

magazine



Joias Goldbacker

EXPANSÃO DO SETOR

FENINJER volta
ao Transamérica,
considerado o melhor
centro de exposições





COSTANTINI
M E T A I S

PERFEIÇÃO
EM CADA DETALHE.

**Joias que encantam
momentos e eternizam
memórias.**

Coleção Outono-Inverno

**Lançamento
Feninjer 2022**

Portal Costantini Metais:



Coleção Riviera Faca

Jóias em Ouro Branco ou Amarelo 18k
com Diamantes e Esmeraldas



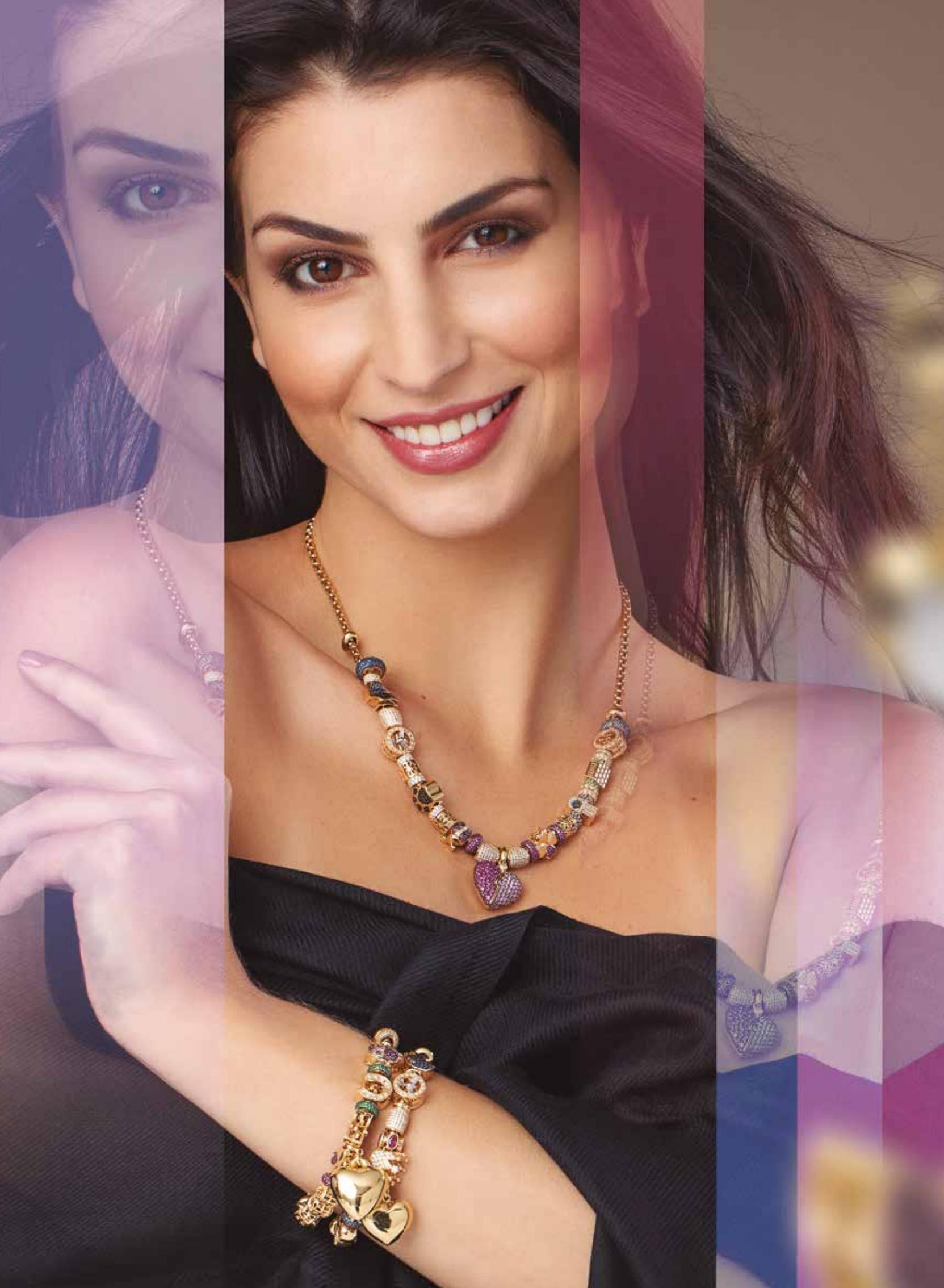
BASEL

P R E Z I O S E



Siga a Basel nas
redes sociais:







S Senha



#VIVAOMOMENTI



Salmon

Desde 1977





Salmon
Desde 1977



PAR
JOIAS



Caro(a) leitor(a), Um novo tempo

Boas perspectivas esperam
por nós, joalheiros, nesse ano
que está despontando

Ufa, passamos por um período de grandes mudanças e agora já podemos respirar e descansar um pouco? A resposta é não! As mudanças não param de acontecer numa velocidade cada vez maior e o nosso sucesso depende cada vez mais do quanto estamos dispostos a não ficar para trás e acompanhar a evolução.

As empresas que chegaram até aqui é porque conseguiram se adaptar às mudanças e se incorporaram ao mundo digital. Feira virtual, vendas pelo whatsapp, atendimento pelo chatbot, e-commerce, tudo isso deixou de ser lenda para o nosso setor e passou a fazer parte da rotina das nossas empresas.

Particularmente eu vejo grandes ganhos de tempo, energia e produtividade no uso dessas ferramentas. Percebo que os clientes têm se adaptado muito bem ao sistema híbrido de venda, que acontece presencialmente, mas que no dia a dia é mantido via online.

O passo seguinte, nesse momento, é já começarmos a nos preparar para o Metaverso. O termo surgiu na década de 90 como ficção, mas agora está sendo apontado como o futuro da internet. Metaverso é um ambiente no qual coexistem a realidade que vivemos e os ambientes virtuais.

Teremos um mundo virtual paralelo, igual ao nosso, onde cada um de nós terá um avatar (bonequinho), com



sua casa, trabalho, amigos, clientes, tudo comandado por nós mesmos. Parece brincadeira de criança, mas já começou a movimentar dinheiro de gente grande. Gucci, Balenciaga, Burberry e outras marcas de luxo já entraram nesse universo e estão faturando alto.

Muito em breve teremos um guarda-roupa com roupas virtuais (e JOIAS!!!) para diferentes ocasiões desenhadas por diferentes criadores e a partir de diferentes aplicativos e experiências.

Tudo isso é demais para a sua cabeça? Para todos nós é muita novidade, por isso é importante irmos juntos desbravar o futuro, através de um setor forte e representativo. Nenhum de nós é tão bom quanto todos nós unidos, por isso te convido a participar cada vez mais da FENINJER, que é a casa de todo profissional do ramo.

Essa edição marca o início da retomada do setor e tenho certeza que você não quer ficar de fora disso. O evento passará a acontecer no Transamérica Expo Center, contando com mais espaço e comodidade, pois já estamos prevendo uma expansão da feira.

O ano está só no começo, mas como você está vendo, tem boas perspectivas e inúmeras oportunidades. Vamos em frente! •

Boa feira a todos!

Roseli Duque
Presidente do IBGM



VIVALDI



SEVEN METAIS
Contato pelo WhatsApp



Fale com nossa equipe.



sevenjoias.com.br +55 17 3214.7710



A feira volta a ser promovida no Transamérica, eleito o “Melhor Centro de Convenções do Brasil”

FENINJER em novo local

O ano começa com boas perspectivas para o setor joalheiro e uma novidade que vai impactar a todos os visitantes da feira. A 74^a FENINJER será realizada de 07 a 10 de fevereiro em novo local. O Transamérica Expo Center volta a ser palco do nosso evento, que contará com mais espaço, conforto e novidades.

O pavilhão acaba de ser eleito World Mice Awards 2.021 na categoria “Melhor Centro de Convenções do Brasil”. O local hoje é o mais sofisticado e moderno centro de exposições de São Paulo e, além disso, conta com um hotel 5 estrelas, com 396 apartamentos recém reformados e excelente avaliação de seus hóspedes.

O complexo é perfeito para atender as diretrizes do novo plano de expansão do evento visando a recuperação do mercado. Depois de um 2.020

“O pavilhão acaba de ser eleito World Mice Awards 2.021 na categoria “Melhor Centro de Convenções do Brasil”. O local hoje é o mais sofisticado e moderno centro de exposições de São Paulo e, além disso, conta com um hotel 5 estrelas, com 396 apartamentos recém reformados e excelente avaliação de seus hóspedes.”

desafiador, as joalherias apresentaram crescimento médio de 7,5% em 2.021, de acordo com a ABLOS (Associação Brasileira dos Lojistas Satélites). Esses números corroboram as ações do IBGM que, como líder do setor, mais do que nunca, está empenhado para acompanhar esse ritmo.

A principal estratégia da entidade para fomentar o ramo e incentivar os negócios, é fortalecer a FENINJER, que se destaca como a principal vitrine do setor.

Para isso, o IBGM investirá ainda mais na diversificação do mix de produtos da feira e na ampliação do seu número de expositores. Além disso, o Instituto vai atuar na melhoria da sua grade de serviços e na entrega de conteúdo relevante, apontando aos empresários visitantes o caminho para o crescimento em 2.022.



1 - Fachada do hall E; 2 - Quiosques com opções de alimentação; 3 - Estacionamento coberto

Somado a isso, a FENINJER deve consolidar sua posição como hub de um setor que é mundialmente reconhecido pela diversidade de sua produção mineral (ouro e gemas), por seu design criativo e por abrigar o maior parque industrial joalheiro da América Latina.

Com a 74^a edição da FENINJER, o IBGM inicia um processo de mudança rumo a nova era. Venha fazer parte dessa virada e contribuir para tornar a feira ainda mais forte, mais internacionalizada, mais glamourosa e atrativa para todos nós.

Juntos somos mais fortes e iremos mais longe.
Participe dessa edição! •

“ o IBGM inicia um processo de mudança rumo a nova era. Venha fazer parte dessa virada e contribuir para tornar a feira ainda mais forte, mais internacionalizada, mais glamourosa e atrativa para todos nós.”



Márcia Mór



f12

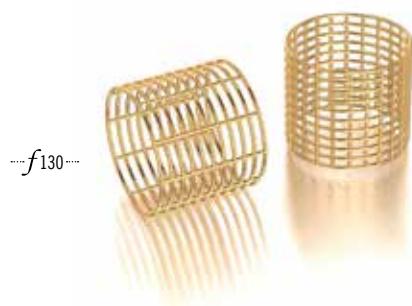
10	CARTA DO EDITOR	36	GOLD CLUBE Plataforma exclusiva inclui muitas funcionalidades e inova o setor	60	TENDÊNCIAS Profusão de cores transforma as joias em irresistíveis jardins preciosos
12	EXPANSÃO FENINJER A feira volta a ser promovida no Transamérica, eleito o “Melhor Centro de Convenções do Brasil”	42	TENDÊNCIAS Questão de exagero!	74	TENDÊNCIAS Anéis de sinete lacram o mundo fashion nessa temporada
22	CARTA DO LEITOR				
28	ACONTECERÁ Tudo sobre a 74ª FENINJER	50	TENDÊNCIAS Tendência vintage resgata clássicos da joalheria	82	TENDÊNCIAS Joailleria revive onda mística e atualiza os designs das peças ligadas ao mundo esotérico
30	PERFIL DO EXPOSITOR Goldbacker				



AMAGOLD
Ouro Certificado

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

FORUM ROMANO
www.forumromano.com.br
 @forumromano



- | | | | | | |
|------------|--|------------|--|------------|---|
| 88 | GESTÃO
Inovação: como colocar sua joalheria nessa trilha | 112 | MAIS VAREJO
Como fidelizar clientes na era digital | 140 | SEGURANÇA
É importante que as lojas observem a legislação vigente sobre direito de imagem |
| 102 | DESTAQUES
Setor investe em design para recuperar o brilho depois da pandemia | 115 | GUIA DE COMPRAS
Confira as joias que não podem faltar na sua vitrine no próximo Dia das Mães e Namorados | 144 | MARKETING
O que falta para sua marca se tornar extraordinária? |
| 106 | NA MODA
Inspire-se e comece a programar suas próximas coleções de joias | 124 | CAPÍTULO PRECIOSO
A Joia e os Ritos de Passagem | 150 | ONDE ENCONTRAR |
| 110 | COMUNICAÇÃO
Saber lidar com as próprias emoções é imperativo para a produtividade da empresa | 130 | GEMOLOGIA
Padrões arquitetônicos, geométricos, e etnográficos no design de joias | 152 | FENIJER, EU VOU!
Tania Barcellos |



Coleção Clássicos



Benne Fatto
ALTA GIOIELLERIA BRASILIANA

Benne Fatto
ALTA GIOIELLERIA BRASILIANA

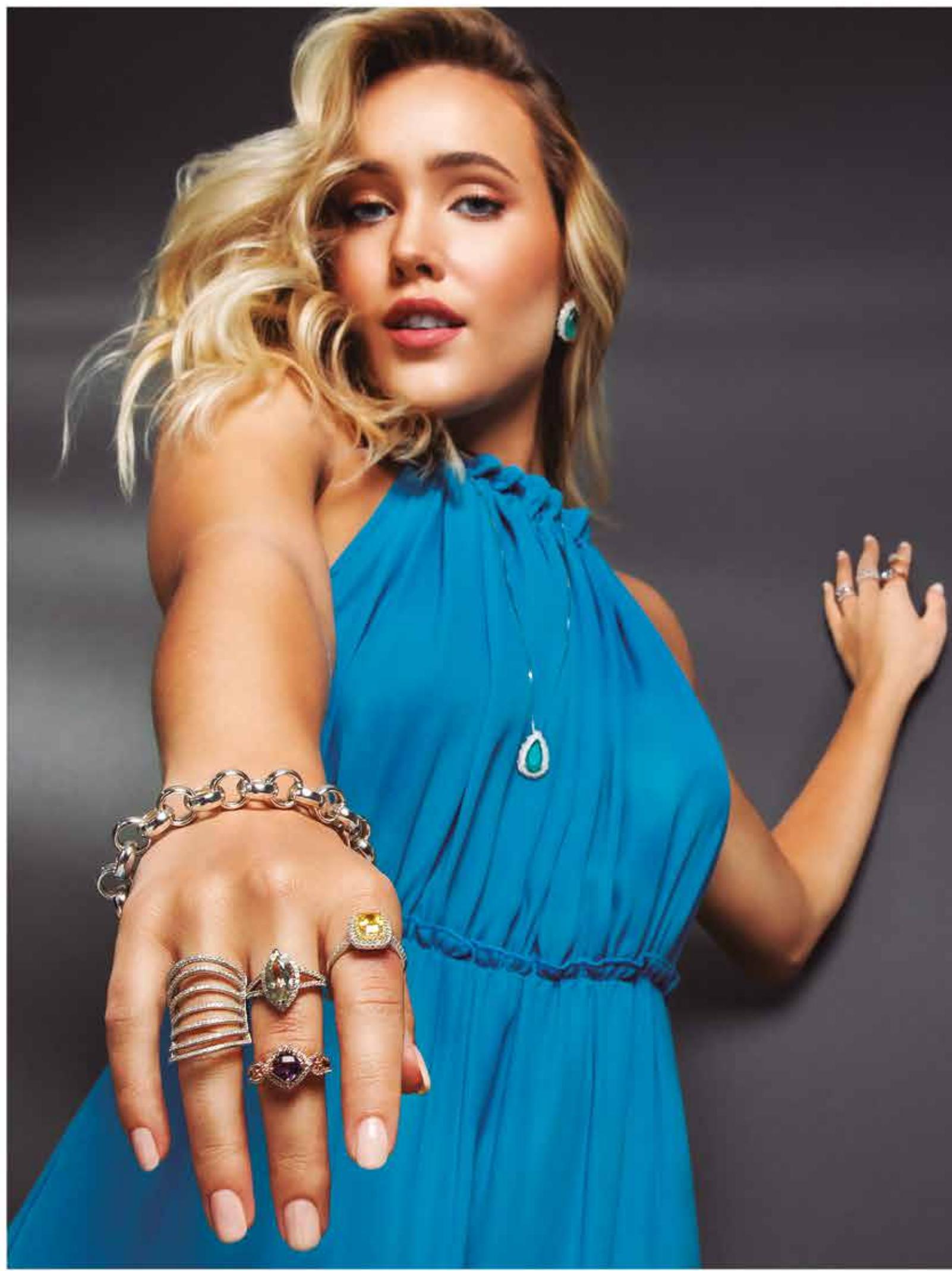


Coleção Diamantes



Siga a Benne Fatto
nas Redes Sociais





Di ROMA

JOIAS EM PRATA O INVESTIMENTO
IDEAL PARA SEU NEGÓCIO.

17 4009 3500 | @DIROMABRASIL | 17 98805 8295



“ Eu enxergo a revista como um veículo atemporal, que tem uma seleção de muito bom gosto dos designs apresentados e de tudo o que acontece na joalheria nacional. Tenho muito respeito por todos os profissionais que são publicados na revista. A meu ver, quem está na F. Magazine tem muita credibilidade e merece crédito. Parabéns a toda equipe. ”

Melina Machado - Joalheira
São Paulo - SP

“ Uau, que luxo é essa F. Magazine! Poderosa mesmo!!! Na minha opinião, se trata de um veículo impactante e que certamente agrupa valor aos profissionais do setor joalheiro, pois é muito bem editada e conta com ótimas reportagens. Fico muito honrada em fazer parte e espero que os leitores também estejam gostando dos meus artigos. ”

Leila Navarro
São Paulo - SP

“ Foi com muita satisfação que recebi o exemplar da F. Magazine que conta com reportagem a qual tive o prazer de contribuir. Agradeço a gentileza e me coloco à disposição para esclarecer eventuais dúvidas. Abraço cordial! ”

Alexandre Atheniense
Alexandre Atheniense Advogados

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

 **GUINDANI**

51 3227 5512 | www.guindani.com.br

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

Edição 34 - 2022

Janeiro - Junho | Ano 11

Realização

Prieto&Associados

Editor Executivo

Carlos Eduardo Prieto

Editor

Ecio Barbosa de Moraes

Planejamento

Evandro Prieto

Diretora de Redação

Cláudia Santana

Jornalistas

Clara Lemos, Caroline Sanches e
Gabriel Moura

Colaboradores

Eliana Gola, Italo Marsili,
Henrique Grolla Vido,
Jana Tonazzio e Maurício Favacho

Projeto Gráfico

Prieto&Associados

Direção de Arte

Rachel Fornis

Assistente de Arte

Rafael C. Fernandez
Karolanny C. Dantas Araújo

Revisão

Jéssica Prieto

Atendimento

Manoela S. Tillmann

Comercial

Prieto&Associados

Financeiro

Ingridy Hilario

Imprensa Internacional

Clarissa Maciel

Impressão

Stilgraf

PRIETO
ASSOCIADOS
e d i t o r a

IBGM
INSTITUTO BRASILEIRO
DE GEMAS & METAIS PRECIOSOS



Joias: *Goldbacker*

Coleção: *New Ladies*

Modelo: *Juliana Miranda*

Foto: *Bruno Liba*

Make: *Gisele Barbosa*

Moda: *Jake Gois*

Produção: *Bruno Liba*

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.



