazil Opals

Diferentes de outras gemas, a opala de Pedro II não possui um modelo de exploração estabelecido, de modo que sua pesquisa geológica é muito complexa. O contexto geológico das áreas mineralizadas é formado por rochas sedimentares devonianas, arenitos, excelentes aquíferos na Bacia Sedimentar do Parnaíba. A origem destas opalas está associada à fragmentação do supercontinente Pangeia com a abertura do Atlântico, quando houve uma reativação há 100 m.a. do mega lineamento Transbrasiliano, que atravessa toda a América do Sul e passa em Pedro II, ocorrendo um magmatismo que formou um sill de diabásio com até 150m de espessura, alojado abaixo do arenito. Este magma aqueceu a água presente nos poros do arenito, desenvolvendo células de convecção de fluidos. Neste processo hidrotermal, os fluidos viriam dos arenitos e, em uma pequena parte, também de origem ígnea, da fase final de resfriamento do magma. Este fluido decompôs grãos de quartzo do arenito e a camada externa da rocha ígnea, liberando muita sílica para formar as opalas. O conjunto de características geológicas e mineralógicas, como: hornfels de arenito; transformação do diabásio em argilominerais, tremolita-actinolita, clorita, serpentina, albita, carbonato, titanita, entre outras evidências encontradas com as opalas em Pedro II, são muito sugestivos de que estas opalas se originaram neste ambiente hidrotermal. Com a diminuição da temperatura da solução rica em sílica, esta torna-se uma solução gel supersaturada, vindo a formar a opala em fraturas e acima da camada de argila no contato entre as rochas sedimentares e a rocha ígnea, o diabásio, forjando assim, no fogo, as maravilhosas opalas de Pedro II.



Mineralogia e Gemologia

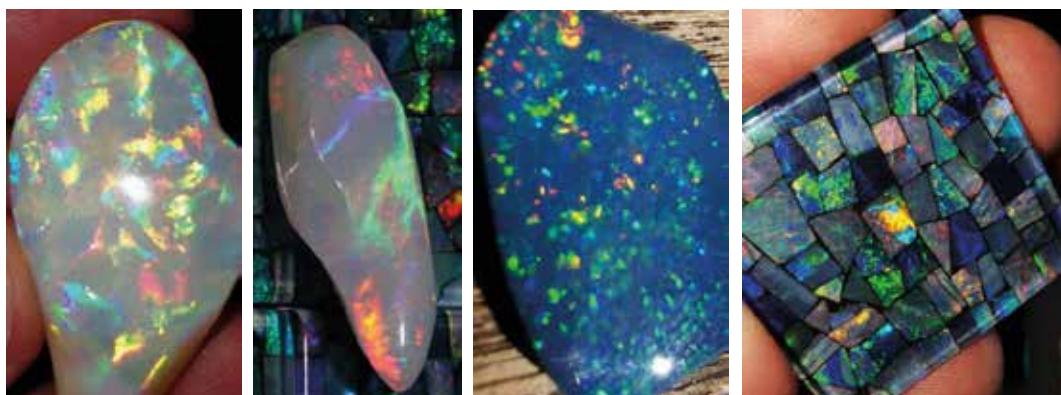
As opalas brasileiras ficaram conhecidas em todo o mundo na década de 70 até meados da década de 80, despertando a atenção de todos pela sua beleza e qualidade. Devido à gênese hidrotermal, exclusiva, sua dureza pode chegar até 7,0 na escala de Mohs.



Opalas com os padrões jigsaw, ribbon, tiger e flash fire encontradas nos aluvões na Mina da Roça.
Fotos: cortesia da empresa Brazil Opals

Os principais tipos de opalas encontradas em Pedro II são light opal (o mais frequente), opala boulder, boulder matriz, opala negra (rara) e as opalas compostas (dublets e triplets). A opala laranja, conhecida como opala de fogo ou opala jelly, é encontrada no município de Buriti dos Montes.

Os jogos-de-cores das opalas preciosas são classificados em padrões que tem a difícil missão de nomear a incrível explosão de cores vistas no topo de cada cabochão, as quais são resultantes do modo de organização das esferas de sílica formadoras destas gemas. Os principais padrões identificados nas opalas de Pedro II, são pinfire (capotinha), block, flagstone, jigsaw, flash fire, broad flash (fogão), tiger, ribbon, arlequim, arlequim flag e rolling flash.



Opalas com os padrões arlequim flag, rolling flash, pinfire (dublet) encontradas nos aluvões, Mina da Roça. A direita, um mosaico triplet.
Fotos: cortesia da empresa Brazil Opals

Investimentos em novas pesquisas de opalas em Pedro II

Em 2.019 a empresa Brazil Opals instalou uma unidade de mineração no distrito da Roça, de onde vem extraíndo as mais lindas light opals, especialmente a opala cristal. Esta região produziu opalas de até 5Kg no passado e vem revelando ótimas surpresas para o mercado mundial de opalas. A Brazil Opals, tem a missão de resgatar a história da opala brasileira em Pedro II. De acordo com o empresário Jivago Castro, a empresa investe em tecnologias modernas de pesquisa e exploração, em uma área adjacente a uma mina abandonada, de onde foram extraídos mais de 3.000Kg de opalas de qualidade extra. Jivago ressalta que “em Pedro II a natureza foi caprichosa, as características gemológicas da opala desta região são únicas, e nos presenteiam sempre com opalas de qualidade e beleza inigualáveis”. •

“ Em Pedro II a natureza foi caprichosa, as características gemológicas da opala desta região são únicas, e nos presenteiam sempre com opalas de qualidade e beleza inigualáveis. ”



A esquerda, empresário Jivago Castro da Brazil Opals. No centro, uma espetacular opala de 250g encontrada no aluvião, Mina da Roça. A direita, os autores e uma homenagem ao amigo Afonso Balbino Gambogi (in memorian).
Fotos: cortesia da empresa Brazil Opals