TERRITÓRIO INOVA



O único lugar do mundo das joias em que você encontra:

- A MELHOR TECNOLOGIA
- O DESIGN MAIS CRIATIVO
- MARKETING DE USO GLOBAL

**EXPANDA SEU SUCESSO EM
NOVOS TERRITÓRIOS COM A
CULTURA DE INOVAR**

**AGUARDAMOS SUA VISITA
EM NOSSO TERRITÓRIO!**

74ª FENINJER

07 a 10 de fevereiro de 2022
Segunda a quarta | das 10h às 20h
Quinta | das 10h às 18h

Expo Transamérica
Av. Dr. Mário Vilas Boas Rodrigues, 387
Santo Amaro - São Paulo/SP - Brasil

Mais informações em:
atendimento@grupoinovajoias.com.br | (11) 3275-3150

Deri Joalheiros apostava no luxo contemporâneo para brilhar em 2.022

Gemas excepcionais e de brilho intenso tornam as novidades da empresa irresistíveis

Apostando alto na recuperação do mercado joalheiro, que mostra sinais de que o consumidor deseja cada vez mais peças nobres, que se sobreponham à efemeridade da moda, a Deri Joalheiros apresenta novidades de alto impacto e muito brilho. Sua nova coleção é um convite a uma imersão no maravilhoso mundo das pedras preciosas.

As joias da marca se concentram em magníficos exemplares de gemas raras, como a turmalina Paraíba. O verde-água da pedra revela facetas encantadoras e define o tom para a sofisticada e inspiradora jornada da Deri rumo a um 2.022 radiante.



A pedra tem se destacado no mercado de luxo, se posicionando como uma das mais desejadas da alta joalheria. Para se ter ideia, a cada 10 mil diamantes garimpados, existe apenas uma única turmalina paraibana.

Além do mais, ao contrário dos diamantes, a turmalina paraibana não é frequentemente encontrada em tamanhos grandes, o que significa que algo acima de dois quilates é extremamente incomum.

Essa atmosfera de exclusividade e requinte pauta o espírito de toda coleção da Deri, estando presente até mesmo nas peças mais leves. Para conhecer todas as novidades, não deixe de visitar o stand na empresa na 74ª FENINJER. •

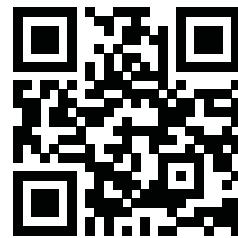


Deri Joalheiros

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

Conheça as novidades da 74ª FENINJER

Edição oferece mais conforto e
comodidades para expositores e visitantes



Acesse o Portal
FENINJER

Você está otimista com a recuperação do setor a partir desse ano? O IBGM está! Prova disso é que a entidade já está se preparando para a expansão que deverá acontecer nos próximos meses e levou a FENINJER para um local muito mais amplo, confortável, moderno e seguro.

A 74ª edição da feira acontecerá no Transamérica Expo Center, local que atende às diretrizes do novo plano de expansão da FENINJER. Esse otimismo é pautado no

crescimento que as empresas do ramo apresentaram em 2.021. De acordo com as projeções para esse ano, as joias têm espaço para crescer entre os consumidores que buscam objetos de luxo não descartáveis.

Essa virada tão desejada e aguardada por todos os profissionais do segmento deverá ser marcada com a realização dessa edição, que está mais especial do que nunca. Fique por dentro de todas as novidades do evento e programe já a sua visita!





Feira acontecerá no “melhor centro de convenções do Brasil”, segundo o World MICE Awards

Depois de anos, o Transamérica Expo Center volta a ser palco da FENINJER. Após investir no aprimoramento de sua estrutura, o centro conquistou o World Mice Awards 2.021 na categoria “Melhor Centro de Convenções do Brasil”.

A premiação é uma iniciativa global para reconhecer e recompensar a excelência na indústria ligada à área de eventos e turismo de negócios. Os votos foram dados por profissionais ligados a esses segmentos e pelo público. Estamos felizes em anunciar que somos campeões do World Mice Awards 2.021 na categoria “Melhor Centro de Convenções do Brasil”.

De acordo com o Transamérica, esse prêmio só foi possível graças à dedicação e comprometimento de toda a equipe, que trabalha diariamente para entregar inovação e excelência em todos os eventos que realiza.

Atualize seu conhecimento e programe-se para a série de palestras

Atendendo a pedidos, o tradicional ciclo de palestras da FENINJER estará de volta nessa edição. A programação das apresentações acontecerá no domingo, dia 06/02, a partir das 15h, no auditório do Hotel Transamérica.

Para conferir os horários, temas e convidados das palestras, fique ligado no Portal FENINJER (feninjer.com.br). A programação completa está disponível no site e nas redes sociais da feira.

Conforto e alimentação são pontos fortes do novo ambiente da feira

Sabemos que você vai querer conferir cada metro quadrado da FENINJER, por isso o local da feira conta com um espaço exclusivo para proporcionar um momento para os visitantes recarregarem suas energias entre uma compra e outra.

O ambiente de descompressão e convivência está localizado no Boulevard premium do Transamérica Expo Center e conta com área verde, espreguiçadeiras, pergolados e quiosques de alimentação.

Outras comodidades que o complexo oferece aos visitantes é o estacionamento coberto e o serviço de transfer cortesia entre o pavilhão de exposição e o Hotel Transamérica.

“O ambiente de descompressão e convivência está localizado no Boulevard premium do Transamérica Expo Center e conta com área verde, espreguiçadeiras, pergolados e quiosques de alimentação.”

Canal direto com a FENINJER

Para manter contato direto com a organização da feira, salve em seu WhatsApp o número 11 9 9426-1868. Através desse contato, você poderá encaminhar suas dúvidas ou solicitar informações de maneira mais rápida e garantir o recebimento de comunicados importantes sobre a feira. •



Salve o contato da FENINJER e receba tudo em primeira mão!

Goldbacker presta homenagem às “New Ladies”

Linha contempla joias contemporâneas para mulheres modernas que valorizam as tradições

Depois de conquistarem espaço na sociedade, as mulheres já sabem que podem exercer múltiplos papéis. Não precisam escolher entre ser uma profissional de sucesso ou cuidar da família. Elas podem tudo e sabem que merecem mais! Em homenagear essas “New Ladies”, a Goldbacker apresenta uma linha com novidades de vários estilos.

Para essas novas ladys da sociedade contemporânea, guerreiras e maleáveis, rígidas quando necessário e flexíveis sempre que as circunstâncias exigem, a empresa criou joias com design contemporâneo. As peças destacam desde gemas coloridas e peças articuladas, cheias de bossa e movimento, até braceletes rígidos, no melhor estilo “Mulher Maravilha”.

www.goldbacker.com.br

[f /goldbacker](https://www.facebook.com/goldbacker)

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

Q +55 (11) 9 5808-3040

“Para essas novas ladys da sociedade contemporânea, guerreiras e maleáveis, rígidas quando necessário e flexíveis sempre que as circunstâncias exigem, a empresa criou joias com design contemporâneo.”

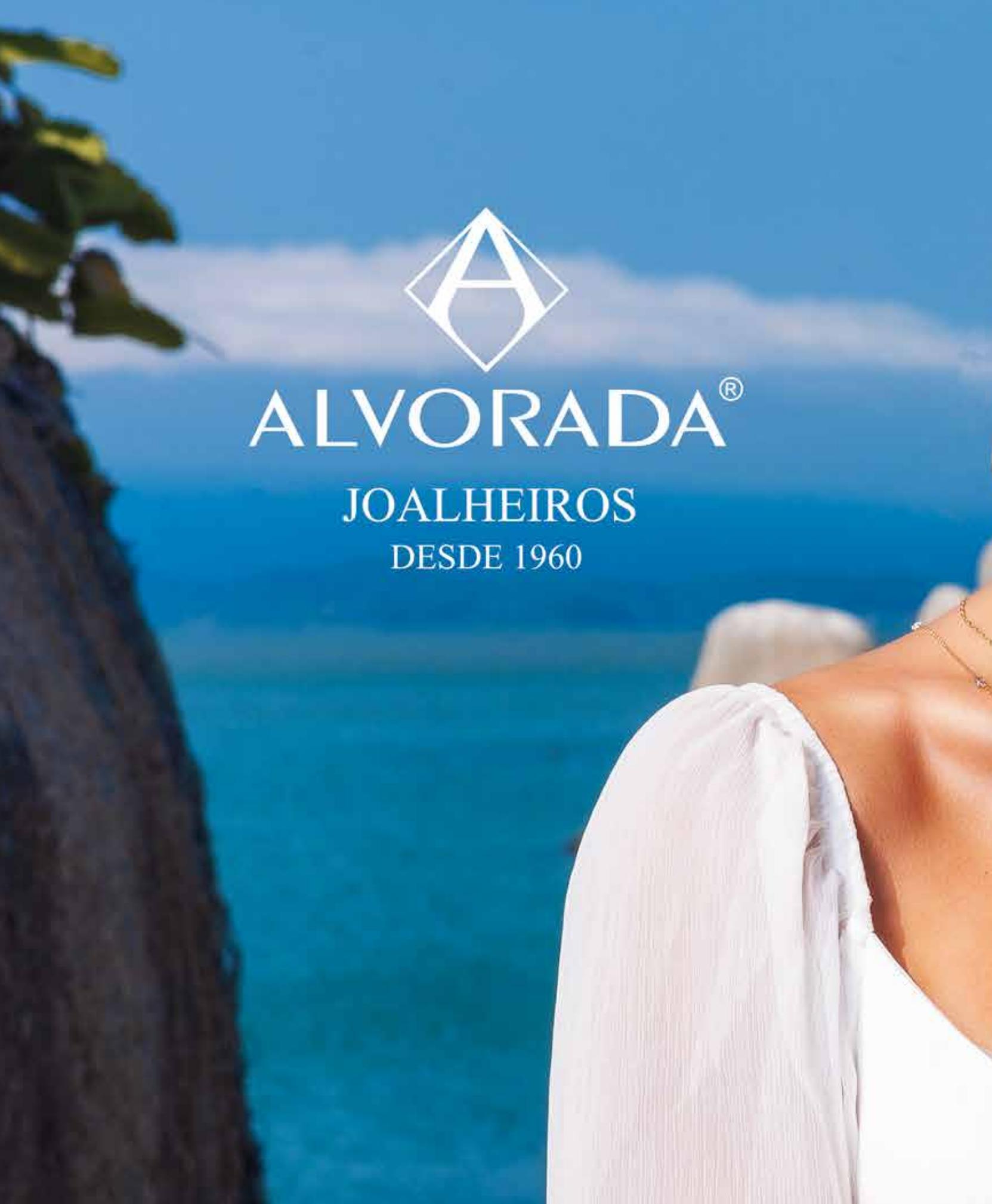
De acordo com a equipe de design da Goldbacker, há um movimento na nossa sociedade liderado por mulheres que valorizam a família e as tradições que tornam o lar um ambiente de convivência mais agradável.

Nesse cenário, as joias são valorizadas e representam um reconhecimento à essa mulher que cuida dos detalhes da casa e do bem estar da sua família, ao mesmo tempo em que se dedica ao seu trabalho e aos seus sonhos pessoais. Desse desejo de manter o legado da família surge o resgate da tradição de passar as joias para suas filhas, fato que exige que o design esteja acima dos modismos.

Essa ligação entre os costumes do passado com a vida moderna inspirou a Goldbacker a batizar as coleções com nomes femininos usados por famílias tradicionais, como Maria Eugênia, Maria Tereza, Ana Luísa, Ana Vitória, entre outras. Uma reverência a todas as mulheres que reinventam todos os dias, como amor, as tradições de família. •







A

ALVORADA®

JOALHEIROS

DESDE 1960

AGUARDAMOS VOCÊ NA 74ª FENIJER



www.alvoradajoalheiros.com.br

(54) 3213-7223





Atelier 7G

encomendas@atelier7g.com.br

www.backerdesign.com.br

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

[f backerdesignoficial](https://www.facebook.com/backerdesignoficial) [i backe](https://www.instagram.com/backerdesignoficial)

BACKER
DESIGN





Faça parte

Serviço de assinatura conquista profissionais do setor joalheiro que buscam se manter bem informados

Plataforma exclusiva inclui muitas funcionalidades e inova o setor

Na era digital, informação de qualidade vale ouro. Para quem não tem tempo a perder e deseja se manter bem informado e atualizado sobre tendências e novidades do setor joalheiro, o Gold Clube hoje é a solução mais assertiva e eficiente.

Inovador, esse serviço de assinatura em pouco mais de três meses já conquistou a atenção de boa parte dos profissionais que hoje buscam uma curadoria confiável no que se refere ao mundo das joias.

Atualmente o Gold Clube oferece a cada quinze dias, catálogos de joias com mais de 100 peças das principais marcas do setor, além de e-books sobre os principais temas que todo profissional do ramo precisa estar atualizado,

e aulas ao vivo, onde é possível ter contato direto com especialistas em administração, marketing, experiência do cliente e muito mais.

Todo esse material é enviado tanto por e-mail como pelo whatsapp do assinante. A entrega dos conteúdos são facilitadas para proporcionar praticidade, de modo que o assinante tenha a liberdade de ler a qualquer hora e em qualquer lugar.

Os associados do clube também contam com oportunidades que podem ser compartilhadas, inclusive, com suas equipes. Afinal, os colaboradores também precisam estar por dentro do que acontece no ramo. ☺





“Não perca nossa promoção de assinatura, acesse nosso site goldclube.com.br, garanta nosso preço especial e conheça todas as vantagens de fazer parte de um clube focado em você e na sua joalheria.”

Como você pode fazer parte desse clube exclusivo?

O serviço está disponível a todas as pessoas que atuam no setor. Não perca nossa promoção de assinatura, acesse nosso site goldclube.com.br, garanta nosso preço especial e conheça todas as vantagens de fazer parte de um clube focado em você e na sua joalheria.

Você não pode ficar de fora!

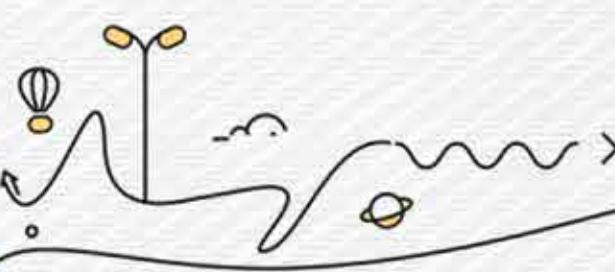
Se você ainda não fez a sua assinatura, está na hora de entrar para o clube e ter acesso a todas as suas vantagens! Veja aqui o que os assinantes têm direito:



- ✓ Lançamentos escolhidos a dedo pelas maiores empresas da indústria joalheira do Brasil.
- ✓ Conteúdos relevantes para o seu negócio!

S



coleção
Penonare 
outono/inverno 2022



Livian Foto: Luiz Autmo - Imagem Unimark

(17) 3216 9050 - São José do Rio Preto - SP - comercialrp@gruposolid.com.br



Bem vindo!

"Suba o primeiro degrau com fé. Não é necessário que você veja toda a escada. Apenas dê o primeiro passo."

Alberto Gómez King



SOLID
GRUPO



 facebook.com/drwjoias
 +55 17 98133-1558

 **AMAGOLD**
AMERICAN GOLD
MANUFACTURER
ASSOCIATION

DRW
JOIAS

17 3225.9563 - 3224.1488 - DRWJOIAS.COM.BR



DRW

JOIAS

17 3225.9563 - 3224.1488 - DRWJOIAS.COM.BR



Sem censura: as peças ganham volume, aumentam o brilho e explodem o desejo de quem ama a joalheria



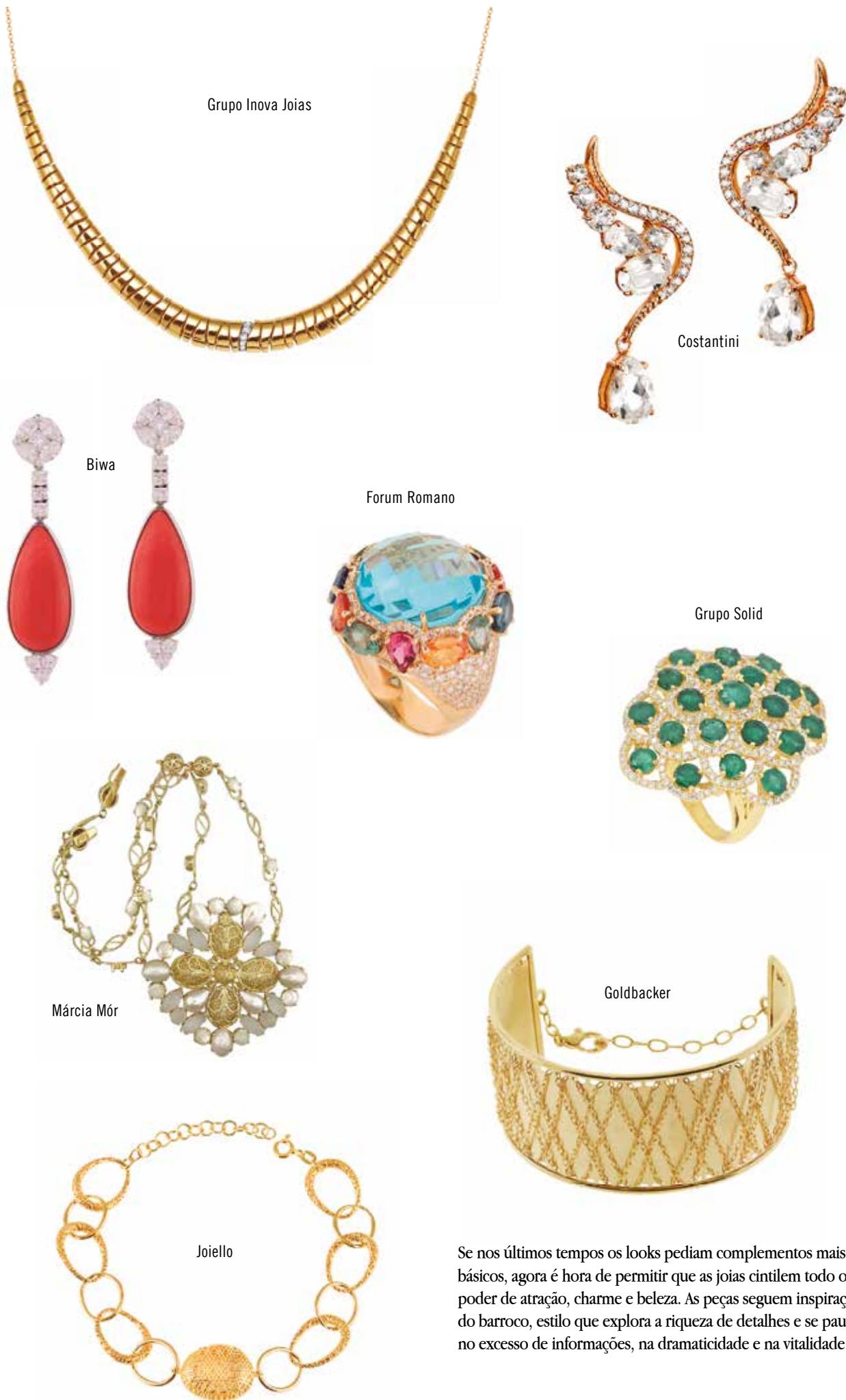
Grupo Solid

Márcia Mór



Questão de exagero!

O que é bonito é para ser mostrado, certo? Esse é o conceito que toma conta da alta joalheira na temporada 2.022. Depois de anos de comedimentos, os designers não estão mais a fim de deixar nenhum quilate passar despercebido!



Se nos últimos tempos os looks pediam complementos mais básicos, agora é hora de permitir que as joias cintilem todo o seu poder de atração, charme e beleza. As peças seguem inspiração do barroco, estilo que explora a riqueza de detalhes e se pauta no excesso de informações, na dramaticidade e na vitalidade.



Biwa



Grupo Solid



Forum Romano



Costantini



Grupo Inova Joias

Joiello



Márcia Mór



Forum Romano



Costantini



Joiello



Márcia Mór

Grupo Inova Joias



A tendência vem sendo muito explorada pelas maisons de luxo, que aproveitam para turbinar suas vitrines com gemas nobres em tamanhos exagerados, fora do padrão. Para quem já está cansada do minimalismo nosso de cada dia, essa trend de luxo é uma festa. Divirta-se! •



A&B Metais

Riviera Lovers



Coleção inspirada nas famosas e clássicas rivieras. Neste segmento ousamos, inovando a forma "clássica" de produzir, acrescentamos corações e usamos os tons das pedras brasileiras que estão em alta e são tendência para este verão.



(81) 3081-0381 / (81) 3224-2760



comercial@aebmetais.com.br

Fale com nossa equipe.



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





EM PARCERIA COM:



 @lloydcontinental
www.lloydcontinental.com.br

 **TOKIO MARINE**
SEGURADORA
NOSSA TRANSPARENCIA, SUA CONFIANÇA



**Nem sempre quem está de olho
em sua vitrine é cliente.**

Faça um seguro Lloyd para sua joalheria.

Peça já sua cotação:

• (17) 3231 9988 • (17) 99144 9403

Cote também outros seguros: EMPRESA | VIDA | AUTO

LLOYD CONTINENTAL
CORRETORA DE SEGUROS



Tendência vintage resgata clássicos da joalheria, como camafeu, relicário, anel de dedinho e outras joias consideradas com carinha de antiga



Grupo Inova Joias



Biwa

Resgate vintage

As joias de vovó, como camafeu, relicário, anel de dedinho e outras peças, ganham uma nova roupagem e se tornam queridinhos novamente. A vibe abre espaço para clássicos marcantes da joalheria, mostrando que o old fashion é tentador para quem busca um visual moderno e atualizado.



AMAGOLD
OURO CERTIFICADO

SOFISTICAÇÃO



SEVEN METAIS
Contato pelo WhatsApp



Fale com nossa equipe.



sevenjoias.com.br +55 17 3214.7710



Márcia Mór



Forum Romano



Costantini



Joielo



Biwa

A tendência vem sendo chamada de neo vintage e confere um novo brilho às peças com carinha de antigas, dando a elas um ar contemporâneo. Esse retrô mais descolado é perfeito para quem gosta de misturar joias que são novidade com aquelas que já estão no porta-joias a algum tempo.

Poesia das *formas*



Somos **luz** e somos **sombra**. E este contraste é o equilíbrio que nos faz construir nossas emoções.

Somos luz quando iluminamos, quando criamos, quando expressamos nossas ideias. Somos sombra quando estamos do lado de dentro, mergulhados em pensamentos. A luz aquece, a sombra refresca. E ambas são necessárias para um equilíbrio perfeito.

Visite nosso **estande 61/62** na **74ª Feninjer** e conheça nossa **coleção completa**.

PELLE
GIOIELLI

pellegioielli.com.br
f [@pelle.gioielli](https://www.instagram.com/pelle.gioielli)

Márcia Mór



Forum Romano



Costantini



Joiello



Goldbacker



Biwa



Nessa linha os camafeus chamam a atenção. Criado há mais de 300 a.C., a joia tem conquistado um público jovem e antenado, que curte peças mais elaboradas. Assim como os relicários, que reconquistaram espaço nas melhores vitrines, eles são destaque em anéis, colares, brincos e broches, sempre apresentando um design romântico e cheio de charme. •

MÁRCIA MÓR JOIAS



Color
of
the
Year
2022

PANTONE

Very Peri
17-3938

AMETISTA LAVANDA A COR 2022

www.marciamorjoias.com.br

55 21 98179-1919 [@marciamorjoias](https://www.instagram.com/marciamorjoias) marciamor@marciamor.com





Andrea Matos Lopes
JEWELRY DESIGN

Radiante, novidades da Andrea Matos Lopes
revelam o brilho intenso das pedras preciosas

**Gemas Coradas:
Hot Trend de 2022**

As gemas coradas sempre foram destaque na linha da Andrea Matos Lopes, mas para 2022, a marca intensificou ainda mais a sua cartela de cores. As novidades chegam ainda mais radiantes e vibrantes, revelando energia, glamour e puro êxtase.

“A cor é a tendência mais forte na joalheria nessa temporada. As tonalidades das pedras estão cada vez mais ousadas e vibrantes, mostrando que há muito espaço para gemas coradas. É como se a joalheria redescobrisse que seu potencial vai muito além dos diamantes, safiras, rubis e esmeraldas”, revela Andrea Matos Lopes, CEO da empresa e responsável pelo design da coleção.

Ametista, green gold, prasiolita, topázios e citrinos, além de outras pedras, são destaque em joias de design que passeiam entre o clássico e o contemporâneo. São releituras que a empresa apresenta expressando otimismo à medida que olha para um futuro mais radiante.

“A cor agora está no coração das joias. Ouvimos nossos clientes e o mercado para criar essa coleção e percebemos que há um desejo forte por peças atemporais com pedras mais encorpadas e de cores mais fortes. Se trata de uma tendência que está só no começo e ainda vai longe”, afirma Andrea.



Entre o destaque das novidades estão os colares que fazem uma releitura muito mais turbinada das clássicas rivieras. O modelo deixa para trás a mesmice e a monotonia, valorizando pedras coradas maiores e mais sedutoras. Todo esse volume extra gera um efeito espetacular na joia, que ganha muito mais brilho e glamour, e se transforma em um objeto muito chamativo e desejado. São criações arrojadas, que valorizam looks de todos os estilos.

As fashionistas têm usados dois ou até mais modelos combinados de uma só vez, brincando com o contraste de cores das gemas ou até mesmo explorando a mesma tonalidade em dose dupla. Já para um efeito menos carregado, pode-se usar apenas um colar, que impressiona bem sozinho.

Para conhecer a linha completa da Andrea Matos Lopes, visite o stand da empresa na 74ª FENINJER ou acesse o site www.andreamatoslopes.com.br. •

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



Esmebras



O Luxo está em Alta

O crescimento do mercado de luxo no Brasil foi um dos grandes marcos na pandemia. É uma grande oportunidade para trabalhar com Alta Joalheria, e a Esmebras é uma empresa especializada em fabricação de joias de alto padrão mundial e lapidação de gemas naturais que impressionam pela beleza e qualidade, em Ouro 18k.

A Esmebras é uma empresa familiar brasileira que atua no mercado desde 1960, fornecendo gemas naturais e joias para o mercado internacional. É uma das maiores empresas do Brasil, responsável por ditar tendência no ramo da joalheria, e se destaca entre as demais por possuir um portfólio de joias com os mais variados estilos, desde o clássico até incríveis masterpieces de luxo.

Como especialista em gemas naturais, a Esmebras reserva um estoque raro e de tirar o folego de gemas como: Esmeralda, Turmalina Paraíba, Tanzanita, Diamante, Rubelita, Turmalina Rosa, Topázio, Ametista, entre outras.



Com a pandemia, o olhar para o passado ganhou força inédita e o termo “nostalgia” nunca foi tão usado em tantos cenários diferentes em simultâneo. Na moda ficou evidente a força total do resgate das décadas de 80, 90 e 2000, isso foi o resultado do estresse pós-traumático que o mundo sofreu com a pandemia, isso fez com que os consumidores favorecessem aquilo que “lhes soa familiar”. E para esse novo ano de 2022, a Esmebras desenvolveu coleções que vão da tradicionalidade a experiência. São o relançamento dos clássicos; a modernização das peças retrô; o esforço para divertir as pessoas com peças curiosas; e talvez um dos mantras mais importantes, tentar aproximar gerações em vez de dividi-las.

As joias Esmebras transmitem gerações.



Profusão de cores transforma as joias em irresistíveis jardins preciosos



Grupo Solid



Márcia Mór

Ode à alegria

Depois do maior flagelo de todos os tempos, o mundo volta a respirar aliviado e vislumbrar um futuro melhor, mais alegre e vibrante. A joalheria celebra esse momento transformando as vitrines em verdadeiros jardins com gemas multicoloridas.



Forum Romano



Costantini



Biwa



Joiello

Grupo Inova Joias



Márcia Mór



Goldbacker

As peças ganham paletas variadas de cores, partindo dos tons mais fechados e suaves, como os derivados de azul e roxo, indo até o quente das pedras laranjas e vermelhas.





Costantini



Goldbacker



Biwa



Forum Romano



Grupo Inova Joias



Márcia Mór

Entre as novidades, há designs que exploram a beleza dos tons sur tons, até peças que brincam com o jogo de contrastes de forma bastante original. As lapidações e formatos também variam bastante, mas sempre de forma harmônica e com muito estilo.



Biwa



Goldbacker



Forum Romano



Grupo Inova Joias



Costantini



Márcia Mór

O que vale mesmo é se enfeitar, celebrar e entender que é tempo de sorrir e voltar a ver o lado colorido e belo da vida. •



PAIXÃO
JOIAS



74º Fenijer

Transamérica Expo Center SP

7 a 10 de Fev



 PAR
JOIAS





A Art'G, genuinamente
carioca, vem conquistando
o Brasil e o mundo

ART'G
SINCE 1984
CONTEMPORARY JEWELRY

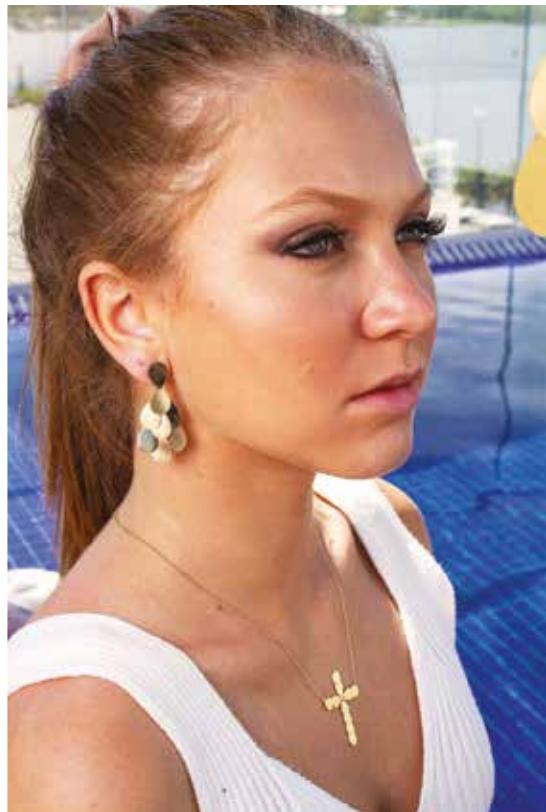
Desde 1.984 a Art'G vem criando joias para atender ao mercado brasileiro e agora conquista o mundo com suas joias contemporâneas, sofisticadas e com muito design.

O designer Márcio Granatowicz busca inspiração nas belezas naturais do nosso país e cria joias como pequenas obras de arte.

Com fabricação 100% manual, a Art'G consegue personalizar e adaptar suas peças para atender às necessidades dos lojistas e revendedores.

A Art'G espera a todos na 74ª Feninjer com muitos lançamentos. •

ART'G
CONTEMPORARY JEWELRY



NOS CHAME DIRETO PELO WHATSAPP

artg.com.br
✉ artg@artg.com.br
⌚ @artg.rio
📞 +55 (21) 97133-2800



NOVA COLEÇÃO
EXCLUSIVA E LICENCIADA

Frida Kahlo
por CADENA

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



coleção:

Masculina

CADENA

cadenajoias.com.br

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

@cadenajoias



CADENA

cadenajoias.com.br

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

@cadenajoias

COLEÇÃO OS 7 CHAKRAS



CADENA

cadenajoias.com.br

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

@cadenajoias

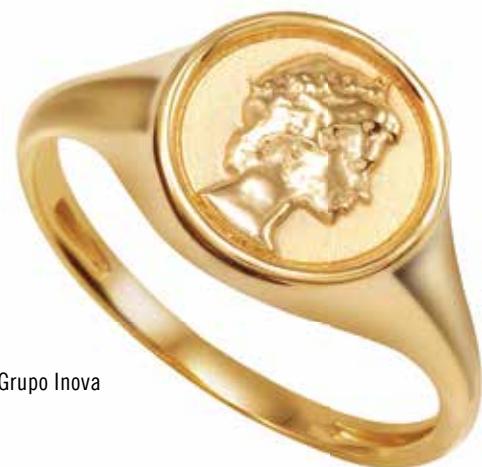


Anéis de sinete lacram o mundo fashion nessa temporada

Costantini



Grupo Inova



Old Fashion

Em tempos de redes sociais, imprimir a nossa marca pessoal no mundo exige símbolos que representem a nossa personalidade. Os anéis de sinete prestam uma valiosa ajuda a quem busca carimbar sua identidade através de um selo pessoal único, literalmente lacrador. Por essa razão, além do inegável charme, voltaram com força às vitrines das joalherias.

Os primeiros anéis de sinete surgiram a mais de 3.500 a.C., no Egito e apresentavam uma estampa de brasão da família ou a inicial de seu dono, sendo utilizado normalmente para carimbar ou assinar um documento. Segundo consta, alguns dos documentos mais importantes da história foram carimbados com um anel desse tipo.



Grupo Inova



Costantini



Costantini



Joielo



Grupo Inova



Costantini

Nessa época, os anéis eram feitos a partir de um design ricamente elaborado, difícil de ser copiado. Em razão dessa exclusividade, o carimbo estampado em algum documento era aceito como um selo de autenticidade superior à própria assinatura. Para se ter ideia da importância dessa joia, no século XIV, o Rei Eduardo II decretou que todos os documentos oficiais fossem assinados com seu anel de sinete para evitar falsificações.

Esse costume ficou para trás, mas a beleza e a representatividade do modelo permanecem até os dias de hoje. Nessa temporada, os anéis ganham design atemporal e são valorizados por detalhes personalizados, como iniciais de nomes, símbolos ligados às hobbies e profissões, e muitas outras declarações que podem ser customizadas. São peças especiais quando se trata de demonstrar personalidade e autoestima. Não podem faltar no mix das joalherias mais antenadas. •



Quem conta a sua história
É VOCÊ

*aproveite cada
momento especial*



S Senha

#VIVAOMOMENTI



Joias que seduzem
e conquistam a todos



Faça parte da história
de cada cliente.

Todas elas são inesquecíveis





*Colecione Momentis e
fale sobre você com as joias
que você mostra ao mundo*

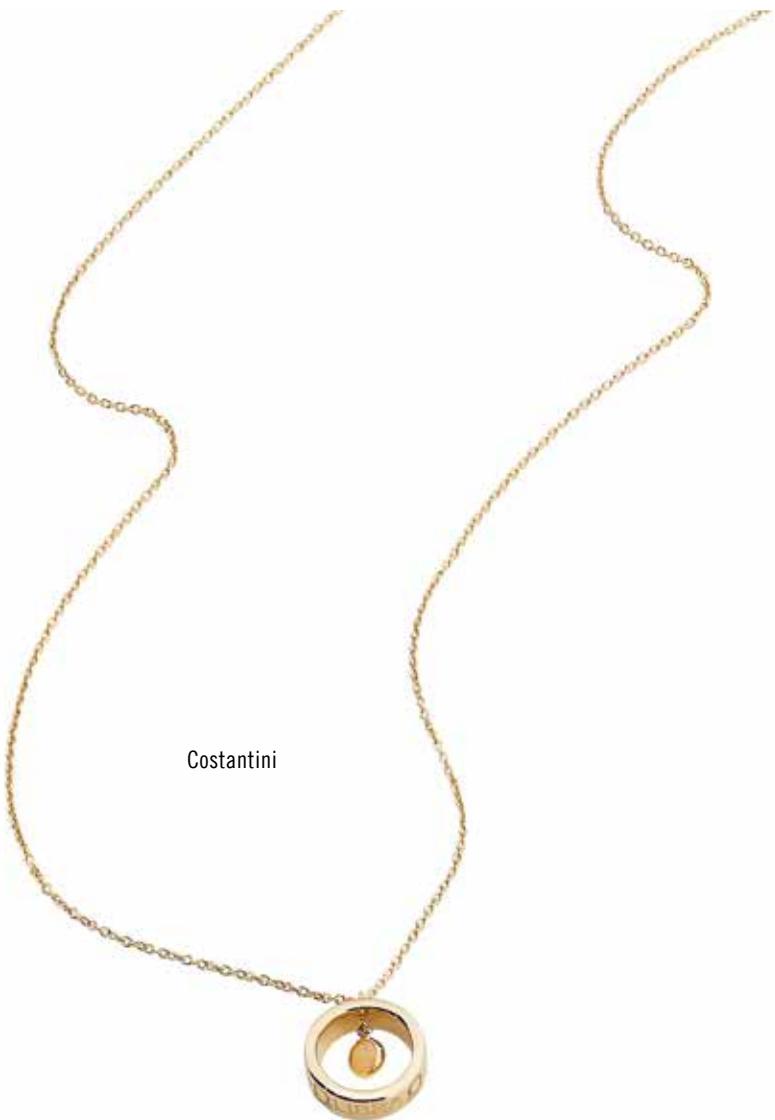


S Senha

#VIVAOMOMENTI



Joalheria revive onda mística e atualiza os designs das peças ligadas ao mundo esotérico



Mapa do Céu

Em pleno século 21, marcado pelo avanço da tecnologia, falar de misticismo não é exclusividade apenas dos esotéricos. Esse universo já tomou conta do Zeitgeist, da moda e da joalheria.

Forum Romano



Costantini



Grupo Inova Joias

Márcia Mór



Goldbacker





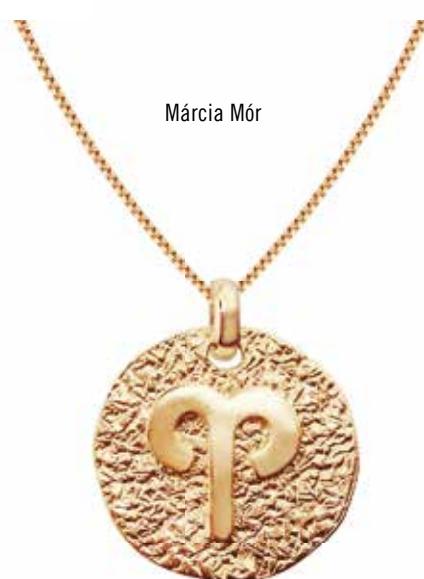
Forum Romano



Grupo Inova Joias



Biwa



Márcia Mór



Goldbacker

A onda mística vai bem, obrigado, e a cada dia ganha mais força. Signos, tarô, pedras e cristais, além de símbolos ligados à devocão chegam a essa temporada em forma de joias com design contemporâneo, atualizadas à influências da moda atual.