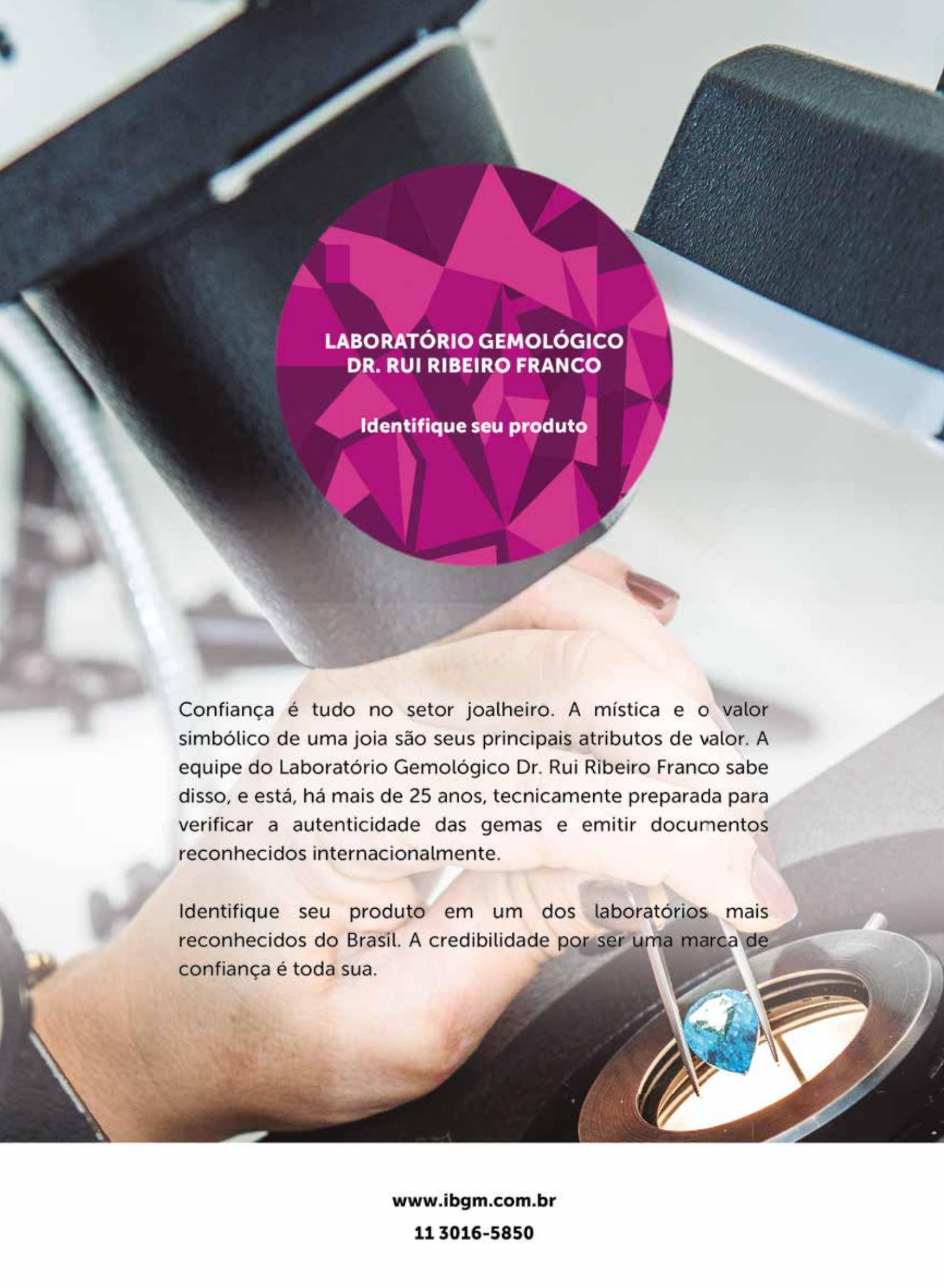
Maurício Favacho é Mestre Geólogo de depósitos de gemas e metais preciosos, Gemólogo graduado e Perito avaliador de gemas e joias.



Érico Gomes - Dr., Geólogo, Professor do IFPI em Teresina-PI, Gemólogo especialista em opalas.



Jivago Castro – Engenheiro Civil, Empresário, Comerciante de Gemas, Proprietário da Brazil Opals.



LABORATÓRIO GEMOLÓGICO
DR. RUI RIBEIRO FRANCO

Identifique seu produto

Confiança é tudo no setor joalheiro. A mística e o valor simbólico de uma joia são seus principais atributos de valor. A equipe do Laboratório Gemológico Dr. Rui Ribeiro Franco sabe disso, e está, há mais de 25 anos, tecnicamente preparada para verificar a autenticidade das gemas e emitir documentos reconhecidos internacionalmente.

Identifique seu produto em um dos laboratórios mais reconhecidos do Brasil. A credibilidade por ser uma marca de confiança é toda sua.



Escola de Gemologia
Bonifácio de Andrade e Silva
25
www.ajesp.com.br
gemologia@ajesp.com.br

A Escola de Gemologia José Bonifácio de Andrade e Silva dispõe de infra-estrutura e equipe qualificada para ministrar treinamentos teóricos e práticos nas diferentes áreas da gemologia. Os cursos são apostilados e os alunos têm acesso às gemas didáticas*. As aulas também podem ser personalizadas e realizadas no local do contratante.

Invista em você, invista na sua equipe. Escolha os cursos mais adequados ao seu interesse profissional ou ao perfil da sua empresa.

*Apenas nos cursos práticos

2021 será

Ser brilhante requer paixão, tempo, dedicação, experiência e tradição.

Ser brilhante é ser reconhecida e admirada como a mais importante fábrica de estojos para joias do Brasil.

Nossa origem está na determinação de uma família simples e visionária, apaixonada pela qualidade em tudo o que faz. 75 anos atrás, em 1º de abril de 1946, a família Baldi começou, em um fundo de quintal, a realização de um sonho. Com muito trabalho e inspiração, a empresa crescia e fazia parte da vida das pessoas. Nos nascimentos, aniversários, formaturas, noivados, casamentos, bodas e em todas ocasiões especiais, a Baldi esteve sempre **presente**.

Agora ao completar suas Bodas de Brilhante, não é só sobre embalagens que estamos falando; é sobre **embalar e eternizar momentos de emoção**. E a Baldi sempre entendeu muito bem disso...