Tudo para suprir as necessidades de quem busca explicações para aquilo que não se pode prever e também apoio espiritual para levar vida de uma forma leve e com proteção e significado. Que assim seja! •



 **PAR**
JOIAS



⌚ 17 99218.0977 | 17 3214.5880 | São José do Rio Preto/SP | parjoias  

HORA DE INOVAR

Em um contexto de mudanças e atualizações, torna-se imprescindível para as empresas investirem em cultura de inovação



Inovação: como colocar sua joalheria nessa trilha

Clara Lemos

O que as maiores empresas da atualidade: Google, Apple, Amazon e Microsoft têm em comum, além de serem do ramo da tecnologia? São empresas que investem fortemente em inovação. Mas este valor não precisa ser exclusivo das grandes empresas, pode e deve ser adotado também pelas pequenas e médias. O mundo pós-pandemia exige adequação e atualização, as empresas que estão abertas para o novo em suas práticas estão mais preparadas para atender ao consumidor 2.0. Implantar a **cultura de inovação** não é apenas adicionar novidades ao dia a dia da empresa, mas atualizar processos e rotinas, além da mentalidade da chefia e dos colaboradores.

Para Tânia Telles, palestrante e mentora de gestão estratégica de pessoas, a palavra de ordem é **integração**: “quanto mais integrada a liderança, menos desgastes e conflitos, mais engajamento e senso de pertencimento da equipe, mais valor para os clientes e mais resultado para a organização. Para que a integração ocorra, é necessário primeiro ampliar o olhar para o contexto em que a organização está inserida, para a empresa e para as pessoas de uma forma sistêmica”. A partir disso, é importante perceber como uma liderança integradora faz toda a diferença. Ainda segundo Telles, “todas as organizações foram afetadas e tiveram que se adaptar às estratégias de operação, ao novo modelo de consumo e, principalmente, à aceleração digital”.



O que diz respeito à **transformação digital**, que consiste em utilizar a tecnologia para facilitar e agilizar os processos dentro da empresa, solucionando problemas de maneira mais rápida e eficiente. Os principais benefícios ocasionados pela transformação digital são: melhora da comunicação entre colaboradores, tornando equipes mais sincronizadas; diminuição da burocratização, automatizando processos que anteriormente eram demorados e dispendiosos; a possibilidade da visualização de dados de forma mais precisa, favorecendo as tomadas de decisões; métricas e análises de desempenho mais sofisticadas, o que contribui para o diagnóstico correto da situação da empresa, apontando os caminhos a seguir e, por último, os canais de comunicação instantâneos e integrados com os clientes, o que melhora consideravelmente o atendimento.

Além da integração e da transformação digital, a **cultura de inovação** diz respeito também ao mindset dos líderes e colaboradores, o que abrange uma série de valores, ideias, comportamentos e hábitos que precisam ser repensados e adotados no cotidiano de uma empresa que busca por inovação. Alguns deles são:

“A cultura de inovação diz respeito também ao mindset dos líderes e colaboradores, o que abrange uma série de valores, ideias, comportamentos e hábitos que precisam ser repensados e adotados no cotidiano de uma empresa que busca por inovação.”



1

Desburocratizar processos. Empresas burocráticas são aquelas que dificultam a implementação de novas ideias, através de processos longos e dispendiosos. Esta característica diminui consideravelmente a vontade dos colaboradores em inovar, reprimindo a criatividade. Para que novas ideias surjam, é necessário criar um ambiente propício para a experimentação.

2

Criar um ambiente propício à boa comunicação. Criar um ambiente de trabalho, presencial ou remoto, onde os colaboradores tenham abertura para interagir e trocar ideias afeta positivamente todo o processo de criação e produção. Incentivar a criatividade dos colaboradores e dar atenção às suas ideias faz toda a diferença para a implantação da inovação.

3

Ser tolerante aos erros. Para que o processo de criação seja verdadeiramente livre, é necessário que seja permitido errar. Crie um ambiente leve, onde os colaboradores possam colocar suas ideias em prática, desde que previamente discutidas e acordadas, e dê a liberdade que ele precisa para tentar e talvez errar. A partir disso, é possível fazer adequações e reformulações, e daí nascer um projeto relevante.

4

Incentivar práticas inovadoras. Para que os colaboradores sejam estimulados a sair da zona de conforto, é interessante criar bonificações para aqueles que se empenham em novas práticas. Pode ser por meio de promoção ou aumento, parabenizá-lo em uma reunião da equipe, dar tempo livre para que estruture novos projetos, etc.

5

Ter métricas de inovação. Para saber o quanto práticas inovadoras afetam positivamente sua joalheria, crie métricas para avaliar quantitativa e qualitativamente o impacto destas mudanças. A partir disso, será possível saber com mais clareza qual caminho inovador seguir e quais ideias beneficiar. •

“Para saber o quanto práticas inovadoras afetam positivamente sua joalheria, crie métricas para avaliar quantitativa e qualitativamente o impacto destas mudanças.”

Checklist da Inovação

Para ter uma ideia do grau de inovação que sua joalheria está hoje, marque na lista das principais tendências inovadoras o que sua empresa já está aplicando:

- 1 - Ambiente de trabalho leve e estimulante
- 2 - Flexibilidade no trabalho
- 3 - Implementação da transformação digital
- 4 - Investimento em inclusão e diversidade de pessoas
- 5 - Reuniões focadas em brainstorming
- 6 - Adoção de ideias dos colaboradores
- 7 - Colaboradores com liberdade para experimentação
- 8 - Comunicação e fluxo de ideias eficientes entre colaboradores
- 9 - Chefia aberta às sugestões e que incentiva a inovação
- 10 - Desburocratização e agilidade como premissas

- Se você marcou **menos de 3 tendências, sua joalheria não está caminhando para a inovação.**
- Se você marcou **entre 3 e 6 tendências, sua joalheria está rumo à inovação.**
- Se você marcou **entre 6 e 10 tendências, parabéns, sua joalheria é inovadora!**



Piubela

 @PIUBELAOIAS

Fábrica - São José do Rio Preto
(17) 3301-3929 / (17) 99747-2321

Filial - São Paulo
(11) 3405-3263 / (11) 95317-2328



Сокол
2100070
2100050

Сова
2100130

Мулетка
2100084



EBIMBO

www.ebimbo.com.tr

Choker
2JP9165
AC00710

Colar Keshi
2JP9753
AC00668

Colar Keshi 3
2JP9756
AC00668

Colar Keshi 5
2JP9757
AC00668

Pulseiras
2JP8826
2JP9773



ZJP9165
AC00711



ZJP9760
ZJP9518

ZJP9767



ZJP9769

ZJP9768



ZJP9165
ACO0705

ZJP9701
ACO0688
ACO0668

ZJP9618

ZJP9479

Choker
2JP9163
AC00713

Colar terço
2JP9766
AC00708
AC00686

Pulseiras:
2JP9774
2JP9148



Biwa Showroom

Telefone: +55 (11) 3902-3974

WhatsApp: +55 (11) 991385644

biwadistribuicao.br

Biwa na Barão

Rua Barão de Itararé, 30

1º andar - Bar. 11/12

Telefone: +55 (11) 3407-1518

WhatsApp: +55 (11) 998162459

biwadistribuicao.br

facebook.com/biwabrazil

www.biwabrazil.com.br

www.biwa.com.br

Colar
Aço inox
Acrílico
Cristal
Acrílico
Acrílico
Acrílico



www.biwa.com.br

ZJP9165
AC00709

EBiwa



ZJP9764

ZJP9763



ZJP9774

ZJP9773

Pulseiras masculinas: a nova aposta da Biwa

Empresa mira nos homens para ampliar seu mercado



Após consolidar sua linha de joias para mulheres, a Biwa investe no público masculino para ampliar sua fatia no mercado joalheiro. A empresa está lançando diversos modelos de pulseiras para homens, todos carregados de estilo, detalhes preciosos e muito charme.

Se para eles estarem bem vestidos basta um bom jeans e uma camiseta branca, a Biwa sabe muito bem que para causar uma impressão diferenciada e com impacto é necessário ir além. "Hoje as pulseiras já se tornaram indispensáveis para o homem destacar a sua personalidade. Por isso criamos uma linha diversificada para que eles possam usar uma peça ou até um mix, de modo a revelarem sua marca pessoal", afirma Tania Zhang, diretora da Biwa.

As novidades têm design moderno e se destacam por sua simplicidade e linhas que combinam com qualquer tipo de look, do mais casual ao executivo sofisticado. Conferem ao visual masculino uma dose sob medida de distinção, elegância e sofisticação.

Para agradar esse exigente público, a empresa criou modelos com pedras naturais e uma paleta com cores neutras e sóbrias. Jade, olho de tigre, hematita, coral dourado, lava, ágata negra fosca ou lisa e murano de olho grego são alguns dos destaques da coleção, que aparecem em versões polidas, esculpidas e facetadas.

Conheça em detalhes as novidades da Biwa para o universo masculino no estande da empresa durante a 74ª FENINJER. •



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

BiWA



Escapulário
2JP9462

Pulseira
2JP9298



www.biwa.com.br

Setor investe em design para recuperar o brilho depois da pandemia

Veja as principais novidades do varejo

Amarre-se nessa novidade!

Indo além dos limites tradicionais da joalheria, a Vivara inova mais uma vez e amplia o seu mix de produtos. Dessa vez a joalheria lançou uma linha de lenços com estampas exclusivas para serem usados juntos com os berloques da marca Life. Versátil, a novidade pode ser usada sozinha, repleta de pingentes, no cabelo, no pulso e onde mais a criatividade permitir. As estampas dos lenços são inspiradas na força da natureza, em duas versões que evocam a brasiliade.

Foto: Divulgação Vivara

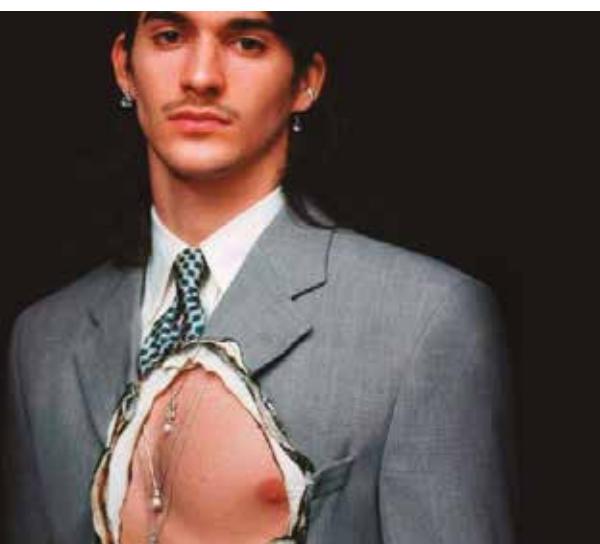


Foto: Divulgação Alan Crocetti

Designer brasileiro conquista europa com joias sem gênero

Mais um designer brasileiro desponta na europa e conquista celebridades com suas joias. Criado em Belo Horizonte e radicado em Londres, Alan Crocetti tem chamado a atenção do mercado com suas criações “genderless”, ou seja, sem gênero.

As campanhas de sua marca são verdadeiros manifestos nos quais homens, mulheres e “no gender” (identidade de gênero neutra), usam joias inusitadas, sexy e altamente desejáveis.

Provocativa, sexy e original, a coleção do designer foram parar nos red carpets. Celebridades como Miley Cyrus, Rihanna, Sam Smith e Dua Lipa estão entre as famosas que ostentaram looks com joias do artista.



Foto: Divulgação Gucci

O amor moderno na visão divertida da Gucci

Não há só uma forma de amar, assim como não existe uma única maneira de usar a nova coleção de joias Link to Love da Gucci. A linha que foi criada pensando no empilhamento, na disposição em camadas e na personalização, tudo para celebrar as formas multifacetadas pelas quais amamos e somos amados. Combinando metais e pedras preciosas com designs contemporâneos e divertidos, cada peça apresenta uma abordagem moderna, sem gênero e versátil, oferecendo novos símbolos para representar o amor em todas as suas formas. É o amor feito do seu jeito.

Karl Lagerfeld, do mito às joias

Um ícone não morre jamais e Karl Lagerfeld agora pertence a essa tribo. A empresa americana Jewelry Group anunciou que firmou contrato de licenciamento com a marca Karl Lagerfeld e lançará em março duas coleções de joias com o nome do estilista. Uma delas será denominada Karl Lagerfeld e a outra Karl Lagerfeld Paris. As novidades serão distribuídas junto como outras marcas do grupo, como Marchesa, Givenchy e Anne Klein. A linha Karl Lagerfeld terá como destaque elos de corrente grossos, logotipos grandes, com ângulos agudos e pegada rock and roll, tudo é claro, em versões de puro luxo. As joias serão crevejadas com pavês de cristal, hematita e uma mistura de vidro e metais premium. ♦



Foto: Divulgação Karl Lagerfeld



As Turmalinas pertencem ao grupo mineral com a maior extensão de cores, do incolor ao negro, são mais de 10 tonalidades e infinitos graus de intensidades.

No caso das Turmalinas Paraíba, as mais conhecidas são as de tons azuis, no entanto, a procura e raridade destas gemas não limitam-se a tal cor.

GRUPO
ILUMINI
JOIAS



Há uma ideia de que a incidência desta pedra ocorra somente no Brasil, porém o continente africano, atualmente, é o maior produtor. Esse fenômeno ocorre uma vez que, nossos continentes, há milhões de anos, já estiveram conectados.

Tendências do inverno 2.022

Jana Tonazzo

Versatilidade, conforto e atemporalidade serão essenciais nos looks da nova temporada

É impossível falar de tendência de moda sem considerar o impacto que a pandemia causou na forma como as pessoas consomem: o guarda-roupas cheio trouxe um vazio enorme.

É através desse foco que analisamos as tendências do inverno 2.022. O novo olhar sobre o consumo de moda trouxe consigo mais consciência. As peças atemporais representam esse estado de espírito, do que realmente faz sentido, não só neste inverno, mas também nos próximos.

Os cortes de alfaiataria, clássicos e atemporais, ressurgem em uma proposta moderna, com cortes que traduzem uma vestimenta versátil e confortável, mas ao mesmo tempo elegante.

Falando em conforto, essa é outra aposta da estação. Tecidos confortáveis, com toque macio e acolchoado aparecem em roupas e acessórios.

As cores surgem em propostas minimalistas como os tons neutros, azuis, verdes e para os fashionistas cores vibrantes

que remetem a natureza e a positividade, que ficou ofuscada nos últimos dois invernos.

Os momentos desafiadores que vivemos, foram um convite a valorizar o que realmente tem significado em nossas vidas, e as joias validam o sentimento do que é importante.

Harmonizando com uma nova alfaiataria, colares e anéis marcantes trazem personalidade ao minimalismo. Vale investir em peças de boa qualidade e design atemporal.

Para aquelas que não querem passar despercebidas, mas adoram joias discretas e delicadas, a aposta é valorizar a beleza natural das gemas mais nobres, como os clássicos pontos de luz de diamantes.

Já para as mulheres que querem explorar os sentidos que foram reprimidos durante tanto tempo nessa pandemia, as tendências dão passe livre para usarem peças marcantes, icônicas, com a carinha daquelas que passam de geração para geração.

Minimalismo

Minimalismo romântico e atemporal: momento de investir em joias clássicas e com design clássico atualizado.

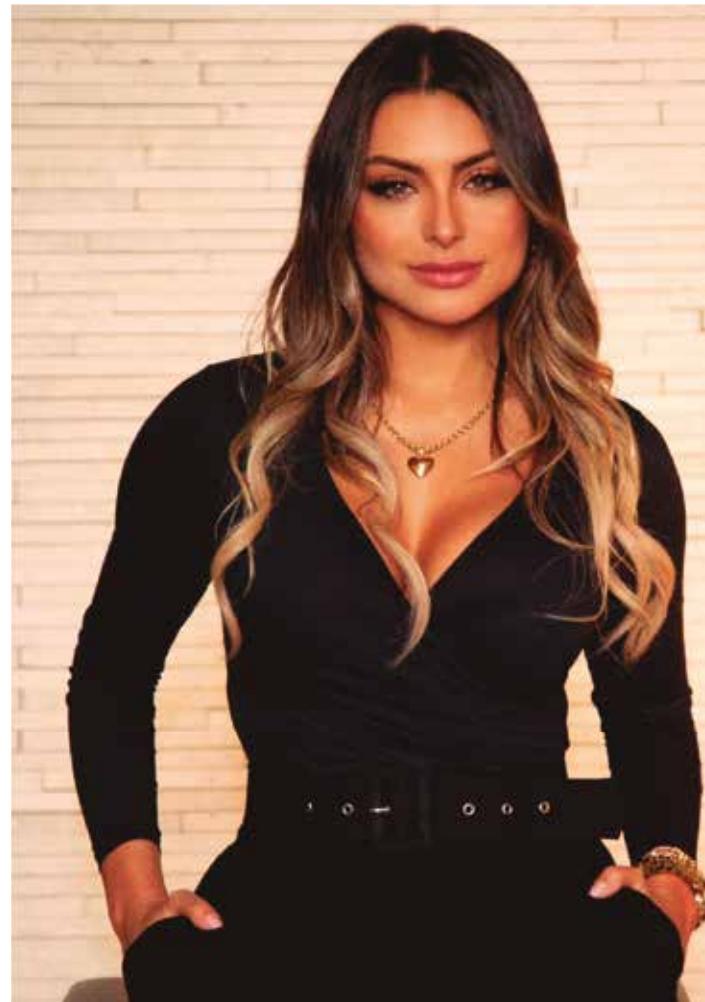


Foto: Divulgação Jana Tonazzo

Foto: Divulgação Jana Tonazzo



Menos é mais

Menos é mais: o discreto charme da burguesia em joias de alta qualidade.



Foto: Divulgação Jana Tonazzzo



Estilo e personalidade

Sobriedade aquecida com
dourado e peças sofisticadas.

Foto: Divulgação Jana Tonazzzo



Alfaiataria

Alfaiataria continua firme
e pede complementos com
personalidade. Vale ousar e
demonstrar poder. ♦



Jana Tonazzzo é empresária e Coaching de imagem, Visagismo e Design de Moda



GUINDANI

51 3227 5512 | www.guindani.com.br

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



Pessoas maduras trabalham melhor

Italo Marsili e Henrique Grolla Vido

Saber lidar com as próprias emoções é imperativo para a produtividade da empresa



A importância da maturidade dentro de uma empresa hoje se tornou fundamental. Recentemente, a cervejaria AMBEV criou um novo cargo: Diretor de Saúde Mental. Não é de se espantar que uma empresa desse porte, cuja cultura esteve sempre voltada para a realização de metas, esteja agora preocupando-se com a saúde mental de seus colaboradores.