ACESSE NOSSO SITE E FIQUE POR DENTRO DE TODAS AS NOVIDADES E LANÇAMENTOS

 www.estojosbaldi.com.br

Escaneie o
QR code
ao lado

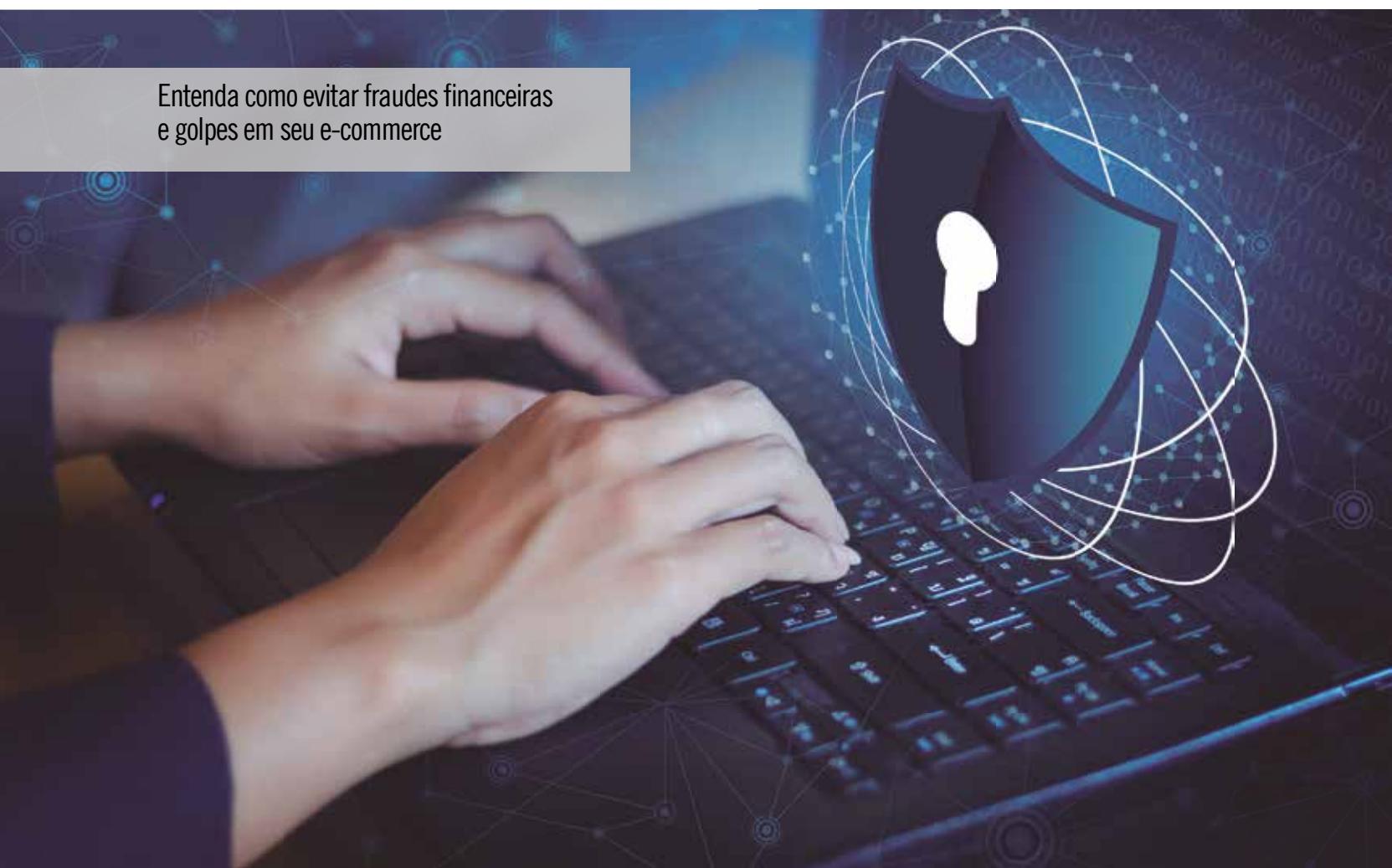


brilhante



Baldi 75
anos

Entenda como evitar fraudes financeiras e golpes em seu e-commerce



Saiba como proteger a sua loja online contra golpes

De acordo com a ClearSale, empresa especializada em serviços de segurança cibernética, as tentativas de fraudes no e-commerce aumentaram 26,2% no período entre a Black Friday e o Natal em 2.020. A mesma empresa já havia comparado o número de fraudes antes e após a pandemia, apontando um aumento de 18% apenas no primeiro mês de isolamento.

Ao mesmo tempo que se aumenta o número de compras via e-commerce, também cresce o número de fraudes, visto que indivíduos mal intencionados podem aproveitar-se da inocência e da falta de conhecimento que algumas pessoas têm.

Assim como é necessário proteger uma loja em espaço físico contra golpes e fraudes por meio de técnicas e serviços de segurança, também é preciso resguardar as lojas virtuais. Confira aqui seis dicas para evitar fraudes financeiras e golpes em seu e-commerce.

“Ao mesmo tempo que se aumenta o número de compras via e-commerce, também cresce o número de fraudes, visto que indivíduos mal intencionados podem aproveitar-se da inocência e da falta de conhecimento que algumas pessoas têm.”

“ O SSL não garante o fim de todo tipo de fraude e ataques, existem outras ferramentas adicionais neste sentido, mas ele é fundamental na proteção tanto dos clientes quanto dos lojistas. ”

1. Segurança dos dados

O primeiro ponto é sempre a garantia de segurança para os clientes do seu e-commerce. O SSL não garante o fim de todo tipo de fraude e ataques, existem outras ferramentas adicionais neste sentido, mas ele é fundamental na proteção tanto dos clientes quanto dos lojistas. Garantir a segurança dos dados por meio do SSL é o objetivo macro de ter o recurso na sua loja.

2. Criptografia e certificados de segurança

A criptografia e os certificados de segurança são os mecanismos que garantem que os dados pessoais dos clientes, tais como login, senha, CPF, e-mail, dados bancários, dentre outros, permaneçam sob sigilo.

Para isso, tanto a criptografia quanto os certificados de segurança convertem os dados pessoais em cifras ou códigos, de modo que terceiros não consigam decifrar ou modificar as informações pessoais do cliente.

3. Recursos de blindagem

Outra forma de manter a segurança de seu e-commerce é investir em recursos de blindagem, os quais consistem em um conjunto de ações que visam identificar vulnerabilidades no site para protegê-lo.

Exemplos dessas ações são o escaneamento automatizado e a simulação de ataques para averiguar se há falhas no sistema de segurança.

“ Por vezes, as fraudes são realizadas por softwares maliciosos que testam diversos cartões de crédito de maneira sucessiva até conseguir fechar uma compra. Sendo assim, uma boa estratégia para evitar fraudes no e-commerce é restringir o número de tentativas que o usuário erra nos dados bancários. ”

4. Sistema antifraude

Mais um recurso de proteção é o sistema antifraude, o qual analisa todas as transações realizadas no e-commerce com o objetivo de averiguar se não há alguma compra que possua determinadas características que apontam fraude, tais como pedidos muito altos, vários pedidos para endereços diferentes ou outros comportamentos que fogem à normalidade.

5. Limite as transações negadas

Por vezes, as fraudes são realizadas por softwares maliciosos que testam diversos cartões de crédito de maneira sucessiva até conseguir fechar uma compra. Sendo assim, uma boa estratégia para evitar fraudes no e-commerce é restringir o número de tentativas que o usuário erra nos dados bancários.

6. Contrate um especialista

Por fim, uma interessante maneira de evitar fraudes no e-commerce é contar com auxílio profissional especializado, tendo em vista que muitas pessoas que cometem fraudes possuem grande conhecimento a respeito do funcionamento dos sistemas de segurança.

É exatamente por conta desse know-how que é necessário realizar atualizações constantes nos sistemas, pois os hackers estão sempre tentando encontrar vulnerabilidades e estudando novas maneiras de conseguir realizar fraudes no e-commerce. •

Ourominas se consolida no mercado com a melhor oferta e entrega imediata de ouro

Ourominas carrega a experiência e credibilidade dos mais de 40 anos de atuação especializada



Juarez Filho, Presidente do Grupo Ourominas, criador da máquina 'Joares Clean Gold' e autor do livro 'Lei Dos Meninos Homens'

Uma das maiores referências no mercado nacional de ouro, a Ourominas carrega a experiência e credibilidade dos mais de 40 anos de atuação especializada na compra e venda do minério em duas frentes: como ativo de investimentos e consumo industrial, principalmente, no fornecimento para produção de joias.

A lâmina de ouro fornecida pela Ourominas é ideal para produção industrial de joias em grande escala. São chapas timbradas que facilitam e tornam mais eficiente o trabalho de joalheiros, empresas e ourives na fabricação de anéis, brincos, colares e outros tipos de joias que utilizem ouro na confecção. A espessura da lâmina pode variar entre 2mm e 5mm, no padrão Ourominas.

Dentre os diferenciais que fazem da Ourominas uma referência do mercado, destaca-se a entrega imediata de ouro, com o sistema de delivery especial e segurança garantida ao comprador no transporte de um minério valioso. A entrega é feita em até 24h, contando a partir do primeiro dia útil após a compra.

“O nosso compromisso é de cobrir qualquer valor anunciado por concorrentes regulamentados para este fim, pois além de menor preço, oferecemos um minério aprovado nos mais rigorosos testes e certificações de qualidade.”

Consolidada como grande fornecedora do metal dourado para fins industriais, a Ourominas se compromete a cobrir qualquer oferta anunciada, desde que comprovada e anunciada por uma empresa legal do mercado de ouro que emita nota fiscal. “O nosso compromisso é de cobrir qualquer valor anunciado por concorrentes regulamentados para este fim, pois além de menor preço, oferecemos um minério aprovado nos mais rigorosos testes e certificações de qualidade”, detalha Juarez Filho, Diretor Presidente da Ourominas.

Em razão da pandemia, a Ourominas não irá participar da FENINJER 2021 presencialmente, visando preservar a saúde de colaboradores e clientes. Mas mantemos o atendimento normalmente e com o mesmo padrão de qualidade a fim de satisfazer nossos clientes. •



A OUROMINAS COBRE
**QUALQUER OFERTA
ANUNCIADA E COMPROVADA
E ENTREGA O OURO DE FORMA IMEDIATA!**



Central de Vendas Joalheiros:

Telefone: (11) 3218-0988 | WhatsApp: (11) 9 9753-9646 | E-mail: comercial@ourominas.com

Horário de negociação: Segunda à Sexta, das 9h às 18h (Dias úteis - Horário de Brasília).

*A Ourominas cobre qualquer oferta anunciada, comprovada e legal com nota fiscal. A entrega imediata é realizada em até 24h em dias úteis.

SOMOS ASSOCIADOS
WE ARE ASSOCIATED



O MELHOR DE SP

Imagen Cortesia de São Paulo City



Foto Cortesia Ruella Bistrô por Marco Pinto



CINEMA GLÓRIA



Foto Miguel Rio Branco/Divulgação

Atrações para curtir o melhor da capital paulista

Mesmo com a pandemia, a cidade de São Paulo mantém seus atrativos. É possível fazer bons programas na capital paulista com toda segurança e seguindo os protocolos de distanciamento. Para quem está de passagem, vale aproveitar o período e conferir alguns pontos que são marco cultural e histórico da cidade e transitar por espaços de arte e cultura. Confira aqui uma seleção de atrações.



Programe a sua agenda para aproveitar o lado efervescente da cidade

Restaurantes

Ruella

De clima intimista, esse bistrô é ótimo para casais apaixonados, não à toa já foi cenário de diversos casamentos. Pratos franceses em local moderno e charmoso que lembra as estradas do sul da França. Além da decoração incrível, o restaurante oferece cardápio variado e caprichado. São três unidades: uma em Pinheiros, uma na Vila Olímpia e outra na Mário Ferraz.

R. João Cachoeira, 1.507 - Vila Olímpia
Tel. (11) 3842-7177
www.ruella.com.br

Terraço Itália

Restaurante italiano sofisticado com iluminação por velas, um piano e uma vista panorâmica incrível para a cidade, principalmente à noite. A gastronomia italiana assinada pelo Chef toscano Pasquale Mancini é o carro chefe do restaurante.

Av. Ipiranga, 344 - 41º andar - República
Tel. (11) 2189-2929
www.terracoitalia.com.br

Vila das Rosas

O Vila das Rosas é um ambiente aconchegante e de clima informal para você se sentir em casa no meio da movimentada Rua Padre Carvalho. No menu, comidas e quitutes veganos e vegetarianos prometem te deixar muito bem alimentado.