O modo como os funcionários lidam com a pressão externa, bem como a empatia e a escuta ativa no trabalho em equipe, é decisivo para a produtividade da empresa. Se os membros da equipe não conseguem lidar com suas próprias emoções e dilemas pessoais, como conseguirão lidar com as demandas empresariais que, via de regra, são mais exigentes?

As razões da baixa produtividade laboral do brasileiro não devem ser buscadas em um passado histórico a que já não temos acesso e que em nada pode nos ajudar no presente. Mais do que identificar culpados, é necessário implementar técnicas que já passaram na prova do tempo e apresentaram-se universalmente válidas para o desenvolvimento humano.

Pesquisas revelam que um trabalhador brasileiro leva em média 1h para executar o que um norte-americano faz em 15 minutos. Essa situação não é exclusiva de quem está na ponta da cadeia. Ela se estende também às pessoas que estão em posições de liderança.

Para contribuir com o mundo empresarial nesse sentido, foi criado o Guerrilla Way Company®, um programa de amadurecimento corporativo que, desde a sua fundação, apresentou-se como um divisor de águas na vida de cada membro da sua equipe e na performance do meio empresarial brasileiro. Ele surgiu como uma resposta à baixa produtividade da mão de obra do Brasil em relação a outros países.

O GWCo. fundamenta-se na percepção de que os problemas laborais nascem do solo comum dos problemas individuais — a forma como cada um enxerga a si mesmo e a sua relação com o trabalho. É dessa intuição inicial, de que o amadurecimento da personalidade tem impactos significativos sobre a capacidade de trabalho dos indivíduos, que nasceu o Guerrilha Way Company ®.

Em suma, o objetivo do programa é amadurecer o ambiente empresarial do país, reduzindo a incidência dos problemas mais comumente encontrados nos meios sociais de trabalho, tais como falta de pontualidade, negligência nas tarefas, desavenças internas, desinteresse pela função, entre outros.

É para dar uma resposta satisfatória que o GWCo foi criado fundamentando-se em uma metodologia prática e eficaz. O programa pretende oferecer à equipe que o contratou um meio de avaliar a maturidade de seus membros e trabalhar em prol de seu desenvolvimento. Semanalmente, a equipe recebe um Caderno de Ativação com exercícios práticos sobre temas como fidelidade aos valores, exercício da vontade e controle das paixões. Um embaixador (que poderá ser o dono da empresa ou um funcionário em cargo de liderança) controla o acesso ao conteúdo e será orientado sobre como dar a condução adequada ao programa.

“ Semanalmente, a equipe recebe um Caderno de Ativação com exercícios práticos sobre temas como fidelidade aos valores, exercício da vontade e controle das paixões. Um embaixador (que poderá ser o dono da empresa ou um funcionário em cargo de liderança) controla o acesso ao conteúdo e será orientado sobre como dar a condução adequada ao programa. **”**



O resultado mais patente obtido com esse método é a evolução no nível de maturidade da equipe de trabalho, oriunda da leitura e da prática dos exercícios semanais propostos no GWCo. A consequência natural desse amadurecimento é a melhora na conduta dos colaboradores diante de suas próprias responsabilidades e desafios da função.

A nível concreto, os resultados práticos são:

- Aumento na pontualidade dos funcionários;
- Maior colaboração com as tarefas designada;
- Vínculos maduros entre os membros da equipe;
- Colaboradores comprometidos com sua função;
- Funcionários que administram bem o seu tempo;
- Equipe motivada e disposta a render mais.

O programa é um sóbrio remédio para curar a indisposição e a falta de comprometimento que reinam atualmente na atmosfera empresarial brasileira. Em oposição a essa realidade, surge uma solução como o GWCo, para confirmar o fato de que pessoas maduras trabalham melhor. **•**



Italo Marsili e Henrique Grolla Vido são sócios do Guerrilha Way Company, programa de amadurecimento corporativo da América Latina.



Investir em atendimento de qualidade e relacionamento de confiança é o caminho para se destacar

Como fidelizar clientes na era digital

Clara Lemos

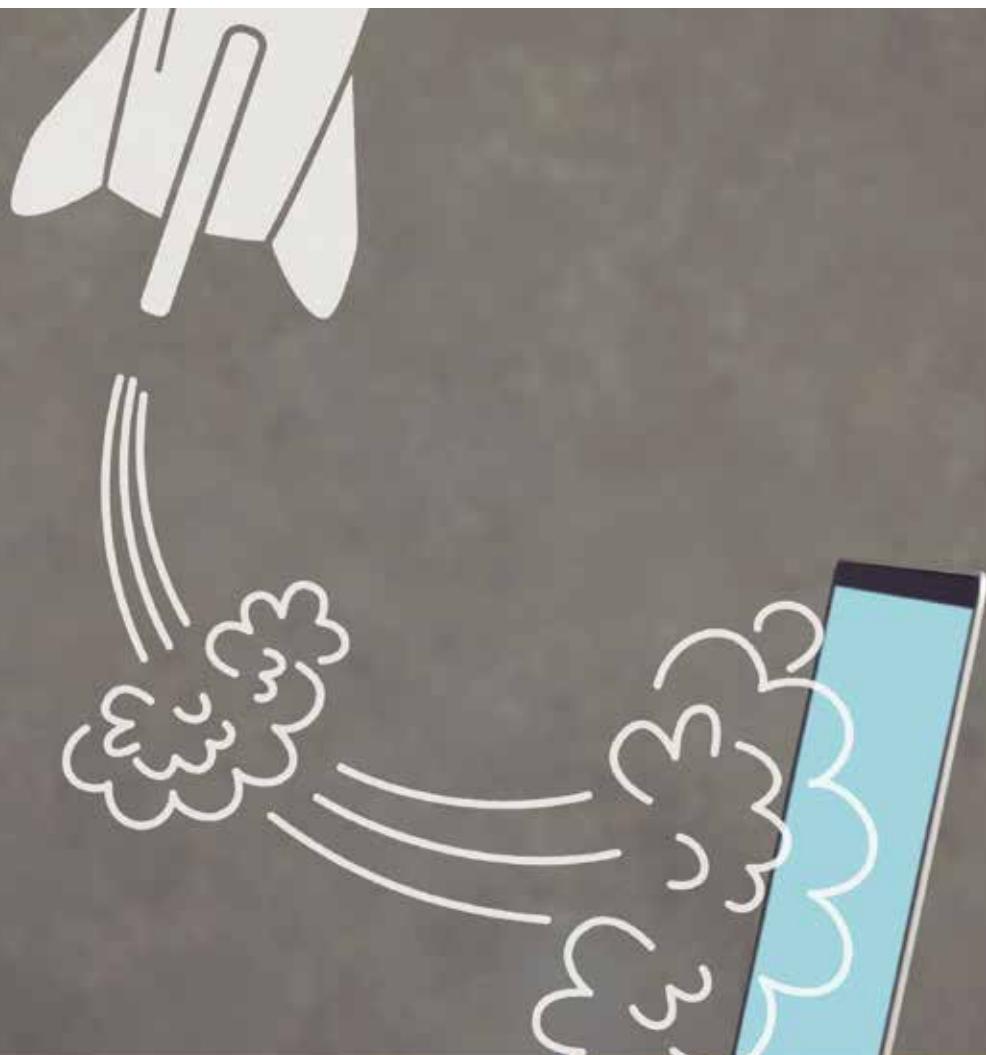
O mercado vem se moldando para que o atendimento e a relação empresa-cliente ocorra quase que exclusivamente por meio digital. Esta é uma tendência observada nos últimos 5 anos e que intensificou-se na pandemia, com as restrições que limitaram o acesso dos clientes às lojas físicas. Assim, os canais digitais se destacaram no mercado, servindo como um facilitador para que o cliente conheça novos produtos, marcas e faça suas compras sem sair de casa.

Sem esse contato direto com o cliente, muitas empresas tiveram que se adaptar rapidamente ao novo contexto, aprender a lidar com o público cada vez mais diverso e bombardeado por informações a todo momento no meio digital. Além disso, um dos pontos mais importantes dessa nova realidade à distância é saber como se comunicar com esses clientes, pois boa parte do caminho para o sucesso de uma venda passa pelo modo como o cliente se sente perante

a sua empresa, como ele é atendido, como é tratado e o nível de atenção depositado na hora do atendimento. Eis que surge a principal questão: Como melhorar esse relacionamento num contexto tão impessoal?

Podemos ressaltar diversos fatores a serem levados em conta, mas o principal deles é fazer com que a experiência do cliente seja proveitosa em todos os aspectos da compra e da relação com a empresa, para que isso leve a uma fidelização com a marca.

Para que isso aconteça, é importante que a marca invista em canais digitais que forneçam informações interessantes e completas sobre os produtos e que crie a “urgência” de compra nos clientes. Após esse primeiro momento é importante que a empresa possua um serviço de atendimento bem estruturado, pois é nesse trato inicial que o vínculo de



confiabilidade é estabelecido com o cliente, fazendo com que uma base sólida rumo à fidelização ocorra. O serviço de atendimento precisa ser informativo, atencioso e dinâmico, sem parecer robótico ou impessoal, tendo em vista que é importante que o cliente não sinta que é apenas mais um, ele precisa se sentir o ponto mais importante dessa relação, sendo bem atendido e bem informado sobre tudo na apresentação dos produtos e das tratativas para a compra.

Laura Viana, especialista em atendimento ao cliente, comenta sobre a importância do contato cada vez mais humanizado: “cada vez mais, temos visto e trabalhado com um tratamento personalizado e humanizado. As pessoas gostam de ser atendidas por pessoas. As inteligências artificiais contribuem com a agilidade do atendimento, mas é importante que a marca tenha um atendimento humano, de quem vai entender o relato do cliente, identificando e se sensibilizando com o problema. De certa forma, todos somos clientes.”

É primordial que o atendimento seja feito pelas contas oficiais da empresa, seja no e-mail, redes sociais ou aplicativos de

mensagens. Quando atendentes e vendedores realizam este contato, eles precisam passar a ideia de que estão falando em nome da marca, não em nome deles. Isso é importante para que a credibilidade da relação seja moldada perante os princípios e o código de conduta da empresa. Após o atendimento e a finalização da compra, a principal intenção é que o cliente permaneça em contato com a empresa, para que essa relação se estreite cada vez mais e as experiências futuras do cliente com a marca sejam de confiança e parceria.

Para que isso ocorra existem dois pontos importantes a serem salientados. O primeiro é como os canais de comunicação com o cliente precisam ser uma via de mão dupla, não apenas a empresa fornecendo informações que o cliente deseja, mas também buscando informações sobre o outro lado que quer o produto e a experiência. Deve haver um anseio pelo feedback do cliente, para saber o que está satisfatório e o que pode ser melhorado. O cliente precisa confiar nessa relação de reciprocidade, sentindo que sua opinião é levada em conta pela empresa.



“As pessoas gostam de ser atendidas por pessoas. As inteligências artificiais contribuem com a agilidade do atendimento, mas é importante que a marca tenha um atendimento humano, de quem vai entender o relato do cliente, identificando e se sensibilizando com o problema.”

Laura Viana destaca que nos dias atuais, a diferença de preço entre produtos de diferentes marcas não é mais o principal ponto que define uma venda: “os clientes estão cada vez mais exigentes, o mercado está muito competitivo, não adianta só ter produto de qualidade, precisa ter atenção com o atendimento e prezar pela satisfação do cliente, isso pesa na hora da compra. Um cliente insatisfeito repercute de forma muito negativa. A competitividade do mercado, em dada medida, traz pouca diferença de preço entre os produtos, o atendimento personalizado tem sido um divisor de águas na hora fechar uma venda”.

O segundo ponto é a importância da qualidade do conteúdo produzido pela marca, fazendo com que o cliente esteja sempre atualizado sobre novas coleções, eventos, promoções e interaja cada vez mais, firmando a relação de fidelização. Para isso, é preciso ter presença em diversas redes sociais, investimento em diferentes formatos e linguagens e a produção de conteúdo agregador precisa ser uma prioridade.

A importância do uso das redes sociais vai muito além da utilização das plataformas para mostrar seus produtos

e o portfólio da sua empresa. Se utilizados de maneira correta e assertiva, Instagram, E-mail Marketing, Facebook, Whatsapp, Telegram e o mais novo fenômeno, Tik Tok, podem ser valiosos aliados na evolução e na melhoria da relação com os clientes.

Cada canal tem o seu diferencial, suas peculiaridades e suas potencialidades, que podem ajudar a fidelizar os clientes com sua marca. Sabendo identificar qual é o seu público alvo e o tipo de conteúdo e linguagem que são mais atrativos para ele, sua empresa pode traçar planos de ação com mais facilidade e com um foco bem definido sobre o que fazer para melhorar a experiência do público.

O caminho para um melhor relacionamento com seus clientes é mais fácil do que parece. A partir do momento que você consegue se situar perante o contexto no qual sua marca vive, entende o seu público, comprehende os anseios pela experiência que buscam com seus produtos e estreitam a relação de um modo recíproco, a relação de fidelização é inevitável. O que vai trazer clientes satisfeitos, feedbacks positivos e consolidação no mercado. •

**Costantini**

Par de brinco, pulseira e
gargantilha de ouro amarelo
18K com pérolas e diamantes

Confira as joias que não podem
faltar na sua vitrine no próximo
Dia das Mães e Namorados

Novidades quentes para turbinar as suas vendas

O ano começa com boas perspectivas para o setor joalheiro e as joalherias devem estar preparadas para recuperar as vendas. Com as pesquisas indicando que o varejo está voltando a se aquecer, vale a pena atualizar o estoque com peças que tenham poder de atrair a atenção do consumidor e o levá-lo até a loja.

De olho no Dia das Mães e Namorados, selecionamos um mix variado e atual, com joias perfeitas para seduzir o

público feminino. As peças tem um forte apelo de vendas e vão dos designs com linhas clássicas da joalheria até novidades mais fashionistas.

Vale conferir com atenção cada uma dessas joias, que atendem diversos públicos. Identifique quais delas têm o perfil da sua loja, invista em novidades e boas vendas! •



Goldbacker

Par de brinco e
chocker de ouro
amarelo 18K



Par Joias

Pingentes de ouro amarelo
18K da Linha "Sacra"



Par Joias

Par de brinco e anel de ouro
amarelo 18K, diamantes e
topázios - Conjunto "Wave"





Senha

Pulseira de ouro amarelo 18K
com berloques colecionáveis -
Coleção “Momenti”



Senha

Pulseira de ouro amarelo 18K
com berloques colecionáveis -
Coleção “Momenti”



Senha

Berloques de ouro amarelo
18K colecionáveis -
Coleção “Momenti”

Basel Preziose

Par de brinco,
gargantilha e anel
de ouro branco 18K
e diamantes



Benne Fatto

Par de brinco de ouro branco
18K, pérolas south sea e
brilhantes da Coleção "Clássicos"



Cadena Joias

Anéis de prata 925, ródio branco
e resina da Coleção "Letras"





Esmebras

Par de brinco de ouro branco 18K, turmalina paraíba e diamantes



Grupo Illumini Joias

Anel e pulseira de ouro branco 18K, turmalina paraíba e diamantes



Biwa

Pulseiras de ônix verde; lápis lazuli, corindon e esfera de ouro amarelo 18K

Art'G

Gargantilha e anel de ouro
amarelo 18K e brilhantes



Pelle Gioielli

Par de brinco e anel
de ouro amarelo 18K
e diamantes



DRW Joias

Pingente de ouro
amarelo 18K





Deri Joalheiros

Brincos de ouro amarelo 18K,
esmeraldas e brilhantes



Grupo Inova Joias - Fiorelle

Anel de ouro amarelo 18K,
ródio branco e brilhantes da
Coleção “Kéra”



Grupo Inova Joias - Nuova Metais

Anel de ouro amarelo 18K,
ródio branco e brilhantes da
Coleção “Kali”

Backer Design – Bright Point

Colar de ouro branco
18K e brilhantes



Backer Design – Bright Point

Relicário de ouro branco
18K e brilhantes



Alvorada Joalheiros

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



GRUPO
ILUMINI
JOIAS



Momentos de emoção nos quais a joia assume o protagonismo

A Joia e os Ritos de Passagem

Eliana Gola

Todas as civilizações, em determinado tempo na vida de seus integrantes, marcam com cerimônias especiais, conhecidas como ritos de iniciação ou de passagem, os momentos mais significantes.

Os ritos de passagem estão mais presentes em nossas vidas do que se pode imaginar, manifestam-se de diversas maneiras celebrativas desde o início da socialização, ao término da infância para a adolescência, no início do climatério das mulheres e demais passagens vitais da natureza humana, desde o nascimento até a morte.

São chamados “Ritos de Passagem” as celebrações que assinalam mudanças de categoria social de uma pessoa em sua comunidade. São aqueles que marcam momentos importantes. Esses acontecimentos fundamentais demandam, da mesma forma, ser culturalmente representados nos chamados ritos de passagem, estudados especialmente pelos autores franceses. O primeiro pesquisador a se ocupar do tema, ainda no início do século XX, foi Van Gennep, que em 1.906 publicou o clássico *Os Ritos de Passagem*. Neste livro, dividiu os ritos de passagem em três grandes grupos:

“Aniversário, formatura, batizado, casamento, bodas, bar mitzvah ou qualquer outro tipo de ritual de celebração tem um significado maior do que a simples reunião de amigos e parentes e pode marcar o início de um novo tempo.”



- Ritos de separação, como a festa de formatura ou sepultamento;
- Ritos de margem, como o período da gravidez ou o do noivado;
- Ritos de agregação, como batismo, casamento, primeiro dia de aula na escola ou na universidade.

Considerado um dos mais importantes pensadores contemporâneos, Lévi-Strauss concluiu que a estrutura psíquica e linguística dos grupos humanos, vivendo em diversas épocas e lugares, seria idêntica: todos pensam da mesma forma, mas sobre coisas diferentes. Os rituais – sejam eles festivos, militares ou religiosos – têm como marca comum a repetição e oferecem a sensação de segurança, não apenas pela familiaridade, mas porque promovem um sentimento de coesão social. Eles demonstram a ordem e a promessa de continuidade desses grupos. Individualmente, a necessidade de se reinventar também é cíclica.

Aniversário, formatura, batizado, casamento, bodas, bar mitzvah ou qualquer outro tipo de ritual de celebração tem um significado maior do que a simples reunião de amigos e parentes e pode marcar o início de um novo tempo.

“ Há diversas joias para celebrar como o anel de formatura, as joias para recém-nascidos, casamento, bodas, joias para grávidas, joias de memória que são relicários, ou joias fúnebres e o anel de debutante. ”



A joia sempre esteve presente para marcar e eternizar esses momentos importantes pela sofisticação, valor sentimental e monetário e por sua duração, é um presente que representa as conquistas e vitórias dos indivíduos.

Há diversas joias para celebrar como o anel de formatura, as joias para recém-nascidos, casamento, bodas, joias para grávidas, joias de memória que são relicários, ou joias fúnebres e o anel de debutante.