R. Padre Carvalho, 117 - Pinheiros
Tel. (11) 3814-2796
www.viladasrosas.com.br

Taverna Medieval

A hamburgueria temática localizada na Vila Clementino oferece pratos muito elogiados e um cardápio de drinks caprichado. Você também pode se divertir com alguns jogos enquanto o seu pedido não chega na mesa. Com decoração inspirada nos alquimistas medievais, tem poções, livros e frascos, em atmosfera misteriosa.

R. Gandavo, 456 - Vila Clementino
Tel. (11) 99521-7800
www.tavernamedieval.com.br

O MELHOR DE SP



Exposições

Exposição do fotógrafo Miguel Rio Branco

Um dos maiores fotógrafos brasileiros contemporâneos, ganhou uma super exposição no Instituto Moreira Salles. Chamada de “Palavras cruzadas, sonhadas, rasgadas, roubadas, usadas, sangradas”, a mostra reúne 200 trabalhos que refletem sobre sexualidade, violência, dor e solidão. A exposição fica em cartaz até 16 de maio.



IMS Paulista
Av. Paulista, 2.424 - Bela Vista
www.ims.com.br

“Véxoa: Nós sabemos”

Véxoa: Nós sabemos que contará com a presença de 23 artistas/coletivos de diferentes regiões do país, apresentando pinturas, esculturas, objetos, vídeos, fotografias, instalações, além de uma série de ativações realizadas por diversos grupos indígenas. A exposição tem o patrocínio do Itaú e fica em cartaz até 22/03, de 10h às 18 horas, entrada gratuita, retirando ingresso no site da Pinacoteca.



Pinacoteca de São Paulo
Praça da Luz, 2 - Bom Retiro
www.pinacoteca.org.br

“Fayga Ostrower: Imaginação tangível”

A exposição celebra o centenário de nascimento de Fayga Ostrower (1.920-2.001), artista atuante na segunda metade do século XX. Gravadora, pintora, desenhista, ilustradora, teórica da arte e professora, Fayga Ostrower chegou ao Rio de Janeiro em 1.934, acompanhada de seus pais e mais três irmãos, a família fugiu das perseguições nazistas na Alemanha. A exposição fica em cartaz de 30/01/21 a 31/05/21.



Pinacoteca de São Paulo
Praça da Luz, 2 - Bom Retiro
www.pinacoteca.org.br



Parques



Parque Ibirapuera

Av. Pedro Álvares Cabral
Vila Mariana
www.parqueibirapuera.org

Se você busca um passeio ao ar livre, no parque há diversos atrativos para o público, desde caminhadas culturais e educativas como atividades de observação de pássaros, possuindo esculturas, museus e monumentos históricos além dos jardins e paisagens repletas de flores e árvores. Há também aparelhos de ginástica, quadras, playground, quiosques, ciclovia e planetário.

Av. Professor Fonseca Rodrigues, 2.001
Alto de Pinheiros
www.saopaulo.sp.gov.br/conhecasp/parques-e-reservas-naturais/parque-villa-lobos

Parque Villa Lobos

Dar uma caminhada no Parque Villa Lobos é também uma ótima atividade para quem visita a cidade. O Parque fica no bairro Alto de Pinheiros, zona Oeste da cidade, e possui 732 mil m² que abrigam ciclovia, quadras, bosque, campos de futebol, playground, aparelhos de ginástica, pista de cooper, tabelas de street basketball e bosque com espécies de Mata Atlântica.

Avenida Paulista

A Avenida Paulista é o melhor resumo da cidade de São Paulo, andar pela Av. Paulista é uma experiência intensa e inesquecível. Se você está em Sampa e não sabe muito bem o que fazer, certamente a Paulista é o melhor ponto para começar! Na Paulista você encontrará uma variedade enorme de museus, espaços culturais, lugares para compras e ótimos restaurantes. ☀





QUALIDADE, ÉTICA E CONFIANÇA
CREDIBILIDADE E REFERÊNCIA
EM METAIS PRECIOSOS

QUALITY, ETHICS AND CONFIDENCE
CREDIBILITY AND REFERENCE
IN PRECIOUS METALS



REFINO DE METAIS PRECIOSOS
RECUPERAÇÃO DE RESÍDUOS E SOLUÇÕES COM METAIS PRECIOSOS
RECUPERAÇÃO DE METAIS COM PEDRAS • ANÁLISE DE METAIS PRECIOSOS
COMERCIALIZAÇÃO DE METAIS PRECIOSOS • SAIS DE OURO

REFINING OF PRECIOUS METALS
RECOVERY OF RESIDUES AND SOLUTIONS WITH PRECIOUS METALS
RECOVERY OF METALS WITH STONES • ANALYSIS OF PRECIOUS METALS
TRADING OF PRECIOUS METALS • GOLD SALT

📞 +55 011 2450 0010 / 99164 4400 📩 comercial@rbm.net.br 🌐 www.rbm.net.br

NOSSA CERTIFICAÇÕES:
OUR CERTIFICATIONS:



SOMOS ASSOCIADOS:
WE ARE ASSOCIATED:



Fale também com a RBM, escareça suas dúvidas e traga suas ideias!

Veja a participação dos nossos parceiros:

“...É comum vir objeto que nada tem haver com o processo de fabricação de jóias, junto do resíduo a ser queimado?...”

RESPOSTA RBM:

Sim, normalmente veem objetos que não faz parte do processo de fabricação de Jóias, fazendo com que tenha esse peso extra inócuo à esse volume. Evidentemente que esse fato influencia no prazo de devolução dos resultados, isso se da, justamente pelo fato do aumento no tempo de queima dos resíduos. O ideal é que haja uma pre-separação desses objetos no local de sua origem, fazendo com que os custos gerados para processamento do mesmo venha ser reduzido e, consequentemente, aumentando a eficiência empregada na recuperação. Isso sendo feito, nos ajudaria a cumprir o que estabelece a norma ISO 9001, que trata da Gestão da Qualidade!

“...Ok, apesar dos operadores estarem devidamente protegidos, com EPI's, não é perigoso eles se machucarem com esses objetos pontiagudos no meio desse material?...”

RESPOSTA RBM:

Essa é uma grande preocupação que temos com nossos colaboradores, é sabido por todos que nesse processo, exige-se dos operadores um trabalho bastante artesanal, ou seja, eles têm um contato muito próximo dos resíduos ali existentes. Nesse caso em específico, os riscos de acidente são reais, também trazem um peso extra no montante, retardando assim, o retorno dos resultados dos metais ali contidos. A RBM se importa muito com esse assunto, por isso, faz questão de dar ao seus colaboradores, as condições de trabalho que ele merecem, condições essas, previstas nas normas ISO 18001, que trata da Saúde e Segurança Ocupacional e a ISO 14001, que trata da Gestão Ambiental, trazendo segurança para todos seus colaboradores e à Sociedade a sua volta!



ABRAMP - pág. 116 e 117
www.abramp.org.br
rogerio.manoel@abramp.org.br
 Tel.: (55 61) 3554-2336
 WhatsApp: (55 61) 9 9643-2174
[f](https://www.facebook.com/associacaoabramp) associacaoabramp [@abramp.oficial](https://www.instagram.com/abramp.oficial)

A&B METAIS IND. COM. LTDA. - pág. 39
www.aebmetais.com.br
escritorio@aebmetais.com
 Tel.: (55 81) 3081-0381
 WhatsApp: (55 81) 9 9915-5237
[@aebmetais](https://www.instagram.com/aebmetais)

ALVORADA JOALHEIROS - pág. 23
alvorada@alvoradajoalheiros.com.br
 Tel.: (55 54) 3213-7223
 WhatsApp: (55 54) 9 8121-7291
[f](https://www.facebook.com/Alvorada.Joalheiros) Alvorada Joalheiros [@alvorada_joalheiros](https://www.instagram.com/@alvorada_joalheiros)

ANDREA MATOS LOPES - pág. 60 e 61
www.andreamatoslopes.com
andrea@andreamatoslopes.com
 WhatsApp: (55 11) 9 6421-5826
[f](https://www.facebook.com/andreamatoslopes) andreamatoslopes [@andreamatoslopes](https://www.instagram.com/@andreamatoslopes)

ART`G- pág. 89
artg.artg@gmail.com
 WhatsApp: (55 21) 9 7133-2800
[@artg.rio](https://www.instagram.com/@artg.rio)

BACKER DESIGN - BRIGHT POINT - pág. 26 e 27
www.backerdesign.com.br
encomendas@atelier7g.com.br
 Tel.: (55 13) 3223-1386
 WhatsApp: (55 19) 9 9713-1386
[@backerdesign](https://www.instagram.com/@backerdesign)

BASEL PREZIOSE - Capa, pág. 02 e 03, 45
www.basel.com.br
vendas@basel.com.br
 Tel.: (55 11) 3241-0233
 WhatsApp: (55 11) 9 9731-8442
[f](https://www.facebook.com/BaselPreziose) BaselPreziose [@baselpreziose](https://www.instagram.com/@baselpreziose)

BENNE FATTO - pág. 16 e 17
www.benbefatto.com.br
atendimento@bennefatto.com.br
 Tel.: (55 11) 3862-2889
 WhatsApp: (55 11) 9 6195-0113
[f](https://www.facebook.com/Benne.Fatto.Joias) Benne Fatto Joias [@bennefatto](https://www.instagram.com/@bennefatto)

BIWA COM. IMP.
 E EXP. LTDA. - 4ª Capa, pág. 92 à 100
www.biwa.com.br
vendas@biwa.com.br
 Tel.: (55 11) 3062-3974
 WhatsApp: (55 11) 9 9433-5541
[f](https://www.facebook.com/Biwa.Brasil) Biwa Brasil [@biwashowroom](https://www.instagram.com/@biwashowroom)

CATTO METAIS - pág. 78 e 79
www.cattometais.com.br
atendimento@cattometais.com.br
 Tel.: (55 11) 3361-2503
 WhatsApp: (55 11) 9 9452-2422
[f](https://www.facebook.com/Catto.Metais) Catto Metais [@cattometais](https://www.instagram.com/@cattometais)

CADENA - pág. 49, 51 e 53
www.cadenajoias.com.br
cadena@cadenaajoias.com.br
 Tel.: (55 51) 3212-3041
[f](https://www.facebook.com/Cadena.Joias) Cadena Joias [@cadenaajoias](https://www.instagram.com/@cadenaajoias)

COSTANTINI - pág. 01 e 113
www.costantinimetais.com.br
costantini@costantini.com.br
 Tel.: (55 17) 3334-8800
 WhatsApp: (55 17) 9 8132-1800
[f](https://www.facebook.com/costantinimetais) costantinimetais [@costantinimetais](https://www.instagram.com/@costantinimetais)

DENOIR - pág. 13
sandro@trendd.com.br
 Tel.: (55 11) 3888-4455
[@denoir_jewelry](https://www.instagram.com/@denoir_jewelry)

DERI JOALHEIROS - pág. 24 e 25
www.derijoalheiros.com.br
deri@derijoalheiros.com.br
 Tel.: (55 11) 3237-4000
[@derijoalheiros](https://www.instagram.com/@derijoalheiros)

DI ROMA - pág. 18 e 19
www.diromabrasil.com.br
atendimento@diromabrasil.com.br
 Tel.: (55 17) 4009-3500
 WhatsApp: (55 17) 9 8805-8295
[f](https://www.facebook.com/@diromabrasil) @diromabrasil

DRW JOIAS LTDA. - pág. 37
www.drwjoias.com.br
drwjoias@drwjoias.com.br
 Tel.: (55 17) 3225-9563
 WhatsApp: (55 17) 9 8133-1558
[f](https://www.facebook.com/DRW.Joias) DRW Joias [@drw_joias](https://www.instagram.com/@drw_joias)

ESCOLA DE GEMOLOGIA E
 LABORATÓRIO GEMOLÓGICO - pág. 136 e 137
www.ibgm.com.br
laboratorio@ibgm.com.br
 Tel.: (55 11) 3016-5850

ESMEBRAS - pág. 43
www.esmebras.com
dorisdmrod@hotmail.com
 Tel.: (55 21) 2220-0147
 WhatsApp: (55 21) 9 7447-7777
[f](https://www.facebook.com/Esmebras.Collection) Esmebras Collection [@esmebras](https://www.instagram.com/@esmebras)