O surgimento das festas de quinze anos se deu no século XVI (Escalas, 1.993), num contexto político e histórico em que o sucesso da mulher estava relacionado a conseguir um bom casamento, a fim de ter filhos e manter a ordem do lar. Esses primeiros bailes serviram para apresentar a mulher à sociedade, marcando a mudança em suas relações, já que tal rito de passagem significava uma série de novos comportamentos, como o reconhecimento daquela menina como mulher adulta (Esteban & Pépece, 2.015; Escalas, 1.993). Hoje, o baile de debutante parece ter diversos sentidos, para além de festa simbólica que marca a passagem da fase infantil para a adulta.

O grande momento da festa em comemoração aos 15 anos da aniversariante, o rito de passagem, no qual

a debutante entregará uma boneca em troca do anel que receberá das mãos de seus pais, normalmente um solitário, para ser usado no dedo médio da mão direita e desta maneira simbolizar a passagem da infância para a nova etapa na vida da moça.

Na década de 1.990, o IBGE detectou que havia uma considerável diminuição nos casamentos brasileiros e aumento no número de separações, porém, o tempo de união cresceu admiravelmente. De 3 anos e meio em 1.990 para 10 anos e meio em 2.000.

O que envolve a manutenção dos casamentos é um conjunto de coisas, ações e delicadezas que não cabe aqui comentar. A comemoração de cada ano de união, sim, nos interessa. São as bodas.

A palavra “boda” se originou a partir do latim “vota”, neutro plural de votum, que significa “promessa”. Por metaplasmos consonânticos, o “v” inicial passou a “b” e o “t” medial abrandou-se para “d”. Boda é a celebração de casamento, o nome é mais usado no plural - bodas - e se refere aos votos matrimoniais, feitos no dia do casamento. As bodas são comemoradas todos os anos e cada um recebe significado e denominação diferentes.

Acredita-se que a tradição das bodas tenha mais de 2000 anos e surgiu na Alemanha, onde era costume de pequenos povoados, oferecer uma coroa de prata aos casais que fizessem 25 anos de casados, e uma de ouro aos que chegassem aos 50 anos. Com o passar dos séculos, foram criadas outras simbologias para os anos seguintes, e quanto mais tempo de casado, maior é a importância do material, que vai do mais frágil ao mais resistente. Comemoram-se com grandes festas as bodas de prata - 25 anos, usa-se uma aliança de ouro e prata; as bodas de ouro - 50 anos, comumente o casal troca as alianças por outra inteira de ouro amarelo ou com a combinação de duas cores de ouro sendo um fio central em amarelo; e as bodas de diamante, muito raras, 75 anos, cuja joia pode ser um solitário ou uma aliança inteira com diamantes. •

“ Comemoram-se com grandes festas as bodas de prata - 25 anos, usa-se uma aliança de ouro e prata; as bodas de ouro - 50 anos, comumente o casal troca as alianças por outra inteira de ouro amarelo ou com a combinação de duas cores de ouro sendo um fio central em amarelo; e as bodas de diamante, muito raras, 75 anos, cuja joia pode ser um solitário ou uma aliança inteira com diamantes. ”

Atualmente, as denominações mais encontradas são:

- 1º ano: Bodas de papel
- 2º ano: Bodas de algodão
- 3º ano: Bodas de trigo ou couro
- 4º ano: Bodas de flores frutas
- 5º ano: Bodas de Madeira ou ferro
- 6º ano: Bodas de açúcar ou perfume
- 7º ano: Bodas de latão ou lâ
- 8º ano: Bodas de barro ou papoula
- 9º ano: Bodas de cerâmica ou vime
- 10º ano: Bodas de estanho ou zinco
- 11º ano: Bodas de aço
- 12º ano: Bodas de seda ou ônix
- 13º ano: Bodas de linho ou renda
- 14º ano: Bodas de marfim
- 15º ano: Bodas de cristal
- 20º ano: Bodas de porcelana
- 25º ano: Bodas de prata
- 30º ano: Bodas de pérola
- 35º ano: Bodas de coral
- 40º ano: Bodas de esmeralda
- 45º ano: Bodas de rubi
- 50º ano: Bodas de ouro
- 55º ano: Bodas de ametista
- 60º ano: Bodas de alabastro
- 65º ano: Bodas de platina
- 75º ano: Bodas de diamante



Autora do livro “A Joia: História e Design” (editora Senac em segunda edição), Eliana Gola é formada em Artes Plásticas pela FAAP e também é especialista em Design Gráfico e mestre em Design – Desenvolvimento de Produto pela FAU-USP. Complementou seus estudos em design de joias e joalheria no Istituto Lorenzo di Médici, em Florença, IT. Atualmente é professora na Fundação Armando Álvares Penteado – FAAP, e também atua como designer e consultora.



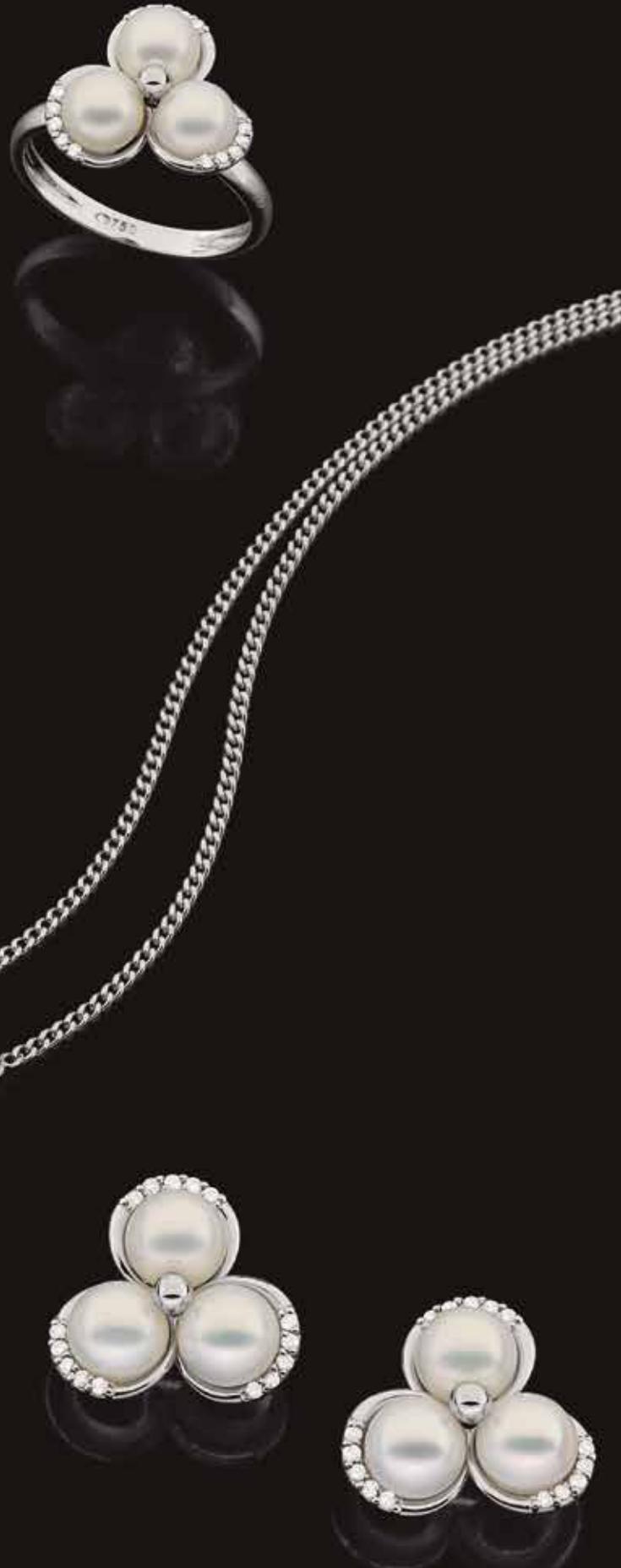
PERFEIÇÃO EM CADA DETALHE.

Joias que encantam
momentos e eternizam
memórias.

Coleção Outono-Inverno

Lançamento Feninjer 2022

Portal Costantini Metais:



www.costantinimetais.com.br
costantini@costantini.com.br
@costantinimetais

17 3334-8800
São José do Rio Preto
São Paulo - Brasil

Ourominas traz presente especial para as empresas da Feninjer

A Ourominas (OM) é especializada em soluções financeiras no mercado de ouro ativo financeiro para consumo industrial ou de investimentos. A empresa é uma das maiores referências do ramo no Brasil, agregando experiência e credibilidade em anos de atuação na compra e venda do minério.

Este ano para coroar mais uma participação na Feira Nacional da Indústria de Joias, Relógios e Afins (Feninjer), na sua 74^a edição, a Ourominas oferece um presente super especial. Dentro desta revista há um voucher que vale 1 grama de ouro personalizado, com a logomarca da sua empresa.

A iniciativa é destinada somente para empresas com CNPJ e o CNAE no ramo de joias e para participar é obrigatório efetuar o cadastro na OM e adquirir, no mínimo, 250 gramas de ouro (não acumulativo) no stand da empresa na Feninjer ou por meio do WhatsApp da Central de Vendas do Joalheiro (11) 4950-8980, só será permitida a entrega de uma barra por CNPJ. A promoção acontece de 07/02 a 07/04/2022.

“ Nossa produto é certificado e aprovado nos mais rigorosos testes e certificações de qualidade. ”



Referência no mercado

O ouro pode ser em forma de barra padrão ou em forma de lâmina, ideal para produção industrial de joias em grande escala. As lâminas 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. “Seguimos sendo uma referência no mercado de ouro para a produção de joias. Nossa produto é certificado e aprovado nos mais rigorosos testes e certificações de qualidade. Por isso, decidimos presentear nossos parceiros na Feninjer”, afirma Juarez Filho, Diretor Presidente da OM.

A Ourominas possui diversas lojas – entre próprias e credenciadas autorizadas – espalhadas pelo Brasil, e esse número só vem aumentando no decorrer dos anos, com mais de 76 mil clientes atendidos. Além de possuir profissionais altamente qualificados prontos para um atendimento personalizado e diferenciado para cada perfil de cliente, oferecemos condições especiais para empresas de pequeno, médio e grande porte praticando os melhores preços do mercado. “Na Ourominas tanto a empresa de pequeno porte quanto a de grande porte encontram uma excelente cotação, o cliente não precisa pagar mais caro porque está comprando uma pequena quantidade, o que normalmente acontece em muitas empresas,” afirma Juarez Filho.

Credibilidade

A OM é uma Instituição Financeira autorizada pelo Banco Central (BACEN 27930), credenciada na Comissão de Valores Mobiliário (CVM), associada na Associação Brasileira de Câmbio (ABRACAM), certificada na Americas Gold Manufacturers Association (AMAGOLD), na ABS Quality Evaluations (ABS QE) possuindo os selos ISO 45001, ISO 9001 e ISO 14001 e no Instituto Brasileiro de Florestas (IBF) pela reestruturação de áreas florestais em cidades brasileiras.

A OM opera sob regras estabelecidas pelo Conselho Monetário Nacional (CMN), pelo Banco Central (BC) e pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM), para garantir a eficiência na aquisição de ativos financeiros e todo ouro comercializado na instituição acompanha Nota de Negociação com Ouro Ativo Financeiro, Garantia de Recompra e Certificado de Origem do Metal. •



ABFUCS

MAIS DE 30 ANOS DE TRADIÇÃO E SUCESSO
VENHA FAZER PARTE DESTA HISTÓRIA

ABF.EXPORT@HOTMAIL.COM



Joyeria paramétrica e generativa

Maurício Favacho

Padrões arquitetônicos, geométricos, e etnográficos no design de joias



Anel com design paramétrico, extremamente leve, apresentando padrão geométrico e com triangulações altamente simétricas, usados principalmente em projetos de arquitetura moderna e com forte tendência para projetos de produtos de joalheria. Foto: Cortesia ALMA BRAZILIS / KARAJAZ

Padronizações complexas que outrora eram observadas apenas em papeis de parede, tecidos, nas tramas de artesanatos, bordados e projetos contemporâneos de arquitetura, agora são possíveis na Joyeria Paramétrica e Generativa, trata-se de um novo estilo de desenhar joias e direcionado para designers, joalheiros, e ourives que estão explorando novas formas e sempre tiveram o desejo de colocar padrões diferenciados

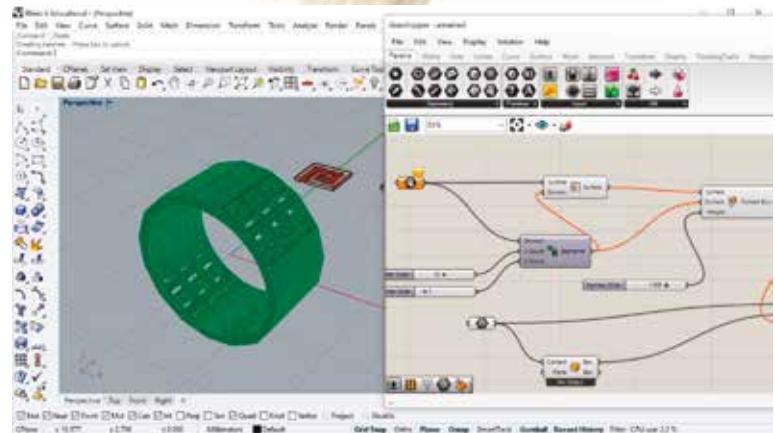
em suas peças como modo de fortalecer a identidade cultural e o estilo de sua marca. Tudo isso graças ao advento das tecnologias e inovações CAD/CAM aplicada na indústria joalheria 4.0 contemporânea, cujas ações têm se intensificado nos últimos anos e vem garantindo joias com designs diferenciados, de excelente acabamento e com tendência de mercado.



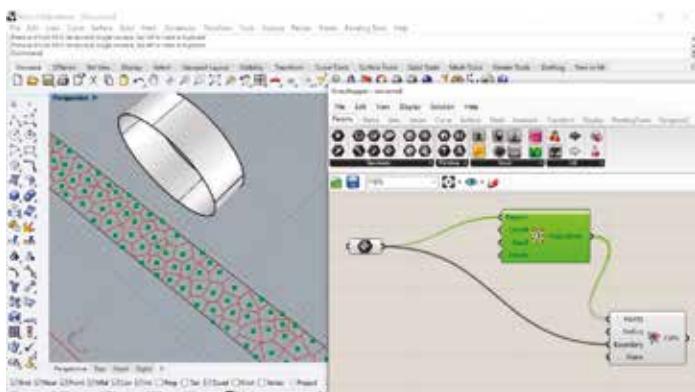
Anéis com designs paramétricos, altamente geométricos, com tramas de fina espessura que se ligam formando triangulações, um padrão de design clássico na arquitetura contemporânea e com grande tendência para aplicação em joias, seja ele vazado ou sob a forma de texturas. Imagens: Cortesia ALMA BRAZILIS / KARAJAZ

TECNOLOGIAS E PRINCIPAIS CONCEITOS

O design paramétrico e generativo aplicado a joalheria pode ser definido como uma maneira de elaborar produtos inovadores da joalheria a partir de algoritmos (uma espécie de receita), onde a partir da entrada de parâmetros (input), os softwares e plugins os processam de forma sistêmica, gerando a melhor forma da joia possível. Este novo estilo representa uma quebra de paradigma no design de joias convencional e na obtenção do produto final, pois permitem validações, customizações, montagem de coleções, e fabricações muito mais rápidas. O software Rhinoceros, que por sua vez, é o mais conhecido da comunidade joalheira, juntamente com seu plugin Grasshopper, são combinações mais usadas na atualidade para se obter designs paramétricos e generativos de joias.



Alianças com o mesmo padrão etnográfico conhecido como “chave grega” que se repete espacialmente em diferentes estilos e que foram geradas por um mesmo algoritmo e de forma muito rápida. Especificamente, este tipo de parametrização reflete não somente a cultura do povo grego, sendo também uma iconografia muito usada por joalheiros do norte do Brasil. Em destaque, alianças paramétricas produzidas com o software Rhinoceros + plugin grasshopper. Imagem: Cortesia ALMA BRAZILIS / KARAJAZ



Brincos “ear climbers” e alianças com padrão voronoi, produtos gerados por um mesmo algoritmo e produzidos com o software Rhinoceros + plugin grasshopper. Imagem: Cortesia ALMA BRAZILIS / KARAJAZ

DESIGNS PARAMÉTRICOS EM JOIAS

PADRÃO “VORONOI” - O chamado diagrama de Voronoi na joalheria pode ser entendido como a decomposição da superfície de uma joia em células ou sítios com núcleos únicos. Tais células são geradas por um único algoritmo e seus parâmetros como espessura, largura e tamanhos e a aleatoriedade dos sítios darão origem a novas formas e assim a diferentes produtos de joalheria.



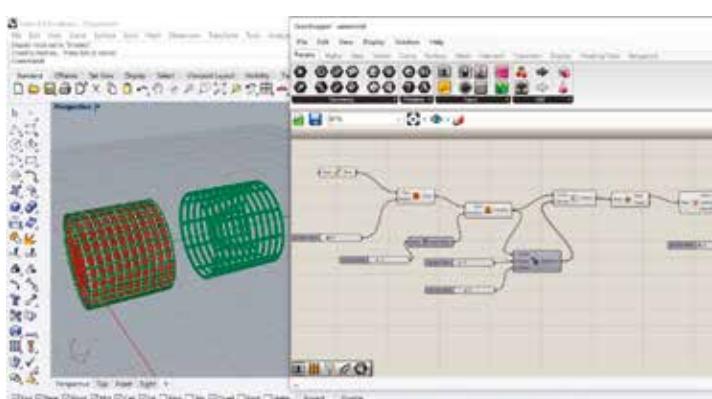
PADRÕES GRÁFICOS (GRAFISMOS) - Retratar padrões que são identidade cultural de uma civilização, sociedade ou região em joias sempre foi um desafio para o joalheiro. Trata-se de padrões refinados, ricos em detalhes e que no Brasil são frequentemente usados por joalheiros de estados do norte e nordeste, mas que sempre tiveram dificuldades para ter uma produção industrial de joias com tais características (produção em larga

escala). Assim, com o advento tecnológico joalheiro estes estados podem dar grandes saltos comerciais e estatísticos de fabricação e exportação de joias, se passarem a conhecer melhor as inovações e tecnologias da indústria joalheira 4.0 como a modelagem 3D, em particular o design paramétrico e generativo aplicado em joias que são capazes de gerar tais belezas étnicas e culturais em pouco tempo e com precisão nos detalhes.



Anéis com designs étnicos parametrizados no rhinoceros + grasshopper e que retratam as iconografias de tribos amazônicas, mas especificamente a da tribo marajoara que viveu na Ilha do Marajó (Pará) em tempos que antecederam a descoberta das Américas. O significado de tais simbologias é a união, ou melhor que tudo está conectado e unido neste universo. Imagens: Cortesia ALMA BRAZILIS / KARAJAZ

PADRÕES GEOMÉTRICOS LEVES - O design paramétrico parece não ter limites, geometrias que outrora somente eram percebidas somente na joalheria artesanal e filigranas, agora estão mais próximos da joalheria industrial ou de larga escala. São verdadeiras obras de arte feitas com o auxílio do computador e de impressoras 3D de alta resolução. A espessura destes fios em joias variam entre 0.6 e 1.0 mm, dimensões que apesar de pequenas são perfeitamente prototipáveis atualmente.