ESTOJOS BALDI - pág. 138 e 139
www.estojosbaldi.com.br
comercial@estojosbaldi.com.br
 Tel.: (55 32) 2102-4848
 WhatsApp: (55 32) 9 9143-8789
[f](https://www.facebook.com/Estojos.Baldi) Estojo Baldi [@estojosbaldi](https://www.instagram.com/@estojosbaldi)

FORUM ROMANO - pág. 15
www.forumromano.com.br
frpp@forumromano.com.br
 Tel.: (55 18) 3355-8080
 WhatsApp: (55 18) 9 9772-1732
[f](https://www.facebook.com/Forum.Romano) Forum Romano [@forumromano](https://www.instagram.com/@forumromano)

GOLDBACKER - 3ª capa
www.goldbacker.com.br
goldbacker@goldbacker.com.br
 Tel.: (55 11) 3285-6240
 WhatsApp: (55 11) 9 5808-3040
[f](https://www.facebook.com/Goldbacker) Goldbacker [@goldbacker](https://www.instagram.com/@goldbacker)

GRUPO ILUMINI JOIAS - pág. 102 e 103, 127
www.iluminijojas.com.br
iluminijojas@iluminijojas.com.br
Tel.: (55 11) 3661-8871
WhatsApp: (55 11) 9 6155-5466
f Grupo Ilumini **✉** [@ilumini_jojas](https://www.instagram.com/ilumini_jojas)

GRUPO SOLID - pág. 32 e 33
www.gruposolid.com.br
comercialrp@gruposolid.com.br
Tel.: (55 17) 3216-9050
WhatsApp: (55 17) 9 9661-7908

GUIFELL - pág. 106 e 107
www.guifell.com.br
industria.guifell@hotmail.com
Tel.: (55 17) 3363-2501
WhatsApp: (55 17) 9 9613-2185
f industria.guifell **✉** [@industria.guifell](https://www.instagram.com/industria.guifell)

GUILHERME DUQUE - pág. 11
 [contato@guilhermeduque.com.br](mailto: contato@guilhermeduque.com.br)
Tel.: (55 11) 3068-8008
WhatsApp: (55 11) 9 4533-4650
f Guilherme Duque Joalheiros **✉** [@guilhermeduquejoalheiros](https://www.instagram.com/guilhermeduquejoalheiros)

GUINDANI - pág. 31 e 111
www.guindani.com.br
guindani@guindani.com.br
Tel.: (55 51) 3227-5512
WhatsApp: (55 11) 9 8433-6500

ÍCARO JOIAS - pág. 114 e 115
www.icarojojas.com.br
icaro@icarojojas.com.br
Tel.: (55 54) 3443-2221
WhatsApp: (55 54) 9 9189-0560
f Ícaro Joias **✉** [@icarojojas](https://www.instagram.com/icarojojas)

KATZ MODERNEN JUWEL
www.ivokatz.com
ivokatz@ivokatz.com.br
Tel.: (55 11) 5584-7578
WhatsApp: (55 11) 9 4949-6772
f Katz Modernen Juwel **✉** [@katzmodernenjuwel](https://www.instagram.com/katzmodernenjuwel)

LLOYD CONTINENTAL
CORRETORA DE SEGUROS - pág. 46 e 47
www.lloydcontinental.com.br
seguros@lloydcontinental.com.br
Tel.: (55 17) 3231-9988
WhatsApp: (55 17) 9 9144-9403
f Lloyd Continental **✉** [@lloydcontinental](https://www.instagram.com/lloydcontinental)

MÁRCIA MÓR - pág. 67
www.marciamorjoias.com.br
marciamor@marciamor.com
WhatsApp: (55 21) 9 8179-1919
f Márcia Mór Joias **✉** [@marciamorjoias](https://www.instagram.com/marciamorjoias)

NARDINI - pág. 83 à 85
www.nardinidprimo.com.br
elcio@nardinidprimo.com.br
Tel.: (55 11) 2914-2175
WhatsApp: (55 11) 9 9777-3000
✉ [@nardinidprimo](https://www.instagram.com/nardinidprimo)

OUROMINAS - pág. 142 e 143
www.ourominas.com
comercial@ourominas.com
Tel.: (55 11) 3218-0988
f Ourominas Brasil **✉** [@ourominasbrasil](https://www.instagram.com/ourominasbrasil)

PAIXÃO JOIAS - pág. 81
paixaojoias@paixaojoias.com.br
Tel.: (55 31) 3689-0092
WhatsApp: (55 31) 9 9781-8245
f Paixão Joias **✉** [@paixaojoias_oficial](https://www.instagram.com/paixaojoias_oficial)

PAIXÃO PEDRAS.COM - pág. 131
www.paixaopedras.com
comercial@paixaopedras.com.br
Tel.: (55 31) 9783-8845
WhatsApp: (55 31) 9 9115-0029
✉ [@paixao_pedras](https://www.instagram.com/paixao_pedras)

PAR JOIAS - 2ª Capa, pág. 8 e 9, 62 e 63
WhatsApp: (55 17) 9 9218-0977
f Par Joias **✉** [@parjoias](https://www.instagram.com/parjoias)

PIUBELA SEMIJOIAS - pág. 101
 [contato@piubela.com.br](mailto: contato@piubela.com.br)
Tel.: (55 17) 3301-3929
WhatsApp: (55 17) 9 9747-2321
✉ [@piubelajoias](https://www.instagram.com/piubelajoias)

RBM - RECUPERADORA
BRASILEIRA DE METAIS - pág. 148 e 149
www.rbm.net.br
comercial@rbm.net.br
Tel.: (55 11) 2450-0010
WhatsApp: (55 11) 9 7617-8386

RESERVA METAIS - pág. 129
www.reservametais.com.br
cliente@reservametais.com.br
Tel.: (55 11) 4637-0810

SALMON - pág. 06 e 07
 [patyhbox@gmail.com](mailto: patyhbox@gmail.com)
Tel.: (55 21) 2548-8000
✉ [@salmonjoias](https://www.instagram.com/salmonjoias)

SENHA - pág. 04 e 05, 69 à 74
www.senhametais.com.br
 [contato@senhametais.com.br](mailto: contato@senhametais.com.br)
Tel.: (55 17) 3222-3562
WhatsApp: (55 17) 9 9646-7076
f Senha Metais **✉** [@senhametais](https://www.instagram.com/senhametais)