Alianças levíssimas com padrões geométricos retangulares e quadrados, geradas por um mesmo algoritmo e produzidos com o software Rhinoceros + plugin grasshopper. Imagem: Cortesia ALMA BRAZILIS / KARAJAZ

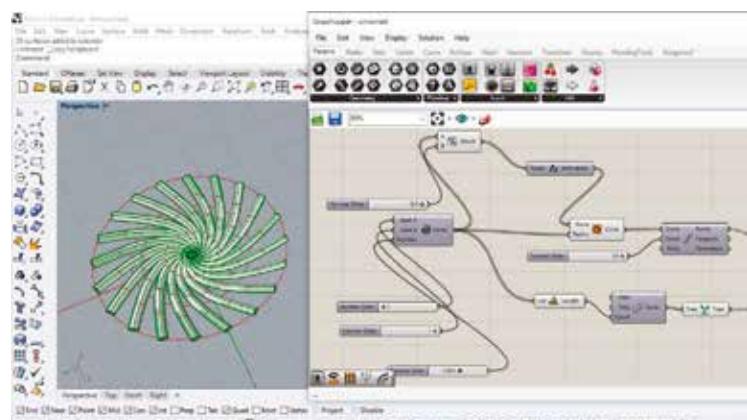


Anéis paramétricos com estrutura seccionada em diferentes tons de ouro, um estilo inovador, futurístico e produzido com o software Rhinoceros + plugin grasshopper. Imagem: Cortesia ALMA BRAZILIS / KARAJAZ



PADRÕES EM SEÇÕES - É um clássico do design paramétrico, trata-se do fatiamento de uma estrutura em seções regulares, espaçadas e curvilíneas. Este padrão mostra movimento nos eixos xyz, sendo muito usados em projetos futurísticos de arquitetura e marcenaria. O uso da parametrização em seções quando aplicado em joias gera um estilo, único, inovador e futurístico, características que farão com que marcas de joias nacionais e internacionais apostem também neste estilo nos próximos anos (tendência).

PADRÃO FIBONACCI - Presente na natureza em plantas como o girassol, a chamada sequência de Fibonacci ou padrão Fibonacci são desenhos derivados de uma sequência numérica que começa com 0 e 1 e os números seguintes são a soma dos dois anteriores, portanto 0, 1, 1, 2, 3, 5, 8, 13, 21, 34.... Certamente que joalheiros e designers não precisam ter o entendimento matemático para fazer este padrão, pois existe no Grasshopper uma ferramenta específica chamada Fibonacci, que é capaz de gerar formas diversas de joias a partir de sua forma primitiva chamada “Espiral Golden” de modo fácil e rápido.



Anel com cabeça parametrizada usando a ferramenta Fibonacci e produzido com o software Rhinoceros + plugin grasshopper. Imagem: Cortesia ALMA BRAZILIS / KARAJAZ



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Há pelo menos 20 anos, seria quase impossível imaginar que teríamos detalhes tão minuciosos em joias, e que estas também poderiam ter produção em escala. As tecnologias e inovações CAD/CAM da indústria 4.0, como; a modelagem 3D que gera realidade aumentada das joias (renderizações) e a prototipagem rápida de joias em impressoras 3D de alta resolução chegaram para ficar no setor joalheiro nacional e internacional, e fazendo como que designers, joalheiros e ourives repensem, modifiquem ou adaptem respectivamente seus modos de desenhar e fabricar joias. O Design Paramétrico e Generativo pode ser visto como uma forma avançada de desenho 3D de joias, um grau acima da modelagem 3D tradicional, seus produtos gerados fazem com que estivéssemos adentrando em uma nova era da joalheria com

“O Design Paramétrico e Generativo pode ser visto como uma forma avançada de desenho 3D de joias, um grau acima da modelagem 3D tradicional, seus produtos gerados fazem com que estivéssemos adentrando em uma nova era da joalheria com designs refinados, detalhistas e futurísticos. **”**

designs refinados, detalhistas e futurísticos. Uma das principais vantagens do uso do desenho paramétrico é a geração de novas formas a partir de um único algoritmo e que ao modificar seus parâmetros pré-estabelecidos como espessuras, diâmetros, larguras etc. transformam o desenho de forma global e assim gerando um novo produto de forma muito rápida e de fácil validação. Comercialmente, as simetrias das formas geradas pelo design paramétrico e generativo agradam os olhos, e se revertem em vendas, este tipo de tecnologia é capaz de gerar peças muito leves e com um visual espetacular, não é uma regra, mas existe uma parte do empresariado joalheiro que está investindo neste aspecto, visando ter peças com designs diferenciados e muito leves, em grande parte devido ao preço do ouro e de estratégias setoriais. •



Mauricio Favacho é MSc. geólogo, gemólogo especialista em gemas, joias e metais preciosos, modelista 3D de joias e sócio no e-commerce de joias ALMA BRAZILIS e na empresa KARAJAZ. Nos últimos anos vem se dedicando a modelagem 3D de suas joias onde aplica a técnica de design paramétrico em muitas de suas criações. Todas as joias aqui nesta matéria são de sua autoria.

SERVIÇOS E PRODUTOS DE QUALIDADE E DE CREDIBILIDADE EM TODOS OS MOMENTOS

A RESERVA METAIS sempre se empenhou em manter o padrão de qualidade dos produtos oferecidos e do atendimento aos clientes, com consistência e excelência. Os cuidados e a responsabilidade com a saúde dos Colaboradores e Parceiros são prioridades e as melhores práticas de combate à disseminação da COVID-19 continuam sendo aplicadas.

O ouro comercializado pela RESERVA METAIS é exclusivamente purificado e lingotado pela Marsam Refinadora de Metais - www.marsamrefinadora.com.br - a única refinadora de metais preciosos que possui acreditação internacional de *Supply chain* da RMI (Responsible Minerals Initiative) - www.responsiblemineralsinitiative.org - que assegura que a cadeia produtiva está em conformidade com as melhores práticas de compliance internacionais.

Contem conosco. Estamos à disposição.

MESA DE OPERAÇÕES

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

Associado:



Embalando emoções



Há 76 ANOS nos APRIMORANDO, com uma mentalidade CONTEMPORÂNEA, impulsionada por uma EQUIPE determinada e capacitada, que busca de forma incansável a EXCELÊNCIA em produtos e atendimento.

com
**qualidade,
tecnologia e
sustentabilidade.**



**PORTA-JOIAS
TINNA**



Baldi
DESDE 1946

estojosbaldi.com.br



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 Andrada e Silva
25
www.ajesp.com.br
gemologia@ajesp.com.br

A Escola de Gemologia José Bonifácio de Andrada 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



Como resguardar sua joalheria ao usar imagens de pessoas nas redes sociais

Clara Lemos

É de conhecimento geral que a internet não é terra sem lei e que é preciso ter cuidado e atenção ao fazer publicações online. Um dos temas que mais causam dúvidas neste sentido é o direito de uso de imagens e seus meandros: o que pode e não ser feito e como as lojas com presença digital devem se resguardar judicialmente. Primeiramente, é importante diferenciar direito autoral de direito de imagem. O primeiro diz respeito a produções criativas, que protegem o autor no uso de suas obras por terceiros. Já o direito de imagem é sobre aquele que foi retratado, a captação da sua imagem pessoal. Assim, devemos observar a legislação vigente e entender o quê e como ela protege.

O direito de imagem está dentro do escopo de direitos da personalidade, presente no artigo 5º da Constituição Federal. Direitos de personalidade são direitos inerentes a

todas as pessoas e dizem respeito à sua imagem, integridade física e psíquica, liberdade, identidade, honra, entre outros. **O direito à imagem faz parte deste conjunto e diz respeito ao aspecto físico de uma pessoa que permita a sua identificação em fotografias, vídeos, ilustrações e de outras facetas de sua expressão, como sua voz.**

A lei prevê que a violação ao direito de imagem gera o dever de indenizar. Assim, lojas que possuem e-commerce e redes sociais precisam estar atentas ao uso de imagens de terceiros. Com atenção e tomando os cuidados necessários, não é preciso se preocupar em relação a isso. A utilização de fotos de pessoas presentes em bancos de imagens gratuitos ou pagos, como o Shutterstock, Pexels e Pixabay é permitida, já que os direitos ali, tanto de imagem quanto de autoria, são liberados.

“O direito à imagem faz parte deste conjunto e diz respeito ao aspecto físico de uma pessoa que permita a sua identificação em fotografias, vídeos, ilustrações e de outras facetas de sua expressão, como sua voz.”

Para entender mais sobre o tema e não correr o risco de cometer uma ilegalidade, entenda sobre as diferentes licenças de direito de uso de imagem existentes:

1

Royalty Free

Com esta licença, imagens usadas em projetos comerciais são pagas apenas uma vez ao criador, o que abrange também o direito de imagem e a licença não precisa ser renovada futuramente, permitindo que seja usada por tempo indeterminado. Este é o melhor jeito de adquirir o direito de uso de imagem.

2

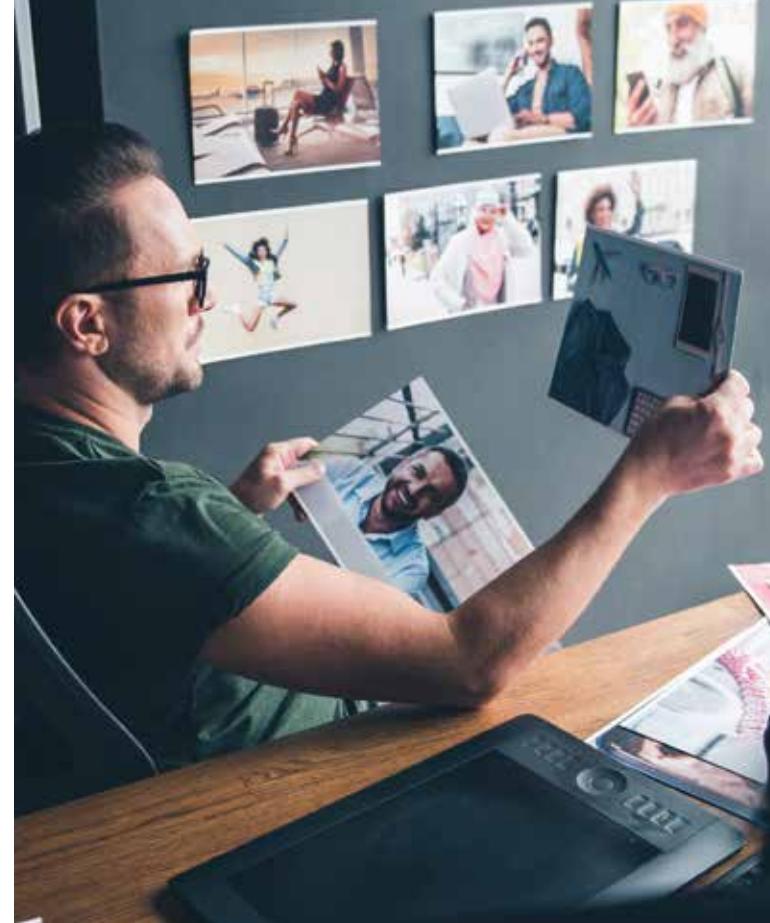
Rights Managed

Esta licença, que na tradução significa “direitos gerenciados”, diz respeito a um contrato entre fotógrafo/fotografado e comprador, que vão acordar mutuamente como será a utilização destas imagens, podendo variar no número de vezes que a imagem será utilizada, por quanto tempo e em quais extensões geográficas. Quanto maior o número de reproduções, tempo e distância nas quais a imagem chegará, maior o valor para o uso.

3

Creative Commons

Esta licença foi criada pelo Google para facilitar o uso de direito de imagens na internet. Ela possui diversas sub licenças que permitem aos usuários possibilidades de utilização. Seu uso é recomendado às pequenas lojas virtuais que não possuem condições de adquirir o direito de uso de imagens. É possível fazer a edição e licenciamento das imagens na plataforma.



“Caso a empresa trabalhe com o uso de imagem, é recomendado ter sempre o respaldo de um contrato legal em mãos, determinando a finalidade do uso e o tempo de utilização, redigido, preferencialmente, por um advogado especializado na área de Direito de Imagem ou Direito Empresarial.”

Como você já percebeu, ao utilizar imagens de terceiros em seu negócio, o principal é ter a autorização e consentimento. Segundo a lei, ele pode ser expresso de três maneiras: mediante o pagamento e/ou com consentimento silencioso; mediante o pagamento e/ou com consentimento expresso e consentimento mediante gratificação financeira. Para Andrea Faria, especialista no tema, “caso a empresa trabalhe com o uso de imagem, é recomendado ter sempre o respaldo de um contrato legal em mãos, determinando a finalidade do uso e o tempo de utilização, redigido, preferencialmente, por um advogado especializado na área de Direito de Imagem ou Direito Empresarial”.

Ao utilizar a imagem de terceiros, tenha em mãos um contrato detalhado sobre como as imagens serão utilizadas, por quanto tempo e para qual finalidade. Coloque no contrato o pagamento feito por aquela imagem e os demais detalhes do acordo. Consulte um advogado da área para maiores esclarecimentos e direcionamentos. Ao produzir imagens para sua joalheria com modelos, tenha em mãos o contrato com os mesmos detalhes. Lembre-se: resguardar-se nunca é demais. •

Quando a confiança
é de **alto valor**,
o resultado tem peso.



Purímetal
RECUPERADORA DE METAIS



Ouro



Prata



Paládio



Platina

■ **Recuperação de Resíduos Sólidos e Líquidos**

Refino de todos os resíduos da indústria joalheira: do polimento ao lodo, incluindo caixas de decantação, carpetes, bombis, entre outros.

■ **Purificação de metais nobres com e sem pedras**

Purificação com exatidão dos resultados. Em materiais com pedras, todas são recuperadas e devolvidas ao cliente.

■ **Análise de Teor**

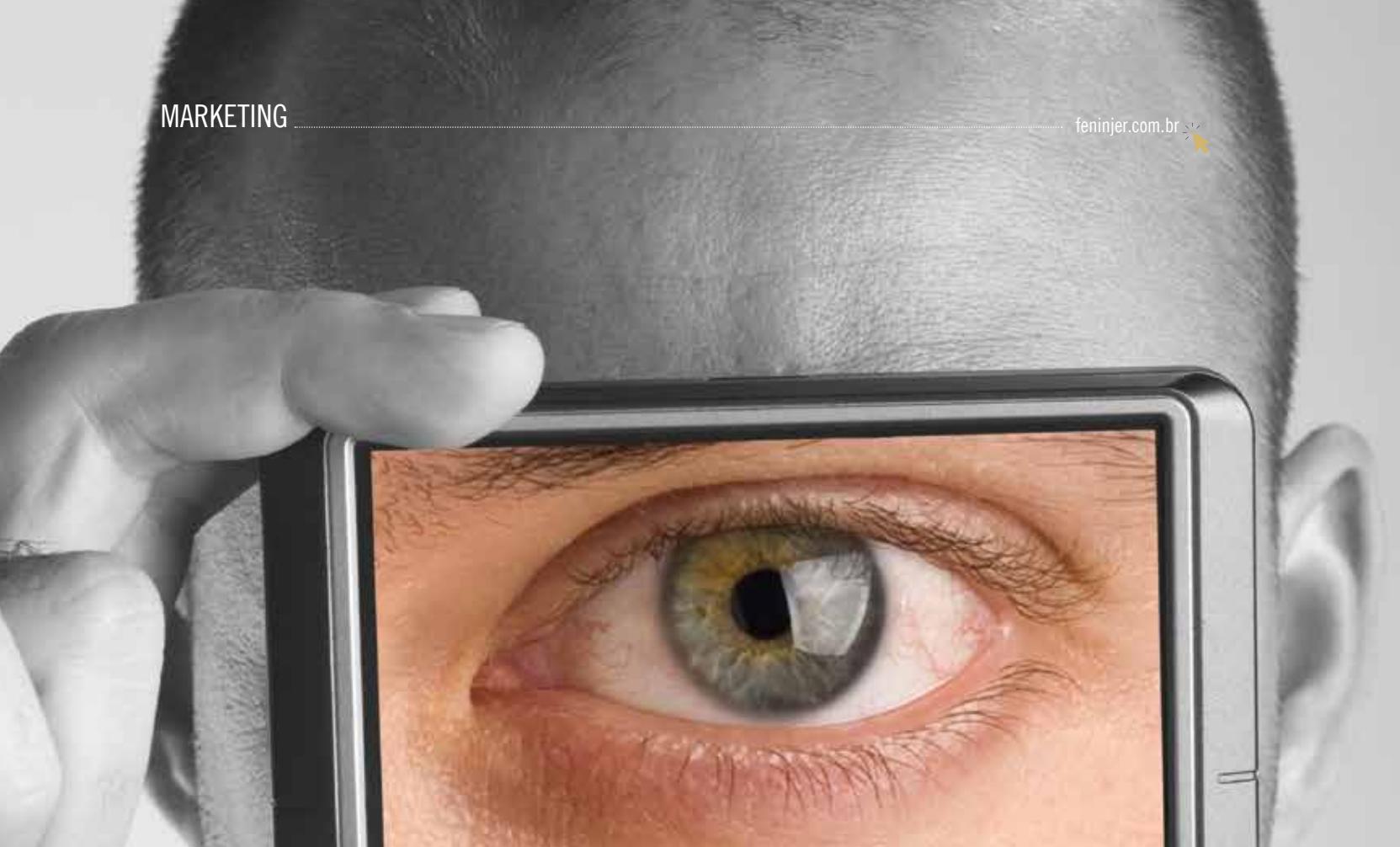
Laudo analítico certificando o teor do material, sendo ele ouro ou prata.

© purimetal
purimetal.com.br
17 3238 1359

Purimetal
RECUPERADORA DE METAIS

24 kilates
de confiança





O Marketing de Percepção é o caminho para a joalheria se tornar uma marca Premium e conquistar não apenas clientes, mas fãs

O que falta para sua marca se tornar extraordinária?

Clara Lemos

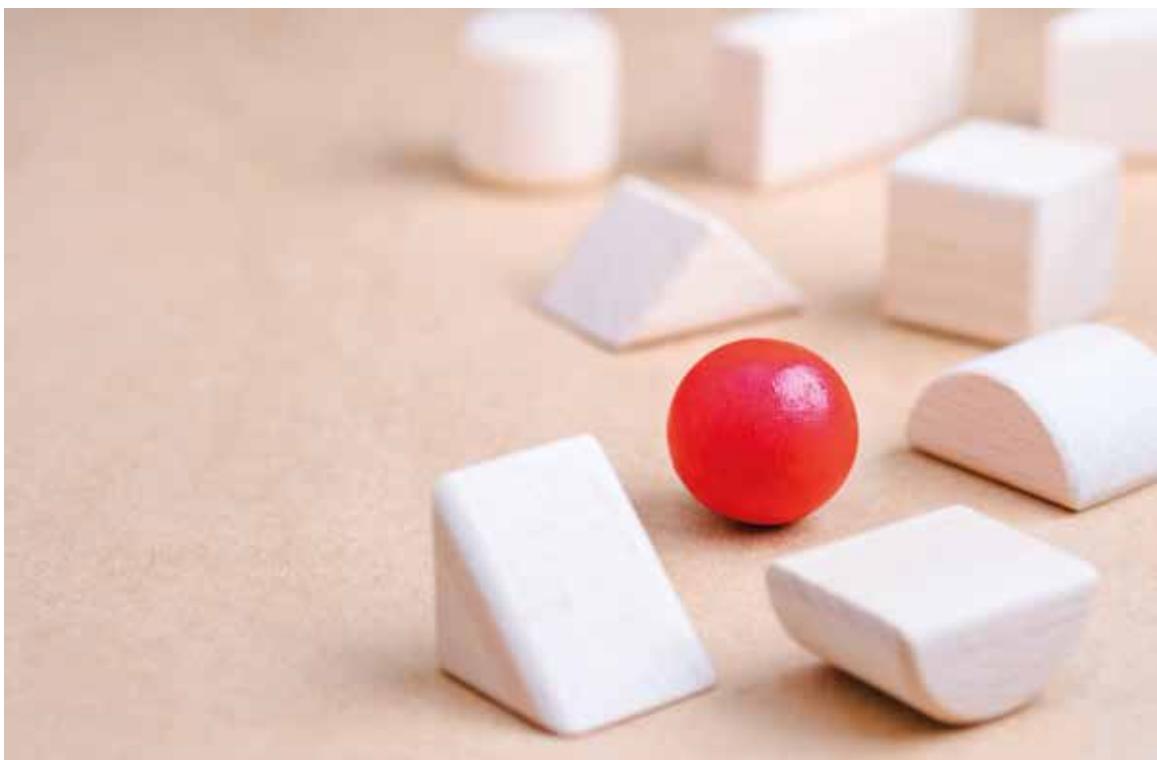
Que marca não imagina conquistar não apenas clientes, mas fãs dedicados que alinharam ao seu propósito, a defendem e influenciam outras pessoas a conhecê-la também? Esses atributos pertencem ao seletivo grupo de empresas extraordinárias que, em comum, trilharam o caminho da excelência, do produto ao pós-venda.

Esse tipo de reconhecimento e tratamento não cai do céu e nem tem a ver com o tempo de existência da empresa. São construções tecidas nos bastidores da marca em seu dia a dia. Para as joalherias que querem chegar nesse nível, saindo do lugar comum e se diferenciando da concorrência, o Marketing de Percepção é uma boa trilha. Como o próprio nome indica, diz respeito a como a marca se vê e a forma como ela transmite esta percepção ao seu público. Para que outras pessoas acreditem em sua marca, é necessário, primeiramente, que você acredite nela.

Longe de ser uma tarefa difícil e longa, colocar em prática as estratégias do marketing de percepção é mais fácil do que você

imagina, mas exige dedicação. Para Arthur Galvão, mentor de Marketing de Percepção, “a verdade é que a jornada para se tornar uma marca Premium requer, antes de mais nada, uma identidade e um comportamento de liderança. Líderes não esperam serem reconhecidos. Eles se apresentam e proclamam seus compromissos por meio de visões de futuro poderosas.”

O especialista recomenda que, para fazer o reconhecimento interno de como sua marca é valiosa e pode mudar a vida das pessoas, a joalheria deve se concentrar em alinhar a sua missão, visão e valores com o que ela verdadeiramente acredita. Só assim as outras pessoas acreditaram nessa imagem também. Além disso, tenha consciência do quanto relevante é o propósito da marca. “Os clientes percebem quando o objetivo da marca é apenas ganhar dinheiro ou ajudá-los de verdade, e eles sempre preferem marcas nas quais percebem a segunda opção. Confiança é a palavra que melhor se adequa ao que você deve buscar nos seus clientes, fidelizando-os e firmando uma relação duradoura”, aponta Galvão.



Check List para criar uma marca Premium

Estruture a sua marca e invista nos seguintes pontos:

- **Torne-se autoridade em seu segmento**, investindo em marketing de conteúdo de qualidade, na qualidade do produto e na forma como ele é apresentado;
- **Crie proximidade com o público através dos canais de comunicação**, humanizando a marca, mostrando o dia a dia, tendo um porta voz, criando e compartilhando conteúdo de qualidade;
- **Invista em atendimento impecável aos clientes**, lembre-se da importância de conquistá-lo e manter o interesse dele, por isso, ele precisa sentir-se tratado de maneira especial e eficiente;
- Tenha a certeza de que sua marca **entrega o que promete**, ou seja, que o produto oferecido é de qualidade excepcional, capaz de fazer a diferença na vida de quem o adquire;
- Invista na **cultura do feedback**: esteja aberto a ouvir o que seu cliente tem a dizer, leve em consideração sua sugestão e dê respostas satisfatórias.

“*a verdade é que a jornada para se tornar uma marca Premium requer, antes de mais nada, uma identidade e um comportamento de liderança. Líderes não esperam serem reconhecidos. Eles se apresentam e proclamam seus compromissos por meio de visões de futuro poderosas.*”



Para começar a trilhar o caminho de se tornar uma marca Premium, conheça alguns gatilhos mentais e sentimentos que são necessários ativar em seu público alvo para que ele se interesse pela sua marca desde a primeira vista:

1

Chamar a atenção do cliente desde o primeiro contato é importante para que você não seja apenas mais uma marca do seu segmento, mas contenha algo de especial para quem a vê. Para isso, invista na forma como sua marca se apresenta, tanto virtual quanto presencialmente. Crie ambientes digitais e físicos que sejam aprazíveis ao olhar e que contenham características únicas, que a diferencie.

2

Mantenha o interesse aceso, cative a curiosidade do seu público, construindo camadas de interesse e entregando coisas novas a cada contato dele com sua marca.

3

Gere identificação, é preciso que seu futuro fã e defensor identifique-se com os propósitos e valores da sua marca, ele precisa acreditar que a marca pensaria e agiria como ele em diferentes situações.

4

Utilize a projeção, que é onde as expectativas e idealizações se fazem presentes. Estimule o público a soltar a imaginação e idealizar cenários futuros onde terão a companhia da sua marca, na qual ela tenha o protagonismo da situação.

5

Na negociação, o cliente está avaliando se vale a pena investir na sua marca, nesta etapa é importante passar confiança e criar um ambiente seguro para ele.

Nas próximas etapas que se seguem a essas, é importante valorizar a confiança do cliente que lhe foi depositada, provando para ele que a marca é tudo aquilo que ele acredita. Para isso, invista em transparência, agilidade, atendimento impecável, bons canais de venda e de comunicação. “É preciso ter em mente que uma relação valiosa e duradoura exige dedicação e comprometimento, é assim na vida e é assim nas vendas e no relacionamento com o cliente”, finaliza Galvão. •



“É preciso ter em mente que uma relação valiosa e duradoura exige dedicação e comprometimento, é assim na vida e é assim nas vendas e no relacionamento com o cliente.”



Tem tudo menos resultados?

não basta ter um
perfil nas redes
sociais, você
precisa ir além



CONECTE-SE COM SEU PÚBLICO

-  Sites e E-commerce
-  Redes sociais e Google
-  Tráfego pago e SEO



chama no zap
(13) 9 9718-0206

PRIETO DIGITAL
+ 30 anos de história

CREDIBILIDADE E REFERÊNCIA EM **PROCESSAMENTO** **DE METAIS PRECIOSOS**

REFINO, RECUPERAÇÃO E ANÁLISE DE METAIS PRECIOSOS

COMERCIALIZAÇÃO DE PRATA E SEUS SAIS, PALÁDIO E PLATINA.

INDUSTRIALIZAÇÃO DE SAL DE OURO E CONFECÇÃO DE BARRAS PERSONALIZADAS



+55 (11) 2450-0010

+55 (11) 9 7617-8386

 **RBM**
RECUPERADORA BRASILEIRA DE METAIS



QUALIDADE, ÉTICA E CONFIANÇA

comercial@rbm.net.br
rbm.net.br

A RBM, viabiliza a reutilização dos metais preciosos que estejam previamente sem condições de uso, seja para fins comerciais ou industriais, depositados em resíduos ou materiais diversos, tais como; minérios, barras brutas de metais preciosos, joias em desuso, resíduos da indústria joalheira, banhos de galvanoplastia, entre outros.

Após serem processados, os metais preciosos ali contidos serão devolvidos nas mais diversas formas; barras, lâminas, granulados e pulverizados. Consulte-nos.

Única recuperadora e refinadora de metais preciosos do Brasil, que possui **três certificação ISO**



AB FUCS LAPIDAÇÃO - pág. 129
 abf.export@hotmail.com
 Tel.: (55 11) 3898-1005

A&B METAIS IND. COM. LTDA. - pág. 46 e 47
 www.aebmetais.com.br
 escritorio@aebmetais.com
 Tel.: (55 81) 3081-0381
 WhatsApp: (55 81) 9 9915-5237
 @aebmetais

ALVORADA JOALHEIROS - pág. 32 e 33
 alvorada@alvoradajoalheiros.com.br
 Tel.: (55 54) 3213-7223
 WhatsApp: (55 54) 9 8121-7291
 Alvorada.Joalheiros  @alvorada_joalheiros

ANDREA MATOS LOPES - pág. 56 e 57
 www.andreamatoslopes.com
 info@andreamatoslopes.com
 Tel.: / WhatsApp: (55 11) 9 6421-5826
 Andrea Matos Lopes Jewelry Design
 @andreamatoslopes

ART`G- - pág. 68 e 69
 www.artg.com.br
 artg.artg@gmail.com
 WhatsApp: (55 21) 9 7133-2800
 Artg.rio  @artg.rio

BACKER DESIGN - BRIGHT POINT - pág. 34 e 35
 www.backerdesign.com.br
 encomendas@atelier7g.com.br
 Tel.: (55 13) 3223-1386
 WhatsApp: (55 19) 9 9713-1386
 backerdesign

BASEL PREZIOSE - pág. 02 e 03
 www.basel.com.br
 vendas@basel.com.br
 Tel.: (55 11) 3241-0233
 WhatsApp: (55 11) 9 9731-8442
 Basel Preziose  @baselpreziose

BENNE FATTO - pág. 18 e 19
 www.benbefatto.com.br
 atendimento@benbefatto.com.br
 Tel.: (55 11) 3862-9611
 WhatsApp: (55 11) 9 6195-0113
 Benne Fatto Joias  @benbefatto

BIWA COM. IMP.
 E EXP. LTDA. - 4ª Capa, pág. 92 à 101
 www.biwa.com.br
 vendas@biwa.com.br
 Tel.: (55 11) 3062-3974
 WhatsApp: (55 11) 9 9433-5541
 Biwa.Brasil  @biwashowroom

CADENA - pág. 70 à 73
 www.cadenajoias.com.br
 cadena@cadenaajoias.com.br
 Tel.: (55 51) 3212-3041
 Cadena Joias  @cadenaajoias

COSTANTINI - pág. 01 e 127
 www.costantini.com.br
 costantini@costantini.com.br
 Tel.: / WhatsApp: (55 17) 3334-8800
 Costantini Metais  @costantinimetais

DERI JOALHEIROS - pág. 26 e 27
 www.derijoalheiros.com.br
 deri@derijoalheiros.com.br
 Tel.: (55 11) 3237-4000
 @derijoalheiros

DI ROMA BRASIL - pág. 20 e 21
 www.diromabrasil.com.br
 atendimento@diromabrasil.com.br
 Tel.: (55 17) 4009-3500
 WhatsApp: (55 17) 4009-3561
 Di Roma Brasil  @diromabrasil

DRW JOIAS LTDA. - pág. 40 e 41
 www.drwjoias.com.br
 drw_com@hotmail.com
 Tel.: (55 17) 3225-9563
 WhatsApp: (55 17) 9 9117-4277
 DRW Joias  @drw_joias

ESCOLA DE GEMOLOGIA E
 LABORATÓRIO GEMOLÓGICO - pág. 138 e 139
 www.ibgm.com.br
 laboratorio@ibgm.com.br
 Tel.: (55 11) 3016-5850

ESMEBRAS - pág. 58 e 59
 www.esmebras.com
 dorisdmrod@hotmail.com
 Tel.: (55 21) 2220-0147
 WhatsApp: (55 21) 9 7447-7777
 Esmebras Collection  @esmebras

ESTOJOS BALDI - pág. 136 e 137
 www.estojosbaldi.com.br
 supervisao.comercial@estojosbaldi.com.br
 Tel.: (55 32) 2102-4848
 WhatsApp: (55 32) 9 8497-0665
 Estojos Baldi  @estojosbaldi

FORUM ROMANO - pág. 15
 www.forumromano.com.br
 frpp@forumromano.com.br
 Tel.: (55 18) 3355-8080
 WhatsApp: (55 18) 9 9772-1732
 Forum Romano  @forumromano

GOLDBACKER - CAPA e pág. 31
 www.goldbacker.com.br
 goldbacker@goldbacker.com.br
 Tel.: (55 11) 3285-6240
 Goldbacker.brasil  @goldbacker

GRUPO ILUMINI JOIAS - pág. 104 e 105, 123
www.iluminibox.com.br
ronny.israel@iluminijojas.com.br
Tel.: / WhatsApp: (55 11) 3661-8871
f Grupo Iluminijojas **i** @iluminijojas

GRUPO INOVA JOIAS - pág. 25
www.grupoinovajojas.com.br
atendimento@grupoinovajojas.com.br
Tel.: (55 11) 3274-6018
WhatsApp: (55 11) 9 9156-3706
f Grupo Inova Joias **i** @grupoinovajojas

GRUPO SOLID - pág. 38 e 39
www.gruposolid.com.br
comercialrp@gruposolid.com.br
Tel.: (55 17) 3216-9050
WhatsApp: (55 17) 9 9661-7908

GUINDANI - pág. 23, 109
www.guindani.com.br
guindani@guindani.com.br
Tel.: (55 51) 3227-5512
WhatsApp: (55 11) 9 8433-6500
i @guindanijojas

JOIELLO - pág. 17
www.joiello.com.br
contato@joiello.com.br
Tel.: (55 51) 3588-6497
i @joiello

LLOYD CONTINENTAL
CORRETORA DE SEGUROS - pág. 48 e 49
www.lloydcontinental.com.br
flaviocos@lloydcontinental.com.br
Tel.: / WhatsApp: (55 17) 99151-9359
f Lloyd Continental **i** @lloydcontinental

MÁRCIA MÓR JOIAS - pág. 55
www.marciamorjoias.com.br
marciamor@marciamor.com.br
Tel.: / WhatsApp: (55 21) 9 8179-1919
f MárciaMórJojas **i** @marciamorjoias

OUROMINAS - pág. 128
www.ourominas.com
comercial@ourominas.com
WhatsApp: (55 11) 4950-8980
f Ourominas **i** @ourominasbrasil

PAIXÃO JOIAS - pág. 65
paixaojajas@paixaojajas.com.br
Tel.: (55 31) 3689-0092
WhatsApp: (55 31) 9 9781-8245
i @paixaojajas_oficial

PAR JOIAS - 2ª Capa, pág. 8 e 9, 66 e 67
e 86 e 87
comercia@parjajas.com.br
Tel.: (55 17) 3214-5880
WhatsApp: (55 17) 9 9218-0977
f Par Joias **i** @parjajas

PELLE GIOIELLI - pág. 53
www.pellegioielli.com.br
contato@pellegioielli.com.br
WhatsApp: (55 11) 9 7433-4901
f pellegioielli **i** @pelle.gioielli

PIUBELA SEMIJOIAS - pág. 91
contato@piubela.com.br
Tel.: (55 17) 3301-3929
WhatsApp: (55 17) 9 9747-2321
i @piubelajojas

PRIETO DIGITAL - pág. 147
www.prietodigital.com.br
atendimento@prietodigital.com.br
WhatsApp: (55 13) 9 9718-0206

PURIMETAL - pág. 142 e 143
www.purimetal.com.br
contato@purimetal.com.br
Tel.: (55 17) 3238-1359

RBM - RECUPERADORA
BRASILEIRA DE METAIS - 3ª CAPA, pág. 148 e 149
www.rbm.net.br
comunicacao@rbmmetais.com.br
Tel.: (55 11) 2450-0010
WhatsApp: (55 11) 9 7617-8386

RESERVA METAIS - pág. 135
www.reservametais.com.br
cliente@reservametais.com.br
Tel.: (55 11) 4637-0810

SALMON - pág. 06 e 07
patyhbox@gmail.com
Tel.: (55 21) 2548-8000
i @salmonjoias

SENHA - pág. 04 e 05, 76 à 81
www.senhametais.com.br
contato@senhametais.com.br

SEVEN METAIS - pág. 11 e 51
www.sevenjoias.com.br
presidencia@sevenmetais.com.br
Tel.: (55 17) 3214-7710
WhatsApp: (55 17) 9 9145-2657
f Seven Joias e Alianças



Um portal precioso repleto de boas oportunidades

Por Tania Barcellos, empresária da Barcellos Joias
Curitiba, Paraná

“Conheci a feira através de uma indústria, que me convidou para participar do evento. Lá se vão 23 anos em que isso ocorreu. Desde então, passei a ter o evento na minha programação. É o momento em que consigo me atualizar sobre as tendências, conhecer novos fornecedores e trocar ideias com outros empresários do ramo.”

O mundo das joias é a minha paixão e por conta desse universo, acabei descobrindo a FENINJER, que considero um dos portais mais importantes desse mundo no qual as joias são destaque.

Atuo no ramo há mais de 25 anos, sempre no varejo, procurando sempre apresentar novidades que possam encantar e surpreender meus clientes. Por isso, qualidade e confiança são pontos imprescindíveis no meu negócio, que não abro mão.

Conheci a feira através de uma indústria, que me convidou para participar do evento. Lá se vão 23 anos em que isso ocorreu. Desde então, passei a ter o evento na minha programação. É o momento em que consigo me atualizar sobre as tendências, conhecer novos fornecedores e trocar ideias com outros empresários do ramo.



Durante a pandemia, felizmente pude contar com a feira virtual. O evento online supriu as necessidades da minha joalheria e contribuiu para eu pudesse me manter conectada com as tendências e com os principais fornecedores.

Na edição online pude conhecer as novidades no conforto de minha casa e escritório. Assim tendo o material para encaminharmos aos clientes, simultaneamente enviamos o mesmo para os clientes, obtendo o feedback das mesmas, facilitando a compra.

É claro que prefiro ver as joias pessoalmente! A beleza das gemas dos metais, além do design, sempre serão atraentes, por isso o presencial sempre será a melhor opção em nosso ramo. Espero que a partir de agora sempre possamos ter as duas opções da FENINJER, presencial e online. •

A PRATA ESTÁ EM ALTA HORA DE INVESTIR OU PRESENTEAR COM ALGO ESPECIAL E DIFERENTE

A RBM PRODUZ BARRAS DE PRATA PERSONALIZADAS.
AQUELA PESSOA PRECIOSA MERECE ESSE CARINHO.



Disponíveis em 10g,
25g, 1.Oz, 50g e 100g



+55 (11) 2450-0010
+55 (11) 9 7617-8386

ORBM
RECUPERADORA BRASILEIRA DE METAIS

comercial@rbm.net.br
rbm.net.br

BiWa

J magaziné

A REVISTA DA FENNIER



Colares
2JP9745

2JP9165
AC00714

2JP9744

Pulseiras
2JP9651
2JP8936



www.biwa.com.br

JANEIRO - JUNHO DE 2022

Edição 34 • ANO 11