SEVEN METAIS - pág. 21 e 59
www.sevenjoias.com.br
 [presidencia@sevenmetais.com.br](mailto: presidencia@sevenmetais.com.br)
Tel.: (55 17) 3214-7710
WhatsApp: (55 17) 9 9145-2657
f Seven Joias e Alianças

VERAE- pág. 54 e 55
www.joiasverae.com.br
 [comercial@joiasverae.com.br](mailto: comercial@joiasverae.com.br)
Tel.: (55 11) 3729-4735
WhatsApp: (55 11) 9 4485-7145
f Joias Verae **✉** [@verae_joias](https://www.instagram.com/verae_joias)



Privilégio fazer parte desse mar de possibilidades

Por Giseli Floriano Xavier,
proprietária da Satine Joalheria

Há vários anos frequento a Feninjer e a feira nunca deixa a desejar. Sempre encontro novidades e expositores interessantes para o meu negócio. É um ambiente que me faz sentir em casa, tanto pela segurança como pelo fato de encontrar velhos amigos e conhecidos do setor.

Além de saber da qualidade dos produtos expostos no evento, admiro muito o modo como a feira é organizada e sempre nos surpreende.

Eu gostei muito do formato da última edição, a primeira dessa nova era pós-covid. Me senti segura, pois tudo estava simples e bem arejado, os estandes mais abertos, mas sem perder o charme e identidade das marcas, fato que achei bem interessante.

Posso dizer que senti a feira leve, gostosa. Eu fui em busca de produtos para a minha marca e notei que o modo como os estandes estavam expostos facilitou a circulação e visualização das coleções. Encontrei um ótimo mix de produtos e me senti, como sempre, muito bem atendida pela FENINJER. Para nós do varejo de joias é um privilégio contar com uma feira desse nível. •



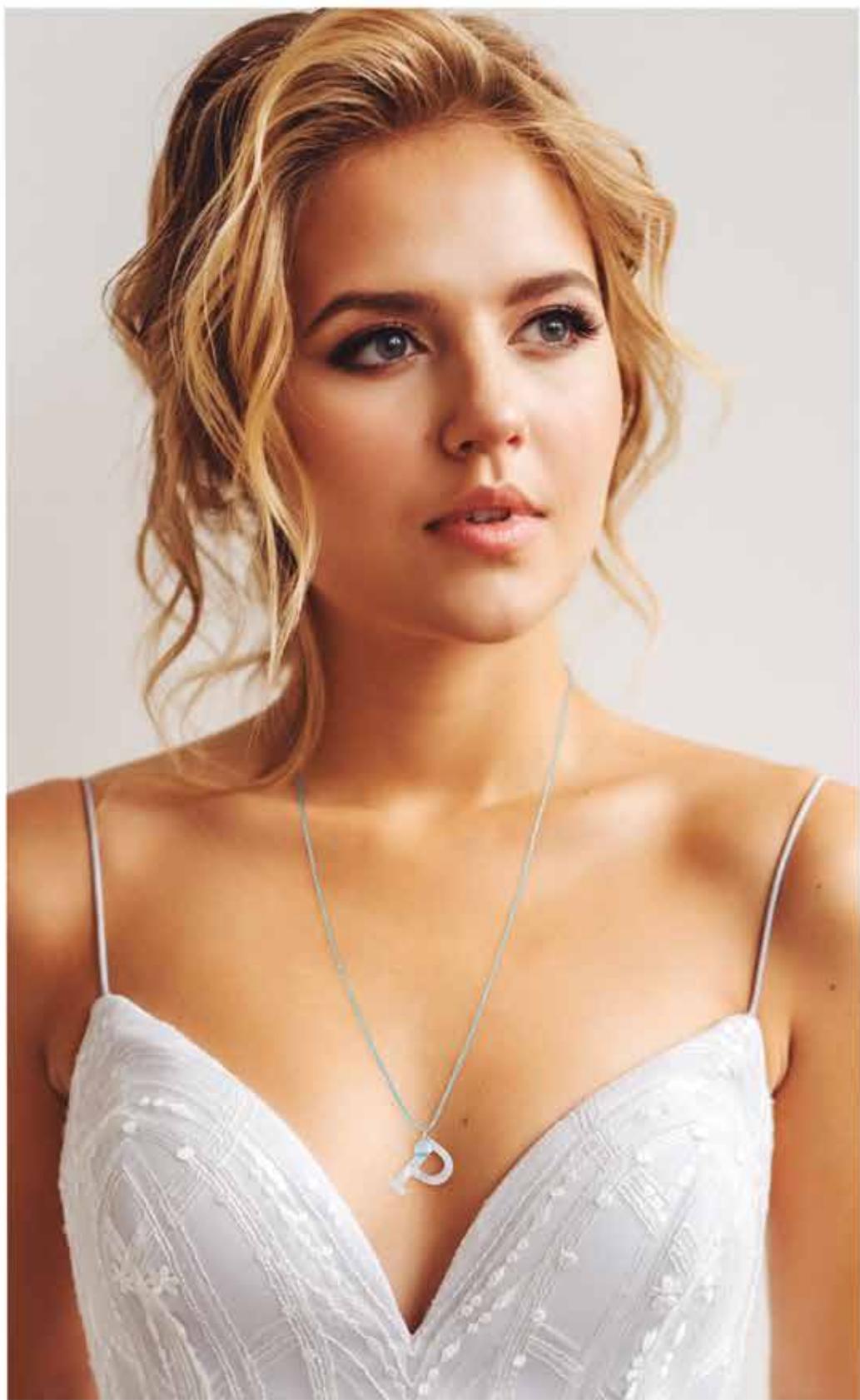
“Eu fui em busca de produtos para a minha marca e notei que o modo como os estandes estavam expostos facilitou a circulação e visualização das coleções. Encontrei um ótimo mix de produtos e me senti, como sempre, muito bem atendida pela FENINJER. **”**



FENINJER . ALLGOLD . AJORSUL . MED . FIRJA



WWW.GOLDBACKER.COM.BR
GOLDBACKER@GOLDBACKER.COM.BR



Biwa

www.biwa.com.br

A
F
E
V
E
R
Y
M
O
D
E
L